

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



“PLAN DE NEGOCIO PARA LA ADMINISTRACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO QUE PERMITA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GENERADA POR EL LABORATORIO VERDE DEL CENTRO ESCOLAR CATÓLICO INMACULADA CONCEPCIÓN UBICADO EN EL CASERIO EL CHARCÓN, MUNICIPIO DE LA LIBERTAD, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD.”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

STEFFANY VANESSA FUENTES LOPEZ	FL11008
MARIA CARMENCITA LOPEZ DE GUARDADO	LM07016
SILVIA EDITH MENJIVAR CORDOVA	MC10051

PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SAN SALVADOR	FEBRERO 2017	
	EL SALVADOR	CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector:

Msc. Roger Armando Arias.

Secretaria General:

Dra. Ana Leticia Zavaleta de Amaya.

Facultad de Ciencias Económicas

Decano:

Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez.

Secretaria:

Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo.

Tribunal Calificador:

Msc. Abraham Vásquez Sánchez.

Lic. David Mauricio Lima Jaco.

MAE. Oscar Noé Navarrete Romero (Docente Asesor).

Coordinador de Seminario:

Lic. Rafael Arístides Campos.

Febrero 2017

San Salvador

El Salvador

Centroamérica

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios: por la sabiduría y fortaleza que me ha dado para culminar con éxito este paso tan importante en mi vida, por guiarme y sostenerme en todo momento. **A mis padres:** Norma Elizabeth López y Ricardo Antonio Fuentes Orellana que con su amor, consejos, esfuerzo, sacrificio y apoyo me ayudaron a cumplir este objetivo, siendo ellos mi fortaleza, mis guías, y el mejor ejemplo para seguir adelante. **A mis hermanos:** Wendy Carolina Fuentes López y Kevin Alexander Fuentes López por su apoyo incondicional en cada momento de mi vida. **A mi esposo:** José Alexander Portillo Ramírez por animarme siempre a seguir adelante y enfrentar las dificultades que se me presentaron durante mi formación académica, por su amor y apoyo. **A mi hijo:** Mateo Alexander Portillo Fuentes por ser mi mayor bendición y el motor que me impulsa día a día a seguir adelante, por su amor, sacrificio y apoyo en la culminación de este logro. **A mi sobrinita:** Alessandra Sarai Larios Fuentes por su cariño y amor diario. **A mis compañeras de estudio:** Silvia Menjivar, Karina Laínez, Orfa Castaneda, Rossmery Medina, Veraliz Alfaro y Cecilia Jiménez que forman parte de este objetivo alcanzado.

Steffany Vanessa Fuentes López.

Agradezco a Dios Todopoderoso y a la Santísima Virgen María: por haberme dado la fuerza y perseverancia para culminar con este objetivo tan importante de mi vida. **A mis padres** María Amparo Marroquín y Carlos Rene López Palma, por sus sacrificios, consejos, cariño y por el apoyo incondicional que me brindaron para la culminación de mi carrera. Por ser el ejemplo a seguir en mi vida, pero sobre todo por su infinito amor. **A mi hermano** por ser parte de mi vida y animarme a seguir adelante y enfrentar las dificultades que se me presentaron durante mi formación académica. **A mi esposo** Oscar Adalberto Guardado Valiente porque desde el momento en que lo conocí ha sido parte de mi vida más que una pareja, un amigo, un compañero, gracias por todos esos momentos en que me escuchaste y me apoyaste. **A mi hija** Daniela Alejandra Guardado López por haber sido el ángel que iluminó mi vida, **a mis Familiares, Amigos, Compañeros** porque siempre estuvieron pendientes y me animaron a seguir adelante tras el logro de mi objetivo.

María Carmencita López de Guardado.

A DIOS: por darme la vida, sabiduría y las fuerzas para llegar a este momento, **A MI PADRE Y MADRE:** Agustín Menjivar y Dominga Córdova por su apoyo incondicional en este largo camino, dándome ánimos a seguir adelante a pesar de los desafíos, **A MIS HERMANOS:** Tomás Menjivar Córdova y Enrique Menjivar Córdova por todo el apoyo emocional recibido, **A MIS AMIGOS:** por brindarme su apoyo en los momentos que más los necesité, **A MIS COMPAÑERAS Y COMPAÑEROS UNIVERSITARIOS:** por su ayuda y comprensión durante la carrera, ya que me ayudaron a aprobar cada reto, y a todas las personas que de una manera u otra me ayudaron a poder seguir adelante, infinitas gracias.

Silvia Edith Menjivar Córdova

Índice

Resumen.....	i
Introducción	iii
1 CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE LAS GENERALIDADES DE LAS GRANJAS ESCOLARES EN EL SALVADOR Y LA PLANEACIÓN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.	1
1.1. Antecedentes y generalidades de las granjas escolares.....	1
1.1.1. Antecedentes de las granjas en el mundo.....	1
1.1.2. Antecedentes de las granjas en El Salvador.....	1
1.1.2.1. ¿Qué es una granja escolar?.....	2
1.1.2.2. Importancia de las granjas escolares.....	3
1.1.2.3. Objetivos de las granjas escolares.	3
1.1.2.4. Características de las granjas escolares.	4
1.1.2.5. Beneficios de las granjas escolares.....	4
1.1.2.6. ¿Qué es una hortaliza?.....	5
1.1.2.7. ¿Qué es cría de aves de corral?.....	5
1.1.3 Granjas escolares en El Salvador.	5
1.2 Antecedentes del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.	7
1.2.1 Marco Filosófico Institucional del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC).	9
1.2.1.1 Visión.....	9
1.2.1.2 Misión.....	9
1.2.1.3 Valores.	9

1.2.1.4	Organigrama.	10
1.2.2	Marco Legal.	11
1.2.2.1	Constitución General de la República de El Salvador.	11
1.2.2.2	Ley General de Educación de El Salvador.	12
1.2.2.3	Reglamento de Normas Técnicas de Control Interno Específicas del Ministerio de educación (MINED).	13
1.2.2.4	Código de Trabajo.	13
1.2.2.5	Convenio entre Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).	14
1.3	Generalidades de un plan de negocios.	14
1.3.1	La planeación.	14
1.3.2	Clasificación de los planes.	15
1.3.3	Importancia de un plan de negocios.	16
1.3.4	Objetivos generales del plan de negocios.	17
1.3.5	Características básicas de un plan de negocios.	18
1.3.6	Ventajas en la elaboración de un plan de negocios.	19
1.3.7	Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). ..	20
1.3.7.1	Análisis Externo.	20
1.3.7.1.1	Oportunidades.	21
1.3.7.1.2	Amenazas.	21
1.3.7.2	Análisis Interno.	21
1.3.7.2.1	Fortalezas.	21
1.3.7.2.2	Debilidades.	22

1.4	Estructura de un plan de negocio.	22
1.4.1	Resumen ejecutivo.	22
1.4.2	Análisis e investigación de mercado.	23
1.4.2.1	Objetivos del estudio de mercado.	23
1.4.2.2	Definición y naturaleza del producto o servicio.	23
1.4.2.3	Análisis de la demanda.	24
1.4.2.4	Proyección de la demanda.	24
1.4.2.5	Análisis de la oferta.	25
1.4.2.6	Análisis de precios.	25
1.4.3	Perfil del negocio.	26
1.4.4	Área administrativa.	26
1.4.4.1	Misión.	26
1.4.4.2	Visión.	26
1.4.4.3	Objetivos.	26
1.4.4.4	Valores.	27
1.4.5	Áreas claves del éxito.	27
1.4.5.1	Ubicación física de la empresa.	27
1.4.5.2	Productos y servicios a ofrecer.	27
1.4.6	Área operativa.	28
1.4.6.1	Organización interna de la empresa.	28
1.4.6.2	Capacitaciones necesarias.	28
1.4.6.3	Detalles de las inversiones necesarias.	28
1.4.6.4	Principales procesos de producción.	28
1.4.7	Área de comercialización.	29

1.4.7.1	Definición de comercialización.	29
1.4.7.2	Importancia de la comercialización.	29
1.4.7.3	La mezcla comercial.	30
1.4.7.3.1	Producto.....	30
1.4.7.3.2	Precio.....	34
1.4.7.3.3	Canales de Distribución (Plaza).	34
1.4.7.3.4	Promoción.	35
1.4.8	Área financiera.	35
1.4.8.1	Presupuesto.	36
1.4.8.2	Proyección de ventas.	39
1.4.8.3	Determinación de la inversión.....	40
1.4.8.4	Estudio de fuentes de financiamiento	40
1.4.8.5	Estimación de costos.....	41
1.4.8.6	Evaluación financiera	41
1.5	Conclusión.	44
2	CAPÍTULO II	45
	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GENERADA POR EL LABORATORIO VERDE DEL CENTRO ESCOLAR CATÓLICO INMACULADA CONCEPCIÓN.	45
2.1	Objetivos de la investigación.	45
2.1.1	General.	45
2.1.2	Específicos.	45
2.2	Importancia.	46
2.3	Metodología de la investigación.	46

2.3.1	Métodos de investigación.....	46
2.3.1.1	Análisis.	46
2.3.1.2	Síntesis.	47
2.3.2	Tipo de investigación.	47
2.3.3	Diseño de la investigación.	47
2.3.4	Unidades de Análisis.	47
2.3.5	Técnicas e instrumentos de investigación.	48
2.3.5.1	Técnicas.	48
2.3.5.1.1	Encuesta.....	48
2.3.5.1.2	Entrevista.....	48
2.3.5.1.3	Observación directa.	49
2.3.5.2	Instrumentos.....	49
2.3.5.2.1	Cuestionario.....	49
2.3.5.2.2	Guía de entrevista.....	49
2.3.5.2.3	Lista de cotejo.	50
2.3.6	Fuentes de información.	50
2.3.6.1	Primarias.	50
2.3.6.2	Secundarias.	50
2.3.7	Ámbito de la información.	51
2.3.8	Determinación del universo y muestra.....	52
2.3.8.1	Universo.....	52
2.3.8.2	Muestra.	52
2.3.8.2.1	Censo.....	53
2.3.8.2.2	Entrevista.....	54

2.3.9	Procesamiento de la información.....	54
2.3.9.1	Tabulación.....	54
2.3.9.2	Análisis e interpretación de datos.....	54
2.4	Desarrollo del diagnóstico de la situación actual de la comercialización de la producción del Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.....	55
2.4.1	Desarrollo y funcionamiento actual del Laboratorio Verde.....	55
2.4.2	Estudio de mercado.....	56
2.4.2.1	Principales proveedores y clientes.....	56
2.4.2.2	Determinación del mercado meta.....	59
2.4.2.3	Análisis de la competencia.....	59
2.4.2.4	Situación actual del mercado.....	60
2.4.2.4.1	Producto.....	60
2.4.2.4.2	Precio.....	61
2.4.2.4.3	Canales de Distribución.....	63
2.4.2.4.4	Publicidad y promoción.....	63
2.4.3	Administración y organización.....	64
2.4.3.1	Estructura del negocio.....	64
2.4.3.2	Tendencias del medio ambiente.....	65
2.4.4	Área de producción.....	65
2.4.4.1	Análisis del proceso productivo.....	66
2.4.4.2	Recursos utilizados.....	66
2.4.4.2.1	Utensilios.....	66
2.4.4.2.2	Materiales.....	66

2.4.4.2.3	Mano de Obra.....	67
2.4.4.3	Infraestructura.....	67
2.4.4.4	Análisis de los costos.....	68
2.4.5	Aspectos financieros.....	68
2.5	Alcances y limitaciones de la investigación.....	69
2.5.1	Alcances.....	69
2.5.2	Limitaciones.....	69
2.6	Conclusiones y recomendaciones.....	70
2.6.1	Conclusiones.....	70
2.6.2	Recomendaciones.....	71
3	CAPÍTULO III.....	72
	PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GENERADA POR EL LABORATORIO VERDE DEL CENTRO ESCOLAR CATÓLICO INMACULADA CONCEPCIÓN (CECIC).....	72
3.1	Importancia.....	72
3.2	Resumen ejecutivo.....	73
3.3	Objetivos.....	74
3.3.1	General.....	74
3.3.2	Específicos.....	74
3.4	Marco filosófico de la propuesta para el Laboratorio Verde del Centro Escolar Inmaculada Concepción.....	74
3.4.1	Misión.....	74
3.4.2	Visión.....	74
3.4.3	Valores.....	75

3.4.4	Objetivos del Laboratorio Verde.....	75
3.4.5	Organigrama.....	76
3.4.6	Requerimiento de Talento Humano (Mano de Obra).	77
3.4.7	Descripción de puestos para el Laboratorio.....	77
3.4.8	Capacitaciones necesarias.	79
3.4.9	Instituciones que brindan asesoría técnica.	79
3.5	Plan de mercadeo.	80
3.5.1	Definición del mercado meta.	80
3.5.2	Análisis de la demanda.....	80
3.5.3	Análisis de la competencia.....	81
3.5.4	Comercialización del producto.	82
3.5.4.1	Lanzamiento e introducción al mercado.....	82
3.5.5	Mezcla de mercadotecnia.....	86
3.5.5.1	Producto.....	86
3.5.5.1.1	Descripción del producto.....	86
3.5.5.1.2	Marca.....	87
3.5.5.1.3	Logotipo.	87
3.5.5.1.4	Eslogan propuesto.	88
3.5.5.1.5	Viñeta.	88
3.5.5.2	Precio.	90
3.5.5.3	Plaza.....	91
3.5.5.3.1	Canal directo.....	91
3.5.5.3.2	Canal indirecto.	92
3.5.5.4	Promoción y publicidad.....	93

3.5.5.4.1	Promoción.....	93
3.5.5.4.2	Publicidad.....	95
3.6	Control de operaciones.....	99
3.6.1	Registro de operaciones.....	99
3.6.1.1	Registro de las compras.....	100
3.6.1.2	Registro de ventas.....	101
3.6.1.3	Registro del inventario.....	102
3.6.1.4	Resumen mensual de las operaciones.....	103
3.6.1.5	Formato de Comprobante de Ingreso.....	104
3.7	Plan de producción.....	104
3.7.1	Proceso de producción.....	104
3.7.2	Diseño de distribución del Laboratorio Verde.....	106
3.7.2.1	Distribución en planta.....	106
3.7.2.2	Diagrama de recorrido.....	108
3.7.3	Capacidad de producción.....	110
3.8	Plan financiero.....	110
3.8.1	Inversión inicial.....	110
3.8.1.1	Capital de inversión.....	110
3.8.1.2	Fuentes de financiamiento.....	111
3.8.2	Ventas proyectadas.....	111
3.8.3	Estado de Costo de Producción proforma.....	112
3.8.4	Estado de Resultados.....	113
3.8.5	Principales índices financieros.....	113
3.9	Implementación del proyecto.....	116

3.10	Conclusiones y Recomendaciones.....	118
3.10.1	Conclusiones.....	118
3.10.2	Recomendaciones.....	119
	Bibliografía	120

Resumen

El Laboratorio Verde del CECIC (Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción) cuenta con un grupo de estudiantes y docentes que se dedican a cultivar la tierra en el Caserío El Charcón del Puerto de La Libertad. Con el paso del tiempo se ha convertido en un lugar en el que se genera producción de fruta, verduras y huevos logrando posicionarse por medio de la calidad de sus productos.

Actualmente el deseo como institución educativa es crecer como negocio, razón por la cual pretende comercializar sus productos en los restaurantes de las playas el Obispo, Malecón Turístico, y la Paz; y el Mercado Municipal del Puerto de la Libertad.

Pero debido a que el Laboratorio Verde no cuenta con herramientas que le permita posicionarse de manera adecuada en el mercado se hace necesario proporcionarle un instrumento que le ayude a organizarse como negocio, también determinar cuáles son sus metas, sus objetivos y así poder anticipar posibles problemas y fallas.

Los objetivos principales de la investigación, se describen a continuación:

- ✓ Detallar los aspectos generales sobre la comercialización de frutas y verduras en el Municipio de La Libertad, Departamento de La Libertad, con el propósito que sirvan de base para la elaboración de la propuesta.
- ✓ Establecer la situación actual de la comercialización de frutas y verduras del Laboratorio Verde.
- ✓ Proveer al Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) una herramienta administrativa que le permita conocer las estrategias necesarias para el éxito del negocio.

Para la realización de esta investigación se utilizaron métodos y técnicas que permitieron recopilar la información necesaria para la formulación del diagnóstico del proyecto. Dichos datos fueron obtenidos mediante la aplicación de cuestionarios dirigidos a dueños y encargados de los restaurantes, y puestos informales de frutas y

verduras del Mercado Central del Puerto de La Libertad, también se realizó una guía de entrevista al profesor encargado del área de campo del proyecto.

Habiendo obtenido la información se tabuló y analizó, esta información sirvió de base para elaborar las principales conclusiones y recomendaciones, las cuales se presentan a continuación:

Falta de planes; desconocimiento de herramientas administrativas y de comercialización para aplicar en el negocio, lo que hace que los empleados improvisen y no lleven un control de sus operaciones.

El encargado del proyecto está interesado en vender lo que se produce, pero no cuenta con los conocimientos necesarios para llevar a cabo estas actividades. Asimismo no tienen una mezcla de mercadotecnia definida que les permita elaborar estrategias para posicionarse en un nuevo mercado.

Por lo cual se recomienda al Laboratorio Verde CECIC hacer publicidad mediante volantes para el posicionamiento de los productos en los clientes, llevar un registro de las operaciones que se realizan dentro del huerto para determinar de forma correcta el precio de venta de sus productos.

Introducción

El presente trabajo contiene un marco referencial para la investigación, enfocándose en el tema de granjas escolares, tomando en cuenta las generalidades del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) y la estructura general de un plan de negocio que sirva de base para realizar la investigación.

La investigación de campo se llevó a cabo para diagnosticar la situación actual en la que se encuentra el huerto escolar del CECIC con respecto a la comercialización de los cultivos. Utilizando técnicas e instrumentos de recolección se realizó un análisis de datos, llegando así a las conclusiones de la situación del Laboratorio Verde, posteriormente se presentan las recomendaciones sugeridas para cada conclusión, con la finalidad de proveer al Laboratorio Verde estrategias para superar los puntos débiles que tienen.

Realizado el diagnóstico se presenta la propuesta de un plan de negocio para la administración de un centro de acopio que permita la comercialización de la producción generada por el Laboratorio Verde del CECIC. Cuya finalidad es que el proyecto pueda ser auto sostenible. En primer lugar se le propone una filosofía como proyecto para que tenga identidad por sí mismo, seguidamente se establece una estructura organizativa, se brindan estrategias para dar a conocer la marca y los productos, también se propone formatos de registros de operaciones que le permitan tener el control de lo que se está ingresando y utilizando para el cultivo y cosecha de sus productos, se incluyen dentro del plan, presupuestos, proyecciones de ventas, estado de resultado, así como una inversión inicial para poder iniciar a operar con el centro de acopio.

Dicha propuesta le ayudará al Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) conocer los aspectos operacionales y financieros del Laboratorio Verde y de esa forma administrarlo de una forma adecuada.

1 CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE LAS GENERALIDADES DE LAS GRANJAS ESCOLARES EN EL SALVADOR Y LA PLANEACIÓN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

1.1. Antecedentes y generalidades de las granjas escolares.

1.1.1. Antecedentes de las granjas en el mundo.

En muchos países la agricultura es intensa, a pesar de esto los actuales hábitos alimenticios tienen cada vez más efectos nocivos en la salud y en el medio ambiente, mientras que los países subdesarrollados no poseen los medios y la formación suficiente para tener una agricultura capaz de dar de comer a todas las personas de forma suficiente y segura.

La creación de huertos escolares tiene un papel significativo en la lucha contra estos problemas que amenazan a la sociedad actual en el mundo, como lo son: la inseguridad alimentaria y el cambio climático.

Los huertos o granjas escolares en el mundo enseñan a los alumnos a promover hábitos que mejoren la salud, como una alimentación más saludable y una educación nutricional, agrícola y ambiental que concientice la necesidad de cambiar las cosas, debido a que de ellos dependen las futuras acciones y medidas para erradicar estos problemas.

Son muchos los países a nivel mundial que están adaptando esta modalidad de granjas o huertos en las escuelas con la finalidad de promover la alimentación saludable así como la forma de producir los alimentos de una manera didáctica.

1.1.2. Antecedentes de las granjas en El Salvador.

Una característica que presenta la economía de El Salvador es que siempre ha dependido del sector agropecuario, cultivos tales como el café, añil, algodón y otros han sido en su

momento productos que dieron ventaja al país. Es por eso que el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) le apuesta a la fruticultura y horticultura para que haya un mejoramiento en el agro del país.

“Los gobiernos y los asociados internacionales para el desarrollo prestan una atención cada vez mayor a los huertos escolares. Tradicionalmente se han utilizado con fines de educación científica, capacitación agrícola o sistema de generación de ingresos para las escuelas. En la actualidad, dada la necesidad urgente de mejorar la seguridad alimentaria, la protección del medio ambiente, el mantenimiento de los medios de subsistencia y la nutrición, se está registrando un cambio de opinión sobre las posibilidades de los huertos escolares.”¹

1.1.2.1.¿Qué es una granja escolar?

“Se define como un establecimiento educativo, dirigido a niños y jóvenes, en el que se alberga un huerto y animales domésticos, cuyo fin es la enseñanza práctica del medio rural.”²

“Los huertos escolares son zonas cultivadas en torno a las escuelas o cerca de ellas, que al menos en gran parte están bajo el cuidado de los alumnos. Suelen producir hortalizas y frutas; las actividades pueden ser cría de animales y pesca en pequeña escala, apicultura, plantas ornamentales y de sombra, así como producción de alimentos básicos en pequeña escala.”³

Un huerto escolar es una zona cultivada que se encuentra dentro, alrededor o cerca de los centros escolares y que se utiliza fundamentalmente con fines didácticos, pero que

¹Revista de La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Nueva política de huertos escolares, pág. 3, 2010.

<http://www.fao.org/docrep/013/i1689s/i1689s00.pdf> (Consultado el 14/Julio/2016).

²http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1142324916385&pagename=PortalJoven/Page/JUVE_contenido_FinalMenuIzquierdo (Consultado el 14/Julio/2016).

³Revista de La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Nueva política de huertos escolares, pág. 2010. <http://www.fao.org/docrep/013/i1689s/i1689s00.pdf> (Consultado el 14/Julio/2016).

también pueden producir alimentos e ingresos para las escuelas.

1.1.2.2.Importancia de las granjas escolares.

Con ellas se realiza un acercamiento a la vida rural a través de actividades como cuidado de animales, seguimiento de los cultivos del huerto y transformaciones sencillas de productos primarios.

Además estas son una plataforma de aprendizaje muy útil para mejorar la educación y la nutrición y, a la vez, fomentan la conservación del medio ambiente y el bienestar social, físico y mental.

1.1.2.3.Objetivos de las granjas escolares.⁴

Las granjas escolares deben estar dirigidas a solucionar los problemas y necesidades que se presentan en la sociedad. Es por ello que sus objetivos principales, son los siguientes:

- Mejorar la calidad nutricional del refrigerio escolar.
- Mejorar la disponibilidad y diversidad de alimentos en la comunidad educativa.
- Impartir enseñanzas prácticas sobre seguridad alimentaria nutricional que permitan promover regímenes alimentarios y estilos de vida saludables.
- Desarrollar una enseñanza activa vinculando el huerto escolar a diferentes asignaturas, como la matemática, lenguaje, ciencias, etc.
- Promover entre el estudiantado, métodos de producción sostenible de alimentos que puedan aplicar en sus tierras y sean importantes para la seguridad alimentaria y nutricional de su familia y comunidad.
- Institucionalizar el huerto escolar como parte del currículum.
- Y auto sostenerse con los ingresos provenientes de la venta de la producción generada y excedente.

⁴ M. Tobar Jaime, El Huerto Escolar y el Comité de Huerto, pág. 3, 2008.

1.1.2.4. Características de las granjas escolares.

- Debe haber disposiciones institucionales que permitan reunir y coordinar a los principales protagonistas, especialmente al Ministerio de Educación, Agricultura, Salud y Medio Ambiente, a fin de facilitar la elaboración de un marco de política nacional y de directrices para la ejecución, y prestar apoyo técnico para la planificación y puesta en práctica de los programas.
- La existencia de la capacitación para el personal docente, en materia productiva, de nutrición, seguridad alimentaria, utilización del huerto como instrumento de enseñanza y alimentación escolar.
- Apoyo presupuestario para sufragar los costos básicos y los insumos para la instalación del huerto (cercados, sistemas de riego, etc.) y de elementos relacionados con la explotación y mantenimiento de los huertos escolares.

1.1.2.5. Beneficios de las granjas escolares.

Estos beneficios surgen como consecuencia del desarrollo de la actividad agraria en las escuelas.

- Son beneficiosos para el aprendizaje de los estudiantes.
- Proporcionan conocimientos relacionados con la naturaleza, la agricultura y la nutrición.
- Son una fuente de alimentación sana, natural y variada, importante para el desarrollo físico y mental de los estudiantes.
- Ayudan a luchar contra problemas relacionados con la alimentación infantil: obesidad, desnutrición, etc.
- Representan un espacio para el disfrute y el esparcimiento.
- Fomentan aptitudes empresariales.
- Contribuyen a la conservación del medio ambiente y sus recursos naturales.
- Aumenta las relaciones entre el ser humano y la naturaleza.

- Refuerzan el conocimiento de materias básicas como la lectura, la escritura, la biología o las matemáticas.

1.1.2.6.¿Qué es una hortaliza?

*“Los alimentos denominados hortalizas o verduras incluyen algunas frutas (por ejemplo: tomates y calabazas), hojas (amaranto y repollo), raíces (zanahorias y nabo) e inclusive tallos (apio) y flores (coliflor). Muchas de las plantas de las que se toman estas partes comestibles no tienen relación botánica entre sí. Sin embargo, hortaliza es un vocablo útil en nutrición y en terminología doméstica.”*⁵

1.1.2.7.¿Qué es cría de aves de corral?

*“Se relaciona con las gallinas y los pollos de granja, sin embargo, existen otras aves (pavos, patos, gansos y palomas) que se crían de acuerdo a la región y costumbre de los pobladores.”*⁶

1.1.3 Granjas escolares en El Salvador.

Las granjas escolares del país son proyectos con financiamiento interno o externo de los centros educativos; dichos proyectos con la finalidad de brindar una educación integral a los estudiantes; dado que es importante que desde corta edad los estudiantes tengan conocimiento en cuanto a la producción de hortalizas y crianza de animales domésticos, incentivando a la auto sostenibilidad desde los hogares.

A partir del 2009 *“Con el propósito de mejorar los conocimientos, prácticas y actitudes de la comunidad educativa respecto a la educación en nutrición y seguridad alimentaria, en el Plan Nacional de Educación 2021, con el apoyo de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), han desarrollado*

⁵ <http://www.fao.org/docrep/006/w0073s/w0073s0w.htm> (Consultado el 14/Julio/2016).

⁶ <http://www.fao.org/docrep/v5290s/v5290s20.htm> (Consultado el 14/Julio/2016).

diversas acciones para fortalecer el trabajo de la comunidad educativa a favor de la educación integral de los estudiantes.”⁷

Los huertos escolares según Ministerio de Educación (MINED) se están implementando en 482 escuelas ubicadas en 151 municipios de los 14 departamentos del país. La población estudiantil beneficiada a la fecha supera los 150,000 alumnos.

La inversión total del Ministerio de Educación (MINED) en huertos escolares en el año 2016 será un poco más de \$1.2 millones, que conlleva la implementación de huertos escolares, la creación de granjas avícola y porcina.

En El Salvador el Programa de Salud y Alimentación Escolar (PASE) “*es un programa administrado bajo la Gerencia de Alimentación y Salud Escolar del Ministerio de Educación (MINED), que consta de tres Jefaturas: a) educación alimentaria y nutricional y huertos escolares; b) logística y distribución; y c) asistencia técnica y participación ciudadana. Por tanto son cuatro componentes los que se trabajan: alimentación escolar, huerto escolar, educación alimentaria nutricional y participación ciudadana. A través del Programa de Salud y Alimentación Escolar (PASE) se diseñan, y se siguen los aspectos nutritivos, inocuidad, almacenamiento, compras.*”⁸

“Las orientaciones con las que cuenta el Ministerio de Educación (MINED) están incluidas en el documento Lineamientos del Programa de Alimentación y Salud Escolar (2009-2014), que desarrolla las acciones educativas relativas a los huertos escolares, educación en alimentación y nutrición y regulación de tiendas escolares. Existe una Guía de huertos escolares que es utilizada como herramienta educativa y los alimentos cultivados se utilizan en el refrigerio escolar.”⁹

⁷Ministerio de Educación, El Huerto Escolar Orientaciones para su Implementación, 2009.

⁸ Análisis de los marcos jurídicos en materia de alimentación escolar El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) 2016, pág. 39, <http://www.fao.org/3/a-i5948s.pdf> (Consultado el 14/Julio/2016).

⁹ Análisis de los marcos jurídicos en materia de alimentación escolar El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) 2016, pág. 63, <http://www.fao.org/3/a-i5948s.pdf> (Consultado el 14/Julio/2016).

Los huertos escolares son subprograma del Programa de Salud y Alimentación Escolar (PASE), en el periodo 2010-2012, ha trabajado 6 departamentos de El Salvador, con financiamiento del Programa de Salud y Alimentación Escolar (PASE) y con la ejecución y asesoría técnica de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), para establecer un modelo de trabajo en la promoción de la seguridad alimentaria y nutricional. El proyecto aporta a los Centros Escolares semillas, fertilizantes y herramientas y, en algunos casos, aves, sistemas de riego y frutales. Los huertos son utilizados como herramientas educativas en las diferentes asignaturas y los alimentos cosechados son utilizados en el refrigerio escolar; son implementados por los docentes que coordinan su mantenimiento y trabajan con alumnos en los cultivos; cuando es requerido, son apoyados por los padres de familia. Bajo este proyecto se han establecido escuelas de campo para jóvenes en los huertos y se trabaja con las tiendas escolares a fin de convertirlas en tiendas escolares saludables. En la búsqueda de la sostenibilidad del subprograma se han establecido comités de huertos en cada una de las escuelas. “El 14.6% de los centros disponían de huertos escolares y los productos que se cosechaban eran: maíz en 49.7%; pepino en 28.6%; tomate en 26.1%; chile verde en 21.2%; rábano en 20.5% y otros tipos de hortalizas en menos del 9%.”¹⁰

1.2 Antecedentes del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.¹¹

En el año de 1956 el sacerdote Arturo García Velis, impulsado por la necesidad de una mejor educación, fundó la Escuela Parroquial en El Puerto de La libertad. Esta inició sus labores en el convento de la Iglesia, atendiendo de primero a tercer grado de educación básica, teniendo una población de 40 alumnos/as. A partir de 1980 la congregación de las Hermanas de Cleveland, se retiran del país y la escuela pasa hacer dirigida por la profesora Blanca Lidia Cornejo quien formaba parte del personal docente nombrado por

¹⁰ Análisis de los marcos jurídicos en materia de alimentación escolar El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, FAO 2016, pág. 63, <http://www.fao.org/3/a-i5948s.pdf> (Consultado el 14/Julio/2016).

¹¹ Propuesta Pedagógica, Escuela Inclusiva de Tiempo Pleno, Licda. Lyane Yanira García Santamaría Directora del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción, pág. 3-6, 2016.

el Ministerio de Educación. Desde esa época la escuela fue dirigida por la congregación de las Hermanas Franciscanas de la Inmaculada Concepción hasta el año 2010 apoyada por Monseñor Richard Antall.

En 1994 la directora del centro escolar gestiona ante el Ministerio de Hacienda para que el local donde funcionaban las aduanas del Puerto de La Libertad, obteniendo el local en comodato durante 50 años, la gestión fue aceptada por las autoridades del Ministerio de Hacienda y pasa al Ministerio de Educación para que el kínder funcionara en este local.

En el año de 2001, se traslada la parvularía al local de la escuela con el propósito de ampliar la cobertura educativa y tener los tres niveles de educación. Con esas ideas nace el Instituto Católico San Francisco de Asís.

En el año 2011, se da inicio la propuesta pedagógica “*Escuela Inclusiva de Tiempo Pleno*” que ha sido un éxito en sus inicios de ejecución implementando así diferentes proyectos, así como el huerto escolar, entre otros proyectos.

A partir de enero de 2012, la institución está bajo la dirección de Leane Yanira García Santamaría como directora nombrada por el Ministerio de Educación (MINED) en conjunto con el Padre Pablo Shindler, quien es un sacerdote diocesano de la arquidiócesis de Cleveland Ohio, EE.UU. Con el propósito de mejorar la calidad educativa, se solicitó a la Dirección Departamental de Educación del Departamento de la Libertad adecuar el edificio anexo donde funciona el kínder a segundo grado ubicado a cinco cuadras de la sede de la institución.

1.2.1 Marco Filosófico Institucional del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC).¹²

1.2.1.1 Visión.

“Ser una institución educativa fundamentada en valores cristiano católicos, con una educación inclusiva, orientada a la formación integral del educando”.

1.2.1.2 Misión.

“Ofrecer un modelo educativo que responda a las necesidades e intereses de los educandos mediante una reafirmación de los valores desde el humanismo cristiano católico, para el bien de la sociedad”.

1.2.1.3 Valores.

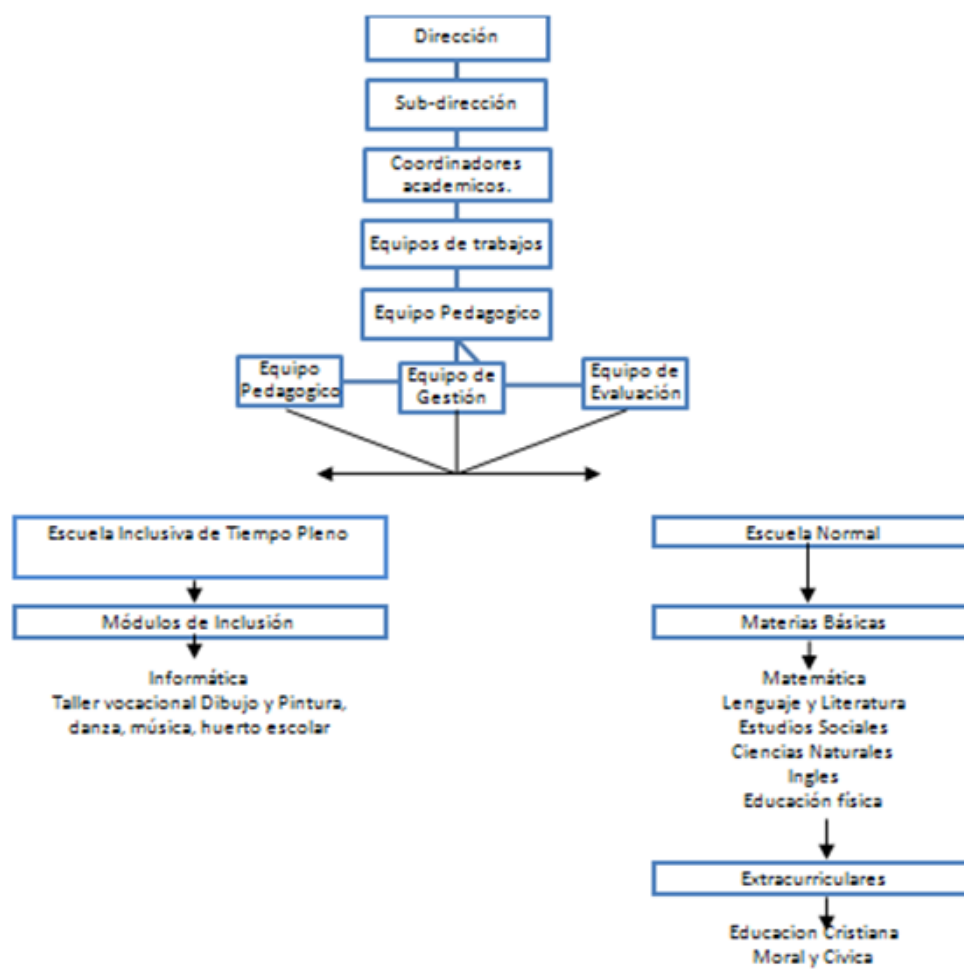
- *Amor:* a mis compañeros, propiciando un ambiente de no violencia apreciando su vida como valoro la mía.
- *Respeto:* En el trato interpersonal apoyado en el reconocimiento de que todos tienen la misma dignidad y derecho a que se les llame por su nombre; también evidencia respeto y cuidado de medio ambiente.
- *Solidaridad:* disponibilidad para ofrecer mi tiempo para ayudar a otro cuando es necesario.
- *Tolerancia:* Demuestro respeto al otro cuando es diferente a mí capacidad de decisión, y visiones diferentes.
- *Prudencia:* emito juicios con criterios rectos y verdaderos, basados en el conocimiento de los hechos y ponderando las consecuencias.
- *Laboriosidad:* Cumpro y esmero las tareas, labores y deberes que son propias de nuestras circunstancias también implica ayudar a quienes nos rodean.
- *Responsabilidad:* *capacidad* para reconocer y aceptar las consecuencias de un acto realizado libremente.

¹² Propuesta Pedagógica, Escuela Inclusiva de Tiempo Pleno, Licda. Lyane Yanira García Santamaría Directora del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción, pág. 9, 2016.

1.2.1.4 Organigrama.

Figura N° 1. Estructura Organizativa

Ministerio de Educación
Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción



Fuente: Propuesta Pedagógica 2016, Escuela Inclusiva de Tiempo Pleno, Licda. Lyane Yanira García Santamaría Directora del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción, pág. 36.

1.2.2 Marco Legal.

El CECIC en el desarrollo de sus actividades funciona bajo el marco jurídico del país, de las cuales se mencionan las siguientes:

1.2.2.1 Constitución General de la República de El Salvador.¹³

Art. 53 establece que *“Los salvadoreños tienen derecho a la educación, y es obligación y finalidad primordial del Estado su Conservación.”*

Art. 55 sostiene que *“Los fines de la educación y es: lograr el desarrollo integral de la personalidad en su dimensión espiritual, moral y social.”*

Art.58 sostiene que *“Ningún establecimiento de educación podrá negarse a admitir alumnos por motivos de la naturaleza de la unión de sus progenitores o guardadores, ni por diferencias sociales, religiosas, raciales o políticas.”*

El Ministerio de Educación está obligado a rendir cuentas sobre el Programa de Salud y Alimentación Escolar (PASE) de forma anual, y el derecho de petición ciudadana está reconocido en el artículo 18 de la Constitución General de la República de El Salvador el cual establece que *“Toda persona tiene derecho a dirigir sus peticiones por escrito, de manera decorosa, a las autoridades legalmente establecidas; a que se le resuelva, y a que se le haga saber lo resuelto”*.

Si se produce una violación de la Constitución General de la República de El Salvador, es posible interponer un recurso inconstitucional o puede interponerse denuncia ante la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos en cualquier delegación departamental, por violación al derecho a la salud, educación y alimentación. Si hay agravio civil, como daños y perjuicios, se puede interponer una denuncia ante un Juzgado de Paz, que existe en cada municipalidad del país.

¹³ Decreto Constituyente No. 38, Constitución de la Republica de El Salvador, Diario Oficial No.1234, San Salvador, El Salvador, 16 de diciembre 1983.

1.2.2.2 Ley General de Educación de El Salvador.¹⁴

La ley que rige directamente a los centros educativos es la Ley General de Educación, esta determina los objetivos generales de la educación; se aplica a todos los niveles y modalidades y regula la prestación del servicio de las instituciones oficiales y privadas.

En el Artículo 65 establece que *“Corresponde al Ministerio de Educación normar, financiar, promover, evaluar y controlar los recursos disponibles para alcanzar los fines de la educación nacional.”*

En el Artículo 66 se establecen los objetivos que la administración educativa tiene:

- *“Planificar, organizar y controlar los recursos y acciones destinados a apoyar, los servicios educativos y culturales;*
- *Desarrollar e implementar estrategias de administración, basadas en la descentralización y la desconcentración, manteniendo la unidad de las políticas y otras normas legales del Estado;*
- *Establecer procesos y procedimientos que orienten el buen uso de los recursos disponibles; y,*
- *Establecer un sistema de seguimiento y control administrativo-financiero, ya sea a través del Ministerio de Educación, o de servicios especializados que sean pertinentes.”*

El Artículo 67 sostiene que *“La administración interna de las instituciones educativas oficiales se desarrollará con la participación organizada de la comunidad educativa, maestros, alumnos y padres de familia, quienes deberán organizarse en los Consejos Directivos Escolares, tomarán decisiones colegiadas y serán solidarios en responsabilidades y en las acciones que se desarrollen.”*

¹⁴ Decreto Legislativo No. 917, Ley General de Educación, Diario Oficial No. 242, Tomo No. 333, San Salvador, El Salvador, 12 de diciembre de 1996.

1.2.2.3 Reglamento de Normas Técnicas de Control Interno Específicas del Ministerio de educación (MINED).¹⁵

El Ministerio de Educación para fomentar áreas de interés posee un Departamento, Educación en Arte, Cultura, Recreación y Deporte.

El Art. 232. de la presente ley establece que *“La Gerencia de Gestión Integral Ciudadana, mediante el Departamento de Educación en Arte, Cultura, Recreación y Deporte, promoverá el desarrollo integral de la niñez y juventud escolarizada por medio del: Arte, Cultura, Recreación, Deporte Escolar, para coadyuvar a la edificación de una sociedad más democrática y solidaria”*.

1.2.2.4 Código de Trabajo.¹⁶

Este Código tiene por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos, obligaciones y se fundamenta en principios para el mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores.

Art. 2 establece que *“Las disposiciones de este Código regulan:(1) a) Las relaciones de trabajo entre los patronos y trabajadores privados; y(1) b) Las relaciones de trabajo entre el Estado, los Municipios, las Instituciones Oficiales Autónomas y Semiautónomas y sus trabajadores”*.

Art. 17 establece que *“Contrato individual de trabajo, cualquiera que sea su denominación, es aquél por virtud del cual una o varias personas se obligan a ejecutar una obra, o a prestar un servicio, a uno o varios patronos, institución, entidad o comunidad de cualquier clase, bajo la dependencia de éstos y mediante un salario.”*

Art. 20 establece que *“Se presume la existencia del contrato individual de trabajo, por el hecho de que una persona preste sus servicios a otra por más de dos días*

¹⁵Decreto Legislativo No. 8, Reglamento de Normas Técnicas de Control Interno Específicas del Ministerio de Educación, San Salvador, El Salvador, 6 de abril de 2016.

¹⁶ Decreto Legislativo No. 15, Código de trabajo, Diario Oficial No. 142, Tomo No. 236 San Salvador, El Salvador, 1 de febrero de 1973.

consecutivos. Probada la subordinación también se presume el contrato, aunque fueren por menor tiempo los servicios prestados.”

1.2.2.5 Convenio entre Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).¹⁷

Carta Convenio firmada el 4 de septiembre de 2015 en el Municipio de La Libertad, Departamento de La Libertad, por la Licda. Lyane Yanira García Santamaría actuando en nombre y representación de amigos de la naturaleza Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción, y el Ingeniero Agrónomo Alan Roberto González Figueroa, actuando en nombre y representación de la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura en El Salvador (FAO). Considerando que dichas instituciones tienen como propósito contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, y que es un esfuerzo conjunto que contribuirá a asegurar el conocimiento de los estudiantes, para la implementación de huertos escolares que mejoren sus conocimientos y la capacidad de apoyar la economía de sus hogares.

Dicho Convenio cuenta con diferentes cláusulas tales como: de Objetivos, Plazo, Compromiso del Centro Escolar, Compromiso de la FAO, Interpretación de la presente carta y soluciones de controversia, Prohibición de cesión de derechos, Modificaciones, y Causales de terminación.

1.3 Generalidades de un plan de negocios.

1.3.1 La planeación.

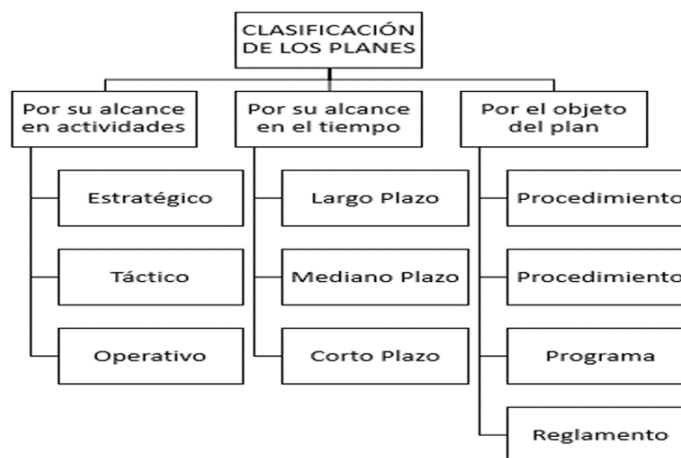
Para lograr resultados positivos toda empresa debe de decidir con anticipación cuales son las acciones que hay que llevar a cabo para obtener lo propuesto. La planeación es

¹⁷ Véase Anexo 1, “CARTA CONVENIO ENTRE AMIGOS DE LA NATURALEZA CENTRO ESCOLAR INMACULADA CONCEPCIÓN Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA (FAO)”.

una de las etapas del proceso administrativo que para Idalberto Chiavenato “*es la función administrativa que determina anticipadamente los objetivos a alcanzar, así como lo que debe hacerse para alcanzarlos*”.¹⁸

1.3.2 Clasificación de los planes.

A continuación, se presentan una clasificación de los planes ya sea por su alcance en actividades, por el tiempo y el objeto.¹⁹



Según el alcance de las actividades.

