

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



“Propuesta de un Modelo de Empresa, para la Integración de los Productores de Antojos Típicos Salvadoreños de la Micro Región los Nonualcos, como Cooperación para el Desarrollo Económico Social”

PRESENTADO POR
JORGE ARMANDO HENRÍQUEZ PORTILLO
ANA ELIZABETH MONTESINOS CHICAS
YESENIA MARISOL VALLE ROMERO

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
INGENIERO INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, SEPTIEMBRE DE 2006

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTORA

:

DRA. MARÍA ISABEL RODRÍGUEZ

SECRETARIA GENERAL :

LICDA. ALICIA MARGARITA RIVAS DE RECINOS

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO

:

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIO

:

ING. OSCAR EDUARDO MARROQUÍN HERNÁNDEZ

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR

:

ING. OSCAR RENÉ ERNESTO MONGE

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:
INGENIERO INDUSTRIAL

Título :

“Propuesta de un Modelo de Empresa, para la Integración de los Productores de Antojos Típicos Salvadoreños de la Micro Región los Nonualcos, como Cooperación para el Desarrollo Económico Social”

Presentado por :

**JORGE ARMANDO HENRÍQUEZ PORTILLO
ANA ELIZABETH MONTESINOS CHICAS
YESENIA MARISOL VALLE ROMERO**

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docentes Directores:

**ING. OSCAR RENÉ ERNESTO MONGE
ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ**

San Salvador, septiembre de 2006

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docentes Directores:

ING. OSCAR RENÉ ERNESTO MONGE

ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ

AGRADECEMOS:

A NUESTROS ASESORES, Ing. René Monge e Ing. Omar Aguilar, por sus consejos y recomendaciones durante el desarrollo de nuestro trabajo de graduación. Por el apoyo que nos brindaron.

A TODOS LOS DOCENTES, que a lo largo de nuestra carrera contribuyeron a la formación académica de cada uno de nosotros.

Jorge Armando Henríquez Portillo

Ana Elizabeth Montesinos Chicas

Yesenia Marisol Valle Romero

AGRADEZCO:

A DIOS TODOPODEROSO. Que nunca me ha fallado, siempre ha estado en cada momento, me ha brindado tranquilidad en momentos difíciles de mi vida y al final ha logrado que junto a mis compañeras hayamos culminado el presente trabajo de graduación; gracias diosito.

A MI PADRE Y A MI MADRE. Que siempre me han apoyado en los momentos difíciles, en los momentos de tristeza y en los momentos de crisis, ya que tuvieron que emigrar del país por la situación económica que afrontábamos, con el objetivo de sacar adelante a sus hijos; por eso y por la comprensión que siempre han tenido hacia mis hermanos y hacia mi, los amo mas que a nada en este mundo.

A MIS HERMANOS. Javier y Jeovanny, que me han brindado momentos de alegría y han sabido comprenderme, brindándome confianza y apoyándome en mis planes; los quiero mucho hermanitos.

A MIS ABUELOS. En especial a mi abuela Aminta que ha sido la persona que ha estado a mi lado desde hace 7 años, con quien hemos tenido alegrías y tristezas, momentos difíciles y momentos felices; también a mis abuelos paternos, que cuando tienen la oportunidad tratan de hacerme sentir cómodo.

A MIS TIOS. En especial a mi Tío Carlos y Tía Edith, que me han entregado su confianza y apoyo a cada momento, también a los demás tíos que han sabido entender el esfuerzo que se requiere para obtener un logro como es la culminación de un periodo importante en la vida de cualquier estudiante, como es finalizar el trabajo de graduación.

A MI NOVIA. Lilian, te agradezco por todo lo que hiciste porque mi tesis avanzara lo mas rápido posible, se que siempre te preocupabas a mi lado cuando las cosas no estaban tan bien y sabias encontrar las palabras adecuadas para reconfortarme, eres la persona mas bella de este mundo. Que Dios te bendiga.

A MIS COMPAÑERAS. Ana y Yesenia, quienes son excelentes personas y no tengo ninguna duda que triunfaran en la vida y llegaran a ser personas de provecho tanto para sus familias como para su país, hubo ocasiones en que dude que pudiésemos finalizar el presente trabajo de graduación; pero con la ayuda de Dios y el esfuerzo de cada uno lo logramos. Muchísimas gracias compañeras, les deseo lo mejor del mundo en su futuro y gracias por soportarme.

A MIS AMIGOS. Agradezco a todos mis amigos porque cada uno contribuyo de alguna manera a que alcanzara este logro, antes de mencionarlos aclaro que el orden no representa la importancia de cada uno, todos son importantes por igual: Hans, Andrés, Marvin, Emilia, Idalia, Kathleen, Lic. Patricia, Juan, Julio, Ing. Patricia, Francisco, David Legle, Melissa, Miguel, Ana, Yesenia, Flor Saravia, Familia Campos, Keyri, Karla, Familia Medrano, etc.

Jorge Armando H. Portillo

AGRADEZCO:

A DIOS TODO PODEROSO: Por estar siempre a mi lado, ayudarme y bendecirme en cada momento de mi vida. Siempre has caminado a mi lado y nunca me has dejado sola. Te doy Gracias de todo corazón por el amor y fortaleza que me has dado.

A MIS PADRES:

Lucy (QDDG): No sabes mamá cuanta falta nos has hecho, la vida no ha sido fácil desde tu partida, he logrado uno de tus sueños y se que estas muy feliz por mi. Gracias por no dejarnos, se que siempre has estado con nosotros, Gracias Por tu dedicación, tus consejos, tu apoyo incondicional, y por el gran amor que nos tienes y hacérselo sentir aun en la hora de tu muerte. ¡Te Amo con todo el corazón y siempre vivirás en nosotros!

Alfredo: Te admiro mucho por ser un hombre luchador, y por apoyarnos siempre en nuestros sueños, se que siempre podemos contar contigo, el sueño de terminar mi carrera no lo hubiese logrado sin tu apoyo. ¡Gracias Papá!

A MIS HERMANOS:

Mirna: Eres a mejor hermana que le pudo tocar a alguien y yo fui afortunada, Gracias por ser mi hermana y mi mejor amiga!, Si viniera a la tierra de nuevo, te elijo a ti nuevamente. Nunca te lo he dicho, pero te admiro muchísimo y me siento muy orgullosa de ti. Gracias por brindarme tu apoyo incondicional, tus consejos y tu amor, por ser como eres y sabes que puedes contar conmigo toda la vida.... ¡Te Amo colochita, Que Dios te Bendiga!

