

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

TRABAJO DE GRADUACIÓN:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
BRIQUETAS DE CARBÓN ECOLÓGICO A PARTIR DE LOS DESPERDICIOS
DE FIBRA DE COCO EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL, 2015”**

PRESENTADO POR:

LEMUS MARTINEZ, DANI ALBERTO

MARAVILLA RODRÍGUEZ, JOSÉ ANTONIO

QUINTANILLA PORTILLO, CRISTIAN JOVANY

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

CIUDAD UNIVERSITARIA ORIENTAL, ABRIL 2016

SAN MIGUEL

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES

LIC. LUIS ARGUETA ANTILLON

RECTOR INTERINO

DRA. ANA LETICIA ZA VALETA DE AMAYA

SECRETARIA GENERAL INTERINA

LIC. NORA BEATRIZ MELENDEZ

FISCAL GENERAL INTERINA

ING. CARLOS ARMANDO VILLALTA

VICERECTOR ADMINISTRATIVO INTERIANO

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL

AUTORIDADES

ING. JOAQUIN ORLANDO MACHUCA

DECANO

LIC. CARLOS ALEXANDER DIAZ

VICE-DECANO

LIC. JORGE ALBERTO ORTEZ HERNANDEZ

SECRETARIO

MTRO. JORGE PASTOR FUENTES CABRERA

DIRECTOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACION

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
AUTORIDADES

MTRO. ARNOLDO ORLANDO SORTO
COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

LIC. OSCAR RENÉ BARRERA GARCÍA
JEFE DE DEPARTAMENTO

DRA. MARTA VILLATORO DE GUERRERO
ASESORA

INDICE

CONTENIDO	PÁG.
CAPITULO I: MARCO METODOLÓGICO.....	1
1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.1.1. EL COCO COMO INDUSTRIA.....	1
1.1.2. EL COCO COMO SUPLEMENTO ALIMENTICIO.....	1
1.1.3. EL USO DEL COCOTERO EN EL SALVADOR.....	2
1.1.4. PRODUCCIÓN DE COCOS Y DE ESTOPA DE COCO COMO DESECHO EN SAN MIGUEL	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	4
1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	6
1.4. DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	7
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.5.1. TEMPORAL Y GEOGRÁFICA:	8
1.5.2. DELIMITACIÓN ECONÓMICA:.....	8
1.5.3. DELIMITACIÓN TEÓRICA:.....	8
1.6. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	8
1.6.1. OBJETIVO GENERAL.....	8
1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
1.7. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	9
1.7.1. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS.....	9
1.7.2. ESTRATEGIAS DE INFORMACIÓN.....	9
CAPITULO II. MARCO HISTÓRICO Y DE REFERENCIA.....	12
2.1. HISTORIA DEL CARBÓN ECOLÓGICO.....	12
CAPITULO III. MARCO TEORICO	13
3.1. PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS.....	13

3.1.2. TEORÍA DE LAS TRES “R” DE MALTHUZ.....	13
3.1.3. PLAN DE NEGOCIOS.....	15
3.2. MARCO LEGAL.....	28
3.2.1. ASPECTOS FISCALES DEL GOBIERNO DE EL SALVADOR	28
3.3. MARCO CONCEPTUAL.....	29
CAPITULO IV. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	33
4.1. INFORMACIÓN GENERAL DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS NEGOCIOS DE COMIDAS DE SAN MIGUEL.....	33
4.2. INFORMACIÓN RELACIONADA A LOS ASPECTOS ESPECIFICOS DEL PRODUCTO DE CARBÓN ECOLÓGICO.....	35
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
5.1. CONCLUSIONES	45
5.2. RECOMENDACIONES.....	46
CAPITULO VI: PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS.....	47
RESUMEN EJECUTIVO.....	48
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	48
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	49
COSTOS ESTIMADOS DEL PROYECTO	49
DEFINICIÓN DE BENEFICIOS.....	49
EVALUACIÓN DEL PROYECTO:.....	49
1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	50
1.1. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.....	50
1.1.1. ANTECEDENTES	50
1.1.2. PLANTEAMIENTO.....	51
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	51
1.3. OBJETIVOS.....	52
1.3.1. OBJETIVO GENERAL:	52
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	52
1.4. RESULTADOS ESPERADOS.....	52

1.4.1. POR PARTE DE LOS DUEÑOS DE LA IDEA.	52
1.4.2. POR PARTE DEL MERCADO META.	52
2. ESTUDIO DE MERCADO	54
2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	54
2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	54
2.3. DETERMINACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	55
2.3.1. COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA.....	55
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	56
2.4.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS (PRINCIPALES COMPETIDORES).....	56
2.4.2. PRINCIPALES COMPETIDORES EN LA ZONA	57
2.4.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.	57
2.4.4. CONCLUSIÓN DE LA RELACIÓN OFERTA DEMANDA	59
2.5. EL ANÁLISIS DE LOS PRECIOS	60
2.5.1. DETERMINACIÓN DEL COSTO PROMEDIO	60
2.5.2. ANÁLISIS HISTÓRICO DE LOS PRECIOS Y SU PROYECCIÓN.....	61
2.6. ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	61
2.6.1. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS PARA COMERCIALIZAR LOS PRODUCTOS	62
2.6.2. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	63
3. ESTUDIO TÉCNICO	64
3.1. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO	64
3.2. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	64
3.2.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	64
3.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN	65
3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	65
3.3.1. APROVISIONAMIENTO DE INSUMOS	66
3.3.2. ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD Y EL COSTO DE MATERIALES E INSUMOS	66

3.3.3. DETALLE DEL PROCESO	66
3.3.4. ADQUISICION DE EQUIPO Y MAQUINARIA.....	68
3.4. VIÑETA, ETIQUETA Y EMPAQUE DEL PRODUCTO.....	68
3.4.1. VIÑETA:	68
3.4.2. ETIQUETA:	69
3.4.3. EMPAQUE DEL PRODUCTO:.....	69
3.5. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	70
3.6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	70
3.6.1. TRÁMITES PARA LEGALIZAR LA EMPRESA:.....	71
3.7. LEGISLACIÓN SANITARIA	74
3.7.1. LEGISLACIÓN SANITARIA: CÓDIGO DE SALUD.	74
3.8. LOCALIZACIÓN	76
3.9. ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN.....	77
3.9.1. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO:.....	78
3.9.2. RECURSO HUMANO (PERFIL Y FUNCIONES).	78
3.9.3. ORGANIGRAMA.....	81
4. ESTUDIO ECONÓMICO	82
4.1. INVERSIONES	82
4.2. COSTOS DE OPERACIÓN.....	83
4.2.1. COSTOS VARIABLES	83
4.2.2. COSTOS FIJOS.....	83
4.2.3. COSTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO	84
4.2.4. COSTOS DE MANTENIMIENTO	84
4.2.5. COSTOS DE MANO DE OBRA	85
4.2.6. PROYECCIONES DE UNIDADES PRODUCIDAS PARA LA VENTA .	86
4.2.7. PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS.....	86
4.2.8. FLUJO DE CAJA:.....	87
4.2.9. ESTADO DE RESULTADOS	89
4.2.10. PROYECCIONES: VAN, TIR, BENEFICIO COSTO	90
4.2.11. BALANCE PROYECTADO.	93
4.2.12. TABLA DE DEPRECIACIONES.....	95

4.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y PUNTO DE EQUILIBRIO	95
4.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES A REALIZAR.....	97
5. EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO	98
5.1. VALOR SOCIAL DE LA PRODUCCIÓN.....	98
5.2. VALOR SOCIAL DE LA NATURALEZA.....	99
6. BIBLIOGRAFIA.	100
7. ANEXOS.	102

INDICE DE TABLAS

TABLAS DE ENCUESTA DIRIGIDA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE VENTA DE COMIDA EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL.

CONTENIDO	PAGINA
TABLA 1: Productos Utilizados para cocinar	35
TABLA 2: El uso del carbón	36
TABLA 3: Tipos de productos para cocinar	36
TABLA 4: Conocimientos sobre productos a base de fibras naturales	37
TABLA 5: Conocimiento sobre la fibra de coco	38
TABLA 6: Ventajas de las fibras naturales	38
TABLA 7: Formación del carbón ecológico	39
TABLA 8: Disposición de la compra de carbón ecológico	40
TABLA 9: Motivación de compra de carbón	40
TABLA 10: Presentación del producto	41
TABLA 11: Forma del producto	42
TABLA 12: Tamaño de la briquetas	42
TABLA 13: Canal de adquisición	43
TABLA 14: Precio de venta del carbón ecológico	44

INDICE DE GRAFICOS

INDICE DE GRAFICOS DE ENCUESTA DIRIGIDA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE VENTA DE COMIDA EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL.

CONTENIDO	PAGINA
GRAFICO 1: Productos Utilizados para cocinar	35
GRAFICO 2: El uso del carbón	36
GRAFICO 3: Tipos de productos para cocinar	36
GRAFICO 4: Conocimientos sobre productos a base de fibras naturales	37
GRAFICO 5: Conocimiento sobre la fibra de coco	38
GRAFICO 6: Ventas de las fibras naturales	38
GRAFICO 7: Formación del carbón ecológico	39
GRAFICO 8: Disposición de la compra de carbón ecológico	40
GRAFICO 9: Motivación de compra de carbón	40
GRAFICO 10: Presentación del producto	41
GRAFICO 11: Forma del producto	42
GRAFICO 12: Tamaño de la briquetas	42
GRAFICO 13: Canal de adquisición	43
GRAFICO 14: Precio de venta del carbón ecológico	44

ÍNDICE DE FIGURAS DE LA PROPUESTA.

CONTENIDO	PAGINA
Proceso de producción	67
Viñeta del producto	68
Etiqueta del producto	69
Empaque del producto	69
Distribución en planta	70
Organigrama	81

LISTADO DE ABREVIATURAS.

R.L = Responsabilidad Limitada

PVC= Policloruro de Vinilo

CONAMYPE= Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa

FUNDES= Fundación para el Desarrollo Sostenible

FODA= Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas

KG= Kilogramos

KM= Kilometro

M.A.G= Ministerio de Agricultura y Ganadería

LBS= Libras

S.A= Sociedad Anónima

C.V= Capital Variable

SR= Señor

DUI= Documento Único de Identidad

NIT= Número de Identificación Tributaria

DIGESTYC= Dirección General de Estadísticas y Censos

NRC= Numero de Referencia Completo

AFP= Asociación de Fondo de Pensiones

NUP= Numero Único de Pensiones

ISSS= Instituto Salvadoreño de Seguro Social

MT= Ministerio de Trabajo

IVA= Impuesto al Valor Agregado

VAN= Valor Presente Neto

TIR= Tasa Interna de Retorno

CM= Centímetros

GOB= Gobierno

FUSADES= Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico Social de El Salvador

INTRODUCCIÓN

En El Salvador hay una abundante riqueza de diferentes árboles frutales que sirven de diferentes tipos de uso entre los cuales se encuentran los cocos en las zonas costeras de nuestro país según estudios realizados con la estopa del coco se pueden obtener diferentes utilidades entre las cuales con la fibra de dicho material se puede elaborar carbón ecológico como combustible para cocinar nuestros alimentos.

En el presente documento se encontrará los resultados de la investigación de la elaboración de briquetas de carbón ecológico a partir de los desperdicios de la fibra de coco como materia prima; la información se describe por medio de seis capítulos, los que se presentan a continuación:

En el capítulo I tenemos el planteamiento del problema acerca de la situación de la fibra de coco así también el enunciado del problema, formulación del problema, los objetivos de la investigación, el objetivo general y específico, justificación y delimitación del problema.

El Capítulo II consta del marco histórico y de referencia de la investigación, los antecedentes de la fibra de coco, cómo se originó, de dónde procede y cómo llegó a utilizarse en nuestro país.

El Capítulo III Contiene el marco teórico, marco legal y conceptual de la investigación.

En el Capítulo IV Se presenta la información de los micros y pequeños empresarios como el giro del negocio, edad, cargo y sexo y se describen los resultados de la encuesta aplicada a éstos en el Municipio de la Ciudad de San Miguel.

El capítulo V, presenta las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

El capítulo VI se presenta el Plan de Negocio para fabricación y comercialización de briquetas de carbón ecológico a partir de los desperdicios de fibra de coco, la información relacionada con los costos estimados, los beneficios y evaluación del proyecto, el análisis de la oferta, los precios, el estudio de la comercialización de los productos, estudio técnico de la investigación, la viñeta, etiqueta que lleve el producto, el recurso humano y la organización de la empresa además se hizo un estudio económico y una evaluación ambiental del proyecto para ver el valor social de la producción y de la naturaleza.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, trata del estudio de los desechos de la estopa de coco, aprovechando la abundancia de materia prima, con éste, se pretende hacer uso del recurso con el fin contribuir a los efectos adversos en el medio ambiente.

En el estudio fueron considerados los comerciantes de alimentos micro y pequeños empresarios de la ciudad de San Miguel, los que tradicionalmente utilizan carbón vegetal, gas propano y leña.

Los resultados que se obtuvieron de la investigación muestran que un 80% de los negocios desconoce la utilidad que genera la estopa de coco tanto en el medio ambiente, como también en la generación de empleo.

Con esta investigación se tienen beneficios directos e indirectos, se contribuye directamente a la reducción de la contaminación ambiental, además los micro y pequeños empresarios involucrados, con el uso y utilización de los desechos de coco con valor agregado.

CAPITULO I: MARCO METODOLÓGICO.

Este capítulo describe la metodología utilizada en la presente investigación.

1.1. ANTECEDENTES.

1.1.1. EL COCO COMO INDUSTRIA.

El coco es una fruta comestible obtenida del cocotero, la palmera más cultivada a nivel mundial. Tiene dos cáscaras: una externa que es fibrosa y verde (estopa), y otra interna que es dura, vellosa y marrón que tiene adherida la pulpa, que es blanca y aromática, la que almacena el contenido de agua (hueso).

El principal producto exportado desde las distintas zonas de cultivo es la copra sin procesar seguida del coco desecado.¹

El mercado más interesante tanto en Asia, como en Europa y Norteamérica es el agua de coco envasada; de gran aceptación y mayor demanda cada año. El agua de coco no debe ser confundida con la leche de coco, ya que la leche de coco se obtiene exprimiendo la pulpa y el agua de coco se encuentra por naturaleza en su cavidad interior. Propio de las islas de clima tropical y subtropical del océano Pacífico, su cultivo se ha extendido por Centroamérica, el Caribe y África tropical.²

1.1.2. EL COCO COMO SUPLEMENTO ALIMENTICIO.

La composición del coco varía a medida que éste madura. La grasa constituye el principal componente tras el agua y es rica en ácidos grasos saturados (88,6% del total), por lo que su valor calórico es el más alto de todas las frutas. Aporta una baja cantidad de hidratos de carbono y menor aún de proteínas. Así mismo, el coco es rico en sales minerales que participan en la mineralización de los huesos (magnesio, fósforo, calcio) y en potasio.

¹ TESIS "INDUSTRIALIZACION DE LA FIBRA DE ESTOPA DE COCO", PÁG. 9, 2010.

² TESIS "INDUSTRIALIZACION DE LA FIBRA DE ESTOPA DE COCO", PÁG. 9, 2010.

En cuanto a otros nutrientes, destaca su aporte de fibra, que mejora el tránsito intestinal y contribuye a reducir el riesgo de ciertas alteraciones y enfermedades.³

El magnesio se relaciona con el funcionamiento de intestino, nervios y músculos, forma parte de huesos y dientes, mejora la inmunidad y posee un suave efecto laxante. El fósforo participa en el metabolismo energético. El potasio es necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso, para la actividad muscular normal e interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula.⁴

Destaca además su contenido de vitamina E, de acción antioxidante y de ciertas vitaminas hidrosolubles del grupo B, necesarias para el buen funcionamiento de nuestro organismo. Teniendo en cuenta sus propiedades nutritivas, su consumo ocasional y en cantidades moderadas, se considera adecuado para todos los segmentos de la población sana: niños, jóvenes, adultos, deportistas, mujeres embarazadas, madres lactantes y personas mayores.⁵

Por su alto valor energético, deben moderar su consumo las personas que tienen exceso de peso y por su elevado aporte de potasio, no se aconseja a quienes tienen insuficiencia renal y requieren de una dieta controlada en dicho mineral. Sin embargo, quienes toman diuréticos y las personas con bulimia se beneficiarán de su consumo, ya que en el coco abunda dicho mineral.

El agua de coco es el líquido que se halla en el interior de la pulpa; cuanto menos maduro esté el fruto más abundante será y también más rico en nutrientes.⁶

1.1.3. EL USO DEL COCOTERO EN EL SALVADOR.

En los últimos años la reutilización de los desperdicios ha tomado una importancia relevante ya que incide en el medio ambiente por eso se destacan los siguientes usos del cocotero:

³TESIS "INDUSTRIALIZACION DE LA FIBRA DE ESTOPA DE COCO", PÁG. 12 - 13, 2010.

⁴TESIS "INDUSTRIALIZACION DE LA FIBRA DE ESTOPA DE COCO", UES, 2010, PÁG. 13.

⁵TESIS "INDUSTRIALIZACION DE LA FIBRA DE ESTOPA DE COCO", UES, 2010, PÁG. 13.

⁶TESIS "INDUSTRIALIZACION DE LA FIBRA DE ESTOPA DE COCO", UES, 2010, PÁG. 13.

Madera de coco. Se usa para la construcción de casas, puentes y granjas. La corteza exterior es dura y es muy útil para la fabricación de muebles. Para mejorar su calidad se deja un mes en agua salada.

La estopa o mesocarpio. De ella se extrae fibra para elaborar pitas, alfombras, sacos, etc. El polvo de la estopa se usa como fertilizante y para enmendar suelos arenosos ya que mejora el poder de retención de agua y la textura.⁷

1.1.4. PRODUCCIÓN DE COCOS Y DE ESTOPA DE COCO COMO DESECHO EN SAN MIGUEL

La producción de cocos se da en las islas el espíritu santo, la piraya, isla zacatillo entre otras. Aledañas a la costa del departamento de Usulután, luego el producto es transportado en lanchas a puerto parada del mismo departamento, donde es trasladado a las bodegas en la ciudad de san miguel.

Actualmente existen 5 bodegas de almacenamiento de cocos ubicadas en los diferentes lugares para abastecer una demanda de 60, 000 mil cocos al mes, cada bodega cuenta con 8 a 10 trabajadores los cuales se encargan de vender el producto en toda la zona , diariamente los desperdicios que se generan por la venta de agua de coco los cuales son entregados a la bodega, ya que es un producto que no paga ningún impuesto por lo tanto la alcaldía municipal prohíbe que se dejen desperdicios en lugares público⁸.

Los desechos de un coco verde pesa un total de 2.2 libras lo que equivalente a un 1 Kg, cuando la estopa ya está seca su peso promedio es de ½ Kg.

⁷INDUSTRIALIZACION DE LA FIBRA DE ESTOPA DE COCO, UES, 2010, PÁG 15.

⁸ FUENTE: Encargado de bodega ubicada en el Parqueo Municipal, Bodega Terminal de oriente ,Bodega conocida como Barrio Chino,San Miguel

Volumen de desechos:

$60,000 \times 1.1 \text{ Lb} = 66,000$ mensualmente

$66,000 / 2.2 \text{ Lb} = 30,000 \text{ Kg}$

1 Tonelada = 1000 Kg

$30,000 \text{ Kg} / 1000\text{Kg} = 30$ Toneladas.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**1.2.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.**

En Latinoamérica los mayores productores de cocos son México y Brasil, por ser países tropicales buscaron una solución a la problemática de la basura generada por los desperdicios de estopa de coco que quedaba al extraer el agua y su comida (copra); por tal razón de manera empírica en los hogares empezaron a secar las estopas de coco como leña y observaron que dura más que la madera o el carbón tradicional mostrado en pruebas comparativas, además que no genera llama, ni es dañino para la salud humana al cocinar directamente las carnes o parrilladas.

Cabe mencionar que el impacto ambiental del carbón ecológico hecho a base de la estopa de coco resultó de beneficio para los países tropicales por poseer propiedades inofensivas para el contacto con los alimentos como las carnes, pollo y embutidos o panes de hamburguesa ya que genera poco humo y su llama no contiene químicos letales que afecten la salud humana.

El aporte económico para los países productores del cocotero es que se han aperturado nuevas fuentes de empleo y nuevas plantas industriales que procesan las estopas para crear productos alternativos de la fibra y minimizar el índice de desempleo.

En la mayoría de los países incluyendo a El Salvador, la leña es utilizada como fuente de energía primaria, por lo general es comercializada de manera informal, o bien apropiada directamente de los bosques, montes, o de la industria maderera (en forma de residuos).

En El Salvador, específicamente en el área de San Miguel se puede observar que los vendedores de agua de coco acumulan los desperdicios; pues comercializan el agua desechando la estopa como basura, la cual muchas veces termina siendo fuente de contaminación ambiental, como consecuencia desmejora la apariencia de las ciudades por los promontorios de desperdicios, contamina los ríos y son focos de infección y proliferación de plagas como moscas, zancudos y otros tipos de vectores perjudiciales al ser humano.

Por las razones anteriores, la elaboración de briquetas de carbón a partir de estopa de coco será una idea que industrialice un proceso de tratamiento de este desperdicio hasta formar un carbón que sea ecológico, haciendo de esta actividad un beneficio para la población y el medio ambiente.

Considerando las mejores prácticas aplicadas por los países desarrollados se pretende marcar un nuevo paradigma de negocio en la zona oriental y expandirlo hasta poder crear una cultura de reciclaje de la basura, producto del alto consumo de agua de coco.

El desarrollo de los últimos 10 años muestra que el único uso posible del material leñoso es la transformación de la misma al carbón ecológico. Este producto se lanzará al mercado con las condiciones o características necesarias cumpliendo con los estándares de calidad para competir con los productos elaborados a base de madera.

Se debe destacar que al desarrollar esta idea se tendrá una ventaja competitiva ya que en la zona no existe una planta industrial que produzca este tipo de producto en específico, lo que brinda el espacio perfecto para desarrollar este proyecto.

1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

El objeto de la investigación es aportar una alternativa de fabricación y comercialización de carbón vegetal dejando de utilizar leña y al final se busca responder a las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los beneficios del carbón vegetal elaborada con los desperdicios de la estopa de coco?

¿Cuál es la viabilidad de producción artesanal y comercialización del carbón?

1.3. JUSTIFICACIÓN.

Conociendo la problemática ambiental de la región, la importancia de hacer uso de la fibra de la estopa de coco para fabricar carbón ecológico es que la producción del carbón ecológico traerá consecuentemente la generación de empleos directos para las personas quien lo elaboren lo cual beneficiara indirectamente al desarrollo económico de las familias y de la zona.

Con la implementación de este plan, se privilegiará a los consumidores de dicho producto, al ofrecerles una alternativa; además la industria del cocotero contribuirá al desarrollo local, ofertando nuevos empleos como resultado de la misma.

Lo novedoso del proyecto es que según estudios realizados en Suramérica como Brasil, Perú, y Colombia se ha encontrado que se puede hacer uso de los desperdicios de la estopa de coco por sus propiedades caloríficas y en nuestro país hay un alto volumen de basura producto de la comercialización del agua de coco y está la oportunidad latente para poder aportar económica, social y ambientalmente.

El proyecto del carbón ecológico a base de la estopa de coco es de gran utilidad porque la implementación de este tipo de carbón ayudará al medio ambiente, pues éste genera menor cantidad de emisiones de gases como el dióxido de carbono, además para la elaboración del carbón ecológico no se necesita una gran

inversión de capital, maquinaria o recursos humanos, lo cual lo hace una opción alternativa al carbón de leña y siendo este de menor impacto ambiental.

Los beneficios del uso del carbón ecológico son diversos entre los cuales está la reducción de material contaminante, se reduce la emisión de gases, erradicación de la deforestación lo que pone como beneficiario directo al Medio Ambiente, además se esperan beneficios económicos para el grupo de trabajo por la comercialización del producto.

El beneficio para los investigadores es que aumenta su conocimiento adquirido en su formación profesional y aporta experiencia para brindar ideas creativas e innovadoras y con calidad.

1.4. DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Dada la naturaleza del proyecto se utilizará el método cualitativo ya que se explicarán datos de la información obtenida por medio de cuestionarios, encuestas y otras Técnicas de recolección numérica o medible.

El tipo de investigación que se utilizará es Exploratoria, Descriptiva y Explicativa, dado que el objeto de estudio (briquetas de carbón de fibra de coco) no ha sido abordado antes, es decir que únicamente hay guías e ideas vagamente relacionadas con el carbón a base de fibra de coco⁹, algunos de los estudios realizados en El Salvador muestran el uso y elaboración de distintos subproductos derivados de la fibra de coco, sin embargo los estudios no han considerado las briquetas de carbón como un derivado de esta materia prima por tal razón se hará un prototipo del producto para experimentar su aceptación en el mercado, se describirá todo el proceso observado y se detallarán paso a paso.

El estudio permitirá tener un contexto particular de la vida real sobre la aceptación de las briquetas como un producto sustituto a los productos tradicionales.

⁹ Metodología de la investigación. 5ta. Edición Sampieri Pág. 59

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

1.5.1. TEMPORAL Y GEOGRÁFICA:

El Diagnóstico de la viabilidad de la producción y comercialización de carbón ecológico a base de la fibra de coco se hará en el Municipio de San Miguel, en el período de febrero del 2015 a marzo del año 2016.

1.5.2. DELIMITACIÓN ECONÓMICA:

El financiamiento de la investigación será cubierta con los recursos propios del equipo de trabajo. Se estima un presupuesto de US\$600.00 para la realización de la investigación.

1.5.3. DELIMITACIÓN TEÓRICA:

Las fuentes de información a utilizar serán libros, tesis, revistas y la información recopilada en el segmento de población seleccionada.

1.6. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

1.6.1. OBJETIVO GENERAL.

- Realizar el estudio sobre la utilización de los desechos de la estopa de coco en el Municipio de San Miguel, El Salvador, para ver la factibilidad de utilidad que generan los desperdicios, contribuyendo así a los efectos adversos en el medio ambiente.

1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar los micros y pequeños negocios que utilizan carbón y leña para procesar sus productos en el mercado, de la ciudad de San Miguel.
- Obtener la percepción de los micro y pequeños negocios sobre la utilidad de la estopa de coco carbón ecológico

- Identificar la aceptación del consumo del carbón ecológico de parte los micros y pequeños negocios, de la ciudad de San Miguel.

1.7. ASPECTOS METODOLÓGICOS.

1.7.1. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS.

Dada la naturaleza del proyecto no se utilizaron hipótesis, ya que existe un precedente acerca de las briquetas de carbón ecológico realizadas con materias primas alternativas y no se busca confirmar la efectividad de dicho producto sino que se pretende utilizar la estopa de coco para sentar un precedente en el país para dar un aporte económico, social y ambiental para la comunidad.

1.7.2. ESTRATEGIAS DE INFORMACIÓN.

1.7.2.1. POBLACIÓN.

La población que estuvo sujeta a estudio es aquella que se dedican a comercialización de alimentos preparados de manera tradicional; que pertenece al municipio de San Miguel aledaños a la zona céntrica de la ciudad, dicha población es finita, ya que se tiene conocimiento del número de estos, los cuales son 197 entre pequeños y micro negocios.

Clasificación de negocio–Rubro	Pequeños negocios	Micro negocios
Comedor	91	
Tortillería		44
Taquerías	32	
Venta de Pupusas	30	
Total	153	44

Fuente: Información de la Alcaldía de San Miguel.

1.7.2.2. MUESTRA.

Dadas las especificaciones anteriores, la población a estudiar es finita. La fórmula que se utilizó para la determinación de la muestra es la siguiente:

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

En donde:

Z: valor límite o nivel de confianza de la información =1.96

P: Proporción de los consumidores que aceptan el producto =0.50

Q: Proporción de los consumidores que no aceptan el producto =0.50

N: es la representación de la población total =**197**

E: Diferencia entre la demanda real y la demanda potencial =0.05

Sustituyendo en la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(197)}{(0.05)^2 (197 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \mathbf{80encuestas}$$

El tamaño de la muestra será de 80 empresas que utilizan leña, gas o carbón tradicional para cocinar.

1.7.2.3. UNIDADES DE ANÁLISIS

Se ha considerado como unidad de análisis para la realización de la investigación a los pequeños y micro negocios de comida de la ciudad de San Miguel que utilizan leña, gas o carbón para cocinar los productos. Se tomarán del total de la población a 80 micros y pequeños negocios para la realización del estudio de investigación.

1.7.2.4. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- **ENCUESTA:** Es la herramienta estructurada mediante un cuestionario, el cual contiene 10 preguntas cerradas y de opción múltiple, que están enfocadas en obtener la información necesaria para la aceptación o rechazo del producto.
- **ENTREVISTA:** Se utilizará para la recopilación de la información y estará dirigida a los propietarios de los micros y pequeños negocios de comida y tortillerías.