- Plan estratégico: prevé las actividades que abarcan la organización en su totalidad.
- Plan táctico: prevé las actividades que abarcan una sola dependencia de la organización.
- Plan operativo: prevé las actividades propias de un cargo o puesto.

¹⁸ Chiavenato Idalberto, “Introducción a la teoría general de la administración”, 7ª edición, McGraw Hill, México, 2007.

¹⁹ Gorbaneff Yuri, “Problemas, Experimentos, juegos de roles para el pensamiento administrativo”, 1ª edición, Editorial Maldonado S.A., Bogotá, Pág. 20, 2007.

Según el alcance del plan en el tiempo.

- Largo plazo (3 años).
- Mediano plazo (1- 3 años).
- Corto plazo (menos de un año).

De acuerdo con el objeto que se planea.

- El plan describe los métodos de trabajo y prescribe cierto comportamiento de los empleados, se denomina procedimiento.
- El plan relacionado con el dinero, se denomina presupuesto.
- El plan que representa las actividades en el tiempo, se denomina programa.
- El plan relacionado con el comportamiento se denomina regla o reglamento.

1.3.3 Importancia de un plan de negocios.

Debido a la necesidad de anticipar los posibles resultados es importante tener un documento que respalde las acciones, estrategias o forma de alcanzar objetivos. *“El plan de negocios es una herramienta de comunicación, que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas, los procesos para el desarrollo de las actividades programadas, los resultados económicos y financieros esperados y las expectativas de crecimiento de la empresa. Esta herramienta es muy útil tanto para nuevas empresas, como para empresas ya existentes que desean incorporar a su actividad nuevos negocios.”*²⁰

La importancia radica en que gracias a una planificación se tendrá una visión más acertada sobre la dirección que se desea; planear es importante porque es una de las

²⁰ Weinberger Karen, “Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio”, 1ª edición, Ediciones Independencia, Perú, 2009.

primeras etapas del proceso administrativo y es aquí donde se establecen las bases para que las demás funciones administrativas se lleven a cabo. Con la planeación se establecen los resultados que se esperan obtener.

1.3.4 Objetivos generales del plan de negocios.

- Dar claridad a una idea de negocio y establecer acciones para llevarla a cabo.
- Estudiar la competencia para definir una estrategia viable.
- Proyectar ingresos y gastos lo más cercanos a la realidad.
- Convertir una idea de negocio en una realidad.

La elaboración de un plan de empresa tiene dos objetivos concretos.

1. **Objetivo Interno.** Permite al promotor de una oportunidad de negocio llevar a cabo un exhaustivo estudio de todas las variables que pueden afectar a dicha oportunidad, aportándole la información necesaria para determinar con bastante certeza una viabilidad del proyecto.

Una vez en marcha, el plan de empresa servirá como herramienta interna para evaluar la marcha de la misma y sus desviaciones sobre el escenario previsto.

Porque entre otras cosas esté; obliga a las personas que están creando la empresa a analizar su idea de negocio sistemáticamente, por lo tanto muestra las lagunas de conocimientos existentes, y ayuda a subsanarlas de forma eficaz y estructurada.

Asegurará que se toman decisiones de forma que se adopte un método bien enfocado y hace surgir la lista de recursos que se van a necesitar y de este modo, permite conocer los recursos que habrá que adquirir, etc.

2. **Objetivo Externo.** Un plan de negocio tiene también como objetivo el de ser la carta de presentación de los emprendedores y del proyecto, ante terceras personas: bancos,

inversores institucionales, organismos públicos y otros agentes implicados a la hora de solicitar cualquier colaboración y apoyo financiero.

La idea de negocio debe de sonar atractiva para un inversor. No consiste en un folleto publicitario de un producto supuestamente asombroso, ni de una descripción técnica, sino, más bien, en un documento de toma de decisiones, que debe dar respuesta a las tres preguntas ¿Cuál es el beneficio para el cliente? ¿Cuál es el mercado? y ¿Cómo ganará dinero?

1.3.5 Características básicas de un plan de negocios.²¹

Al momento de elaborar un plan de negocios se dice que se constituye un documento formal por escrito, que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción.

A continuación se detalla cada una:

Características	Concepto.
Lógico	Su elaboración responde a planteamientos racionales.
Progresivo	Cada parte depende de la anterior siguiendo una cadena en secuencia.
Realista	Constituye un documento eminentemente práctico, basado en la realidad de la empresa y sus potencialidades.
Coherente	Todas las partes de un plan de negocio deben ser consistentes y armónicas entre sí.
Orientación a la acción	Todas las partes de un plan de negocio deben conducir a la ejecución de acciones específicas, claras y precisas.

²¹ Bravo, J, M (1994), Plan de negocios, España, Pág. 65.

1.3.6 Ventajas en la elaboración de un plan de negocios.²²

El elaborar un plan de negocios permite al empresario contar con una serie de ventajas, entre las cuales se encuentra: entender mejor el producto o servicio que se ofrece al consumidor, determinar cuáles son las metas y objetivos que persigue la empresa, anticipar posibles problemas y fallas que se tengan en la ejecución del proyecto, identificar las posibles fuentes de financiamiento, contar con parámetros para medir el crecimiento de la empresa, poseer una herramienta de comunicación para familiarizar a empleados, personal de ventas, proveedores y asociados con los objetivos de la empresa.

Además un plan de negocios permite ahorrar dinero, debido a que enfoca a la organización en lo realmente importante, motivo por el cual su extensión y profundidad dependerá de los requerimientos de financiamiento externo, o de la necesidad de conseguir socios, inversionistas o compradores potenciales de la empresa.

- El plan de negocios muestra en un documento el o los escenarios futuros y más probables con todas sus variables, con el fin de facilitar un análisis integral que pueda ser presentado a otras partes involucradas en el proyecto (inversionistas, socios, bancos, proveedores, clientes).
- Permite imaginar ideas, soluciones y resultados, sin embargo es más importante tener en claro cómo transformarlas en realidad.
- Un plan de negocios es muy flexible y adaptable, se hace de acuerdo al momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse.
- Con un plan de negocios se asegura de que un negocio tenga sentido financiero y operativo, antes de su puesta en marcha. A través de un plan de negocios, se busca la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto.
- Se crea una imagen que permita identificar necesidades, así como prever problemas de recursos y su asignación en el tiempo, teniendo como consecuencia un ahorro.
- Evalúa el desempeño que tiene un negocio en marcha.

²² “Diseño de un Plan de Negocios para la Creación de una Granja Avícola de La especie gallina India Auto sostenible en la Asociación Cooperativa Zapotepaque De R. L. Caserío Milagro de La Roca Cantón Primavera Municipio de Quezaltepeque Departamento De La Libertad”. Maritza Beatriz Najarro González, Andre Javier Peñate Quintanilla y otro, San Salvador, El Salvador, UES 2010.

- Ayuda a hacer una evaluación de la empresa en caso de fusión o venta.
- Es una guía para iniciar un emprendimiento o negocio.
- En las pequeñas y medianas empresas, el elaborar un plan de negocios, permite establecer una distancia considerable y necesaria entre los cambios caprichosos de los empresarios y las decisiones de negocios tomadas en base a la información y análisis.

1.3.7 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

El análisis FODA (fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas), es una herramienta utilizada para estudiar tanto el ambiente interno como externo de una empresa. Cuando la empresa identifica las debilidades buscará los medios para hacer de ellas fortalezas, de igual manera en el ambiente externo tiene que identificar las amenazas para poder afrontarlas y hacer de ellas oportunidades.

*“Se trata de una herramienta analítica que facilita sistematizar la información que posee la organización sobre el mercado y sus variables, con el fin de definir su capacidad competitiva en un período determinado. Por lo general es utilizada por los niveles directivos, reuniendo información externa e interna a efectos de establecer fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)”.*²³

1.3.7.1 Análisis Externo.

En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para la empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía, etcétera. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su desarrollo. La matriz FODA divide por tanto el análisis externo en oportunidades y en amenazas.

²³<http://www.gestiopolis.com/analisis-foda-herramienta-estrategica-de-las-organizaciones/> (Consultado el 16/Julio/2016).

1.3.7.1.1 Oportunidades.

Representan una ocasión de mejora de la empresa. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa. Para identificar las oportunidades podemos responder a preguntas como: ¿existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con la empresa?, ¿qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado?

1.3.7.1.2 Amenazas.

Pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa. Si se identifica una amenaza con suficiente antelación se podrá evitar o convertir en oportunidad. Para identificar las amenazas en organización, se puede responder a preguntas como: ¿qué obstáculos se pueden encontrar?, ¿existen problemas de financiación?, ¿cuáles son las nuevas tendencias que siguen los competidores?

1.3.7.2 Análisis Interno.

En el análisis interno de la empresa se identifican los factores internos claves para la empresa, como por ejemplo los relacionados con: financiamiento, mercadeo, producción, organización, etc. En definitiva se trata de realizar una autoevaluación, dónde la matriz de análisis FODA trata de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa.

1.3.7.2.1 Fortalezas.

Son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Para identificarlas se pueden responder a preguntas como: ¿qué ventajas se tienen con respecto de la competencia?, ¿qué recursos de bajo coste se tienen disponibles?, ¿cuáles son los puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca?

1.3.7.2.2 Debilidades.

Son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades de la empresa se pueden responder a preguntas como: ¿qué perciben los clientes como debilidades?, ¿en qué se puede mejorar?, ¿qué evita que compren?.

1.4 Estructura de un plan de negocio.

La estructura de un plan de negocio varía según el criterio de cada autor; para la Escuela de Negocios de Harvard un plan de negocio está constituido por un resumen ejecutivo, descripción del negocio, análisis del entorno del negocio, análisis competitivo, análisis de mercado, plan de mercado, plan de operaciones, y plan financiero. En cambio para Adrián Roque y Pedro Pierdant es: el resumen ejecutivo, descripción del negocio, análisis de mercado, equipo administrativo, operaciones, riesgos críticos, y pronósticos financieros.

1.4.1 Resumen ejecutivo.²⁴

El resumen ejecutivo es una presentación concisa de los puntos principales del plan de negocio, es una especie de sumario que entrega una visión general del proyecto de negocio

Éste resumen ejecutivo deberá contener los objetivos de la organización, el concepto de negocio, y la función de dicha organización, conforme a los siguientes elementos:

- i. Perfil de la empresa.
- ii. Ventajas competitivas del producto o servicio.
- iii. Identificación del mercado meta.
- iv. Tamaño y tendencias de crecimiento del mercado.
- v. Experiencias y habilidades de los ejecutivos.

²⁴ Escuela de Negocios de Harvard, “Crear un plan de negocios”, 1ª edición, pág. 18, 2009.

- vi. Requisitos financieros.
- vii. Pronósticos de ventas y utilidades.
- viii. Uso de fondos.
- ix. Estrategia de salida.

1.4.2 Análisis e investigación de mercado.

Algo indispensable para lanzar un producto o servicio es conocer su mercado. La investigación de mercado se utiliza para conocer la oferta es decir cuáles son las organizaciones o negocios similares y qué beneficios ofrecen; y para conocer la demanda es decir quiénes son y qué quieren los consumidores.

En la investigación se identifican fuentes de información de importancia para la elaboración de un plan de negocios. Entre ellas las necesidades insatisfechas del mercado, el mercado potencial, el interés de los consumidores, precios a pagar, cuántos son los clientes que efectivamente comprarán, por qué comprarán, qué otros productos o servicios similares compran actualmente.

1.4.2.1 Objetivos del estudio de mercado.

- Identificar una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos y/o servicios existentes.
- Determinar la cantidad de bienes y servicios que los consumidores estarían dispuestos a consumir.
- Conocer los precios que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto o servicio.

1.4.2.2 Definición y naturaleza del producto o servicio.

Comprende la descripción exacta del producto que se elaborará o el servicio que se pretende ofrecer al mercado consumidor, tomando como base las características que un usuario pretende encontrar en el producto o servicio. Los productos por su naturaleza

pueden ser de diferentes tipos: duraderos, de consumo intermedio o final, está clasificación dependerá del uso que se le dé al producto y/o servicio.

1.4.2.3 Análisis de la demanda.

*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.*²⁵

El análisis constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia que tiene en los resultados del negocio que se implantará con la aceptación del proyecto. Así la demanda se define como la cantidad de bienes o servicios que las personas o los consumidores finales necesitan o adquieren según sus necesidades, gustos o preferencias; estos pactados a un precio de común acuerdo entre oferentes y demandantes en un lugar o espacio determinado al que llamarán mercado. El análisis de este elemento (demanda) constituye una parte fundamental en la elaboración del plan de negocio, pues en base a la demanda se harán las proyecciones del volumen de venta que luego servirán para llevar a cabo la producción del bien. Y un buen análisis contribuirá en gran medida a la aceptación del proyecto.

1.4.2.4 Proyección de la demanda.

Existen muchos procedimientos para la proyección de la demanda que van, desde las simples estimaciones o aproximaciones a nivel gráfico, hasta complicados modelos de regresión que independientemente de su complejidad son herramientas cuya confiabilidad depende de la cantidad y calidad de la información disponible. Entre los métodos utilizados pueden mencionarse: *“los métodos subjetivos como Delphi, la investigación de mercados (aplicado al proyecto), consenso de panel y pronósticos*

²⁵ <http://www.definicionabc.com/economia/demanda.php> (Consultado el 18/Julio/2016).

visionarios”²⁶ y “*los métodos estadísticos como el de Mínimos Cuadrados, Medios Móviles y de Ecuaciones no Lineales*”²⁷

En cualquiera de los casos, es importante estimar la demanda futura, pues proporciona la tendencia que ésta seguirá en el tiempo al determinar los volúmenes de ventas en cantidades y valores que se producirán en un momento dado.

1.4.2.5 Análisis de la oferta.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están dispuestos a ofrecer a su mercado objetivo a un precio determinado y en un tiempo, espacio o lugar dado.

El principal propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que los bienes o servicios se ponen a disposición del mercado actualmente o que se estima ofrecer en el futuro, tomando en cuenta los siguientes datos: número de productores, localización, capacidad instalada y utilizada, calidad y precio de los productos, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información de fuentes primarias, secundarias, estadísticas, etc.

1.4.2.6 Análisis de precios.

*“El precio es el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar o disfrutar un bien o un servicio”.*²⁸

Es necesario que para el análisis se tome en cuenta los costos de producción, evaluar la conveniencia de incurrir en costos de comercialización, operación y evaluar los precios existentes en el mercado.

²⁶ Sapag Chain, Nassir y Otros, “Preparación y evaluación de Proyectos”, 3ra. Edición, Mc Graw Hill, Colombia, 1991, Pág. 78 y 79.

²⁷ Baca Urbina Gabriel, “Evaluación de proyectos”, 4ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México, 2010, Pág. 21.

²⁸ <http://www.gerencie.com/precio.html> (Consultado el 19/Julio/2016).

1.4.3 Perfil del negocio.

Se refiere a la información detallada de la empresa sobre sus inicios y los cambios más importantes, experimentados durante su trayectoria, su estructura jurídica y organizativa, finalidad perseguida por la empresa, misión, visión, ubicación y descripción de las instalaciones que posee para operar, además de mencionar los productos o servicios prestados.

1.4.4 Área administrativa.

1.4.4.1 Misión.

Responde a la pregunta ¿Cuál es la esencia de nuestro negocio y cuál queremos que sea? Debe recoger la razón de ser de la empresa, que justifica su existencia. Es la declaración de principios.

Las declaraciones de misión suelen incorporar la gestión de los grupos de interés primarios para la empresa (clientes, empleados, proveedores, y accionistas) y tienen mayor relevancia cuando incorporan las prioridades estratégicas y el posicionamiento de la organización a largo plazo.

1.4.4.2 Visión.

La visión de la empresa responde a la visión o sueño del empresario y suele establecerse por un período superior a los tres años. La visión responde a la pregunta ¿Qué queremos ser o dónde queremos llegar y resume el enfoque estratégico de la empresa en un objetivo inspirador que engloba al resto y es a largo plazo?

1.4.4.3 Objetivos.

Los objetivos estratégicos permitirán llevar la misión y la visión al terreno operativo, nos dan la dirección para hacerlas realidad. Pueden ser financieros y no financieros.

1.4.4.4 Valores.

Son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

1.4.5 Áreas claves del éxito.

Las empresas tienen que prestar atención a la competencia, para aprovechar las ventajas que tienen sobre ellas.

En el plan se detalla las áreas críticas de la empresa y de qué manera se establecerá control sobre ella, y de ésta forma poder alcanzar los objetivos trazados. A fin de priorizar en lo que dará los resultados.

1.4.5.1 Ubicación física de la empresa.

Detallar la ubicación de la empresa es de importancia, esto permite tener un panorama más amplio en cuanto al giro de la empresa, puntos de acceso, cercanías a ciudades o centros comerciales, la existencia de varios servicios básicos como el agua, energía y teléfono, entre otros.

1.4.5.2 Productos y servicios a ofrecer.

Para ubicar al lector del documento qué es lo que ofrece la empresa, debe de describir los productos o servicios que ofrece. Sin embargo, no será necesario profundizar debido a que en la etapa de comercialización se describe con más detalle el producto o servicio.

1.4.6 Área operativa.

1.4.6.1 Organización interna de la empresa.

En éste punto se deberá explicar la forma como estará organizada la empresa, presentando si es posible el diagrama de organización de la empresa, a modo de ilustrar las relaciones entre los puestos trabajo.

1.4.6.2 Capacitaciones necesarias.

Es importante tener claras las áreas estimadas para capacitar a los empleados antes y después de iniciar el proyecto. En algunos casos, las necesidades de capacitación se vuelven más evidentes después de iniciado el proyecto, sin embargo es importante tener en cuenta cuáles podrían ser las destrezas mínimas que necesitará el personal antes de iniciar las operaciones.

1.4.6.3 Detalles de las inversiones necesarias.

Debe detallarse los equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa. Generalmente, en esta sección se incluyen los gastos por acondicionamiento del local, por instalaciones eléctricas o remodelaciones, etc. En los activos de corto plazo, se incluyen el efectivo de inicio, las inversiones en artículos de cómputo y comunicaciones, papelería para facturación, mobiliario, etc. En las inversiones de largo plazo, se incluyen compra de maquinaria, construcciones, etc.

1.4.6.4 Principales procesos de producción.

En esta etapa, no es necesario describir el proceso mecánico, pero si describir las principales etapas del proceso de fabricación, su duración y los principales insumos que utilizará en el proceso.

1.4.7 Área de comercialización.

1.4.7.1 Definición de comercialización.

*“La Comercialización es la actividad como tal que se realiza en el comercio. Es el intercambio o “trueque” que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción”.*²⁹

Según Roberto Dvoskin *“El márketing utiliza diversas herramientas a fin de permitir a las organizaciones satisfacer las necesidades de los consumidores. Las más difundida se sintetizan en las 4 p’s que se definen por cuatro elementos de igual importancia: producto, promoción, plaza y precio.”*³⁰

1.4.7.2 Importancia de la comercialización.³¹

Para alcanzar este objetivo con éxito se deberán analizar las características de los tres mercados, las acciones de la competencia y establecer un plan de mercadeo dirigido a mejorar la imagen incidiendo en factores clave como el precio, la publicidad, la calidad, la distribución y la red comercial entre otros.

El Plan de Mercadeo tiene como finalidad despertar el deseo del público objetivo seleccionado para que se sienta atraído y compre los productos o servicios de la empresa. Para ello, se establecen objetivos comerciales y estrategias para alcanzarlos.

²⁹ <http://conceptodefinicion.de/comercializacion/> (Consultado el 20/Julio/2016).

³⁰ Dvoskin Roberto, “Fundamentos del marketing”, Ediciones Granica S.A., Argentina, 2004.

³¹ <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/marketing-y-comercializacion>. (Consultado el 20/Julio/2016).

1.4.7.3 La mezcla comercial.

*“La mezcla comercial es la acción combinada de varios instrumentos o variables de acción comercial. El quid de la cuestión se halla en encontrar una mezcla o combinación tal que con un coste dado se alcance la mayor eficacia comercial.”*³²

La mezcla de mercadeo o “marketing mix”, en inglés, es la herramienta que utilizan las empresas, para combinar las tácticas de mercadeo, que nos conllevarán a alcanzar los objetivos establecidos.

Estas herramientas son conocidas también como las cuatro “P” del mercadeo.

La mezcla comercial está conformada por:

1.4.7.3.1 Producto.

El producto se define como: *“cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”*³³

Los productos pueden clasificarse en tres grupos, según su durabilidad o tangibilidad.

- Bienes no duraderos: Los bienes no duraderos son bienes tangibles que se consumen normalmente en uno o unos cuantos usos. Como estos bienes se consumen rápido y se compran con frecuencia, la estrategia apropiada es hacerlos accesibles en muchas ubicaciones, cobrar sólo un pequeño margen de ganancia bruta y hacerse mucha publicidad para inducir al consumidor a probarlos y a tener preferencias por ellos.
- Bienes duraderos: Los bienes duraderos son bienes tangibles que normalmente sobreviven a muchos usos. Los productos duraderos normalmente requieren más

³² Dvoskin Roberto, “Fundamentos del marketing”, Ediciones Granica S.A., Argentina, 2004.

³³ <https://jrsmarketingcommunications.wordpress.com/2012/10/24/la-mezcla-de-mercadeo-las-cuatro-p/> (Consultado el 21/Julio/2016).

ventas personales, servicio, un margen elevado y mayores garantías para el vendedor.

- **Servicios:** Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta. Los servicios son intangibles, inseparables, variables y perecederos. Como resultado, requiere normalmente más control de calidad, credibilidad del proveedor y adaptabilidad. Los servicios tienen cuatro características que se deben considerar a la hora de diseñar programas de mercadotecnia, éstas son: intangibilidad (los servicios son intangibles), inseparabilidad (un servicio no puede existir sin sus suministradores, ya se trate de personas o máquinas), variabilidad (los servicios son sumamente variables dependen de quién los proporcione, cuándo y dónde) y carácter perecedero (los servicios no se pueden almacenar).³⁴

El empaque.

Debido al papel que juega el empaque para la comercialización de los productos, es importante tomarlo en cuenta ya que la presentación en primera instancia es la que cuenta, y considerando también que todos los objetos que son creados, cosechados y fabricados por el ser humano en alguna medida requieren el empaque para su almacenamiento, transporte y venta.

Para Kotler el empaque “*es la quinta p de la mezcla de mercadeo y lo define como las actividades de diseñar y producir la envoltura de un producto*”.³⁵

- **Diseño del empaque.**

El empaque identifica la marca, promueve la confianza en los productos de la marca. En la mente del consumidor, es el producto. El empaque es un componente del elemento

³⁴Walter Alfonso Flores Rafael, Rhina Elizabeth Madrid Turcios, UES 2008 “Diseño de un Plan de Negocios de la Asociación de Regantes dos Ríos Del Cantón El Guaje II, Municipio de Santo Tomás, Para la Comercialización de Hortalizas en el Municipio de San Salvador”. San Salvador, El Salvador.

³⁵Kotler, Philip. Dirección de Mercadotecnia. Octava Edición. México. Editorial Prentice Hall. Año 1996. Pág. 457.

producto y también es un medio de exhibición que puede determinar el resultado de la competencia en los estantes minoristas. De hecho, puede ser una ventaja diferencial de una marca, y es la última oportunidad del comercializador para comunicarse con el punto de venta. Son cuatro las consideraciones para su diseño:

- **Identificación.** El empaque es un dispositivo de identificación tan importante que algunas compañías usan el mismo tipo, así como el diseño de etiqueta durante años ¿Por qué? Porque la combinación única de nombre comercial, marca registrada o personaje comercial, identifica con rapidez la marca del producto y la diferencia de los competidores.
- **Contención, Protección y Conveniencia.** El propósito básico de cualquier empaque es contener y proteger al producto, hacerlo fácil de usar. Aunque los comercializadores deben diseñar un empaque llamativo, también deben asegurarse de que mantendrá fresco al producto y protegerá su contenido de daños por el transporte.
- **Atractivo para el consumidor.** El atractivo para el consumidor en el empaque es el resultado de muchos factores, tales como: tamaño, color, material y forma. En esta era de conciencia ambiental, la mercadotecnia verde es un asunto importante para muchas empresas y consumidores por igual. La nueva tecnología ha hecho que los empaques sean ecológicamente seguros y sean costeables para muchas categorías de productos.
- **Economía.** Los costos de identificación, protección, conveniencia y atractivo para el consumidor se añaden a los costos de producción básicos, pero este incremento se puede compensar mucho con el aumento del atractivo para el cliente. Estos beneficios pueden hacer una diferencia considerable para el consumidor y afectan tanto el concepto del producto como a la forma en que se anuncia.

➤ *Clasificación de los empaques.*³⁶

Los empaques se clasifican en tres grupos, estos son:

- Empaque primario.

Es todo aquel que contiene al producto en su presentación individual o básica dispuesto para la venta de primera mano. A este grupo pertenecen las bolsas plásticas, botellas, enlatados y frascos entre otros.

- Empaque secundario.

Es un complemento externo que agrupa varias muestras de empaques primarios, su función es resguardarlo en cantidades que simplifiquen su distribución, almacenamiento e inventario.

Dentro del segundo nivel se encuentran las cajas de cartón, guacales, canastas, bandejas y cajas agujeradas, entre otros. Éstas deben contener ordenadamente las unidades, el recipiente debe ajustarse al producto aprovechando sus dimensiones al máximo.

- Empaque terciario de embalaje o transporte.

El embalaje se utiliza con el fin de integrar cantidades uniformes del producto, ya dispuesto bajo las normas del empaque secundario.

Los materiales se seleccionan de acuerdo a las disposiciones del producto; sin omitir, costos, especificaciones del comprador, estándares internacionales, resistencia, fletes y entorno ambiental.

³⁶ <http://www.gestiopolis.com/clases-de-empaque-y-su-papel-en-la-comercializacion-de-productos/>
(Consultado el 21/Julio/2016).

Entre los empaques más utilizados se encuentran las tolvas, guacales alambrados o clavados, tarimas, canastas y contenedores entre otros.

1.4.7.3.2 Precio.³⁷

Precio es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. En el lanzamiento del producto al mercado, se fija su precio de venta, a razón de precio introductorio y con él, la empresa lo adapta rápidamente al mercado. Su establecimiento es el producto de estudios y no es tentativo o lanzado al azar.

El precio se distingue del resto de los elementos de la mezcla de mercadeo, porque es el único que genera ingresos, los otros elementos, generan costos. Para determinar el precio, es sumamente importante que la empresa tome en cuenta *“Los costos de producción, de distribución, de publicidad, el margen de utilidad que desea obtener, los elementos del entorno, principalmente la competencia, las estrategias de mercadeo adoptadas y los objetivos establecidos”*.

1.4.7.3.3 Canales de Distribución (Plaza).³⁸

Un canal de distribución consiste en el conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de un producto desde del productor al consumidor o usuario final; el canal incluye siempre al productor y al cliente final del producto en su forma presente, así como a cualquier intermediario, como los detallistas y mayoristas. El papel de la distribución dentro de la mezcla de mercadotecnia consiste en hacer llegar el producto a su mercado meta.

³⁷ <https://jrsmarketingcommunications.wordpress.com/2012/10/24/la-mezcla-de-mercadeo-las-cuatro-p/>
(Consultado el 20/Julio/2016).

³⁸ Stanton J. y Etzel J, “Fundamentos de Marketing”, 14ª Edición. Editorial McGraw Hill, México, 2007.

1.4.7.3.4 Promoción.

Desde la perspectiva del mercadeo, *la promoción sirve para lograr los objetivos de una organización. En ella, se usan diversas herramientas para tres funciones promocionales indispensables: informar, persuadir y comunicar un recordatorio al mercado meta.*³⁹

A continuación se presenta cada uno de los elementos que conforman la mezcla de promoción:⁴⁰

- *La venta personal* consiste en promocionar un producto o servicio a través de una interacción directa o personal (“cara a cara”) entre un determinado vendedor y un determinado consumidor individual.
- *La promoción de ventas* consiste en promocionar un producto o servicio a través del uso de incentivos o actividades destinados a inducir al consumidor a decidirse por su compra.
- *La publicidad* consiste en dar a conocer, informar, persuadir o estimular su compra o consumo, y hacer recordar un producto o servicio a los consumidores.
- *Las relaciones públicas* consisten en el conjunto de acciones destinadas a crear y mantener una buena imagen de la empresa, tanto ante el público en general como ante sus propios trabajadores.

1.4.8 Área financiera.

El área financiera de la empresa tiene como objetivo la administración de los recursos financieros con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa. La función financiera incluye el estudio de la cantidad y tipo de recursos financieros que necesita la empresa.

³⁹ Stanton J. y Etzel J, “Fundamentos de Marketing”, 14ª Edición. Editorial McGraw Hill, México, 2007., Pág. 505.

⁴⁰ <http://www.crecenegocios.com/la-promocion-del-producto/> (Consultado el 21/Julio/2016).

1.4.8.1 Presupuesto.

Un presupuesto se necesitará para establecer las operaciones y los recursos que se utilizarán estos expresados en términos monetarios, y así de ésta forma poder lograr los objetivos previamente establecidos.

El presupuesto es una estimación de las condiciones en las que se encuentra la empresa y los resultados a obtener en un período determinado. Es decir medir de manera cuantitativa los objetivos que la empresa se propone alcanzar en cierto período aplicando las estrategias que sean necesarias.

“El proceso presupuestario es un reflejo cuantitativo que se da a través de los presupuestos, los objetivos a corto plazo fijados por la entidad, estableciendo de manera adecuada y oportuna los programas, teniendo en consideración los objetivos a largos plazos.

Un proceso presupuestario depende de varios factores como por ejemplo: requisitos imprescindibles; es decir la empresa debe contar con una estructura organizativa clara y coherente ya que a través de esta gira todo el proceso de asignación y delimitación de responsabilidades.”⁴¹

Las etapas del proceso de planificación presupuestal varían mucho dependiendo del tipo de empresa de que se trate, pero de manera general se tienen las siguientes etapas:⁴²

- 1) Definición y transmisión de las directrices generales a los responsables de la preparación de los presupuestos: la dirección general es la responsable de transmitir a cada área las instrucciones generales, para que estas puedan diseñar sus planes, programas y presupuestos teniendo en cuenta las condiciones fijadas en cada área.

⁴¹ Carlos A. Fagilde, “Presupuesto Empresarial, un enfoque práctico para el aula”, año 2009, pág. 8.

⁴² Carlos A. Fagilde, “Presupuesto Empresarial, un enfoque práctico para el aula”, año 2009, pág. 8-9.

- 2) Elaboración de planes, programas y presupuestos: los responsables de cada área elaborarán el presupuesto considerando las diferentes acciones a realizar para cumplir los objetivos establecidos.
- 3) Negociación de presupuestos: este proceso va de abajo hacia arriba, cada nivel jerárquico afirma los distintos planes, programas y presupuestos aceptados en niveles anteriores. Y conseguir así el equilibrio entre las distintas áreas.
- 4) Aprobación de los presupuestos: esta se da por parte de la dirección general, se evalúan los objetivos que pretende alcanzar la empresa a corto plazo, así como los resultados establecidos.
- 5) Seguimiento y actualización de los presupuestos: una vez aprobado el presupuesto será necesario llevar a cabo el seguimiento o control de la evolución de cada variable establecida.

El presupuesto debe ser integrador es decir debe tomar en cuenta todas las áreas y actividades de la entidad, de manera que cada una de ellas contribuya al logro del objetivo global. Asimismo esté debe ser coordinador ya que los planes de los diferentes departamentos deben ser preparados conjuntamente y en armonía.

Los presupuestos se convierten en un valioso medio de comunicación entre la dirección y el personal al cual se orienta. Permitiendo además conocer la situación económica y financiera que se presenta en la empresa. Por otra parte ayudan a minimizar los riesgos en las operaciones de la entidad.

Dentro de las ventajas que brindan los presupuestos se encuentran:⁴³

- Ayudan a la planeación adecuada de los costos de producción.
- Además cada miembro de la entidad pensará en lograr las metas específicas mediante la ejecución de las actividades que les fueron asignadas.

⁴³ Carlos A. Fagilde, "Presupuesto Empresarial, un enfoque práctico para el aula", año 2009, pág. 14.

- Se replantean las políticas de la entidad de manera periódica si después que se ha evaluado se concluye que no son adecuadas.

Algunas de las limitaciones con las que se enfrenta los presupuestos son:⁴⁴

- El presupuesto debe establecerse con la plena participación de las personas responsables de su realización.
- Se basan en estimaciones.
- Los datos del presupuesto estarán sujetos al juicio o experiencia de la persona que lo realiza ya que son datos estimados.

Entre los motivos por los cuales fracasan los presupuestos tenemos que si las responsabilidades administrativas de cada área no están definidas claramente estos tienden al fracaso y el no tener controles efectivos respecto al presupuesto. Por otra parte el no tener una buena comunicación entre los diferentes niveles impide el aporte de cada encargado para lograr el objetivo global de la empresa.

Clasificación de los presupuestos⁴⁵

- **Según su flexibilidad:**

Rígidos, estáticos o asignados: estos son elaborados para un solo nivel de actividades y no se pueden realizar ajustes.

Flexibles o variables: son elaborados para diferentes niveles de actividades, en este tipo de presupuestos se puede adaptar a las circunstancias del entorno.

⁴⁴ Carlos A. Fagilde, “Presupuesto Empresarial, un enfoque práctico para el aula”, año 2009, pág. 15.

⁴⁵ Carlos A. Fagilde, “Presupuesto Empresarial, un enfoque práctico para el aula”, año 2009, pág. 16 y 17.

➤ **Según el periodo de tiempo:**

A corto plazo: son los que se realizan para cubrir un ciclo de operación que por lo general es de un año o menos.

A largo plazo: dentro de estos se ubican los planes de desarrollo del estado y las grandes empresas.

➤ **Según el campo de aplicación.**

De operación o económicos: debe tenerse en cuenta la planeación detallada de las actividades que se desarrollarán en el siguiente período al cual se elaboran, este se resume en un estado de ganancia o pérdidas. El cual comprende los siguientes presupuestos:

- 1) Presupuesto de venta (preparados por productos, meses o área geográfica)
- 2) Presupuesto de producción: (incluyen gastos directos e indirectos de fabricación)
- 3) Presupuesto de compra: (materia prima, insumos, etc.)
- 4) Presupuesto de costo de producción: (no se incluye el margen de ganancia)
- 5) Presupuesto de flujo de efectivo: este presupuesto debe ser preparado después que todos los demás presupuestos hayan sido elaborados.
- 6) Presupuesto maestro: aquí se deben incluir las principales actividades de la empresa es decir este integra todos los presupuestos de las diferentes áreas de la empresa.

1.4.8.2 Proyección de ventas.

Con la proyección de ventas, que sea lo más real de alcanzar; se establecerán cuáles son los ingresos que se esperan obtener en algún momento en el futuro. Es una predicción para evaluar las tendencias, y así tomar las medidas preventivas.

De igual manera se deben hacer proyecciones de inversión y los estados de resultado para tener de forma detallada los resultados que se esperan obtener.

1.4.8.3 Determinación de la inversión

Normalmente cuando se hace la proyección de un negocio, debe de tomarse en cuenta que debe llevarse a cabo una inversión con la cual se espera conseguir los recursos que son necesarios para que el negocio esté en funcionamiento. En un principio se espera que realizada la inversión inicial, los próximos períodos se recuperen lo invertido y el negocio continúe en marcha.

Esta inversión inicial comprende el activo tangible o bienes necesarios para el funcionamiento mismo del negocio que se pueden tocar tales como los terrenos, equipo, maquinaria, vehículos de transporte, entre otros.

Debe de entenderse como activo intangible a los bienes que la empresa adquiere para su funcionamiento estos incluyen, patentes, marcas, nombres comerciales, contratos de servicios (como luz, teléfono, agua, etc.), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa entre otros.

Para la evaluación de los proyectos es necesario tener un listado de los activos intangibles haciendo un detalle de cada uno de ellos.

1.4.8.4 Estudio de fuentes de financiamiento

En toda empresa ya sea pública o privada se requieren recursos financieros para llevar a cabo las funciones.

Existen dos fuentes de financiamiento, las internas y las externas, las internas son aquellas generadas como resultado de la reinversión de las utilidades de la empresa, venta de activos, depreciaciones y amortizaciones etc. Las externas son las que son otorgadas por terceros ya sean bancos, proveedores etc.

Las fuentes externas son conocidas como apalancamiento financiero y tiene muchas ventajas ya que pueda que incremente sus utilidades pero corre con el riesgo de colocar la empresa en manos de terceros.

Es por esto que la empresa debe de analizar las ventajas y desventajas que el financiamiento externo provoca así como la necesidad de recursos que posee para hacer una buena elección.

1.4.8.5 Estimación de costos

El término costo, es el gasto ocasionado por la producción de algún bien o la oferta de un servicio. Este concepto incluye la compra de insumos, pago de mano de obra, gastos de producción y administrativos.

➤ Costo de Administración

Son los que provienen de realizar funciones administrativas como su nombre lo indica, son aquellos que se incurren en la dirección, control y operación de una compañía.

➤ Costo de venta:

Estos son costos que se realizan generalmente en el área de ventas, los costos que se incurren para hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, estudios relacionados con la búsqueda de nuevos mercados y la publicidad que realiza la empresa para dar a conocer el producto.

➤ Costo Financiero

Estos costos son los que están relacionados con el gasto por la obtención de préstamos.

1.4.8.6 Evaluación financiera

Cuando se habla de evaluación de un proyecto, se refiere a la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones realizadas.

Si no han existido contratiempos, se sabrá hasta qué punto existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para éste 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.

A pesar de conocer una estimación de las utilidades probables del proyecto en un período establecido, no se puede demostrar que en realidad que la inversión propuesta será rentable. Para que se pueda llegar a la conclusión final, si el proyecto se aprueba o no se deben evaluar indicadores tales como:

Valor actual neto (VAN)⁴⁶

Este indicador toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Es decir, que al comparar flujos de efectivo en diferentes períodos de tiempo, los compara en un solo período, llevando todos los valores al presente, actualizándolos o descontándolos a través de una tasa de interés. El criterio VAN para la evaluación financiera, así como el de la TIR, se basan en la utilización de flujos de efectivo descontados y por lo tanto, si toman en cuenta el valor del dinero, a través del tiempo.

Los criterios de evaluación son: si $VAN \geq 0$, acepte la inversión; si $VAN < 0$, recházela.

Tasa interna de retorno (TIR)⁴⁷

Este criterio, toma en consideración el valor del dinero a través del tiempo, por lo que se basa en la utilización de flujos de efectivo descontados.

⁴⁶ Baca U. Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, 6ª edición, McGraw Hill, México, 2010., pág. 182./ <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/jbm/5.pdf> tomado el día 15 de agosto de 2016.

⁴⁷ Baca U. Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, 6ª edición, McGraw Hill, México, 2010. Pág. 184./ <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/jbm/5.pdf> tomado el día 15 de agosto de 2016.

Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión.

Con respecto al criterio de aceptación que emplea el método de la TIR, se concluye que: si la TIR es mayor que la Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (*TMAR es también llamada costo de capital o tasa de descuento. Para formarse, toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: de inversionistas, empresas, y bancos o de una mezcla de inversionistas, empresas y bancos.*), acepte la inversión; es decir, si el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente rentable.

1.5 Conclusión.

El Laboratorio Verde del Centro Escolar Inmaculada Concepción tiene la necesidad de la creación de un plan de negocio que le permita realizar una adecuada administración de la producción generada dentro del mismo. Asimismo, debido a que el Laboratorio Verde no tiene una administración formal, el diseño de un plan de negocios le ayudará tanto a mejorar sus operaciones utilizando sus recursos de una manera eficaz y eficiente, como a tomar decisiones en base a la información obtenida mediante la investigación realizada, evitando así riesgos que afecten su crecimiento y desarrollo. Para lograr ser autosostenibles el Laboratorio Verde debe de realizar una comercialización eficiente, lo cual contribuirá a tener mayores ingresos para continuar autofinanciando su proyecto denominado “Laboratorio Verde”; el cual también tiene como propósito que los alumnos lleven a la práctica lo aprendido en las aulas de clases y que los padres de familia se involucren en las diferentes actividades a realizar junto con sus hijos, para poder obtener conocimientos de las diferentes tecnologías agrícolas, piscícolas y avícolas, con el lema “aprender haciendo”.

Por lo tanto, en el Capítulo I de la presente investigación se establecieron las bases teóricas que sustentan la investigación, que a su vez contribuirán al desarrollo del estudio, debido a la importancia que tiene seguir una metodología de investigación que permita llevar a cabo el diagnóstico de la situación actual del Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción, a fin de presentar conclusiones y recomendaciones efectivas para el logro de los objetivos del mismo.

2 CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GENERADA POR EL LABORATORIO VERDE DEL CENTRO ESCOLAR CATÓLICO INMACULADA CONCEPCIÓN.

2.1 Objetivos de la investigación.

2.1.1 General.

Realizar un diagnóstico de la situación actual de la comercialización de la producción generada por el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción ubicado en el Caserío el Charcón, Municipio de La Libertad, Departamento de La Libertad.

2.1.2 Específicos.

- Establecer los métodos, técnicas e instrumentos adecuados para recabar la información necesaria para la elaboración del diagnóstico sobre la situación actual de la producción generada por el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.
- Analizar el proceso de las operaciones realizadas dentro del Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción mediante la información recopilada en la investigación de campo con el fin de identificar áreas de mejora que beneficien a los mismos.
- Realizar un diagnóstico de la comercialización que contribuya a conocer la situación actual de las operaciones realizadas en el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.

2.2 Importancia.

La importancia de la investigación radica en que permitió conocer la situación actual de la comercialización de la producción generada por el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción. Además se estudiaron los posibles mercados en los que se introducirá el producto. También es necesario mencionar que este conocimiento permitirá aprovechar las oportunidades del mercado al cual se pretende penetrar.

El presente diagnóstico permitió formular conclusiones y recomendaciones necesarias para la elaboración de una propuesta de plan de negocio para la administración de un centro de acopio que permita la comercialización de la producción generada por el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción y así lograr la autosostenibilidad del proyecto mediante la comercialización de los productos,

2.3 Metodología de la investigación.

2.3.1 Métodos de investigación.

El trabajo de investigación se llevó a cabo mediante el método científico, el cual consistió en un proceso destinado a estudiar el problema de manera objetiva y sistemática para dar respuesta al sujeto de estudio, en este caso fue el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.

Por lo tanto los métodos que se utilizaron para efectos de la investigación fueron:

2.3.1.1 Análisis.

En la realización del trabajo de investigación se utilizó el método analítico, el cual consistió en un proceso que tuvo como fin dividir un todo en sus respectivas partes, estudiar cada una de estas por separado y lograr así establecer la asociación que existía entre ellas.

La utilización de este método permitió conocer la relación existente entre el plan de negocio y la comercialización producción obtenida por los estudiantes del Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.

2.3.1.2 Síntesis.

El uso de este método permitió complementar el análisis efectuado, debido a que el método sintético consistió en la operación inversa del método anteriormente nombrado, es decir que este método se encargó de unir las partes en un todo; explicando de forma tentativa la relación existente entre las variables de investigación.

2.3.2 Tipo de investigación.

El tipo de investigación que se utilizó nos dirigió hacia el objetivo general del estudio y sobre la forma en que se recopiló la información o datos necesarios.

En este caso el tipo de investigación que se utilizó, fue en un nivel descriptivo, con el cual se conoció un panorama general respecto a una realidad, es decir se estableció la relación potencial entre las variables comercialización de la producción generada por el Laboratorio Verde y el plan de negocio para la administración de un centro de acopio

2.3.3 Diseño de la investigación.

El diseño de la investigación se realizó bajo un contexto no experimental, el cual consistió en observar el fenómeno tal y como se da en su contexto natural, sin intervenir en el desarrollo de los datos observados, y posteriormente dichos datos fueron analizados, y así se estableció la relación existente entre las variables.

2.3.4 Unidades de Análisis.

- Encargado del área de campo del Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.

- Dueños o encargados de los restaurantes de las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad.
- Personas dedicadas al comercio informal de frutas y verduras en el Mercado Central del Puerto de La Libertad.

2.3.5 Técnicas e instrumentos de investigación.

La recolección de información se realizó a través de técnicas, y por medio de los respectivos instrumentos. Estos permitieron la obtención de la información de importancia y necesaria sobre el estudio realizado.

2.3.5.1 Técnicas.

Las técnicas fueron los medios que se utilizaron para la recolección de la información. Dichas técnicas fueron:

2.3.5.1.1 Encuesta.

Esta técnica permitió la obtención de información relevante y se determinaron características de la problemática que se presentó, el uso del cuestionario nos permitió conocer el comportamiento de los diferentes indicadores en el problema de estudio.