Marvin: Hermanito, eres un hombre al que admiro muchísimo, por tu valentía y ganas de triunfar en la vida. Gracias por tu apoyo incondicional, tus consejos y protección. ¡Te Amo mucho colochito y que Dios siga derramando bendiciones sobre ti y tu familia!

Medardo: Por tu apoyo, le pido a Dios que derrame bendiciones sobre ti y tu familia.

A MI AMOR: Nunca creí encontrar a alguien tan especial como tú, me has brindado todo el amor, comprensión, ternura y dedicación que buscaba. Le agradezco muchísimo a Dios por permitirnos conocernos, y enamorarnos, y a la vez le pido que derrame bendiciones sobre nosotros, para que prolongue la felicidad que nos ha regalado. ¡Te Amo con toda el alma! y se que eres el hombre con el que quiero compartir mi vida. ¡Gracias! mi amor por darme tanta felicidad y darme el regalo mas

bello que puede tener una mujer. Me siento motivada, realizada y completa contigo, me das la fuerza que necesito. ¡Gracias Carlos por tu amor y amistad e impulsarme a continuar!

A MI BEBÉ: Eres el regalo más maravilloso que Dios me ha podido dar, sueño con tu sonrisa y tu mirada. Te espero con mucho anhelo, aun no te conozco y ya "Te Amo" con toda el alma. Escuchar tus latidos; es la experiencia mas linda que hemos vivido tu papi y yo, te has convertido en nuestra mayor felicidad y motivación. ¡Le pido a Dios que te bendiga siempre!. ¡Gracias bebito por ser mi inspiración y mi fuerza de lucha!

A MIS TÍOS (AS) Y ABUELITOS: Les agradezco profundamente sus consejos, dedicación y su apoyo incondicional. ¡Que Dios Los bendiga siempre!.

A MIS PRIMAS: Por estar siempre a mi lado, por sus consejos y su apoyo. Las quiero como hermanas. ¡Que Dios las bendiga!.

A MIS COMPAÑEROS: Yesenia y Armando, por ser realmente unos excelentes amigos y compañeros, el tiempo compartido con ustedes ha sido una linda experiencia y me han enseñado mucho. Les deseo triunfo en su vida y ¡Que Dios los Bendiga siempre!

A MIS AMIGOS(AS): Ada, Miguel, Mayra, Yesenia, Armando, Juan José, Miriam, Flor, William, Salvador, Juan Carlos y Omar, les agradezco profundamente por sus muestras de amistad, cariño y apoyo incondicional en todo momento, me siento muy afortunada, por que se, que en las buenas y malas siempre puedo contar con ustedes. ¡Que Dios los bendiga a todos!.

Y a todos aquellos que de una u otra manera, forman parte de lo que soy y he logrado hasta ahora.

Ana E. Montesinos

AGRADEZCO:

A Dios mi Eterno Padre, por el amor y la fortaleza que me ha brindado durante toda mi vida y más aún durante mi carrera; por la sabiduría y por enseñarme que con Él lo puedo todo. Para Ti la gloria de este triunfo.

A María Santísima, que ha sido para mí la modelo de mujer valiente y humilde durante todo este tiempo, para ti la honra de tu servidora.

A mi Madre amada, el amor de Dios encarnado, que ha sido la razón de vivir más grande que el Todopoderoso me ha dado. Infinitamente gracias mamá por su apoyo incondicional y por inspirarme día a día a aprovechar cada oportunidad. Te amo.

A mi Padre (Q.E.P.D.). Estoy segura que desde el cielo celebras conmigo este triunfo porque siempre fui tu orgullo y entrega. Gracias papá.

A Pati, mi hermana querida que ha sido una de las principales guías de mi vida, por tu apoyo y comprensión.

A mis hermanos, Fileno, Emelinda y Carlos, por su cariño y acompañamiento durante toda mi vida.

A Any y Armando, mis queridos y verdaderos amigos. Gracias por su paciencia y comprensión, por lo que compartimos durante la carrera. Que Dios les bendiga abundantemente.

A Mirna, Juan y Flor, por su apoyo y amistad sincera. Por brindarnos su ayuda en todo momento.

A mi comunidad “Familia de Jesús”. Gracias por sus oraciones y su cariño, por el apoyo moral que me han dado, por ayudarme a crecer espiritualmente.

A todos aquellos que de alguna u otra manera contribuyeron para que alcanzara esta meta. Muchas gracias.

Yesenia M. Valle Romero

INDICE

CAPITULO I: GENERALIDADES.....	- 1 -
A. INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
B. OBJETIVOS.....	- 2 -
C. ALCANCES	- 3 -
D. LIMITACIONES	- 4 -
E. IMPORTANCIA.....	- 4 -
F. JUSTIFICACIÓN.....	- 6 -
G. RESULTADOS ESPERADOS.....	- 7 -
H. CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL INDUSTRIAL UNIFORME	- 7 -
CAPITULO II : MARCO CONCEPTUAL	- 8 -
A. ANTECEDENTES.....	- 8 -
1. TENDENCIAS DE LAS EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS SALVADOREÑOS.....	- 8 -
2. TENDENCIAS DE LAS EXPORTACIONES DE ANTOJOS TÍPICOS SALVADOREÑOS	- 9 -
2.1 Exportaciones	- 9 -
2.2 Mercado salvadoreño en Estados Unidos.....	- 9 -
2.3 Beneficios Comerciales para la exportación.	- 10 -
2.4 Comercialización de los productos salvadoreños en E.U.	- 11 -
B. ANTECEDENTES EN EL SALVADOR	- 12 -
1. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS.....	- 12 -
1.1 Contribución Futura De La Producción De Alimentos Al PIB.....	- 12 -
2. PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ANTOJOS TÍPICOS SALVADOREÑOS	- 12 -
2.1 Mercado formal.....	- 13 -
2.1 Mercado Informal.....	- 13 -
C. ANTECEDENTES DE LA MICRO REGION LOS NONUALCOS.	- 13 -
1. DESCRIPCIÓN DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS.	- 13 -
1.1 Nombre y ubicación geográfica	- 14 -
2. ASPECTOS SOCIALES Y ECONOMICOS DE LA MICROREGION LOS NONUALCOS	- 15 -
2.1 Población, extensión y densidad poblacional.....	- 15 -
2.2 Antojos típicos que elaboran.	- 17 -
CAPITULO III : DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA ASOCIACION MICROREGION LOS NONUALCOS	- 18 -
A. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS	- 18 -
1. INTRODUCCIÓN.	- 18 -
2. ORGANIZACIÓN INTERNA.....	- 19 -
2.1 Misión	- 19 -