1.7.2.5. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

La información recopilada en los instrumentos aplicados se procesará mediante la tabulación manual con la herramienta de Excel en donde se encuentra una hoja con tres columnas, la primera se escribe la pregunta, la segunda las respuestas, la tercera la frecuencia y la cuarta el total de respuestas por cada pregunta de cada alternativa para su respectivo análisis.

CAPITULO II. MARCO HISTÓRICO Y DE REFERENCIA.

Este capítulo presenta la teoría de uno de los precursores de la idea de reutilización de los desechos del coco en el continente sur Americano.

2.1. HISTORIA DEL CARBÓN ECOLÓGICO.

William Rodríguez Trigozo, en Pucacaca Perú, En el año de 1990 hizo un aporte para reducir la deforestación, fue el creador del Carbón Ecológico elaborado de la cáscarade coco, este insumo convertido en briquetas puede ser el sustituto del carbón tradicional y una de las ventajas es que ya no se necesita talarárboles para producirlo.¹⁰

El proyecto denominado “Carbón Ecológico de cáscara de coco” viene siendo fomentado desdeel año 2008, en Perú y busca tomar conciencia ambiental aprovechando nuestrosrecursos naturales de forma adecuada y responsable, de esta manera se logrará disminuir la talailegal de árboles para la producción de leña y carbón, entendiend a la vez que en El Salvador hay abundancia de la materia prima.¹¹

La producción de carbón de este recursomencionado transformado en briquetas alcanza un poder calorífico que puede ser superior al carbón de leña porla cual consideramos el proyecto de vital importancia para nuestra comunidad, nuestra regióny nuestro país.

Durante el último decenio se ha expresado una preocupación cada vez mayor por la escala masiva de la deforestación que se está produciendo en muchas partes del tercer mundo. Entre las consecuencias ambientales de la gran destrucción de la cubierta arbórea figuran la erosión de los suelos, la reducción de la fertilidad de éstos, las inundaciones, las sequías y en casos extremos, la creación de desiertos.¹²

¹⁰Informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (F AO), 1983.

¹¹ Industrialización de la fibra de estopa de coco, UES, 2010, pág. 12.

¹² Informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (F AO), 1983.

CAPITULO III. MARCO TEORICO

En el presente capítulo se hace referencia, a las teorías sobre las que se fundamenta la investigación y desarrollo de la idea de negocio.

3.1. PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS.

Para la presente investigación se tomaron los referentes teóricos, que permitió tener una mejor comprensión del trabajo relacionado con los desechos del cocotero y las formas de dar solución al mismo, a continuación se describen los siguientes postulados:

3.1.2. TEORÍA DE LAS TRES “R” DE MALTHUZ.

Es una propuesta que pretende desarrollar hábitos como el consumo responsable, hace referencia a estrategias para el manejo de residuos que buscan ser más sustentables con el medio ambiente y específicamente dar prioridad a la reducción en el volumen de residuos generados.

Las tres erres (3R), en orden de importancia bio ecológica son:

3.1.2.1. Reducir

Si reducimos el problema, disminuimos el impacto en el medio ambiente. Los problemas de concientización, habría que solucionarlos empezando por esta erre.

La reducción puede realizarse en 2 niveles: reducción del consumo de bienes o de energía. De hecho, actualmente la producción de energía produce numerosos desechos (desechos nucleares, dióxido de carbono...). El objetivo sería:

Reducir o eliminar la cantidad de materiales destinados a un uso único (por ejemplo, los embalajes). Adaptar los aparatos en función de sus necesidades.

Reducir pérdidas energéticas o de recursos: de agua, desconexión de aparatos eléctricos en standby, conducción eficiente, desconectar transformadores, etc.

Ejemplo: Reducir la emisión de gases contaminantes, nocivos o tóxicos evitará la intoxicación animal o vegetal del entorno si llega a cuotas no nocivas. Países europeos trabajan con una importante política de la reducción, y con el lema: La basura es alimento (para la tierra) producen productos sin contaminantes (100 % biodegradables), para que cuando acabe su vida útil no tenga impacto en el medio, o éste sea lo más reducido posible.

3.1.2.2. Reutilizar

Segunda erre más importante, igualmente debido a que también reduce impacto en el medio ambiente, indirectamente. Ésta se basa en reutilizar un objeto para darle una segunda vida útil. Todos los materiales o bienes pueden tener más de una vida útil, bien sea reparándolos para un mismo uso o con imaginación para un uso diferente. Ejemplos: Utilizar la otra cara de las hojas impresas, rellenar botellas. Las botellas desechables se pueden convertir en ladrillos ecológicos, si en su interior se les ponen todas las bolsas de plástico que ya no se usan.

Las cajitas o frascos de PVC, metal o plástico se pueden pintar o decorar con técnicas de Decoupage y utilizarse nuevamente ahora para guardar distintos elementos. El papel usado se puede transformar en pulpa y crear nuevas hojas para escribir. Los residuos de cualquier producto vegetal, como las frutas y verduras pueden ser reutilizados de muchas maneras por ejemplo como abono orgánico u otros usos diversos que a estos se le puedan dar.

3.1.2.3. Reciclar

Ésta es una de las erres más populares debido a que el sistema de consumo actual ha preferido usar envases de materiales reciclables (plásticos y bricks, sobre todo), pero no biodegradables. De esta forma se necesita el empleo en mayor forma personal y energía en el proceso.

Ejemplo: El vidrio y la mayoría de plásticos se pueden reciclar calentándolos hasta que se funden y dándoles una nueva forma. Es como utilizar algo de su principio, aunque la eficiencia no es del cien por cien en general. En el caso del vidrio en

concreto, sí es completamente reciclable: de una botella se podría obtener otra botella. La reducción es parte importante en el aspecto de cuidado ambiental, para mantener un ambiente agradable y sano.

3.1.3. PLAN DE NEGOCIOS

Se presentan algunos modelos de planes de negocios de diferentes autores como: CONAMYPE, FUNDES y el modelo propuesto por los autores Longenecker & Moore & Petty, es su libro “Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor”. Para efectos de dicha investigación, se consultaron y analizaron los modelos de las instituciones antes mencionados, ya que, cada uno de ellos se enfoque hacia diferentes ámbitos; por lo que, el análisis de estos es con el fin de visualizar el más apto para la aplicación del tema de investigación.

3.1.3.1. FORMATO PARA UN PLAN DE NEGOCIOS DE CONAMYPE.

Este plan de negocio, está integrado de 7 elementos los cuales son: Resumen ejecutivo, Análisis del mercado objetivo, Competencia, Oferta, Mercado y venta, Antecedentes de la empresa, y Evaluación económica financiera.

Cabe destacar, que el modelo propuesto por CONAMYPE no considera el área legal para la formación de una empresa, lo cual distingue este modelo de otros que se presentarán más adelante en el presente trabajo.

Se presenta una descripción de los 7 elementos:

RESUMEN EJECUTIVO

Permite visualizar de una manera rápida el proyecto porque se debe describir los elementos más relevantes del proyecto.

ANÁLISIS DE MERCADO OBJETIVO

Las tendencias del mercado son importantes a valorizar al momento de realizar un plan de negocio; así también, lo es la realización de un perfil del consumidor al

cual se desea llegar; esto como una manera de focalizar todo los esfuerzos de marketing y la utilización de los recursos limitados de una manera eficaz y eficiente, por ello es necesario la segmentación del mercado y la valorización de factores de riesgo.

COMPETENCIA. Es necesario tener un conocimiento de cuáles son, quiénes son, y dónde se encuentran las empresas que se dedican a la misma actividad. Es necesario identificar los competidores claves, las ventajas competitivas que estos tienen como la que el negocio a montar tiene, y las barreras de entrada al segmento.

OFERTA. Identificar los productos actuales existentes en el mercado como los que se pueden llegar a ofrecer por medio del reconocimiento de los procesos productivos que la competencia maneja.

MERCADO Y VENTA. Dentro de mercado al cual se venderá, existen clientes claves para lo cual es necesaria la identificación de éstos, así como la estrategia de captación de clientes y los canales de distribución y ventas que se utilizarán, como la estrategia de precios a utilizar para los mismos.

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.

Dentro de ellos se considera los roles y responsabilidades de cada persona, la historia de la empresa, todo lo relacionado a la legalidad de la misma, el organigrama y las diferentes alianzas estratégicas que se puedan tener.

EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA. Para la obtención de financiamiento, ya sea por medio de instituciones financieras o por medio de inversionistas, es necesaria la evaluación económica financiera, los ingresos que se observarán por la puesta en marcha del proyecto, así como los costos operativos, gastos administrativos, de ventas, y de la puesta en marcha del mismo; sin olvidar, la planificación de las inversiones y el manejo de las mismas, los planes de

financiamiento, y sobre todo la recuperación de la inversión a realizar con los respectivos indicadores financieros.

3.1.3.2. FORMATO PARA UN PLAN DE NEGOCIOS DE FUNDES

El utilizado por FUNDES, se divide en 9 elementos que son, Análisis de la idea de negocio y presentación de los socios, FODA, Plan de marketing, Plan de producción, Plan de organización, Plan económico financiero, Plan de puesta en marcha, Análisis de riesgo y Plan de contingencia; y Resumen del proyecto. Éstas, se describen a continuación.

ANÁLISIS DE LA IDEA DE NEGOCIO. Consta de una imagen global de lo que consiste el proyecto, de sus objetivos principales y los factores claves del éxito. Se realiza una descripción de la idea, los factores que la motivan, las tendencias que indican el buen ser del negocio, como las características y las necesidades que cubren el producto a elaborar, así mismo, describir el funcionamiento del producto. Además, debe contener la descripción de aquellos factores que influyan en el éxito de la nueva empresa.

ANÁLISIS FODA. (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), permite visualizar la situación tanto interna como externa de la empresa con respecto a la idea de negocio, además de establecer objetivos y estrategias para el mismo.

PLAN DE MARKETING. Se deben establecer objetivos comerciales que permitan alcanzar los objetivos generales de la empresa. Para ello, es necesaria la realización de un Análisis de mercado, en el cual se detalle las necesidades a satisfacer, la cobertura del mercado, su tamaño, así como los clientes a los cuales se quiere alcanzar y las formas en las cuales opera el mercado y los principales medios de la competencia.

PLAN DE PRODUCCIÓN. Se detalla cómo se van a fabricar los productos, contiene el proceso de fabricación, las instalaciones de equipo y personal, la capacidad de producción que la empresa tendrá, así como los proveedores. Este

formato de plan de negocios considera los aspectos legales, esto para el caso de disponer de patentes o licencias de fabricación.

PLAN DE ORGANIZACIÓN. Determinar las funciones de cada persona que conformarán la empresa. Se realiza una delimitación de las responsabilidades y el organigrama para una visión más clara de las mismas. Se identifica el personal necesario para y las políticas para el reclutamiento del mismo.

PLAN DE FINANCIAMIENTO. Se muestra la forma como se obtendrá el capital necesario para poner en marcha el negocio, cómo se sostendrá el funcionamiento de la empresa, así como el financiamiento del crecimiento y los beneficios que se obtendrán al invertir, como las reservas financieras necesarias. Para un mejor entendimiento del plan financiero, se detalla el flujo de caja, Estado de pérdidas y ganancias, Balance general, Análisis del punto de equilibrio, y las Políticas de aplicación de beneficios.

PLAN DE PUESTA EN MARCHA. Se debe detallar y describir los pasos necesarios a realizar, las fechas y el orden necesario para la puesta en marcha del negocio.

ANÁLISIS DE RIESGO Y PLAN DE CONTINGENCIA. Se elabora un análisis de riesgos para poder actuar acorde al tipo de situación planteada, un caso sobre la salida de socios, y como última instancia la evaluación de la posibilidad de la liquidación de la empresa.

RESUMEN DEL PROYECTO. Presentar brevemente el plan de negocios para cualquier persona interesada en el proyecto, y para tener una idea más clara y definida de lo que se quiere llevar a cabo.

Se consideran los aspectos legales de la empresa, que van desde el establecimiento del tipo de sociedad bajo la cual se crea la empresa, hasta los permisos correspondientes de patentes y licencias para la elaboración de los

productos/ servicios, aspecto por el cual, difiere del formato presentado por CONAMYPE, el cual no considera dichos aspectos.

FORMATO DE PLAN DE NEGOCIO PROPUESTO POR LONGENECKER & MOORE & PETTY.¹³

La estructura de este plan de negocio se divide en 11 partes las cuales son:

PORTADA. Se encuentran los elementos de portada que los conforman los datos generales de la empresa, el logotipo, los datos de los socios y ejecutivos, y la fecha en el cual fue emitido.

CONTENIDO. Se encuentran todas las partes del plan de negocio, junto a la página a la cual en la que se encontrarán dichas secciones.

RESUMEN EJECUTIVO Sirve como un punto clave dentro del plan de negocio, permite brindar las generalidades del mismo y dar toda la información en forma amplia, para llamar la atención, ya sea de un inversionista, como cualquier persona interesada en el mismo.

DECLARACIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN. La visión, brinda los parámetros generales a lo de lo que se pretende sea la zona de acción de la empresa. La misión de una empresa, es la filosofía de la empresa en forma escrita de una manera clara y concisa.

VISIÓN PANORÁMICA DE LA EMPRESA. Cuenta con la historia de la misma, el tipo de negocio que constituye, los objetivos que la rigen, los valores que rigen la organización, dónde se encuentra ubicada y, al mercado al cual se dirige, la naturaleza y la actividad básica de la empresa; en qué etapa de desarrollo se encuentra, cuál es el producto o bien principal; los clientes a los cuales sirve, las proyecciones de la industria, cuál es la competencia distintiva de la empresa y la

¹³“Administración de pequeñas empresas: Enfoque emprendedor”, Longenecker, Moore &Petty, editorial Thomson, 13 edición.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/morales_o_j/capitulo2.pdf

forma cómo se organiza, el cual se puede desarrollar y observar en el análisis de las Cinco Fuerzas de la Industria, propuesto por Porter.

PLAN DE PRODUCTO. Identifica cualquier particularidad innovadora y especial con claridad. Además de que detalla los productos y/o servicios que la empresa dará, resaltando sus características más importantes.

PLAN DE MERCADOTECNIA. Se presentan los beneficios que los productos darán a los usuarios, y al mercado existente al cual va dirigido. Dentro de este plan se presenta la existencia de los clientes dentro del mercado, se muestra la estimación real de la demanda de una forma sólida y detallada; la cual puede ser basada en base a supuestos desde un punto analítico, y con indicadores para los inversionistas de un proyecto.

PLAN DE OPERACIONES. El plan operacional, es la forma en la cual se creará un producto y los requerimientos necesarios para la elaboración del mismo. En el plan operacional, se toma en cuenta las áreas claves del negocio, así como los procesos productivos.

ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN. En él se encuentra la estructura organizacional de la empresa, e incluye la estructura organizacional, el manual de puestos, el perfil de los mismos, así como las capacitaciones necesarias para cada uno de los puestos.

ESTRUCTURA Y CAPITALIZACIÓN. Permite dirigir a accionistas e inversores, dentro de la forma legal que la empresa tendrá y el tipo de recursos financieros serán necesarios en una forma breve.

PLAN FINANCIERO. Describe como el plan de negocio se vuelve una oportunidad de inversión, dentro de él se encuentran diferentes proyecciones como indicadores financieros para tener una vista más objetiva del plan propuesto, y el funcionamiento anticipado de la compañía. Dentro de él, se refleja la

rentabilidad, requerimientos financieros, posibles activos, estados contables, proyecciones financieras, depreciación, balance general, flujos de efectivos.

3.1.3.3. ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO SEGÚN SÁNCHEZ Y CANTÚ.¹⁴

Podría decirse que no existe una estructura fija para la realización del Plan de Negocios, esta puede variar según el caso y puede estar comprendido así:

A. Resumen ejecutivo

Esta es la descripción del negocio, contiene la definición de la empresa o proyecto y la idea de sus productos, las oportunidades del mercado, principales ventajas competitivas, componentes de la estrategia de comercialización y principales proyecciones económicas y financieras.

B. Plan de negocios

B.1 Definición del Mercado

B.1.1 Clientes. Son quienes compran a un comerciante, y que lo hacen habitualmente donde estén localizados o por otros medios, contemplándose también, quienes más pueden comprar el producto

B.1.2 Competencia. Empresas que pueden, y de hecho ofrecen, productos y/o servicios capaces de satisfacer las mismas necesidades del consumidor, y tales productos pueden ser completamente diferentes. Sobre esto, se debe conocer cuánto tiempo llevan en el mercado, a qué precio venden, donde venden.

B.1.3 Proveedores Son las personas encargadas de abastecer de lo necesario a una entidad o negocio. Son los proveen la materia prima entre otros elementos indispensables al negocio.

¹⁴Sánchez y Cantú, “El Plan de Negocios del Emprendedor”. Mc Graw Hill, 1998.

B.2 Recursos Disponibles

B.2.1 Humanos Se debe analizar en base a nuestro modelo de negocio que clase de recurso humano necesitamos en nuestra organización pues son las personas las encargadas de sacar a flote una empresa.

B.2.2 Materiales Hay que tomar en consideración a la hora de iniciar un negocio aquellos recursos materiales disponibles con que se cuenta tales como instalaciones, equipos, entre otros.

B.2.3 Capital Se refiere al capital semilla para la iniciación de un negocio, o sea conocer exactamente lo que cada uno de los socios va aportando en dinero para la creación de la empresa.

B.3 Inversión Inicial

B.3.1 Instalaciones Las instalaciones es importante determinar si van a ser parte de nuestro patrimonio o serán arrendadas al iniciar el negocio, dependiendo la decisión de los beneficios de cada opción.

B.3.2 Maquinaria y Equipo El proceso productivo permite establecer las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas y otros necesarios para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa.

B.3.3 Costo de Materia Prima Para cada uno de los productos que se van a elaborar enumerar las materias primas necesarias, indicando proveedor, plazo de entrega, unidad de medida, precio, plazo de pago y disponibilidad en el mercado.

B.3.4 Otros Bienes: transporte y suministros Hay que tomar en cuenta porque medio vamos a realizar la distribución de nuestro producto en la inversión inicial, además de tomar en cuenta aquellos otros insumos tales como papelería u otros que serán necesarios para complementar el desarrollo de actividades dentro de la organización.

B.3.5 Varios: salarios Los salarios que serán pagados al personal de la empresa deben ser tomados en cuenta para la inversión inicial pues si sabemos cuántos trabajadores y cuan especializados serán puede ser previsto este apartado.

B.4 Plan de Producción En este apartado, se describirá paso a paso un procedimiento para realizar un análisis técnico en detalle, que proporcione estimaciones de costos e inversiones para el proceso productivo. Debe realizarse con mucho cuidado pues si es inadecuado, introduce riesgos para la empresa que pueden hacerlo fracasar.

B.4.1 Proceso de Producción Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. Como está dividido el trabajo y responsabilidades

B.4.2 Mano de Obra Una vez revisado el proceso de producción a implementar es fácil el identificar la clase y cantidad de mano de obra requerida para el funcionamiento de la empresa.

B.4.3 Planta de Producción La planta de producción debe ser apropiada para el desarrollo del proceso de producción dependiendo de la forma en que se dispondrán las herramientas, equipo, máquinas y los flujos de producción, lo cual permitirá ordenar el trabajo eficientemente.

B.4.4 Control de Calidad El control de calidad se refiere a aquellas actividades de supervisión que ayudan a mejorar la forma de hacer las cosas y la calidad del producto resultante.

B.5 Plan Económico – Financiero

Esta evaluación consiste en la preparación de los estados financieros pro forma, en la proyección de flujos de efectivo. Al preparar las proyecciones financieras, se deberá tener especial cuidado del tiempo, sobre todo en la proyección de los flujos de efectivo, ya que una posible falta de liquidez en cualquier periodo de vida del proyecto puede hacerlo fracasar.

B.5.1 Capital Inicial Una vez conocido el tipo de inversión que se va a realizar, hay que determinar si los fondos para el negocio serán propios o se obtendrán por medio de préstamos.

B.5.2 Objetivos de Ventas Los objetivos son los que marcaran el rumbo de un negocio y sus diferentes áreas. Una importante es el área de ventas por lo que hay que trazar objetivos para el desempeño de los encargados de esta área.

B.5.3 Ventas Proyectadas Estimar las ventas (en unidades) durante un periodo determinado de tiempo que puede ser mensual, durante el primer año de operación o según conveniencia.

B.5.4 Utilidades Es la ganancia que se genera de las actividades de una empresa una vez deducidos los costos de operación.

B.5.5 Balance General El Balance General es un instrumento que muestra, a una fecha determinada, cuáles son los activos, pasivos y capital con que cuenta la empresa. Muestra la situación financiera de la empresa, o sea, qué se posee, qué se deba y qué se ha pagado.

B.5.6 Estados de Resultados Informe financiero que muestra los ingresos y gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de una empresa durante un periodo determinado.

B.5.7 Flujo de Caja El flujo de efectivo es un estado financiero que muestra el total de efectivo que entró o salió de la empresa, durante un lapso de tiempo determinado.

B.6 Costos de Operación

B.6.1 Variables o Directos Son los que se realizan proporcionalmente al nivel de producción, y forman parte básica del producto.

B.6.2 Fijos Son los que se dan con una misma frecuencia y que no pueden identificarse específicamente con el producto o servicio, ya que no cambian con el volumen de los mismos.

B.6.3 Comercialización Son aquellos que se generan por la promoción de ventas que comprende actividades que dejan presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa.

B.6.4 Financieros Son aquellos costos que se generan a razón de los posibles préstamos que suelen generarse con la iniciación del negocio.

B.7 Plan de Mercado

El Plan de Mercado es un conjunto útil de técnicas para obtener información acerca del medio ambiente en el que se encuentra la empresa, así como pronosticar tendencias a fin de reaccionar con oportunidad. Implica que una vez seleccionada o dado el caso, cuando ya se tiene definida la empresa, se procede a realizar un estudio de mercado.

Cualquier proyecto de empresa requiere un mínimo de ventas para ser económicamente operativa. El objetivo principal del Estudio de Mercado es: determinar si se esperan ventas superiores al mínimo deseado y trae muchos beneficios adicionales a toda empresa ya sea que inicie, o como para el caso del estudio, empresas que ya se encuentren operando.

El Plan de Mercado básicamente es utilizar las estrategias de la mezcla de marketing como:

B.7.1 Producto Se refiere a los bienes que la empresa proporcionará a los consumidores para satisfacer sus necesidades. Descripción del producto o servicio, características que lo diferencian de la competencia, requerimientos de empaque y diseño, los elementos de la marca

B.7.2 Precio Se refiere al análisis que debe efectuarse para el establecimiento de un adecuado costo del producto, a qué precio estará disponible el producto en el mercado.

B.7.3 Plaza Se refiere a la ubicación que tendrá el producto dentro de una región o un país, especialmente sus canales de distribución para productos.

B.7.4 Promoción Incluye todas las actividades y elementos necesarios para dar a conocer el producto al consumidor. Así mismo, todas las estrategias de comunicación.

B.8 Plan de Organización

Toda empresa, sin importar el giro, enmarca ciertas áreas funcionales, por lo general son: Planeación, Mercadotecnia, Finanzas y Organización. Para complementar la parte medular de un Plan de Negocios falta la organización que se decida dar a una empresa.

B.8.1 Puestos de Trabajo

Es el definir por su cargo el lugar que se va a ocupar en la empresa por medio de las actividades a realizar.

B.8.2 Organigrama y Líneas de Autoridad Un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas o unidades administrativas, en la que se muestran las relaciones y autoridad que guardan entre sí los órganos que la componen.

B.8.3 Responsabilidades del Cargo Son las funciones predeterminadas que cada puesto de trabajo exige.

B.9 Evaluación del Negocio

B.9.1 Debilidades Vrs. Fortalezas Hay que contraponer en la evaluación de los factores internos aquellas que pueden considerarse como debilidades para el proceso de incursión al mercado con aquellas que pueden ser tomadas como fortalezas ante el entorno del negocio.

B.9.2 Oportunidades Vrs. Amenazas También hay que analizar cuáles de los factores externos conocidos como oportunidades pueden ser aprovechados por nosotros y al mismo tiempo determinar cuales representan amenazas del entorno externo pueden frenar el desarrollo del negocio.

COMPETITIVIDAD Y VENTAJA COMPETITIVA

Entendemos por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico y tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios.

Según Michael Porter una empresa tiene ventaja competitiva sobre sus competidores, si su rentabilidad está por encima de la rentabilidad media del sector industrial en el que se desempeña, debe ser: Difícil de imitar. Única. Posible de mantener, Netamente superior a la competencia y Aplicable a variadas situaciones.

3.1.3.4. PLAN DE NEGOCIO SEGÚN FUSADES.

Considerando el modelo que presenta FUSADES¹⁵ se describe el proceso completo con todos los elementos a considerar:

Datos Generales	Proyecto de innovación.
a.1. Antecedentes. Historia de la empresa	b.1. Proyecto a desarrollar. Descripción de la idea.

¹⁵Guía Para el Desarrollo de un Plan de Negocio enfocado en Proyecto de innovación, FUSADES, 2012.

<p>a.2. Organización. Organigrama y jerarquías, descripción de funciones y responsabilidades.</p> <p>a.3. Operaciones, Producción y Tecnología. Capacidad instalada y productiva</p> <p>a.4. Mercado. Clientes potenciales y actuales, competencia.</p> <p>a.5. Situación Financiera. Capital Inicial para el Financiamiento del Proyecto.</p>	<p>b.2. Justificación Comercial. Motivos para aprobar el proyecto.</p> <p>b.3 Implementación de la Innovación. Describir lo novedoso y útil del proyecto.</p> <p>b.4. Organización, aspectos complementarios del proyecto. Otros aspectos como salarios, etc.</p> <p>b.5. Plan de inversiones. Detalle de las inversiones a realizar en el futuro.</p> <p>b.6. Análisis Financiero del Proyecto. Se analiza si el proyecto es rentable y si es sostenible.</p> <p>b.7. Conclusiones Finales. Se considera si el proyecto se implementará o no.</p>
--	--

Analizados los diferentes tipos de planes de negocio planteados se decidió que el plan que más se adapta para la elaboración de una idea de negocio innovador es el de FUSADES en función del tipo de producto a elaborar.

3.2. MARCO LEGAL.

En el siguiente Marco Legal se describirá las diferentes leyes relacionadas con el procesamiento de la estopa de coco, de tipo fiscal y ambiental, y son los siguientes:

3.2.1. ASPECTOS FISCALES DEL GOBIERNO DE EL SALVADOR

3.2.1.1. LEGISLACIÓN FISCAL

El sistema fiscal ha sido notablemente simplificado, existiendo actualmente dos impuestos básicos: el impuesto sobre la renta y el de Valor Agregado.

LEY DE MEDIO AMBIENTE DE EL SALVADOR

EVALUACIÓN AMBIENTAL. Art. 16.- El proceso de evaluación ambiental tiene los siguientes instrumentos:

Evaluación Ambiental Estratégica; Evaluación de Impacto Ambiental; Programa Ambiental; Permiso Ambiental;

Diagnósticos Ambientales; Auditorías Ambientales; y Consulta Pública.

Art. 20. - El Permiso Ambiental obligará al titular de la actividad, obra o proyecto, a realizar todas las acciones de prevención, atenuación o compensación, establecidos en el Programa de Manejo Ambiental, como parte del Estudio de Impacto Ambiental, el cual será aprobado como condición para el otorgamiento del Permiso Ambiental.

3.3. MARCO CONCEPTUAL.

En el siguiente marco conceptual definiremos todas las frases empleadas y utilizadas en toda la descripción del trabajo de investigación y son los siguientes términos:

Análisis de Mercado: En términos económicos generales designa aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de una forma en la compra y venta de los bienes de servicios o en la utilización de los mismos¹⁶.

Análisis Externo: El ambiente externo consiste en esos elementos incontrolables fuera de la organización que pueden afectarla ya sea positiva o negativamente, incluye desde los consumidores a las regulaciones gubernamentales, así como los competidores y la economía.

Análisis FODA: Es una herramienta que se utiliza para conocer la situación presente de una empresa, identifica las amenazas y oportunidades que surgen del

¹⁶ Herramientas Para Evaluar La Viabilidad De Un Negocio, Primera Edición, Karen Weinberger Villaran

ambiente externo y determinar las fortalezas y debilidades internas de la organización. A través de este análisis se analiza que tan rentable es una empresa a través del tiempo.

Análisis Interno: El ambiente interno significa todos los elementos controlables dentro de la organización que influyen qué tan bien opera la organización. Las fortalezas y debilidades internas generalmente residen en los empleados de la compañía, el capital humano e intelectual de la empresa.¹⁷

Briquetas: Es un término claro ya que una vez vista una briqueta no se puede confundir con otro combustible. Pero es confuso por que la briqueta puede estar fabricada con muy diversos materiales compactados¹⁸

Carbón Ecológico: Material sólido, ligero, poroso, combustible, que resulta de la destilación o de la combustión incompleta de la leña y otros cuerpos vegetales. Tiene un alto contenido de carbono (alrededor de un 80%)¹⁹.