2.3.5.1.2 Entrevista.

Para la entrevista se realizó una reunión con los encargados que están directamente relacionados con el Laboratorio Verde, ya que estos son las personas que dirigen el proyecto y tienen más conocimientos del tema. Este medio nos proporcionó información más completa acerca de la problemática ya que como entrevistadores se tuvo un contacto directo con los entrevistados, permitiendo así poder obtener opiniones y comentarios que abonaron a la investigación

2.3.5.1.3 Observación directa.

Esta técnica permitió conocer la manera en que funciona el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC), tanto su manera de operar como su organización, así como los hábitos, costumbres o cultura del mismo. La observación se utilizó durante las visitas que se realizaron al lugar en estudio, además de lo que se percibió alrededor de éste, lo que ayudo a complementar la información obtenida por las demás técnicas antes mencionadas.

2.3.5.2 Instrumentos.

Fueron los medios que auxiliaron las técnicas, contribuyendo a la recolección de información. Los instrumentos que se utilizaron fueron los siguientes:

2.3.5.2.1 Cuestionario.

Fue el instrumento utilizado por la encuesta, este fue útil para la obtención de información y conocer así la problemática. El cuestionario estuvo estructurado por un conjunto de preguntas cerradas, múltiples opciones y abiertas, para conocer las opiniones de la comercialización y consumo de hortalizas locales.

2.3.5.2.2 Guía de entrevista.

Para la entrevista se utilizó una guía de preguntas. Esta consistió en un listado de preguntas que respondieron las personas entrevistadas.

Para llevarla a cabo se utilizaron preguntas en dos modalidades: estructuradas y no estructuradas. En la primera modalidad se realizaron preguntas secuenciales debidamente ordenadas y la segunda fueron preguntas de manera espontáneas para obtener información de interés para la investigación.

La entrevista fue dirigida a los encargados que estén directamente relacionados con el proyecto Laboratorio Verde.

2.3.5.2.3 Lista de cotejo.

Fue el instrumento utilizado por la observación directa. En la medida en que se realizó la investigación se realizaron las respectivas anotaciones, grabaciones de audio y de video que permitieron obtener información mientras se realizó la visita de campo.

2.3.6 Fuentes de información.

Fueron la referencia de la manera en que se obtuvo la información, las cuales fueron necesarias para llevar a cabo la investigación.

A continuación se detallan las fuentes básicas que contribuyeron a estudiar el problema:

2.3.6.1 Primarias.

Para la realización de la investigación se consideró como fuentes de información primarias toda aquella información recolectada en la investigación de campo, a través de la entrevista, encuestas y de la observación directa, es decir fueron datos recopilados a través de personas que son sujeto de estudio.

Dicha información fue proporcionada por la directora del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) la Licda. Lyane Yanira García Santamaría, el Profesor Luis Calderón encargado del área de campo del Laboratorio Verde, los dueños o encargados de los restaurantes de las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad, los comerciantes informales dedicados a la venta de frutas y verduras del Mercado Central del Puerto de La Libertad, así como a los habitantes y alumnos beneficiados directamente con el proyecto.

2.3.6.2 Secundarias.

Estos fueron datos e información plasmados por otros autores, es decir datos analizados y expuestos para otras personas de las cuales se retomaron aquellas que sean

indispensables para los objetivos que se persiguen. Datos basados en lo bibliográfico y documental.

Haciendo uso de libros, revistas, leyes, sitios virtuales, documentales, publicaciones de otros instituciones que apoyan los proyectos de huertos escolares en el país.

2.3.7 Ámbito de la información.

El trabajo de investigación se realizó en el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) ubicado en Calle Principal 766, Caserío El Charcón, Puerto La Libertad, Municipio de La Libertad, Departamento de La Libertad.

La investigación benefició de una manera directa a:

- La Administración del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC).
- Trabajadores del Laboratorio Verde.
- Y los estudiantes del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC).

De una manera indirecta se benefició a:

- Las personas dedicadas comercio informal de frutas y verduras del Mercado Central del Puerto de La Libertad.
- Dueños o encargados de los restaurantes o comedores de las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico del Puerto La Libertad.
- Las personas que habitan en el Caserío el Charcón, se ven beneficiadas con el proyecto Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC), debido a que los niños de esta zona asisten al Centro Escolar siendo ahí donde ellos reciben las frutas y verduras cosechadas dentro del huerto.

2.3.8 Determinación del universo y muestra.

2.3.8.1 Universo.

El universo de la investigación fue la totalidad de las unidades de análisis sujetas de investigación. Este estuvo compuesto por:

- a) Los dueños o encargados de los restaurantes de las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad, que suman 41 personas.
- b) Las personas dedicadas al comercio informal en el Mercado Central del Puerto de La Libertad, que suman 40 personas.
- c) El encargado del área de campo del Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC).

2.3.8.2 Muestra.

Para la investigación de campo no se realizó ningún tipo de cálculo de muestra, debido a que se utilizó el tipo de muestreo por conveniencia, este es un tipo de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador.

- a) Para la determinación de la muestra de los 41 dueños o encargados de los restaurantes se realizó un censo bajo la modalidad del muestreo por conveniencia tomando en cuenta el criterio de área geográfica, donde se encuentran los restaurantes de las playas El Obispo, el Malecón Turístico y Playa La Paz.
- b) Asimismo se realizó un censo para los comerciantes informales de frutas y verduras que operan en el Mercado Central del Puerto de La Libertad, que suman 40 en total, bajo la modalidad del muestreo por conveniencia tomando en cuenta el criterio del giro del negocio y el área geográfica.
- c) El encargado del área de campo del Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC).

Tanto los restaurantes seleccionados así como el Mercado Central del Puerto de La Libertad se encuentran ubicados en una zona céntrica donde hay mayor afluencia turística y comercial.⁴⁸

2.3.8.2.1 Censo

El censo es el estudio de la totalidad de las unidades de análisis:

- a) Los dueños o encargados de restaurantes de las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad.

Cuadro N°1

Nombre de Restaurante	Dirección	Dirección
Blanqui	Playa el Obispo	1
Restaurante Mariscos Silvia	Playa el Obispo	1
Bertha	Playa el Obispo	1
Susy	Playa el Obispo	1
Restaurante El Farito	Playa el Obispo	1
Restaurante Los Amigos	Calle Principa, Calle El Calvario	1
Marta	Playa el Obispo	1
Restaurante El Hawaiano	Playa el Obispo	1
Restaurante Wendy	Playa el Obispo	1
Restaurante	Playa el Obispo	1
Blanchi	Playa el Obispo	1
Restaurante la Pozada de Don Lito	Hoteles y Restaurantes	1
Restaurante Karla	4ta calle Poniente, Playa La Paz	1
Hotel y Restaurante Terraza	5ta calle Poniente, Playa La Paz	1
Hotel Tony Surf	Playa La Paz	1
Restaurante y venta de cerveza	Final calle El Obispo	1
Restaurante	4ta calle Poniente, Playa La Paz	1
Restaurante Las Olas	Playa el Obispo	1
Bar y Restaurante Ti-Bar	4ta calle Poniente, Playa La Paz	1
Restaurante Cristy	1ra Av. Sur y 4ta calle Poniente, Playa La Paz	1
Restaurante La Marea	Barrio San José calle el Obispo	1
Otros Establecimientos	Playa El Malecón	20
Total		41

Fuente: ANEXO 10, LISTADO DE RESTAURANTES DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

⁴⁸ Véase Anexo 9, “UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PUERTO DE LA LIBERTAD”.

- b) Comerciantes informales de frutas y verduras que operan en el Mercado Central del Puerto de La Libertad, que suman 40 en total.⁴⁹

2.3.8.2.2 Entrevista

Para poder llevar a cabo la investigación se realizó una entrevista al encargado del área de campo del proyecto Laboratorio Verde ya que este trabaja directamente en el proyecto.

Cuadro N°2

Cargo	N° De Trabajadores
Profesor encargado del área de campo del proyecto	1
Total	1

Fuente: Realizado por el grupo de investigación.

2.3.9 Procesamiento de la información.

En esta etapa se procesó la información que se obtuvo tanto de los dueños o encargados de los restaurantes del Puerto de La Libertad como de las personas dedicadas al comercio informal de frutas y verduras en el Mercado Central del Puerto de La Libertad; esta información se utilizó tanto para la realización del diagnóstico, así como para la creación de cuadros y gráficos diseñados en el programa Microsoft Excel.

2.3.9.1 Tabulación.

Consistió en clasificar y ordenar la información en cuadros estadísticos, que reflejaron el objetivo de cada pregunta.

2.3.9.2 Análisis e interpretación de datos

Para obtener una mejor visualización de los resultados obtenidos en la investigación de campo ya tabulados, y poder llevar a cabo un análisis e interpretación adecuados, se diseñaron gráficos de barra o pastel según se presentó el caso.

⁴⁹ Véase Anexo 11, NÚMERO DE COMERCIANTES INFORMALES DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

2.4 Desarrollo del diagnóstico de la situación actual de la comercialización de la producción generada por el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.

2.4.1 Desarrollo y funcionamiento actual del Laboratorio Verde.

El huerto escolar por iniciativa del Ministerio de Educación (MINED) nace con el objetivo de proveer al refrigerio escolar frutas y verduras para mezclar con los productos que el gobierno da a las escuelas para el refrigerio. Pero poco a poco con las capacitaciones que se recibieron por parte de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) cambia el objetivo del huerto por iniciativa de la directora del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) y éste pasa a llamarse Laboratorio Verde, ya que pasa a ser utilizado como una herramienta donde la curricular escolar pueda llevarse a la práctica. Por tal motivo todos los temas ya sean de lenguaje, sociales, matemáticas, ciencia, educación en la fe, ingles se puede adaptar al huerto y que esté sea utilizado como área de práctica para los alumnos (Pregunta 1 del Anexo 2.)

Los productos que se cosechan en el Laboratorio Verde en su mayoría es para el consumo de los alumnos del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC), por el momento es poca la producción que se ha puesto a la venta. Actualmente el Laboratorio Verde funciona con fondos propios y con la ayuda que se obtiene de padres de familia, alumnos, empresarios del Puerto de La Libertad y de los ex alumnos de la escuela, además de contar aún con materia prima como semillas que fueron donados por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (Pregunta 44 y 45 del Anexo 2.)

Dentro de las principales necesidades del Laboratorio Verde se encuentran:

- a) Contar con una persona encargada de la venta y administración del Laboratorio Verde, debido a que el Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) no

cuenta con experiencia en este tipo de proyectos y no sabe qué cantidad debe vender y qué cantidad debe destinar para el consumo de los alumnos, y poder así generar ingresos creando un proyecto autosostenible (Pregunta 7 del Anexo 2.)

- b) Además que no se cuenta con un lugar apropiado para la recolección de la producción. (Lista de cotejo).
- c) También debe realizarse una reingeniería a través de la experiencia obtenida en estos meses identificando que productos se pueden cosechar y que no (Pregunta 10 del Anexo 2.)
- d) No cuenta con un marco filosófico propio como Laboratorio Verde (Lista de cotejo).

2.4.2 Estudio de mercado.

2.4.2.1 Principales proveedores y clientes.

Para poder realizar el cultivo y la venta de los productos en el Laboratorio verde, este necesita de dos componentes importantes en el proceso productivo; como lo son los proveedores y los clientes.

Los proveedores son quienes se encargan de proveer las materias primas y los materiales necesarios para llevar a cabo la producción, es importante mencionar que dichos materiales han sido donados por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), pero esta institución adquirió dichos materiales en EL SURCO, siendo esta una de las instituciones que distribuye insumos agropecuarios, concentrados y otras líneas de productos para este rubro. (Pregunta 24 del Anexo 2.) Además el Laboratorio Verde obtuvo importantes aportes comunitarios de personas del caserío donde está ubicado el Laboratorio Verde, empresarios o ex-alumnos de la escuela aportaron algunos materiales también.

Los clientes son las personas que tienen la capacidad económica de adquirir productos.

a. Principales proveedores

Cuadro N°3

MATERIAL	PROVEEDOR
Pala	Aporte comunitario
Pala dúplex	Aporte comunitario
Chuzo	Aporte comunitario
Azadón	Aporte comunitario
Bomba de mochila	Aporte comunitario
Bomba Achicadora	Aporte comunitario
Cinta de goteo	Aporte comunitario
Carretilla	Aporte comunitario
Baldes	Aporte comunitario
Tubo PVC de 2 pulgadas psi	FAO
Tubo PVC de 1 ½ pulg. 250 psi	FAO
Tubo PVC de 1 ½ pulg. 165 psi	FAO
Válvulas de paso de 1 ½ pulg.	FAO
Válvulas de paso de ½ pulg.	FAO
Codos de 1 12 pulg	FAO
Reductores de 1 ½ pulg. a 1	FAO
Cruceros de 2 pulg	FAO
T de 1 ½	FAO
Pegamento PVC	FAO
Depósito de agua de 2500 litros	FAO
Tubo galvanizado de 2 y 3 pulg	FAO
Juego de elevadores y llaves	FAO
Cinta de goteo	FAO
Semilla de pepino	FAO
Semilla de tomate	FAO
Semilla de chile verde	FAO
Semilla de chipilín	FAO

Semilla de ejote de rienda	FAO
Regaderas	FAO
Fertilizantes	FAO
Venenos para plagas	FAO
Jabas	FAO
Concentrado para tilapia	FAO
Alevines	FAO
Gallinas ponedoras	FAO
Concentrado de postura	FAO
Tubo galvanizados	FAO
Lamina zinc- Alum	FAO
Malla ciclón	FAO
Ladrillos saltex	FAO
Cemento	FAO
Arena	Aporte comunitario
Grava	Aporte comunitario
Hierro	Aporte comunitario

Fuente: ANEXO 1, CARTA CONVENIO ENTRE AMIGOS DE LA NATURALEZA CENTRO ESCOLAR INMACULADA CONCEPCIÓN Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA (FAO).

b. Principales clientes en el municipio de La Libertad.

Cuadro N°4

CLIENTES
✓ Padres de familias de alumnos del CECIC.
✓ Alumnos del CECIC.

Fuente: ANEXO 2, ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROFESOR DEL CECIC LUIS CALDERÓN ENCARGADO DEL ÁREA DE CAMPO DEL LABORATORIO VERDE.

2.4.2.2 Determinación del mercado meta.

El segmento objetivo fue el mercado informal, y el consumidor final; el mercado informal estuvo compuesto por los puestos del Mercado Central del Municipio del Puerto de La Libertad. Dentro del consumidor final se encuentran los restaurantes y comedores de las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico, además de los padres de familias del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) y alumnos.

De acuerdo a la información obtenida en las encuestas el consumidor final en su mayoría está dispuesto a comprar frutas y verduras a proveedores locales. (Pregunta 19 del Anexo 5 y del Anexo 6).

El segmento del mercado informal en su mayoría compra los productos en el Mercado La Tiendona, pero manifestaron también que estarían dispuestos a comprar a un nuevo proveedor.

Finalmente, la mayor parte del mercado informal manifestó que las frutas y verduras son adquiridos principalmente los fines de semana y los días de vacaciones a nivel nacional (Pregunta 11 del Anexo 5 y Pregunta 10 del Anexo 6), aunque el consumo de estos productos se manifiesta todo el año puesto que forman parte esencial de la alimentación diaria de las personas, lo que le favorece al productor ya que representa un mercado meta en crecimiento y por ende una producción continua

2.4.2.3 Análisis de la competencia.

El negocio de frutas y verduras actualmente se enfrenta a una competencia fuerte; esto se debe a la creciente oferta del producto, especialmente en el Mercado Central del Puerto de La Libertad, y sus alrededores. Debido a que está en una zona cubierta por proveedores de otro municipio como San Salvador (Mercado La Tiendona). Y en el Puerto de La Libertad incluso otros productores que buscan de cierta manera ampliar su mercado y deshacerse de la competencia (Pregunta 16 del Anexo 5 y del Anexo 6.)

En el Mercado Central del Puerto de La Libertad hay una gran variedad de productores que ofrecen frutas y verduras con atributos muy atractivos como: precio, tamaño, etc. pero es importante destacar que el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) cuenta con la confianza de los clientes en cuanto a precio y calidad.

Asimismo los dueños o encargados de los restaurantes y negocios del mercado informal de frutas y verduras mostraron interés en adquirir estos productos aunque no conocen los productos que cultivan y cosechan dentro del Laboratorio Verde del CECIC (Pregunta 19 del Anexo 5 y del Anexo 6).

2.4.2.4 Situación actual del mercado.

A continuación se menciona la situación actual de la mezcla comercial (4 P's) actual del Laboratorio Verde:

2.4.2.4.1 Producto.

El Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción cuenta con la producción de ciertas frutas y verduras tales como: chile verde, pepino, berenjena, papaya, chipilín, camote, yuca, plátano, maíz, entre otros. Asimismo estos tienen corrales con gallinas ponedoras que son las que generan los huevos, pero con el tiempo estas gallinas dejaron de producir la cantidad de huevos que al inicio del proyecto, es por ello que los corrales de gallina están pausados debido al alto costo que se genera en la compra del concentrado; tanto las frutas y verduras son sembradas y cosechadas dependiendo de la época del año.

Ninguno de los productos que se comercializan en el Laboratorio Verde son empacados, esto se debe a que el principal cliente de este son los alumnos del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) y las familias aledañas al huerto. En cuanto a la opinión de los encargados o dueños de los restaurantes visitados en las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad comentaron que es

importante el uso de empaque al momento de realizar la compra de huevos, frutas y verduras dado que esto les da la perspectiva de una mayor higiene (Pregunta 14 del Anexo 5).

Mientras que los comerciantes informales de frutas y verduras opinaron que el uso del empaque no es importante pues así el cliente se puede asegurar de la calidad del producto que compra (Pregunta 13 del Anexo 6). Es por esto que los vendedores de frutas y verduras no utilizan ningún tipo de empaque para comercializar las frutas y verduras, puesto que dichos productos son almacenados en cajas de cartón o jabas plásticas y en estos recipientes son llevados a los clientes, siendo el vendedor quien se encarga de ofrecer el producto en bolsa plástica.

Sin embargo para que el Laboratorio Verde logre posicionarse en el mercado es importante hacer uso de algún tipo de empaque, principalmente por la imagen del producto dándole así una identificación mediante una etiqueta u otro distintivo propio de estos productos.

Tanto los dueños o encargados de los restaurantes como para las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el Mercado Central del Puerto de La Libertad consideraron que tanto el precio como la calidad son los factores que más influyen al momento de realizar la compra de huevos, frutas y verduras (Pregunta 13 del Anexo 5 y Pregunta 12 del Anexo 6).

2.4.2.4.2 Precio.

En el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC), fijan el precio de sus productos con base al criterio de cómo se encuentren en el mercado. El precio es determinado mediante un sondeo realizado por el responsable del área de campo en los supermercados, Mercado Central del Puerto de La Libertad o negocios dedicados a la venta y compra de frutas y verduras; asimismo el precio depende de la época del año.

Mediante la investigación de campo se realizó un sondeo de los precios de compra tanto de los dueños o encargados de los restaurantes de las playas del Puerto de La Libertad como de las personas dedicadas al comercio informal en el Mercado Central del Puerto de La Libertad:

Cuadro N°5

Alternativas	Dueños o encargados de los restaurantes	Comerciante informal de frutas y verduras
Chile verde	\$0.10 - \$0.15 la unidad	\$9 - \$10 de chiles verdes
Pepino	\$0.16 - \$0.20 la unidad	\$11- \$12 de pepinos
Papaya	\$0.75 - \$1.00 la unidad	\$10- \$12 de papayas
Berenjena	\$0.16 - \$0.20 la unidad	\$0.15-\$0.20 de berenjenas

Fuente: Preguntas 2, 3, 4, 5, 6 y 7 cuestionario dirigido a dueños o encargados de los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y playa La Paz del Puerto de La Libertad y Preguntas 2, 3, 4, 5 y 6 cuestionario dirigido a las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el Mercado Central del Puerto de La Libertad

Cuadro N°6

Precios promedios obtenidos de la página del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Alternativas	Unidad de medida	Precio
Chile verde	Unidad	\$0.10 centavos
Pepino	Unidad	\$0.10 centavos
Papaya	Unidad	\$1.00
Berenjena	Unidad	\$0.20 centavos
Chipilín	Unidad	\$0.25 centavos
Camote	Libra	\$0.35 centavos
Yuca	Libra	\$0.20 centavos
Plátano	Unidad	\$0.14 centavos
Maíz	Quintal	\$19.15

Fuente: <http://www.mag.gob.sv/direccion-general-de-economia-agropecuaria/estadisticas-agropecuarias/informe-diario-de-precios-de-productos-agropecuarios/> (Consultado el 23/ Octubre / 2016).

2.4.2.4.3 Canales de Distribución.

Los canales de distribución utilizados actualmente por el Laboratorio Verde son de dos tipos:

- Canal de distribución directo: Laboratorio Verde - Consumidor final (Familias del Charcón y estudiantes del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC), y
- Canal de distribución Indirecto: Laboratorio Verde – Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) - Consumidor final (Padres de familias y estudiantes del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción).

Otro canal indirecto para Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) podría ser los mayoristas, según la opinión de las personas dedicadas al comercio informal de frutas y verduras en el Mercado Central del Puerto de La Libertad indicaron que su principal proveedor son los distribuidores mayoristas. En cuanto a los dueños o encargados de los restaurantes de las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad consideraron que su proveedor principal es el Mercado Central del Puerto de La Libertad (Pregunta 16 del Anexo 5 y del Anexo 6).

2.4.2.4.4 Publicidad y promoción.

En cuanto a la publicidad que brinda el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) no realiza ninguna actividad para dar a conocer su producto, excepto la publicidad popular entre la comunidad estudiantil, las familias del Charcón y el mismo Centro Escolar, conocida también como la publicidad de boca a boca; es decir que los mismos clientes recomiendan las hortalizas a otros consumidores (Pregunta 37 del Anexo 2.)

En cuanto a la promoción el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) no ofrece ningún tipo de promoción a sus clientes; aunque no descartan la posibilidad de realizar dichas actividades en un futuro.

2.4.3 Administración y organización.

2.4.3.1 Estructura del negocio.

El Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) es un huerto escolar dedicado a la producción de hortalizas, que nació por iniciativa del Ministerio de Educación, como una idea de huerto donde se produjeran frutas y verduras que se utilizarían como complementos para el refrigerio diario de los estudiantes (Pregunta 1 del Anexo 2.). Posteriormente en el año 2012, la directora del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) la Licda. Leane Yanira García Santamaría lo implementa como Laboratorio Verde un área donde no solo se cultivan frutas y verduras sino un área en donde los alumnos lleven a la práctica lo aprendido.

La carencia de planes, políticas, procedimientos y herramientas administrativas es el motivo que origina que el Laboratorio Verde improvise en el desarrollo de sus actividades y procesos de comercialización, además no tiene definida la misión, visión y objetivos que les guíe en la ejecución de sus actividades (Anexo 7 Lista de cotejo). Tiene una estructura organizativa descentralizada; debido a que las decisiones respecto a las operaciones de venta, producción, administración y finanzas, son ejercidas por la directora del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) la Licda. Leane Yanira García Santamaría y el Profesor Luis Calderón encargado del área de campo del Laboratorio Verde. No posee organigrama, ni un manual de funciones que delimite las actividades a realizar (Anexo 7 Lista de cotejo). La escasez de recursos humanos dificulta en gran medida la operatividad del Laboratorio Verde. Asimismo no poseen un registro contable formal propio del Laboratorio Verde que respalden las actividades y procesos que realizan (Mercadeo, producción, administración y finanzas) (Pregunta 1 y 40 del Anexo 2.)

2.4.3.2 Tendencias del medio ambiente.

Las granjas y huertos escolares se enfrentan hoy en día a un medio ambiente externo muy cambiante. Uno de los factores más influyente en sus operaciones es el factor climático, pues debido a éste puede haber una escasez de producción. Asimismo el factor climático genera irregularidad en los precios de venta y en la calidad de los productos (Pregunta 1 del Anexo 2.)

Otro factor que incide en la producción de frutas y verduras es la contaminación del suelo y las plagas que se ven más proliferadas en verano (Pregunta 12 del Anexo 2.)

2.4.4 Área de producción.

El espacio físico que dispone el Laboratorio Verde para realizar la producción es de tres manzanas y media de terreno, es decir 24 tareas (de 700 varas cada tarea) aproximadamente, acondicionado para desarrollar todas la actividades del proceso.

Actualmente la producción dentro del Laboratorio Verde, es el siguiente (Pregunta 17 del Anexo 2):

- El pepino es lo que más se produce, este se cosecha a los 45 días y se realizan tres cortas por mes, de cada corta se obtienen 1,000 pepinos aproximadamente.
- El chile verde que se produce se cosecha a los 60 días y se realiza la corta cada ocho días, de cada corta se obtienen 150 chiles verdes aproximadamente.
- La producción de papaya que se produce se cosecha a los 5 meses y se realiza la corta cada ocho días, de cada corta se obtienen 80 papayas aproximadamente.
- En la producción de tomates hay dificultades debido a que este solo se cosecha en clima fresco.
- La producción de chipilín que se produce es de 200 manojos por cosecha.
- La producción de camote que se produce es de 200 unidades por cosecha.
- La producción de yuca que se produce es de 6 unidades por cosecha.
- La producción de plátano que se produce es de 150 unidades por cosecha.
- La producción de maíz que se produce es de 3,000 unidades por cosecha.

2.4.4.1 Análisis del proceso productivo.

A continuación se detalla el proceso productivo de los cultivos del Laboratorio Verde:

Cuadro N°7

Proceso productivo de las hortalizas	
✓ Siembra	Se lleva a cabo la siembra de las semillas de la fruta o verdura que se pretenda cultivar.
✓ Riego y abono de cultivos	Se mantiene un constante riego y se abona el cultivo.
✓ Recolección en el campo.	Luego que los cultivos cumplen con el tiempo para su cosecha, son cortados y depositados en recipientes.
✓ Limpieza de hortalizas	Cuando los productos son cortados se hace la limpieza de los cultivos, si estos así lo requieren, utilizando agua, mantas etc.
✓ Traslado al Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC)	Luego que los cultivos son limpiados y depositados en jabas, sacos, bolsas etc. Son trasladados al Centro Escolar para que se comercialicen.

Fuente: Pregunta 13 entrevista dirigida a Profesor del CECIC Luis Calderón encargado del área de campo del Laboratorio Verde

2.4.4.2 Recursos utilizados.

2.4.4.2.1 Utensilios.

Debido a la dimensión del Laboratorio Verde, se utilizan utensilios básicos para el cultivo casero.

Para el cultivo de frutas y verduras se utilizan palas, rastrillos carretillas, azadones, jabas para depositar los cultivos cortados, machetes, huacales y bolsas plásticas, en cuanto al sistema de riego se utiliza el riego por goteo (Pregunta 14 del Anexo 2.)

2.4.4.2.2 Materiales.

Para el cultivo de las frutas y verduras, se utilizan materiales directos e indirectos los cuales se detallan a continuación:

Cuadro N°8

Materiales directos	Materiales indirectos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Semillas ✓ Abono. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empaques

Fuente: Pregunta 1 entrevista dirigida a Profesor del CECIC Luis Calderón encargado del área de campo del Laboratorio Verde.

2.4.4.2.3 Mano de Obra.

El Laboratorio Verde es utilizado en su mayor parte para fines académicos, esté solamente tiene dos trabajadores, uno a tiempo completo y otro el Profesor encargado del área de campo que trabaja por las tardes, y de estos solamente el trabajador a tiempo completo tiene un salario de \$200.00, estas personas se encuentran caracterizadas dedicarse a la agricultura y con deseos de contribuir a la educación, y a una buena alimentación, aun no teniendo el Laboratorio Verde una estructura definida, el espíritu de trabajo y con asesoría técnica, les permite conocer sus funciones las cuales están únicamente orientadas al cultivo.

El Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) solamente presupuesta un empleado a tiempo completo y el profesor Luis Calderón a medio tiempo ya que el proyecto por sí solo no puedo financiarse (Pregunta 2 del Anexo 2.)

2.4.4.3 Infraestructura.

Actualmente el espacio de cultivo es de tres manzanas y media de terreno, es decir 24 tareas (de 700 varas cada tarea) aproximadamente, el Laboratorio Verde no dispone de un lugar adecuado para el tratamiento de las frutas y verduras, solamente tienen una pequeña cocina y mesa de concreto donde limpian y empacan los productos que mide únicamente 2 metros de largo y medio metro de ancho el cual es utilizado tanto para limpieza y empacado de los productos (Anexo 7 Lista de Cotejo).

2.4.4.4 Análisis de los costos.

En esta área se identificó que el personal del Laboratorio Verde no toma en cuenta criterios técnicos para la fijación de precios, es decir no considera los costos fijos o variables que se utilizan para el cultivo. Según menciona el profesor del área de campo del Laboratorio Verde el precio se establece a través de un sondeo de precios en el Mercado Central del Puerto de La Libertad y depende de eso el precio que ellos le asignen a los productos (Pregunta 34 del Anexo 2.)

También el proyecto aún se mantiene con las donaciones que la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) les dio en su comienzo, para septiembre 2016 no se han realizado compras de materias primas, ya que el proyecto tiene mucho apoyo por parte de los padres de familia y personas cercanas al Centro Escolar que le apuestan a la formación de los estudiantes en el sector agrícola (Pregunta 44 y 45 del Anexo 2.)

2.4.5 Aspectos financieros.

Con respecto al financiamiento de las operaciones que se realizan en el Laboratorio Verde, el Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) es el encargado de hacer los desembolsos que el profesor encargado del área de campo estime necesarios para el uso dentro del proyecto. Es el Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) quien lleva el registro de los ingresos y salidas que dentro del Laboratorio se generan. El profesor encargado del área de campo menciona que no se cuenta con recibos para un control adecuado de las ventas que el Laboratorio Verde genera (Pregunta 41 del Anexo 2.)

El proyecto es financiado directamente por el Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC), desde su creación éste se ha desarrollado con fondos propios y nunca ha requerido un préstamo para su ejecución, debido a que ellos tienen los recursos financieros suficientes para suplir las necesidades del proyecto (Pregunta 43 del Anexo 2.)

Por tratarse de un centro escolar personas cercanas al Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) brindan apoyo en especies haciendo donaciones de equipo si este lo requiere, por lo tanto el Laboratorio Verde no se ve afectado en desembolsos de dinero, porque los mismos padres de familias y docentes de la escuela brindan su apoyo en momentos que el proyecto requiera la necesidad de adquirir insumos o equipo (Pregunta 45 del Anexo 2.)

2.5 Alcances y limitaciones de la investigación.

2.5.1 Alcances.

En la investigación de campo realizada se confirmó la necesidad que tiene el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) de fortalecer el área administrativa y de comercialización del proyecto.

Con la información obtenida se analizarán las oportunidades y amenazas que el Laboratorio Verde tiene, en este caso se podrá hacer una propuesta para aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas.

2.5.2 Limitaciones.

En el desarrollo de la investigación se presentó la dificultad que de las 2 personas a entrevistar, solamente la primera logró ser entrevistada mientras que la segunda no pudo responder a la entrevista por limitantes en cuanto al tiempo; sin embargo se obtuvo la información que se esperaba con la entrevista realizada.

Dado a la disposición de tiempo por parte de la administración del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) la investigación presentó contratiempos debido a que la información requerida no fue proporcionada en el momento que fue solicitada.

2.6 Conclusiones y recomendaciones.

2.6.1 Conclusiones.

- 2.6.1.1. La ayuda brindada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) ha contribuido al desarrollo del Laboratorio Verde debido a que esta se ha encargado de capacitar al personal encargado tanto en el área de producción como en la adaptación de la curricular escolar al Laboratorio Verde.
- 2.6.1.2. La ausencia de planes, políticas, procedimientos y herramientas administrativas es la causa que origina que el Laboratorio Verde improvise en el desarrollo de sus actividades y procesos.
- 2.6.1.3. La ausencia de publicidad y propaganda de los productos del Laboratorio Verde hace que muchos de los clientes potenciales desconozcan de la producción que se genera dentro del mismo.
- 2.6.1.4. Los factores que mayormente influyen en la decisión de compra de los clientes al momento de adquirir los productos son el precio y calidad.
- 2.6.1.5. Algunos de los métodos y técnicas de cultivo que se utilizan dentro del Laboratorio Verde son tradicionales.
- 2.6.1.6. El proyecto Laboratorio Verde cuenta con una infraestructura distribuida de una forma correcta para el cultivo, pero no posee área para el tratamiento y limpieza de los productos lo cual hace el proceso ineficiente.
- 2.6.1.7. Se identificó que el Laboratorio no cuenta con un control de los costos que se generan al llevar a cabo la producción, y del mismo modo no cuenta con registros de ingresos de lo vendido.
- 2.6.1.8. La necesidad de personal encargado de la administración y comercialización es evidente, ya que quienes están a cargo solamente tienen funciones de producción.

2.6.2 Recomendaciones.

- 2.6.2.1. Promover y mantener la relaciones con instituciones públicas, privadas y con la comunidad, quienes son las que aportan económicamente o en especie al Laboratorio Verde.
- 2.6.2.2. Proponer un plan de negocios que permita al Laboratorio Verde planificar, organizar, dirigir y controlar todas las acciones que se realizan dentro del mismo, lo cual conlleve a realizar un trabajo eficaz y eficiente con los recursos disponibles.
- 2.6.2.3. Se sugiere hacer publicidad por medio de volantes sencillos elaborados en un taller por alumnos del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) con el objetivo de darse a conocer con los potenciales clientes.
- 2.6.2.4. Se sugiere mantener factores como la calidad y el precio en los productos, debido a que estos factores son los que los consumidores consideran de mayor importancia al momento de realizar la compra.
- 2.6.2.5. Adoptar métodos y técnicas de cultivo innovadoras que permitan al Laboratorio Verde mantener una producción constante durante todo el año de los productos con mayor demanda en el mercado.
- 2.6.2.6. Se sugiere construir un centro de acopio para el tratamiento y limpieza de los productos, de esta manera se mejorará el proceso productivo.
- 2.6.2.7. Llevar un registro de las operaciones que se realizan dentro del Laboratorio Verde, para determinar si la inversión es recuperada y si se obtienen beneficios para el autosostenimiento del proyecto.
- 2.6.2.8. Contratar a una persona que cumpla con el rol de administrador y comercializador de los productos.

3 CAPÍTULO III

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN GENERADA POR EL LABORATORIO VERDE DEL CENTRO ESCOLAR CATÓLICO INMACULADA CONCEPCIÓN (CECIC).

3.1 Importancia.

La importancia de la presente propuesta radica en generar demanda de frutas y verduras, además promover y comercializar estos productos tanto en restaurantes de las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico, como en el Mercado Municipal del Puerto de La Libertad

Así mismo se muestra el desarrollo de la mezcla de comercialización donde se dan a conocer cursos de acción mediante estrategias de producto, precio, plaza y promoción que contribuyan a la penetración en el mercado de frutas y verduras, y al posicionamiento en la mente del consumidor y de esta forma persuadir la decisión de compra de los consumidores.

También se muestra un plan de mercadotecnia donde se describe el mercado meta, demanda aparente, comercialización del producto, estrategias de comercialización, etc.

Actualmente el Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) no cuenta con ningún plan destinado a la administración y comercialización de sus productos lo que le dificulta el posicionarse de manera adecuada en el mercado, es por eso importante dentro de esta propuesta definir la finalidad de un plan de negocios ya que ayudara a enfocar su objetivo como organización haciendo uso de la información y análisis adecuados.

3.2 Resumen ejecutivo.

La propuesta de plan de negocios elaborada para el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (CECIC) es con el propósito de comercializar la producción generada; éste se encuentra ubicado en Calle Principal 766, Caserío El Charcón, Puerto La Libertad, Municipio de La Libertad, Departamento de La Libertad, El Salvador. Los beneficios que se esperan obtener con la ejecución de este plan de negocio es lograr la autosostenibilidad aún más de la que ya posee, generación de empleo, aprovechamiento de los recursos con los que se cuenta, como el turismo y la comercialización en este municipio. Según el estudio de mercado realizado la aceptación del producto es del 88% para los dueños o encargados de los restaurantes visitados en las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad y un 60% para las personas dedicadas al comercio informal de frutas y verduras en el Mercado Central del Puerto de La Libertad. Los productos que se cultivan dentro del Laboratorio Verde son chile verde, pepino, berenjena, papaya, chipilín, camote, yuca, plátano, maíz, entre otros. La venta se realizará al mercado mediante un vendedor cuyo transporte de distribución será una moto de carga, asimismo se realizaran ferias agronómicas donde se hará publicidad y promoción de los productos a través de banners, volantes, lápices y bolsas ecológicas. El precio de venta se establecerá conforme a información estadística proporcionada por el MAG respecto a precios de frutas y verduras manejados en los mercados informales. El proceso de producción de los cultivos que se siembran y cosechan varía debido a la diferencia y particularidad de cada uno de estos. Sin embargo, el proceso de producción de las frutas y verduras puede generalizarse en etapas tales como siembra, riego, abono, recolección, traslado y procesamiento a las diferentes áreas del centro de acopio propuesto. Para iniciar el plan de negocio, se realizará una inversión inicial de \$4,624.63 la cual será aportada por parte de las ventas realizadas, por lo tanto el proyecto trabajará con capital propio. De acuerdo a las proyecciones financieras, se espera que al finalizar el primer año de operación las utilidades sean de \$2030.68 con un Valor Actual Neto (VAN) de \$741.49 y con una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 35.06 %.

3.3 Objetivos.

3.3.1 General.

Proponer un plan de negocio que contribuya a la comercialización de la producción generada por el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.

3.3.2 Específicos.

- Elaborar un marco filosófico debido a que este representa una parte importante para dar inicio al rumbo del plan de negocio.
- Diseñar un plan de mercado que permita posicionarse en la mente de los futuros consumidores.
- Establecer puntos de distribución para promover ventas que contribuyan a incrementar los ingresos y ser así autosostenible.

3.4 Marco filosófico de la propuesta para el Laboratorio Verde del Centro Escolar Inmaculada Concepción.

3.4.1 Misión.

Somos un Laboratorio Verde que practica la agricultura desarrollando en los alumnos las habilidades y capacidades en el cultivo de frutas y verduras, con el fin de dar alimentación a los estudiantes del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción y satisfacer la demanda de los consumidores, trabajando para que el proyecto sea auto sostenible.

3.4.2 Visión.

Ser una unidad comprometida con la comunidad educativa en la que se practique lo aprendido en las aulas, desarrollando en los estudiantes habilidades de horticultura y

emprendedurismo, y así cultivar en el Laboratorio Verde la oportunidad de consumir y comercializar la producción obtenida, utilizando técnicas de vanguardia en cultivo orgánico para mejorar la alimentación tanto de los estudiantes como la de los clientes.

3.4.3 Valores.

- Respeto: evidenciar respeto hacia las demás personas y cuidado del medio ambiente.
- Responsabilidad: cumplir con las obligaciones asignadas teniendo cuidado de hacer o decidir algo, ya que el resultado de cumplir o no las obligaciones, recaen sobre uno mismo.
- Trabajo en equipo: trabajo hecho por varias personas donde cada uno hace una parte pero todos con un objetivo común.
- Solidaridad: disponibilidad para ofrecer el tiempo para ayudar a otro cuando es necesario.
- Tolerancia: demuestro respeto al otro cuando es diferente a mí capacidad de decisión, y visiones diferentes.
- Perseverancia: esfuerzo continuo y búsqueda de soluciones ante las dificultades que puedan surgir en la realización de las actividades dentro del Laboratorio Verde.
- Laboriosidad: Cumplir con las tareas, labores y deberes que me son asignados en el Laboratorio Verde.

3.4.4 Objetivos del Laboratorio Verde.

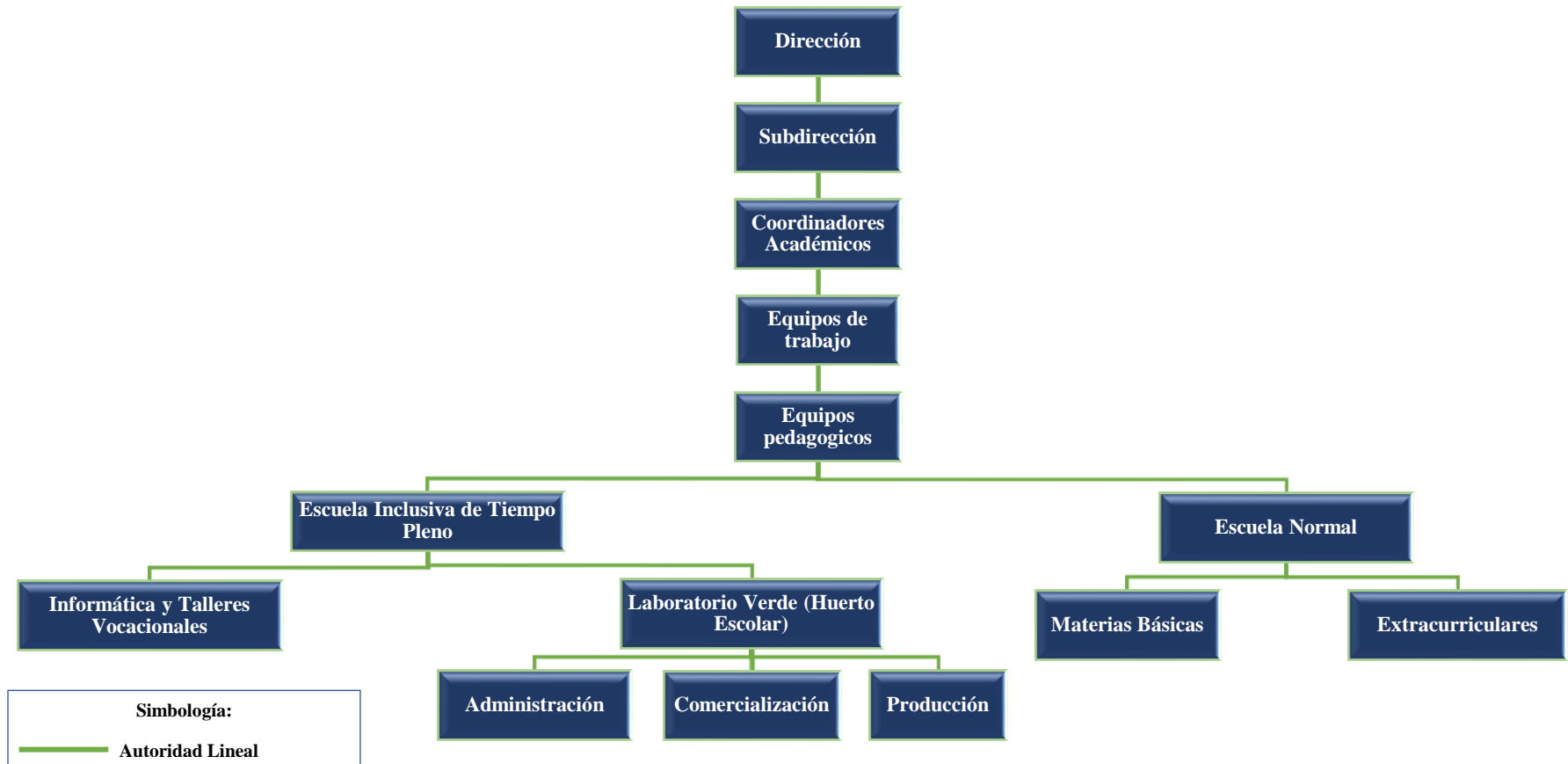
- Enseñar a los niños a cultivar hortalizas y mejorar así su formación académica.
- Mejorar la alimentación de los niños y hacer conciencia de la importancia de tener una buena alimentación con frutas y verduras.
- Hacer conciencia a los niños y padres de familia de la importancia de cuidar el medio ambiente.
- Fortalecer los lazos de amistad entre los niños de las diferentes secciones, practicando valores como el respeto, la responsabilidad y el trabajo en equipo

3.4.5 Organigrama.

Figura N° 2

Organigrama propuesto para el Laboratorio Verde del CECIC.

Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción



Fuente: Elaborado por el grupo de investigación.

Fecha: 11 de febrero de 2017.

3.4.6 Requerimiento de Talento Humano (Mano de Obra).

Debido a la necesidad de personal que se encargue de la administración y venta se contratará a un administrador a medio tiempo que tenga un perfil técnico ingeniero agrónomo cuya remuneración será de \$200, así mismo se contratará a un vendedor a tiempo completo, la remuneración será base a las ventas realizadas. Para la persona encargada de la producción el profesor encargado del área de campo (recolección y limpieza de frutas y verduras) y su ayudante (siembra, riego, recolección y limpieza de los productos) se mantendrán sus funciones y remuneraciones.

3.4.7 Descripción de puestos para el Laboratorio.

Debido a que se ha estructurado un organigrama para el proyecto Laboratorio Verde se hace necesario explicar el objetivo de cada puesto así como también las principales funciones que desarrollarán en cada área. Por lo que a continuación se elaborará un manual de puestos que explique estos elementos.

1. Encargado del área administrativa.

Cuadro N° 9

Laboratorio Verde		Manual de funciones
I. Nombre del puesto:		Administrador/a
II. Objetivo del puesto:		Dirigir y coordinar las actividades generales con los miembros de las demás estructuras, así como el control de los ingresos y gastos que el proyecto genere.
III. Requisitos mínimos:		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Requisitos de formación: ingeniero agrónomo, administración de empresas, contador. ➤ Requisitos de experiencia: no necesita experiencia.
IV. Funciones Generales:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar las actividades de comercialización del proyecto. ➤ Recibir y revisar la calidad y el estado de la materia prima a utilizar. ➤ Autorizar entradas y salidas de dinero. ➤ Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones y maximizar el valor de las mismas. ➤ Responsable del control y registro de las operaciones que el Laboratorio Verde realice. ➤ Encargado de elaborar presupuesto de producción y comercialización. ➤ Medir continuamente la ejecución de los planes y comparar resultados reales. 	