2.2 Objeto de la Asociación.....	- 19 -
3. ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS.....	- 20 -
3.1 Obstáculos.....	- 21 -
B. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PRODUCTORES.....	- 21 -
1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 21 -
1.1 Investigación De Datos Primarios	- 21 -
1.2 Investigación De Datos Secundarios	- 22 -
2. IDENTIFICACIÓN DEL UNIVERSO	- 23 -
2.1 Área o Zona De Productores De Los Antojos Típicos Salvadoreños	- 23 -
2.2 Segmentación de Productores de antojos típicos salvadoreños	- 24 -
3. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA PARA PRODUCTORES DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS.....	- 25 -
3.1 Tipo de muestreo.....	- 25 -
3.2 Asignación de Encuestas	- 27 -
4. DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	- 27 -
5. RESULTADOS OBTENIDOS.....	- 27 -
5.1 Parte I: Generalidades.....	- 28 -
5.2 Parte II: Comercialización.....	- 28 -
5.3 Parte III: Organización.....	- 29 -
5.4 Parte IV: Recursos Humanos.....	- 29 -
5.5 Parte V: Producción.....	- 29 -
5.6 Parte VI: Operación	- 29 -
C. DIAGNOSTICO.....	- 30 -
CAPITULO IV : IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE ANTOJOS TÍPICOS SALVADOREÑOS	- 31 -
A. CLASIFICACIÓN DE LA COMIDA TÍPICA SALVADOREÑA	- 31 -
1. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS.....	- 34 -
1.1 Aspectos considerados	- 34 -
B. SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS PARA MERCADO NACIONAL Y ESTADOUNIDENSE	- 35 -
1. EVALUACIÓN PARA LA SELECCIÓN DEL PRODUCTO (MERCADO NACIONAL).....	- 35 -
1.1 Definición de criterios:	- 35 -
1.2 Ponderación de los criterios:	- 40 -
2. EVALUACIÓN PARA LA SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS (MERCADO ESTADOUNIDENSE)	- 41 -
2.1 Definición de criterios:	- 41 -
2.2 Ponderación de los criterios:	- 43 -
3. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS.....	- 44 -
3.1 Selección:	- 44 -
3.2 Descripción	- 45 -

CAPITULO V: ANALISIS DE MERCADO	- 52 -
A. METODOLOGÍA GENERAL DE LA INVESTIGACION.....	- 52 -
1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	- 52 -
2. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	- 52 -
2.1 Investigación De Datos Primarios	- 52 -
2.2 Investigación De Datos Secundarios	- 52 -
B. MERCADO CONSUMIDOR NACIONAL	- 55 -
1. ANTECEDENTES DEL MERCADO.....	- 55 -
1.1 Características.....	- 56 -
2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	- 56 -
2.1 Metodología aplicada al mercado consumidor.....	- 56 -
2.2 Segmentación De Mercado Nacional	- 59 -
2.3 Determinación Del Universo.....	- 60 -
2.4 Determinación De La Muestra	- 61 -
2.5 Asignación de Encuestas	- 62 -
3. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS OBTENIDOS.....	- 62 -
4. RESULTADOS OBTENIDOS.....	- 63 -
5. ANÁLISIS DE PRECIOS.....	- 65 -
5.1 Precios actuales de las pupusas y tamales de elote en el mercado nacional.	- 66 -
5.2 Precios de las empanadas, riguas y nuegados según la investigación de campo.	- 66 -
5.3 Fijación del precio de cada producto.....	- 66 -
6. PROPUESTAS Y ESTRATEGIAS.....	- 67 -
6.1 Producto	- 67 -
6.2 Precio.....	- 67 -
6.3 Plaza.....	- 68 -
6.4 Promoción.....	- 68 -
C. MERCADO CONSUMIDOR ESTADOUNIDENSE	- 69 -
1. ANTECEDENTES DEL MERCADO.....	- 69 -
1.1 Características.....	- 69 -
2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	- 70 -
2.1 Metodología aplicada al mercado consumidor.....	- 70 -
2.2 Segmentación De Mercado	- 72 -
2.3 Determinación Del Universo.....	- 73 -
2.4 Determinación De La Muestra	- 74 -
2.5 Asignación de Encuestas	- 75 -
3. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS OBTENIDOS.....	- 76 -
4. RESULTADOS OBTENIDOS.....	- 76 -
5. ANALISIS DE LA DEMANDA PARA EL MERCADO NACIONAL Y ESTADOUNIDENSE	- 78 -
5.1 Determinación de la demanda potencial para el proyecto.	- 78 -

5.2 Proyecciones	- 82 -
6. ANÁLISIS DE PRECIO	- 83 -
6.1 Estructura del precio de Exportación	- 85 -
6.2 Precio Preliminar	- 85 -
7. PROPUESTAS Y ESTRATEGIAS	- 87 -
7.1 Producto	- 87 -
7.2 Plaza	- 89 -
7.3 Precio.....	- 90 -
7.4 Promoción.....	- 90 -
D. MERCADO ABASTECEDOR.....	- 91 -
1. ANTECEDENTES DEL MERCADO.....	- 91 -
2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	- 91 -
2.1 Metodología aplicada	- 91 -
3. CARACTERÍSTICAS DE LA MATERIA PRIMA.....	- 92 -
3.1 Determinación de Materias primas a utilizar por producto.....	- 92 -
3.2 Requerimientos de las materias primas.....	- 93 -
3.3 Características.....	- 94 -
4. FUENTES DE LAS MATERIAS PRIMAS.....	- 99 -
4.1 Materias primas en El Salvador.....	- 99 -
4.2 Precios de las Materias Primas.....	- 102 -
5. RESULTADOS DEL MERCADO ABASTECEDOR.....	- 103 -
6. PROYECCIONES	- 103 -
7. COMPARACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA APARENTE.....	- 107 -
8. PROPUESTAS Y ESTRATEGIAS.....	- 109 -
E. MERCADO COMPETIDOR.....	- 110 -
1. ANTECEDENTES.....	- 110 -
2. INVESTIGACION DE CAMPO.....	- 110 -
2.1 Metodología aplicada	- 111 -
3. ANALISIS DEL MERCADO COMPETIDOR.....	- 111 -
3.1 Competencia directa.....	- 111 -
3.2 Competencia indirecta.....	- 112 -
3.3 Precios De Los Productos En El Mercado.....	- 112 -
3.4 Demanda cubierta por la competencia.....	- 114 -
3.5 Perfil de los competidores	- 115 -
4. RESULTADOS DEL MERCADO COMPETIDOR.....	- 116 -
5. ESTRATEGIAS.....	- 116 -
F. DIAGNOSTICO.....	- 116 -
CAPITULO VI : CONCEPTUALIZACION DEL DISEÑO	- 117 -
A. OBJETIVOS.....	- 117 -