Comercialización: Es la realización de las actividades comerciales que orientan el flujo de bienes y servicios del producto al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa²⁰.

Diagnóstico Organizacional: Permite estudiar, analizar y evaluar las fuerzas, debilidades, amenazas y oportunidades de las empresas, sirve como instrumento por medio del cual se analiza y evalúa el entorno de una organización, su estructura, sus políticas, en general la gestión que esta realice.²¹

¹⁷ Marketing, personas reales-decisiones reales, segunda edición, Prentice, Michael R. Salomón y Elnora W Stuart, editorial Prentice pág. N° 32

¹⁸http://www.infomadera.net/articulos/archivo_2293_9990.pdf.26/11/15

¹⁹[Http://Es.Thefreedictionary.Com/](http://Es.Thefreedictionary.Com/)

²⁰E. Jerome Mc. Carthy. Comercialización Un Enfoque Gerencial, 4ª Edición. Pag.11

²¹ Libro: Evaluación De La Gestión Administrativa, Financiera Y Comercial De Las Cooperativas Asociadas A Confecoop, Autor: Alexander Mauricio Caraballo Payares.

Estrategia de Precios: es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto²²

Fabricación: Confección o elaboración de un producto a partir de la combinación de sus componentes, especialmente cuando se realiza en serie y por medio de máquinas²³.

Factibilidad Técnica: Es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento.²⁴

Fibra de coco: La fibra de coco es una materia prima para elaborar sustratos alternativa a las tradicionales que destaca por su elevada estabilidad y su capacidad de retención de agua, así como una buena aireación²⁵.

Filosofía Empresarial: La filosofía empresarial identifica "la forma de ser" de una empresa, también se habla que la cultura de la empresa tiene que ver con los principios y valores empresariales, todo ello es tanto como decir que "la visión compartida de una organización"²⁶.

Misión: La misión es un importante elemento de la planificación estratégica porque es a partir de ésta que se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización.²⁷

²²«Marketing», Sexta Edición, De Lamb Charles, Hair Joseph Y Mcdaniel Carl, International Thomson Editores, 2002, Págs. 607 Al 610.

²³ [Http://Es.Thefreedictionary.Com/](http://Es.Thefreedictionary.Com/)

²⁴ Formulación De Un Proyecto Y Análisis De Factibilidad, Seminario Internacional Febrero 2007 Takashi Kasai, P.E.

²⁵<http://www.grn.es/sicosa/tecnic/fibradecoco.htm>, 26/11/15

²⁶<http://www.unl.edu.ec/juridica/wp-content/uploads/2010/03/modulo-9-gerencia-y-los-sistemas-de-informacion.pdf>, fecha: 02/08/2014

²⁷ Marketing, 10ª Edición, Kotler Philip, Aemstrong Gary, Cámara Dionisio y Cruz Ignacio, Prentice Hall, 2004, Pág. 43.

Visión: Es el camino al cual dirige la empresa a largo plazo, sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.²⁸

Organigrama: es una "representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad, (cadena de mando), relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación".²⁹

Plan de Negocios: Es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos. Sirve como el mapa con el que se guía su compañía.³⁰

Segmentación: es el proceso mediante el que se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios sub-mercados o segmentos de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimiento de los consumidores.³¹

Valores de la Organización: Los valores de la empresa 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 dirigentes³²

²⁸Negocios exitosos, Fleitman Jack, McGraw Hill, 2000

²⁹Según Ferrel, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, autores del libro "Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante".

³⁰Según Ferrel, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, autores del libro "Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante".

³¹Libro: Fundamentos de Mercadotecnia, Adolfo Rafael Rodríguez Santoyo. 2007

³²<http://www.centrem.cat/ecomu/upfiles/circulars/QG-11.007.pdf> 26-11-15

CAPITULO IV. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se hará una descripción de los resultados de las encuestas que se aplicaron en el municipio de San Miguel a los micros y pequeñas empresas.

La información recopilada a través de las encuestas se divide en 2 partes: La primera es la información general como: nombre del negocio, giro del negocio, género del encuestado/a, cargo desempeñado y su edad.

La segunda parte se refiere a los aspectos que el micro y pequeños empresarios deben evaluar para que el producto terminado de carbón ecológico tenga las características requeridas y sea del agrado de los consumidores.

4.1. INFORMACIÓN GENERAL DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS NEGOCIOS DE COMIDAS DE SAN MIGUEL

Se ha considerado en el presente estudio la información de tipo general del micro y pequeños empresarios dedicados a la elaboración de alimentos, como el giro del negocio, cargo del encuestado, edad y sexo. Se plantea en forma resumida la información recopilada en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 1
POBLACIÓN ENCUESTADA DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL,
POR GIRO DEL NEGOCIO, CARGO DEL ENCUESTADO, EDAD Y SEXO.

GIRO	HOMBRES		MUJERES	
	18 a 30 años	31 a 60 años	18 a 30 años	31 a 60 años
Comedor	11	16	22	31
Tortillería	6	21	11	42
Taquería	4	23	8	45
Pupusería	4	23	7	46
TOTAL	25	83	48	164

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas a micro y pequeños empresarios 2015.

Los micros y pequeños empresarios consultados en su mayoría son mujeres representando 65% de las personas consultadas y de igual manera la mayoría de micros negocios son comedores siendo 48% del total de los consultados.

CUADRO No. 2
POBLACIÓN ENCUESTADA DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL,
POR GIRO DEL NEGOCIO, CARGO DEL ENCUESTADO, EDAD Y SEXO.

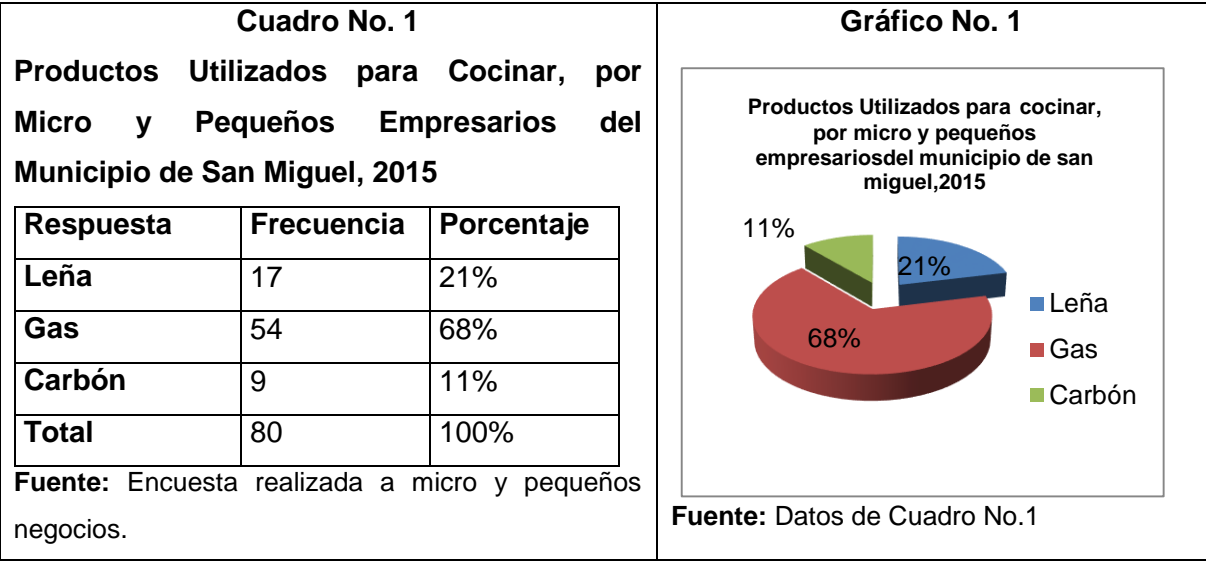
GIRO	HOMBRES			MUJERES		
	Propietario	Mesero	Cocinero	Propietario	Mesero	Cocinero
Comedor	5	6	7	7	6	8
Tortillería	0	0	0	12	0	5
Taquería	5	1	3	1	1	2
Pupusería	1	0	0	2	3	5
TOTAL	11	7	10	22	10	20

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas a micro y pequeños empresarios 2015.

4.2. INFORMACIÓN RELACIONADA A LOS ASPECTOS ESPECIFICOS DEL PRODUCTO DE CARBÓN ECOLÓGICO.

1. ¿Qué utiliza usted para cocinar sus productos?

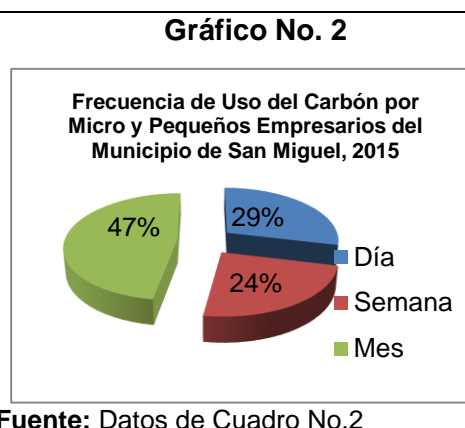
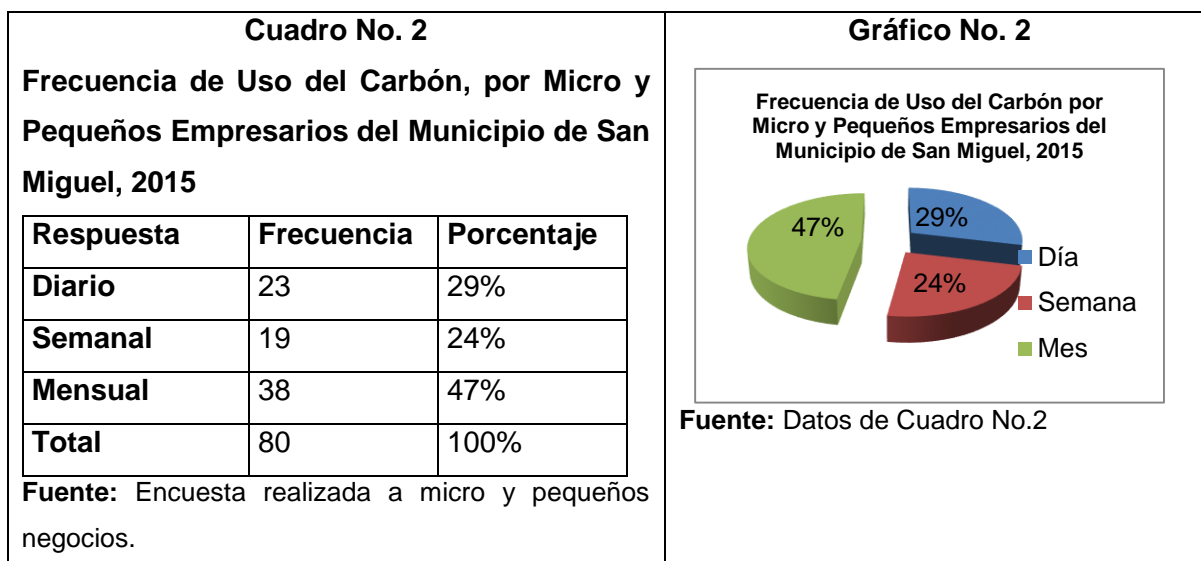
Objetivo: Conocer que productos utiliza para cocinar los alimentos.



Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 68% de los micro y pequeños empresarios que fueron participes de la encuesta, utilizan gas para cocinar y 11% utilizan carbón para la preparación de sus

2. ¿Con qué frecuencia utilizaría el carbón ecológico?

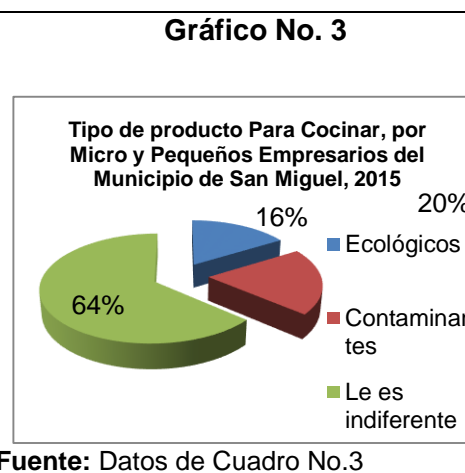
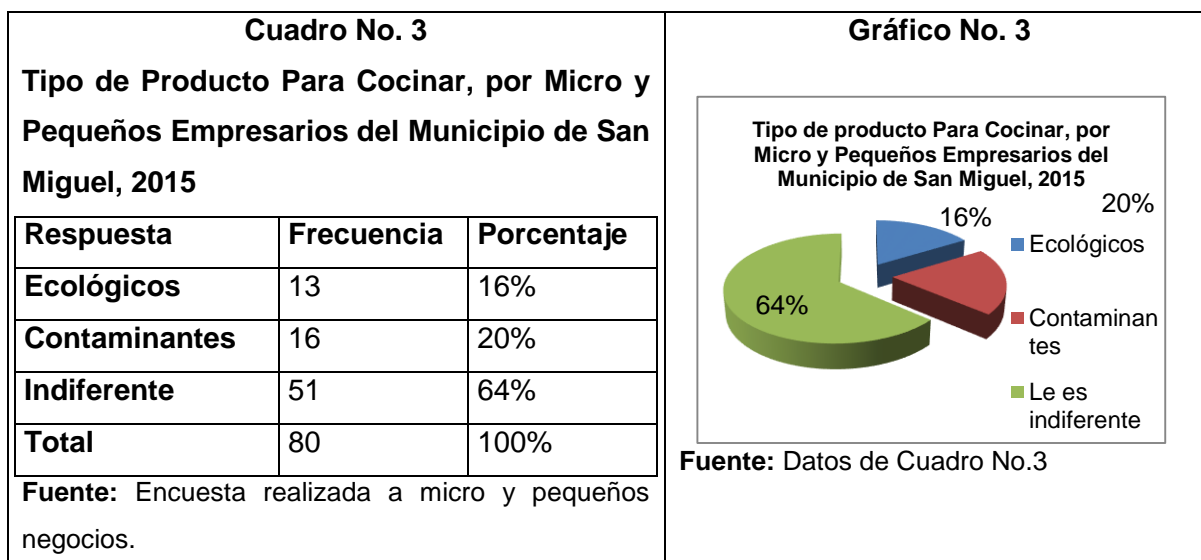
Objetivo: Conocer con qué frecuencia se utiliza el carbón ecológico para cocinar.



Interpretación: El cuadro y gráfico anterior muestra que 47% de los micro y pequeños empresarios compran carbón para cocinar mensualmente y 24% lo utilizan semanal.

3. ¿Qué tipo de productos usted preferiría comprar?

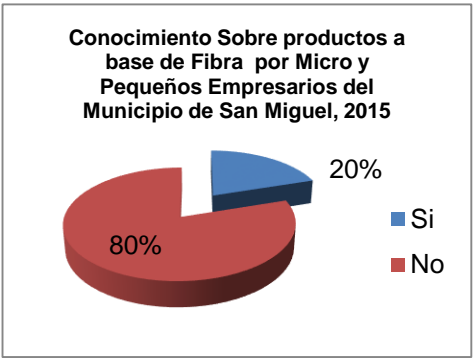
Objetivo: Saber la preferencia de compra de productos para cocinar.



Interpretación: El cuadro y gráfico anterior muestra que 64% de los micro y pequeños empresarios les es indiferente si el producto es contaminante o ecológico para cocinar y 16% prefiere productos ecológicos

4. ¿Ha escuchado o Conoce usted de algunos productos que estén elaborados a base de fibras naturales?

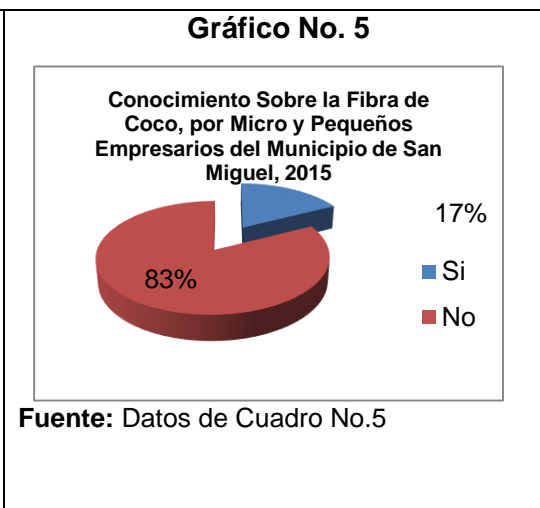
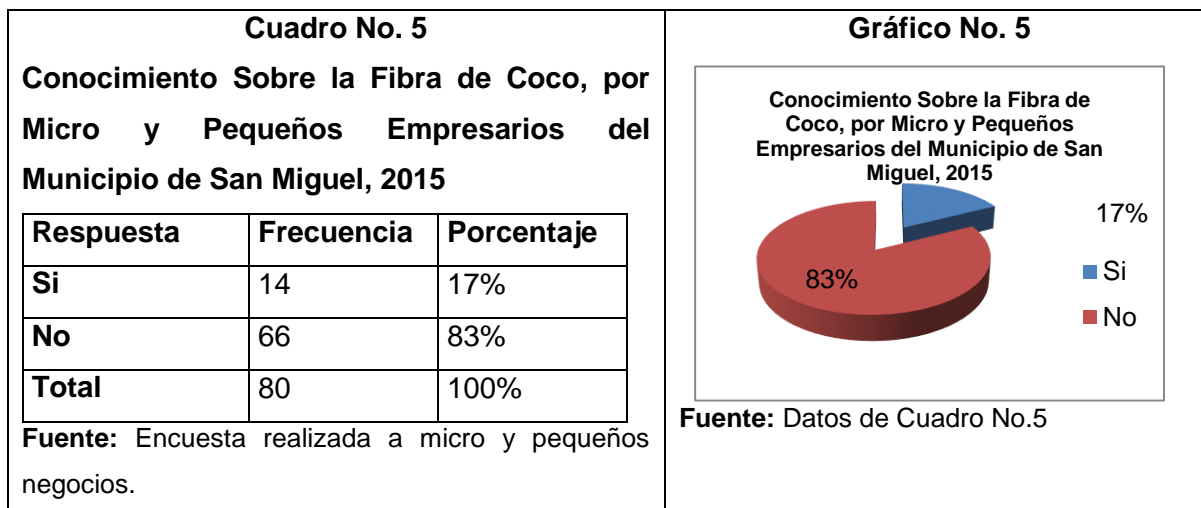
Objetivo: Saber el nivel de conocimiento que se tiene sobre productos elaborados con fibras naturales.

Cuadro No. 4			Gráfico No. 4	
Conocimiento Sobre productos a base de Fibras Naturales, por Micro y Pequeños Empresarios del Municipio de San Miguel, 2015			<p>Conocimiento Sobre productos a base de Fibra por Micro y Pequeños Empresarios del Municipio de San Miguel, 2015</p> 	
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Fuente: Datos de Cuadro No.4	
Si	16	20%		
No	64	80%		
Total	80	100%		
Fuente: Encuesta realizada a micro y pequeños negocios.				

Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 80% de los micro y pequeños empresarios no tiene un conocimiento sobre productos a base de fibras naturales y 20% tienen conocimiento de este tipo de productos.

5. ¿Ha escuchado sobre la fibra de coco?

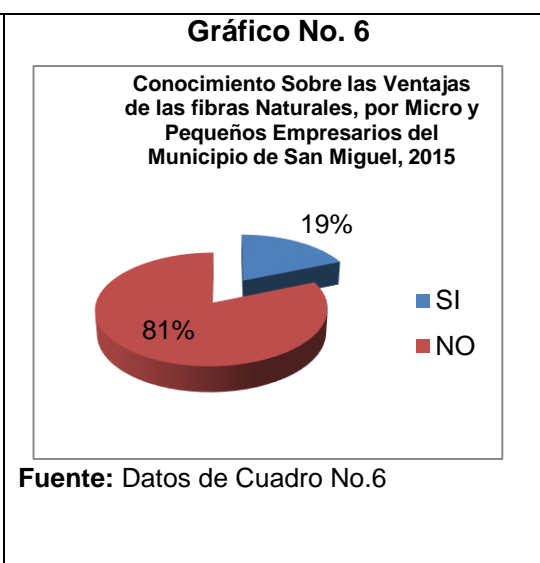
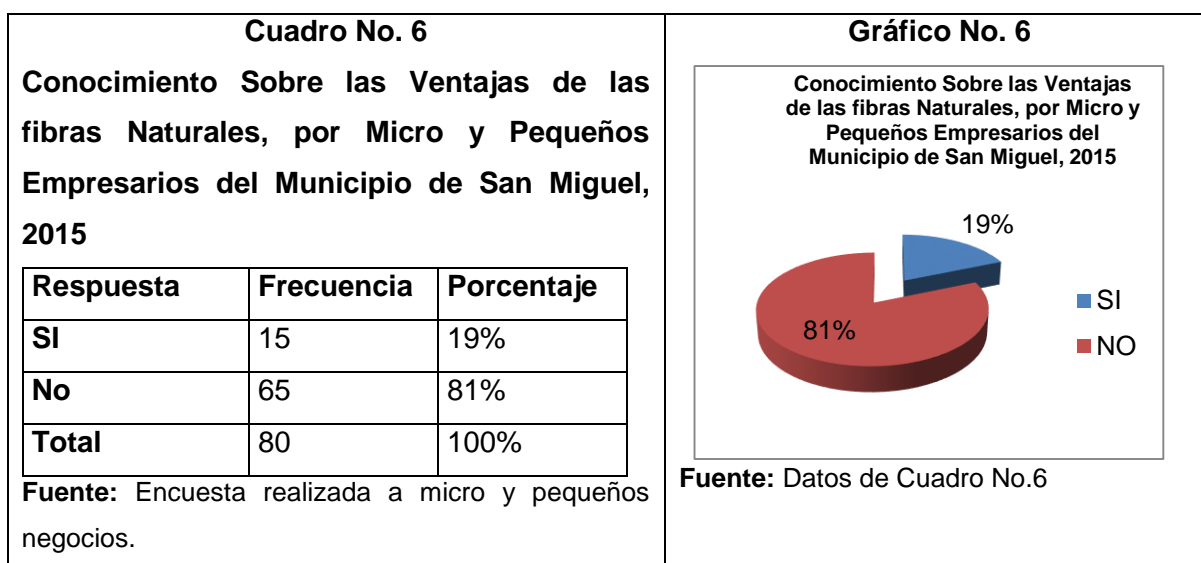
Objetivo: Saber el nivel de conocimiento acerca de la fibra de coco.



Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 83% de los micros y pequeños empresarios no tienen conocimiento sobre la fibra de coco y 17% conocen la fibra de coco.

6. ¿Conoce las ventajas que tienen los productos que están elaborados con fibras naturales? Ejemplo: (no contaminan, Son Biodegradables, De menor costo, Mayor duración)

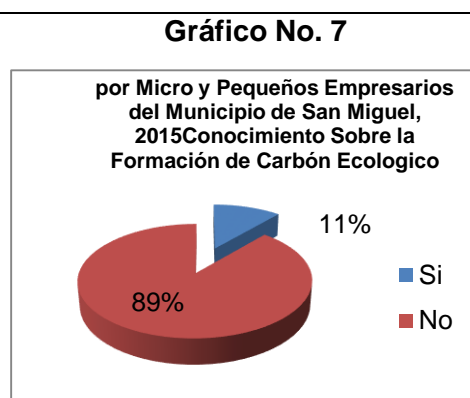
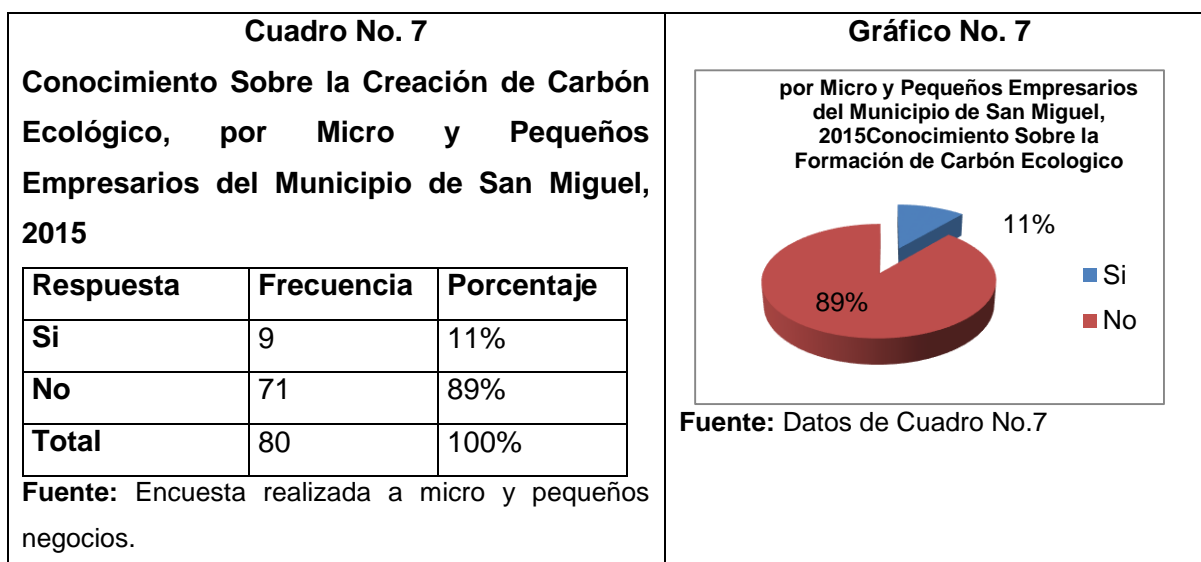
Objetivo: Saber el nivel de conocimiento sobre las ventajas de las fibras naturales.



Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 81% de los micro y pequeños empresarios desconocen las ventajas de la fibras naturales, y 19% tienen conocimiento acerca de las ventajas de las fibras naturales.

7. ¿Sabía usted que a partir de la fibra de coco se puede crear Carbón ecológico?

Objetivo: Saber si conocen el carbón ecológico de estopa de coco.

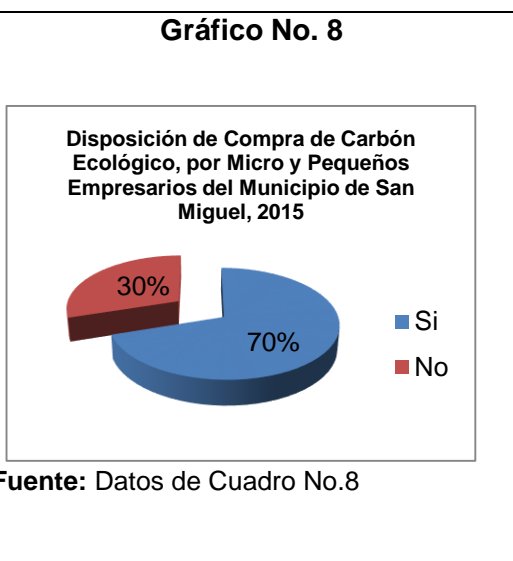
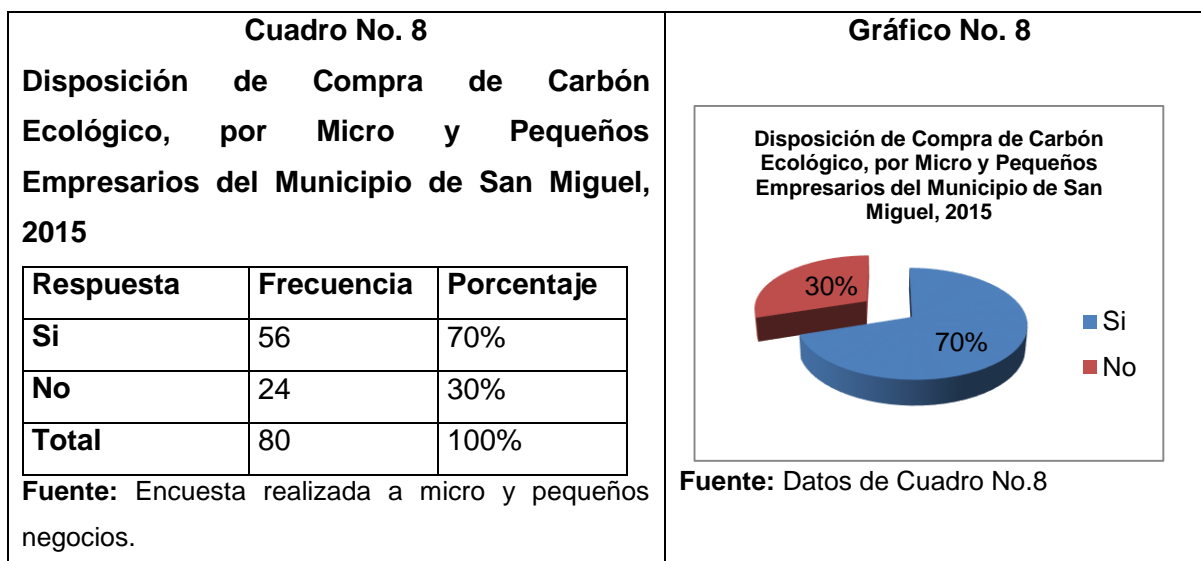


Fuente: Datos de Cuadro No.7

Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 89% de los micro y pequeños empresarios encuestados no tienen conocimiento que a partir de la fibra de coco se puede crear carbón ecológico y 11% saben que se puede crear carbón a base de fibra de coco.