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

2. Encargado de comercialización y venta

Cuadro N° 10

Laboratorio Verde		Manual de funciones
I. Nombre del puesto:	Vendedor	
II. Objetivo del puesto:	Identificar mercados potenciales, con el propósito de incrementar las ventas.	
III. Requisitos mínimos:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Requisitos de formación: bachiller comerciante con buen manejo de relaciones formales. ➤ Requisitos de experiencia: un año de experiencia. 	
IV. Funciones Generales:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo de la relación con los cliente actuales. ➤ Distribución del producto y cobro del mismo. ➤ Es el responsable de establecer el contacto cuando se realiza una venta, con el objetivo de detectar las necesidades del cliente. 	

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3. Encargado de la producción.

Cuadro N° 11

Laboratorio Verde		Manual de funciones
I. Nombre del puesto:	Encargado de producción.	
II. Objetivo del puesto:	Dirigir las operaciones de producción y el control de calidad de los productos que se cultivan en el Laboratorio Verde.	
III. Requisitos mínimos:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Requisitos de formación: haber recibido cursos o asistencia técnica para cultivar hortalizas. ➤ Requisitos de experiencia: dos años de experiencia. 	
IV. Funciones Generales:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinar y dirigir las áreas productivas generando una mayor productividad. ➤ Reducción de costos y fomentando el compromiso con la calidad del producto. ➤ Supervisión de producción, distribución, y almacenaje del producto. ➤ Es responsable de la relación directa con los proveedores, para pedir cotización y realizar la negociación. ➤ Verificar que se atiendan oportunamente las requisiciones de compra de materia prima. ➤ Revisar la cantidad y calidad de los insumos. 	

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.4.8 Capacitaciones necesarias.

Las áreas que se consideran para capacitaciones futuras son: técnica (específicamente en métodos de cultivo innovadores que permitan mantener una producción constante durante todo el año de los productos con mayor demanda en el mercado), administrativa (definir actividades importantes de cada integrante y sus habilidades, necesidad del cambio de la forma de ventas actual, como llevar un registro sencillo de cada movimiento) y comercial (búsqueda de nuevos clientes, acercamiento al consumidor, como facilitar la compra al cliente).

3.4.9 Instituciones que brindan asesoría técnica.

Se hace necesario que el Laboratorio Verde cuente con el apoyo permanente de organizaciones que brinden asesoría técnica a fin de que pueda seguir fortaleciéndose el negocio y así proyectar una mejor imagen. A continuación se detallan algunas entidades:

Cuadro N° 12

UES (Universidad de El Salvador-Proyección Social de la Facultad de Ciencias Agronómicas)	
Dirección:	Final 25 Avenida Norte, San Salvador, Teléfono: 2235-5413.
Nombre del servicio:	Asesoría Técnica
Descripción:	Apoyo técnico por parte de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agronomicas en cuanto a nuevas técnicas de cultivos.
Requisitos para obtener el servicio:	Hacer un escrito formal, solicitando la necesidad de asistencia técnica.

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 13

Cáritas El Salvador	
Dirección:	Av. Olímpica y Pasaje 3, # 130, San Salvador, El Salvador, Centro América. Teléfonos: 2298-4302, 2298-4303.
Nombre del servicio:	Asesoría Técnica
Descripción:	Apoyo técnico en cuanto a nuevas técnicas de cultivos.
Requisitos para obtener el servicio:	Hacer un escrito formal, solicitando la necesidad de asistencia técnica.

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.5 Plan de mercadeo.

3.5.1 Definición del mercado meta.

El mercado meta al cual será dirigido las frutas y verduras cultivados serán los restaurantes de las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico, así como los comerciantes informales dedicados a la compra y venta de frutas y verduras del Mercado Central del Puerto de La Libertad, y cualquier otro consumidor final que solicite los productos. Es preciso que los negocios estén ubicados en la zona de mayor movimiento comercial del Municipio de La Libertad ya que esto facilitaría la compra y venta de los productos.

3.5.2 Análisis de la demanda.

Los potenciales consumidores de los productos serán tanto los restaurantes de las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico, como el Mercado Municipal del Puerto de La Libertad.

Además de los padres de familias del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción y los habitantes de la Caserío El Charcón del Municipio de La Libertad.

Se tomó a bien que para iniciar el proyecto el Laboratorio Verde debe producir:

Cuadro N° 14

Proyección de la producción para la venta.

Cultivo	Venta
PEPINO(UNIDADES)	5372
CHILE(UNIDADES)	14101
BERENJENA(UNIDADES)	4835
PAPAYA	2095
CHIPILIN (MANOJOS)	9848
CAMOTE (LIBRAS)	537
YUCA (LIBRAS)	537
PLATANO(UNIDADES)	5036
ELOTES(UNIDADES)	5372

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cantidad que está acorde a la producción esperada correspondiente a un 40% de la producción total.

3.5.3 Análisis de la competencia.

Se pueden identificar competidores directos de la comercialización de frutas y verduras, ya que en varias comunidades y cantones existen productores locales que comercializan estos productos. Incluyendo dentro de esta competencia a mayoristas de la Tiendona.

3.5.4 Comercialización del producto.

3.5.4.1 Lanzamiento e introducción al mercado.

Se realizará la venta de frutas y verduras a los restaurantes de las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico, así como a los comerciantes informales dedicados a la compra y venta de frutas y verduras del Mercado Central del Puerto de La Libertad, y cualquier otro consumidor final que lo solicite, ya que la zona en que se encuentran ubicados los negocios tienen mayor movimiento comercial, cabe mencionar que mediante la investigación de campo realizada los productos cultivados dentro del Laboratorio Verde tienen una buena aceptación por los futuros consumidores a pesar que existe una fuerte competencia.

Para llevar a cabo el lanzamiento e introducción se realizará una serie de ferias agronómicas en donde se comercializaran todos los productos cultivados; estas se realizarán en el Parque Municipal del Puerto de La Libertad, iniciando así su comercialización y posterior venta. Luego una persona se encargará de realizar visitas a los lugares donde se pretende realizar la comercialización de los productos posteriormente esta los distribuirá a los negocios que soliciten pedidos, asimismo el cobro será realizado por esta misma persona.

Con respecto a la publicidad, se utilizarán medios impresos como repartir volantes sencillos en las ferias antes mencionadas y mercados municipales así como la colocación de banners. Estos serán sencillos pero llamativos, asimismo harán alusión a la calidad.

Se procederá a detallar el plan para llevar a cabo las ferias agronómicas antes mencionadas con las principales actividades para el lanzamiento de los productos cultivados dentro del Laboratorio Verde y su respectivo costo.

Cuadro N° 15

Plan de lanzamiento e introducción al mercado.

ACTIVIDAD	LUGAR	DÍAS	DURACIÓN	RESPONSABLE	COSTO	
Feria	Llevar a cabo ferias agronómicas en el parque municipal donde se pretende realizar la comercialización de los productos	Parque Municipal del Puerto de La Libertad	Domingo	Dos semanas	Directora del CECIC, Encargados del proyecto Laboratorio Verde y estudiantes del CECIC.	\$50*
Publicidad	Entrega de volantes y colocación de banners en puntos estratégicos.	Parque Municipal del Puerto de La Libertad (el día de la feria)			Encargados del proyecto Laboratorio Verde y estudiantes del CECIC.	\$52.80
Promoción	Entrega de bolsas ecológicas y lápices con diseño ecológico por la compra de cierta cantidad de frutas y verduras.	Parque Municipal del Puerto de La Libertad (el día de la feria)			Encargados del proyecto Laboratorio Verde y estudiantes del CECIC.	\$129.80
Dar a conocer el producto	Visita personal a los clientes potenciales y mostrar el producto en tiendas	Restaurantes de las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico, así como los comerciantes informales dedicados a la compra y venta de frutas y verduras del Mercado Central del Puerto de La Libertad	Miércoles, viernes y sábado.	Una semana	Vendedor comisionista.	\$21.00
	Solicitud de pedido					
	Distribución y cobro del pedido					
Subtotal						\$253.60
Imprevistos (10%)						\$25.36
Total						\$278.96

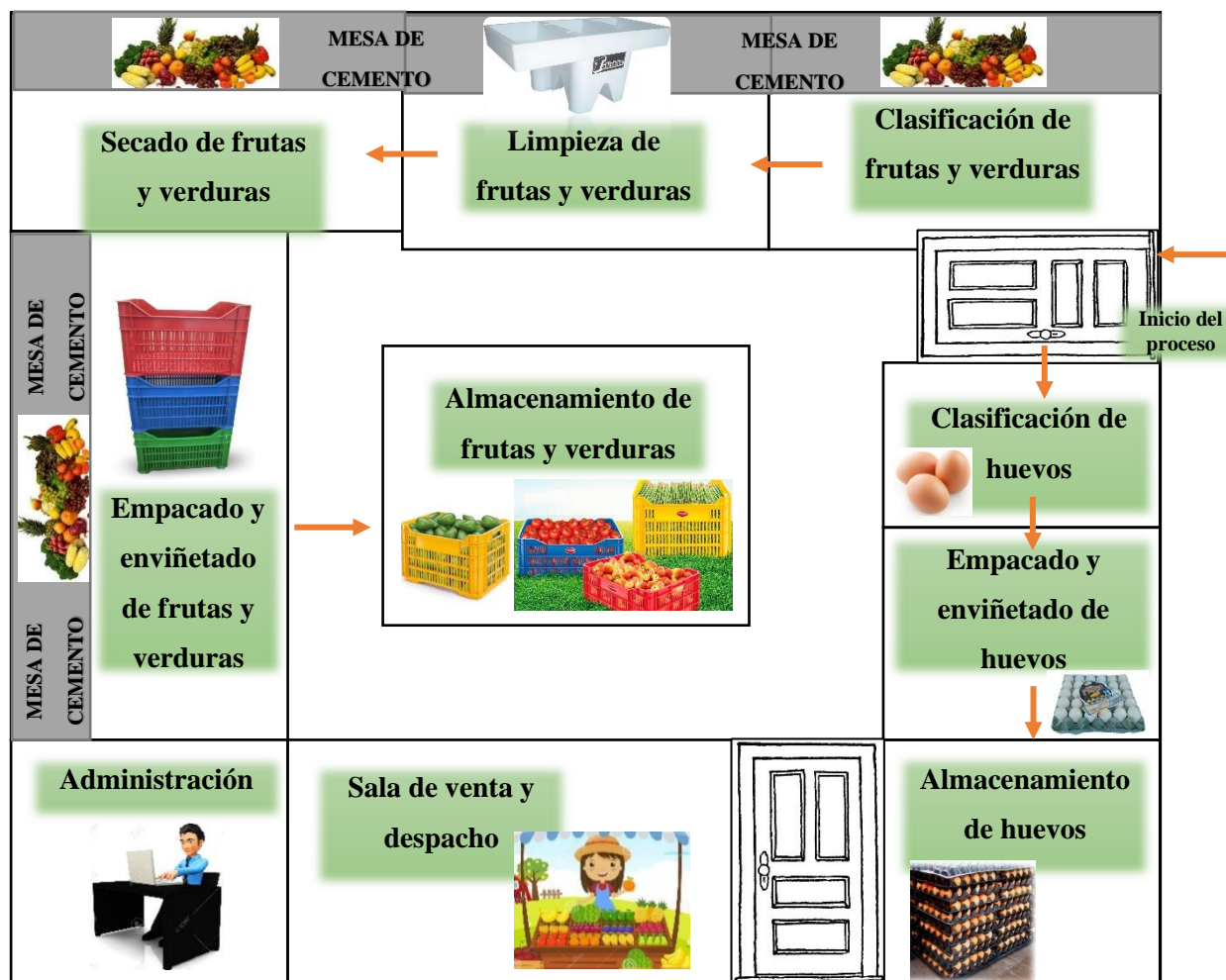
Fuente: elaborado por el grupo de investigación.

* Ver anexo 14.

Asimismo se propone la creación de un centro de acopio, esta idea debe entenderse como uno de los medios para mejorar el sistema de comercialización de los productos, estimulando el cambio hacia mejores niveles de productividad. Dentro del centro de acopio se realizará el siguiente proceso: selección, lavado, secado, empaque de productos, para luego ser enviados a los mercados mayoristas urbanos, como el Mercado Municipal, y los distintos restaurantes de las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad.

Figura N° 3

Distribución en planta del centro de acopio propuesto al Laboratorio Verde



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 16

Costo de creación del centro de acopio propuesto al Laboratorio Verde

Material	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Costo total
Bloques	Cada uno	650	\$0.63	\$409.50
Hierro de $\frac{3}{8}$	Quintal	4	\$35.00	\$140.00
Hierro de $\frac{1}{4}$	Quintal	2	\$35.00	\$70.00
Cemento	Cada bolsa	30	\$8.25	\$247.50
Arena	Camionada	1	\$60.00	\$60.00
Grava	Metros	2	\$35.00	\$70.00
Polín	Cada uno	6	\$16.00	\$96.00
Lamina	Cada metro	25	\$5.50	\$137.50
Puertas	Cada uno	2	\$85.00	\$170.00
Mano de obra			\$350.00	\$350.00
Tubo $\frac{3}{4}$	Cada uno	4	\$2.50	\$10.00
Pega	Cada uno	1	\$3.50	\$3.50
Chorro	Cada uno	1	\$10.00	\$10.00
Codo	Cada uno	6	\$0.25	\$1.50
Instalación chorro			\$8.00	\$8.00
Escritorio	Cada uno	1	\$200.00	\$200.00
Silla de escritorio	Cada uno	1	\$29.90	\$29.90
Estante para huevos	Cada uno	1	\$99.90	\$99.90
Subtotal				\$2,113.30
Imprevistos				\$211.33
Total				\$2,324.63

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Para poder realizar las entregas de los productos es necesaria la adquisición de una moto de carga, trasladando así los productos desde el Laboratorio Verde ubicado en Caserío el Charcón hasta los restaurantes de las playas La Paz, Malecón turístico, El Obispo y el Mercado Municipal, ubicados en el centro del Puerto de La Libertad.

Figura N° 4



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 17

Costo de adquisición de moto de carga

DESCRIPCIÓN	COSTO
Adquisición del moto de carga	\$2,300
Costo total	\$2,300

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.5.5 Mezcla de mercadotecnia.

3.5.5.1 Producto.

3.5.5.1.1 Descripción del producto.

Las frutas y verduras cultivadas dentro del Laboratorio Verde son elaboradas de manera orgánica, bajo un sistema de cultivo tradicional, de muy buena calidad y hay una gran variedad de estas.

3.5.5.1.2 Marca.

El diseño de la marca hace referencia al reconocimiento logrado en la comunidad aledaña al huerto escolar y los estudiantes, así como los padres de familia y entidades que les apoyan, siendo además éste el nombre con el que los consumidores popularmente lo reconocen. Es un nombre corto, sencillo y fácil de recordar para los futuros consumidores.

Figura N° 5



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.5.5.1.3 Logotipo.

El logotipo hace referencia a la figura de un corazón elaborado con las distintas frutas y verduras que se cultivan, asimismo éste es una representación del eslogan propuesto.

Figura N° 6



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.5.5.1.4 Eslogan propuesto.

El eslogan hace referencia principalmente al objetivo principal del Laboratorio Verde, la contribución a la educación. Asimismo refleja el amor y esfuerzo que los estudiantes y maestros realizan para el cultivo de los distintos productos. La propuesta es corta, clara e incentiva a los consumidores a contribuir comprando.

Figura N° 7

“Contribuye con la educación comprando frutas y verduras hechas con amor”

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.5.5.1.5 Viñeta.

La viñeta tiene un formato sencillo pero llamativo a la vista de los futuros consumidores. Asimismo está conformada por la marca, logotipo y eslogan propuestos, además de la dirección del Laboratorio Verde.

La viñeta se imprimirá a color en papel adhesivo, su tamaño será para las frutas y verduras de 2.5 cm de largo por 2 cm de ancho, su costo será de \$1 cada pliego de papel adhesivo que contendrá 30 viñetas. Mientras que para el cartón de huevos será de 8 cm de largo por 6 cm de ancho, su costo será de \$1 cada pliego de papel adhesivo que contendrá 14 viñetas. Para la elaboración del logotipo y eslogan no se incurrirá en costos monetarios pues será el grupo de investigación quien los diseñará para ser integrados en la viñeta respectiva.

Figura N° 8

"Contribuye con la educación comprando frutas y verduras hechas con amor"

Calle principal 766, caserío El Charcón, Puerto La Libertad, municipio de La Libertad,
departamento de La Libertad, El Salvador.

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Ejemplos de algunas presentaciones:

Figuras N° 9



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.5.5.2 Precio.

A continuación se muestra la asignación de precios promedios unitarios de las frutas y verduras cultivadas dentro del Laboratorio Verde, haciendo uso de información estadística proporcionada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería respecto a precios de frutas y verduras manejados en los mercados informales.

Cuadro N° 18

CULTIVO	PRECIO
PEPINO (UNIDADE)	\$ 0.10
CHILE (UNIDADE)	\$ 0.10
BERENJENA(UNIDADE)	\$ 0.20
PAPAYA(UNIDAD)	\$ 1.00
CHIPILIN (MANOJO)	\$ 0.25
CAMOTE (LIBRA)	\$ 0.35
YUCA (LIBRA)	\$ 0.20
PLATANO (UNIDADE)	\$ 0.14
ELOTE (UNIDAD)	\$ 0.15

Fuente: <http://www.mag.gob.sv/direccion-general-de-economia-agropecuaria/estadisticas-agropecuarias/informe-diario-de-precios-de-productos-agropecuarios/> (Consultado el 23/ Octubre / 2016).

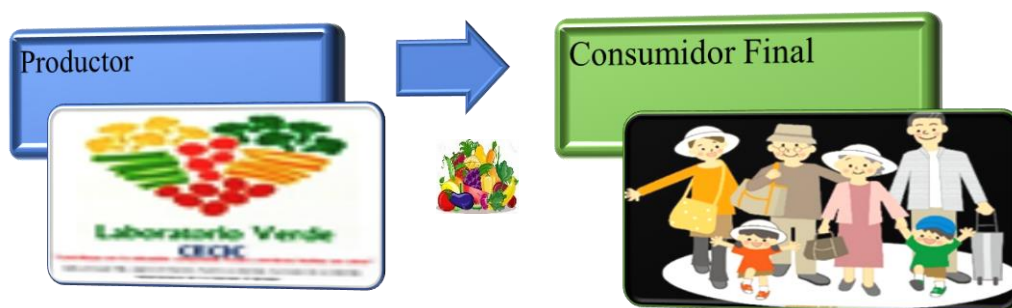
Para la fijación de precios que permitan obtener márgenes de utilidad razonables se debe tomar en cuenta tener niveles de producción que mantengan los niveles de utilidad. Asimismo se deben fijar precios que garanticen el retorno de todos los costos de producción y comercialización.

3.5.5.3 Plaza.

Los canales de distribución que utilizará el Laboratorio Verde para hacer llegar su producto a los consumidores finales, son los siguientes:

3.5.5.3.1 Canal directo.

Figura N° 10

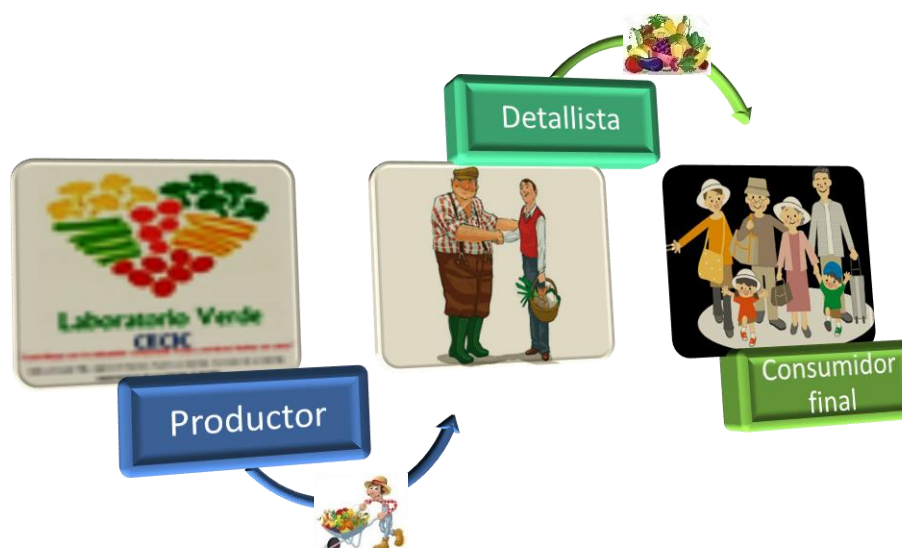


Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Para dar a conocer las frutas y verduras que se cultivan en el Laboratorio Verde se usará el canal de distribución directo, es decir que el producto pase de forma directa hacia el consumidor final (Familias del Charcón, padres de familia y estudiantes del Centro Escolar, restaurantes de las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico, así como los comerciantes informales dedicados a la compra y venta de frutas y verduras del Mercado Central del Puerto de La Libertad, y cualquier otro consumidor final que solicite los productos). Se sugiere al Laboratorio Verde continuar con este canal de distribución e instalar una tienda o centro de acopio dentro del huerto, donde los clientes puedan comprar sus productos todos los días de la semana.

3.5.5.3.2 Canal indirecto.

Figura N° 11



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Se continuará utilizando el canal de distribución indirecto, es decir productor, detallista, consumidor final, se sugiere al Laboratorio Verde crear un nuevo canal de distribución indirecto utilizando una moto de carga que se encargara de realizar la comercialización de frutas y verduras a los restaurantes de las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico, así como a los comerciantes informales dedicados a la compra y venta de hortalizas del Mercado Central del Puerto de La Libertad, se establecerá una ruta de distribución para los días de la semana en que se genera una mayor demanda, según la investigación de campo realizada estos días son viernes, sábado y domingo; la distribución del producto se hará con su respectivo cobro; es decir que el día que se entregue el producto se realizará el cobro del mismo; pues Laboratorio Verde no contempla la venta al crédito.

Para dar a conocer el producto primero se hará una visita a los restaurantes de las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico, así como a los comerciantes informales

dedicados a la compra y venta de hortalizas del Mercado Central del Puerto de La Libertad; para proponer el producto, luego hacer la distribución y entrega de los pedidos.

Es importante que los dueños o encargados de los restaurantes y los comerciantes informales dedicados a la compra y venta de frutas y verduras del Mercado Central del Puerto de La Libertad conozcan los días de distribución del producto; para que preparen la cantidad de producto que solicitarán.

3.5.5.4 Promoción y publicidad.

3.5.5.4.1 Promoción.

Para el desarrollo del plan de negocio, es necesario informar y persuadir a los clientes con la existencia de frutas y verduras producidas en el Laboratorio Verde. Ya que este no ha tenido promoción formal a continuación se presentaran una serie de propuestas que podrían implementar:

- Entregar bolsas ecológicas para realizar las compras en el mercado de tamaño mediano, a los clientes que realicen compras de \$10 o más

Figura N° 12



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

- Entregar un lápiz con diseño ecológico a los clientes que realicen compras mayores de \$ 5.00 hasta \$ 9.99.

Figura N° 13



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 19
Costo del material a promocionar.

Concepto	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Costo total
Bolsas ecológicas	Entregar bolsas ecológicas de tamaño mediano, a los clientes que realicen compras de \$10 o más	50	\$1.50	\$75.00
Lápiz	Entregar un lápiz con un diseño ecológico a los clientes que realicen compras mayores de \$ 5.00 hasta \$ 9.99	100	\$0.40	\$40.00
Transporte			\$3.00	\$3.00
Sub- total				\$118.00
Imprevistos 10%				\$11.80
Total				\$129.80

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.5.5.4.2 Publicidad.

1. Banners.

Se utilizarán banners publicitarios sobre los productos que el Laboratorio Verde comercializara. Debido que en la actualidad el Laboratorio Verde no puede incrementar demasiado sus costos; inicialmente se colocarán tres banners, el primero en las ferias agronómicas que se realizarán en el Parque Municipal del Puerto de La Libertad, el segundo en la Calle Principal del Puerto de La Libertad y el tercero se colocará en la calle litoral que se encuentra frente al Laboratorio Verde. Posteriormente cuando el Laboratorio Verde se encuentre en condiciones de cubrir más gastos publicitarios podrán hacer uso de pancartas publicitarias o banners para colocarlos en puntos estratégicos. Esto contribuirá a que las personas conozcan los productos que se cultivan dentro Laboratorio Verde y se familiaricen con este. El costo de cada banner será de \$ 15.00 cada uno.

Figura N° 14

Banners que se colocara en la calle principal al Puerto de La Libertad y Laboratorio Verde.



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Figura N° 15**Banners que se colocara en las ferias agronómicas.**

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

2. Volantes.

Se usarán volantes como parte de las actividades para dar a conocer los productos que se cultivan dentro del Laboratorio Verde, se hará entrega de hojas volantes entre los turistas y habitantes de las zonas. El diseño del volante será sencillo e incluirá el nombre del Laboratorio Verde, los productos que ofrecen, una frase alusiva a los productos y los lugares donde se puede adquirir. Es importante también hacer referencia, a la naturalidad del producto. Estos volantes pueden ser impresos en media hoja de papel bond con un

costo de \$0.03 centavos de dólar cada hoja, iniciando con un tiraje de 100 hojas; es decir que se distribuirán 200 volantes en lugares estratégicos.

Los volantes se distribuirán en las ferias que se realizarán en el Parque Municipal del Puerto de La Libertad, en los restaurantes de las playas La Paz, El Obispo y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad, en el Mercado Municipal del Puerto de La Libertad y otros lugares turísticos, el vendedor comisionistas se encargará de distribuir a estos últimos.

Figura N° 16



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 20
Costo de material publicitario a utilizar

Concepto	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Costo total
Banners	Con medidas de 2 metros de ancho por 1.5 metros de alto	3	\$15.00	\$45.00
Volantes	Impresas en papel bond. Con medidas de 22 cms de ancho por 28 cms de largo, se distribuirán en las ferias agronomicas que se realizarán en el Parque Municipal del Puerto de La Libertad, en los restaurantes de las playas del Puerto de La Libertad, en el Mercado Municipal y otros lugares turísticos	100	\$0.03	\$3.00
Subtotal				\$48.00
Imprevistos (10%)				\$4.80
Total				\$54.80

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3. Publicidad no pagada.

El Laboratorio Verde pretende comercializar sus productos dándose a conocer a los futuros consumidores por medio de anuncios publicitarios. Pero debido a que no cuentan con capital suficiente para hacer uso de la publicidad pagada, debe aprovechar el auge que se tiene con las redes sociales por lo que se propone al Laboratorio Verde la creación de una página de Facebook o web que contenga un catálogo de los principales productos con sus respectivos precios a comercializar.

Figura N° 17

Diseño de página de Facebook propuesta al Laboratorio Verde del CECIC



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.6 Control de operaciones.

3.6.1 Registro de operaciones.

Considerando que el Laboratorio Verde requiere organización en cuanto a registros, se requiere un diseño de una serie de hojas sencillas y comprensibles para realizar el debido registro de las operaciones que se realicen dentro del proyecto, entre las actividades que se podrán registrar están las compras, ventas, inventario de insumos y resumen mensual de las operaciones, a continuación se presenta un detalle de cada uno.

3.6.1.1 Registro de las compras.

Hoja de registro de compras: con este formato se podrá llevar un registro sencillo de las materias primas e insumos. El formato incluirá la fecha de la compra, la cantidad y precio de la compra, esto con la finalidad de tener un control de los costos de los insumos y materiales utilizados en la producción.

Figura N° 18


 HOJA DE REGISTRO DE COMPRAS				
FECHA: _____				
NOMBRE: _____				
TELÉFONO: _____				
MES: _____				
FECHA DE COMPRA	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE MATERIA PRIMA	PRECIO	TOTAL
			TOTAL	

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.6.1.2 Registro de ventas.

En la hoja de registro de ventas se detallaran las ventas realizadas, quien este a cargo deberá describir la fecha, cantidad vendida y descripción de los productos vendidos, este registro ayudará a tener un mejor control para los administradores del Laboratorio Verde y así poder evaluar si se recupera el costo de lo invertido y si se obtienen beneficios.

Figura N° 19

 HOJA DE REGISTRO DE VENTAS				
FECHA: _____				
NOMBRE: _____				
TELÉFONO: _____				
MES: _____				
FECHA DE VENTA	CANTIDAD VENDIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO	TOTAL
TOTAL				

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.6.1.3 Registro del inventario.

Este formato de registro permitirá tener un control de la cantidad de materia prima utilizada mensualmente así como la disponibilidad de esta, Con la utilización de este control se podrán evitar desperdicios de materia prima e identificar los insumos que han de caducar.

Este registro se debe llevar semanal, quincenal, o mensual según lo necesite el Laboratorio Verde por el número de operaciones que realice. Lo recomendable es utilizar una hoja por tipo de material o utensilios utilizados. En todo caso se deben inventariar los recursos que posee el proyecto para tener documentado con lo que cuenta el Laboratorio Verde.

Figura N° 20



Laboratorio Verde
CEGIC

HOJA DE REGISTRO DE INVENTARIO

FECHA: _____
 NOMBRE: _____
 TELÉFONO: _____
 MES: _____
 CONCEPTO: _____


FECHA DE COMPRA	CANTIDAD DISPONIBLE	FECHA DE UTILIZACIÓN	CANTIDAD UTILIZADA	DISPONIBILIDAD

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.6.1.4 Resumen mensual de las operaciones.

El objetivo de esta hoja es conocer mensualmente el estado del negocio, es decir si se ha obtenido una pérdida o una ganancia; y así poder establecer nuevas estrategias que permitan alcanzar las metas del negocio.

Figura N° 21



RESUMEN MENSUAL DE OPERACIONES

FECHA: _____
NOMBRE: _____
TELÉFONO: _____
MES: _____

FECHA	VENTAS					COMPRAS				
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	TOTAL	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	TOTAL

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.6.1.5 Formato de Comprobante de Ingreso

Para que el proyecto Laboratorio Verde puede llevar un control adecuado de los ingresos por las ventas realizadas, se le establece un formato el cual comprende un numero de correlativo, lugar y fecha de la venta, el cliente, el valor de la venta y el concepto de la venta. Esto le será de ayuda ya que existirá un respaldo de los ingresos al momento de presentar informes.

Figura N° 22

 <p>Laboratorio Verde CEGIC</p> <p><small>"Contribuye con la educación comprando frutas y verduras hechas con amor"</small></p>	<p>Comprobante de Ingreso</p> <p>N°: _____</p>
Lugar y fecha : _____	
Recibido de : _____ \$ _____	
La suma de (en letras) _____	
Por concepto de: _____	

<p>"Contribuye con la educación comprando frutas y verduras hechas con amor"</p>	

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.7 Plan de producción.

3.7.1 Proceso de producción.

Los cultivos que se siembran y cosechan dentro del Laboratorio Verde tienen sus propias particularidades en su proceso de producción, debido a sus diferencias como especies y en función de sus necesidades particulares. Sin embargo, el proceso de producción de frutas y verduras puede generalizarse en etapas que son comunes en conjunto las cuales son consideradas en el presente estudio, y se muestran en el siguiente cursograma:

Figura N° 23

Proceso de Producción de frutas y verduras propuesto para el Laboratorio Verde del CECIC.

DIAGRAMA N° 1 HOJA N° 1 DE 1			RESUMEN				
NOMBRE: Producción de hortalizas			ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	
ACTIVIDAD:	OPERACIÓN	○	4	7			
MÉTODO PROPUESTO	TRANSPORTE	→	1	6			
LUGAR: Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción	DEMORA	D	0	0			
PREPARADO POR:	INSPECCIÓN	□	0	2			
APROBADO:	ALMACENAJE	▽	0	1			
FECHA: 25 / 10 / 2016	TIEMPO (MIN.)		490	480			
	TOTAL		5	16			

DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO (MIN.)	SIMBOLOGÍA					RECURSOS
			○	→	D	□	▽	
Siembra	Agricultor	30	█					Guantes de goma, semilla.
Riego y abono de cultivos	Agricultor	45	█					Agua
Recolección en el campo	Agricultor	120	█					Guantes de goma, Cuchillos
Traslado al área de clasificación	Agricultor	20		█				Carretilla
Clasificación de frutas y verduras	Agricultor	30	█					Guantes de goma
Traslado al área de limpieza	Agricultor	20		█				Guantes
Limpieza de hortalizas	Agricultor	25	█					Guantes, Agua
Inspección de limpieza	Agricultor	40				█		Guantes
Traslado al área de secado	Agricultor	20		█				Guantes
Secado de hortalizas	Agricultor	20	█					Guantes
Traslado a área de empacado	Agricultor	15		█				Jabas
Empacado y enviñetado	Agricultor	60	█					Bandejas, bolsas plásticas, y viñetas
Inspección de empacado y enviñetado						█		Guantes
Traslado al área de almacenado	Agricultor	15		█				Jabas
Almacenado	Agricultor	-					█	Jabas
Distribución hacia mercados	Vendedor	-		█				Moto de carga
Total		485	7	6	0	2	1	

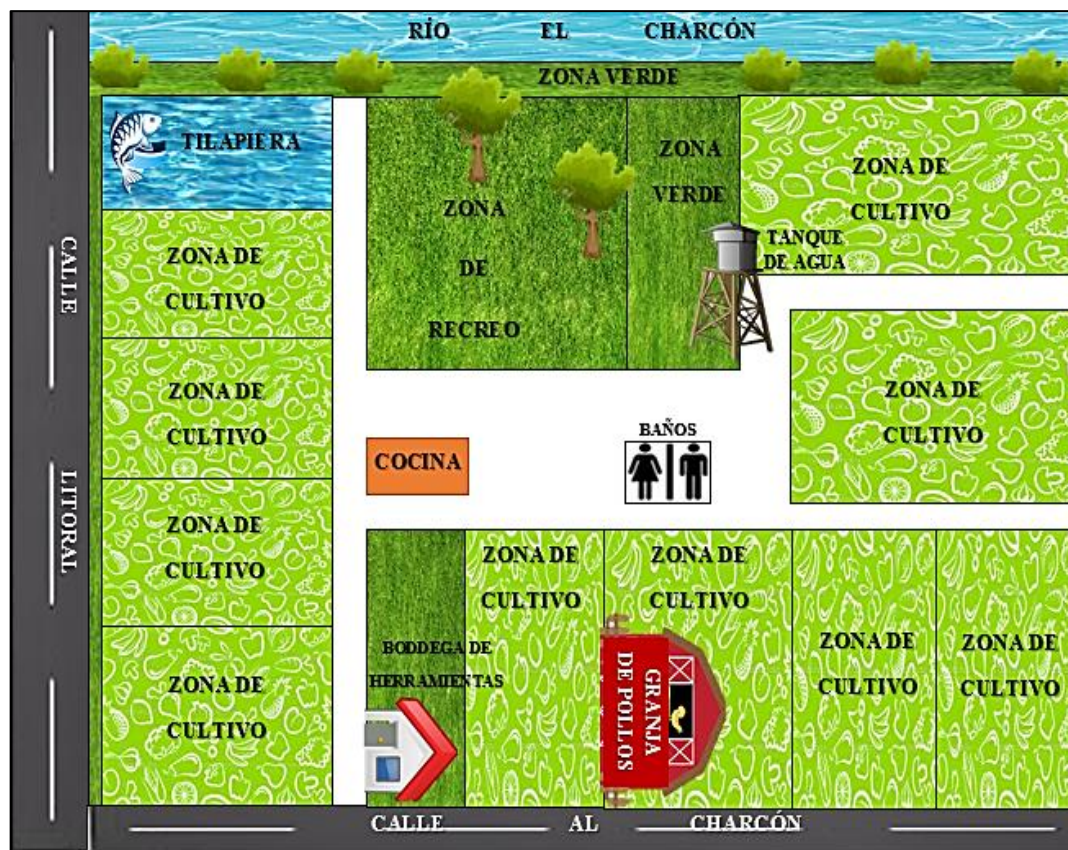
Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.7.2 Diseño de distribución del Laboratorio Verde.

3.7.2.1 Distribución en planta.

- Distribución en planta actual.

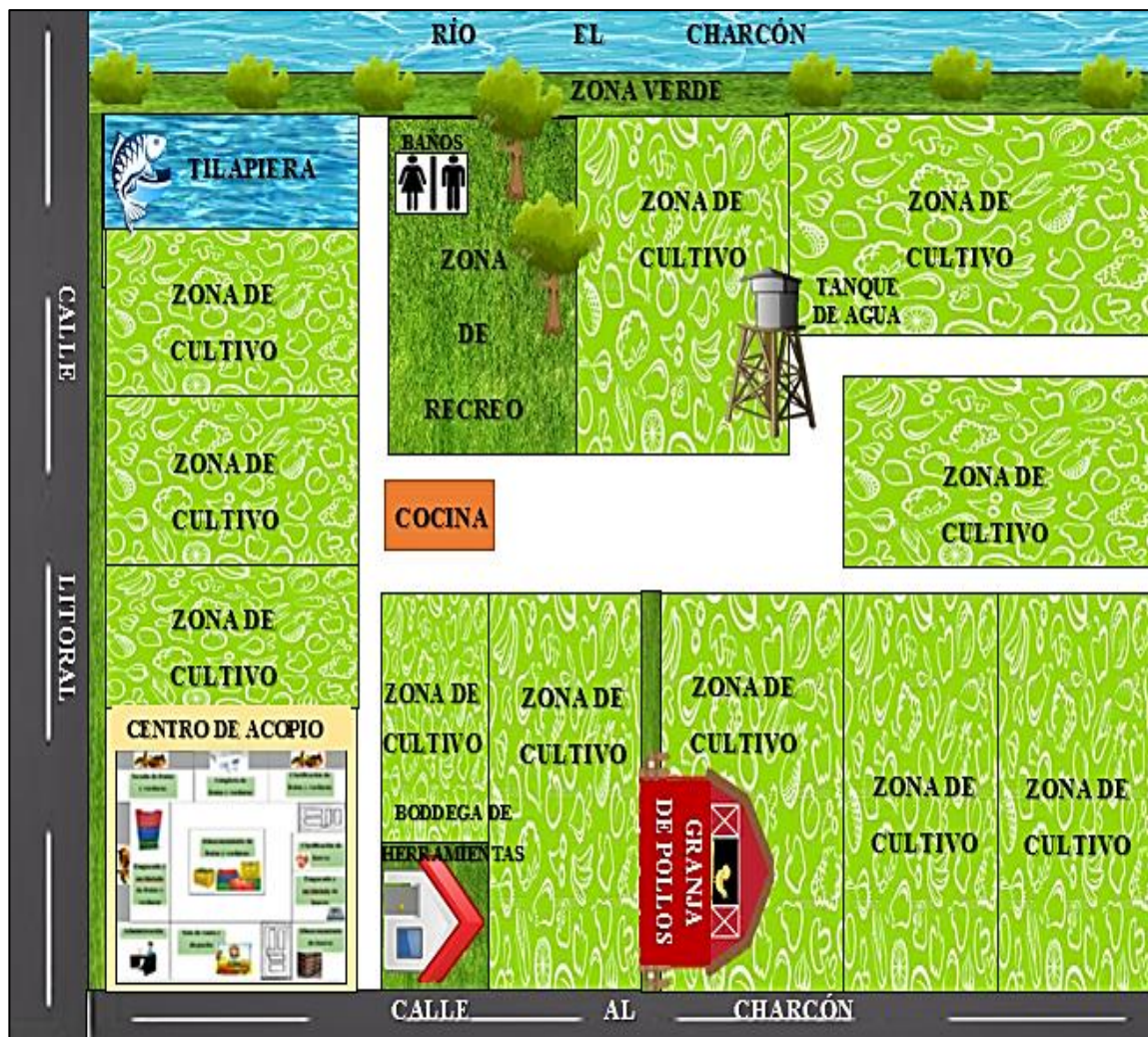
Figura N° 24



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

➤ Distribución en planta propuesta.

Figura N° 25



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.7.2.2 Diagrama de recorrido.

➤ Diagrama de recorrido actual.

Figura N° 26



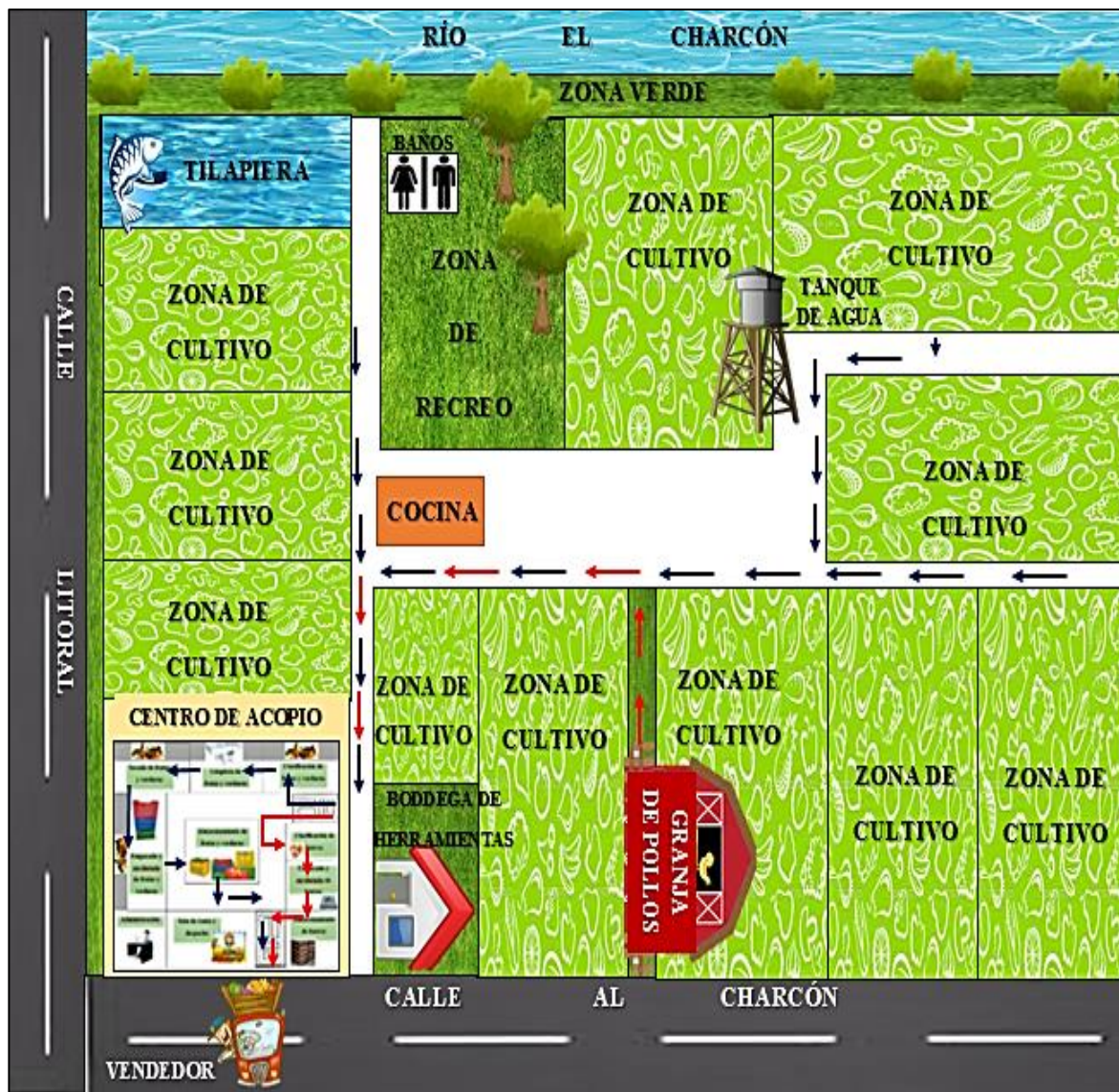
Fuente: elaborado por el grupo de investigación

← Proceso productivo de frutas y verduras.

← Proceso productivo de huevos.

➤ Diagrama de recorrido propuesto.

Figura N° 27



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

← Proceso productivo de frutas y verduras.

← Proceso productivo de huevos.

3.7.3 Capacidad de producción.

Cuadro N° 21

Cultivo	Unidad de Medida	Metros cuadrados cultivados	Unidades totales a producir
PEPINO	UNIDAD	500	12572
CHILE	UNIDAD	400	33001
BERENJENA	UNIDAD	100	11315
PAPAYA	UNIDAD	400	4903
CHIPILIN	MANOJO	200	23048
CAMOTE	LIBRA	200	1257
YUCA	LIBRA	400	1257
PLATANO	UNIDAD	150	11786
ELOTES	UNIDAD	600	12572

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.8 Plan financiero.

3.8.1 Inversión inicial.

3.8.1.1 Capital de inversión.

Cuadro N° 22

Inversión Inicial	
Inversiones necesarias para continuar el negocio	
Construcción del Centro de acopio	\$ 2,071.74
Adquisición de Escritorio	\$ 220.00
Adquisición de Silla	\$ 32.89
Adquisición de Moto de Carga	\$ 2,300.00
Total	\$ 4,624.63

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.8.1.2 Fuentes de financiamiento.