1. OBJETIVO GENERAL	- 117 -
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	- 118 -
B. PROCESO DE DISEÑO.	- 118 -
1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 118 -
2. ANÁLISIS DEL PROBLEMA	- 119 -
2.1 Variables y Limitaciones de Entrada y salida.....	- 119 -
2.2 Variables de Solución.....	- 120 -
2.3 Restricciones	- 121 -
2.4 Criterios	- 121 -
2.5 Volumen.....	- 121 -
2.6 Usos.....	- 121 -
3. BÚSQUEDA DE SOLUCIONES	- 121 -
4. EVALUACIÓN DE SOLUCIONES	- 124 -
5. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN.....	- 128 -
5.1 Concepción de la Solución.....	- 128 -
5.2 Objetivos del Modelo	- 128 -
5.3 Descripción de los Elementos de la Solución.	- 128 -
5.4 Alcance de la solución.....	- 130 -
CAPITULO VII: DISEÑO DETALLADO	- 131 -
A. DISEÑO DE LA PROPUESTA	- 131 -
1. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN	- 131 -
1.1 Beneficios De La Asociatividad para la producción De Antojos Típicos	- 131 -
2. ESQUEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA.....	- 132 -
B. DISEÑO DE LA RED EMPRESARIAL PARA LA PRODUCCION DE ANTOJOS TÍPICOS	- 133 -
1. DEFINICIÓN.....	- 133 -
2. TIPIFICACIÓN DE LA RED	- 133 -
3. OPORTUNIDADES GRUPALES QUE BUSCA LA RED.....	- 134 -
4. CARACTERÍSTICAS DE LA RED	- 134 -
5. PROCESO PARA CONFORMAR LA RED EMPRESARIAL.....	- 134 -
5.1 Periodo de gestación.....	- 135 -
5.2 Periodo De Estructuración.....	- 136 -
6. GENERALIDADES PARA INGRESAR A LA RED	- 140 -
6.1 ¿Cómo Participar En El Proyecto?.....	- 140 -
6.2 Ventajas De Trabajar En Red.....	- 140 -
6.3 Requisitos Mínimos Para Que Los Productores Participen	- 140 -
6.4 Actividades Del Proyecto.....	- 141 -
7. PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LOS INTEGRANTES DE LA RED.....	- 141 -
C. DISEÑO DE SISTEMAS PARA LA RED EMPRESARIAL.....	- 142 -

1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	- 145 -
2. SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	- 146 -
2.1 Subsistema De Organización	- 147 -
2.2 Subsistema Contable	- 169 -
2.3 Subsistema De Costos	- 179 -
2.4 Subsistema de Información	- 185 -
3. SISTEMA DE PRODUCCIÓN.....	- 199 -
3.1 Subsistema De Producción Para Productores	- 199 -
3.2 Sub-Sistema De Producción Para Planta Empacadora	- 239 -
3.3 Sub-Sistema de Higiene y Control de Calidad	- 281 -
4. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN	- 319 -
4.1 Subsistema de Comercialización	- 319 -
4.2 Subsistema Para La Exportación	- 323 -
CAPITULO VIII: EVALUACIONES.....	338
A. ESTUDIO ECONOMICO.	338
1. INVERSION.....	338
1.1 Inversión Fija Tangible.	338
1.2 Inversión Fija Intangible.....	342
2. CAPITAL DE TRABAJO.....	343
2.1 Resumen De Inversiones.	345
3. COSTOS DE LA PROPUESTA.	346
3.1 Costo del producto.	346
3.2 Costo de comercialización.	347
3.3 Costos administrativos	348
4. COSTO UNITARIO.	349
5. DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA.....	350
6. ESTIMACION DE INGRESOS Y EGRESOS.	351
6.1 Estimación De Ingresos Por Ventas.....	351
6.2 Aportes Para El Fondo Común.....	351
6.3 Estimación De Egresos Por Gastos Futuros.....	352
7. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	352
8. BALANCE GENERAL	353
9. PUNTO DE EQUILIBRIO.	354
10. FINANCIAMIENTO.	356
11. RAZONES FINANCIERAS.....	357
B. EVALUACION ECONOMICA.	358
1. TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO – TMAR –	359
2. VALOR ACTUAL NETO – VAN –	360
3. TASA INTERNA DE RETORNO – TIR –	360