8. ¿Estaría dispuesto/a a comprar Carbón Ecológico y con este preparar sus productos?

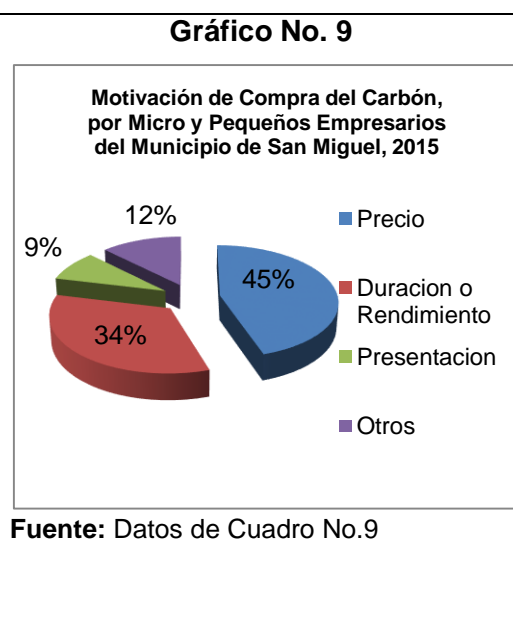
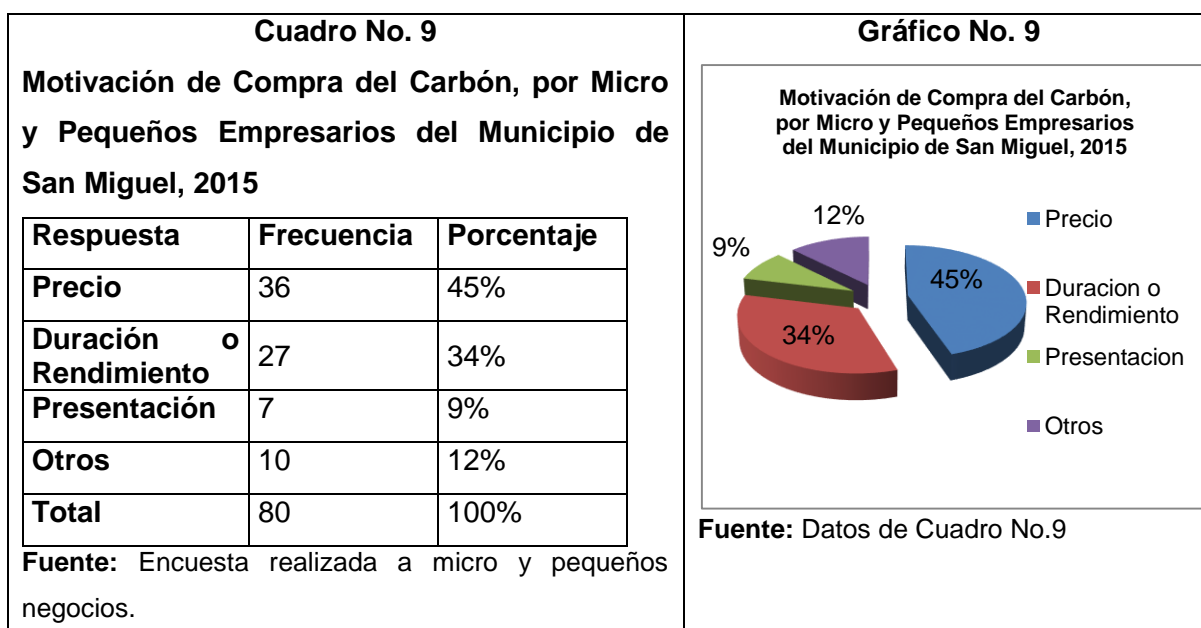
Objetivo: conocer si comprarán el producto a base de fibra de coco.



Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 70% de los micro y pequeños empresarios estarían dispuestos a compra el carbón ecológico como producto alternativo al carbón vegetal y 30% no estarían dispuestos a comprarlo.

9. ¿Qué lo motivaría a comprar carbón ecológico?

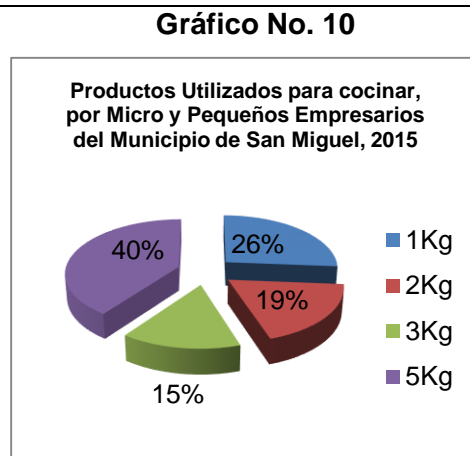
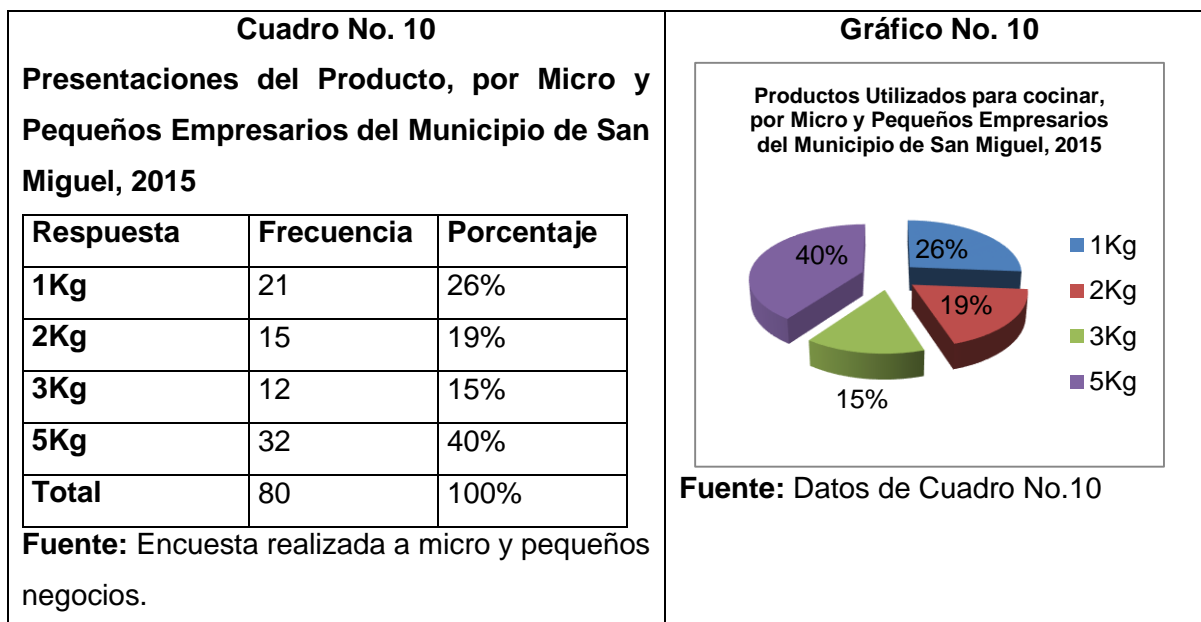
Objetivo: Conocer las motivaciones para comprar el carbón ecológico.



Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 45% de los micro y pequeños empresarios estarían motivados a adquirir el producto por el precio al que se vende y 9% de estos estiman que su motivación seria la presentación del producto.

10. ¿En qué presentaciones le gustaría comprar el carbón ecológico?

Objetivo: Conocer las presentaciones en que producto se fabricara.

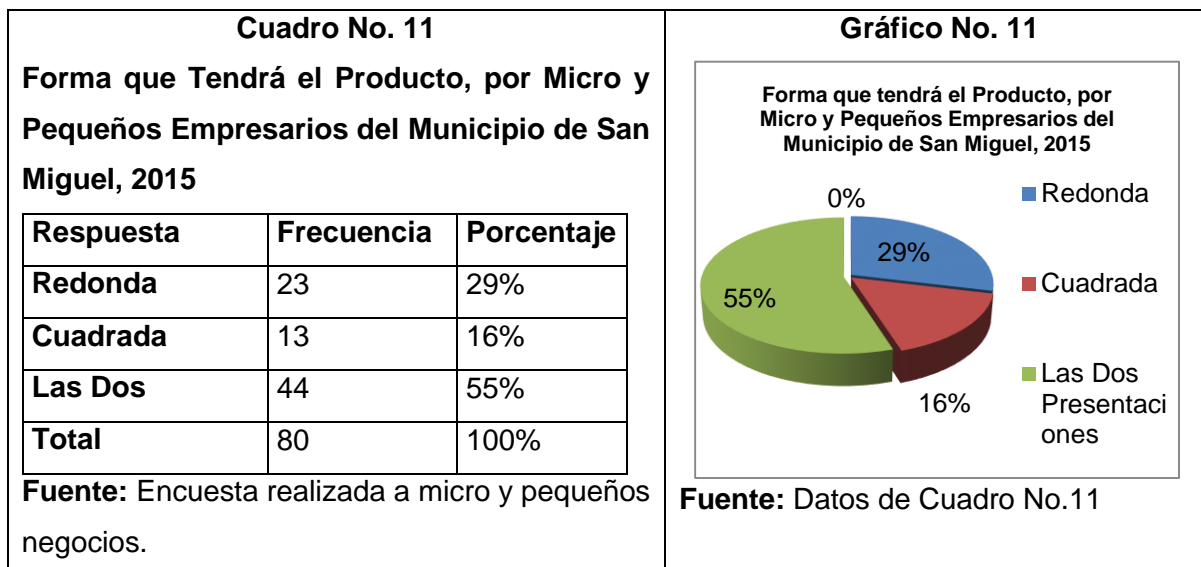


Fuente: Datos de Cuadro No.10

Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 40% de los micros y pequeños empresarios prefieren que la presentación del producto sea de 5 Klg y 15% de estos estiman que la presentación debería ser de 3 Klg.

11. ¿Qué forma le gustaría que tuviera la briqueta de carbón?

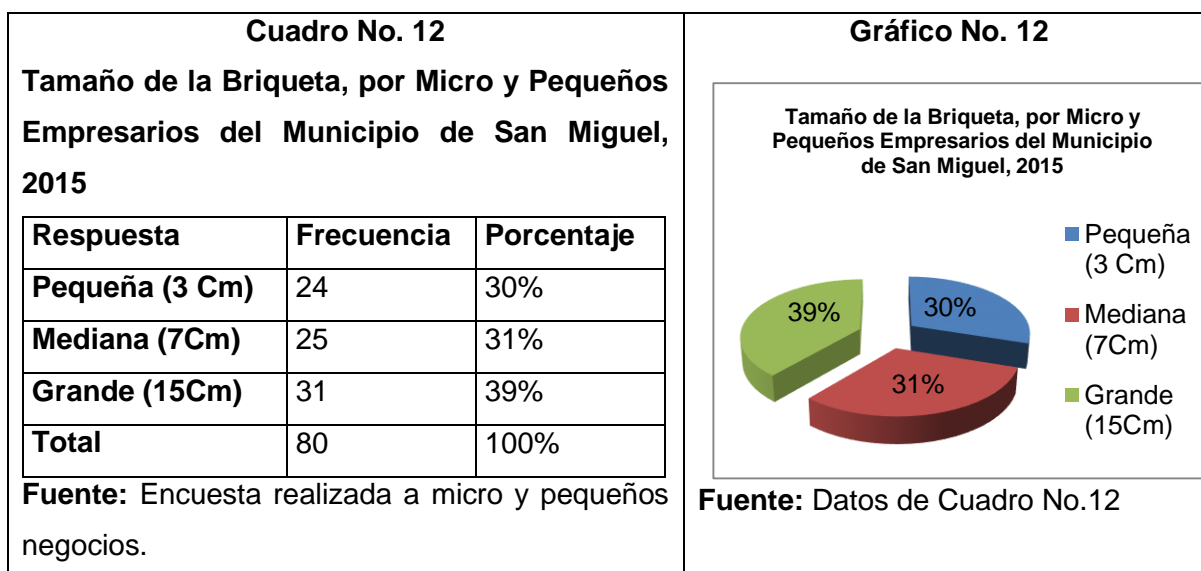
Objetivo: Saber la forma en que se desea del producto para cocinar.



Interpretación: El cuadro y gráfico anterior muestra que 55% de los micro y pequeños empresarios consideran que la forma del producto debería ser las dos presentaciones y 13% estiman que la forma de la briqueta tendría que ser cuadrada.

12. ¿Qué tamaño desea que tenga cada briqueta?

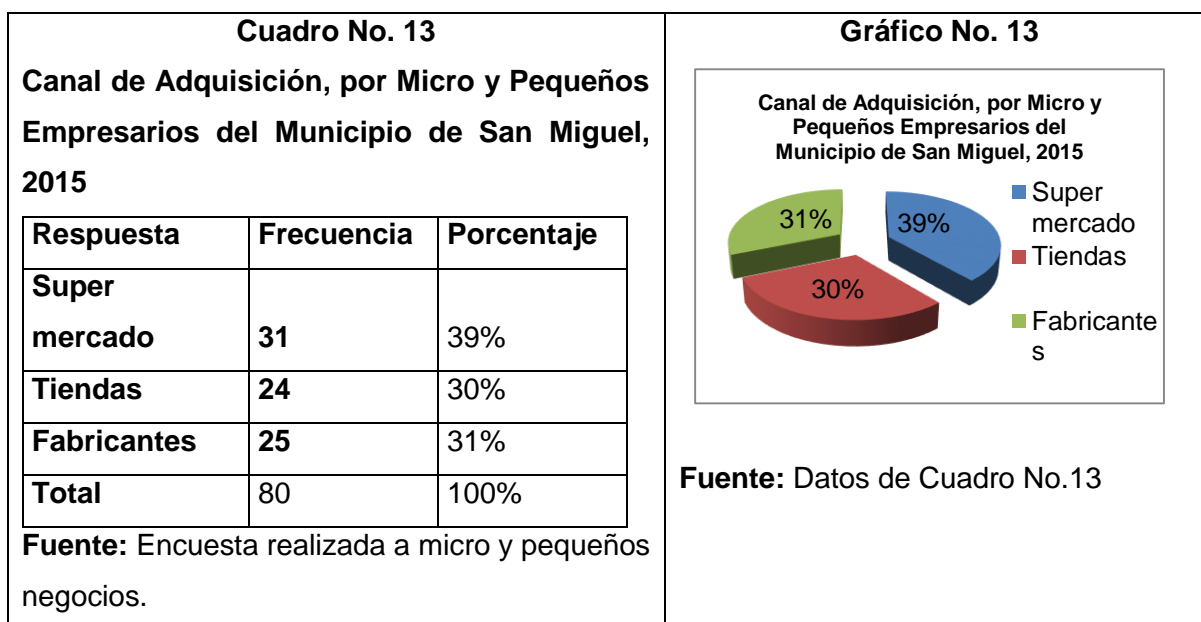
Objetivo: Conocer el tamaño de la briqueta.



Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 39% de los micro y pequeños empresarios encuetados consideran que el tamaño de la briqueta de carbón tendría que ser de 15cm de alto y 30% estima que debería ser de 3cm.

13. ¿Dónde le gustaría comprar el carbón ecológico?

Objetivo: Conocer donde estaría dispuesto a adquirir el producto.



Interpretación: El cuadro y grafico anterior muestra que 39% de los micro y pequeños empresarios comprarían el carbón ecológico en súper mercados y 30% lo prefieren comprar en tiendas de conveniencia.

14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el Kilogramo de carbón ecológico?

Objetivo: conocer a qué precio se compraría el producto.

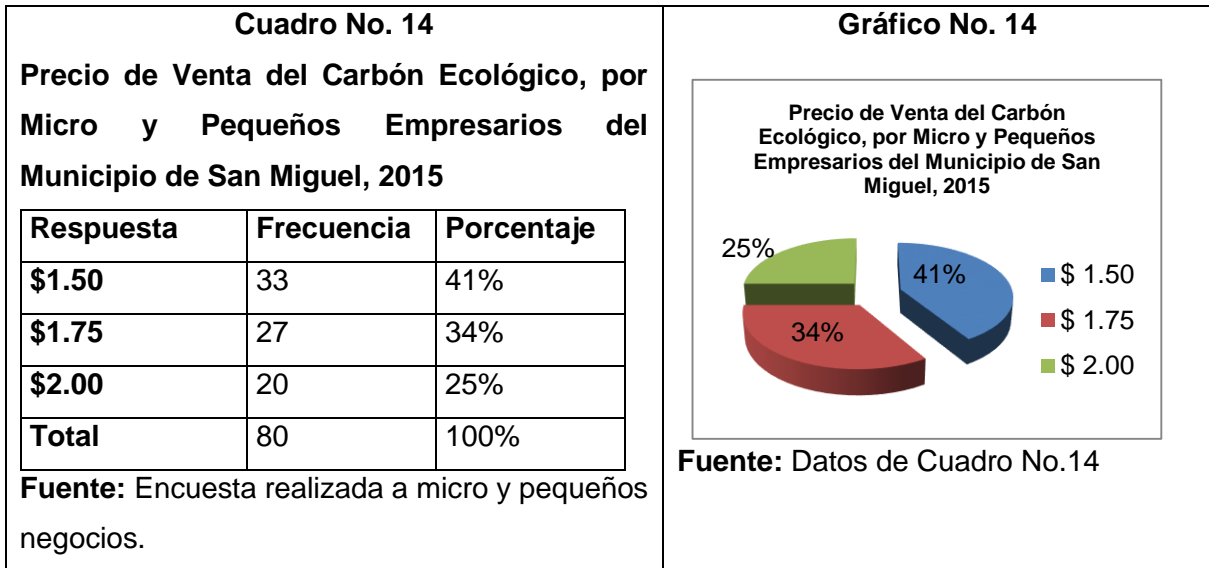
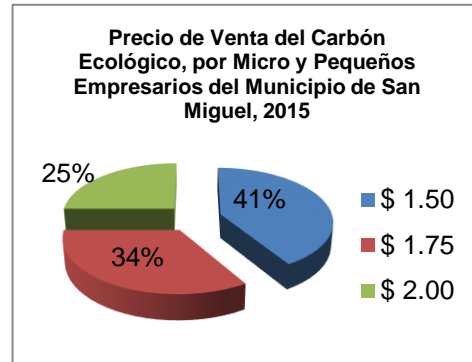


Gráfico No. 14



Fuente: Datos de Cuadro No.14

Interpretación: El cuadro y gráfico anterior muestra que 41% de los micro y pequeños empresarios pagarían por el producto como precio máximo \$ 1.50 y 25% de estos estaría dispuestos a pagar \$ 2.00 por el kilo de carbón ecológico.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En el presente capítulo se presentan las conclusiones sobre la investigación realizada a los micros y pequeños negocios de la ciudad de Sam Miguel; Además se presentan las recomendaciones a seguir.

5.1. CONCLUSIONES

Dados los resultados de la investigación el equipo concluye lo siguiente:

- En primer lugar se lograron los objetivos propuestos.
- La mayoría de micro negocios consultados utilizan gas para la preparación de sus productos, siendo una pequeña parte de la población utilizan el carbón para cocinar.
- En vista que en San Miguel, es una región donde el coco se cultiva abundantemente sobretodo en la zona costera, este se puede procesar el desperdicio para convertirlo en carbón ecológico.
- El conocimiento acerca de las fibras naturales en el Municipio de San Miguel, es poco ya que a la mayoría de los micros y pequeños negocios de comida consultados, desconocen la utilidad que les puede generar este.
- En base a los resultados obtenidos para tratar el problema de los altos volúmenes de acumulación de los desperdicios de la estopa de coco se puede procesar para reutilizarlos en la creación y comercialización de un producto alternativo que sustituya la utilización del carbón vegetal y la leña, para preparar los alimentos.
- La mayoría de micro negocios estarían dispuestos y motivados a adquirir desechos de la fibra de coco con valor agregado, que pueda satisfacer sus exigencias.
- Los micro y pequeños negocios, consultados tienen preferencias, por la forma, presentación, y tamaño de fibra de coco con valor agregado.

En base a las conclusiones antes planteadas, se pretende hacer recomendaciones que estén directamente relacionadas a la utilización de los desechos de coco.

5.2. RECOMENDACIONES.

- Después de haber concluido el proyecto de investigación el equipo de trabajo propone la generación de un nuevo producto, cuya materia prima serán los desechos de coco.
- La materia prima, producto de los desechos de coco se pretende darle valor agregado y transformarlo en nuevo producto para el mercado que se le denominara CARBÓN ECOLOGICO. Este nuevo producto se presenta a través del PLAN DE NEGOCIO, que a continuación se presenta.

CAPITULO VI: PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS.

En el presente capítulo se encontrara la descripción del plan de negocio para la fabricación y comercialización de briquetas de carbón a partir de los desperdicios de la fibra de la estopa de coco detallando, el problema al que se le da solución, estudio de mercado, costos e ingresos, proceso productivo, organización, y los beneficios por los cuales se debe aprobar el proyecto.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
BRIQUETAS DE CARBÓN ECOLÓGICO A PARTIR DE LOS DESPERDICIOS
DE FIBRA DE COCO EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL, 2015”**

PRESENTADO POR:

LEMUS MARTÍNEZ, DANI ALBERTO

MARAVILLA RODRÍGUEZ, JOSÉ ANTONIO

QUINTANILLA PORTILLO, CRISTIAN JOVANY

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

SAN MIGUEL

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios comprende, el proceso de gestión y elaboración del carbón ecológico, nuevo producto, que se presenta al mercado de la ciudad de San Miguel.

El carbón ecológico consiste en material orgánico procesado, a base de la estopa de coco, el cual es aceptable en los negocios de parrilladas, con el cual se pretende cubrir 5% de la demanda estimada en el mercado, haciendo uso de una estrategia simple de hojas volantes donde se explique las características principales del producto.

La elaboración del carbón ecológico es relevante, dado que se utilizara recursos naturales existentes que no requieren de mayores costos en su obtención de la materia prima y su proceso de elaboración. Además tiene beneficios para los usuarios de carbón y también el ambiente en general.

Entre los métodos de comercialización que se utilizaran se tiene el establecimiento de alianzas con organizaciones dedicadas al cuidado del medio ambiente para hacer una efectiva promoción del producto y que el mercado objetivo lo adquiera.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente plan de negocio tiene como finalidad demostrar la viabilidad de una empresa productora de briquetas de carbón; aprovechando la disponibilidad de recursos en el municipio de San Miguel. El modelo de referencia de Plan de Negocios es el de FUSADES.

La materia prima necesaria para la elaboración de las briquetas son los desperdicios de coco generados por la venta de agua de estos, cumpliendo con los requerimientos y expectativas de los clientes y a la vez contribuir con el desarrollo empresarial y la generación de empleo, en el documento se presenta todo lo referente a la propuesta de la idea de negocio.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

De la localización adecuada de la planta, para elaboración del carbón de la fibra de coco, puede derivar el éxito o el fracaso del proyecto.

Por esta razón, es necesario tomar la decisión más acertada de la ubicación de la planta de acuerdo a criterios económicos, estratégicos, institucionales e incluso las preferencias personales. De acuerdo al boletín de mercado: la oferta frutícola de cocotero en El Salvador, está entre los departamentos: Sonsonate, Ahuachapán, La Paz, La Libertad, y Usulután.

Se tomó en cuenta estos resultados para la localización del proyecto ya que será en la zona oriental específicamente en el Cantón El Platanar, en la Ciudad de San Miguel, por lo que el departamento más cercano para proporcionar la materia prima es Usulután ya que la distancia es mínima en comparación con las demás plantaciones de cocoteros.

COSTOS ESTIMADOS DEL PROYECTO

Los costos estimados de inversión serán los siguientes.

RUBRO	TOTAL
Inversión en activos fijos	\$242.00
Costo operativo	\$1,064.55
Total	\$1,306.55

DEFINICIÓN DE BENEFICIOS.

RUBRO	INGRESOS ESTIMADOS
Ingresos por Ventas	\$26,861.00

EVALUACIÓN DEL PROYECTO:

RUBRO	INGRESOS	EGRESOS
Ingresos por Ventas	\$26,861.00	-
Costos	-	\$20,397.23

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.

Dado que el carbón tradicional es de consumo regular en el país y para la elaboración de este se tienen que recurrir a la tala de árboles lo que genera deforestación y otros problemas como consecuencia de esta; se propone la sustitución de este tipo de carbón por una nueva alternativa como lo es el carbón ecológico que es producido con los desechos de la fibra de coco.

1.1.1. ANTECEDENTES

El coco es una fruta comestible obtenida del cocotero, la palmera más cultivada a nivel mundial. Tiene dos cáscaras: una externa que es fibrosa y verde (estopa), y otra interna que es dura, vellosa y marrón que tiene adherida la pulpa, que es blanca, la que almacena el contenido de agua. El principal producto exportado desde las distintas zonas de cultivo es la copra sin procesar seguida del coco disecado.

Actualmente se puede observar que las personas no hacen buen uso de los desperdicios del coco; pues de este solo se comercializa el agua desechando la estopa como basura, la cual muchas veces termina siendo fuente de contaminación ambiental, como consecuencia desmejora la apariencia de las ciudades por los promontorios de desperdicios, contamina los ríos y son focos de infección y proliferación de plagas como moscas, sancudos y otros tipos de vectores perjudiciales al ser humano.

Por las razones anteriores, la elaboración de briquetas de carbón a partir de estopa de coco será una idea que industrialice un proceso de tratamiento de este desperdicio hasta formar un carbón que sea ecológico, haciendo de esta actividad un beneficio para la población y el medio ambiente. Este producto se le estará ofreciendo al mercado con las condiciones necesarias para competir con los productos elaborados a base de madera; además se cuenta con la ventaja competitiva de que en la zona no existe producción de este tipo de alternativa.

1.1.2. PLANTEAMIENTO

Considerando que el coco es abundante en propiedades beneficiosas, se utilizará para elaborar carbón ecológico empleando la cáscara (estopa) como materia prima, esto es una manera de contribuir a la protección del medio ambiente, al desarrollo local empresarial y social porque el carbón produce menos humo dañino, tiene rápida combustión, dura más tiempo que el carbón de leña, el calor que se genera es localizado, no genera llamas, con esto se observa que se cuida además la salud física de las personas.

Con la puesta en marcha de la idea de negocio se está aprovechando una oportunidad latente con este tipo de materia prima, pues hay un desperdicio masivo de este subproducto del coco.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El proyecto del carbón ecológico a base de la estopa de coco es de gran importancia realizarlo porque la implementación de este tipo de carbón será de gran ayuda al medio ambiente pues este tipo de carbón genera menor cantidad de emisiones de gases como el dióxido de carbono, además para la elaboración del carbón ecológico no se necesita una gran inversión de capital, maquinaria o recursos humanos lo que hace fácil de implementar y poner en marcha, esta es una opción alternativa al carbón de leña siendo este de menor impacto ambiental.

Los beneficios del uso del carbón ecológico son diversos entre los cuales está la reducción de material contaminante, se reduce la emisión de gases, erradicación de la deforestación lo que pone como beneficiario directo al Medio Ambiente, además se esperan beneficios económicos con la idea de negocio derivados de la comercialización del producto. La producción de esta alternativa traerá consecuentemente empleos directos para las personas quien lo elaboren lo cual beneficiara indirectamente al desarrollo económico de las familias y de la zona.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL:

- Elaboración del plan de negocio de la producción de briquetas de carbón a base de fibra de la estopa de coco, la cual contribuya con el desarrollo local de la ciudad.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Elaborar un estudio de mercado para ver la aceptación del producto y establecer estrategias de comercialización efectivas para introducir el carbón hecho a base de la estopa de coco al mercado.
- Realizar el proceso técnico para la fabricación de briquetas de carbón ecológico elaborando un prototipo del producto.
- Realizar el análisis financiero para ver la rentabilidad del proyecto.
- Identificar los beneficios que posee la utilización del carbón ecológico con los desperdicios de la estopa del coco y evaluar las características del impacto ambiental y social que traerá la realización del proyecto.