Cuadro N° 23

Fuentes de Financiamiento Financiamiento disponible	
Capital Propio	\$ 4,624.63
Total de Financiamiento	\$ 4,624.63

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Nota: ya que el Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción posee ingresos por parte de las ventas que el Laboratorio Verde realiza, este puede financiarse por sí mismo. Por lo tanto para la inversión en mejoras del proyecto se trabajará con capital propio.

3.8.2 Ventas proyectadas.

Cuadro N° 24

Cultivo	Ventas año cero(sin inflación)
PEPINO	\$ 537.17
CHILE	\$ 1,410.07
BERENJENA	\$ 966.90
PAPAYA	\$ 2,094.96
CHIPILIN	\$ 2,462.02
CAMOTE	\$ 188.01
YUCA	\$ 107.43
PLATANO	\$ 705.03
ELOTES	\$ 805.75
TOTAL	\$ 9,277.34

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 25

Concepto/ Año	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 9,370.11	\$ 9,463.81	\$ 9,558.45	\$ 9,654.04	\$ 9,750.58

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Nota: para proyectar las ventas se tomó en cuenta información proporcionada por el profesor del área de campo del Laboratorio Verde, además de la utilización de un método de proyección que considera que hay varios factores que pueden determinar las ventas futuras (Método de combinación de Factores). Dado a que se va a considerar que la producción es constante en un periodo de 5 años, solamente se utilizó la tasa de inflación vigente a septiembre de 2016 (1.01) para obtener ingresos y verificar la recuperación de la inversión realizada. (Ver Anexo 13).

3.8.3 Estado de Costo de Producción proforma.

Cuadro N° 26

LABORATORIO VERDE	
Estado de Costos de Producción proforma del año 1 al año 5	
Expresado en dólares americanos	
Materia Prima Utilizada	\$ 983.42
Mano de Obra Directa	\$ 2,400.00
Costo Primo	\$ 3,383.42
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2,256.00
Costos de producción	\$ 5,639.42

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Nota: El presupuesto de costo se hace por la totalidad de los cultivos, tanto para el consumo como para la venta, pero para la elaboración del Estado de Resultado solo se toma en cuenta un 40%, ya que únicamente se va a recuperar el costo de lo vendido.

3.8.4 Estado de Resultados.

Cuadro N° 27

Laboratorio Verde					
Estado de Resultado Proyectado del año 1 al año 5					
Concepto/ Año	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 9,370.11	\$ 9,463.81	\$ 9,558.45	\$ 9,654.04	\$ 9,750.58
(-)Costos de producción	\$ 2,254.09	\$ 2,276.63	\$ 2,299.39	\$ 2,322.39	\$ 2,345.61
(=)Utilidad Bruta	\$ 7,116.03	\$ 7,187.19	\$ 7,259.06	\$ 7,331.65	\$ 7,404.97
(-)Gastos de Administración	\$ 2,747.74	\$ 2,775.22	\$ 2,802.97	\$ 2,831.00	\$ 2,859.31
(-)Gastos de Venta	\$ 3,145.14	\$ 3,176.59	\$ 3,208.36	\$ 3,240.44	\$ 3,272.85
(=) Utilidad del ejercicio	\$ 1,223.14	\$ 1,235.38	\$ 1,247.73	\$ 1,260.21	\$ 1,272.81
(+) Depreciación	\$ 807.53	\$ 807.53	\$ 679.82	\$ 679.82	\$ 99.07
(=) Flujo Neto de Efectivo	\$ 2,030.68	\$ 2,042.91	\$ 1,927.55	\$ 1,940.03	\$ 2,857.98

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

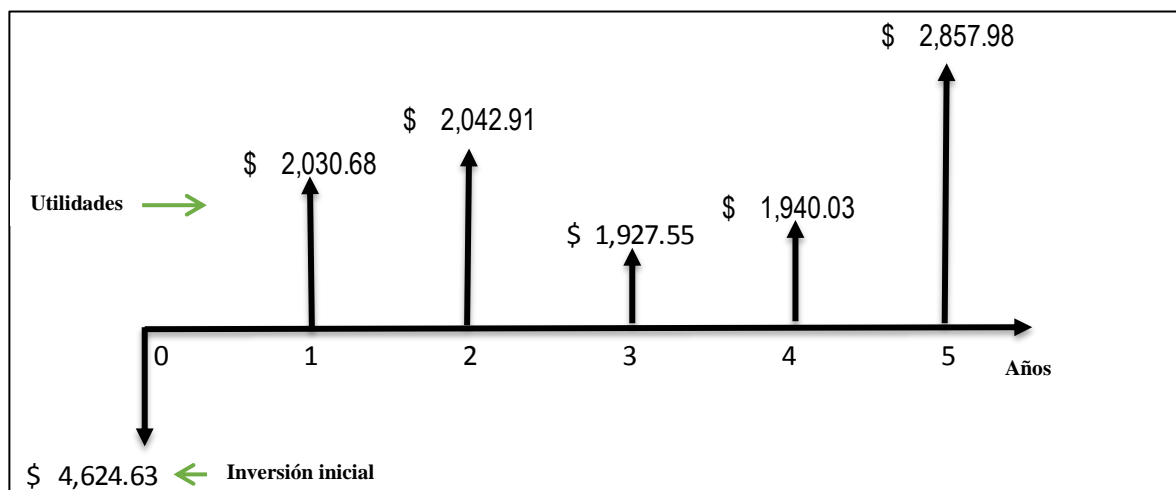
Nota: Como resultado de varias medidas para la recuperación del costo invertido en los cultivos, se tomó en cuenta únicamente los costos del 40% de la producción destinada para la venta, siendo incluidos los gastos de venta y administración los cuales se utilizaran solamente para la venta de ese 40%. (Ver anexo 12).

3.8.5 Principales índices financieros.

1. Valor Actual Neto (VAN).

El Valor Actual Neto (VAN) refleja lo que las utilidades generadas por la empresa en el futuro, menos la inversión inicial, valen el día de hoy, es decir lo que genera en utilidades el proyecto, después de descontar el costo del dinero invertido. Entre mayor es el Valor Actual Neto del proyecto, más atractiva es la inversión.

Figura N° 28



Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cálculo del VAN

La fórmula que nos permite calcular el Valor Presente Neto es:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Dónde:

V_t = representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

N = es el número de períodos considerado.

K = tasa de actualización o descuento.

$$VPN = -\$4624.63 + \frac{\$2030.68}{(1+27.46)} + \frac{\$2042.91}{(1+27.46)^2} + \frac{\$1927.55}{(1+27.46)^3} + \frac{\$1940.03}{(1+27.46)^4} + \frac{\$2857.98}{(1+27.46)^5}$$

$$VPN = -\$4624.63 + \$1593.19 + \$1257.48 + \$930.86 + \$735.04 + \$849.55 + \$5366.12$$

$$VPN = \$741.49$$

El Valor Actual Neto del Laboratorio Verde indica que se obtendrá una rentabilidad del 27% (tasa de descuento) sobre la inversión inicial, más un premio de \$741.49 por correr el riesgo de invertir en el proyecto.

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

2. Tasa Interna de Retorno (TIR).

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. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. La Tasa Interna de Retorno es el tipo de descuento que hace igual a cero el VAN:

Cuadro N° 28

Tasa Interna de Retorno

Inversión Inicial		Flujos de efectivo			
\$	4,624.63	\$	\$	\$	\$
		2,030.68	2,042.91	1,927.55	1,940.03
					2,857.98
TIR	35.06%				

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Utilizando una Hoja de Excel se obtiene una TIR de 35.06 %, lo cual representa la rentabilidad del proyecto que obtendría ahora el Laboratorio Verde por el riesgo de invertir su dinero en el proyecto.

3.9 Implementación del proyecto.

3.9.1. Puesta en marcha del proyecto.

A continuación se presenta una serie de actividades necesarias para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto. (Ver cronograma)

3.9.2. Presentación del proyecto.

El proyecto será presentado a la directora del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción debido a que es la encargada de la escuela y la que dirige el proyecto del Laboratorio Verde lugar donde se producen las diferentes frutas y verduras en el Municipio de La Libertad, y además será la responsable de dar a conocer el plan de negocio a los demás miembros del proyecto; con el propósito de obtener el mayor compromiso por parte de los mismos.

3.9.3. Organización e implementación.

Luego de haber dado a conocer el proyecto, la directora será la responsable de comunicar todas las actividades a cada uno de los miembros del proyecto. Otorgándole a cada uno sus responsabilidades y la autoridad de administrar los recursos disponibles en su área.

Algunas de las actividades que serán primordiales para la implementación del proyecto son: asignar a cada uno de los miembros su área de gestión en el proyecto, como lo son administración, producción y comercialización.

3.9.4. Implementación del proyecto

Este consistirá medir cada tres meses los objetivos que cada una de las áreas se haya propuesto y de las metas en general del negocio. La inversión inicial del proyecto será de \$ 4,624.63 (ver cuadro No. 14).

Cuadro N° 29

Cronograma para la implementación del plan de negocio para la comercialización de la producción generada por el Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
		sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4
Presentación y explicación del proyecto a la directora del CECIC.	Grupo de investigación			■									
Exposición y aprobación del proyecto por parte de la directora y los responsables del proyecto.	Grupo de investigación				■								
Asignación de áreas de trabajo a los diferentes encargados del proyecto.	Directora					■							
Coordinación de cada área de trabajo y sus responsables.	Grupo de investigación y directora						■						
Adquisición del mobiliario y equipo, compra de materia prima.	Directora y encargado área de Campo							■					
Organización de espacio del área de trabajo, ordenar, limpiar, y adecuar las instalaciones.	Grupo de investigación y encargados del proyecto								■				
Coordinar las visitas con la alcaldía municipal sobre permisos para las ferias agronómicas.	Grupo de investigación y encargados del proyecto									■			
Preparación de los recursos a utilizar por parte de cada Área para implementar las estrategias sugeridas por la calendarización	Grupo de investigación										■		
Inicio de operaciones	Grupo de investigación y encargados del proyecto											■	■

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

3.10 Conclusiones y Recomendaciones.

3.10.1 Conclusiones.

- 3.11.1.1. El Laboratorio Verde cuenta con el terreno apropiado en el cual se está implementando técnicas de cultivo para producir frutas y verduras de mejor calidad y libre de químicos (productos orgánicos).
- 3.11.1.2. El programa de siembra escalonado posibilita cubrir permanentemente los pedidos de los clientes garantizando las entregas a tiempo y en las cantidades demandadas por los clientes potenciales.
- 3.11.1.3. El cumplimiento de las propuestas contribuirá a desarrollar con eficiencia las estrategias comerciales del Laboratorio Verde.
- 3.11.1.4. El Laboratorio Verde es un proyecto conocido por la comunidad estudiantil y por los padres de familia quienes son clientes que conocen el objetivo y la necesidad que esté se mantenga en funcionamiento.
- 3.11.1.5. El proyecto contempla la crianza de gallinas ponedoras, puesto que posee un local el cual durante el año que se realizó la investigación (2016) no fue utilizado, por lo cual no se obtuvo producción.
- 3.11.1.6. Si el laboratorio Verde vende en su totalidad el 40% de la producción que se cultiva este puede autosostenerse, en esta se contemplan gastos de administración y venta para que sus operaciones sean llevadas a cabo por encargados en el área.

3.10.2 Recomendaciones.

- 3.11.2.1. Realizar esfuerzos que estén enfocados a llevar beneficios al Laboratorio Verde y a los alumnos tales como: las buenas prácticas agrícolas, nuevas técnicas de invernaderos, entre otros sistemas los cuales contribuirán de una forma efectiva a la producción de frutas y verduras de calidad.
- 3.11.2.2. Fomentar la limpieza e higiene de los productos tanto en la etapa de producción como en la etapa de cosecha.
- 3.11.2.3. Establecer canales de comercialización directo y detallista en el mercado informal como en mercado formal respectivamente, de tal forma que se cumplan con las proyecciones de ventas.
- 3.11.2.4. Hacer uso de medios de publicidad, para que los productos logren posicionarse en la mente del mercado objetivo al igual que conozcan los objetivos que persigue la institución con la promoción de sus productos.
- 3.11.2.5. Para que los estudiantes tengan una alimentación más completa y el proyecto perciba más ingresos aprovechando las instalaciones del corral de gallinas ponedoras, se le sugiere que continúe trabajando en esta línea.
- 3.11.2.6. Debe de realizarse los presupuestos respectivos a cada área, y revisarse periódicamente para verificar su cumplimiento, así de esta forma obtener los beneficios que se proyecten.

Bibliografía

Libros

- Baca U. Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, 6ª edición, McGraw Hill, México, 2010.
- Baca Urbina Gabriel, “Evaluación de proyectos”, 4ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México, 2010,
- Chiavenato Idalberto, “Introducción a la teoría general de la administración”, 7ª edición, McGraw Hill, México, 2007.
- Dvoskin Roberto, “Fundamentos del marketing”, Ediciones Granica S.A., Argentina, 2004.
- Gorbaneff Yuri, “Problemas, Experimentos, juegos de roles para el pensamiento administrativo”, 1ª edición, Editorial Maldonado S.A., Bogotá, 2007.
- Kotler, Philip, “Dirección de Mercadotecnia”, 8ª Edición, Editorial Prentice Hall, México, 1996.
- Stanton J. y Etzel J, “Fundamentos de Marketing”, 14ª Edición. Editorial McGraw Hill, México, 2007.
- Weinberger Karen, “Plan de negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio”, 1ª edición, Ediciones Independencia, Perú, 2009.
- Bravo, J, M, “Plan de negocios”, España, 1994.
- Escuela de Negocios de Harvard, “Crear un plan de negocios”, 1ª edición, 2009.
- Sapag Chain, Nassir y Otros, “Preparación y evaluación de Proyectos”, 3ra. Edición, Mc Graw Hill, Colombia, 1991.
- Carlos A. Fagilde, “Presupuesto Empresarial, un enfoque práctico para el aula”, año 2009.

Trabajos de investigación

- “Diseño de un Plan de Negocios de la Asociación de Regantes dos Ríos Del Cantón El Guaje II, Municipio de Santo Tomás, Para la Comercialización de Hortalizas en el Municipio de San Salvador”. Walter Alfonso Flores Rafael, Rhina Elizabeth Madrid Turcios Y otro, San Salvador, El Salvador, UES 2008.
- “Diseño de un Plan de Negocios para la Creación de una Granja Avícola de La especie gallina India Auto sostenible en la Asociación Cooperativa Zapotepeque De R. L. Caserío Milagro de La Roca Cantón Primavera Municipio de Quezaltepeque Departamento de La Libertad”. Maritza Beatriz Najarro González, Andre Javier Peñate Quintanilla y otro, San Salvador, El Salvador, UES 2010.

Revistas

- Ministerio de Educación, El Huerto Escolar Orientaciones para su Implementación, 2009.
- Revista de La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Nueva política de huertos escolares, 2010.
- M. Tobar Jaime, El Huerto Escolar y el Comité de Huerto, Nota técnica 6, El Salvador, 2008.
- Propuesta Pedagógica, Escuela Inclusiva de Tiempo Pleno, Licda. Lyane Yanira García Santamaría Directora del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción, 2016.

Sitios web

- http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1142324916385&pagename=PortalJoven/Page/JUVE_contenidoFinalMenuIzquierdo
- <http://www.fao.org/docrep/013/i1689s/i1689s00.pdf>
- <http://www.fao.org/docrep/013/i1689s/i1689s00.pdf>
- <http://www.fao.org/docrep/006/w0073s/w0073s0w.htm>
- <http://www.fao.org/docrep/v5290s/v5290s20.htm>
- <http://www.gestiopolis.com/analisis-foda-herramienta-estrategica-de-las-organizaciones/>
- <http://conceptodefinicion.de/comercializacion/>
- <http://www.fao.org/3/a-i5948s.pdf>
- <http://www.definicionabc.com/economia/demanda.php>
- <https://jrsmarketingcommunications.wordpress.com/2012/10/24/la-mezcla-de-mercadeo-las-cuatro-p/>

Otros

- Decreto Constituyente No. 38, Constitución de la Republica de El Salvador, Diario Oficial No.1234, San Salvador, El Salvador, 16 de diciembre 1983.
- Decreto Legislativo No. 917, Ley General de Educación, Diario Oficial No. 242, Tomo No. 333, San Salvador, El Salvador, 12 de diciembre de 1996.
- Decreto Legislativo No. 8, Reglamento de Normas Técnicas de Control Interno Específicas del Ministerio de Educación, San Salvador, El Salvador, 6 de abril de 2016.
- Decreto Legislativo No. 15, Código de trabajo, Diario Oficial No. 142, Tomo No. 236 San Salvador, El Salvador, 1 de febrero de 1973.

ANEXOS

ANEXO 1

CARTA CONVENIO ENTRE AMIGOS DE LA NATURALEZA CENTRO ESCOLAR CATÒLICO INMACULADA CONCEPCIÓN Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA (FAO).

ANEXO 2

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROFESOR DEL CECIC ENCARGADO DEL ÁREA DE CAMPO DEL LABORATORIO VERDE.

ANEXO 3

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS O ENCARGADOS DE LOS RESTAURANTES VISITADOS EN LAS PLAYAS EL OBISPO, LA PAZ Y MALECÓN TURÍSTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

ANEXO 4

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS DEDICADAS AL COMERCIO INFORMAL DE FRUTAS Y VERDURAS EN EL MERCADO CENTRAL DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

ANEXO 5

TABULACIÓN DE CUESTIONARIOS DIRIGIDOS A DUEÑOS O ENCARGADOS DE LOS RESTAURANTES VISITADOS EN LAS PLAYAS EL OBISPO, LA PAZ Y MALECÓN TURÍSTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

ANEXO 6

TABULACIÓN DE CUESTIONARIOS DIRIGIDOS A LAS PERSONAS DEDICADAS AL COMERCIO INFORMAL DE FRUTAS Y VERDURAS EN EL MERCADO CENTRAL DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

ANEXO 7

LISTA DE COTEJO PARA EL LABORATORIO VERDE.

ANEXO 8

DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS QUE CULTIVA EL LABORATORIO VERDE.

ANEXO 9

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

ANEXO 10

LISTADO DE RESTAURANTES DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

ANEXO 11

NÚMERO DE COMERCIANTES INFORMALES DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

ANEXO 12

PRESUPUESTOS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.

ANEXO 13

PROYECCIÓN DE VENTAS.

ANEXO 14

COSTO DE MATERIAL A UTILIZAR PARA FERIAS AGRONÓMICAS.

ANEXO 15

SIGLAS.

CARTA CONVENIO ENTRE AMIGOS DE LA NATURALEZA CENTRO ESCOLAR CATÓLICO INMACULADA CONCEPCIÓN Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACION Y LA AGRICULTURA (FAO)

NOSOTROS: Lyane Yanira García de Tejada, mayor de edad, Licenciada en Ciencias de la Educación de este domicilio, con Documento Único de Identidad número 02286436-5, actuando en nombre y representación de Amigos de la Naturaleza Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción, municipio de La Libertad, Departamento de La Libertad, en mi calidad de Directora del Centro Escolar, tal como lo acredito con: a) Credencial extendida en San Salvador el 19 de febrero del 2013, de la que consta que la profesora Lyane Yanira García Santamaría, con número de identificación profesional 0807808, ha sido nombrada directora del Centro Escolar Católico "Inmaculada Concepción"; y que en adelante me denominaré "CENTRO ESCOLAR" y por la otra parte ALAN ROBERTO GONZALEZ FIGUEROA, mayor de edad, ingeniero agrónomo, del domicilio de San Salvador, portador de mi Documento de Identidad extendido por el Ministerio de Relaciones Exteriores Número IP cero cero seis pleca uno tres, actuando en nombre y representación, en mi calidad de Representante de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura en El Salvador, en adelante denominado la "FAO-SLV", personería que acredito con: a) el ejemplar del Diario Oficial, tomo doscientos cincuenta y ocho, de fecha siete de marzo de mil novecientos setenta y ocho, en el que aparece publicado el Decreto Legislativo número cuatrocientos cincuenta y uno, emitido el veintiséis de enero de mil novecientos setenta y ocho, que contiene la aprobación en todas sus partes del acuerdo entre el Gobierno de la República de El Salvador y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, para el establecimiento de la Representación de dicho Organismo en El Salvador; y b) la carta de aceptación con Referencia ER 247/2012, del Embajador de El Salvador en Roma, en la cual se me concede el Beneplácito de Estilo, para que desempeñe el cargo como Representante de la FAO-SLV, a partir del veinte de diciembre del año dos mil doce; que en adelante me denominaré la FAO.

CONSIDERANDO

Que ambas instituciones tienen como propósito contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, y que es un esfuerzo conjunto y complementario entre el Centro Escolar y la FAO-SLV, que contribuirá asegurar el conocimiento de los estudiantes, para que implementen huertos caseros, mejoren sus conocimientos y la capacidad de apoyar la economía de sus hogares. Además se brindará asistencia técnica a familias de escasos recursos y que forman parte del Programa de Apoyo Temporal al Ingreso (PATI) y que han desarrollado un huerto comunal como medio de experiencia y establecimiento de sus propios huertos familiares.

POR TANTO

Suscribir la presente CARTA CONVENIO ENTRE CENTRO ESCOLAR CATÓLICO INMACULADA CONCEPCIÓN Y LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACION Y LA AGRICULTURA (FAO).

CLAUSULA PRIMERA-OBJETIVO

Definir lineamientos generales que regirán las relaciones entre el Centro Escolar y la FAO, en el marco de la ejecución del proyecto TFD-15/ELS/001 denominado: Desarrollo de unidades productivas agropecuarias escolares en el Cantón San Rafael Abajo, municipio de La Libertad, departamento de La Libertad.

CLAUSULA SEGUNDA-PLAZO

El plazo de la presente carta, es de un año, contado a partir de la suscripción de la misma.

CLAUSULA TERCERA-COMPROMISOS DEL CENTRO ESCOLAR

a) Aportar los materiales locales y la mano de obra para la ejecución del proyecto; b) desarrollar las habilidades técnicas sobre producción y manejo de cultivos y módulos de especies menores con familias y centros escolares; c) participar en el proceso de cotización de adquisición de materiales y equipo, junto con el técnico que apoyará la implementación del proyecto; d) efectuar un manejo adecuado de los materiales y equipos que el proyecto proporcione; e) asistir puntualmente y participar de las

actividades programadas por el proyecto; f) crear un fondo para el mantenimiento y extensión del huerto escolar y granjas de gallinas ponedoras y estanque de tilapias, de acuerdo a lo establecido, en el documento de proyecto; g) organizar y planificar adecuadamente el trabajo, de manera conjunta con la municipalidad; h) también el proyecto estará vinculado con otras instituciones de apoyo y asistencia técnica; i) establecer registros socioeconómicos del proyecto para lo cual se proporcionará la capacitación y formatos correspondientes; j) elaborar y presentar los dos informes que sean requeridos por la FAO.

CLAUSULA CUARTA-COMPROMISOS DE LA FAO

a) Suministrar el equipo, materiales e insumos de acuerdo a lo indicado y monto establecido en el proyecto; b) Proporcionar asesoría y supervisión técnica operativa, a través de visitas periódicas al área del proyecto; c) Administrar los fondos aprobados por el programa TELEFOOD para la implementación del proyecto.

CLAUSULA QUINTA-INTERPRETACION DE LA PRESENTE CARTA Y SOLUCION DE CONTROVERSIAS

Siendo la presente Carta suscrita de buena fe, toda controversia e interpretación que se derive de la misma, respecto de su operación, formalización o cumplimiento, será resuelta de común acuerdo entre las partes.

CLAUSULA SEXTA-PROHIBICION DE CESION DE DERECHOS

Bajo ninguna circunstancia, el CENTRO ESCOLAR CATÓLICO INMACULADA CONCEPCIÓN podrá ceder derecho alguno emanado de la presente.

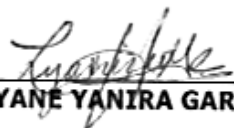
CLAUSURA SEPTIMA-MODIFICACIONES

La presente podrá ser modificada total o parcialmente previo acuerdo entre las partes, lo cual deberá constar por escrito y formará parte integral de la misma, salvo pacto en contrario.

CLAUSULA OCTABA-CAUSALES DE TERMINACION

La presente Carta podrá darse por terminada por: a) Mutuo acuerdo entre las partes; b) Cualquiera de las partes puede dar por terminada la presente sin responsabilidad alguna para ella, por el incumplimiento de parte de la otra, de cualquiera de las cláusulas acá establecidas, sin necesidad de acción judicial; para hacer efectiva la presente causal deberá mediar notificación por escrito a la contraparte sobre el incumplimiento encontrado y se otorgará un plazo de treinta días hábiles para que lo subsane o justifique, en caso de no hacerlo se tendrá por aceptado el incumplimiento y se podrá dar por terminado el presente convenio, en los términos señalados. Así nos expresamos y en fe de lo anterior firmamos y sellamos la presente Carta en tres ejemplares originales, en municipio de La Libertad, Departamento de La Libertad, a los cuatro días del mes de septiembre de dos mil quince.

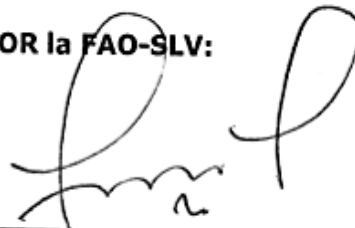
POR el Centro Escolar:



LYANE YANIRA GARCÍA DE TEJADA

Directora del Centro Escolar

POR la FAO-SLV:



ALAN ROBERTO GONZALEZ FIGUEROA

REPRESENTANTE

**FONDOS ESPECIALES DE TELEFOOD
PAIS - EL SALVADOR**

Título del proyecto	Desarrollo de unidades productivas agropecuarias escolares, en el Cantón San Rafael Abajo, Municipio de La Libertad. Departamento de La Libertad
Nombre de grupo beneficiario	Amigos de la naturaleza Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción (455 Alumnos, 474 alumnas, 100 productoras/es del programa Pati)
Lugar	Cantón San Rafael abajo, municipio de La Libertad. Departamento de La libertad
Fecha estimada de inicio	Septiembre 2015
Fecha estimada de finalización	Agosto 2016
Presupuesto FAO	\$9,999.50
Proveedor de Asistencia Técnica	Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria (CENTA) Asociación Unida por el Agua (ACUA) Unidad Ambiental de la Alcaldía Municipal de Puerto La Libertad (UAMLL) Corporación de Comunidades Rurales de El Salvador (CORDES) Instituto Tecnológico Centroamericano (ITCA) Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO)

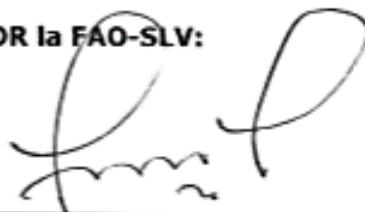
POR el Centro Escolar:



LYANE YANIRA GARCÍA DE TEJADA

Directora del Centro Escolar

POR la FAO-SLV:



**ALAN ROBERTO GONZALEZ
FIGUEROA**

REPRESENTANTE

1. GRUPO BENEFICIARIO

Para este proyecto participaran estudiantes con experiencias en establecimiento y manejo de huertos escolares y de productores/as participantes en actividades en huerto Comunal; miembros de Amigos de la Naturaleza; ubicado dentro del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción en la Libertad. El proyecto inicia en julio 2015.

El propósito de su creación fue tener un lugar en donde los estudiantes hicieran prácticas agrícolas, así como también usarlo como un recurso didáctico en cuanto al desarrollo de los contenidos programáticos que sugiere el Ministerio de Educación. Para esto se entregarán a los docentes, materiales desarrollados por el Ministerio de Educación y FAO en el marco de un proyecto de Huertos Escolares.

Además sirve como un recurso muy valioso en cuanto a la seguridad alimentaria y nutricional de la población estudiantil, pues las cosechas obtenidas complementan el refrigerio escolar con alimentos sanos y nutritivos y el desarrollo físico biológico de estudiantes.

Con el desarrollo de este proyecto se pretende además asegurar el conocimiento de los estudiantes, para que implementen huertos caseros, para que tengan conocimientos y la capacidad de apoyar la economía de sus hogares, pues un 90% de las familias son pobres.

Además se brindará asistencia técnica a familias de escasos recursos y que forman parte del Programa de Apoyo Temporal al Ingreso (PATI) y que han desarrollado un huerto comunal como medio de experiencia y establecimiento de sus propios huertos familiares.

2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION

El huerto escolar se ubica en el caserío San Rafael Abajo, jurisdicción del municipio del Puerto de La Libertad, departamento La Libertad, sobre el km. 40 carretera El Litoral, a una altura sobre el nivel del mar de 10 metros. El clima que se experimenta en el lugar es el cálido. Contiguo al terreno se encuentra el río El Charcón que mantiene un caudal en invierno y verano de agua de calidad para riego de los diferentes cultivos.

Por la altura que posee el terreno es apropiado para la siembra de pepinos, tomates, chile verde, rábano, lorocos, etc. Además se tendrá una producción de gallinas ponedoras y un estanque para tilapias.

La implementación de este proyecto vendrá de alguna manera a beneficiar a muchas de las familias que conforman la comunidad educativa del centro, pues uno de los problemas que enfrenta es el económico, ya que muchas familias de los estudiantes carecen de ingresos económicos estables y justos. Muchos se dedican a subempleos como: ventas ambulantes, elaboración y venta de artesanías, venta de pescado, otros. Es de aclarar que este los ingresos de este tipo de actividades apenas les alcanza para cubrir algunas necesidades vitales de sus familias como: la alimentación y el pago de renta de sus casas. A nivel social carecen de un servicio de salud digno y viviendas en buen estado. Asimismo, sufren de desnutrición debido a una alimentación deficiente y no balanceada.

Dentro de la problemática a la que ellos se enfrentan diariamente está: bajo rendimiento escolar en sus hijos debido a la carencia de una alimentación adecuada, enfermedades continuas debido a la falta de defensas biológicas (falta de alimentación adecuada), y deserción escolar, debido a la carencia de fondos económicos y por trabajo infantil.

El presente proyecto pretende contribuir a mejorar la seguridad alimentaria nutricional de la población Cantón San Rafael Abajo y de sus alrededores y servirá como espacio experimental para los estudiantes, ya que facilitara, el desarrollo práctico en las diferentes disciplinas. Además servirá como un apoyo técnico educativo para otros centros escolares, ya que el centro escolar ha sido nombrado como escuela inclusiva de tiempo pleno, siendo el huerto escolar el eje principal de todas las acciones.

Por otra parte, a través de la participación de la comunidad escolar en el huerto escolar y de su capacitación en prácticas de producción de alimentos y en SAN, también se espera lograr que las familias repliquen los huertos en sus casas. El involucramiento de las madres y padres de familia en la implementación y mantenimiento del huerto escolar es importante para la sostenibilidad del huerto escolar.

3. Objetivos.

- Contribuir al mejoramiento de la seguridad alimentaria nutricional de las familias de la comunidad a través de la producción de alimentos para el consumo escolar y familiar.
- Fortalecer la experiencia en la producción de hortalizas y crear espacios para la crianza de gallinas ponedoras y tilapias.
- Desarrollar un proceso educativo sólido de carácter participativo en el tema de seguridad alimentaria nutricional.
- Sensibilizar a los actores sociales sobre la temática de seguridad alimentaria nutricional y la importancia de su participación en la solución de la problemática actual y de la inseguridad alimentaria.

4. Duración del proyecto.

El proyecto será ejecutado en un período de 12 meses bajo el financiamiento y asistencia técnica de FAO y ejecutado por actores involucrados en el proyecto; siendo el CENTA y la Alcaldía de municipio de La Libertad quienes acompañarán el desarrollo de las acciones programadas y el aporte de los diferentes cooperantes o aliados.

5. Actividades

Actividades	Mes												Responsable	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Fortalecimiento de las organizaciones de beneficiarios	x													Alcaldía Municipal
Elaboración de perfiles de proyectos de aves ponedoras, huertos caseros y escolar	x													Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción y CENTA
Compra de insumos para establecimiento de cultivos en el centro de producción y módulos de gallinas ponedoras y peces	x	x	x	x										FAO Centro Escolar Beneficiarios
Capacitación básica para la implementación de cultivos y módulos de especies menores con familias y centros escolares		x	x	x										CENTA, ACUA, CORDES, ITCA
Implementación de centro de producción de hortalizas y módulos de especies menores			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	BENEFICIARIOS CENTA Alcaldía
Capacitación de familias sobre alimentación y nutrición					x	x	x	x	x	x	x	x	x	FAO
Desarrollo de talleres sobre preparación de alimentos						x	x		x			x		FAO
Establecimiento de mecanismos de comercialización de productos alimenticios				x	x	x							x	Todos los involucrados
Asistencia Técnica a unidades productivas		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	CENTA CORDES ACUA

Actividades	Mes												Responsable	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
														ITCA
Seguimiento y supervisión técnica				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	FAO ALCALDIA CENTA
Elaboración de informes					x				x				x	Beneficiarios CENTA, ALCALDIA

6. Resultados del proyecto

- Un Huerto Escolar pedagógico implementado, en el Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción.
- 25 Líderes de diferentes sectores sensibilizados en el tema de Seguridad Alimentaria Nutricional.
- 6 Actores sociales participando activamente en la implementación, cuidado y sostenibilidad del huerto escolar y especies menores.
- 100 estudiantes capacitados en implementación, cuidado y sostenibilidad de huertos escolares y especies menores.
- 100 productores del programa PATI capacitados en implementación, cuidado y sostenibilidad de huertos escolares
- 1 módulos de gallinas ponedoras implementados y produciendo para consumo y comercialización.
- Promoción y comercialización de productos de huertos y especies menores. (Ferias, mercaditos, etc.)
- 1 fondo establecido para el mantenimiento y extensión del huerto escolar y granjas de gallinas ponedoras y estanque de tilapias.

7. Presupuesto

Concepto	Aporte FAO	Otros Aportes	Total
ESTABLECIMIENTO MÓDULO DE GALLINAS PONEDORAS			
Equipo para módulo de Gallinas ponedoras	\$0	\$187.00	\$187.00
Material de construcción para módulo Aves	\$2,078.80	\$118.00	\$2,196.80
Suministros veterinarios y zoonosanitario	\$960.25	\$0	\$960.25
Gallinas ponedoras de 20 sem	\$2,250.50	\$0	\$2,250.50
TOTALES	\$5,289.55	\$305	\$5,594.55
ESTABLECIMIENTO MÓDULO DE HUERTO ESCOLAR			
Herramientas	\$0.00	\$213.00	\$213.00
Equipo y Materiales para sistema de Riego por goteo	\$1,422.20	\$898	\$2320.20
Maquinaria y labores agrícolas	\$0.00	\$1,860.00	\$1,860.00
Semillas y material de plantación	\$2,587.75	\$0.00	\$2,587.75
TOTALES	\$4,009.95	\$2,971.00	\$6,980.95
ESTABLECIMIENTO MÓDULO DE TILAPIA			
Maquinaria	\$0.00	\$5,688.00	\$5,688.00
Alimento para tilapia	\$490.00	\$0.00	\$490.00
Compra de Alevines	\$210.00	\$0.00	\$210.00
TOTALES	\$700.00	\$5,688.00	\$6,388.00
RECURSO HUMANO POR MÓDULO Y RECURSO PARA CAPACITACIONES			
Mano de obra	\$0.00	\$3,348.51	\$3,348.51
Alimentación	\$0.00	\$1,800.00	\$1,800.00
Materiales para capacitación y talleres de preparación de alimentos	\$0.00	\$825.00	\$825.00
Transporte	\$0.00	\$2,149.92	\$2149.92
TOTALES	\$0	\$8,123.43	\$8,123.43
Presupuesto Total	\$9,999.50	\$17,087.43	\$27,086.93

8. Análisis de costos/beneficios

Para hacer la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales, se hizo un desglose de estos dos rubros. Los costos totales incluyen:

- los gastos de implementación del proyecto inicial (Fondos Telefood)
- aporte inicial de la comunidad en jornales
- aporte inicial de la comunidad y alcaldía en materiales y equipo
- aporte de la comunidad en mano de obra comunitaria para el funcionamiento durante el periodo de duración del proyecto

Los ingresos incluyen:

- los productos utilizados para el autoconsumo escolar y familiar
- los productos utilizados para la comercialización

Para proyectar los ingresos totales, en el caso del huerto, la granja de gallinas ponedoras y el estanque de tilapias, se tomó de base un área de 2800m²; de los cuales 600m² para el estanque de tilapias, 100m² para la granja, para el huerto en seis parcelas de 300m² cada una y 100m² para producción de semilleros y abono orgánicos. En los cuales se implementará una metodología escalonada de los cultivos, con el propósito de mantener una producción estable todo el año, tomando en cuenta los anteriores datos se ha proyectado el ingreso, tomando en cuenta que la producción no es uniforme y los precios del mercado son variables según la estación del año, además buena parte de la producción es para auto consumo familiar, pero tiene un valor económico pues no lo compran en el mercado.

En el caso de los huertos escolares se establecerá un módulo en el Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción, Distribuido en seis parcelas de 300m², con fondos de FAO se entregarán los materiales e insumos necesarios para su implementación. Se ha proyectado el ingreso, tomando en cuenta que la producción no es uniforme, que será manejada por los estudiantes en su tiempo libre, que los precios del mercado son variables según la estación del año, además buena parte de la producción es para auto consumo escolar, pero tiene un valor económico pues no lo compran en el mercado y el excedente para venta a través de agro mercados, ferias. La mano de obra será aportada por los padres y madres, con el apoyo de los estudiantes del Centro Escolar.

Se ha proyectado un ingreso mensual de \$910 en las seis parcelas y en 12 meses un total \$10,920. La mano de obra será aportada por los mismos beneficiarios.

Huerto escolar (módulos de hortalizas)	
- Ingresos totales:	\$ 10,920.00
- Costos totales	\$ 2,400.00
- Beneficios totales	\$ 8,520.00

Relación Beneficio/Costo: \$ 10,920.00 / \$ 2,400.00= 4,6

Para la proyección de los ingresos en el módulo de gallinas ponedoras se ha proyectado la compra de aves en postura de 20 semanas, calculado para un año de duración del proyecto. Obteniendo mensual \$1,050.00 en 300 gallinas y un total anual de \$12,600. Los beneficiarios aportarán mano de obra

Módulos de especies menores (módulos de gallinas ponedoras)	
- Ingresos totales:	\$ 12,600.00
- Costos totales	\$ 7,020.00
- Beneficios totales	\$ 5,580.00

Relación Beneficios/ Costos: 12,600.00 / 7,020.00 = 1.8

Para la proyección de los ingresos en la producción de tilapias se ha proyectado la compra de 7,000 alevines. Calculado un ingreso de \$4,462.50 cada cuatro meses y para un año de duración del proyecto \$13,387.50 en tres cosechas cada cuatro meses. Los beneficiarios aportarán mano de obra

Módulos de especies menores (Estanque de peces)	
- Ingresos totales:	\$ 13,387.50
- Costos totales	\$ 3,826.80
- Beneficios totales	\$ 9,560.70

Relación Beneficios/ Costos: 13,387.50 / 3,826.80 = 3.5

9. Riesgos y alternativas de solución

Riesgos	Alternativas de solución
1. Fenómenos climáticos	Utilizar variedades resistentes y sistemas de riego en caso de sequías.
2. Prevalencia de Plagas y enfermedades	Utilizar variedades resistentes
3. Incidencia de enfermedades	Razas genéticamente mejoradas (Resistencia a enfermedades)

10. Vinculación con otros proyectos

El proyecto a ejecutar estará ubicado en la zona de influencia de la Alcaldía Municipal de La Libertad y será ejecutado por El Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción con apoyo de la Alcaldía. También el proyecto estará vinculado con otras instituciones de apoyo y asistencia técnica.

11. Estrategias para conseguir auto sostenibilidad.

Para los productos obtenidos del huerto escolar, la granja de gallinas ponedoras y de la producción de tilapias, se estima que un 60% será consumida por estudiantes y 40% se comercializará con la comunidad educativa y en agro mercados locales, estableciendo que los ingresos obtenidos por esta vía serán utilizados para la compra de insumos para el mantenimiento de los mismos y su sostenibilidad. Los fondos obtenidos serán administrados por el comité de huerto escolar ya existente o en su defecto por la dirección del Centro Escolar.

12. Apoyo técnico

El Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA), la Unidad Ambiental de la Alcaldía Municipal de La Libertad, Asociación Unida por el Agua (ACUA), Corporación de comunidades rurales de El Salvador (CORDES) y el Instituto Tecnológico Centroamericano (ITCA) proporcionarán la asistencia técnica para el fortalecimiento en la organización comunitaria, capacitación, sensibilización en seguridad alimentaria y nutricional.

El Centro de Tecnología Agropecuaria (CENTA) y La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) proporcionarán el apoyo técnico y seguimiento en la implementación de las unidades productivas.