4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO – B/C –	361
5. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN – TRI –	362
6. ANALISIS DE SENSIBILIDAD.	362
C. EVALUACIÓN SOCIAL	365
D. EVALUACIÓN DE GÉNERO	367
E. EVALUACIÓN AMBIENTAL	368
CAPITULO IX: PLAN DE IMPLANTACIÓN	379
A. DESGLOSE ANALÍTICO	381
B. PROGRAMACIÓN.....	391
C. ORGANIZACIÓN.....	401
CONCLUSIONES.....	419
RECOMENDACIONES	423
BIBLIOGRAFIA.....	424
GLOSARIO TÉCNICO.....	428
ANEXOS	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales Rubros generadores de divisas en El Salvador.	4
Tabla 2: Exportaciones para productos específicos autorizadas en el CENTREX con destino a USA Periodo 2000-2004. (Valor FOB en US \$).	5
Tabla 3: Volúmenes exportados en el 2004 (Valor FOB en US \$).	8
Tabla 4: Salvadoreños residentes en Estados Unidos.	10
Tabla 5: Capacidad de compra de alimentos, de los salvadoreños en Estados Unidos.	12
Tabla 6: Nombre Y Ubicación Territorial.	14
Tabla 7: Datos Demográficos de la Micro región Los Nonualcos.	16
Tabla 8: Aspectos sociales de la Micro región Los Nonualcos.	17
Tabla 9: Productos elaborados por la micro región y competencia.	17
Tabla 10: Cúpula Administrativa de la Asociación Los Nonualcos.	20
Tabla 11: Municipios con grupos Gastronómicos.	23
Tabla 12: Antojos típicos elaborados por cada municipio que conforman grupos Gastronómicos..	24
Tabla 13: Asignación de encuestas a los municipios con grupos Gastronómicos.	27
Tabla 14: Volumen De Producción de la Micro región los Nonualcos.	28
Tabla 15: Breve descripción de los antojos típicos elaborados.	34
Tabla 16: Procesos Productivos artesanales de Antojos Típicos Salvadoreños.	36
Tabla 17: Ponderación de criterios.	40
Tabla 18: Criterios de evaluación con sus respectivos niveles.	40
Tabla 19: Evaluación de productos.	41
Tabla 20: Ponderación de criterios.	43
Tabla 21: Criterios de evaluación con sus respectivos niveles.	43
Tabla 22: Evaluación de productos.	44

Tabla 23: Resumen de variables a analizar, objetivos perseguidos y preguntas relacionadas a cada Variable de la encuesta.	57
Tabla 24: Hogares No pobres por departamento seleccionado.	61
Tabla 25: Distribución de encuestas por departamento.	62
Tabla 26: Precios de los productos según la marca.	66
Tabla 27: Precios promedios de los productos según la investigación de campo.	66
Tabla 28: Precio preliminar para los productos para el primer año.	67
Tabla 29: Resumen de variables, objetivos y preguntas relacionadas con cada variable en el instrumento de recolección de datos primarios (encuesta).	71
Tabla 30: salvadoreños residentes en Estados Unidos.	73
Tabla 31: N° de hogares salvadoreños radicados en los Estados Unidos.	74
Tabla 32: Principales estados donde existe mayor numero de hogares salvadoreños.	74
Tabla 33: Distribución de encuestas por estado seleccionado.	75
Tabla 34 : Demanda potencial actual nacional.	79
Tabla 35 : Demanda potencial actual EE.UU.	79
Tabla 36: Demanda insatisfecha. Mercado nacional.	79
Tabla 37: Demanda insatisfecha. Mercado EE.UU.	80
Tabla 38: Demanda insatisfecha total.	80
Tabla 39: Volumen producido por la competencia.	80
Tabla 40: Porcentaje de la producción de la Micro región destinada a cada Mdo.	81
Tabla 41 : Demanda Potencial Que Cubrirá El Proyecto. Mercado Nacional.	81
Tabla 42: Demanda Potencial Que Cubrirá El Proyecto.	82
Tabla 43: Demanda Total Estimada Para El Proyecto.	82
Tabla 44: Proyecciones Para El Mercado Nacional.	83
Tabla 45: Proyecciones Para El Mercado Estadounidense.	83
Tabla 46: Precios establecidos en el mercado Estadounidense.. . . .	86
Tabla 47: Precio para presentaciones de 6 y 10 unidades.	86
Tabla 48: Precio preliminar recomendado.	87
Tabla 49: Algunas de las Distribuidoras mas reconocidas en los Estados Unidos.	90
Tabla 50: Materias primas e insumos.	92
Tabla 51: Requerimientos de Materia prima.	93
Tabla 52: Concentraciones minerales y vitamínicas en la leche (mg/100ml).	97
Tabla 53: Producción de queso en el departamento de La Paz para el año 2005.	99
Tabla 54: Producción de elote en el departamento de La Paz.	100
Tabla 55: Producción de plátano en El Salvador.	100
Tabla 56: Producción de leche en El Salvador.	101
Tabla 57: Producción de arroz en el departamento de La Paz.	102
Tabla 58: Producción de yuca en el departamento de La Paz.	102
Tabla 59: Precios a nivel mayorista de las materias primas a utilizar.(Promedio anual 2004).	102

Tabla 60: Proyección de la producción de queso en el departamento de La Paz.	104
Tabla 61: Proyección de elote en el Depto. De La Paz	104
Tabla 62: Proyección de la producción de plátano.	105
Tabla 63: Proyección de la producción de leche.	105
Tabla 64: Proyección de la producción de arroz en el departamento de La Paz.	106
Tabla 65: Proyección de la producción de yuca en el departamento de La Paz.	107
Tabla 66: Disponibilidad de queso.	107
Tabla 67: Disponibilidad de elote.	107
Tabla 68: Disponibilidad de plátano.	108
Tabla 69: Disponibilidad de Leche.	108
Tabla 70 Disponibilidad de arroz.	108
Tabla 71: Disponibilidad de yuca.	109
Tabla 72: Empresas, Productos que elaboran, mercados a los que distribuyen sus productos.	111
Tabla 73: Supermercado, marca, especialidad, precio, unidades y rotación del producto..	112
Tabla 74: Productos vendidos por cada uno de los supermercados.	113
Tabla 75: Demanda cubierta por la competencia.	114
Tabla 76 : producto y precio de la competencia indirecta.	115
Tabla 77: Variables y Limitaciones de Entrada y salida.	119
Tabla 78: Ponderación de criterios.	125
Tabla 79: Criterios de evaluación con sus respectivos niveles.	125
Tabla 80: Evaluación de los mecanismos asociativos.	126
Tabla 81: Conceptualización de la Solución.	128
Tabla 82 : Tipificación de la misma.	133
Tabla 83: Oportunidades grupales que busca la red empresarial.	134
Tabla 84: Costo y duración de cada etapa que comprende la conformación de la Red empresarial	136
Tabla 85: Programa para reuniones de la Red.	137
Tabla 86 : Formas Legales De Asociación. Ventajas y Desventajas.	138
Tabla 87: Plan de Capacitación.	142
Tabla 88: Principales elementos considerados en los manuales..	143
Tabla 89 : Cuadro resumen de las fuentes de Información primaria y secundaria, Metodología y/o técnicas empleadas en cada uno de los principales Apartados de la etapa de diseño.	145
Tabla 90 : Formato de Cuenta De Caja o Efectivo.	171
Tabla 91: Formato para cuenta de venta.	172
Tabla 92: Formato Cuenta de Compra de Materia Prima.	172
Tabla 93 : Libro diario.	174
Tabla 94 : Libro mayor.	174
Tabla 95: Balance General.	176