1.4. RESULTADOS ESPERADOS

1.4.1. POR PARTE DE LOS DUEÑOS DE LA IDEA.

Definir el mercado objetivo para la comercialización del producto carbón ecológico a base de estopa de coco identificando las necesidades del mercado actual en cuanto a un producto que supla sus necesidades, el cual permita desarrollo económico y financiero de la empresa con el que se obtengan beneficios monetarios para los dueños de la idea de negocio.

1.4.2. POR PARTE DEL MERCADO META.

Al finalizar el proyecto se esperaría tener como resultado un producto capaz de satisfacer una necesidad en el mercado, un producto con los atributos y la calidad suficiente para competir y hacerle frente a la demanda, además se espera que con este producto, se reduzca el uso del carbón a base de leña y por consiguiente se

reduzcan las emisiones de dióxido de carbono (humo), se espera también que este producto genere ingresos para seguir adelante con el proyecto.

Se espera que el mercado meta tenga una buena aceptación del producto valorando los atributos de este.

Además se espera que el mercado meta adquiera el producto, y lo recomiende para que de esta forma la demanda se vea incrementada, por consiguiente que los consumidores haga conciencia sobre el uso de un carbón ecológico en vez de uno que daña el medio ambiente.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

El carbón ecológico consiste en material orgánico procesado a base de la estopa de coco, el producto se obtiene manufacturando la estopa de coco extrayendo la fibra y compactándola hasta formar las briquetas, el carbón ecológico es un material de fibra comprimido con alta combustión de textura sólida y porosa, el poder calorífico del carbón ecológico oscila entre los 300 y 500 C° grados centígrados que es superior al de la madera.

El carbón ecológico de estopa de coco es de consumo específico porque se utiliza para un determinado uso, es un material orgánico, e ideal en uso gastronómico tanto comercial como doméstico, en parrilladas, asados o barbacoas no altera el sabor de los alimentos, no contamina el medio ambiente y con su uso se reduce la tala de árboles.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda nos proporciona la información necesaria para determinar en términos monetarios la viabilidad de la realización del proyecto, porque es a través de esta que podemos establecer una proyección de ingreso.

En el estudio de mercado nos encontramos con el detalle de las empresas que comercializan carbón elaborado a base de leña, los cuales son la principal competencia a la que se enfrenta el nuevo producto en el mercado y que se clasificará como un producto sustituto; es por eso que la demanda de nuestro producto se calculara a través de ellos. En El Salvador solo se tiene registro de un 50% de los productores de carbón los cuales manifiestan en estudios realizados por el Diario de hoy que la demanda de este es constante y las personas lo adquieren diariamente, semanal y mensualmente.

Este producto tiene su mayor demanda en los meses de agosto a diciembre entre los cuales las ventas aumentan hasta un 300%; cabe mencionar que la mayor

producción de carbón vegetal proviene del Bajo Lempa Usulután y el Volcán de San Salvador. El restante 50% son considerados comerciantes informales los cuales producen localmente y no se tiene ningún registro de los volúmenes de ventas de estos.³³

2.3. DETERMINACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

En base a la obtención y recopilación de información del grado de aceptación del producto “carbón a base de fibra de coco” actualmente no se ofrece en el mercado, pero si existen productos que son utilizados como carbón de leña, gas, madera y que se comercializan en el mercado en este momento y por ende se convierten en la demanda actual de las personas que solicitan dicho producto.

El segmento de población que se ha considerado como consumidores directos del carbón a base de fibra coco son el micro y pequeño empresario que se dedican a la comercialización de alimentos en la ciudad de san miguel los cuales se tomó una muestra de 80 establecimientos, los que manifiestan usar carbón, leña o gas para la preparación de sus productos. El universo de consumidores es mucho más amplio si se considera que el carbón a base de fibra de coco puede ser usado en los hogares cotidianamente.

2.3.1. COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

Debido a que el carbón a base de coco es un producto nuevo en nuestro medio no se cuenta con datos históricos sobre la demanda del mismo pero podemos tomar de referencia productos sustitutos tales como el carbón a base de leña, según fuentes consultadas, a través de los años anteriores la demanda del carbón a base de leña ha ido en aumento, esto debido a que los precios del gas propano pues este es variable e inestable, lo cual ha estimulado un aumento en las ventas del carbón.

³³ http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=47861&idArt=6172584

Estudios publicados por el Ministerio de economía sobre las fuentes energéticas que utiliza la población muestran la demanda que el carbón tiene en la población ya sea estas en la zona rural o urbana.³⁴

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Considerando que el carbón ecológico de coco es aceptable para el segmento de mercado para parrilladas y para los negocios que lo usan para preparar sus comidas a las brasas, tomando en cuenta los resultados recopilados en el instrumento aplicado al mercado meta seleccionado y en base a que el producto es nuevo en el mercado y pensando en la capacidad de producción inicial se establece que se iniciará cubriendo el 5% de la demanda estimada.

Se espera un crecimiento del 5% para los meses posteriores.

2.4.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS (PRINCIPALES COMPETIDORES).

En la industria del carbón, podemos observar que dentro del mercado no existe el producto hecho a base de la fibra de coco; sin embargo nuestro producto es similar al carbón tradicional hecho de leña, y ofrece ventajas sobre el carbón de los competidores, debido a que es un carbón ecológico que es más beneficioso, no contamina el ambiente y sobre todo se reducirá la tala de árboles. Por lo tanto el proyecto tiene la posibilidad de sobresalir en el mercado.

³⁴http://estadisticas.cne.gob.sv/images/boletines/estudios/Estudio_Curva_Demanda.pdf

2.4.2. PRINCIPALES COMPETIDORES EN LA ZONA

No.	NOMBRE	LUGAR	CANTIDAD
1	Carbón DANY	El Salvador	1
2	Carbón LLAMARADA	Km14½ carretera a Quezaltepeque.	1
3	Carbón EL COPINOL	El Salvador	1
4	Carbón 13 DE MAYO	El Salvador	1
5	Carbón SULI	El Salvador	1
6	Carbón vendido a granel	Mercado central San Salvador	1
7	Ventas de Gas Propano	San Miguel	1

2.4.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

Basándose en los datos obtenidos en el instrumento utilizado se puede estimar que para satisfacer la demanda del mercado se tendría que producir y ofrecer al mercado un total de 6,172.52 kg. De carbón ecológico, Aproximadamente 6,173 Kg mensuales de este producto.

2.4.3.1. PROYECCIÓN DE OFERTA E INGRESOS POR LA VENTA DE “CARBON ECOLOGICO”.

Producto	Ventas por			Costo	
	Día	Semana	Mes	Unitario	Total
Carbón Ecológico	176.53 kg	146.09 kg	292.19 kg	\$1.01	\$ 6,542.87

Cálculos:

$$176.53 \text{ Kg diarios} * 30 \text{ días} = 5,295.95 \text{ Kg}$$

$$146.09 \text{ Kg semanales} * 4 \text{ semanas} = 584.38 \text{ Kg}$$

$$292.19 \text{ Kg mensuales} * 1 \text{ mes} = \underline{292.19 \text{ Kg}}$$

$$\text{OFERTA MENSUAL TOTAL} = 6,172.52 \text{ Kg}$$

PROYECCION DE LA OFERTA

Conociendo el cálculo mensual de la demanda del producto se establece que la oferta será de 6173 kg. De Carbón con el que se presenta su distribución en la siguiente tabla:

MES	PRODUCCION META EN Kg	PRODUCTO
ENERO 2016	309 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
FEBRERO 2016	617 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
MARZO 2016	926 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
ABRIL 2016	1235 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
MAYO 2016	1543 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
JUNIO 2016	1852 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
JULIO 2016	2160 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
AGOSTO 2016	2469 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
SEPTIEMBRE 2016	2778 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
OCTUBRE 2016	3086 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
NOVIEMBRE 2016	3395 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
DICIEMBRE 2016	3704 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
ENERO 2017	4012 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
FEBRERO 2017	4321 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
MARZO 2017	4629 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
ABRIL 2017	4938 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
MAYO 2017	5247 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
JUNIO 2017	5555 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
JULIO 2017	5864 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco
AGOSTO 2017	6173 kg	Carbón Ecológico de Estopa de coco

PROYECCIÓN MENSUAL

La proyección de la oferta mensual que produciremos será para cubrir el 5% de la demanda el primer mes, considerando la capacidad de producción de la empresa porque es nueva en el mercado y se estima un crecimiento del 5% mensual de la oferta hasta poder cubrir la demanda en su totalidad.

OFERTA MENSUAL

PRODUCTO	CANTIDAD	EN
Carbón Ecológico.	309 kg.	

Se estima que en 20 meses la empresa tendrá la capacidad para poder cubrir el 100% de la demanda estimada.

2.4.4. CONCLUSIÓN DE LA RELACIÓN OFERTA DEMANDA

La demanda del carbón en el lugar de estudio es elevada pues se ha determinado que los negocios que usan carbón son aproximadamente 197. Se estima que el que la cantidad de carbón que estos pueden demandar está cerca de los 6,200.00 Kg mensuales.

Las proyecciones de crecimiento de la empresa y de acuerdo a la inversión que se hará inicialmente, se ha establecido que se iniciara produciendo para satisfacer el 5% de la demanda total con lo que se estará cubriendo los costos iniciales del proyecto, luego se irá creciendo de acuerdo a los volúmenes de producción mensuales establecidos.

2.5. EL ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Las marcas que ofrecen un producto similar al carbón ecológico son 6 las cuales ofrecen su producto a un precio distinto entre ellas, es de destacar que la variación de precio no es muy significativa aunque si determinante para tomar una decisión de compra al momento de analizarlas, entre estas podemos mencionar la marca ZULY que es la que lo distribuye al precio más bajo establecido en \$ 0.96 centavos de dólar por Kilogramo de producto; la marca que tienen el precio más alto en el mercado es carbón DANY ofreciendo su producto a \$1.04 de dólar.

La diferencia entre la empresa que más barato vende su producto y la que lo da más caro es de \$ 0.08 por lo que se determina que lo que hace la diferencia entre los productos debe ser la Calidad.

2.5.1. DETERMINACIÓN DEL COSTO PROMEDIO

En la zona oriental de El Salvador no existen productores de carbón fabricado con la estopa del coco, pero si hay distintos distribuidores de carbón vegetal, los cuales comercializan el producto de acuerdo a los precios que se presentan en el siguiente cuadro:

PRECIOS

No.	PRODUCTO	PRECIO POR KG
1	CARBON DANY	\$1.04
2	LLAMARADA	\$1.02
3	COPINOL	\$1.03
4	13 DE MAYA	\$1.02
5	SULY	\$0.96
TOTAL		5.07
Precio promedio		1.01

El precio promedio del carbón vegetal en el mercado es aproximadamente de \$1.01 por kilogramo. Se calcula el precio promediado tomando en cuenta los precios de la competencia, promediando entre estos para establecer el precio de nuestro producto.

2.5.2. ANÁLISIS HISTÓRICO DE LOS PRECIOS Y SU PROYECCIÓN

El análisis histórico de los precios del carbón ecológico es difícil establecerlo pues este producto es nuevo en el mercado por lo que se tomara como base los precios del carbón vegetal.

El mismo director de ordenamiento forestal, cuencas y riego del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Julio Alberto Olano, comprobó hace unos días que la red de este combustible vegetal cuesta ahora hasta \$40, cuando hace un año sólo costaba \$10.

En el Mercado Central las carboneras aseguraron que la red cuesta un aproximado de \$21 a \$25 y que antes, que le subieran el precio al tambo de gas, sólo pagaban entre \$15 y \$16 dependiendo de la calidad del carbón. Al detalle, las carboneras venden bolsas que van desde los \$0.10 hasta un dólar a sus clientes frecuentes. Pero a otras personas les venden a \$0.15 o \$0.20 dependiendo de la calidad del producto. Olano reconoció que el precio ha subido porque ahora hay mucha más demanda.³⁵

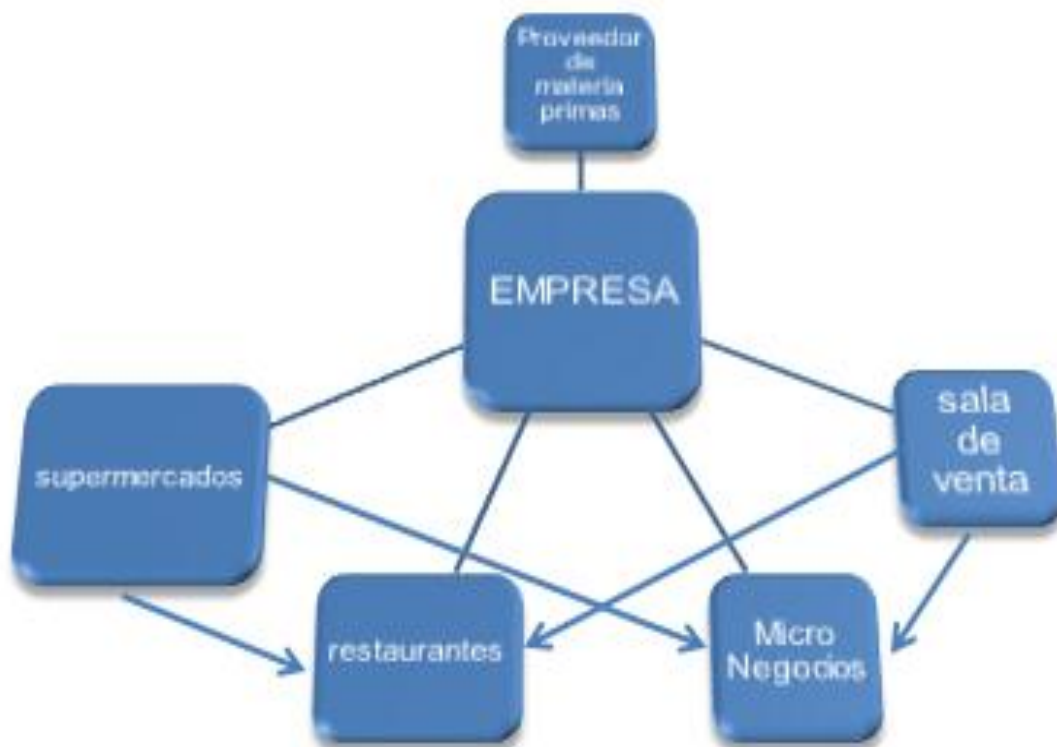
2.6. ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN

Los canales de comercialización para la empresa COCARBON son diversos y se detallan a continuación.

³⁵ http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=47861&idArt=6172584

2.6.1. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS PARA COMERCIALIZAR LOS PRODUCTOS

Uno de los métodos de distribución utilizado será el de ventas directas a las empresas, venta directa al consumidor, almacenes de gran demanda (supermercados), restaurantes y micro negocios (tortillerías). Con el objetivo de garantizar la entrega oportuna del producto.



2.6.2. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

2.6.2.1. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Tomando en cuenta que la empresa es nueva y que la población no tiene pleno conocimiento del producto por ser una alternativa novedosa, la promoción se realizará a través de acciones encaminadas a dar a conocer el producto y su objetivo ecológico:

- Cupones de descuentos por ventas mayoristas.
- Establecer un día de mitad precios para los clientes potenciales y actuales.
- Concursos radiales para realizar regalías, etc.
- Compensar la fidelidad de los clientes al final del año.
- Regalos sorpresa por compras mayoristas.
- Hacer vínculos con empresas que promueven la conservación del ambiente para su uso y promoción

2.6.2.2. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Las estrategias de publicidad son muy importantes para vender la imagen y posicionarse en la mente del consumidor por tal razón aplicaremos las siguientes acciones:

- Publicidad boca en boca.
- Anuncios radiales.
- Hojas volantes que expliquen las características del producto.³⁶
- Crear anuncios en las redes sociales.
- Diseño del logotipo y eslogan de la empresa en su empaque.³⁷

³⁶Hoja volante de publicidad en los anexos

³⁷ Logo del producto en los anexos

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

Una vez realizado el estudio de mercado y con base a estos datos, la demanda total resultante es de 6,173 Kilogramos mensuales, pero debido a que la producción será de forma artesanal se propone que inicialmente se cubrirá un cinco por ciento de esa demanda que equivale a 309 Kilogramos el primer mes y se espera crecer mensualmente en este mismo porcentaje hasta poder producir la cantidad de producto que el mercado demanda.

Para esta producción, se necesitara agua y estopas de cocos las cuales se obtendrán de un pozo artesanal ubicado en el local de producción, y en la bodega de la terminal de oriente respectivamente, la tecnología constara de dos prensas manuales de fabricación artesanal, que se obtendrá a través de un trabajador experto estructuras metálicas, la mano de obra para realizar este proyecto, estaría integrada por los miembros del grupo de trabajo que constaría de diez personas idóneas para cada actividad productiva.

Inicialmente el proyecto será financiado por miembros dueños de la idea del proyecto; esto permitirá potenciar la puesta en marcha del proyecto su correcto funcionamiento y desempeño de la operaciones de la planta productiva, para lo cual basta un terreno con un área de 100 metros de largo por 50 de ancho en la cual estará ubicada la planta de producción cuyas dimensiones se especifican en diagrama de distribución en planta; la parte restante del terreno se usara para el secado de las materias primas y productos terminados.

3.2. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

3.2.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

De la localización adecuada de la planta, para elaboración del carbón de la fibra de coco, puede derivar el éxito o el fracaso del proyecto.

Por esta razón, es necesario tomar la decisión más acertada de la ubicación de la planta de acuerdo a criterios económicos, estratégicos, institucionales e incluso las preferencias personales. De acuerdo al boletín de mercado: la oferta frutícola de cocotero en El Salvador, está entre los departamentos: Sonsonate, Ahuachapán, La Paz, La Libertad, y Usulután.

Se tomó en cuenta estos resultados para la localización del proyecto ya que será en la zona oriental específicamente en el Departamento de San Miguel, por lo que el departamento más cercano para proporcionar la materia prima es Usulután ya que la distancia es mínima en comparación con las demás plantaciones de cocoteros.

3.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Una vez definidas las características de la planta, corresponde ahora determinar el sitio específico donde estarán ubicadas las instalaciones de esta. Para ello, se requiere información específica de la ingeniería del proyecto, para conocer las características específicas que debe de poseer la planta.

Teniendo en cuenta las zonas en la cuales se obtendrán las materias primas y la zona de comercialización del producto se establece que la planta de producción estará en el Cantón El Platanar, municipio de Moncagua, departamento de San Miguel, pues dicho lugar se encuentra a una distancia considerable del micro y pequeños negocios de San Miguel.

3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Considerando la naturaleza de la empresa la ingeniería del proyecto se presenta a continuación:

3.3.1. APROVISIONAMIENTO DE INSUMOS

Se presentan los materiales e insumos que se necesitan para elaborar las briquetas de carbón de coco, quiénes son los proveedores y la dirección de donde se ubican:

INSUMOS Y MATERIALES	PROVEEDOR	DIRECCION O CONTACTO
Estopas de coco	Bodega de la Terminal de Oriente	Carretera salida a Santa Rosa de Lima.
Estopas de coco	Bodega de Parqueo Municipal	Contiguo a Parque Guzmán
Estopas de coco	Bodega de Barrio Chino	Atrás de Catedral de San Miguel
Agua	Pozo Artesanal	Piscina de Cantón El Platanar.

3.3.2. ANÁLISIS DE LA DISPONIBILIDAD Y EL COSTO DE MATERIALES E INSUMOS

La disponibilidad de los insumos y materiales para la producción son abundantes y de bajo costo y se describen a continuación:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
	INSUMOS			
2500	Estopa de coco	Libras.	\$ 0.02	\$ 50.00
100	Agua	galones	\$ 0.10	\$ 10.00
	MATERIALES			
400	Bosas plásticas	Unidad.	\$0.03	\$ 12.00
	TOTAL			\$72.00

3.3.3. DETALLE DEL PROCESO

El proceso de elaboración del producto es artesanal y se detalla en los siguientes pasos:

3.3.3.1. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El proyecto “CARBON ECOLOGICO a base de estopa de coco” será realizado mediante un proceso artesanal, que comienza desde el pedido a proveedores de la materia prima (estopa de coco), hasta la comercialización del carbón ecológico.

A continuación se detallan los pasos a seguir para la elaboración del carbón ecológico:

Paso 1: Recolección de la Materia Prima.	
Paso 2: Lavado y secado de las cáscaras de coco.	
Paso 3: Extracción de la fibra.	
Paso 4: Cortado de la fibra.	
Paso 5: Moldeado de la Briqueta.	
Paso 6: Secado de la Briqueta.	
Paso 7: Inspección de Producto terminado.	
Paso 8: Empaquetado de la Briqueta.	

3.3.4. ADQUISICION DE EQUIPO Y MAQUINARIA.

Las herramientas que se necesitarán para iniciar operaciones en la planta de producción se detallan a continuación:

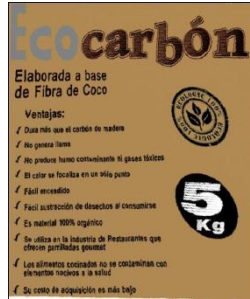
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO Y MAQUINARIA	PRECIO UNITARIO EN \$	TOTAL
	EQUIPO		
1	Almágana de 10lbs	\$15.00	\$15.00
2	Tijera	\$2.00	\$4.00
2	Cubetas grandes	\$6.00	\$12.00
5	Capa nylon	\$1.00	\$5.00
2	Rastrillos	\$3.00	\$6.00
	MAQUINARIA		
2	Prensas manuales	\$100.00	\$200.00
	TOTAL		\$242.00

3.4. VIÑETA, ETIQUETA Y EMPAQUE DEL PRODUCTO

A continuación se presenta la personalización de nuestro producto a través de nuestra viñeta y etiqueta, además se presenta el empaque que poseerá nuestro producto.

3.4.1. VIÑETA:

Se muestra el logo de la empresa con su descripción y dirección, además su modo de uso, la manera de conservación y su cuidado para utilizarlo:



3.4.2. ETIQUETA:

Por ser de tipo artesanal la empresa muestra como conservar el producto, su forma de uso y los cuidados a la hora de emplearlo. El carbón vegetal puede ser usado para todo tipo de cocción siendo este de mayor eficiencia que el carbón vegetal, pues este tipo de carbón a base la fibra de coco no genera llama ni humo, el calor que este genera es localizado y de mayor duración entre otros muchos beneficios.



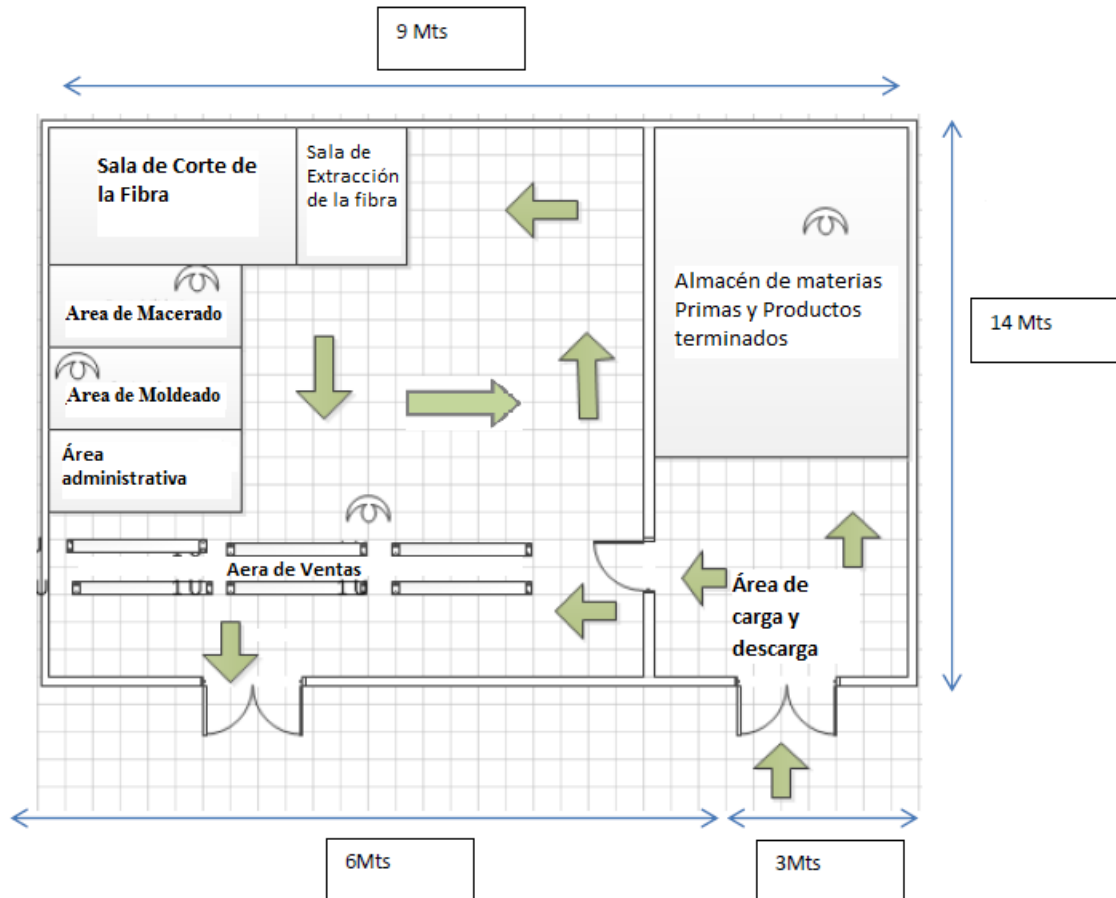
3.4.3. EMPAQUE DEL PRODUCTO:

Nuestro empaque será una caja de cartón café que contendrá la viñeta y la etiqueta del producto.



3.5. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

El diseño de la planta de producción será como se describe a continuación:



3.6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa se constituirá como una sociedad de naturaleza anónima, sujeta al régimen de capital variable que girará con la denominación Coco Carbón, seguida de las palabras Sociedad Anónima de Capital Variable, pudiendo utilizar como abreviatura COCARBON, S.A DE C.V; siendo de nacionalidad salvadoreña. El domicilio de la sociedad será en El Cantón El Platanar, del municipio de Moncagua, departamento de San Miguel; la sociedad tendrá un plazo indeterminado y se constituirá con un capital mínimo de \$2,000.00. Moneda de curso legal.

La sociedad tendrá por finalidad operar, pudiendo producir y comercializar productos ecológicos, derivados de la estopa de coco.

El giro de la empresa será la Producción y comercialización de carbón hecho de la fibra de coco.

3.6.1. TRÁMITES PARA LEGALIZAR LA EMPRESA:

PASO 1: VERIFICAR LA DISPONIBILIDAD DE EL NOMBRE DE LA SOCIEDAD

Se realiza para saber si el nombre de la empresa a formarse no está en existencia, se hace en el Registro de comercio.

PASO 2: EMITIR CHEQUE PARA EL APORTE DEL CAPITAL INICIAL

Cada socio debe emitir el cheque a nombre de la sociedad en cualquiera de los bancos autorizados, si se cuenta con cuenta de ahorro en uno de esos bancos solo se emite un cheque certificado si no se tiene cuenta, se remesa el dinero a un banco de elección y se pide que se emita cheque de caja que no requieren certificación.

PASO 3: ELABORACION DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCION

Se acude a los servicios de un notario público salvadoreño,(el que se considere más adecuado por los socios) se presenta al notario, la siguiente información; Cheque original, DUI y NIT (de cada Socio. Es bueno saber que hay que darle a conocer al notario el tipo de sociedad a formar, el cargo de los que administraran la sociedad y los nombres y aportación de cada socio.

PASO 4: SOLICITUD DE REGISTRO Y MATRICULA DE EMPRESA

Se realiza para establecer la calidad de comerciante y establecimiento, contiene todos los datos necesarios para la identificación de la empresa, los documentos a presentar para este registro son:

- Solicitud en papel simple dirigida al Sr. Registrador o jefe de registro de matrícula de comercio,
- Original y copia del Balance Inicial debidamente firmado por un contador público.
- Recibo de pago de los derechos de registro en original y dos fotocopias.
- Fotocopia de escritura de constitución debidamente inscrita y autenticada por un notario.
- NIT original del representante legal.
- DUI Original del representante legal.

PASO 5: SOLICITAR REGISTRO DE NIT Y NRC

Los documentos a presentar en esta instancia son:

- Presentar el Formulario F-210.
- Escritura de constitución, en original y copia autenticada por Notario.
- DUI y NIT originales del representante legal
- De no presentarse el representante legal se requiere Autorización autenticado por Notario.
- NIT de los socios (copia simple)

PASO 6: INSCRIPCION EN LA ALCALDIA MUNICIPAL

- Los Documentos que se deben presentar en las oficinas de la alcaldía son:
- Llenar el formulario con la información requerida.
- Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro de Comercio, en original y -copia autenticada por Notario.
- Fotocopias simple de NIT de la sociedad.
- Fotocopia simple del representante legal
- Balance Inicial

PASO 7: INCRIPCION A LA DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS (DIGESTYC).