Anexo 1: Presupuesto para iniciativas individuales

COSTO UNITARIO PARA ESTABLECIMIENTO DE MÓDULO DE GALLINAS. Tamaño: 10 x 8 m ²					
Rubro	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Costo Total	
				Aporte comunitario	FAO
EQUIPO PARA MÓDULO DE AVES					
Tablas de pino	varas	30	\$1.50	\$45.00	
Bebedores	U	20	\$5.00	\$100.00	
Cubetas	U	10	\$4.20	\$42.00	
				\$187.00	
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN					
Tubo galvanizado	metro	6	\$36.90		\$221.40
Polín C No. 6	metro	35	\$18.80		\$658.00
Lámina Zinc-Alum	metro	20	\$34.50		\$690.00
Malla Ciclón	rollo	1	\$127.15		\$127.15
Ladrillos Saltex	U	300	\$0.42		\$126.00
Cemento	bolsa	25	\$8.25		\$206.25
Arena	Metro cúbico	5	\$8.00	\$40.00	
Grava	Metro cúbico	6	\$7.00	\$42.00	
Tubo galvanizado de 3 pulg.	U de 6	2	\$25.00		\$50.00
Hierro	Quintal	1	\$36.00	\$36.00	
				\$118.00	\$2,078.80
CONTROL DE ENFERMEDADES Y ALIMENTACIÓN (SUMINISTROS VETERINARIOS Y ZOOSANITARIOS)					
Vacuna triple	Frasco	2	\$5.00		\$10.00
Electrolito	Sobre	30	\$1.85		\$55.50
Callostomi	Sobre	10	\$2.40		\$24.00
Tetraciclina	Sobre	15	\$3.25		\$48.75
Sulfavit	Sobre	20	\$3.75		\$75.00
Uricilina	Sobre	20	\$2.45		\$49.00
Virkons	Sobre	10	\$6.80		\$68.00
Bomba de Mochila	U	1	\$58.00		\$58.00
Concentrado Postura	Quintal	22	\$26.00		\$572.00
					\$960.25
PIE DE CRÍA					
Gallina ponedora de 20 semanas		300	\$7.50		\$2,250.00
					\$2,250.50

TOTAL x MÓDULO

\$305.00	\$5,289.55
-----------------	-------------------

PRESUPUESTO UNITARIO PARA MÓDULO DE HUERTO tamaño: 2000 m2 (40x50 metros)					
Rubro	Medida	Cantidad requerida	Costo Unidad	Costo Total	
				Aporte comunitario	FAO
HERRAMIENTAS MANUALES					
Pala		6	\$7.50	\$45.00	
Pala Dúplex		2	\$18.00	\$36.00	
Chuzo		6	\$3.00	\$18.00	
Azadón		8	\$7.00	\$56.00	
Bomba de Mochila		1	\$58.00	\$58.00	
				\$213.00	
EQUIPO Y MATERIAL PARA SISTEMA DE RIEGO					
Bomba achicadora	U	1	\$ 498.00	\$498.00	
Cinta de goteo	metros	2000	\$ 0.15	\$300.00	
Carretilla	U	1	\$ 50.00	\$50.00	
Baldes	U	10	\$ 5.00	\$50.00	
Tubo PVC de 2 pulgadas 250 psi	U	12	\$ 3.75		\$45.00
Tubo PVC de 1 ½ pulg. 250 psi	U	18	\$ 10.00		\$180.00
Tubo PVC de 1 ½ pulg. De 165 psi	U	20	\$ 5.85		\$117.00
Válvulas de paso de 1 ½ pulg.	U	8	\$ 4.25		\$34.00
Válvulas de paso de ½ pulg.	U	10	\$ 1.10		\$11.00
Codos de 1 ½ pulg.	U	15	\$ 1.15		\$17.25
Reductores de 1 ½ pulg. a 1	U	10	\$ 0.50		\$5.00
Cruceros de 2 pulg.	U	2	\$ 4.90		\$9.80
T de ½ pulg.	U	10	\$ 1.37		\$13.70
Pegamento PVC	Galón	1	\$ 55.00		\$55.00
Depósito de agua de 2500 litros	U	1	\$ 322.25		\$322.25
Tubo Galvanizado de 3 pulg.	U	4	\$ 36.90		\$147.60
Tubo Galvanizado de 2 pulg.	U	2	\$ 27.30		\$54.60
Juego de Elevadores y llaves	U	60	\$ 3.50		\$210.00
Cinta de goteo	metros	1000	\$ 0.20		\$200.00
				\$898.00	\$1,422.20
MAQUINARIA Y LABORES AGRICOLAS					
Tractor para borda de río El Charcón	hora	20	\$50.00	\$1,000.00	
Terraceo del terreno	hora	12	\$50.00	\$600.00	
Instalación eléctrica	obra	1	\$260.00	\$260.00	
				\$1,860.00	
SEMILLA Y MATERIAL DE PLANTACIÓN					
Pepino Tropi-Kuki	Lata	1	\$261.20		\$261.20
Tomate Cherif F-1	Sobre	1	\$90.85		\$90.85
Chile Nataly	Sobre	1	\$242.95		\$242.95
Chipilín	Libra	1	\$38.85		\$38.85
Ejote de Rienda	Sobre	20	\$2.51		\$50.20

PRESUPUESTO UNITARIO PARA MÓDULO DE HUERTO tamaño: 2000 m2 (40x50 metros)					
Rubro	Medida	Cantidad requerida	Costo Unidad	Costo Total	
				Aporte comunitario	FAO
Cebolla Blanca	Sobre	10	\$2.51		\$25.10
Rábano	Bolsas	3	\$15.25		\$45.75
Bandeja para semillero	U	30	\$3.50		\$105.00
Regaderas	U	5	\$7.50		\$37.50
Engeo Litro 0.5	Litro	5	\$12.00		\$60.00
Monarca	Litro	2	\$21.60		\$43.20
Derosal	Litro	1	\$38.40		\$38.40
Copravit	Bolsa	2	\$17.80		\$35.60
Karate	Litro	2	\$6.00		\$12.00
Endosulfan	Litro	1	\$27.75		\$27.75
Bayfolan Forte	Litro	8	\$8.00		\$64.00
Metalosato Multimineral	Litro	2	\$30.95		\$61.90
Prix	Litro	10	\$11.15		\$111.50
Manzate	Bolsa	5	\$6.40		\$32.00
Amistar	Sobre	20	\$3.70		\$74.00
Furadán	Sobre	20	\$2.25		\$45.00
Fertilizante 18 4.60	Quintal	4	\$45.00		\$180.00
Fertilizante 151515	Quintal	4	\$35.50		\$142.00
Sulfato de Amonio	Quintal	4	\$18.50		\$74.00
Sustrato	Libras	100	\$6.23		\$623.00
Jabas	U	12	\$5.50		\$66.00
					\$2,587.75
Total x módulo hortalizas				\$2,971.00	\$4,009.95

COSTO UNITARIO PARA ESTABLECIMIENTO DE MÓDULO DE TILAPIAS.					
Rubro	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Costo Total	
				Aporte comunitario	FAO
MAQUINARIA					
Terraceado y fabricación de estanque	Metro cuadrado	600	\$9.48	\$5,688.00	
				\$5,688.00	
ALIMENTACIÓN					
Concentrado para tilapia	quintal	14	\$35.00		\$490.00
					\$490.00
PIE DE CRÍA					

Alevines	unidad	7000	\$0.03		\$210.00
					\$210.00

TOTAL x MÓDULO

\$5,688.00	\$700.00
------------	----------

COSTO UNITARIO PARA RECURSOS HUMANOS Y CAPACITACIONES					
Rubro	Medida	Cantidad requerida	Costo Unitario	Costo Total	
				Aporte comunitario	FAO
MANO DE OBRA					
Recurso humano	módulos	3	\$1,116.17	\$3,348.51	\$0.00
				\$3,348.51	\$0.00
ALIMENTACIÓN					
Alimentación jornadas de capacitación	jornadas	12	\$150.00	\$1,800.00	\$0.00
				\$1,800.00	\$0.00
MATERIAL DE CAPACITACIÓN					
Documentación	paquete	1	\$825.00	\$825.00	\$0.00
				\$825.00	\$0.00
TRANSPORTE					
Traslado al huerto	meses	12	\$179.33	\$2,149.92	
				\$8,123.43	\$0.00
TOTAL x MÓDULO				\$8,123.43	\$0.00

ANEXO C: Presupuesto para iniciativas totales

CUADRO RESUMEN DEL COSTO DE PRODUCCION DIRECTA DE HUERTO ESCOLAR, MÓDULOS DE GALLINAS PONEDORAS Y ESTANQUE DE PECES.			
Rubro.	Cantidad de unidades productivas a implementar	Costo Unitario de Unidad productiva	Costo total.
Huertos Escolar	6	\$400	\$2,400.00
módulo de Gallinas ponedoras	1	\$7,020.00	\$7,020.00
Estanque Peces	3	\$1,275.60	\$3,826.80
TOTAL			\$13,246.80

CUADRO RESUMEN DE INGRESOS DE LA IMPLEMENTACION DE HUERTO ESCOLAR, MÓDULOS DE GALLINAS PONEDORAS Y ESTANQUE DE PECES.			
Rubro.	Cantidad de unidades productivas a implementar	Ingreso unitario de Unidad productiva	Ingreso Total.
Huertos Escolar	6	\$1,820.00	\$10,920.00
Módulo de Gallinas ponedoras	1	\$12,600	\$12,600.00
Estanque Peces	3	\$4,462.50	\$13,387.50

RELACION COSTO BENEFICIO			
Rubro.	Ingreso total	Costo total	Relación
Huertos Escolar	\$10,920.00	\$2,400.00	4.6
Módulo de Gallinas ponedoras	\$12,600.00	\$7,020.00	1.8
Estanque Peces	\$13,387.50	\$3,826.80	3.5

DIFERENCIA ENTRE INGRESOS Y GASTOS			
Rubro.	Ingreso total	Costo total	Diferencia
Huertos Escolar	\$10,920.00	\$2,400.00	\$8,520.00
Módulo de Gallinas ponedoras	\$12,600.00	\$7,020.00	\$5,580.00
Estanque Peces	\$13,387.50	\$3,826.80	\$9,560.70



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

ENTREVISTA DIRIGIDA A: el Profesor encargado del área de campo del Laboratorio Verde del Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción

OBJETIVO: Obtener información que permita conocer la situación actual del Laboratorio Verde del CECIC; así como de la comercialización de los productos para la construcción de un plan de negocios.

PRESENTACIÓN: La investigación que se lleva a cabo es con el propósito de realizar un diagnóstico de la situación actual del Laboratorio Verde del CECIC, con el fin de elaborar un Plan de Negocios que permita mejorar la comercialización de la producción generada. Razón por la cual solicitamos su colaboración, contestando de forma objetiva las preguntas que se formulan. No omitimos manifestar que los resultados de esta investigación son para fines académicos, por lo que se le garantiza la confidencialidad de la información que usted nos proporcionará. Por su atención, muchas gracias.

DATOS ESPECÍFICOS

1. ¿Cuáles son los objetivos principales del Laboratorio Verde?
 - ✓ Proveer al refrigerio escolar frutas y verduras para mezclar con los productos que provee el Ministerio de Educación.
 - ✓ Adaptar los temas teóricos de la curricular escolar al área de campo (huerto).
 - ✓ Que los alumnos aprendan a administrar un negocio.

2. ¿Cuántas personas se encuentran encargadas y cuál es la función de cada una de ellas dentro del proyecto?
 - ✓ Profesor Luis Calderón encargado del área de campo.
 - ✓ Profesor Mario Servellón encargado del área pedagógica.
 - ✓ Directora del CECIC la Licda. Lyane Yanira García Santamaría.
 - ✓ Un empleado del CECIC.

3. ¿Quiénes son los beneficiados del proyecto de manera directa e indirectamente?

Los beneficiados de manera directa son los estudiantes y de manera indirecta las familias en donde está ubicado el Laboratorio Verde.

4. ¿Cuáles son los principales productos que se comercializan?

Dependiendo de la época. En la actualidad se está cosechando plátano, caña de azúcar, maíz, yuca, limón, naranja, rábanos, tomate, entre otros.

5. ¿Para producir y comercializar sus productos necesitan permisos de la alcaldía municipal, unidad de salud u otra entidad que regule esos procedimientos?

No es necesario porque ellos venden sus productos solo dentro del CECIC.

6. ¿Cuáles son las actividades, o procesos en los que usted considera realiza un mejor trabajo? Eje: administración, Producción, Comercialización, etc. ¿Por qué?

En el área de producción (cultivar, que todo esté funcionando, bien haciendo un control de plagas).

7. ¿Qué actividades o procesos les gustaría fortalecer? ¿Por qué?

La administración del huerto porque no hay una persona que se encargue de llevar control en Laboratorio Verde.

8. ¿Cuáles son las fortalezas del proyecto Laboratorio Verde?

Es apoyado por la comunidad y apoyado por todos, apoyo de los maestros y un apoyo más grande es el apoyo del padre Pablo.

9. ¿Cuáles son las debilidades o principales problemas que enfrentan?

No tienen personal encargado del área de venta y no cuentan con la experiencia en el área de producción.

10. ¿Qué acciones considera que deben tomarse para poder superar las dificultades mencionadas?

Hacer una reingeniería de lo que se debe sembrar o no.

11. ¿Cuáles son las oportunidades que tiene el Laboratorio Verde para comercializar sus productos?

Los consumidores son los padres de la escuela y la comunidad.

12. ¿Cuáles son las principales amenazas con las que se enfrenta?

La contaminación del suelo y las plagas. En cuanto al producto no hay amenazas.

Área de producción

13. ¿Cómo es el proceso de producción de sus productos?

Todos los días hay revisiones para ver que producto se encuentra maduro, posteriormente se corta, se limpian, se depositan en sacos o jabas y son llevados a la escuela.

14. ¿Cuentan con un local y utensilios apropiados para la recolección y comercialización de los productos?

Con un local no se cuenta. En cuanto a los utensilios tenemos bandejas, jabas, sacos y carretas.

15. ¿Utilizan sistema de invernadero?

No.

16. Si la respuesta a la pregunta anterior es negativa, ¿qué tipo de sistema utilizan?

Los microtúneles consisten en la creación de un invernadero en pequeño donde se hacen los cultivos con agril, y ahí se deja la planta hasta que tope al agril se destapa. Este sistema solo se utiliza en verano.

17. ¿Cuál es la producción total a la semana?

El pepino es lo que más se produce este se cosecha a los 45 días, se hacen tres cortas y de cada corta salen 1000 pepinos de cada sector y se hacen dos sectores, los chiles se cosechan a los 60 días se realiza la corta cada 8 días y de esta se tiene 150 chiles por cada corta. La papaya se cosecha a los 5 meses se corta cada 8 días y en cada corta se cosechan 80 papayas. Para el tomate se tiene dificultad debido al clima del Laboratorio Verde. En cuanto a los huevos de 300 gallinas se obtienen 250 huevos.

18. ¿Pueden producir frutas y verduras todo el año?

Sí, pero la producción de frutas y verduras es más en verano.

19. ¿Qué factores pueden influir en el incremento de los costos de producción?

La demanda y la producción, es decir si hay más producto en el mercado el producto es más barato.

20. ¿Qué factores influyen en el incremento de los precios de sus productos?

La inversión de semilla y los fertilizantes ya que las semillas de pepino la libra vale \$250 y trae 5000 semillas aproximadamente y la de papaya vale \$600, es decir son muy costosas, y esto hace que influya en el incremento del precio de nuestros productos. Ya que no compramos las grandes cantidades de libras de semilla de pepinos por ejemplo, sino que solo compramos 1 o 2 lb por tal motivo es mejor comprar los plantines.

21. ¿La producción es continua todo el año? si, no ¿Por qué?

La papaya si es continua ya que produce todo los meses durante 2 año, pero hay otros productos que se deben llevar de manera escalonada para que haya producción, ejemplo de ellos son los pepinos.

22. ¿Existe una persona encargada de verificar la calidad de los productos?

El CENTA se encarga de ver la calidad del producto.

23. ¿Cómo considera la calidad de los productos?

La calidad es alta ya que es libre de químicos, por tal motivo debería ser un producto más caro.

24. ¿Quiénes son sus principales proveedores de materias primas y materiales?

Es FAO ya que aún contamos con semilla que nos proporcionó, además de la ayuda de la comunidad El Charcón, empresarios del Puerto La Libertad y ex alumnos del CECIC.

25. ¿Estaría usted dispuesto a incrementar la producción si su(s) principal(es) cliente(s) se lo demandase(n); es decir, tiene la capacidad productiva necesaria para ello?

Sí, estamos dispuestos a incrementar la producción ya que contamos con la capacidad productiva para ello.

26. ¿Estaría usted dispuesto a cultivar otro producto si su(s) principal(es) cliente(s) se lo demandase(n)?

El problema es que no se puede cultivar todo lo que queremos si el clima no da, ejemplo güisquil es del clima fresco.

Área de Mercadeo

27. ¿En qué lugares comercializan su producto?

En el CECIC (Escuela).

28. ¿Cómo es el proceso de comercialización y distribución?

El producto es llevado a la escuela, luego se informa a la comunidad estudiantil, así como a los padres de familia los productos que están a la venta.

29. ¿Han considerado establecer un centro de acopio de los huevos, frutas y verduras que el laboratorio se producen?

No por el momento, pero se tiene pensado hacer un cambio para poder vender los productos ya que se venden en la dirección del CECIC, el cual no es un lugar adecuado para el mantenimiento y comercialización.

30. ¿Qué características considera que son de importancia para la venta de los productos, y qué lo diferencian de sus competidores?

Son productos saludables para el consumidor por la higiene y el no uso de pesticidas, ya que se cultivan y producen de forma orgánica.

31. A su juicio, ¿Qué criterios cree usted que toma en cuenta el consumidor para hacer su compra?

El precio y la cantidad.

32. ¿Considera usted que la utilización de empaque para proteger los productos le ayudaría a comercializarlo de una mejor manera?

Si, el producto se protege y tiene una mejor presentación.

33. ¿A qué precio se comercializan los productos? (haga un detalle de la cantidad del producto y su precio respectivo)

Depende como esté en el mercado.

34. ¿Cuál o cuáles son los criterios que utilizan para fijar los precios de los productos que se comercializan?

✓ El precio que se establece en el mercado.

✓ La temporada.

✓ Las estaciones del año.

35. ¿Cómo determina el precio de venta de los productos?

Haciendo un sondeo de precios en los negocios que se dedican a comercializar los mismo productos.

36. ¿Ofrecen servicio de entrega a domicilio?

No, pero si estamos en la disposición de hacerlo.

37. ¿Ha realizado algún tipo de actividad para aumentar las ventas del producto?

No, la venta ha sido poca la mayoría de los productos han sido para el consumo de los alumnos del CECIC.

38. ¿Qué tipo de actividad ha realizado?

Ninguna.

39. Conoce usted a sus competidores. ¿Quiénes son sus principales competidores?

Las grandes empresas, en el sector avícola la mayor competencia es Sello de Oro, en cuanto a las frutas y verduras que se producen, en el Charcón no hay competencia pero en el Puerto de La Libertad la competencia seria todas las cooperativas y los mayoristas que traen productos de la Tiendona.

Área de Finanzas

40. ¿El proyecto Laboratorio Verde cuenta con contabilidad formal?

No, la contabilidad esta mezclada dentro de la contabilidad de la escuela.

41. Si la respuesta a la pregunta anterior es negativa ¿Llevan algún tipo de control de ingresos y gastos?

Si, mediante recibos de ingresos totales no por unidades vendidas, igualmente se tienen recibos de los gastos realizados.

42. ¿Cuánto es el periodo máximo en la concesión de crédito?

Como no se ha vendido mucho no se han concedido créditos.

43. ¿Cuentan con los recursos financieros suficientes para suplir las necesidades del proyecto?

Si, por el momento se cuenta con los recursos necesarios.

44. ¿Ha solicitado alguna vez algún tipo de préstamo a instituciones bancarias u otras para realizar sus operaciones?

No,

45. Si su respuesta es no, podría explicar ¿por qué?

Porque se cuenta con los donativos de la comunidad y ayuda dada por FAO.

Hasta aquí llega la encuesta gracias por su colaboración.



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

ENCUESTA DIRIGIDA: A los dueños o encargados de los restaurantes visitados en las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad.

OBJETIVO: Obtener información que permita conocer las necesidades y preferencias que tienen los dueños o encargados de los restaurantes visitados en las playas El Obispo, La Paz y Malecón Turístico del Puerto de La Libertad, con respecto a la compra de huevos, frutas y verduras que consumen, para construir un plan de negocios.

PRESENTACIÓN: Estamos realizando una investigación con fines académicos con el propósito de formular un Plan de Negocios para generar demanda de huevos, frutas y verduras, cosechados en el huerto escolar del CECIC del Puerto de la Libertad, en el departamento de La Libertad. Por lo cual le solicitamos contestar el siguiente cuestionario en la forma que usted estime conveniente. No omitimos manifestar que los resultados de esta investigación son para fines académicos, por lo que se le garantiza la confidencialidad de la información que usted nos proporcionará. Por su atención, muchas gracias.

INDICACIONES: Marque con una X la opción que estime conveniente.

GENERALIDADES

Sexo: Femenino _____ Masculino _____

Edad: 18 -25 años ____ 26 -35 años ____ 36- 45 años ____ 46 a más ____

Nivel de escolaridad: 1°-6° ____ 7°- 9° ____ Bachiller ____ Otros ____

¿Cuál es su condición en el negocio?: Dueño____ Encargado____

¿Cuánto tiempo lleva en éste negocio?:

1 - 10 años ____ 11 - 20 años ____ 21 - 30 años ____ 31 a más ____

DATOS DE CONTENIDO

1. ¿De los siguientes productos cuales consume en su negocio?

- a. Tomate ____ b. Chile Verde ____ c. Pepino ____ d. Papaya ____ e. Berenjena ____
f. Huevos____

De acuerdo a la respuesta(s) anterior(es) conteste únicamente el ítem que corresponda:

2. ¿Cuál es el precio y cantidad de tomate que compra?

- a. Precio: \$____ b. Unidades: _____

3. ¿Cuál es el precio y cantidad de chile verde que compra?

- a. Precio: \$____ b. Unidades: _____

4. ¿Cuál es el precio y cantidad de pepino que compra?

- a. Precio: \$____ b. Unidades: _____

5. ¿Cuál es el precio y cantidad de papaya que compra?

a. Precio: \$_____ b. Unidades: _____

6. ¿Cuál es el precio y cantidad de berenjena que compra?

a. Precio: \$_____ b. Unidades: _____

7. ¿Cuál es el precio y cantidad de huevos que compra?

a. Precio: \$_____ b. Unidades: _____

8. ¿Qué otras frutas y verduras utiliza en el negocio? _____

9. Cuando compran huevos, frutas y verduras ¿Con qué frecuencia lo hace?

a. A diario _____ b. Semanal _____ c. Quincenal _____ d. Mensual _____

¿Por qué? _____

10. ¿Considera usted que el nivel de consumo de huevos, frutas y verduras en el negocio es alto?

a. Sí _____ b. No _____

11. ¿En qué días de la semana compra más huevos, frutas y verduras en el negocio?

a. Lunes _____ b. Martes _____ c. Miércoles _____ d. Jueves _____ e. Viernes _____

f. Sábado _____ g. Domingo _____

12. ¿En qué temporada compran más?

- a. Semana Santa ____ b. Vacaciones de agosto ____ c. Temporada Navideña ____
d. Todas las anteriores ____

13. ¿Qué factores considera usted al momento de comprar los huevos, frutas y verduras que utiliza en el negocio?

- a. Precio ____ b. Calidad ____ c. Tamaño ____ d. Disponibilidad del producto ____
e. Buena atención ____ f. Cantidad ____ g. Ubicación ____ g. Todas las anteriores ____

14. ¿Considera importante el uso del empaque al comprar huevos, frutas y verduras?

- a. Si ____ b. No ____

¿Por qué? _____

15. ¿En qué condiciones de pago compra los huevos, frutas y verduras que utiliza en el negocio?

- a. Al crédito ____ b. Al contado ____

16. ¿Quiénes son sus principales proveedores?

- a. Mercado Municipal ____ b. Distribuidor minoristas ____ c. Distribuidor mayoristas ____
d. Otro (especifique) _____

17. ¿Por qué prefiere comprar a ese proveedor?

- a. Precios accesibles ____ b. Tamaño del producto ____ c. Calidad del producto ____

d. Tiempo de entrega ____ e. Servicio a domicilio ____ f. Todas las anteriores ____

18. ¿Qué tipo de promociones de compra le otorgan sus proveedores?

a. Descuentos por cantidad de compra ____ b. Cantidades adicionales ____

c. Descuentos por pronto pago ____ d. Otras ____

e. Ningún tipo de promoción ____

19. ¿Estaría dispuesto a comprar los productos que usted utiliza en el negocio a un nuevo proveedor si cumpliera con las condiciones que usted necesita?

a. Si ____ b. No ____

¿Por qué? _____

Hasta aquí llega la encuesta gracias por su colaboración.

Nombre del entrevistador: _____

Lugar de la entrevista: _____

Hora: _____

Fecha: _____



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

ENCUESTA DIRIGIDA: A las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

OBJETIVO: Obtener información que permita conocer las necesidades y preferencias que tienen los comerciantes informales con respecto a la compra de frutas y verduras que comercializan, para construir un plan de negocios.

PRESENTACIÓN: Estamos realizando una investigación con fines académicos con el propósito de formular un Plan de Negocios para generar demanda de frutas y verduras, cosechados en el huerto escolar del CECIC del Puerto de la Libertad, en el departamento de La Libertad. Por lo cual le solicitamos contestar el siguiente cuestionario en la forma que usted estime conveniente. No omitimos manifestar que los resultados de esta investigación son para fines académicos, por lo que se le garantiza la confidencialidad de la información que usted nos proporcionará. Por su atención, muchas gracias.

INDICACIONES: Marque con una X la opción que estime conveniente.

GENERALIDADES

Sexo: Femenino ____ Masculino ____

Edad: 18 -25 años ____ 26 -35 años ____ 36- 45 años ____ 46 a más ____

Nivel de escolaridad: 1°-6° ____ 7°- 9° ____ Bachiller ____ Otros ____

¿Cuál es su condición en el negocio?: Dueño _____ Encargado _____

¿Cuánto tiempo lleva en éste negocio?:

1 - 10 años ____ 11 - 20 años ____ 21 - 30 años ____ 31 a más ____

DATOS DE CONTENIDO

1. ¿De los siguientes productos cuales compra usted para su negocio?

a. Tomate ____ b. Chile Verde ____ c. Pepino ____ d. Papaya ____ e. Berenjena

De acuerdo a la respuesta(s) anterior(es) conteste únicamente el ítem que corresponda:

2. ¿Cuál es el precio y cantidad de tomate que compra?

a. Precio: \$ _____ b. Unidades: _____

3. ¿Cuál es el precio y cantidad de chile verde que compra?

a. Precio: \$ _____ b. Unidades: _____

4. ¿Cuál es el precio y cantidad de pepino que compra?

a. Precio: \$ _____ b. Unidades: _____

5. ¿Cuál es el precio y cantidad de papaya que compra?

a. Precio: \$ _____ b. Unidades: _____

6. ¿Cuál es el precio y cantidad de berenjena que compra?

a. Precio: \$_____ b. Unidades: _____

7. ¿Qué otras frutas y verduras vende en el negocio?_____

8. Cuando compra frutas y verduras ¿Con qué frecuencia lo hace?

a. A diario_____ b. Semanal_____ c. Quincenal_____ d. Mensual_____

¿Por qué? _____

9. ¿Considera usted que el nivel de venta de frutas y verduras en el negocio es alto?

a. Sí_____ b. No_____

10. ¿En qué días de la semana compra más frutas y verduras para el negocio?

a. Lunes _____ b. Martes_____ c. Miércoles_____ d. Jueves _____ e. Viernes _____
f. Sábado_____ g. Domingo_____

11. ¿En qué temporada vende más?

a. Semana Santa _____ b. Vacaciones de agosto _____ c. Temporada Navideña _____

d. Todas las anteriores _____

12. ¿Qué factores considera usted al momento de comprar las frutas y verduras que vende en el negocio?

- a. Precio____ b. Calidad ____ c. Tamaño____ d. Disponibilidad del producto____
e. Buena atención____ f. Cantidad____ g. Ubicación ____ g. Todas las anteriores____

13. ¿Considera importante el uso del empaque al comprar frutas y verduras?

- a. Si _____ b. No _____

¿Por qué? _____

14. ¿En qué condiciones de pago compra las frutas y verduras que vende en el negocio?

- a. Al crédito _____ b. Al contado_____

15. ¿En qué condiciones de pago vende las frutas y verduras?

- a. Al crédito _____ b. Al contado_____

16. ¿Quiénes son sus principales proveedores?

- a. Proveedor local____ b. Distribuidor minoristas _____ c. Distribuidor mayoristas____
d. Otro (especifique) _____

17. ¿Por qué prefiere comprar a ese proveedor?

- a. Precios accesibles____ b. Tamaño del producto ____ c. Calidad del producto ____
d. Tiempo de entrega ____ e. Servicio a domicilio ____ f. Todas las anteriores ____

18. ¿Qué tipo de promociones de compra le otorgan sus proveedores?

- a. Descuentos por cantidad de compra ____ b. Cantidades adicionales____
c. Descuentos por pronto pago ____ d. Otras ____
e. Ningún tipo de promoción ____

19. ¿Estaría dispuesto a comprar los productos que usted vende en el negocio a un nuevo proveedor si cumpliera con las condiciones que usted necesita?

- a. Si____ b. No ____

¿Por qué? _____

Hasta aquí llega la encuesta gracias por su colaboración.

Nombre del entrevistador: _____

Lugar de la entrevista: _____

Hora: _____

Fecha: _____

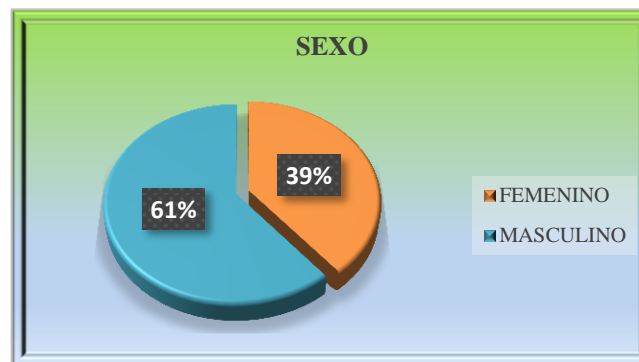
TABULACIÓN DE CUESTIONARIOS DIRIGIDOS A DUEÑOS O ENCARGADOS DE LOS RESTAURANTES VISITADOS EN LAS PLAYAS EL OBISPO, LA PAZ Y MALECÓN TURÍSTICO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

DATOS GENERALES.

a. Sexo.

Objetivo: Conocer el género de los dueños o encargados de los restaurantes visitados en las playas El Obispo657, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	16	39%
Masculino	25	61%
TOTAL	41	100%



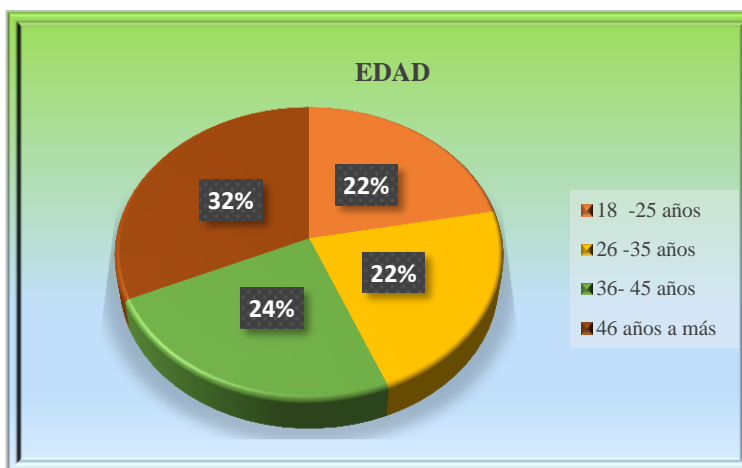
Comentario:

La mayor parte de dueños o encargados de restaurantes visitados en las playas del Puerto de La Libertad son del género masculino.

b. Edad.

Objetivo: Conocer la edad de los dueños o encargados de los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 -25 años	9	22%
26 -35 años	9	22%
36- 45 años	10	24%
46 años a más	13	32%
TOTAL	41	100%



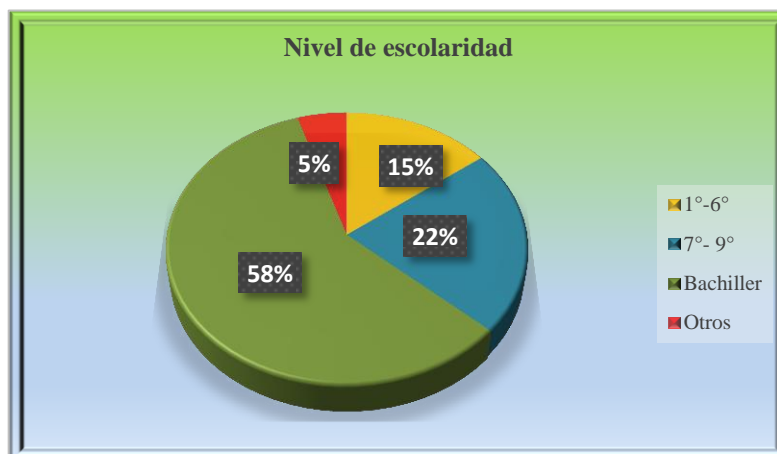
Comentario:

La mayor parte de los dueños o encargados de los restaurantes encuestados oscila entre 46 años a más, seguido de la alternativa de 36 a 45 años, esto debido a que son negocios familiares y se delega la responsabilidad a las personas adultas.

c. Nivel de escolaridad.

Objetivo: Conocer el nivel de escolaridad de los dueños o encargados de los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1° - 6°	6	15%
7° - 9°	9	22%
Bachiller	24	58%
Otros	2	5%
TOTAL	41	100%



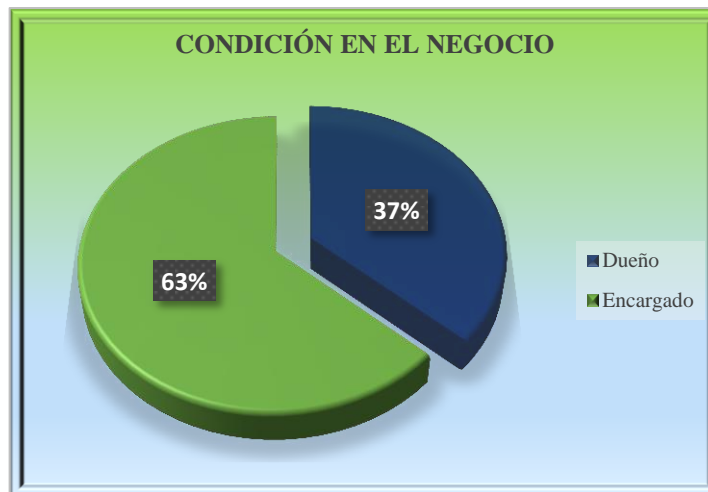
Comentario:

Se pudo identificar que la mayor parte de los dueños o encargados de los restaurantes son personas que han cursado un nivel de escolaridad de “Bachiller”, lo que indica que los restaurantes son administrados por personas preparadas.

d. ¿Cuál es su condición en el negocio?

Objetivo: Conocer el alcance de su condición para poder tomar decisión en relación a la compra de huevos, frutas y verduras en el negocio.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dueño	15	37%
Encargado	26	63%
TOTAL	41	100%



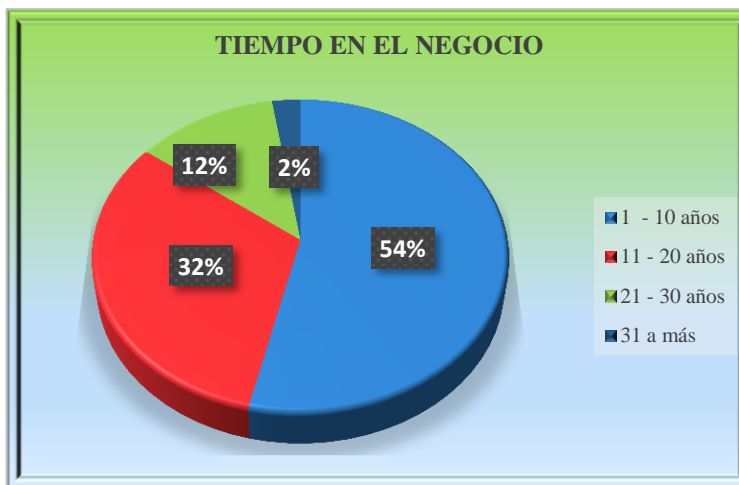
Comentario:

En la mayoría de los restaurantes visitados las personas que administran el negocio son los encargados, son estos quienes tienen y realizan la toma de decisiones acerca de las compras y ventas de los productos que se utilizan en el negocio.

e. ¿Cuánto tiempo lleva en éste negocio?:

Objetivo: Conocer el tiempo que lleva laborando en el negocio los dueños o encargados de los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad .

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 10 años	22	54%
11 - 20 años	13	32%
21 - 30 años	5	12%
31 años a más	1	2%
TOTAL	41	100%



Comentario:

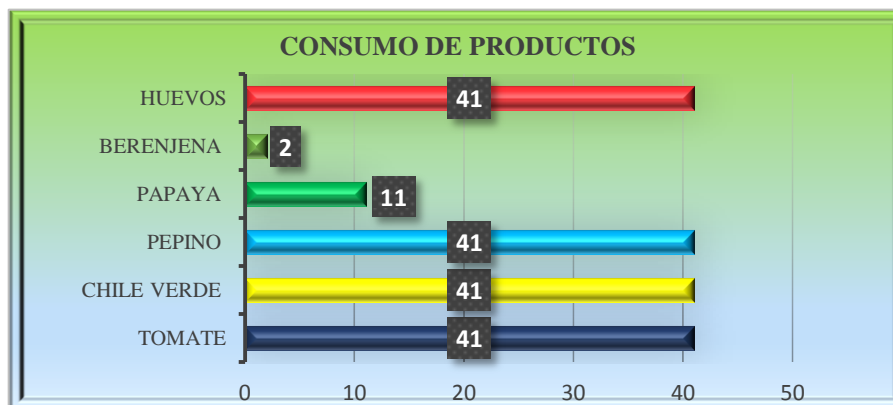
En la mayoría de los restaurantes visitados los dueños o encargados de los restaurantes tienen de 1 a 10 años laborando, seguido de la alternativa de 11 a 20 años, siendo éste un tiempo suficiente para determinar que los dueños o encargados toman decisiones que permiten que el negocio siga en marcha.

DATOS DE CONTENIDO

1. ¿De los siguientes productos cuales consume en su negocio?

Objetivo: Conocer de un listado de productos la preferencia del consumo de huevos, frutas y verduras en los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Tomate	41
Chile Verde	41
Pepino	41
Papaya	11
Berenjena	2
Huevos	41



Comentario:

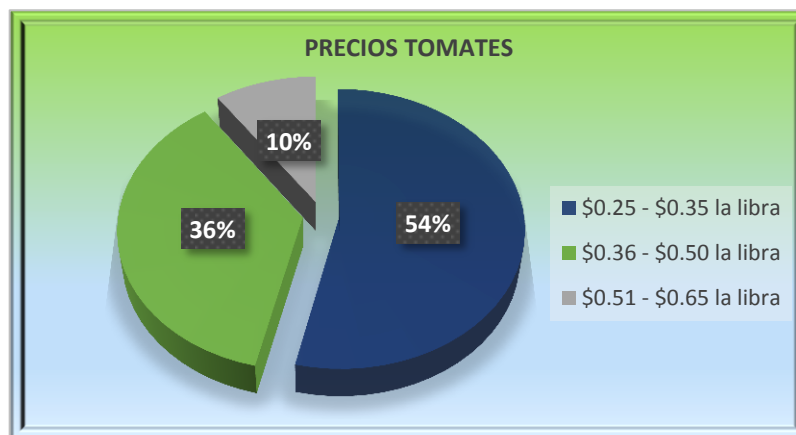
Todos los dueños o encargados de los restaurantes manifiestan que utilizan huevos, pepino, chile verde y tomate para elaborar los alimentos que se venden en el negocio, por otra parte tanto la berenjena como la papaya son productos que se utilizan con menos frecuencia dado al tipo de alimentos que en los restaurantes se elaboran.

2. ¿Cuál es el precio y cantidad de tomate que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de huevos, frutas y verduras que compran en los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0.25 - \$0.35 la libra	22	54%
\$0.36 - \$0.50 la libra	15	36%
\$0.51 - \$0.65 la libra	4	10%
TOTAL	41	100%

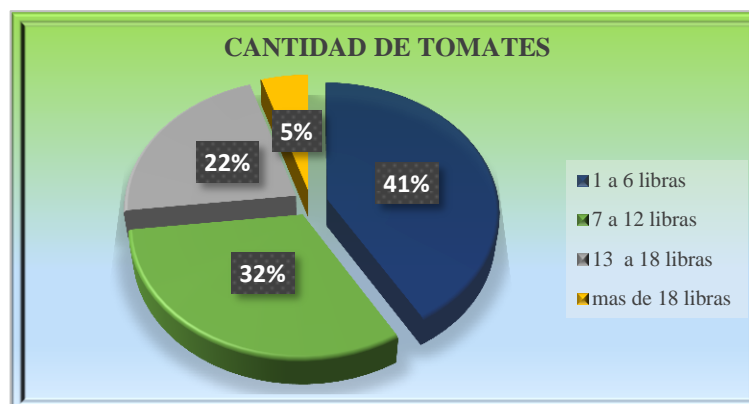


Comentario:

La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes prefieren comprar de \$0.25 ctvs. a \$0.35 ctvs. de tomates ya que las personas prefieren el producto fresco, también esto se debe a que los tomates son un complemento secundario que se utiliza en la preparación de los alimentos que se elaboran en los restaurantes.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 6 libras	17	41%
7 a 12 libras	13	32%
13 a 18 libras	9	22%
más de 18 libras	2	5%
TOTAL	41	100%



Comentario:

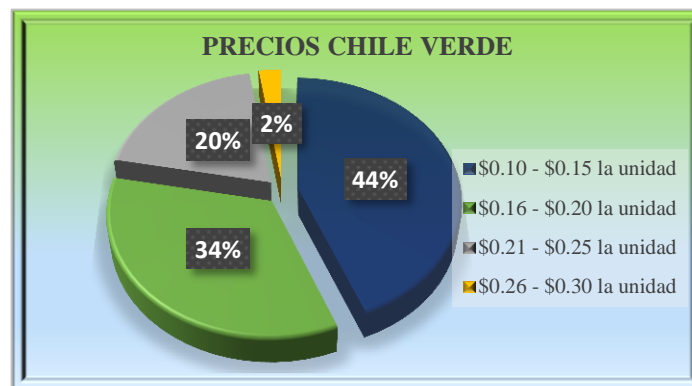
La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes prefieren comprar de 1 a 6 libras de tomates, seguido de 7 a 12 libras de tomates debido a que éste es un producto perecedero y solamente compran lo que se va a consumir.

3. ¿Cuál es el precio y cantidad de chile verde que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de huevos, frutas y verduras que compran en los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0.10 - \$0.15 la unidad	18	44%
\$0.16 - \$0.20 la unidad	14	34%
\$0.21 - \$0.25 la unidad	8	20%
\$0.26 - \$0.30 la unidad	1	2%
TOTAL	41	100%

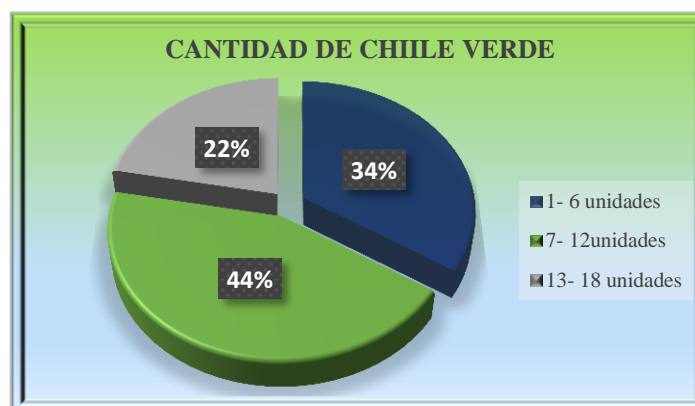


Comentario:

La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes prefieren comprar de \$0.10 ctvs. a \$0.15 ctvs. de chile verde ya que las personas prefieren el producto fresco, también que los chiles verdes son un complemento secundario que se utiliza en la preparación de los alimentos que se elaboran en los restaurantes.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1- 6 unidades	14	34%
7- 12unidades	18	44%
13- 18 unidades	9	22%
TOTAL	41	100%



Comentario:

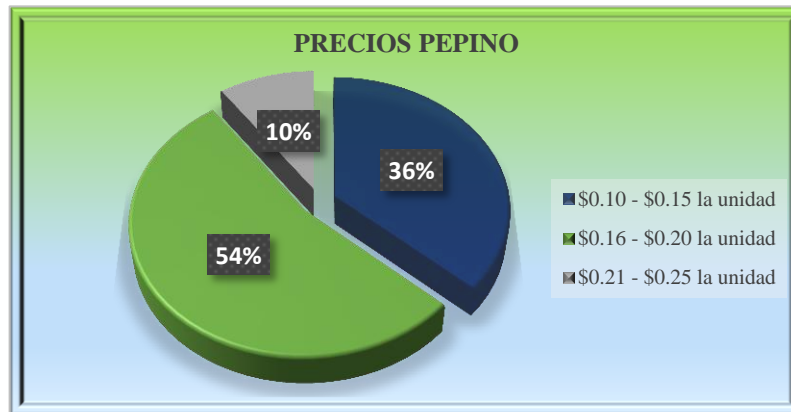
La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes prefieren comprar de 7 y 12 unidades de chiles verdes y no más de 13 a 18 unidades ya que éste es un producto perecedero y solamente compran lo que se va a consumir.

4. ¿Cuál es el precio y cantidad de pepino que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de huevos, frutas y verduras que compran en los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0.10 - \$0.15 la unidad	15	36%
\$0.16 - \$0.20 la unidad	22	54%
\$0.21 - \$0.25 la unidad	4	10%
TOTAL	41	100%

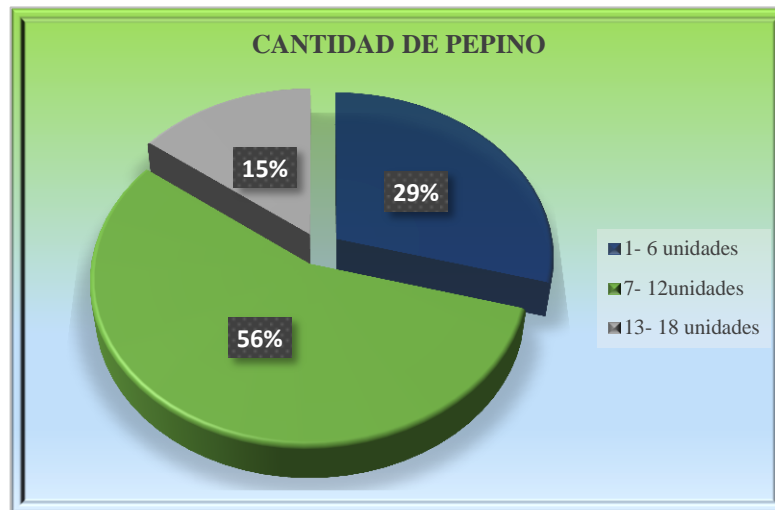


Comentario:

La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes prefieren comprar de \$0.16 ctvs. a \$0.20 ctvs. de pepino debido a que las personas prefieren el producto fresco, también esto se debe a que el pepino es un complemento secundario que se utiliza en la preparación de los alimentos que se elaboran en los restaurantes.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1- 6 unidades	12	29%
7- 12 unidades	23	56%
13- 18 unidades	6	15%
TOTAL	41	100%



Comentario:

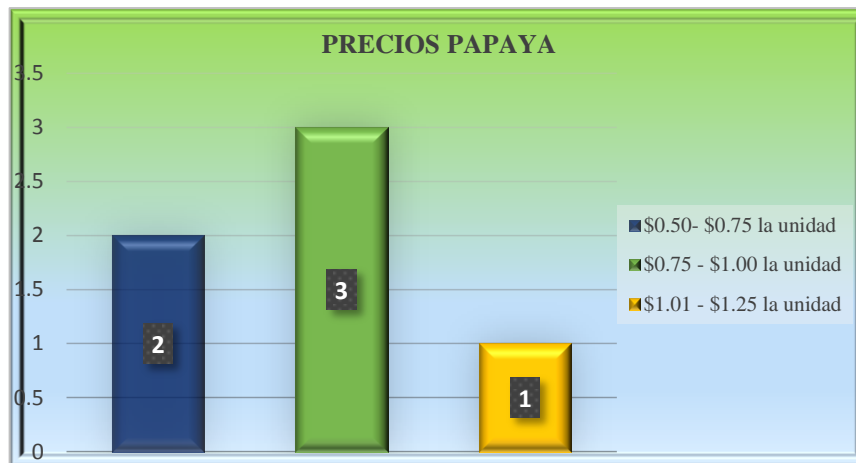
La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes prefieren comprar de 7 a 12 pepinos, seguido de la alternativa de 1 a 6 pepinos ya que prefieren que el producto éste fresco.