Tabla 96: Formato Para Estado De Resultados.	178
Tabla 97: Ejemplo de Libro Diario.	179
Tabla 98: Ejemplo de Anotaciones del Libro Mayor.	179
Tabla 99: Sistemas Contables de Costos.	180
Tabla 100: Formato sugerido para reportar mano de obra.	182
Tabla 101: Ejemplo de Formato para Costo de Mano de Obra.	183
Tabla 102: Ejemplo de Formato de Costo de Materia Prima y Materiales Directos.	183
Tabla 103: Cálculo de costos fijos para la Asociación Micro región Los Nonualcos.	184
Tabla 104: Ejemplo de Formato para Ventas y Costos.	190
Tabla 105: Ejemplo de formato para Informe Financiero.	191
Tabla 106: Formato para Control Contable.	192
Tabla 107: Ejemplo de formato para Planilla.	193
Tabla 108: Formato para Nivel de Producción.	194
Tabla 109: Formato Para Control De Órdenes De Producción.	195
Tabla 110: Formato Para Requisiciones de Materia Prima.	196
Tabla 111: Formato para Compras.	197
Tabla 112: Formato para Ventas.	198
Tabla 113: Frecuencia de producción de la Muestra	200
Tabla 114: Volumen Producción de la Micro región los Nonualcos.	200
Tabla 115: Demanda proyectada para el año 5.	203
Tabla 116: Descripción de simbología utilizada en el diagrama de flujo de proceso.	207
Tabla 117: Mejoras en el proceso productivo de pupusas.	208
Tabla 118: Mejoras en el proceso productivo de tamales de elote y riguas.	215
Tabla 119: Mejoras en el proceso de producción de Nuegados.	221
Tabla 120: Días hábiles del año 2007.	222
Tabla 121: Formato para pronóstico de ventas.	224
Tabla 122: Pronostico de ventas.	224
Tabla 123: Ventas por mes.	224
Tabla 124: Stock de antojos típicos.	225
Tabla 125: Ejemplo de hoja de cálculo para determinar Producción en cada periodo.	226
Tabla 126: Pronóstico de Producción de Antojos típicos.	227
Tabla 127: Unidades buenas a planificar producir de cada producto.	228
Tabla 128: Materiales y cantidad requerida para la elaboración de antojos típicos.	233
Tabla 129: Requerimientos totales de materia prima.	235
Tabla 130: Requerimiento de equipo para la elaboración de pupusas.	237
Tabla 131: Requerimiento de equipo para la elaboración de Tamales de elote.	237
Tabla 132: Requerimiento de equipo para la elaboración de Riguas.	237
Tabla 133: Requerimiento de equipo para la elaboración de Nuegados.	238
Tabla 134: resumen de la valoración de los criterios según su importancia.	240

Tabla 135: opciones para la localización de la planta empacadora de antojos típicos.	240
Tabla 136: Escala de calificación para evaluar opciones de micro localización.	241
Tabla 137: Evaluación para San Pedro Nonualco.	241
Tabla 138: Evaluación para San Juan Nonualco.	241
Tabla 139: Evaluación para San Pedro Masahuat.	242
Tabla 140: Evaluación para Olocuilta.	242
Tabla 141: Resumen de resultados.	242
Tabla 142: Requerimiento de suministros.	244
Tabla 143: Implementos de higiene y mantenimiento.	245
Tabla 144: Días Laborales.	246
Tabla 145: Unidades a fabricar por año para el mercado Nacional.	248
Tabla 146: Unidades a fabricar por año para mercado Estadounidense.	248
Tabla 147: Numero de cajas de 6 y de 10 unidades a elaborar para el mercado Nacional.	249
Tabla 148: Numero de cajas de 6 y de 10 unidades a elaborar para el mercado Estadounidense	249
Tabla 149: Producción para el mes de Enero.	249
Tabla 150: Producción para el mes de Febrero.	249
Tabla 151: Producción para el mes de Marzo.	250
Tabla 152: Producción para el mes de Abril.	250
Tabla 153: Producción para el mes de Mayo.	250
Tabla 154: Producción para el mes de Junio.	250
Tabla 155: Producción para el mes de Julio.	251
Tabla 156: Producción para el mes de Agosto.	251
Tabla 157: Pronostico para el mes de Septiembre.	251
Tabla 158: Pronostico para el mes de Octubre.	251
Tabla 159: Pronostico para el mes de Noviembre.	252
Tabla 160: Pronostico para el mes de Diciembre.	252
Tabla 161: producción requerida y número de productores.	252
Tabla 162: Requerimiento de productos para la Red Empresarial por cada productor.	253
Tabla 163: Requerimientos de materia prima para pupusas.	253
Tabla 164: Requerimientos de materia prima para tamales de elote.	253
Tabla 165: Requerimientos de materia prima para riguas.	254
Tabla 166: Requerimientos de materia prima para nuegosados.	254
Tabla 167: Descripción de las áreas que conformarán la planta empacadora	259
Tabla 168: Espacio requerido para mobiliario y equipo de oficina gerencial.	259
Tabla 169: Espacio requerido para mobiliario y equipo de secretaria.	260
Tabla 170: Espacio requerido para mobiliario y equipo de jefe de administración.	260
Tabla 171: Espacio requerido para mobiliario y equipo de jefe de producción.	260
Tabla 172: Espacio requerido para mobiliario y equipo de jefe de comercialización.	260