- Documentos a presentar:
- Completar Formulario de solicitud.
- Balance Inicial y la fotocopia del NIT de la empresa
- Escritura de constitución de la empresa.
- De no hacerlo el representante legal se presenta autorización autenticada por un notario.

PASO 8: INSCRIPCION EN EL MINISTERIO DE TRABAJO

- Los documentos necesarios para este trámite son:
- Formulario de Solicitud en original y copia (en papel membretado)
- Fotocopia de la escritura de la sociedad.
- Credencial del representante legal.
- Fotocopia del Balance General, para nuestro caso Balance Inicial
- Tarjeta NIT de la sociedad Copia simple
- DUI del representante legal

PASO 9: INSCRIPCION EN EL INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL

- Documentos e información a presentar:
- Formularios con información requerida
- DUI del representante legal en original y copia
- NIT de la sociedad en original y copia.

PASO 10: INSCRIPCION EN LA AFP

- Documentos e información a presentar:
- Formulario con toda la información que en él se solicita.
- Adjunta una fotocopia del NIT de la empresa y el listado de los afiliados por quienes cotizarás (con nombre completo, NUP y fecha de inicio de labores).
- Entrega la documentación debidamente firmada y con el sello de tu empresa en cualquiera de nuestras agencias.

- En cuanto a las obligaciones legales con respecto a los empleados se aplica el código de trabajo de El Salvador así como todas las leyes laborales establecidas.
- La empresa tiene las siguientes responsabilidades con sus empleados:
- Pagar el salario real y a tiempo.
- Respetar la jornada de trabajo, el día de descanso semanal y los días de asueto,
- Brindar la vacación anual remunerada.
- Dar el aguinaldo correspondiente.
- Brindar las prestaciones sociales, seguridad e higiene en el trabajo.³⁸

3.7. LEGISLACIÓN SANITARIA

Las condiciones adecuadas que debe poseer la empresa son las siguientes:

3.7.1. Legislación Sanitaria: Código de Salud.

Seguridad e Higiene del Trabajo

Art. 108.- El Ministerio en lo que se refiere a esta materia tendrá a su cargo:

- a) Las condiciones de saneamiento y de seguridad contra los accidentes y las enfermedades en todos los lugares de producción, elaboración y comercio.
- b) La ejecución de medidas generales y especiales sobre protección de los trabajadores y población en general, en cuanto a prevenir enfermedades y accidentes.

Art. 109.- Corresponde al Ministerio:

- c) Autorizar la instalación y funcionamiento de las fábricas y demás establecimientos industriales, en tal forma que no constituya un peligro para la

³⁸Ver formularios de cada paso en los anexos

salud de los trabajadores y de la población general y se ajusten al reglamento correspondiente;

Art. 110.- El Ministerio deberá establecer la coordinación conveniente con el Ministerio de Trabajo y Previsión Social y el Instituto Salvadoreño del Seguro Social a efecto, de coordinar con estos organismos, las funciones relativas a la protección del trabajador de la ciudad y del campo y las relativas a los problemas económicos de la previsión y seguridad social.

Las indicaciones que se recomendaron de parte del Ministerio de Salud fueron:

- Mantener limpio y ordenado el área de trabajo y almacenaje para evitar accidentes.
- Recibir capacitación sobre el manejo correcto de cada herramienta que se utilizará en el proceso.
- Utilizar guantes de construcción y mascarilla para recolectar las estopas de los proveedores.
- Utilizar guantes plásticos y mascarilla para el proceso de limpieza de las estopas para evitar contraer virus, parásitos o bacterias.
- Utilizar lentes de protección, guantes de construcción y mascarilla para el proceso de extracción y compresión de la fibra.
- Al terminar cada jornada de trabajo, lavarse bien con agua y jabón para evitar enfermedades.

PERMISOS VIGENTES:

Ley de Medio Ambiente de El Salvador:

COMPETENCIA DEL PERMISO AMBIENTAL.

Art. 19. - Para el inicio y operación, de las actividades, obras o proyectos definidos en esta ley, deberán contar con un permiso ambiental. Corresponderá al Ministerio emitir el permiso ambiental, previa aprobación del estudio de impacto ambiental.

ALCANCE DE LOS PERMISOS AMBIENTALES

Art. 20. - El Permiso Ambiental obligará al titular de la actividad, obra o proyecto, a realizar todas las acciones de prevención, atenuación o compensación, establecidos en el Programa de Manejo Ambiental, como parte del Estudio de Impacto Ambiental, el cual será aprobado como condición para el otorgamiento del Permiso Ambiental.

Apegado a lo que se refiere la Ley de Medio Ambiente se tramitará el permiso en el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales para operar porque la empresa contribuirá con el reciclaje de las estopas de coco y reutilizarlas para poder transformar estos desperdicios en algo útil para la sociedad.

3.8. Localización

La ubicación será en el Cantón El Platanar, Municipio de Moncagua, Ciudad de San Miguel, donde se contará con cumplimiento de los servicios básicos ya que son necesarios para el buen funcionamiento de la empresa entre ellos se consideran: servicios de energía eléctrica, servicio de agua potable, sistemas de aguas residuales, entre otras.

El servicio de agua:

Es esencial contar con un sistema de suministro de agua dentro de la planta, para aseo de la planta, para los baños, etc.

Para ello se contará con un pozo de agua artesanal donde se abastecerá tanto para la producción como el aseo de la planta, se tramitará el permiso cumpliendo con los requisitos que exige el MAG porque el local ya cuenta con un pozo.

Energía eléctrica:

Para el funcionamiento de la planta su utilización será mínima debido a que el proceso de producción se realizará de manera artesanal y solo se utilizará para la

bomba de agua y la luz, la maquinaria utilizada será ejecutada por los empleados, para contar con este servicio se solicitará a la organización la documentación requerida en su reglamento para su permiso correspondiente para operar normalmente.

Aguas residuales:

La planta cuenta con un sistema de drenaje común y se solicitará el permiso cumpliendo con los requisitos que se establecen en el reglamento de aguas residuales de la Ley de Medio Ambiente para cuidar la salud de los empleados y la sociedad. Las aguas residuales de la planta no afectarán ni dañarán a terceros.

3.9. ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN

Para la ejecución del proyecto y que se permita el desarrollo y el avance de la empresa se requiere de la integración de los departamentos y áreas de la empresa, a sí mismo como el personal idóneo para realizar de manera eficiente cada función o cargo dentro de la empresa.

Para esto es necesario determinar la estructura funcional del personal en la empresa, definir el perfil, funciones y obligaciones de los trabajadores por sector y cargo.

El equipo de trabajo estará conformado 11 personas las cuales estarán sujetas a una jornada laboral de Lunes a Sábado en la cual se trabajara en periodos de 8 horas entre los días Lunes a Viernes cumpliendo con el horario de 8 am – 4 pm y el Sábado únicamente 4 horas entre la 8 am – 12 md, completando así con las 44 horas Diurnas establecidas por el código de Trabajo.³⁹

Para el área administrativa serán necesarias 3 personas; 7 personas para el área de producción las que se encargaran de la transformación de la materia prima hasta lograr un producto terminado y 1 persona la cual será la encargada de llevar

³⁹Código de Trabajo El Salvador Art. 161

la contabilidad respectiva de la empresa, con el tamaño del proyecto y para el buen funcionamiento de la empresa se estarán generando 11 empleos directos los cuales pueden ser desempeñados por hombres o mujeres no importando el género para cada puesto.

La empresa será generadora de desarrollo en los alrededores de esta con la cual se pueden crear micro negocios como ventas de comida, frutas y otros productos comestibles.

3.9.1. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO:

Considerando la naturaleza de la organización que es una microempresa se contará con el recurso humano mínimo para operar seleccionando el personal idóneo y recursos de equipo de oficina y mobiliario necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

3.9.2. RECURSO HUMANO (PERFIL Y FUNCIONES).

Se presenta la definición de los perfiles y las funciones específicas de cada uno de los cargos que se tendrán en la empresa.

FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO:

Área Administrativa:

Cargo: Gerente General.

Jornada Laboral: Tiempo completo.

Perfil: Profesional con experiencia en métodos de administración de personal, producción y finanzas, adecuado para coordinar, analizar, promover, proponer ideas de desarrollo innovador y eficiente. Manejo de buenas relaciones interpersonales.

Funciones:

- Representante Legal de la empresa.
- Organizar, dirigir y controlar el personal para un correcto funcionamiento de las funciones.
- Plantear objetivos y estrategias que ayuden al crecimiento proporcional del negocio.
- Desarrollar estrategias de motivación para garantizar la eficiencia y eficacia en el personal.
- Otras actividades que la empresa requiera.

Cargo: Vendedor.

Jornada Laboral: Tiempo completo.

Perfil: Estudio mínimo de Educación Media, Género indiferente, excelente presentación personal, carismático, Sociable, Amable, Fácil expresión, Experiencia en ventas, Edad mínima 18 años.

Funciones:

- Atender a los clientes.
- Mostrar el producto y brindar la información sobre este.
- Control de ventas.
- Limpieza de la sala de ventas.
- Registro de pedidos.
- Otras actividades que la empresa requiera.

Cargo: Contador Externo.

Jornada Laboral: Por prestación de servicios.

Perfil: Contador público con carnet de profesional, Dominio de procesos contables, registro de libros de IVA y planillas de pago.

Funciones:

- Registrar todas las operaciones en los libros de IVA.
- Elaborar la planilla de pago de los empleados de la empresa.
- Elaborar los estados financieros de la empresa.
- Examinar el estado económico y financiero de la empresa.
- Velar que los bienes de la empresa estén salvaguardados.
- Otras actividades que la empresa requiera.

Cargo: Operarios

Jornada Laboral: Tiempo Completo.

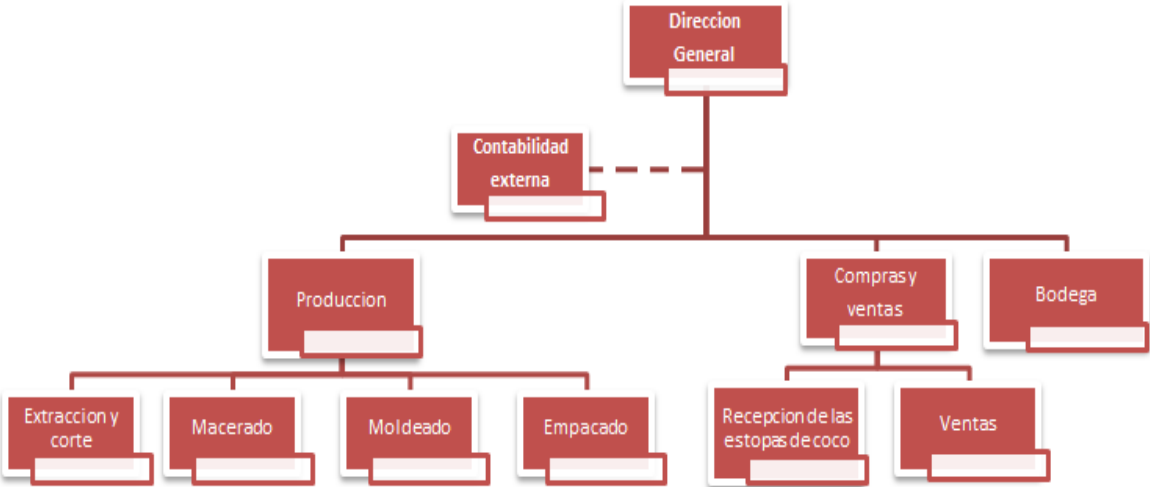
Perfil: Estudios mínimos de Educación Media, Género F/M, Experiencia no indispensable, habilidad en manejo de equipos y herramientas, capacidad para relacionarse con los demás, atención a las órdenes dadas por altos mandos.

Funciones:

- Ejecutar órdenes del área de producción.
- Manejo de inventarios de materia prima y productos terminados.
- Recepción de la estopa de coco.
- Extraer, cortar y moldear la fibra de la estopa de coco para formar la briqueta.
- Inspección y control de los procesos y equipos por parte del personal.
- Aplicar medidas preventivas y de control de calidad en el producto.
- Aseo de la planta de operación.
- Y otras actividades que la empresa requiera.

3.9.3. ORGANIGRAMA.

La estructura inicial de la organización es mínima ya que es una microempresa se iniciarán operaciones con una estructura básica.



4. ESTUDIO ECONÓMICO

La empresa COCARBON empleará los recursos económicos propios para empezar a operar y se invertirá en la maquinaria y herramientas indispensables para poder cubrir la demanda de productos estimada.

4.1. INVERSIONES

Las inversiones que se realizarán para el equipamiento de la planta de producción será la siguiente:

No.	DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO Y MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	Almágana de 10lbs	1	\$15.00	\$15.00
2	Tijera	2	\$2.00	\$4.00
3	Cubetas grandes	2	\$6.00	\$12.00
4	Capa nylon	5	\$1.00	\$5.00
5	Rastrillos	2	\$3.00	\$6.00
6	MAQUINARIA			
7	Prensas manuales	2	\$100.00	\$200.00
TOTAL				\$242.00

La inversión a realizar en el proyecto es de \$242.00, donde la Asociación tiene una participación de un 100% representado por \$242.00 dólares en efectivo.

La inversión inicial será de \$1,306.55, considerando el equipo de oficina

4.2. COSTOS DE OPERACIÓN

La empresa COCARBON tendrá Costos Variables de fácil adquisición porque posee abundancia de materia prima para utilizarla y el agua a utilizar será poca ya que se reutilizará el agua para procesar el producto.

4.2.1. COSTOS VARIABLES

El costo de adquisición de la estopa de coco de 2500 unidades será de \$25.00 y \$25.00 de transporte para llevarlo hasta la empresa.

Se consideran los operarios porque iniciaremos con uno pagándole \$40.00 y aumentarán las contrataciones conforme crezca la empresa, se comprarán 309 cajas inicialmente.

DESCRIPCIÓN	Costo Unitario
2500 Estopas de coco	\$0.02
12 cubetas de agua	\$0.25
Empaque	\$0.03
Mano de Obra (1 operario)	\$0.02
Total por unidad	\$0.32

El costo variable para la producción es de \$0.32 dólares por unidad producida.

4.2.2. COSTOS FIJOS

Considerando que COCARBON es una microempresa se establece el recurso humano mínimo para iniciar operaciones y se detalla su proyección a continuación:

4.2.3. COSTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Las inversiones que se realizarán para el equipamiento de la planta de producción es la siguiente:

No.	DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	Almágana de 10lbs	1	\$15.00	\$15.00
2	Tijera	2	\$2.00	\$4.00
3	Cubetas grandes	2	\$6.00	\$12.00
4	Capa nylon	5	\$1.00	\$5.00
5	Rastrillos	2	\$3.00	\$6.00
	MAQUINARIA			
6	Prensas manuales	2	\$100.00	\$200.00
7	Prensas Industriales	2	\$1,000.00	\$2,000.00
8	Extractores de fibra	2	\$1,000.00	\$2,000.00
TOTAL				\$4,242.00

Las prensas industriales y los extractores de fibra se obtendrán en el año 1 pero no se incluye en inversión inicial porque la empresa ya está en operaciones.

4.2.4. COSTOS DE MANTENIMIENTO

Para el mantenimiento de la maquinaria y equipo utilizado será como se presenta en el siguiente cuadro.

CANTIDAD	U/M	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Lata	Grasa industrial	\$3.50	\$3.50
1	Lata	Aceite 3 en 1	\$5.00	\$5.00
TOTAL				\$8.50

El aceite se comprará a partir del mes en que se adquiera el equipo industrial, mes 6, 7, 10 y 11.

4.2.5. COSTOS DE MANO DE OBRA

La asignación de salario es en base a capacidad de pago de la empresa y para el primer mes será de:

Cantidad	Cargo	Salario (mes)	Salario (anual)	Prestaciones (15.5%)	Aguinaldo	TOTAL para un período
1	Gerente	\$40.00	\$480.00	\$74.40	\$20.00	\$425.60
1	Vendedor	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
1	Contador Externo	\$120.00	\$1,440.00	\$0.00	\$0.00	\$1,440.00
4	TOTALES	\$200.00	\$2,400.00	\$148.80	\$40.00	\$2,291.20

Para el mes 12 se tendrán empleados a 12 operarios y un vendedor porque la empresa aumentará sus operaciones y necesitará más recurso humano para cubrir la demanda de producción y el área de ventas.

4.2.6. PROYECCIONES DE UNIDADES PRODUCIDAS PARA LA VENTA

Las unidades a producir en los 12 meses del primer año serán de:

Producto	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12	TOTAL
Carbón Eco	309	617	926	1,235	1,543	1,852	2,160	2,469	2,778	3,086	3,395	3,704	24,074
TOTAL	309	617	926	1,235	1,543	1,852	2,160	2,469	2,778	3,086	3,395	3,704	24,074

Para el primer año es según la proyección son 24,074 unidades de carbón anual de 5kg, obteniendo un promedio de 2,006 Kilogramos de carbón mensuales.

4.2.7. PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS

PRECIO DE MERCADO POR UNIDAD

Tomando en cuenta el costo de la producción y los precios de la competencia se estima el precio de venta de \$1.01, un crecimiento de \$0.05 para el mes 4 y el otro aumento al mes 7 considerando los gastos cuando crezca la empresa.

Mes	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	TOTAL
Precio	\$1.06	\$1.06	\$1.06	\$1.06	\$1.06	\$1.06	\$1.10	\$1.10	\$1.11	\$1.16	\$1.16	\$1.16	\$13.15
Promedio													\$1.10
TOTAL													

Los precios promedio de venta para el primer año son de \$1.10 dólares.

4.2.8. FLUJO DE CAJA:

La empresa considera los ingresos por ventas y los gastos en que se incurrirán para operar mes a mes y se detalla en la tabla siguiente:

Ingresos	\$327.54	\$654.02	\$981.56	\$1,309.10	\$1,635.58	\$1,963.12
EGRESOS	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Costos Variables						
Materia Prima	\$50.00	\$99.84	\$149.84	\$199.84	\$249.68	\$299.68
Empaque	\$9.27	\$18.51	\$27.78	\$37.05	\$46.29	\$55.56
Agua	\$15.00	\$29.95	\$44.95	\$59.95	\$74.90	\$89.90
Mantenimiento	\$3.50	\$0.00	\$3.50	\$0.00	\$0.00	\$7.00
Costos Fijos						
Salarios	\$200.00	\$285.00	\$376.00	\$414.00	\$600.00	\$630.00
Gastos Administrativos	\$93.18	\$93.18	\$293.18	\$167.00	\$115.00	\$1,115.00
Materiales de Oficina	\$20.55	\$0.00	\$39.20	\$0.00	\$0.00	\$51.20
TOTAL	\$391.50	\$526.48	\$934.45	\$877.84	\$1,085.87	\$2,248.34
SALDO	(\$63.96)	\$127.54	\$47.11	\$431.26	\$549.71	(\$285.22)
SALDO ACUMULADO	(\$63.96)	\$63.58	\$110.69	\$541.95	\$1,091.66	\$806.44

Ingresos	\$2,376.00	\$2,715.90	\$3,083.58	\$3,579.76	\$3,938.20	\$4,296.64	\$26,861.00
EGRESOS	M7	M8	M9	M 10	M 11	M 12	TOTAL
Costos Variables							
Materia Prima	\$349.51	\$399.51	\$449.51	\$499.35	\$549.35	\$599.35	\$3,895.47
Empaque	\$64.80	\$74.07	\$83.34	\$92.58	\$101.85	\$111.12	\$722.22
Agua	\$104.85	\$119.85	\$134.85	\$149.81	\$164.81	\$179.81	\$1,168.64
Mantenimiento	\$214.00	\$0.00	\$7.00	\$250.00	\$0.00	\$500.00	\$985.00
Costos Fijos	\$640.00	\$740.00	\$770.00	\$870.00	\$870.00	\$870.00	\$7,265.00
Salarios	\$1,115.00	\$155.00	\$155.00	\$1,155.00	\$1,155.00	\$155.00	\$5,766.54
Gastos Administrativos	\$14.20	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$14.20	\$25.00	\$164.35
Materiales de Oficina	\$2,502.37	\$1,488.44	\$1,599.71	\$3,016.74	\$2,855.21	\$2,440.28	\$19,967.22
TOTAL	(\$126.37)	\$1,227.46	\$1,483.87	\$563.02	\$1,082.99	\$1,856.36	\$6,893.78
SALDO	\$680.07	\$1,907.53	\$3,391.41	\$3,954.43	\$5,037.42	\$6,893.78	\$13,787.56
SALDO ACUMULADO							

El saldo acumulado de \$26,861.00 dólares al final del primer año. Lo cual representa un buen flujo acumulado para financiar las operaciones productivas de la Asociación COCARBON.

4.2.9. ESTADO DE RESULTADOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$26,861.00	\$27,666.83	\$26,283.49	\$26,809.16	\$28,149.62
Costos Directos	\$5,786.33	\$5,959.92	\$6,079.12	\$6,200.70	\$6,510.74
Mantenimiento de la maquinaria	\$985.00	\$1,014.55	\$1,034.84	\$1,055.54	\$1,108.31
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	\$6,771.33	\$6,974.47	\$7,113.96	\$7,256.24	\$7,619.05
Utilidad Bruta	\$20,089.67	\$20,692.36	\$19,169.53	\$19,552.92	\$20,530.57
%	75%	75%	73%	73%	73%
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Salarios	\$7,265.00	\$7,482.95	\$7,632.61	\$7,785.26	\$8,174.52
Compra de maquinaria	\$4,252.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Materiales de Oficina	\$164.35	\$169.28	\$172.67	\$176.12	\$184.93
Equipo de oficina	\$1,064.55	\$1,096.49	\$1,118.42	\$1,140.78	\$1,197.82
Depreciación	\$880.00	\$880.00	\$880.00	\$880.00	\$880.00
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$13,625.90	\$9,628.72	\$9,803.69	\$9,982.17	\$10,437.27
UTILIDAD OPERACIONES	\$6,463.77	\$11,063.64	\$9,365.84	\$9,570.75	\$10,093.29
%	24%	40%	36%	36%	36%

COCARBON compra maquinaria solo el año 1 lo que indica que para el año 2. Se considera para el año 2 un crecimiento de 3%, año 3 el 0.95%, año 4 el 2% y año 5 el 5%.

4.2.10. PROYECCIONES: VAN, TIR, BENEFICIO COSTO

	Operación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	\$1,306.55	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Utilidad del ejercicio	\$0.00	\$6,463.77	\$11,063.64	\$9,365.84	\$9,570.75	\$10,093.29
Flujo neto de efectivo	\$0.00	\$6,893.78	\$7,100.59	\$6,745.56	\$6,880.47	\$7,224.50
Factor de descuento	12%	\$1,602.91	\$2,179.71	\$1,933.37	\$1,974.15	\$2,078.13
Valor descontado		\$11,754.64	\$15,984.53	\$14,178.03	\$14,477.08	\$15,239.66
VAN	\$23,782.80	"El VAN del proyecto es mayor que cero por tal razón se acepta ya que es capaz de recuperar la inversión, cubrir los costos en los que se incurrirán durante su vida útil y generará utilidades por un valor de \$23,782.80 para los accionistas. La TIR es 14.19 que es mayor a la del mercado nacional lo que indica que es más rentable invertir en el proyecto de COCARBON que en el mercado financiero. La relación costo beneficio es mayor que 1, lo que indica que por cada \$1.00 invertido en el proyecto obtendremos \$0.52 adicionales, lo que significa que el proyecto es factible. "				
TIR	14.19%					
Período de recuperación	15 meses					
Tasa de descuento del VAN	12%					

CALCULO DE VAN

$$VAN = \sum_{T=1}^N \frac{VT}{(1+T)^N} - II$$

$$VAN = \frac{\$6,893.778}{(1+0.12)^1} + \frac{\$7,100.59}{(1+0.12)^2} + \frac{\$6,745.56}{(1+0.12)^3} + \frac{\$6,880.47}{(1+0.12)^4} + \frac{\$7,224.50}{(1+0.12)^5} - \$1,306.55$$

$$VAN = \$6,155.16 + \$5,660.55 + \$4,801.45 + \$ + \$4,099.47 - \$1,306.55$$

$$VAN = \$23,782.80$$

CALCULO DE LA TIR

Considerando que VAN= \$23,782.80 aplicamos la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{\$6,893.778}{(1+T)^1} + \frac{\$7,100.59}{(1+T)^2} + \frac{\$6,745.56}{(1+T)^3} + \frac{\$6,880.47}{(1+T)^4} + \frac{\$7,224.50}{(1+T)^5} - \$1,306.55$$

Considerando una tasa del 14.19% sustituyendo da como resultado:

$$\begin{aligned} \$23,782.80 &= \frac{\$6,893.778}{(1+T)^1} + \frac{\$7,100.59}{(1+T)^2} + \frac{\$6,745.56}{(1+T)^3} + \frac{\$6,880.47}{(1+T)^4} + \frac{\$7,224.50}{(1+T)^5} \\ &\quad - \$1,306.55 \end{aligned}$$

$$\$23,782.80 = \$25,089.35 - \$1,306.55$$

$$\$23,782.80 = \$23,782.80$$

4.2.11. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Considerando la naturaleza de la empresa el periodo de recuperación de la inversión es el siguiente:

Inversión Inicial	\$1,306.55
Flujo neto de efectivo promedio de 5 años	\$1,060.58
Porcentaje de recuperación ⁴⁰	1.23
Periodo de Recuperación ⁴¹	15

⁴⁰PRI=II/Flujo de Efectivo = 1.23

⁴¹PRI= Porcentaje de Recuperación*12 = 1.23*12 = 14.78 = 15 meses.

4.2.11. BALANCE PROYECTADO. COCARBON CONSIDERA LA PROYECCIÓN DEL BALANCE GENERAL PROYECTADO TOMANDO LOS RESULTADOS ANTERIORMENTE REALIZADOS:

BALANCE GENERAL INICIAL	AÑO BASE		BALANCE PROYECTADO		GENERAL	BALANCE PROYECTADO		GENERAL
			AÑO 1			AÑO 2		
ACTIVOS								
ACTIVOS CIRCULANTE		\$2,164.94		\$18,741.89			\$20,714.15	
Efectivo y Equivalentes	\$2,000.00		\$3,000.00			\$4,500.00		
Inventarios	\$76.76		\$15,741.89			\$16,214.15		
Pagos por anticipado	\$88.18		\$0.00			\$0.00		
ACTIVOS FIJOS	\$1,310.05	\$1,310.05	\$5,562.05	\$4,682.05		\$4,682.05	\$3,802.05	
Depreciación	\$0.00		\$880.00			\$880.00		
TOTAL DE ACTIVOS			\$3,474.99		\$23,423.94			\$24,516.20
PASIVO								
PASIVO CIRCULANTE			\$1,474.99		\$3,392.68			\$4,901.49
Impuestos por pagar		\$0.00		\$1,615.94			\$2,765.91	
Cuentas por pagar		\$1,474.99		\$1,776.74			\$2,135.58	
Otros gastos	\$1,474.99		\$1,776.74			\$2,135.58		
PATRIMONIO			\$2,000.00		\$20,031.26			\$19,614.71
Capital Social	\$2,000.00		\$2,000.00			\$2,000.00		
Utilidades del período	\$0.00		\$6,463.77			\$11,063.64		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			\$3,474.99		\$23,423.94			\$24,516.20

BALANCE GENERAL PROYECTADOS			BALANCE GENERAL PROYECTADOS			BALANCE GENERAL PROYECTADOS		
AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	\$23,288.43			\$26,994.20			\$32,900.16	
\$6,750.00			\$10,125.00			\$15,187.50		
\$16,538.43			\$16,869.20			\$17,712.66		
\$0.00			\$0.00			\$0.00		
\$3,802.05	\$2,922.05		\$2,922.05	\$2,042.05		\$2,042.05	\$1,162.05	
\$880.00			\$880.00			\$880.00		
		\$26,210.48			\$29,036.25			\$34,062.21
		\$14,804.85			\$17,425.71			\$21,929.14
	\$2,341.46			\$2,392.69			\$2,523.32	
	\$12,463.39			\$15,033.02			\$19,405.82	
\$12,463.39		\$11,405.63	\$15,033.02		\$11,610.54	\$19,405.82		\$12,133.07
\$2,000.00			\$2,000.00			\$2,000.00		
\$9,365.84			\$9,570.75			\$10,093.29		
		\$26,210.48			\$29,036.25			\$34,062.21

4.2.12. TABLA DE DEPRECIACIONES

El valor a depreciar de la maquinaria será calculada en base al 20% equivalente a 5 años de vida útil⁴²:

Cant	DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO	MONTO	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
2	Extractor de fibra	\$2,000.00	5 años	\$400.00	\$33.33
4	Prensa Manual	\$400.00	5 años	\$80.00	\$6.67
2	Prensa industrial	\$2,000.00	5 años	\$400.00	\$33.33
	Total	\$4,400.00		\$880.00	\$73.33

4.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y PUNTO DE EQUILIBRIO

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

El análisis de sensibilidad para el proyecto muestra que necesita vender un 67% en el primer año y 49% en el año 2, 53% los próximos 3 como mínimo para no tener pérdidas, los precios tendrían que bajar un 34% año 1, 50% el segundo año, y 48% los últimos 3 para que empiece a perder dinero. El proyecto no es tan sensible a cambios en los precios sino en el volumen de producción ya que el costo requiere el 55% de las ventas promedio.