5. ¿Cuál es el precio y cantidad de papaya que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de huevos, frutas y verduras que compran en los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
\$0.50- \$0.75 la unidad	2
\$0.75 - \$1.00 la unidad	3
\$1.01 - \$1.25 la unidad	1
TOTAL	6

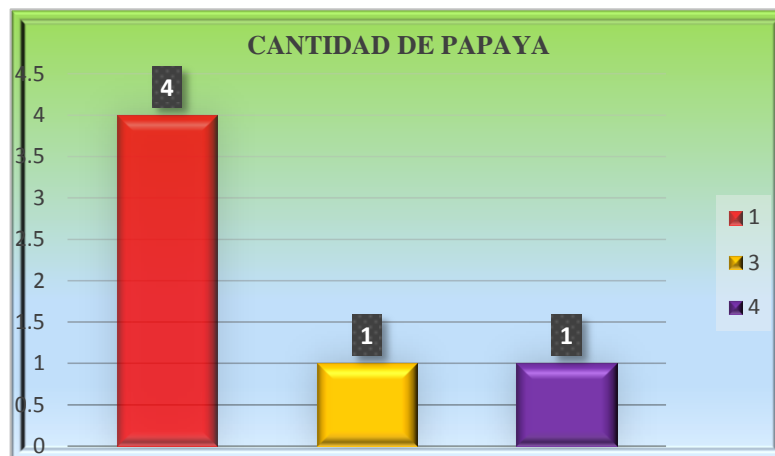


Comentario:

Dado a que el consumo de papaya es mínimo en los restaurantes tres dueños o encargados coincidieron en que prefieren comprar \$0.75 ctvs. a \$1.00 de ésta fruta.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
1 papaya	4
3 papayas	1
4 papayas	1
TOTAL	6



Comentario:

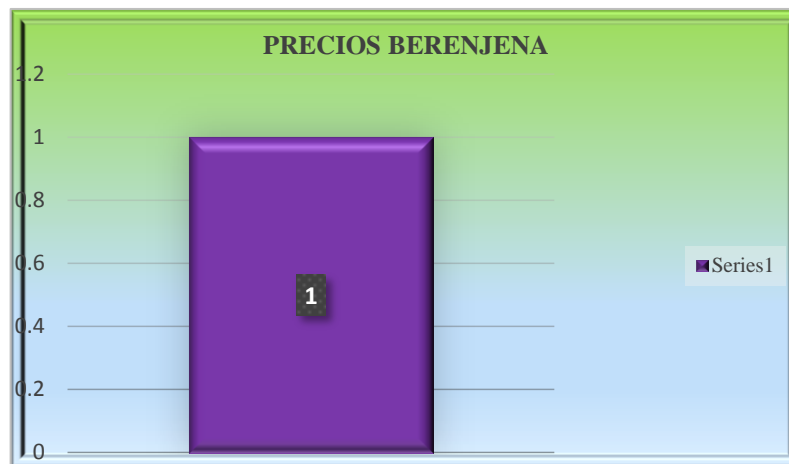
La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes prefieren comprar 1 papaya debido a que éste es un producto perecedero y solamente compran lo que se va a consumir.

6. ¿Cuál es el precio y cantidad de berenjena que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de huevos, frutas y verduras que compran en los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

➤ **Precio**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
\$0.16 - \$0.20 la unidad	1
TOTAL	1

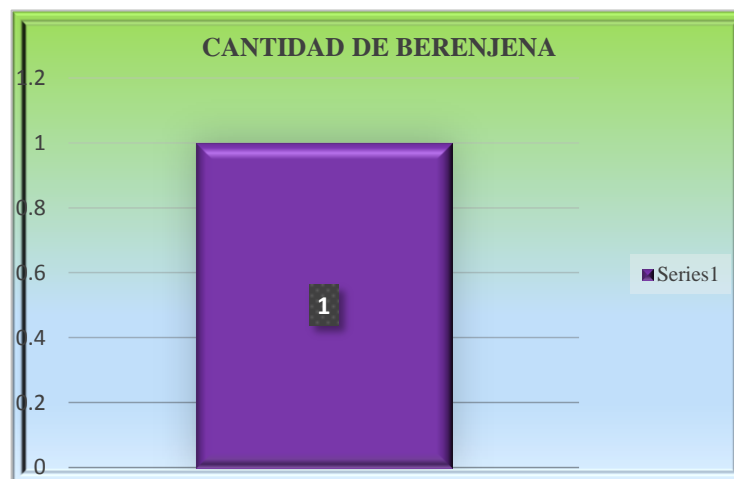


Comentario:

En los restaurantes el consumo de berenjena es bajo, solamente una persona respondió que compraba de \$0.16 ctvs. a \$0.20 ctvs. de este producto, esto debido a que los alimentos que elaboran no necesitan este tipo de verdura.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
1 – 6 unidades	1
TOTAL	1



Comentario:

En los restaurantes el uso de berenjena es bajo, solamente una persona respondió que compraba de 1 a 6 berenjenas, esto debido a que los alimentos que elaboran no necesitan este tipo de verdura.

7. ¿Cuál es el precio y cantidad de huevos que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de huevos, frutas y verduras que compran en los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$2.50- \$2.75 el cartón	26	63%
\$2.76- \$3.00 el cartón	15	37%
TOTAL	41	100%

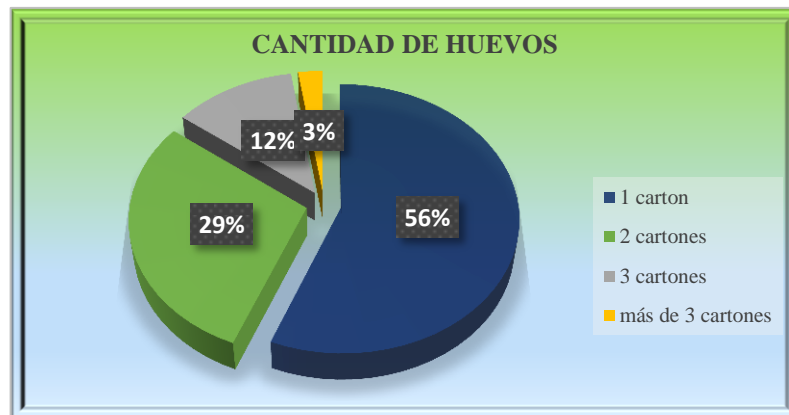


Comentario:

La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes prefieren comprar de \$2.50 a \$2.75 de huevos ya que son un complemento secundario que se utiliza en la preparación de los alimentos que se elaboran en los restaurantes.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 cartón	23	56%
2 cartones	12	29%
3 cartones	5	12%
más de 3 cartones	1	3%
TOTAL	41	100%



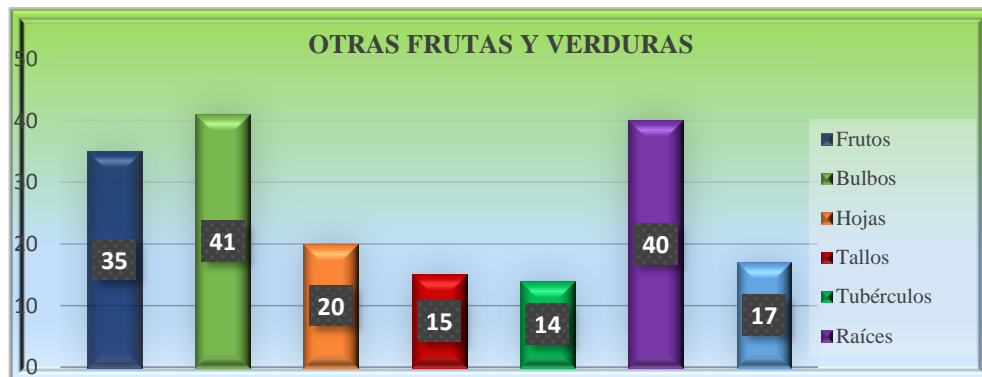
Comentario:

La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes prefieren comprar de 1 cartón de huevos ya que estos son un complemento secundario que se utiliza en la preparación de los alimentos que se elaboran en los restaurantes.

8. ¿Qué otras frutas y verduras utiliza en el negocio?

Objetivo: Conocer que otras frutas y verduras utilizan en el negocio los dueños o encargados de los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Frutos	35
Bulbos	41
Hojas	20
Tallos	15
Tubérculos	14
Raíces	40
Inflorescencias	17



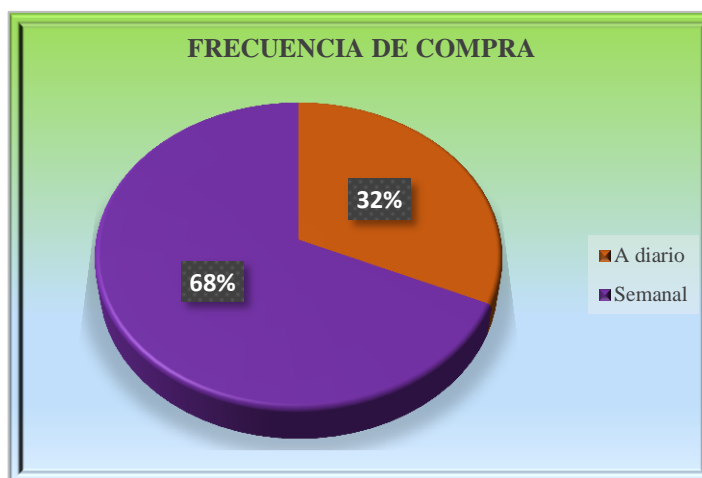
Comentario:

La mayoría de dueños o encargados de los restaurantes utilizan otras frutas y verduras en el negocio cuando realizan los alimentos que se venden en el mismo, tales como los bulbos que abarca las cebollas, el ajo y las patatas, así como las raíces que abarcan la zanahoria, la yuca y el rábano,

9. Cuando compran huevos, frutas y verduras ¿Con qué frecuencia lo hace?

Objetivo: Conocer la frecuencia en la que se compran huevos, frutas y verduras en los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A diario	13	32%
Semanal	28	68%
TOTAL	41	100%



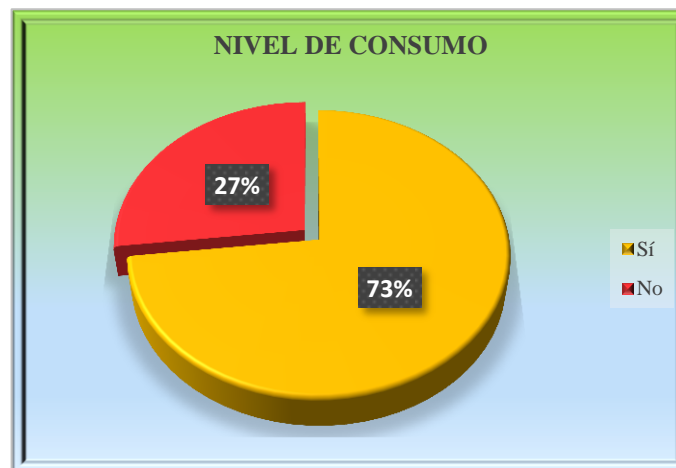
Comentario:

Los huevos, frutas y verduras en la mayoría de restaurantes visitados en el Puerto de La Libertad son adquiridos semanalmente; debido a que estos son productos perecederos.

10. ¿Considera usted que el nivel de consumo de huevos, frutas y verduras en el negocio es alto?

Objetivo: Conocer si el nivel de consumo de huevos, frutas y verduras en los restaurantes visitados en las playas El Obispo, Malecón Turístico y Playa la Paz del Puerto de La Libertad es alto.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	30	73%
No	11	27%
TOTAL	41	100%



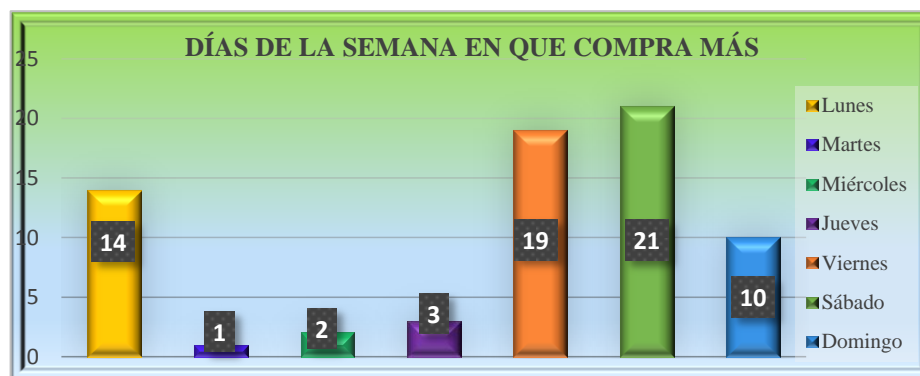
Comentario:

La mayor parte de las personas dueñas o encargadas de los restaurantes visitados consideran que el nivel de consumo de huevos, frutas y verduras es alto, ya que estos productos son necesarios para la elaboración de los alimentos que venden a los clientes.

11. ¿En qué días de la semana compra más huevos, frutas y verduras en el negocio?

Objetivo: Conocer el/los días en que se compran más huevos, frutas y verduras por parte de los dueños o encargados de los restaurantes, proporcionando así al Laboratorio Verde una estimación de la producción.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Lunes	14
Martes	1
Miércoles	2
Jueves	3
Viernes	19
Sábado	21
Domingo	10



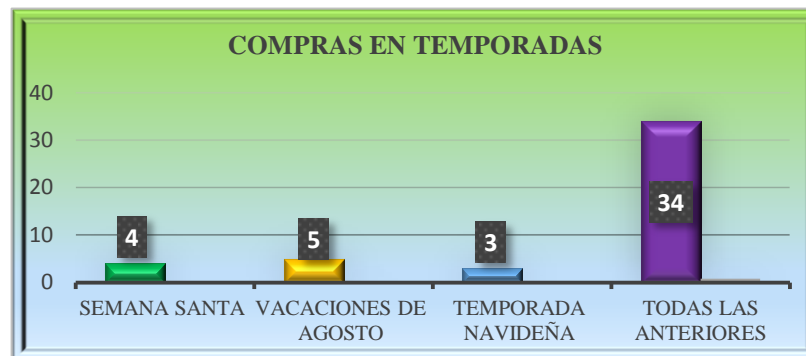
Comentario:

La mayoría de personas dueñas o encargadas de los restaurantes visitados realizan la compra de frutas, verdura y huevos los días viernes y sábados, como una forma de abastamiento para los días de mayor afluencia de turistas.

12. ¿En qué temporada compran más?

Objetivo: Determinar la temporadas del año en que los huevos, frutas y verduras poseen mayor demanda y así poder realizar una estimación de la producción, incluyendo aquella que no esté contemplada dentro de las estimaciones establecidas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Semana Santa	4
Vacaciones de agosto	5
Temporada Navideña	3
Todas las anteriores	34



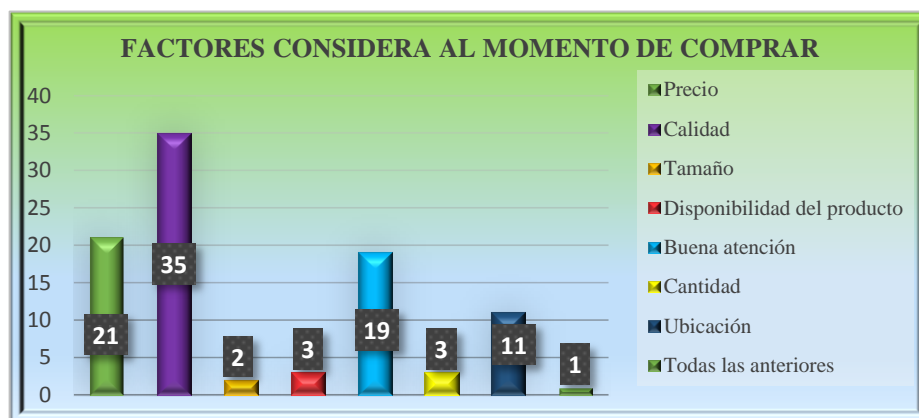
Comentario:

Los dueños o encargados de los restaurantes coincidieron que durante todas las temporadas de vacaciones se incrementa la compra de huevos, frutas y verduras esto se debe a que la mayor parte de turistas tiene descanso laboral en épocas festivas como por ejemplo semana santa, vacaciones agostinas y vacaciones navideñas entre otras; atribuyendo también este fenómeno a la cultura propia del país.

13. ¿Qué factores considera usted al momento de comprar los huevos, frutas y verduras que utiliza en el negocio?

Objetivo: Identificar el/los factores que influyen al momento de realizar la compra de huevos, frutas y verduras.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Precio	21
Calidad	35
Tamaño	2
Disponibilidad del producto	3
Buena atención	19
Cantidad	3
Ubicación	11
Todas las anteriores	1



Comentario:

Los dueños o encargados de los restaurantes visitados evalúan más de un factor al momento de realizar la compra de huevos, frutas y verduras, tanto el precio como la calidad son características que dominan ya que satisfacen sus gustos y preferencias.

14. ¿Considera importante el uso del empaque al comprar huevos, frutas y verduras?

Objetivo: Determinar la importancia que tiene para los dueños o encargados de los restaurantes el uso del empaque al momento de realizar la compra de huevos, frutas y verduras.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	33	80%
No	8	20%
TOTAL	41	100%



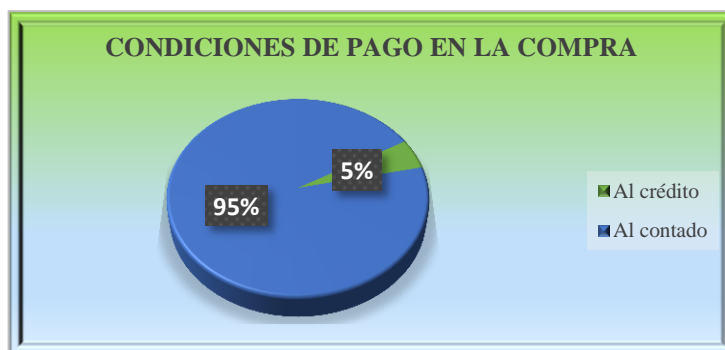
Comentario:

La mayoría de los dueños o encargados de los restaurantes visitados consideran que es importante el uso de empaque para la compra de los huevos, frutas y verduras, dado que esto da la perspectiva de una mejor higiene; mientras que un porcentaje considerable considera que no es relevante.

15. ¿En qué condiciones de pago compra los huevos, frutas y verduras que utiliza en el negocio?

Objetivo: Conocer la condición de pago de los dueños o encargados de los restaurantes al momento de realizar la compra de huevos, frutas y verduras.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al crédito	2	5%
Al contado	39	95%
TOTAL	41	100%



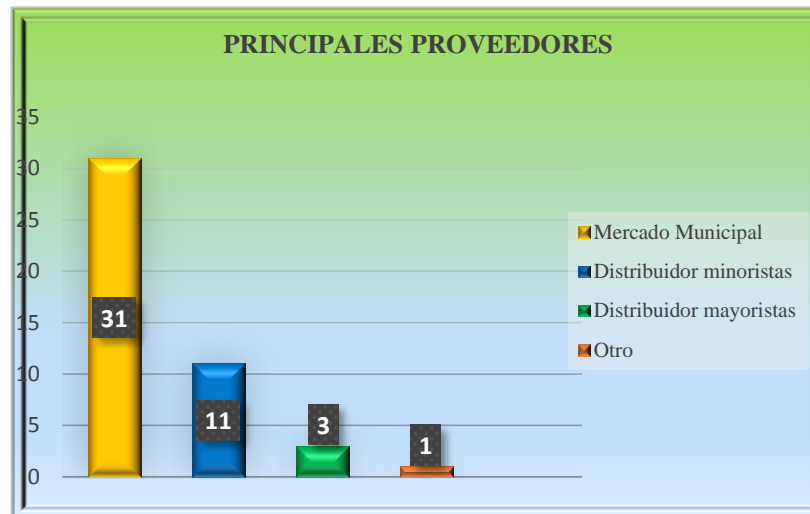
Comentario:

La mayoría de encargados o dueños de restaurantes visitados mencionan que la condición de pago al momento de realizar la compra de frutas, verduras y huevos es al contado, ya que el volumen de compra es bajo por lo cual consideran que el pago se realice de forma inmediata. Sin embargo existe un porcentaje muy mínimo que adquiere la mercadería al crédito esto se da generalmente por que se tiene un contrato con el proveedor ya que los volúmenes de compra son altos.

16. ¿Quiénes son sus principales proveedores?

Objetivo: Identificar los proveedores que abastecen de huevos, frutas y verduras a los dueños o encargados de los restaurantes para conocer así la posible competencia.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Mercado Municipal	31
Distribuidor minoristas	11
Distribuidor mayoristas	3
Otro	1



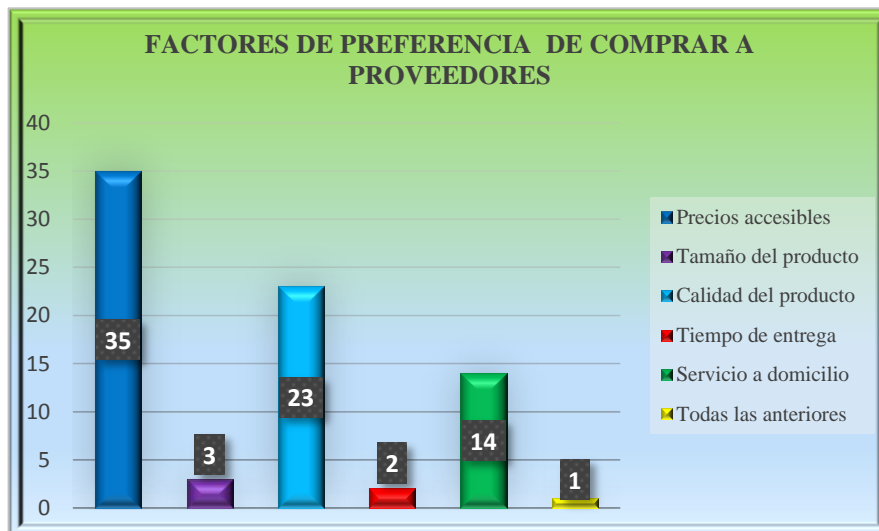
Comentario:

En la mayoría de los restaurantes visitados, los encargados o dueños manifiestan que su proveedor es el mercado municipal del puerto de La Libertad debido a la cercanía del lugar, la variedad de frutas y verduras, y que los precios son accesibles.

17. ¿Por qué prefiere comprar a ese proveedor?

Objetivo: Conocer el por qué los dueños o encargados de los restaurantes prefieren realizar la compra de huevos, frutas y verduras a estos proveedores.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Precios accesibles	35
Tamaño del producto	3
Calidad del producto	23
Tiempo de entrega	2
Servicio a domicilio	14
Todas las anteriores	1



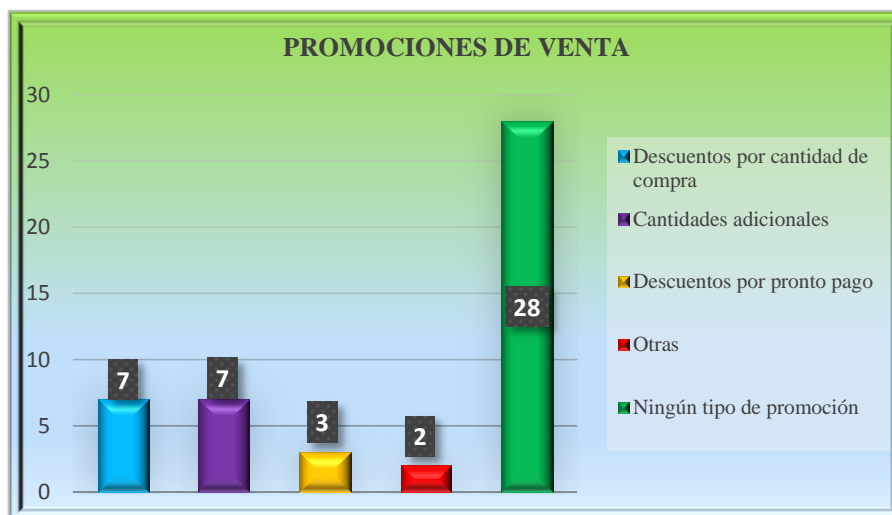
Comentario:

La mayoría de los dueños o encargados de los restaurantes coinciden en que los factores que más influyen para comprar a un determinado proveedor son el precio y la calidad del producto, es de importancia ya que estos factores le permitirán al comerciante disminuir sus costos y a confiar en lo que está adquiriendo.

18. ¿Qué tipo de promociones de compra le otorgan sus proveedores?

Objetivo: Conocer las promociones que los proveedores ofrecen a los dueños o encargados de los restaurantes.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Descuentos por cantidad de compra	7
Cantidades adicionales	7
Descuentos por pronto pago	3
Otras	2
Ningún tipo de promoción	28



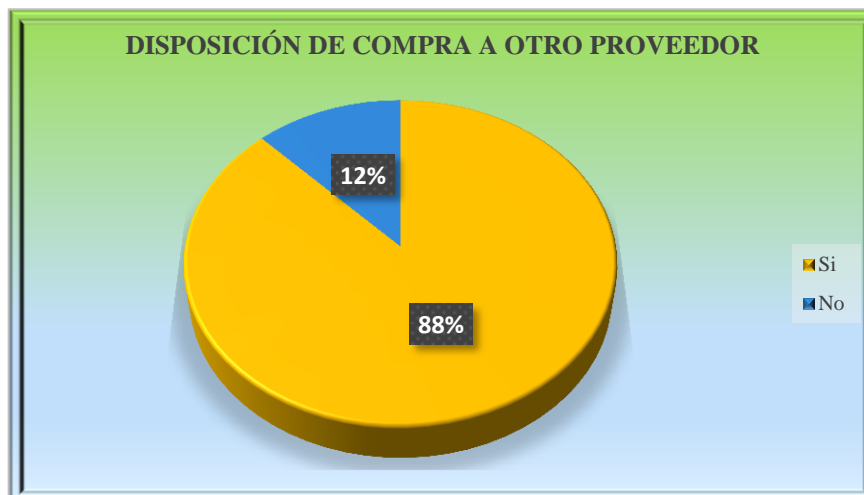
Comentario:

La mayoría de dueños o encargados de restaurantes manifiestan que sus proveedores no les ofrecen ningún tipo de promoción cuando compran los huevos, frutas y verduras esto se debe a que en el mercado municipal los vendedores trabajan de forma intermediaria en la venta. Asimismo una menor proporción mencionan que sí les otorgan descuentos por la cantidad de compra y cantidades adicionales.

19. ¿Estaría dispuesto a comprar los productos que usted utiliza en el negocio a un nuevo proveedor si cumpliera con las condiciones que usted necesita?

Objetivo: Conocer si los dueños o encargados de los restaurantes que adquieren sus productos a un proveedor determinado muestran interés en adquirir los huevos, frutas y verduras producidos en el Laboratorio Verde del CECIC.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	36	88%
No	5	12%
TOTAL	41	100%



Comentario:

La mayoría de dueños o encargados de restaurantes coinciden en que estarían dispuestos a comprarle a un nuevo proveedor, también manifiestan que si el nuevo proveedor le ofrece precios más bajos y de buena calidad no dudarían con aceptar la oferta.

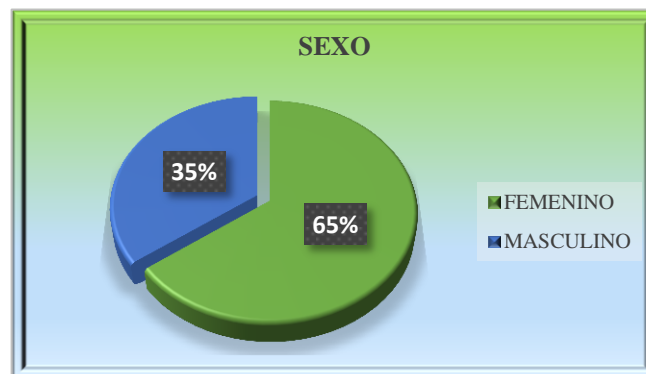
TABULACIÓN DE CUESTIONARIOS DIRIGIDOS A LAS PERSONAS DEDICADAS AL COMERCIO INFORMAL DE HORTALIZAS EN EL MERCADO CENTRAL DEL PUERTO DE LA LIBERTAD.

DATOS GENERALES.

f. Sexo.

Objetivo: Conocer el género de las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	26	65%
MASCULINO	14	35%
TOTAL	40	100%



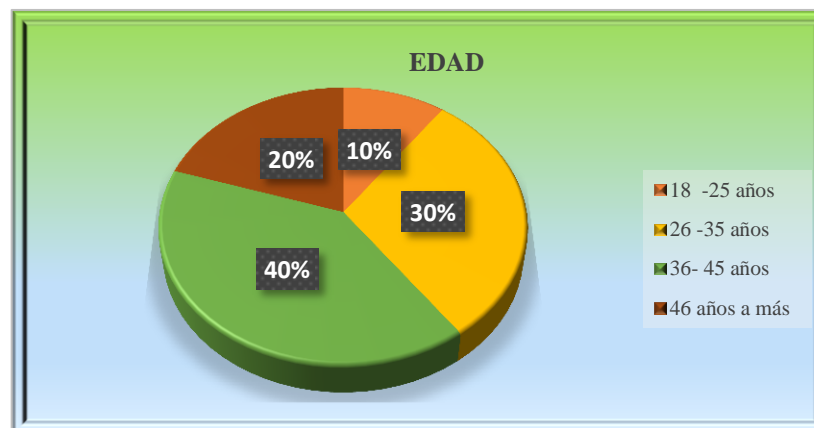
Comentario:

La mayor parte de las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas del mercado central del Puerto de La Libertad son del sexo femenino.

g. Edad.

Objetivo: Conocer la edad de las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 -25 años	4	10%
26 -35 años	12	30%
36- 45 años	16	40%
46 años a más	8	20%
TOTAL	40	100%



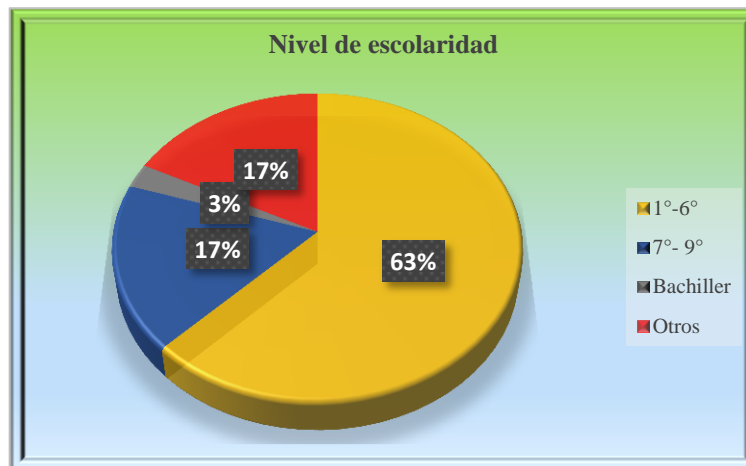
Comentario:

La mayoría de edades en las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas del mercado central del Puerto de La Libertad oscila entre los 36 a 45 años, seguido de la alternativa 26 a 35 años, debido a que son personas mayores que no contaron en su momento con acceso a la educación.

h. Nivel de escolaridad.

Objetivo: Conocer el nivel de escolaridad de las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1°-6°	25	63%
7°- 9°	7	17%
Bachiller	1	3%
Otros	7	17%
TOTAL	40	100%



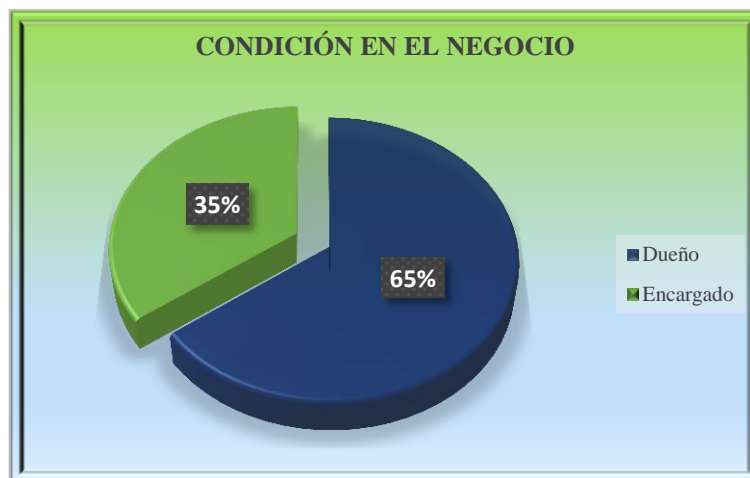
Comentario:

El nivel de escolaridad de las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado del Puerto La Libertad es de 1° a 6° grado, lo cual permitió identificar que estas son personas con un grado de escolaridad bajo.

i. ¿Cuál es su condición en el negocio?

Objetivo: Conocer el alcance de su condición para poder tomar decisión en relación a la compra de frutas y verduras en el negocio.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dueño	26	65%
Encargado	14	35%
TOTAL	40	100%



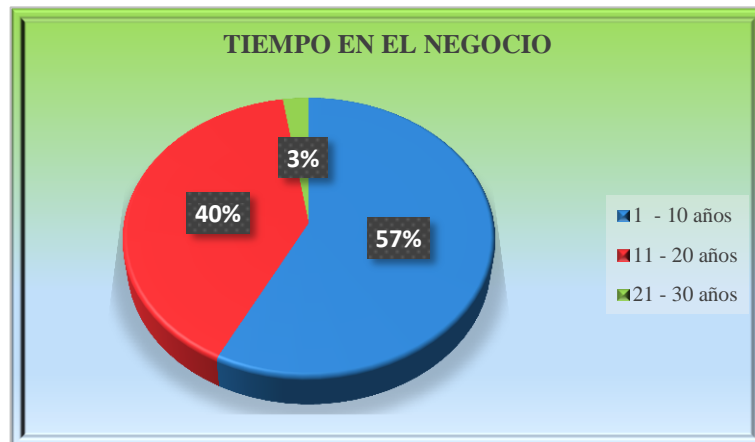
Comentario:

La mayor parte de los negocios informales del mercado central del Puerto de La Libertad son administrados por los dueños del negocio, siendo estos quienes realizan la toma de decisiones respecto a las compras y ventas de los productos que comercializan en el negocio.

j. ¿Cuánto tiempo lleva en éste negocio?:

Objetivo: Conocer el tiempo que lleva laborando en el negocio las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 10 años	23	57%
11 - 20 años	16	40%
21 - 30 años	1	3%
TOTAL	40	100%



Comentario:

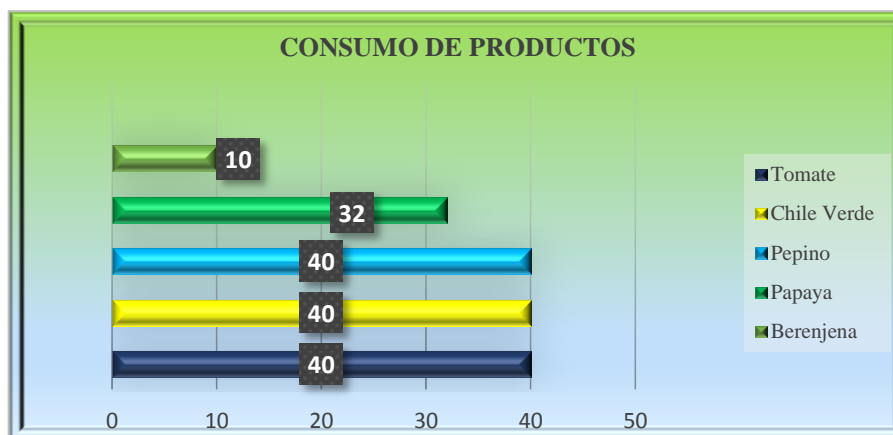
La mayoría de negocios informales visitados tienen de 1 a 10 años laborando, seguido de la alternativa de 11 a 20 años, este parámetro es suficiente para determinar que los dueños toman decisiones que permiten que el negocio siga en marcha

DATOS DE CONTENIDO

1. ¿De los siguientes productos cuales compra usted para su negocio?

Objetivo: Conocer de un listado de productos la preferencia de frutas y verduras que compran las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Tomate	40
Chile Verde	40
Pepino	40
Papaya	32
Berenjena	10



Comentario:

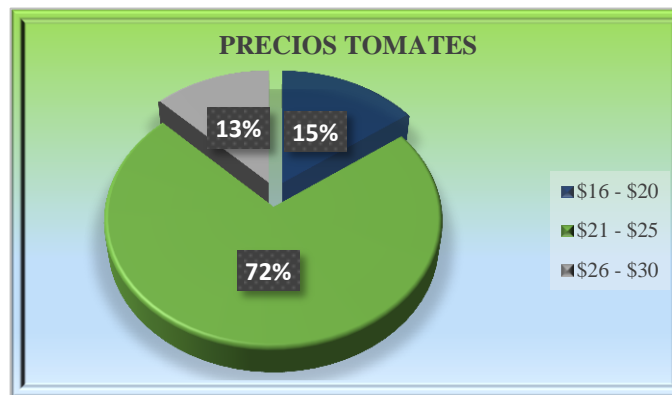
La mayor parte de las personas dedicadas a vender en el sector del comercio informal del mercado central del Puerto de La Libertad manifestaron comprar pepinos, chile verde y tomate, mientras que el producto que tiene una menor demanda es la berenjena dado el tipo de alimentos que se elaboran en los hogares del Puerto de La Libertad.

2. ¿Cuál es el precio y cantidad de tomate que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de frutas y verduras que compran las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$16 - \$20	6	15%
\$21 - \$25	29	72%
\$26 - \$30	5	13%
TOTAL	40	100%

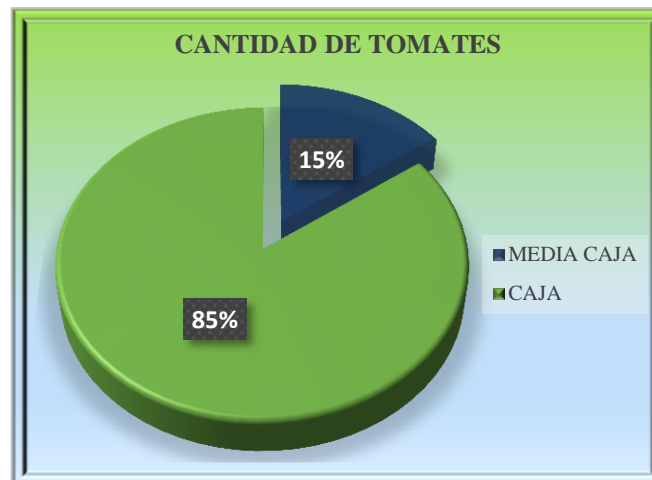


Comentario:

La mayor parte de personas dedicadas a vender en el sector del comercio informal de frutas y verduras en el mercado del Puerto de La Libertad prefieren comprar de \$21 a \$25 de tomate debido a que prefieren el producto fresco, ya que este es un producto perecedero durando así pocos días en óptimas condiciones por tal motivo los comerciantes prefieren comprarlo con mayor frecuencia para satisfacer mejor a sus clientes.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MEDIA CAJA	6	15%
CAJA	34	85%
TOTAL	40	100%



Comentario:

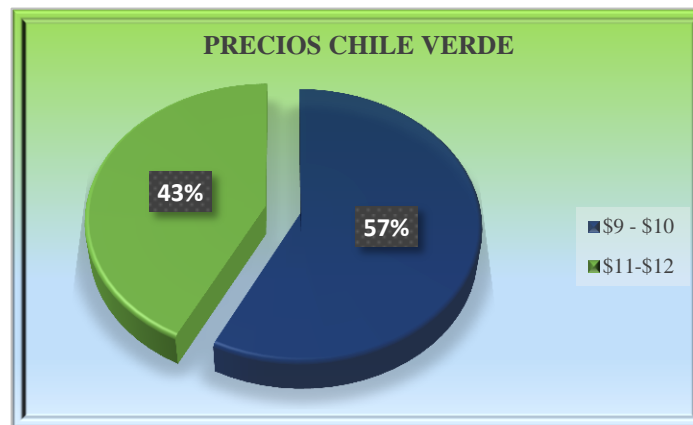
La mayoría de personas que se dedican a vender frutas y verduras en el sector del comercio informal del mercado central del Puerto de La Libertad prefieren comprar la caja de tomates ya que al comprar por cantidades mayores el costo es menor.

3. ¿Cuál es el precio y cantidad de chile verde que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de frutas y verduras que compran las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$9 - \$10	23	57%
\$11-\$12	17	43%
TOTAL	40	100%

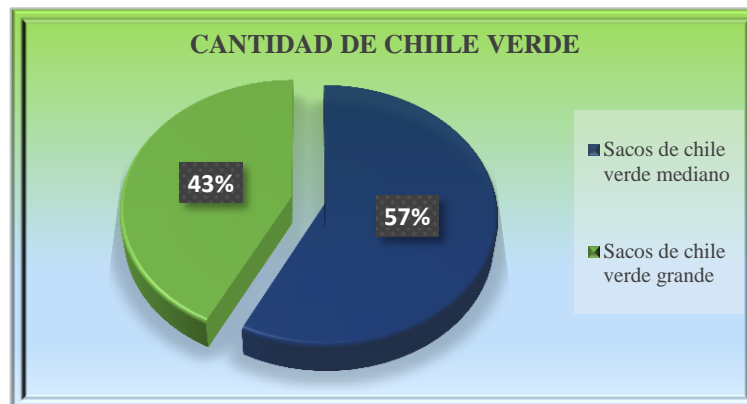


Comentario:

La mayoría de personas del comercio informal que se dedican a vender frutas y verduras en el mercado del Puerto de La Libertad compran el chile verde a un precio que oscila entre \$9 y \$10

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sacos de chile verde mediano	23	57%
Sacos de chile verde grande	17	43%
TOTAL	40	100%



Comentario:

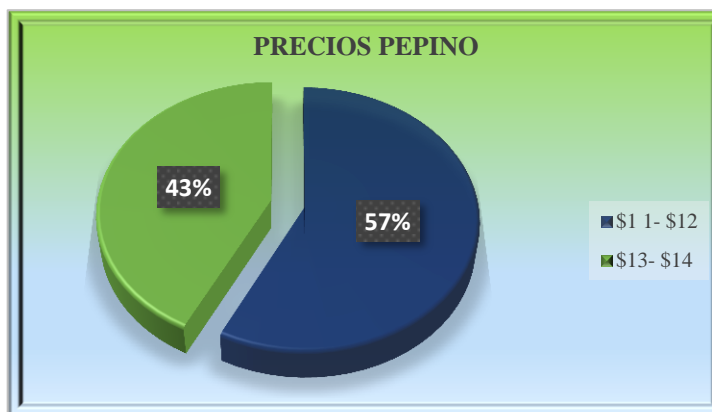
La mayor parte de personas dedicadas a vender frutas y verduras en el mercado del Puerto de La Libertad prefieren comprar sacos de chile verde mediano, ya que es el tamaño que posee mayor demanda por los clientes.

4. ¿Cuál es el precio y cantidad de pepino que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de frutas y verduras que compran las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$11- \$12	23	57%
\$13- \$14	17	43%
TOTAL	40	100%

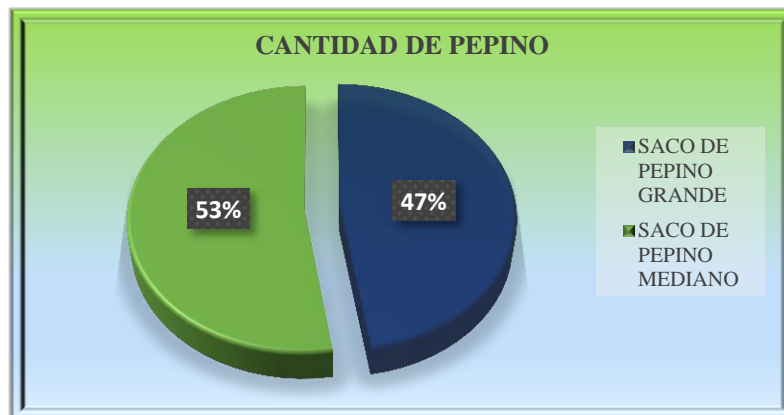


Comentario:

La mayoría de personas del comercio informal que se dedican a vender frutas y verduras prefieren comprar de \$11 a \$12 de pepino debido a que prefieren el producto fresco, y aunque sea un producto que puede durar en óptimas condiciones unos días, los comerciantes prefieren comprarlo con frecuencia para satisfacer mejor a sus clientes.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SACO DE PEPINO GRANDE	19	47%
SACO DE PEPINO MEDIANO	21	53%
TOTAL	40	100%



Comentario:

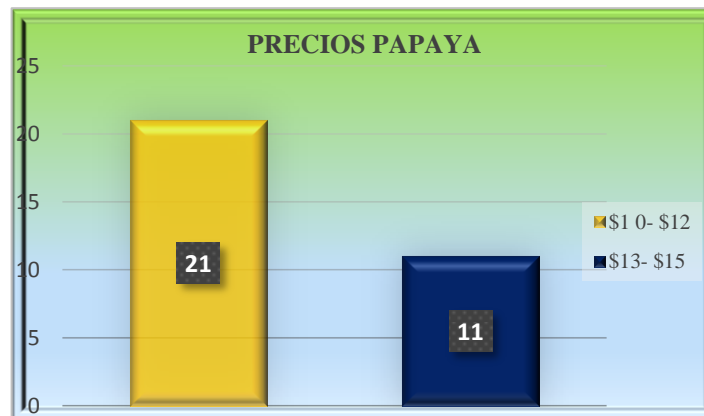
La mayoría de personas del comercio informal que se dedican a vender frutas y verduras prefieren comprar sacos de pepinos medianos ya que les genera más beneficio vender cantidad que tamaño.