Tabla 173: Espacio requerido para mobiliario y equipo de sala de reuniones.	261
Tabla 174: Resultados de servicios administrativos.	261
Tabla 175: Dimensiones para servicios personales.	261
Tabla 176: Requerimientos de espacios para almacenamiento de materia prima.	262
Tabla 177: Dimensiones requeridas para maquinaria y equipo de planta empacadora.	263
Tabla 178: Dimensiones requeridas para almacenamiento de producto terminado.	263
Tabla 179: Dimensiones totales requeridas para la planta empacadora.	264
Tabla 180: Grado de importancia.	264
Tabla 181: Motivos de cercanía para la ubicación de áreas	265
Tabla 182: Carta de actividades relacionadas.	267
Tabla 183: Costos de construcción.	280
Tabla 184 : Resumen de costos de construcción.	281
Tabla 185: Analisis requeridos para el analisis de las Materias Primas.	283
Tabla 186: Otros lineamientos de evaluación de la Materia Prima.	284
Tabla 187: Formato para inspección de Materia Prima.	285
Tabla 188: Numero de locales similares por tipo de productor.	286
Tabla 189: Tiempo de duración de trámites.	324
Tabla 190: Precio de los Trámites.	324
Tabla 191: Requisitos para el Registro y Revalidación de Productos Alimenticios que se Exportan	326
Tabla 192: Certificado de origen por País.	327
Tabla 193: inversión requerida para la compra del terreno.	338
Tabla 194: inversión en maquinaria y equipo.	339
Tabla 195: Suministros para la planta empacadora.	340
Tabla 196: Inversiones de mobiliario y equipo de oficina.	341
Tabla 197: Investigaciones y estudios previos.	342
Tabla 198: inversión en capacitación.	343
Tabla 199: Inventario de productos para la venta.	344
Tabla 200: Pago de salarios.	344
Tabla 201: Cuadro resumen de inversión de la propuesta.	345
Tabla 202: Costos de fabricación.	346
Tabla 203: Salarios de personal de producción de la planta empacadora.	346
Tabla 204: Suministros de empaque.	346
Tabla 205: Gasto de energía eléctrica.	347
Tabla 206: Gastos de producción.	347
Tabla 207: Salarios de personal encargado de la comercialización.	347
Tabla 208: Gasto de combustible.	348
Tabla 209: Gastos de exportación.	348
Tabla 210: Gastos de comercialización.	348

Tabla 211: Costos administrativos.	348
Tabla 212: Determinación del costo unitario.	349
Tabla 213: Costo unitario por presentación.	349
Tabla 214: Determinación del precio de venta para mercado nacional.	350
Tabla 215: Determinación del precio de venta para mercado internacional.	350
Tabla 216: estimación de ingresos por ventas futuras en el mercado nacional.	351
Tabla 217: estimación de ingresos por ventas futuras en el mercado internacional.	351
Tabla 218: Total de ingresos.	351
Tabla 219: estimación de egresos por gastos.	352
Tabla 220: Estado de pérdidas y ganancias de la red empresarial.	353
Tabla 221: Balance general de la red empresarial.	354
Tabla 222: Clasificación de costos.	355
Tabla 223: Desembolsos para pago de financiamiento.	357
Tabla 224: Evaluación de TMAR.	359
Tabla 225: Volumen de producción para el mercado nacional con una reducción del 30%.	363
Tabla 226: Volumen de producción para el mercado internacional con una reducción del 30%.	363
Tabla 227: Costos de fabricación.	363
Tabla 228: Gastos de producción.	363
Tabla 229: Estimación de ingresos por ventas mercado nacional.	364
Tabla 230: Estimación de ingresos por ventas mercado internacional.	364
Tabla 231: Aportes para el fondo común.	364
Tabla 232: Estimación de egresos futuros.	364
Tabla 233: Estado de resultados.	365
Tabla 234: Tabla de calificación de desempeño ambiental.	371
Tabla 235: Calificación del desempeño Ambiental.	372
Tabla 236: Desempeño ambiental	372
Tabla 237: Identificación de los impactos ambientales	375
Tabla 238: Calificaciones para la Evaluación de los Impactos Ambientales.	378
Tabla 239: Ejemplo de Evaluación del VIA	378
Tabla 240: Paquetes de trabajo.	383
Tabla 241: Desglose analítico de actividades.	385
Tabla 242: Tiempos más próximos, tiempos más tardíos y holguras de cada actividad.	392
Tabla 243: Costo de subsistemas en la implantación.	398
Tabla 244: Programación Financiera.	399

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: Composición De Las Importaciones De Los Estados Unidos De Productos Étnicos Y De Nostalgia De El Salvador.	9
Grafico 2 : Producción De Plátano	101
Grafico 3: Producción De Leche	101
Grafico 4: Mecanismos Asociativos Propuestos	126
Grafico 5: Punto De Equilibrio Red Empresarial.	356

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación De Micro Región Los Nonualcos	15
Figura 2: Organigrama Actual De La Asociación Micro Región Los Nonualcos	20
Figura 3: Canal De Distribución Nacional Propuesto	68
Figura 4: Esquema De Comercialización Para Productos Congelados	84
Figura 5: Representación Grafica Del Establecimiento Del Precio De Exportación	85
Figura 6: Presentación Propuesta Para Cada Producto	88
Figura 7: Logotipo Propuesto	89
Figura 8: Modalidad De Distribución De Productos A Estados Unidos Propuesto	89
Figura 9 : Esquema De Conceptualización Del Diseño	130
Figura 10 : Estructura Interna De Los Sistema Propuestos	144
Figura 11: Organigrama Para Red Empresarial	150
Figura 12 : Flujo De Información Contable	170
Figura 13: Esquema General Del SI	188
Figura 14: Flujo De Información En El Sistema	189
Figura 15 : Diagrama De Bloque De Proceso Para Pupusas	206
Figura 16 : Diagrama De Flujo De Proceso Para Pupusas	208
Figura 17: Diagrama De Bloque De Proceso Para Tamales De Elote Y Riguas	210
Figura 18: Diagrama De Flujo De Proceso Para La Elaboración Tamales De Elote.	213
Figura 19: Diagrama De Flujo De Proceso Para La Elaboración De Riguas	214
Figura 20: Diagrama De Bloques De Proceso Para Los Nuegados	218
Figura 21: Diagrama De Bloque De Proceso De La Miel Para Nuegados	219
Figura 22: Diagrama De Flujo De Proceso Para La Elaboración De Nuegados.	220
Figura 23: Diagrama De Flujo De Proceso De La Miel Para Los Nuegados.	221
Figura 24: Ejemplo General De Balance De Materiales	228
Figura 25 : Diagrama De Balance De Materiales Para Pupusas	229
Figura 26 : Diagrama De Balance De Materiales Para Tamales De Elote	230
Figura 27 : Diagrama De Balance De Materiales Para Riguas	231
Figura 28: Balance De Materiales Para Nuegados	232
Figura 29: Balance De Materiales Para Miel De Nuegados	233
Figura 30: Cajas Plásticas Con Tapa	256
Figura 31: Mesa De Acero Inoxidable Isla Mac – 200.	256
Figura 32: Selladora De Bolsas Severin	257
Figura 33: Engomadora De Cajas De Cartón Schaefer.	257
Figura 34: Etiquetadota Manual PI3 Rf	258
Figura 35: Dispensador De Cinta De Embalaje Td7365.	258