PUNTO DE EQUILIBRIO:

$$P.E. = VENTAS - \frac{COSTO FIJO TOTAL}{(PRECIO DE VENTA - COSTO VARIABLE UNITARIO)}$$

⁴²Ley del Impuesto Sobre la Renta, art. 30 y Reglamento del Impuesto Sobre la renta, art. 30.

$$P.E. = \$33,880.58 \frac{\$16,166.43}{(\$1.11 - \$0.32)}$$

$$P.E. = \$13,416.74$$

4.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES A REALIZAR

No	MesesActividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Surgimiento de la idea de negocio	X											
2	Preparación del anteproyecto		X										
3	Estudio preliminar		X		X								
4	recolección de información para construir el proyecto					X							
5	Estudio de mercado					X							
6	Determinación de la Oferta y la demanda					X							
7	Análisis Financiero					X							
8	Evaluación técnica del proyecto					X							
9	Propuesta plan Negocio						X						
10	Legalización de la empresa							X					
11	Adquisición de local donde se ubicara la empresa							X					
12	Equipamiento de la planta productiva							X					
13	Adquisición e instalación de mobiliario								X				
14	Compra de materias primas								X				
15	Asignación de recursos Humanos y sus funciones								X				
16	Comprobación funcional de la empresa								X				
17	Puesta en marcha del proyecto e inicio de la producción									X			

5. EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO

Para conocer el impacto ambiental del proyecto consideraremos los siguientes aspectos.

5.1. VALOR SOCIAL DE LA PRODUCCIÓN

La contribución social que tendrá el proyecto para la población migueleña es mejorar la calidad de vida considerando los siguientes beneficios:

Creación de Empleos Directos: Con la creación de la empresa COCARBON se espera generar en el primer año 12 plazas fijas para operar en la planta productiva. Conforme la empresa crezca y se posicione el producto en el mercado nacional y aumente la demanda se espera incorporar más plazas para aportar en el desarrollo del municipio y de las familias.

Generación de Empleos Indirectos: Al establecer la empresa se dará la apertura a oportunidades para las personas que viven alrededor de ésta para establecer micro negocios de comida y tiendas para el personal de la empresa y recolectores de estopas de coco.

Disminución de la Migración hacia otras ciudades o países: Al establecer la empresa se reducirá el nivel de migración de las personas hacia otras ciudades o países ya que se contará con una fuente de empleo que garantizará que se reduzca el nivel de migración laboral.

Producto Alternativo de Carbón Vegetal: Los beneficios de la implementación del proyecto a la población son ofrecer un producto alternativo para cocinar los alimentos, reutilizar los desperdicios para mejorar la presentación de las zonas públicas, contribuyendo así al cuidado de la salud, se fomentará la cultura de reciclaje de desperdicios del coco.

5.2. VALOR SOCIAL DE LA NATURALEZA

Una empresa viabiliza la huella que va a dejar la ejecución de su proceso productivo en la naturaleza debiendo ser más los beneficios que las consecuencias sobre esta;

Con la producción de carbón a base de la estopa de coco se estará contribuyendo a la reducción de desperdicios de coco en zonas públicas, reducción en la contaminación de los ríos y mantos acuíferos de la ciudad, además con el uso del carbón ecológico se estarán minimizando las emisiones de gases contaminantes en el aire como lo es el dióxido de carbono se tendrá también un beneficio para las personas que usan este producto pues este no genera humo dañino para la salud.

Considerando los altos volúmenes de desperdicios originados del coco porque solo se comercializa el agua por los negociantes pequeños y medianos, la empresa ha tomado en cuenta reutilizar las estopas del coco para ofrecer un carbón alternativo a base de los desperdicios reduciendo la tala de árboles y la basura de las zonas públicas.

La contribución que la empresa generara en cuanto a reducción de desperdicios orgánicos de coco en la ciudad estará en un promedio de 30 toneladas mensuales aproximadamente con las cuales se producirá los 7798 Kilogramos de carbón que se han proyectado.

6. BIBLIOGRAFIA.

Leyes Primarias:

Ley de Medio Ambiente de El Salvador.

Código de Salud de El Salvador.

Leyes Secundarias:

Derlis D. Silva Arce (2013) Proyecto de creación de una fábrica de briquetas de aserrín en Santa Rosa del Aguaray. Tesis de licenciatura Universidad Tecnológica Intercontinental (UTIC) Paraguay.

Gabidia, Raul Alvares. 2011. Manual de Tecnologías Apropriadas. <http://www.fundesyram.info/biblioteca/displayFicha.php?fichaID=240>

Gabriel Baca U. Evaluación de proyectos, Quinta edición, Editorial Mc Graw Hill 2006.

García Rodríguez J. M., Guerrero M. Guía técnica, Cultivo del cocotero. 48 paginas. Ministerio de agricultura y ganadería, CENTA.

Gisel A. Oviedo corredor (2012) Plan de negocios para la fabricación y comercialización de briquetas de carbón vegetal a partir de los desechos de la madera y orgánicos en el área de Magdalena medio, Santander. Tesis de Licenciatura universidad industrial de Santander, Escuela de estudios industriales y empresariales (Colombia).

Linda Pinson, Anatomía de un plan de negocios, 5ta. Edición año 2003. Editor Lorena Ramírez Traductor: Roberto Quezada, Librería Hispanoamericana. Capítulo 5.

Marta Elena Quintanilla Alas, Industrialización de la fibra de estopa de coco 2010,

Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain. Preparación y evaluación de proyectos. 5ta edición Editorial Mc Graw Hill Colombia. 2008

Richard B. Chase, F. Robert Jacobs. Administración de operaciones producción y cadena de suministros. Duodécima edición. Mc Graw Hill.

Vilcarromero Ruiz R. la gestión de la producción editada por la fundación universitaria andaluza inca Garcilaso. Perú.

7. ANEXOS.

Consolidación de la Tabulación.

TABULACIÓN GENERAL					
PREGUNTAS	RESPUESTAS	NUMERO DE ENCUESTAS			TOTAL
		26	27	27	
GIRO	Comedor	10	11	16	37
	Tortillería	7	8	3	18
	Taquería	4	5	4	13
	Pupusería	5	3	4	12
CARGO	Propietario	6	17	11	34
	Mesero	2	4	8	14
	Cocinero	18	6	8	32
EDAD	18 a 30 años	19	27	27	73
	31 a 60 años	7	0	0	7
SEXO	M	8	7	12	27
	F	18	20	15	53
1. ¿Que utiliza usted para cocinar sus productos?	Leña	10	1	6	17
	Gas	16	18	20	54
	Carbon	0	8	1	9
2. ¿Con qué frecuencia utilizaría el carbón ecológico?	Dia	8	9	6	23
	Semana	14	2	3	19
	Mes	4	16	18	38
3. ¿Qué tipo de productos usted preferiría comprar?	Ecológicos	6	6	1	13
	Contaminantes	0	7	9	16
	Le es Indiferente	20	14	17	51
4. ¿Ha escuchado o Conoce usted de algunos productos que estén elaborados a base de fibras naturales?	Si	7	3	6	16
	No	19	24	21	64
5. ¿Ha escuchado sobre la fibra de coco?	Si	6	2	6	14
	No	20	25	21	66
6. ¿Conoce las ventajas que tienen los productos que están elaborados con fibras naturales? Ejemplo: (no contaminan, Son Biodegradables, De menor costo, Mayor duración)	SI	6	3	6	15
	No	20	24	21	65

7. ¿Sabía usted que a partir de la fibra de coco se puede crear Carbón ecológico?	Si	0	3	6	9
	No	26	24	21	71
8. ¿Estaría dispuesto/a a comprar Carbón Ecológico y con este preparar sus productos?	Si	20	14	22	56
	No	6	13	5	24
9.¿Qué lo motivaría a comprar carbón ecológico?	Precio	19	9	8	36
	Duración o Rendimiento	5	10	12	27
	Presentación	1	5	1	7
	Otros	1	3	6	10
10. ¿En qué presentaciones le gustaría comprar el carbón ecológico?	1Kg	14	2	5	21
	2Kg	5	4	6	15
	3Kg	1	8	3	12
	5Kg	6	13	13	32
11. ¿Qué forma le gustaría que tuviera la briqueta de carbón?	Redonda	10	7	6	23
	Cuadrada	4	2	7	13
	Las Dos Presentaciones	12	18	14	44
12. ¿Qué tamaño desea que tenga cada briqueta?	Pequeña (3 Cm)	13	2	9	24
	Mediana (7Cm)	5	14	6	25
	Grande (15Cm)	8	11	12	31
13. ¿Dónde le gustaría comprar el carbón ecológico?	Súper mercado	8	11	12	31
	Tiendas	4	14	6	24
	Fabricantes	14	2	9	25
14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el Kilogramo de carbón ecológico?	\$1.50	17	6	10	33
	\$1.75	8	8	11	27
	\$2.00	1	13	6	20

Haga volente de publicidad

Muy pronto en El Salvador!!!

Eco carbón



Elaborada a base
de Fibra de Coco



Ventajas:

- ✓ Dura más que el carbón de madera
- ✓ No genera llamas
- ✓ No produce humo contaminante ni gases tóxicos
- ✓ El calor se focaliza en un sólo punto
- ✓ Fácil encendido
- ✓ Fácil sustracción de desechos al consumirse
- ✓ Es material 100% orgánico
- ✓ Se utiliza en la industria de Restaurantes que ofrecen parrilladas gourmet
- ✓ Los alimentos cocinados no se contaminan con elementos nocivos a la salud
- ✓ Su costo de adquisición es más bajo

Logo de producto



Formularios de legalización de la empresa

Paso 1: SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL O EMBLEMA

(Formulario FSPI02)

Hora / fecha de presentación y sello		FACSIMIL	
REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL			
DATOS DEL SOLICITANTE			
NOMBRE:		Código	
NIT:			
EDAD:		PROFESION:	
DOMICILIO:		NACIONALIDAD:	
CIUDAD:			
PAIS:			
CALIDAD EN QUE ACTUA:			
<input type="checkbox"/> Personal <input type="checkbox"/> Apoderado <input type="checkbox"/> Representante Legal <input type="checkbox"/> Gestor Oficioso			
Si es Apoderado, datos de inscripción de Poder en el Registro de Comercio:			
Número	Libro	De	Otros Contratos

Mercantiles	
Posee alguna de las inhabilidades establecidas en el artículo 67 del Código Procesal Civil y Mercantil	
<input type="checkbox"/> si <input type="checkbox"/>no	
Si es Representante Legal, datos de inscripción de Poder en el Registro de Comercio:	
A) Escritura de Constitución de Sociedad (o Pacto Social vigente):	
Número Libro De Sociedades	
b) Credencial de Junta Directiva:	
Número Libro De Sociedades	
Si actúa como Gestor Oficioso, justificar gravedad y urgencia:	
DATOS DEL TITULAR	
NOMBRE O RAZON SOCIAL:	Código
NIT:	
DOMICILIO:	NACIONALIDAD:
CIUDAD:	
PAIS:	
Si es persona jurídica:	
NATURALEZA:	
Si es persona natural:	Si es persona natural:
EDAD:	PROFESION:
DATOS DEL NOMBRE COMERCIAL O EMBLEMA	
NOMBRE/IDENTIFICACION DEL NOMBRE COMERCIAL O EMBLEMA:	
TIPO DE SIGNO DISTINTIVO:	
<input type="checkbox"/> Nombre Comercial <input type="checkbox"/> Emblema	
TRADUCCION:	
IDENTIFICAR:	

<input type="checkbox"/> Empresa <input type="checkbox"/> Establecimiento	
GIRO O ACTIVIDAD MERCANTIL DE LA EMPRESA O ESTABLECIMIENTO(S) QUE IDENTIFICA: (si el espacio no es suficiente, escribir al reverso o en hoja anexa)	
RESERVAS: <input type="checkbox"/> El derecho de utilizar el signo distintivo en cualquier tipo de letra, color o combinación de colores <input type="checkbox"/> El derecho de utilizar el signo distintivo tal como se presenta <input type="checkbox"/> Otra: (especificar)	
PETICIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Tener por parte al solicitante <input type="checkbox"/> Agregar documentación adjunta • Admitir la solicitud y darle trámite de ley <input type="checkbox"/> Se invoca primer uso comercial • Inscribir el signo distintivo solicitado <input type="checkbox"/> Otra: (especificar) 	
ANEXOS: <input type="checkbox"/> Continuación de giro o actividad mercantil <input type="checkbox"/> 15 modelos o ejemplares del signo de la empresa o establecimiento que distintivo identifica <input type="checkbox"/> Documentos de personería (especificar) <input type="checkbox"/> Otro: (especificar) <input type="checkbox"/> Documentos de fianza (gestor oficioso)	
NOTIFICACIONES Indicación de los medios autorizados por el solicitante para recibir notificaciones	
DIRECCIÓN:	PERSONA AUTORIZADA (para notificar en dirección o en la oficina del Registro):

DIRECCIÓN DE e-mail: (si el solicitante señala este medio se tomará como fecha de notificación el día de envío del e-mail, del cual se agregará una copia al expediente, lo cual acepta por medio de la indicación de su dirección de correo electrónico en la presente casilla y la firma de la solicitud)		NUMERO DE FAX: (Si el solicitante señala este medio se tomará como fecha de notificación el día de envío del fax, de cuya confirmación de envío se agregará una copia al expediente, lo cual acepta por medio de la indicación de su número de fax en la presente casilla y la firma de la solicitud)	
LUGAR Y FECHA:			
FIRMA SOLICITANTE	SELLO ABOGADO	FIRMA ABOGADO	DIRECTOR
AUTENTICA DE FIRMA DEL SOLICITANTE (si la solicitud es presentada por persona distinta del solicitante)			
DOY FE: Que la firma que calza la anterior solicitud es AUTENTICA por haber sido _____ a mi presencia por _____, de _____ años de edad, _____, del domicilio de _____, a quien ___ conozco e identifico por medio de su _____ número _____. En la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _____ de dos mil _____.			

INSTRUCCIONES PARA LLENAR FORMULARIO FSPI02

Completar a máquina o a mano con letra de molde legible, estampar las firmas y el respectivo sello de abogado y presentar en las ventanillas de recepción de documentos del Registro de la Propiedad Intelectual.

Favor dejar en blanco los espacios escritos en rojo, pues son de uso exclusivo del Registro de Propiedad Intelectual.

El facsímil o modelo adherido en la solicitud debe ser igual a los 15 modelos que se anexan. Estos deben tener unas dimensiones máximas de 8 x 8 cms. Si el modelo se imprime en la solicitud, favor anexar una versión en formato digital o enviarla a propiedadintelectual@cnr.gob.sv, haciendo referencia al número de presentación de la solicitud.

Si la solicitud es presentada por una persona natural o por el representante legal de una persona jurídica, deberá llevar firma y sello de abogado director.

Únicamente cuando se trate del representante legal de una sociedad mercantil inscrita en el Registro de Comercio o de un apoderado, cuyo poder se encuentra inscrito en el mismo Registro, bastará relacionar los datos de inscripción en las casillas correspondientes sin necesidad de anexar original o copia certificada de los documentos con que acredita su personería.

En todos los demás casos de representación, deberá anexar original o copia certificada de los documentos con que acredita su personería (Ejemplo: poderes no inscritos, partidas de nacimiento, etc.) y señalarlo así en la casilla correspondiente a anexos.

Si la solicitud es presentada por una persona diferente al solicitante, deberá traer firma autenticada por notario.

Paso 2:

ALA
ATM

RESISTA 01

CHEQUE SERIE "PRO" No. 503004581400113578

DE _____ US\$ _____

PAGUESE A LA ORDEN DE _____

LA CANTIDAD DE _____ DOLARES.

 5030458144.0113578.110303
Banco Agrícola, S.A. 0003
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C. A.
00905935

FIRMA _____

03:0101:0000050304581440113578

Paso 3:

MODELO DE ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE

NUMERO _____. En la ciudad de _____, a las _____ horas y _____ minutos del día _____ de _____ de _____. Ante mí, _____, Notario, de este domicilio, comparecen: El señor _____, de _____ años de edad, _____, del domicilio de _____ y de nacionalidad _____, a quien (no) conozco, pero identifico por medio de _____, número _____; y el señor El señor _____, de _____ años de edad, _____, del domicilio de _____ y de nacionalidad _____, a quien (no) conozco, pero identifico por medio de _____, número _____; Y ME DICEN: Que por medio de este instrumento convienen en constituir una Sociedad de Naturaleza Anónima, de conformidad con las cláusulas siguientes: I) NATURALEZA, REGIMEN DE CAPITAL, DENOMINACION, Y NACIONALIDAD: La Sociedad que se constituye es de naturaleza Anónima, sujeta al régimen de Capital Variable, que girará con la denominación de “_____”, seguida de las palabras SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE, pudiendo utilizar como abreviatura “_____, S.A. DE C.V.”; siendo de nacionalidad salvadoreña. II) DOMICILIO: El domicilio de la Sociedad es la ciudad de _____ en el Departamento de _____. III) PLAZO: La Sociedad que se constituye es por un plazo indeterminado (si es determinado, expresar el plazo convenido). IV) FINALIDAD SOCIAL: La Sociedad tendrá por finalidad: _____. V) CAPITAL SOCIAL: La Sociedad se constituye con un Capital Social de _____ DÓLARES, moneda de curso legal, representado y dividido en _____ acciones comunes y nominativas de un valor nominal de (Puede ser de \$1.⁰⁰ o múltiplo de 1) _____ DÓLARES, cada una, siendo su Capital Social Mínimo la suma de _____ DÓLARES. VI) SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL: El capital social está totalmente suscrito y se ha pagado el

(5% como mínimo) _____ por ciento de cada acción, así: El señor _____ ha suscrito _____ acciones y ha pagado la suma de _____ dólares; y el señor _____ ha suscrito _____ acciones y ha pagado la suma de _____ dólares. El pago respectivo es hecho por medio de cheque certificado que al final de esta escritura relacionaré. (El capital suscrito y no pagado se pagará en el plazo de un año, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura en el Registro de Comercio. Además, deberá establecerse la manera en que se realizará el pago de la parte insoluta). VII) **CONDICIONES PARA EL AUMENTO Y DISMINUCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL:** Los aumentos y disminuciones de capital social se harán previo acuerdo de Junta General Extraordinaria de Accionistas, adoptado con el voto favorable de las tres cuartas partes de las acciones en que se encuentre dividido y representado el capital social. La Junta General Extraordinaria de Accionistas fijará los montos de los aumentos o disminuciones de capital social; asimismo, en caso de aumento de capital social, determinará la forma y términos en que debe hacerse la correspondiente suscripción, pago y emisión de las nuevas acciones, en su caso, todo de conformidad a la Ley y a las estipulaciones contenidas en esta escritura. Todo aumento o disminución de capital social deberá inscribirse en el Libro a que se refiere el Artículo 312 del Código de Comercio, el cual podrá ser consultado por cualquier persona que tenga interés en ello. VIII) **DE LAS ACCIONES:** Las Acciones serán siempre nominativas; por tanto, los requisitos de emisión de los títulos, del libro de registro de accionistas, la representación de acciones, la transmisión o la constitución de derechos reales sobre ellas, y demás regulaciones relativas a las acciones, se regularán de conformidad con el Código de Comercio. Los títulos de las Acciones o los Certificados representativos de las mismas, serán firmados por el Presidente de la Junta Directiva o quien haga sus veces o por el Administrador Único de la Sociedad, en su caso. **DERECHO PREFERENTE DE SUSCRIPCIÓN DE ACCIONES EN CASO DE AUMENTO:** En caso de aumento de capital social, los accionistas gozarán de derecho preferente de suscripción de acuerdo a lo establecido en el Artículo 157 del Código de Comercio. IX) **GOBIERNO DE LA SOCIEDAD:** Las Juntas Generales de Accionistas constituirán

la suprema autoridad de la Sociedad, con las facultades y obligaciones que señala la ley. X) JUNTAS GENERALES: Las Juntas Generales de Accionistas serán Ordinarias, Extraordinarias o Mixtas si su convocatoria así lo expresare; sus respectivas competencias, convocatorias, quórum, agendas, porcentajes de votación, y demás aspectos legales que deben observar se regirán por las disposiciones establecidas en la Sección "C", Capítulo VII, Título II, del Libro Primero del Código de Comercio. XI) ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACION LEGAL: La administración de la sociedad, según lo decida la Junta General de Accionistas, estará confiada a un Administrador Único Propietario y su respectivo Suplente o a una Junta Directiva compuesta de _____ Directores Propietarios y sus respectivos Suplentes (o un solo suplente si así lo deciden los otorgantes), que se denominarán: (Nominar los Cargos: Director Presidente, Director Vicepresidente, etc.) _____. Tanto el Administrador Único y su suplente como los miembros de la Junta Directiva, durarán en sus funciones _____ años (7 años máximo), pudiendo ser reelectos. Las vacantes temporales o definitivas de los directores únicos o de junta directiva, se suplirán de conformidad con las reglas establecidas en el Artículo 264 del Código de Comercio. Para el ejercicio de la representación judicial y extrajudicial de la sociedad y uso de la firma social, se estará a lo dispuesto por el Artículo 260 del mismo Código. En consecuencia, el Administrador Único o la Junta Directiva, también podrán confiar las atribuciones de representación judicial y extrajudicial a cualquiera de los Directores que determine o a un gerente de su nombramiento. Asimismo, para el caso de la representación judicial el Administrador Único o la Junta Directiva podrán nombrar a un Representante Judicial, de conformidad a lo establecido en el inciso segundo del Artículo 260 del Código de Comercio y cuyo nombramiento deberá inscribirse en el Registro de Comercio. XII) ATRIBUCIONES DE LA ADMINISTRACION: La Junta Directiva o el Administrador Único en su caso, estarán encargados de: a) Atender la organización interna de la sociedad y reglamentar su funcionamiento; b) abrir y cerrar agencias, sucursales, oficinas o dependencias; c) Nombrar y remover a los gerentes y demás ejecutivos o empleados, señalándoles sus atribuciones y remuneraciones; d) Crear las

plazas del personal de la sociedad; e) Reglamentar el uso de las firmas; f) Elaborar y publicar los estados financieros en tiempo y forma; g) Convocar a los accionistas a juntas generales; h) Proponer a la junta general la aplicación de utilidades, así como la creación y modificación de reservas y la distribución de dividendos o pérdidas. La Junta Directiva podrá delegar sus facultades de administración y representación en uno de los directores o en comisiones que designe de entre sus miembros, quienes deberán ajustarse a las instrucciones que reciban y dar periódicamente cuenta de su gestión.

XIII) REUNION DE LOS ORGANOS DE ADMINISTRACION: Cuando exista Junta Directiva, ésta se reunirá ordinariamente una vez cada _____ (semanal, mensual, etc.), o cuando se crea conveniente, en el domicilio de la sociedad o en cualquier otro lugar fuera o dentro del territorio de la república, si así se expresare en la convocatoria, la cual se hará por el gerente o por cualquiera de los directores, por escrito, telefónicamente o por cualquier otro medio, inclusive electrónico. Los acuerdos de la sesión se asentarán en el Libro de Actas que para tal efecto lleve la sociedad y habrá quórum con la asistencia de la mayoría de sus miembros y tomarán sus resoluciones por la mayoría de los votos presentes. Asimismo, las sesiones de junta directiva podrán celebrarse a través de video conferencias, cuando alguno o algunos de sus miembros o la mayoría de ellos se encontraren en lugares distintos, dentro o fuera del territorio de la república, siendo responsabilidad del director secretario grabar por cualquier medio que la tecnología permita, la video conferencia y hacer una transcripción literal del desarrollo de la sesión que asentará en el libro de actas correspondiente, debiendo remitir una copia de la misma por cualquier sistema de transmisión, a todos los miembros de la junta directiva, quienes además podrán requerir una copia de la grabación respectiva.

XIV) DE LA GERENCIA: La Junta Directiva o el Administrador Único en su caso, podrán nombrar para la ejecución de decisiones a uno o varios gerentes o subgerentes, y los poderes que se les otorguen determinarán la extensión de su mandato. Tanto el nombramiento de gerentes o subgerentes como los poderes conferidos deberán ser inscritos en el Registro de Comercio, así como su revocatoria. Asimismo, cuando la terminación de los poderes conferidos se produzca por la cesación de

las funciones del representante legal que los haya conferido o de quien haga sus veces, deberán otorgarse nuevos poderes e inscribirlos en el Registro de Comercio, así como solicitar la cancelación registral de los poderes terminados.

XV) AUDITORIA: La Junta General Ordinaria de Accionistas nombrará a un Auditor por el plazo que estime conveniente, el cual no podrá ser menor de un año, ni exceder de _____ años, para que ejerza todas las funciones de vigilancia de la administración de la sociedad, con las facultades y obligaciones que determina la ley. En caso de muerte, renuncia, incapacidad o inhabilidad del Auditor, la junta general elegirá a otra persona para que ejerza las funciones de vigilancia de la administración social. Asimismo, la Junta General Ordinaria elegirá a un Auditor Fiscal de conformidad como dispone el Código Tributario. En caso de muerte, renuncia, incapacidad o inhabilidad del auditor fiscal, la junta general estará obligado a nombrar nuevo auditor fiscal dentro de diez días hábiles siguientes de suscitada la muerte, renuncia, incapacidad o inhabilidad, debiendo informar dicho nombramiento a la Administración Tributaria en la forma prevista en el Artículo 131 del Código Tributario, dentro del plazo de cinco días hábiles de ocurrido el nombramiento. Asimismo, los nombramientos del Auditor y del Auditor Fiscal deberán inscribirse en el Registro de Comercio.

XVI) EJERCICIO ECONOMICO: El ejercicio económico de la sociedad será de un año, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 98 del Código Tributario.

XVII) RESERVAS: Las reservas sociales serán las que indiquen los Artículos 123, 124 y 295 del Código de Comercio.

XVIII) DISOLUCION Y LIQUIDACION: La disolución de la sociedad procederá en cualquiera de los casos contemplados en la ley, debiendo reconocerse las causales respectivas de conformidad como señala el Artículo 188 del Código de Comercio. Disuelta la sociedad, se pondrá en liquidación, observándose las disposiciones del Capítulo XI, del Título II, del Libro Primero del Código de Comercio. La junta de liquidadores que se nombre, estará integrada por _____ miembros; la sustitución de cualquiera de los liquidadores se hará de la misma forma en que se debe realizar el nombramiento.