5. ¿Cuál es el precio y cantidad de papaya que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de frutas y verduras que compran las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
\$10- \$12	21
\$13- \$15	11
TOTAL	32

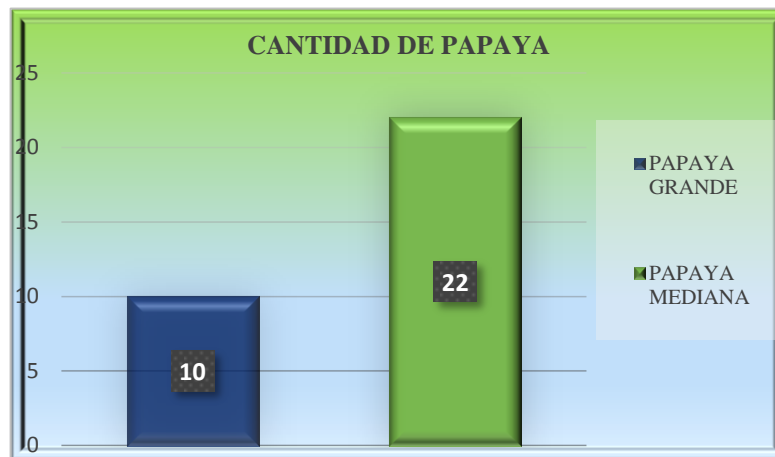


Comentario:

La mayoría de personas del comercio informal que se dedican a vender frutas y verduras compran la papaya en un precio que oscila entre \$10 y \$12.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
PAPAYA GRANDE	10
PAPAYA MEDIANA	22
TOTAL	32



Comentario:

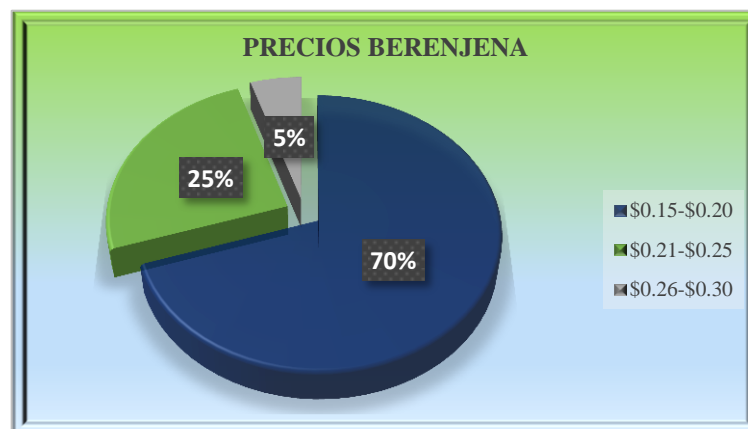
La mayoría de personas del comercio informal que se dedican a vender frutas y verduras prefieren comprar la papaya mediana, dado a que el costo es menor y se vende más rápido.

6. ¿Cuál es el precio y cantidad de berenjena que compra?

Objetivo: Identificar el precio y la cantidad de frutas y verduras que compran las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

➤ Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$0.15-\$0.20	28	70%
\$0.21-\$0.25	10	25%
\$0.26-\$0.30	2	5%
TOTAL	40	100%

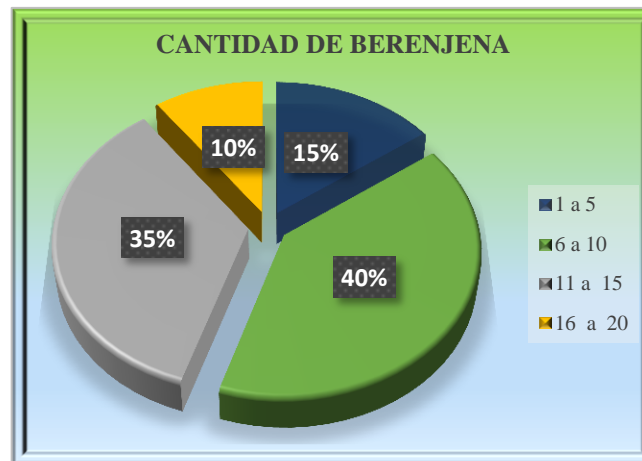


Comentario:

La mayor parte de personas del comercio informal que se dedican a la venta de hortalizas compran la berenjena en un precio que oscila entre \$0.15 y \$0.20 centavos.

➤ **Cantidad**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5	6	15%
6 a 10	16	40%
11 a 15	14	35%
16 a 20	4	10%
TOTAL	40	100%



Comentario:

Dado que la berenjena no es un producto que tenga gran demanda las personas del comercio informal que se dedican a vender en los negocios de hortalizas del mercado del puerto de La Libertad en su mayoría compran entre 6 y 15 unidades, para poder tener el producto fresco.

7. ¿Qué otras frutas y verduras vende en el negocio?

Objetivo: Conocer que otras frutas y verduras venden en el negocio las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Frutos	15
Bulbos	35
Hojas	17
Tallos	19
Tubérculos	16
Raíces	40
Inflorescencias	14



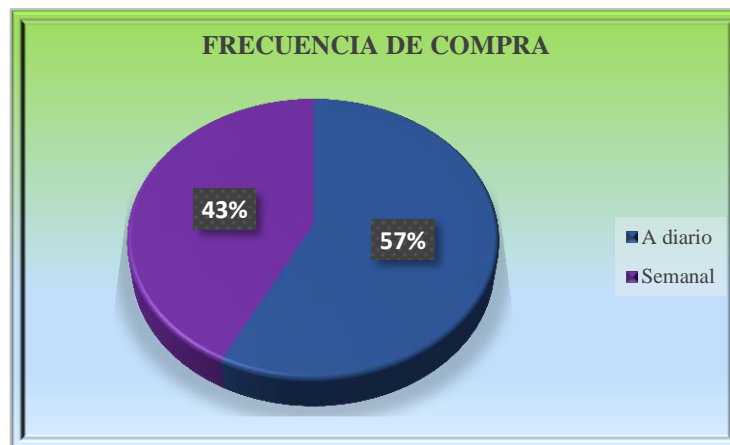
Comentario:

Las personas del comercio informal que se dedican a vender frutas y verduras compran además de los productos antes descritos, otras frutas y verduras tales como los bulbos que abarca las cebollas, el ajo y las patatas, así como las raíces que abarcan la zanahoria, la yuca y el rábano, etc. Los cuales son demandados por los clientes.

8. Cuando compran frutas y verduras ¿Con qué frecuencia lo hace?

Objetivo: Conocer la frecuencia en la que compran frutas y verduras las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A diario	23	57%
Semanal	17	43%
TOTAL	40	100%



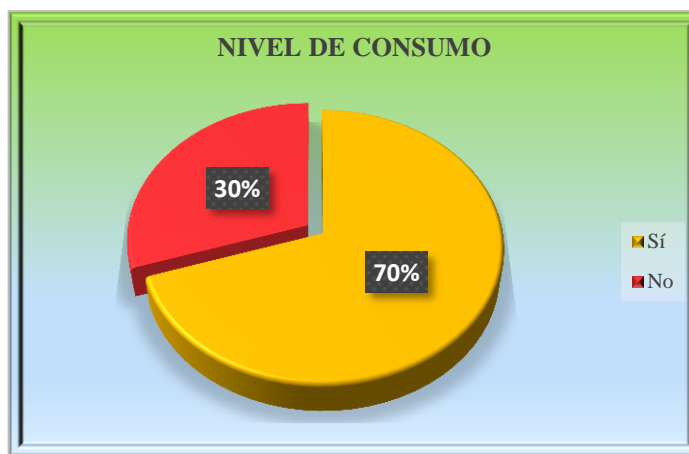
Comentario:

Las frutas y verduras en la mayoría de los puestos de venta visitados en el mercado central del Puerto de La Libertad son adquiridas a diario; debido a que los vendedores optan por vender productos frescos a sus clientes.

9. ¿Considera usted que el nivel de venta de frutas y verduras en el negocio es alto?

Objetivo: Conocer si el nivel de venta de frutas y verduras de las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad es alto.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	28	70%
No	12	30%
TOTAL	40	100%



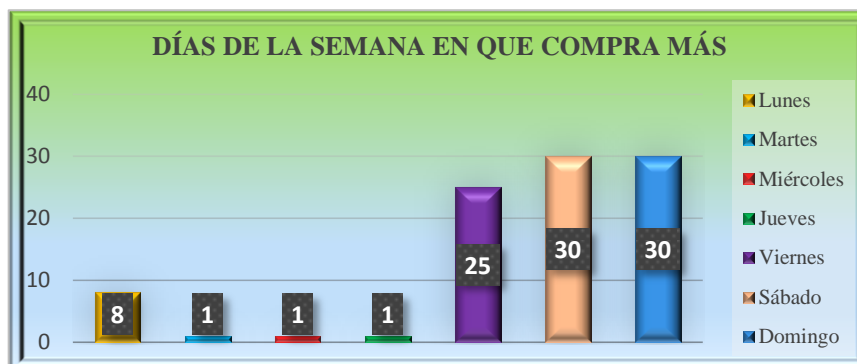
Comentario:

La mayor parte de personas del comercio informal que se dedican a vender frutas y verduras consideran que el nivel de venta es alto, debido a que estos productos son de primera necesidad en la dieta alimenticia de las personas que las consumen.

10. ¿En qué días de la semana compra más frutas y verduras para el negocio?

Objetivo: Conocer el/los días en que se compran más frutas y verduras por parte de las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad proporcionando así al Laboratorio Verde una estimación de la producción.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Lunes	8
Martes	1
Miércoles	1
Jueves	1
Viernes	25
Sábado	30
Domingo	30



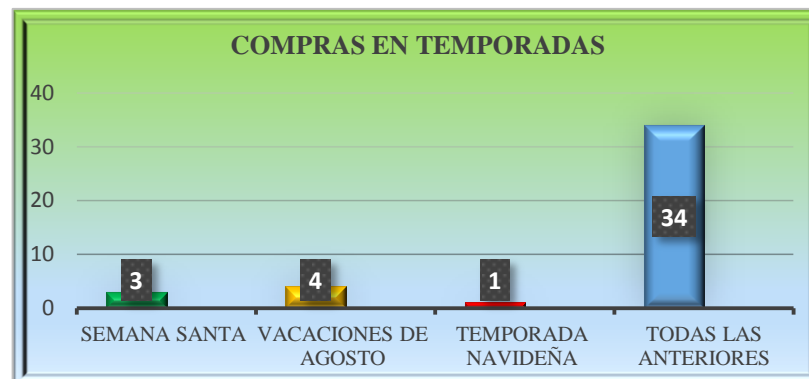
Comentario:

La mayoría de personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad realizan la compra de frutas y verduras los días viernes, sábados y domingos, como una forma de abastamiento para los días que más demanda tienen sus productos.

11. ¿En qué temporada vende más?

Objetivo: Determinar la temporadas del año en que las frutas y verduras poseen mayor demanda y así poder realizar una estimación de la producción, incluyendo aquella la que no esté contemplada dentro de las estimaciones establecidas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Semana Santa	3
Vacaciones de agosto	4
Temporada Navideña	1
Todas las anteriores	34



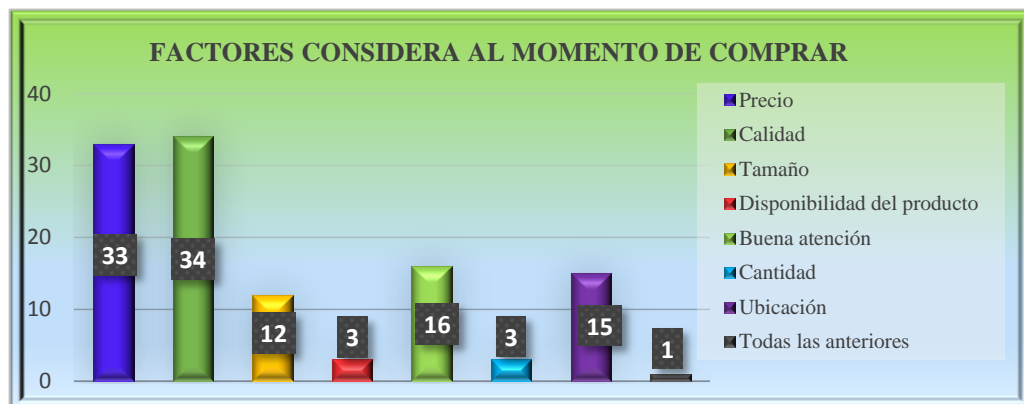
Comentario:

Las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad coincidieron que durante todas las temporadas de vacaciones se incrementa la compra de frutas y verduras esto se debe a que estos productos son más demandados ya que por estar en una zona turística la afluencia de personas permite que los negocios dedicados a la venta de alimentos incrementen sus compras de los productos que ellos les proveen.

12. ¿Qué factores considera usted al momento de comprar las frutas y verduras que vende en el negocio?

Objetivo: Identificar el/los factores que influyen al momento de realizar la compra de frutas y verduras.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Precio	33
Calidad	34
Tamaño	12
Disponibilidad del producto	3
Buena atención	16
Cantidad	3
Ubicación	15
Todas las anteriores	1



Comentario:

Las personas dedicadas al comercio informal evalúan más de un factor al momento de realizar la compra de frutas y verduras que vende en su negocio, tanto el precio como la calidad son características que dominan ya que estas son las que satisfacen sus gustos y preferencias.

13. ¿Considera importante el uso del empaque al comprar frutas y verduras?

Objetivo: Determinar la importancia que tiene el uso del empaque al momento de realizar la compra de frutas y verduras para las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas en el mercado central del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	13	32%
No	27	68%
TOTAL	40	100%



Comentario:

La mayoría de personas dedicadas al comercio informal consideran que no es importante el uso de empaque para la compra de frutas y verduras, dado que ellos prefieren palpar y verificar la calidad del producto de una manera directa durante la compra.

14. ¿En qué condiciones de pago compra las frutas y verduras que vende en el negocio?

Objetivo: Conocer la condición de pago de las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas al momento de realizar la compra de frutas y verduras.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al crédito	5	12%
Al contado	35	88%
TOTAL	40	100%



Comentario:

La mayoría de personas dedicadas al comercio informal mencionan que la condición de pago al momento de realizar la compra de frutas y verduras es al contado, ya que prefieren que el pago se realice de forma inmediata. Sin embargo existe un porcentaje mínimo que adquiere la mercadería al crédito esto se da generalmente por que se tiene un contrato con el proveedor ya que los volúmenes de compra son altos.

15. ¿En qué condiciones de pago vende las frutas y verduras?

Objetivo: Conocer la condición de venta a los clientes de las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas del Puerto de La Libertad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al contado	40	100%
TOTAL	40	100%



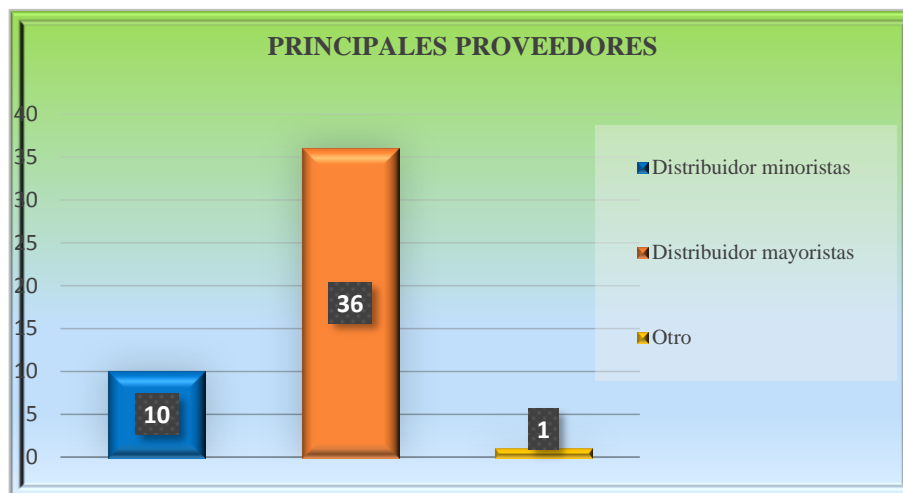
Comentario:

Las personas dedicadas al comercio informal mencionan que la condición de pago al momento de realizar la venta de frutas y verduras es al contado, ya que prefieren que el pago se realice de forma inmediata.

16. ¿Quiénes son sus principales proveedores?

Objetivo: Identificar los proveedores que abastecen de frutas y verduras a las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas, para conocer así la posible competencia.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Distribuidor minoristas	10
Distribuidor mayoristas	36
Otro	1



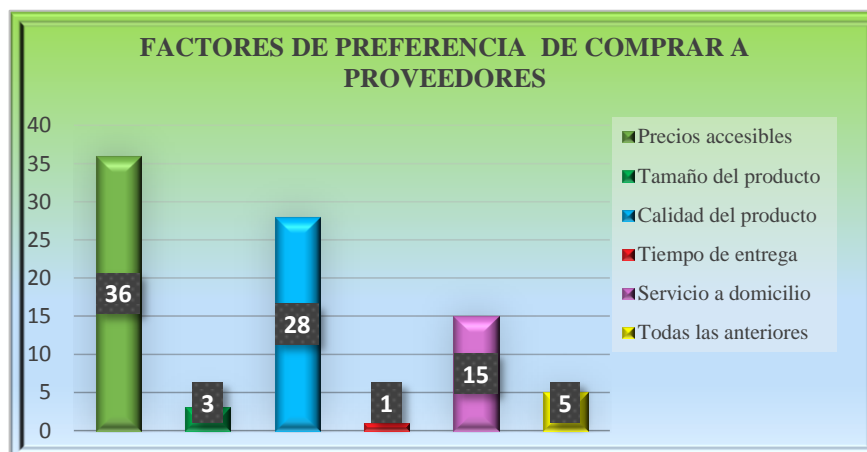
Comentario:

La mayoría de personas dedicadas al comercio informal de frutas y verduras indican que su principal proveedor son los distribuidores mayoristas esto se debe a la variedad de frutas y verduras que estos venden, y a que los precios son accesibles.

17. ¿Por qué prefiere comprar a ese proveedor?

Objetivo: Conocer el por qué las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas prefieren realizar la compra de frutas y verduras a estos proveedores.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Precios accesibles	36
Tamaño del producto	3
Calidad del producto	28
Tiempo de entrega	1
Servicio a domicilio	15
Todas las anteriores	5



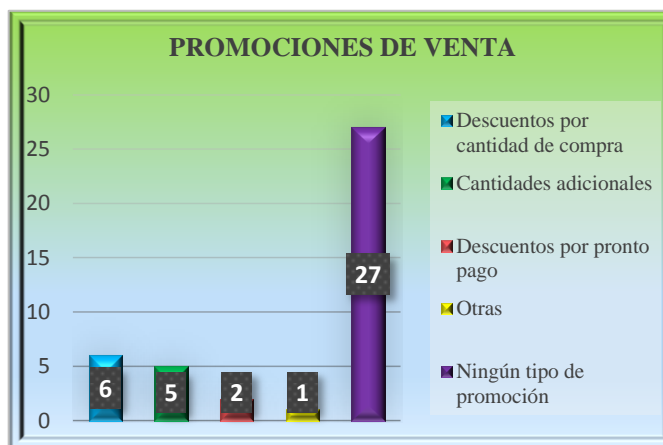
Comentario:

La mayoría de personas dedicadas al comercio informal coinciden que los factores que más influyen para comprar a un determinado proveedor son el precio y la calidad del producto, esto es de importancia ya que estos factores le permitirán al comerciante disminuir sus costos y a confiar en lo que está adquiriendo y comercializando.

18. ¿Qué tipo de promociones de compra le otorgan sus proveedores?

Objetivo: Conocer las promociones que los proveedores ofrecen a las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Descuentos por cantidad de compra	6
Cantidades adicionales	5
Descuentos por pronto pago	2
Otras	1
Ningún tipo de promoción	27



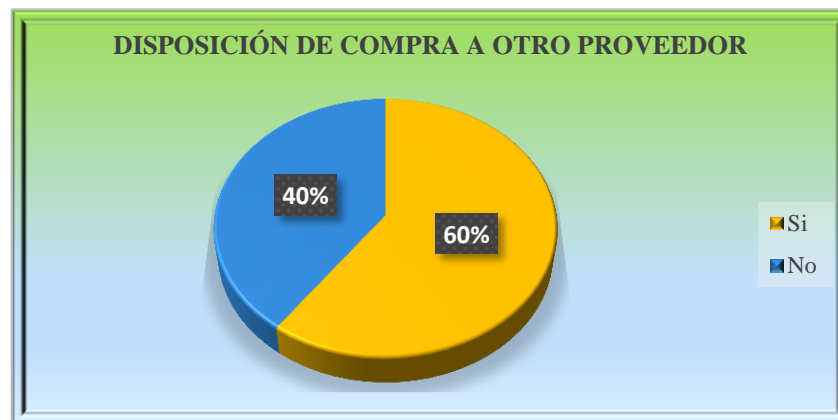
Comentario:

La mayoría de personas dedicadas al comercio informal manifiestan que sus proveedores no les ofrecen ningún tipo de promoción cuando compran frutas y verduras esto se debe a que en el mercado municipal los vendedores trabajan de forma intermediaria en la venta y sus proveedores no consideran el otorgarles algún tipo de promoción. Asimismo una menor proporción mencionan que sí les otorgan descuentos por la cantidad de compra y cantidades adicionales.

19. ¿Estaría dispuesto a comprar los productos que usted vende en el negocio a un nuevo proveedor si cumpliera con las condiciones que usted necesita?

Objetivo: Conocer si las personas dedicadas al comercio informal de hortalizas que adquieren sus productos a un proveedor determinado muestran interés en adquirir las frutas y verduras producidas en el Laboratorio Verde del CECIC.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	24	60%
No	16	40%
TOTAL	40	100%



Comentario:

La mayoría de personas dedicadas al comercio informal coinciden en que estarían dispuestos a comprarle a un nuevo siempre y cuando estos les ofrezcan precios más bajos y una buena calidad en los productos.

ANEXO 7

LISTA DE COTEJO PARA EL LABORATORIO VERDE

INDICADORES	ESCALA	
Área de Producción	SI	NO
Posee el laboratorio Verde de un local adecuado para el tratamiento de los productos que se cultiva.		X
Utiliza el Laboratorio Verde eficientemente el terreno para el cultivo.		X
La distribución de la planta es adecuada para la producción y tratamiento de los cultivos		X
Área de administración		
Cuenta el laboratorio verde con una estructura organizativa que coordine las actividades que en él se realicen.		X
Posee el laboratorio verde una filosofía que lo identifique como proyecto individual a los demás que realiza el CECIC		X

ANEXO 8

DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS	
➤ Tomate.	Es redondo de unos 3 cm de diámetro, liso, color rojo, su sabor es ligeramente ácido o algo dulzón, el uso de este en las cocinas de los hogares del Puerto de La Libertad es de todos los días, forma parte de uno de los ingredientes principales de las comidas.
➤ Pepino.	Posee una forma alargada que se torna redondeada en sus dos extremos,

	<p>generalmente alcanza los 15- 25 cm de largo y 5 cm de diámetro, su peso oscila entre los 30 a 200 gramos, dependiendo de la variedad. Es de piel verde, con ligeros tonos amarillentos, contiene una carne o pulpa blanca en cuyo centro se encuentran las semillas. El sabor es algo insípido pero que combina a la perfección con innumerables alimentos como las ensaladas elaboradas en base a ingredientes del huerto.</p>
<p>➤ Berenjena.</p>	<p>Esta puede tener diferente forma, es decir puede ser globosa, alargada, esférica. En el Laboratorio Verde se cultiva la berenjena de forma alargada, de piel morada oscura brillante y su peso va de los 160 a los 180 gramos.</p>
<p>➤ Papaya</p>	<p>Esta tiene forma ovalada y con una textura suave, carnosa y tiene un tamaño importante ya que alcanza un peso de 500 gramos en promedio o puede llegar a pesar varios kilos. Su color es amarilla mezclado con verde claro, adentro el fruto tiene muchas semillas negras, la pulpa es de color anaranjada, de un sabor dulce.</p>
<p>➤ Chile verde.</p>	<p>Es de color verde, carnoso, de tamaño mediano o grande tiene una forma cónica aplanada, piel brillante mide entre 6 cm.</p>

ANEXO 9

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PUERTO DE LA LIBERTAD



- Playa La Paz ——— Malecón Turístico - - - - Playa El Obispo
- Mercado Central del Puerto de La Libertad

ANEXO 10

LISTADO DE RESTAURANTES DEL PUERTO DE LA LIBERTAD

MEMORANDUM

PARA: Licda. Ana Delmy Mancia Giron, Oficial de Acceso a la Información Pública.

DE: Ing. Henry Ernesto Montoya, Jefe de la UATM

FECHA: 20 de Mayo de 2016.

ASUNTO: Respuesta a Solicitud.-

Por medio del presente, remito a usted, de manera anexa, la información que fue solicitada por medio de Memorándum de fecha 19 de mayo 2016. Referente a la información de los restaurantes inscritos en esta Unidad Tributaria.



N.	TIPO	DIRECCION
1	CLUB ASOB	LOTIFICACION CONCHALIO ENTRE CALLE EL LITORAL Y C. CONCHALIO
2	AUTO CLUB DE EL SALVADOR	PLAYA CONCHALIO
3	CLUB Y CASA DE RECREO	PLAYA CONCHALIO
4	RANCHO BENITEZ	PLAYA EL MAJAHUAL Y SINFONOLAS
5	RINCON FAMILIAR	COMUNIDAD EL JUTE
6	CLUB	PLAYA SAN DIEGO
7	RESTAURANTE Y VENTA DE CERVEZA	RESTAURANTE PACIFICO MAR
8	BLANQUI	PLAYA EL OBISPO
9	RESTAURANTE MARISCOS SILVIA	PLAYA EL OBISPO
10	RESTAURANTE MARINERO CURVA EL JUTE	PASAJE BRISAS DEL MAR PASAJE LAS GAVIOTAS, SAN JOSE DEL MAR
11	BERTHA	PLAYA EL OBISPO
12	RESTAURANTE PORTY MAR	CALLE GERARDO BARRIOS A SUPER MARKET SELECTOS
13		PLAYA EL MAJAHUAL CALLE PRINCIPAL FRENTE A HOTEL PITA
14	SUSY	PLAYA EL OBISPO
15	RESTAURANTE EL FARITO	PLAYA EL OBISPO
16	RESTAURANTE LOS AMIGOS	CALLE PRINCIPAL CALLE EL CALVARIO
17	VENTA DE COMIDA Y VENTA DE CERVEZA	CALLE PRINCIPAL PLAYA EL MAJAHUAL RANCHO MARACAIBO
18	RESTAURANTE IRRAMARAN	BARRIO EL CALVARIO PLAYA LA PAZ 4TA. CALLE PONIENTE
19	VIA ROMA	PLAYA SAN BLAS
20	RESTAURANTE LA PUNTA	LA CURVA EL JUTE
21	MARTA	PLAYA EL OBISPO
22	CHAMPA	PLAYA EL MAJAHUAL CHAMPA MADRIGAL
23	REST. EL HAWAIANO	PLAYA EL OBISPO
24	REST. WENY	PLAYA EL OBISPO
25	RESTAURANTE	PLAYA EL OBISPO FREDY
26	RESTAURANTE	CALLE EL CIMARRON LA POSADA
27	RESTAURANTE LA GALLINA INDIA	KIM 28 EL CIMARRON
28	BLANCHI	PLAYA EL OBISPO
29	HOTEL SIBONEY	CANTON EL CIMARRON
30	HOTEL RICK RANCHO MAR DEL DELFIN	PLAYA LA PAZ
31	1. BAR 1. RESTAURANTE 1. VENTA DE CERVEZA	PLAYA CONCHALIO
32	1. RESTAURANTE Y SUPER MARKET	PLAYA SAN DIEGO RANCHO PARADISO
33	HOTEL LOS ARCOS	
34	RESTAURANTE LA POSADA DE DON LITO	HOTELES Y RESTAURANTES
35	1. HOTEL PUERTO BELLO	2DA. CALLE ORIENTE 1RA. AV. SUR BARRIO EL CENTRO
36	1. RESTAURANTE KARLA	4TA. CALLE PTE.
37	1. RESTAURANTE SURF Y SOL	PLAYA SAN BLAS PRIMERA< CALLE
38	1. HOTEL Y RESTAURANE TERRAZA	4TA. CALLE PONIENTE PLAYA LA PAZ
39	1. HOTEL TONY SURF	PLAYA LA PAZ 1RA. AV. SUR Y 4TA CALLE PONIENTE
40	HOTEL Y RESTAURANTE EL PACIFICO 1	KM 40 ENTRADA PPA. AL MAJAHUAL
41	1. RESTAURANTE Y VENTA DE CERVEZA	FINAL CALLE EL OBISPO CONTIGUO A MARISCOS WENY
42	1. CLUB 1. RESTAURANTE 1. VENTA DE CERVEZA	LOTIFICACION RIO GRANDE KM 42
43	1. RESTAURANTE Y VENTA DE CERVEZA	LOTIFICACION RIO GRANDE
44	1. RESTAURANTE	4TA. CALLE PONIENTE PLAYA LA PAZ
45	1. RESTAURANTE	LA CURVA EL JUTE CARRETERA HACIA SAN DIEGO PLAYA
46	1. VENTA DE COMIDA Y VENTA DE CERVEZA	CALLE PRINCIPAL PLAYA EL MAJAHUAL RANCHO PACIFICO AZUL



47	HOTEL Y REST. PACIFICO #2	RESTAURANTE
48	1. RESTAURANTE Y HOTEL SOL Y MAR	PLAYA EL MAJAHUAL
49	1. RESTAURANTE	LA CURVA EL JUTE
50	1. HOTEL 1. BAR Y RESTAURANTE	PLAYA SAN BLAS HOTEL BELLO SOL
51	1. RESTAURANTE LAS OLAS	PLAYA EL OBISPO CONTIGUO AL FARITO
52	SERVICIOS DEL HOTEL PACIFIC SONRISE	BARRIO SAN JOSE CALLE EL OBISPO SON 2 PROPIEDADES HOTEL PACIFIC
53	1. CLUB BAR SIRENAS	CARRETERA DEL LITORAL LOTIFICACION ESTEROMAR
54	1. BAR Y RESTAURANTE TI-BAR	4TA. CALLE PONIENTE PLAYA LA PAZ
55	1. RESTAURANTE POLLO CAMPERO	CARRETERA EL LITORAL KM. 23 CENTRO COMERCIAL EL FARO
56	1. RESTAURANTE BIGGEST	ENTRADA AL PUERTO LA LIBERTAD
57	1. BLUB DE PLAYA	PLAYA SAN BLAS CLUB DE PLAYA
58	1. RESTAURANTE LISSETH	PLAYA LA PAZ CONTIGUO A LA FONDA ESPAÑOLA
59	1. CASA DE HUESPEDES DE 4 HABITACIONES	1RA. AV. SUR Y 4TA CALLE PTE. PLAYA LA PAZ
60	1. HOTEL VARADERO	LOTIFICACION LAS FLORES LOTE NO. 5 MOTEL EL VARADERO
61	1. MERENDERO DONA ROSA	CARRETERA A SANTA TECLA COL. BRIZUELA CONTIGUO A CRUZ ROJA
62	1. MOTEL	CARRETERA EL LITORAL CASERIO EL PULIDO KM. 50 HACIENDA MELARA
63	1. MOTEL	CARRETERA EL LITORAL HACIENDA SAN DIEGO LOTIFICACION LA CEIBA
64	1. RANCHO MAR Y TIERRA #1	PLAYA EL MAJAHUAL CALLE PRINCIPAL RANCHO MAR
65	1. RANCHO MAR Y TIERRA #2	PLAYA EL MAJAHUAL CALLE PRINCIPAL RANCHO MAR
66	1. RESTAURANTE Y VENTA DE CERVEZA	LOTIFICACION EL JUTE CALLE PRINCIPAL FISHERMANS
67	1. VENTA DE COMIDA Y VENTA DE CERVEZA	PLAYA EL MAJAHUAL RANCHO LAS BRISAS
68	HOTEL EL ZORRO	CARRETERA EL LITORAL KM 49 1/2 FRENTE AL CONDOMINIO SAN BLAS
69	RANCHO PEÑA BLANCA	COMUNIDAD PEÑA BLANCA CONCHALIO 2DA. CALLE PPAL.
70	HOTEL, BAR Y RESTAURANTE MIL AMORES	LOTIFICACION RIO GRANDE LORE # 3 Y 4 DEL POLIGONO "B"
71	HOTEL Y RESTAURANTE	LOTIFICACION EL COCAL POLIGONO 1 LOTE NO. 27
72	1. ESTAURANTE DON POLLO	BARRIO EL CENTRO CALLE GERARDO BARRIOS NO. 10-1
73	RESTAURANTE Y SINFONOLA	PLAYA EL AMJAHUAL CALLE PRINCIPAL
74	ASADOS EL PELIBUEY	COLONIA BRIZUELA 20 METROS AL NORTE DEL RESTAURANTE BIGGUEST
75		LOTIFICACION RIO GRANDE HACIENDA CONTIGUO A RANCHO MOMENTOS
76	RESTAURANTE CRISTY	1RA. AV. SUR Y 4TA. CALLE PONIENTE PLAYA LA PAZ
77	KING TACO	CENTRO COMERCIAL EL FARO
78	HOTEL Y RESTAURANTE	CARRETERA EL LITORAL KM. 39 LOTIFICACION PLAYA SAN BLAS
79	RESTAURANTE NUEVO PUNTA ROCA	PLAYA MALECON TURISTICO PEATONAL R
80	RESTAURANTE LA MAREA	BARRIO SAN JOSE CALLE EL OBISPO
81	1 RESTAURANTE LA POSADA NO. 2	KM. 481/2 CARRETERA A SAN SALVADOR CANTON EL CIMARON
82	1. HOTEL	CANTON SAN DIEGO LOTIFICACION EL AMATAL CALLE PRINCIPAL LOTE 5 Y 6



NÚMERO DE COMERCIANTES INFORMALES DEL PUERTO DE LA LIBERTAD



Alcaldía Municipal de La Libertad
PBX: 2314-4200 * 2314-4207 * Fax 2346-1180
Calle Gerardo Barrios y Ave. Simón Bolívar No. 21-7,
La Libertad, Departamento de La Libertad, El Salvador C.A.



MEMORANDUM

Para: Licda. Ana Delmy Mancía Girón / Oficial de Acceso a la Información Pública

De: Manuel de Jesús Pérez Sánchez / Administrador de Mercado Municipal

Asunto: Notificando

Fecha: Lunes 23 de mayo del 2016



Me es grato saludarle y a la vez deseándole bendiciones en sus actividades diarias, me dirijo atentamente para notificar que en base a memorándum recibió el día 19 de mayo del presente año, donde solicita "Número de Comerciantes Informales" se le informa que el monto es de 145 comerciantes por día.

ANEXO 12

PRESUPUESTOS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.

A continuación se muestra de una forma detallada los costos en semilla, fertilizantes, y pesticidas.

Asimismo otros materiales necesarios para mantener la producción anual proyectada:

Cuadro N° 1

Costos para la producción anual de pepino

PEPINO (500 METROS CUADRADOS) 4 VECES AL AÑO			
MATERIAL	CANTIDAD POR VEZ CULTIVADA	CANTIDAD TOTAL ANUAL	COSTO UNITARIO
Abono 15-15-15	13 libras	52 libras	\$ 0.36 libra
Sulfato	13 libras	52 libras	\$ 0.19 libra
agua	5 galones	20 galones	\$ 0.25 galón
semilla	13 gramos	52 gramos	\$0.64 gramo
rinso	1 bolsa	4 bolsas	\$ 0.25 bolsa
pita	8 libras	32 libras	\$ 1 libra

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 2

Costos para la producción anual de chile verde

CHILE VERDE (400 METROS CUADRADOS) 3 VECES AL AÑO			
MATERIAL	CANTIDAD POR VEZ CULTIVADA	CANTIDAD TOTAL ANUAL	COSTO UNITARIO
abono 15-15-15	13 libras	39 libras	0.36 libra
sulfato	13 libras	39 libras	0.19 libra
rinso	1 bolsa	4 bolsas	0.25 bolsa
insecticida Neem	1 copa 200cc	600cc	0.02 cc
agua	5 galones	20 galones	0.25 galones
agril	155 yardas	465 yardas	0.23 yardas
semilla	1/2 onza	2 onzas	2.00 onza
alambre galvanizado #9	16 libras	48 libras	0.57 libra
pita	5 libras	15 libras	1.00 libra

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 3

Costos para la producción anual de papaya

PAPAYA (400 METROS CUADRADOS) 1 VEZ AL AÑO			
MATERIAL	CANTIDAD POR VEZ CULTIVADA	CANTIDAD TOTAL ANUAL	COSTO UNITARIO
Formula 15-15-15	620 Libras	620 Libras	\$ 0.36 libra
Plantines		50 plantines	\$ 1.00 c/plantin

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 4

Costos para la producción anual de chipilín

CHIPILIN (200 METROS CUADRADOS) 1 VEZ AL AÑO			
MATERIAL	CANTIDAD POR VEZ CULTIVADA	CANTIDAD TOTAL ANUAL	COSTO UNITARIO
Sulfato	6 Libras	6 libras	\$ 0.19 libra
Semillas		2 dolares	\$2

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 5

Costos para la producción anual de plátano

PLATANO (150 METROS CUADRADOS) 1 VEZ AL AÑO			
MATERIAL	CANTIDAD POR VEZ CULTIVADA	CANTIDAD TOTAL ANUAL	COSTO UNITARIO
sulfato	50 LIBRAS	50 libras	\$ 0.19 libra
semilla		150 matas	\$1.00 mata/planta

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 6

Costos para la producción anual de Maíz

MAIZ (600 METROS CUADRADOS) 4 VECES AL AÑO			
MATERIAL	CANTIDAD POR VEZ CULTIVADA	CANTIDAD TOTAL ANUAL	COSTO UNITARIO
formula	2 arrobas	8 arrobas	\$5.00 arroba
sulfato	115 Libras	460 libras	\$ 0.19 libra
Lacnate	1 onza	4 onzas	\$7.00 onza
semilla	2.5 libras	10 libras	\$1.35 libra

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 7

Costos para la producción anual de Berenjena

BERENJENA(100 METROS CUADRADOS) 6 VECES AL AÑO			
MATERIAL	CANTIDAD POR VEZ CULTIVADA	CANTIDAD TOTAL ANUAL	COSTO UNITARIO
abono 15-15-15	3.25libras	19.5 libras	\$0.36 libra
sulfato	3.25libras	19.5 libras	\$0.19 libra
semilla	1/2 gramo	3 gramos	\$0.50 gramo

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 8

Costos para la producción anual de Yuca

YUCA (400 METROS CUADRADOS) 2 VECES AL AÑO			
MATERIAL	CANTIDAD POR VEZ CULTIVADA	CANTIDAD TOTAL ANUAL	COSTO UNITARIO
Herbicida Gramoxone	1/2 Litro	1 litro	\$7.00 litro
Insecticida	1/4 Litro	1/2 litro	\$12.00 litro
Folidol repelente de insectos	1 Libra	2 libras	\$1.25 libra
Fertilizante	4.5 libras	9 libras	\$0.50 libra
Madera		\$12 de semilla	\$12 de semilla

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 9

Costos para la producción de Camote

CAMOTE (200 METROS CUADRADOS) 2 VECES AL AÑO			
MATERIAL	CANTIDAD POR VEZ CUL	CANTIDAD TOTAL ANUAL	COSTO UNITARIO
Herbicida Gramoxone	1/4 Litro	1/2 litro	\$ 7.00 litro
Insecticida	1/6 litro	1/3 litro	\$ 12.00 litro
Folidol repelente de insectos	1/2 libra	1 libra	1 libra.25
Fertilizante	2 libras	4 libras	4 libras.50
Semilla		\$40	\$40.00

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 10

Costos indirectos de fabricación

Detalle	Costo Mensual	Costo anual
Energía Eléctrica	\$ 8.00	\$ 96.00
Mantenimiento de instalaciones	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Agua	\$ 15.00	\$ 180.00
Viñetas	\$ 10.00	\$ 120.00
Total		\$ 2,196.00

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Gastos de Operación

Cuadro N° 11

Gastos de Administración

Detalle	1	2	3	4	5
Salarios	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
Agua	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00
Energía Eléctrica	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00
Papelería y Útiles	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00
Depreciación anual	\$ 224.54	\$ 224.54	\$ 673.09	\$ 575.00	\$ 98.09
Total	\$ 2,720.54	\$ 2,720.54	\$ 3,169.09	\$ 3,071.00	\$ 2,594.09

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 12

Gastos de Venta

Detalle	1	2	3	4	5
Salarios	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Comisiones	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00
Energía Eléctrica	\$ 96.00	\$ 96.00	\$ 96.00	\$ 96.00	\$ 96.00
Combustible	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00
Papelería y Útiles	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Bolsas ecológicas	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00
lapiz	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Banners	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00
Bolantes	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00	\$ 3.00
Depreciación anual	\$ 575.00	\$ 575.00	\$ 575.00	\$ 575.00	\$ -
Total	\$ 3,114.00	\$ 3,114.00	\$ 3,114.00	\$ 3,114.00	\$ 2,539.00

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Cuadro N° 14

Depreciación de activo fijo

Depreciación de Activo Fijo	Valor	%	1	2	3	4	5	Valor residual
Local de Centro de acopio	\$ 2,071.74	5%	\$ 98.09	\$ 98.09	\$ 98.09	\$ 98.09	\$ 98.09	\$ 1,471.39
Escritorio	\$ 220.00	50%	\$ 110.00	\$ 110.00				\$ -
Silla	\$ 32.89	50%	\$ 16.45	\$ 16.45				\$ -
Moto de Carga	\$ 2,300.00	25%	\$ 575.00	\$ 575.00	\$ 575.00	\$ 575.00		\$ -
Total			\$ 799.54	\$ 799.54	\$ 673.09	\$ 673.09	\$ 98.09	\$ 1,471.39

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

ANEXO 13

Cuadro N° 15

Proyecciones de ventas

Cálculo de Ventas Proyectadas

Datos:

	Valor	Descripción	Factor
a =	(\$300.00)	Considerando el impacto que los cambios climaticos tienen sobre los cultivos esperamos una reducción de las ventas de (\$300)	Ajuste
b=	\$500.00	Con la aplicación de una nueva estrategia de venta, dando a conocer los cultivos de el laboratorio Verde y un agente de venta a cargo de comercializar, con este plan se pretenden aumentar las ventas en \$500.00	Cambio
c =	\$900.00	Con la adquisición de una moto de carga en enero 2017 y la construcción de un centro de acopio se pretenden aumentar las ventas en \$900.00	Crecimiento
E =	5.00%	Debido al aumento de los precios de las materias primas se espera una disminución del (5%)	Económico
A =	4.00%	La administración del CECIC ha considerado contratar a una administrador con conocimientos en agronomía para que desarrolle los planes del Laboratorio Verde, con esta decisión se pretende incrementar las ventas en un (4%)	Administrativo

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

Calculo:

$$F = (\pm a \pm b \pm c)$$

$$F = (-\$300.00 + \$500.00 + \$900.00)$$

$$F = \text{\$} 1,100.00$$

$$\text{\$} 9,390.00$$

$$V = \text{\$} 8,290.00$$

$$F = \text{\$} 1,100.00$$

$$E = 5.00\%$$

$$A = 4.00\%$$

Sustituyendo datos en fórmula

VARIACIÓN EN VENTAS

‡ \$ 987.32

$$Pv = [(V \pm F) E] A$$

$$PV = [(8,280.00 + 1100.00)(1 - 0.05)](1 + 0.04)$$

$$PV = [(8,280.00 + 1100.00)0.95]1.04$$

$$PV = 8920.50(1.06)$$

$$PV = \text{\$} 9,277.32$$

INCREMENTO
VENTAS 2017 ‡ 11.91%

ANEXO 14**COSTO DE MATERIAL A UTILIZAR PARA FERIAS AGRONÓMICAS.****Cuadro N° 16**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Costo total
Canopis	3	\$11.66	\$35.00
Transporte	1	\$10.00	\$10.00
Subtotal			\$45.00
Imprevistos			\$5.00
Total			\$50.00

Fuente: elaborado por el grupo de investigación

SIGLAS.

CECIC: Centro Escolar Católico Inmaculada Concepción

CENTA: Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

FAO- SLV: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la agricultura en EL Salvador

FODA: Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

MINED: Ministerio de Educación

PATI: Programa de Apoyo Temporal al Ingreso

PASE: Programa de Salud y Alimentación Escolar

Art: Artículo

VAN: Valor actual neto

TIR: Tasa interna de retorno