XIX) NOMBRAMIENTO DE LA PRIMERA ADMINISTRACION: Los otorgantes del presente acto, acuerdan que para el primer período de ____ años, la administración de la sociedad estará a

cargo de (Junta Directiva) (Administrador Único) y sus respectivos suplentes y acuerdan elegir a los señores _____ (expresar las generales de los electos a los cargos: edad, profesión, domicilio y nacionalidad), para los cargos de _____, respectivamente. Yo el Notario Doy Fe: 1) Que he tenido a la vista el Cheque Certificado Número _____, Serie _____, librado en la ciudad de _____, contra el Banco _____, por la suma de _____ dólares, a favor de la sociedad que por medio de esta escritura se constituye. 2) Que antes del otorgamiento de este acto hice a los comparecientes la advertencia a que se refiere el Artículo 353 del Código de Comercio, respecto de la obligación de inscribir esta escritura en el Registro de Comercio y de las consecuencias de la falta de inscripción. Así se expresaron los comparecientes, a quienes expliqué los efectos legales del presente instrumento; y leído que les fue por mí, íntegramente en un solo acto sin interrupción, ratificaron su contenido y firmamos. DOY FE.-

MODELO DE ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL FIJO

NUMERO _____. En la ciudad de _____, a las _____ horas y _____ minutos del día _____ de _____ de _____. Ante mí, _____, Notario, de este domicilio, comparecen: El señor _____, de _____ años de edad, _____, del domicilio de _____ y de nacionalidad _____, a quien (no) conozco, pero identifico por medio de _____, número _____; y el señor El señor _____, de _____ años de edad, _____, del domicilio de _____ y de nacionalidad _____, a quien (no) conozco, pero identifico por medio de _____, número _____; Y ME DICEN: Que por medio de este instrumento convienen en constituir una Sociedad de Naturaleza Anónima, de conformidad con las cláusulas siguientes, las cuales a la vez conformarán sus Estatutos: I) NATURALEZA, REGIMEN DE CAPITAL, DENOMINACION, Y NACIONALIDAD: La Sociedad que se constituye es de naturaleza Anónima, sujeta al régimen de Capital Fijo, que girará con la denominación de “_____”, seguida de las palabras SOCIEDAD ANÓNIMA, pudiendo utilizar como abreviatura “_____, S.A.”; siendo de nacionalidad salvadoreña. II) DOMICILIO: El domicilio de la Sociedad es la ciudad de _____ en el Departamento de _____. III) PLAZO: La Sociedad que se constituye es por un plazo indeterminado (si es determinado, expresar el plazo convenido). IV) FINALIDAD SOCIAL: La Sociedad tendrá por finalidad: _____. V) CAPITAL SOCIAL: La Sociedad se constituye con un Capital Social de _____ DÓLARES, moneda de curso legal, representado y dividido en _____ acciones comunes y nominativas de un valor nominal de _____ DÓLARES, cada una. VI) SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL: El capital social está totalmente suscrito y se ha pagado el _____ por ciento de cada acción, así: El señor _____ ha suscrito _____ acciones y ha pagado la suma de _____ dólares; y el señor _____ ha suscrito _____ acciones y ha pagado la suma de _____ dólares. El pago respectivo es

hecho por medio de cheque certificado que al final de esta escritura relacionaré. (El capital suscrito y no pagado se pagará en el plazo de _____ años, contados a partir de esta fecha (o de la época que acuerden los otorgantes). VII) **CONDICIONES PARA EL AUMENTO Y DISMINUCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL:** Los aumentos y disminuciones de capital social se harán previo acuerdo de Junta General Extraordinaria de Accionistas, adoptado con el voto favorable de las tres cuartas partes de las acciones en que se encuentre dividido y representado el capital social. La Junta General Extraordinaria de Accionistas fijará los montos de los aumentos o disminuciones de capital social; asimismo, en caso de aumento de capital social, determinará la forma y términos en que debe hacerse la correspondiente suscripción, pago y emisión de las nuevas acciones, en su caso, todo de conformidad a la Ley y a las estipulaciones contenidas en esta escritura. Para todo aumento o disminución de capital social deberá otorgarse la escritura pública de modificación correspondiente, e inscribirse en el Registro de Comercio. Todos los acuerdos de aumento o disminución de capital social, quedan sujetos al cumplimiento de las disposiciones que al respecto regula el Código de Comercio. VIII) **DE LAS ACCIONES:** Las Acciones serán siempre nominativas, mientras su valor no se haya pagado totalmente. Una vez satisfecho por completo el valor nominal de las acciones, los accionistas tendrán la facultad de ejercer el derecho que se les confiere el Artículo 134 del Código de Comercio. Los requisitos de emisión de los títulos, del libro de registro de accionistas en su caso, la representación de acciones, la transmisión o la constitución de derechos reales sobre ellas, y demás regulaciones relativas a las acciones, se regularán de conformidad con el Código de Comercio. Los títulos de las Acciones o los Certificados representativos de las mismas, serán firmados por el Presidente de la Junta Directiva o quien haga sus veces o por el Administrador Único de la Sociedad, en su caso. **DERECHO PREFERENTE DE SUSCRIPCIÓN DE ACCIONES EN CASO DE AUMENTO:** En caso de aumento de capital social, los accionistas gozarán de derecho preferente de suscripción de acuerdo a lo establecido en el Artículo 157 del Código de Comercio. IX) **GOBIERNO DE LA SOCIEDAD:** Las Juntas Generales de Accionistas constituirán la suprema

autoridad de la Sociedad, con las facultades y obligaciones que señala la ley. X) JUNTAS GENERALES: Las Juntas Generales de Accionistas serán Ordinarias, Extraordinarias o Mixtas si su convocatoria así lo expresare; sus respectivas competencias, convocatorias, quórum, agendas, porcentajes de votación, y demás aspectos legales que deban observar se regirán por las disposiciones establecidas en la Sección "C", Capítulo VII, Título II, del Libro Primero del Código de Comercio. XI) ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACION LEGAL: La administración de la sociedad, según lo decida la Junta General de Accionistas, estará confiada a un Administrador Único Propietario y su respectivo Suplente o a una Junta Directiva compuesta de _____ Directores Propietarios y sus respectivos Suplentes, que se denominarán: _____. Tanto el Administrador Único y su suplente como los miembros de la Junta Directiva, durarán en sus funciones _____ años (5 años máximo), pudiendo ser reelectos. Las vacantes temporales o definitivas de los directores únicos o de junta directiva, se suplirán de conformidad con las reglas establecidas en el Artículo 264 del Código de Comercio. Para el ejercicio de la representación judicial y extrajudicial de la sociedad y uso de la firma social, se estará a lo dispuesto por el Artículo 260 del mismo Código. XII) ATRIBUCIONES DE LA ADMINISTRACION: La Junta Directiva o el Administrador Único en su caso, estarán encargados de: a) Atender la organización interna de la sociedad y reglamentar su funcionamiento; b) abrir y cerrar agencias, sucursales, oficinas o dependencias; c) Nombrar y remover a los gerentes y demás ejecutivos o empleados, señalándoles sus atribuciones y remuneraciones; d) Crear las plazas del personal de la sociedad; e) Reglamentar el uso de las firmas; f) Elaborar y publicar los estados financieros en tiempo y forma; g) Convocar a los accionistas a juntas generales; h) Proponer a la junta general la aplicación de utilidades, así como la creación y modificación de reservas y la distribución de dividendos o pérdidas. La Junta Directiva podrá delegar sus facultades de administración y representación en uno de los directores o en comisiones que designe de entre sus miembros, quienes deberán ajustarse a las instrucciones que reciban y dar periódicamente cuenta de su gestión. XIII) REUNION DE LOS ORGANOS DE ADMINISTRACION: Cuando exista Junta

Directiva, ésta se reunirá ordinariamente una vez cada _____ (semanal, mensual, etc.), o cuando se crea conveniente, en el domicilio de la sociedad o en cualquier otro lugar fuera o dentro del territorio de la república, si así se expresare en la convocatoria, la cual se hará por el gerente o por cualquiera de los directores, por escrito, telefónicamente o por cualquier otro medio, inclusive electrónico. Los acuerdos de la sesión se asentarán en el Libro de Actas que para tal efecto lleve la sociedad y habrá quórum con la asistencia de la mayoría de sus miembros y tomarán sus resoluciones por la mayoría de los votos presentes, teniendo el Presidente voto de calidad en caso de empate. Asimismo, las sesiones de junta directiva podrán celebrarse a través de video conferencias, cuando alguno o algunos de sus miembros o la mayoría de ellos se encontraren en lugares distintos, dentro o fuera del territorio de la república, siendo responsabilidad del director secretario grabar por cualquier medio que la tecnología permita, la video conferencia y hacer una transcripción literal del desarrollo de la sesión que asentará en el libro de actas correspondiente, debiendo remitir una copia de la misma por cualquier sistema de transmisión, a todos los miembros de la junta directiva, quienes además podrán requerir una copia de la grabación respectiva. XIV) DE LA GERENCIA: La Junta Directiva o el Administrador Único en su caso, podrán nombrar para la ejecución de decisiones a uno o varios gerentes o sub-gerentes, y los poderes que se les otorguen determinarán la extensión de su mandato. XV) AUDITORIA: La Junta General Ordinaria de Accionistas nombrará a un Auditor por el plazo que estime conveniente, el cual no podrá ser menor de un año, ni exceder de _____ años, para que ejerza todas las funciones de vigilancia de la administración de la sociedad, con las facultades y obligaciones que determina la ley. En caso de muerte, renuncia, incapacidad o inhabilidad del Auditor, la junta general elegirá a otra persona para que ejerza las funciones de vigilancia de la administración social. Asimismo, la Junta General Ordinaria elegirá a un Auditor Fiscal de conformidad como dispone el Código Tributario. En caso de muerte, renuncia, incapacidad o inhabilidad del auditor fiscal, la junta general estará obligado a nombrar nuevo auditor fiscal dentro de diez días hábiles siguientes de suscitada la

muerte, renuncia, incapacidad o inhabilidad, debiendo informar dicho nombramiento a la Administración Tributaria en la forma prevista en el Artículo 131 del Código Tributario, dentro del plazo de cinco días hábiles de ocurrido el nombramiento. XVI) EJERCICIO ECONOMICO: El ejercicio económico de la sociedad será de un año, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 98 del Código Tributario. XVII) RESERVAS: Las reservas sociales serán las que indican los Artículos 123, 124 y 295 del Código de Comercio. XVIII) DISOLUCION Y LIQUIDACION: La disolución de la sociedad procederá en cualquiera de los casos contemplados en la ley, debiendo reconocerse las causales respectivas de conformidad como señala el Artículo 188 del Código de Comercio. Disuelta la sociedad, se pondrá en liquidación, observándose las disposiciones del Capítulo XI, del Título II, del Libro Primero del Código de Comercio. La junta de liquidadores que se nombre, estará integrada por _____ miembros; la sustitución de cualquiera de los liquidadores se hará de la misma forma en que se debe realizar el nombramiento. XIX) NOMBRAMIENTO DE LA PRIMERA ADMINISTRACION: Los otorgantes del presente acto, acuerdan que para el primer período de ____ años, la administración de la sociedad estará a cargo de (Junta Directiva) (Administrador Único) y sus respectivos suplentes y acuerdan elegir a los señores _____, para los cargos de _____, respectivamente.

Yo el Notario Doy Fe: 1) Que he tenido a la vista el Cheque Certificado Número _____, Serie _____, librado en la ciudad de _____, contra el Banco _____, por la suma de _____ dólares, a favor de la sociedad que por medio de esta escritura se constituye. 2) Que antes del otorgamiento de este acto hice a los comparecientes la advertencia a que se refiere el Artículo 353 del Código de Comercio, respecto de la obligación de inscribir esta escritura en el Registro de Comercio y de las consecuencias de la falta de inscripción. Así se expresaron los comparecientes, a quienes expliqué los efectos legales del presente instrumento; y leído que les fue por mí, íntegramente en un solo acto sin interrupción, ratificaron su contenido y firmamos. DOY FE.-

Paso 4:

CENTRO NACIONAL DE REGISTROS, REGISTRO DE COMERCIO

SOLICITUD DE MATRICULA DE EMPRESA Y REGISTRO DE LOCAL(ES),
SUCURSAL(ES) O AGENCIA(S) DE PERSONA JURÍDICA POR PRIMERA VEZ.

Señor Registrador del Departamento de Matrículas de Empresa y Registro de locales, agencias y sucursales del Registro de Comercio, _____, con Número de Identificación Tributaria _____ actuando en mi calidad de _____ (Representante Legal/ Apoderado/ Gerente) de la sociedad, (denominación o razón social): _____, que puede abreviarse: _____, de nacionalidad _____, del domicilio de (municipio y departamento) _____.

I) De conformidad con lo establecido en los artículos 411, romano I y 415, ambos del Código de Comercio; artículos 11, literal "c" y 63, ambos de la Ley de Registro de Comercio; y de los artículos 3, numeral 1, 9 y 10, todos del Reglamento de la Ley de Registro de Comercio, por este medio vengo a solicitar formalmente en nombre de mi representada MATRICULA DE EMPRESA Y REGISTRO DE LOCAL(ES), SUCURSAL(ES) O AGENCIA(S) POR PRIMERA VEZ correspondiente al año _____, para lo cual DECLARO BAJO JURAMENTO para los efectos legales que establece el artículo 86 reformado de la Ley de Registro de Comercio, la siguiente información:

1.- Nombre Comercial de la Empresa (la denominación o razón social del titular no debe ser el nombre comercial de la empresa): _____.

2.- Naturaleza económica de la empresa (se refiere al sector productivo principal en el que se desarrolla): AGROPECUARIA () COMERCIAL () DE SERVICIO () INDUSTRIAL () OTRO TIPO DE NATURALEZA () _____.

3.- Actividad(es) Económica(s) que realiza la empresa (se refiere a la descripción de la actividad que desarrolla la empresa de acuerdo a la Naturaleza económica seleccionada en el numeral anterior): _____.

4.- EMPRESA que posee Sucursal(es), Local(es) o Agencia(s) en la(s) Dirección(es) siguiente(s):

Dirección y actividad económica que se desarrollará en el local: _____.

(Si declara la existencia de más de una sucursal, agencia o local, y realiza actividades económicas distintas en cada uno de ellos, especifique la actividad y dirección de cada uno.)

II) Para los efectos legales de la presente solicitud, adjunto comprobante(s) de pago de los Derechos Regístrales de Empresa y Registro de Local(es), agencia(s) o sucursal(s) correspondiente el año _____, número _____ y balance inicial de fecha _____; y

III) Señalo para recibir Notificaciones los medios siguientes: Teléfono _____ Fax _____ dirección electrónica _____, de los cuales autorizo indistintamente se utilice cualquiera de ellos; por lo que adicionalmente, comisiono a _____, con NIT _____ para recibir y retirar documentación y/o notificaciones del presente trámite. (Relacionar nombre según documento de identidad) _____



(Lugar y fecha de la solicitud)

F: _____

Representante legal/Apoderado/Gerente

(La firma de la solicitud debe ser legalizada por Notario si no la presenta personalmente el firmante).

Paso 5:

 <p>MINISTERIO DE HACIENDA DIRECCIÓN GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS TARJETA DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA</p> <p>NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE</p> <p>NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT)</p> <p>Fecha de Expedición 07/11/2014</p> <p>TIPO DE DOCUMENTO: DUI</p> <p>No. 0605507</p>	<p>PARA TODA GESTIÓN O TRÁMITE RELACIONADO CON LA ADMINISTRACIÓN FISCAL DEBERÁ PRESENTAR ESTA TARJETA O HACER REFERENCIA AL CORRESPONDIENTE NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA.</p>  <p>PARA CANCELACIÓN DEL REGISTRO LIC. JENIBEX WILMAR PANAMENO CASTRO JEFE DE OFICINA GENERAL DE CONTRIBUYENTES Y MANEJO DE CUENTA AFIDUATARIO</p> <p>No. 0605507</p>
--	--

Paso 6:

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN MIGUEL DEPARTAMENTO DE TASACION E IMPUESTOS</p> </div> <p style="text-align: center;">FORMULARIO PARA DECLARACION JURADA DE IMPUESTOS MUNICIPALES</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>A- DATOS DE LA EMPRESA. Nombre del Propietario: _____ Dirección: _____ Teléfono: _____ DUI: _____ NIT: _____ Denominación Comercial: _____ Dirección: _____ Teléfono: _____</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>B- DATOS DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA Actividad económica: _____ Fecha de Inicio de operaciones: _____ Tiene Matricula de Empresa: _____ Lleva Contabilidad formal _____ Nombre del Contador: _____ Tel: _____ Dirección: _____ El inmueble donde funciona el negocio es propiedad de: _____</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>C- FIJACION DEL ACTIVO IMPONIBLE Balance: _____ Activo Total: _____ \$ _____ Mas bienes inmuebles no incluidos en Balance _____ \$ _____ Total Activo sujeto a Impuesto _____ \$ _____ En caso de no existir balance detalle el monto del Activo y anéxelo a esta declaración.</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Declaro solemnemente bajo juramento que los datos rendidos en la presente declaración constituye verazmente la información requerida y se encuentra de acuerdo a los registros Contables de la Empresa.</p> <p style="text-align: center;">Firma: _____ Fecha: _____</p> </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA _____ Nombre: _____ Firma: _____ Sello: _____ San Miguel, _____ de _____ de _____</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">DEDUCCIONES</p> <p>Art. 42 son deducibles. Los activos invertidos en Sucursales o Agencias que operen en otra Jurisdicción.</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">ESPACIO RESERVADO PARA LA RECEPCION</p> <p>Fecha de Recepcion: _____ No. _____ Firma del Encargado: _____ Observaciones: _____ Observaciones: _____</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">ESPACIO RESERVADO PARA LA CALIFICACION Y TASACION</p> <p>Por tanto, en base a la Declaración Jurada No. _____ y documentación adjunta presentada el día _____ de _____, en la cual consta que el negocio propiedad de _____, consiste en _____</p> <p>Denominado Comercialmente: _____ Cuyo activo declarado es \$ _____ y de acuerdo a los Art. 14,15 y 16 de la Tabla de Arbitrios Municipales vigente, esta Alcaldía Calificará como Contribuyente a la Tesorería Municipal bajo el Código _____ Expediente _____ Clave _____, aplicándole los valores detallados a continuación:</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Periodo impositivo</th> <th style="text-align: left;">Activo Imponible</th> <th style="text-align: left;">Cargos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Impuesto Mensual</td> <td>\$ _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Especificos</td> <td>\$ _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Multas</td> <td>\$ _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Otros</td> <td>\$ _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Total Cargos</td> <td>\$ _____</td> </tr> </tbody> </table> <p>Observaciones: _____</p> </div>	Periodo impositivo	Activo Imponible	Cargos		Impuesto Mensual	\$ _____		Especificos	\$ _____		Multas	\$ _____		Otros	\$ _____		Total Cargos	\$ _____
Periodo impositivo	Activo Imponible	Cargos																	
	Impuesto Mensual	\$ _____																	
	Especificos	\$ _____																	
	Multas	\$ _____																	
	Otros	\$ _____																	
	Total Cargos	\$ _____																	

Paso 7:



DIRECCIÓN GENERAL DE INSPECCION DE TRABAJO

INSCRIPCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS

FORMULARIO DE INSCRIPCION DE PERSONA JURIDICA

RG-VL-DI-DIC-16

Señor

Director General de Inspección de Trabajo

Ministerio de Trabajo y Previsión Social

Presente

(INFORMACIÓN PERSONAL DE REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO)

Yo, _____, con Documento de
Identidad _____ y NIT _____ en
mi calidad de _____, de la Sociedad
denominada _____
_____ que se puede abreviar
_____ del domicilio de
_____ la cuál fue constituida por Escritura Pública otorgada en la
Ciudad de _____ a las _____ horas y _____
minutos del día _____ del mes de _____ del año
_____ con giro o actividad económica principal

(INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD)

Inscrita bajo el Número_____ de Folios _____ al _____ del Libro
Número _____ del Registro de Sociedades, con fecha de Inscripción
_____; y con Credencial de Representante Legal inscrita bajo
el Número_____del Libro_____ del Registro de Sociedades de
Folios _____ al _____ y con fecha de inscripción
_____.

(En caso de no agregar Credencial, indicar número de cláusula en donde se
designa al representante legal o administrador único) _____ NIT de la
empresa_____ correo Electrónico
_____Nombre del Representante
Legal:_____.

Por este medio vengo a solicitarle a favor de mi representada por PRIMERA VEZ
la inscripción del centro de trabajo en el Registro de Establecimientos, que para el
efecto lleva la Dirección General de Inspección de Trabajo para dar cumplimiento
a lo que establece el Art. 55 de la Ley de Organización y Funciones del Sector
Trabajo y Previsión Social y para ello proporciono la siguiente información:

(OTROS DATOS DE LA SOCIEDAD)

Dirección del Centro de Trabajo:
_____.

Teléfono: _____.

(Si posee establecimientos o sucursales adjuntar en documento aparte
direcciones, teléfonos, correos electrónicos y responsables de cada
establecimiento, en este caso anotar en este espacio la dirección de la casa
matriz).

Según Balance al: _____.

Presentado al Número _____ con un activo de (letras y números) _____.

(INFORMACIÓN INDISPENSABLE)

La designación de la persona que representará al Titular de la Empresa y establecimiento _____ (Esta persona deberá ser diferente al Representante Legal de la Persona Jurídica; ser persona nacional y adjuntar fotocopia de Documento Único de Identidad).

San Salvador, a los ____ días del mes de _____ de _____.

f. _____

Sello

INSTRUCCIONES PARA LLENAR EL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE UNA

PERSONA JURÍDICA

AL PRESENTE FORMULARIO DEBERÁ ADJUNTARSE LA DOCUMENTACIÓN SIGUIENTE: 1) Copia del formulario que contiene la solicitud; 2) Copia de Escritura de Constitución; 3) Copia de Credencial del Representante Legal; 4) Copia de Balance del último período fiscal; 5) Copia del Poder correspondiente en el caso de que la solicitud sea elaborada por un Apoderado de la Sociedad; 6) Copia del NIT de la Persona Jurídica; 7) Copia del documento de identidad del Representante Legal; 8) Copia del NIT del representante legal; 9) Copia del Documento Único de Identidad de la persona designada para representar al titular de la Empresa o Establecimiento.

Disposiciones Legales aplicables:

Art. 55 y 56 de la Ley de Organización y Funciones del Sector Trabajo y Previsión Social:

Art.55. Todo patrono está en la obligación de inscribir su empresa o establecimiento en los Registros que llevarán la Dirección General de Inspección de Trabajo y las Oficinas Regionales de Trabajo.

La inscripción deberá hacerse en la Oficina Regional correspondiente. El interesado solicitará por escrito la inscripción, proporcionando los datos que enseguida expresa, los cuales deberán consignarse en el asiento respectivo:

Nombre del patrono y de la empresa o establecimiento, así como la dirección de uno y otro;

Nombre del representante legal de la persona jurídica propietaria, cuando proceda, así como los datos relacionados con la personalidad jurídica de la misma;

Actividad principal de la empresa o establecimiento y su activo;

Número de inscripción en el Registro de Comercio de la escritura de constitución, si se tratare de una sociedad mercantil y el número de inscripción de la credencial del representante legal de la misma, en los casos previstos por la ley; y

La designación de la persona que representará al titular de la empresa o establecimiento.

La sola designación lleva implícita la concesión de las facultades generales del mandato y de las especiales que enumera el Art. 113 del Código de Procedimientos Civiles, inclusive de la transigir, y con él se entenderán las demandas y reclamaciones, quedando facultado para intervenir en ellas. (SUSTITÚYASE POR EL ART. 69 CÓDIGO PROCESAL CIVIL Y MERCANTIL)

Dicha inscripción deberá actualizarse cada año.

Todo cambio de los datos indicados en este Artículo, se informará a la respectiva Oficina para la modificación del asiento. El patrono sustituto está también obligado a inscribir la empresa o establecimiento.

Art. 56 La falta de inscripción de una empresa o establecimiento, hará incurrir a su Titular en una multa de QUINIENTOS HASTA DIEZ MIL COLONES (o su equivalente en dólares), de acuerdo a la capacidad económica del infractor.

Para los efectos judiciales y administrativos, la certificación de la inscripción de una empresa o establecimiento expedida por el funcionario competente, hará fe, respecto de la existencia de la persona jurídica titular y de la calidad de quienes han de representarla.

Página Web: www.mtps.gob.sv

Paso 8:

INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL
AVISO DE INSCRIPCIÓN DE PATRONO

					1. No. Patronal
2. Nombre del Patrono (Razón Social si se trata de persona jurídica):					
Apellido Patrono		Apellido Materno		Nombre	
Apellido del Esposo					
3. Dirección del Patrono (Particular u Oficina):					Teléfono:
Departamento: Municipio: Colonia: Calle: Número de L. ra					Pat:
					Celular:
4. Documento de Identidad Personal:					
DUI No. _____		NT _____		Correo Electrónico: _____	
Carné de Residente No. _____		Pasaporte No. _____			
5. Nombre Comercial del Centro de Trabajo:					
6. Dirección del Centro de Trabajo:					Teléfono:
Departamento: Municipio: Colonia: Calle: Número de Casa					Pat:
					Celular:
7. Actividad Principal de la Empresa		8. Cantidad de Trabajadores		9. Monto Estimado de Salario	
10. Fecha Ingresó al Régimen					
Día Mes Año					
11. Lugar y Fecha de Solicitud			12. Firma y Sello del Patrono		
Departamento: Municipio:		Día Mes Año			
PARA USO EXCLUSIVO DEL ISSS					
Módulo de Inscripción		Cód. Sector Empresa	Cód. Dirección Patrono	Cód. Tipo/Clas. de Neg.	Cód. Actividad Económica
Cód. Centro de Atención					
Día Mes Año					


C. SAFISS 130101015

13. Sociedad de Derecho			
Fecha con Fecha _____		Raja el No. _____ del Libro _____ de Fd. _____ a Fd. _____	
14. Persona Jurídica			
Nombre de los Socios		Firma	Tipo de Documento de Identidad
			Número 4 e Documento de Identidad
15. Representante Legal			
Nombre		Firma	No. de Documento de Identidad Personal
16. Dirección del Representante Legal			
Departamento: Municipio:		Colonia: Calle:	Número de Casa:
PARA USO EXCLUSIVO DEL ISSS			
Observaciones:			
Reservados todos los derechos.			
PARA USO DEPARTAMENTO DE INSPECCIÓN			
Empleado Responsable		V. B. del Supervisor	
Revisión	Localización	Certificación	Digitación
			Control de Calidad

INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL
REGISTRO DE FIRMAS

Fecha de Solicitud: _____			Número patronal: _____	
Día	Mes	Año		
Nombre del Patrono: _____				
Personas Autorizadas				
Nombre		Cargo o puesto desempeñado		Firmas
Nombre y Firma de Patrono o Representante Legal				Sello de la Empresa
				C. SAFISS 130101132

Paso 9:



Por el mañana que tú quieres

Para uso interno

Período: _____ No. De gestión: _____

Cod. documento: _____

NIT: _____

No. de expediente: _____

FORMULARIO PARA EL REGISTRO DE NIT'S
 (EL REGISTRO DE NIT AFUCA ÚNICAMENTE PARA EMPRESAS QUE COMENZARÁN A COTIZAR EN AFP CONFIA)

Datos de la empresa (Todos los campos son obligatorios)

Nombre Comercial: _____

Razón social: _____ NIT: _____

Giro del negocio: _____

Dirección: _____

Municipio: _____ Departamento: _____

Punto de referencia: _____

Correo electrónico: _____

Teléfono: _____ Fax: _____

Detallar nombre del Representante Legal si es Persona Jurídica o nombre del Propietario si es persona Natural
 (Todos los campos son obligatorios, si no posee alguna de la información requerida indicar "no posee")

Nombre completo del Representante Legal /Propietario: _____

Correo electrónico: _____

Teléfono: _____ Fax: _____

Contactos a inscribir al Programa "Confía Empresarial" para envío de información electrónica

Cargo	Nombre	Correo electrónico	Teléfono	Se autoriza a recibir información confidencial vía electrónica*	
Gerente Administrativo	_____	_____	_____	SI _____	No _____
Gerente Financiero	_____	_____	_____	SI _____	No _____
Gerente Recursos Humanos	_____	_____	_____	SI _____	No _____
Jefe de Recursos Humanos	_____	_____	_____	SI _____	No _____
Jefe de Planilla	_____	_____	_____	SI _____	No _____
Encargado de Planilla	_____	_____	_____	SI _____	No _____

* El firmante acepta que el correo electrónico que ha proporcionado sea almacenado en la base de datos de AFP CONFIA. Al aceptar que se le remita información por correo electrónico, reconoce que dicho medio no es seguro y que la información puede ser interceptada, extralada o estropeada por persona extraña y relinqua de responsabilidad a AFP CONFIA por el uso de este medio de envío de información. El firmante se compromete a notificar a la AFP cualquier cambio en la información proporcionada en este formulario.

Nombre, cargo y firma Representante de la empresa

Sello y fecha

Para uso interno

Empleado que recibió el Formulario registro de NIT's

Código de Empleado: _____ Nombre: _____

Departamento: _____ Fecha de recepción: _____

Ampliar la actividad que desarrolla la empresa: _____

Comentarios: _____

PMO 27/10/2010

CA-JOC026

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

No	Meses Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Surgimiento de la idea de negocio	X											
2	Preparación del anteproyecto		X										
3	Estudio preliminar		X		X								
4	recolección de información para construir el proyecto					X							
5	Estudio de mercado					X							
6	Determinación de la Oferta y la demanda					X							
7	Análisis Financiero					X							
8	Evaluación técnica del proyecto					X							
9	Propuesta plan Negocio						X						
10	Legalización de la empresa							X					
11	Adquisición de local donde se ubicara la empresa							X					
12	Equipamiento de la planta productiva							X					
13	Adquisición e instalación de mobiliario								X				
14	Compra de materias primas								X				
15	Asignación de recursos Humanos y sus funciones								X				
16	Comprobación funcional de la empresa								X				
17	Puesta en marcha del proyecto e inicio de la producción									X			

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.

El costo para poder efectuar la investigación será la detallada en el siguiente cuadro:

Ingresos en dólares US\$		Egresos en dólares US\$	
Aportes de Institución de Apoyo	\$0.00	Pago por asesorías	\$0.00
Recursos Propios	\$450.00	Libros y Papelería	\$35.00
		Transporte y material didáctico	\$300.00
		Transcripción de documentos	\$0.00
		Honorarios profesionales de los investigadores	\$60.00
		Otros gastos	\$55.00
Total de Ingresos	\$450.00	Total de Egresos	\$450.00