Figura 36: Diagrama De Actividades Relacionadas Para La Planta Empacadora	266
Figura 37: Diagrama De Bloques Para La Planta Empacadora	268
Figura 38: Arreglo Final Para La Planta Empacadora	268
Figura 39: Plano De Distribución De La Planta Empacadora	270
Figura 40: Plano De Distribución De La Planta Empacadora.	271
Figura 41: Plano Detalle De Fundaciones.	272
Figura 42: Planta De Fundaciones.	273
Figura 43: Planta De Techo.	274
Figura 44: Planta Eléctrica.	275
Figura 45: Planta Hidráulica.	276
Figura 46: Planta Arquitectónica.	279
Figura 47: Redistribución Propuesta Para Productores De Pupusas De Buena Vista (Olocuilta)	287
Figura 48: Redistribución Propuesta Para Productores De Pupusas De El Manguito (Olocuilta)	288
Figura 49: Redistribución Propuesta Para Productores De Nuegados	289
Figura 50: Redistribución Propuesta Para Productores De Tamales Y Riguas	290
Figura 51 : Proceso De Planificación De La Logística Y Distribución De La Red Empresarial	322
Figura 52: Ejemplo De Declaraciones De La Etiqueta En Los Envases Y Paquetes.	332
Figura 53: Ejemplo De Etiqueta	332
Figura 54: Formato De Etiqueta .	334
Figura 55: Formato De La Etiqueta Sobre Nutrición.	335
Figura 56: Formato De La Etiqueta Sobre Nutrición.	335
Figura 57: Ejemplos De Código De Barras	337
Figura 58: Diagrama De Redes.	391
Figura 59: Organización Para La Implantación	401

INDICE DE ANEXOS

- Anexo 1: Exportadores salvadoreños a los EE.UU. 2000-2004.
- Anexo 2: Estrategia nacional de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa.
- Anexo 3: Clasificación de las empresas por su tamaño.
- Anexo 4: Guía de entrevista a productores de la Micro Región Los Nonualcos.
- Anexo 5: Tabulación y análisis de información recopilada en la guía de entrevista a productores de la Micro región Los Nonualcos.
- Anexo 6: Encuesta preliminar a consumidores de antojos típicos salvadoreños.
- Anexo 7: Encuesta de mercado nacional y estadounidense.
- Anexo 8: Tabulación y análisis de las encuestas.
- Anexo 9: Porcentaje de hogares respecto al total por zona del país.
- Anexo 10: Hogares no pobres por departamento seleccionado.
- Anexo 11: Conceptos para la fijación del precio del producto en Estados Unidos.
- Anexo 12: composición del maíz y del plátano por cada 100 gr.
- Anexo 13: Modelos comunes para pronósticos.
- Anexo 14: Cálculo de proyecciones de materia prima.
- Anexo 15: Modelo de carta de compromiso.
- Anexo 16: Modelo de estatutos para una cooperativa.
- Anexo 17: Fotografías de maquinaria y equipo.
- Anexo 18: Cotización de las etiquetas.
- Anexo 19: Ley de reactivación de las exportaciones.
- Anexo 20: solicitud de inscripción para exportar.
- Anexo 21: Requisitos por producto a exportar.
- Anexo 22: Requisitos por país a exportar.
- Anexo 23: solicitud de exportación.
- Anexo 24: Hoja de afiliación al Sistema Integrado de Comercio Exterior.
- Anexo 25: Formulario Aduanero Único Centroamericano.
- Anexo 26: Declaración de mercancías.
- Anexo 27: Certificado fitosanitario para exportar.
- Anexo 28: Certificado fitosanitario para reexportar.
- Anexo 29: Certificado zoosanitario para exportar.
- Anexo 30: Certificado zoosanitario para reexportar.
- Anexo 31: Certificado de origen.
- Anexo 32: Cotización de cuarto frío.
- Anexo 33: Cotización de planta eléctrica.

Anexo 34: Cálculos de costos de fabricación de los anteojos típicos salvadoreños.

Anexo 35: Permisos ambientales.

Anexo 36: Infracciones ambientales.

Anexo 37: Listas de auto evaluación ambiental.

CAPITULO I: GENERALIDADES

A. INTRODUCCIÓN

Actualmente en nuestro país se buscan nuevas oportunidades para el desarrollo de áreas afectadas por el conflicto armado y catástrofes naturales, y que a causa de ello han quedado devastadas y con índices altos de pobreza.

Para combatir la pobreza han venido organismos internacionales con el fin de cooperar, incentivando a los inversionistas y a personas de las zonas afectadas a organizarse, con el fin de capacitarlos, para que conformen una empresa sostenible y competitiva. Lo antes mencionado o está perpetrando actualmente la GTZ, que es la institución de Cooperación Técnica Alemana, que se instaló en el país después de los terremotos del 2001.

Con el presente proyecto, se pretende aportar una oportunidad ejecutable que contribuya al desarrollo económico-social de la Micro Región Los Nonualcos, ya que plantea la idea de industrializar los Antojos Típicos Salvadoreños a través de un modelo de empresa, donde se integre a esta micro región. La propuesta surge de la necesidad de empleo que existe en los 16 municipios que la conforman, considerando también que existen los rubros básicos para poner en marcha un proyecto de esta índole. Actualmente se están capacitando a personas en gastronomía, manipulación de alimentos y servicio al cliente.

La propuesta también comprende crear un sistema para comercializar los bienes a nivel nacional e internacional, aprovechando la oportunidad del Tratado de Libre Comercio, y contando con que un 88% de los 2.2 millones de salvadoreños añoran o sienten nostalgia por los productos típicos provenientes de su país.

Este proyecto tiene como finalidad generar fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de los involucrados, contribuyendo así a reducir los índices de pobreza de la región en mención.

En esta etapa, se presenta todo el análisis de los aspectos que circundan el proyecto, desde las generalidades que tienden a introducir al ámbito de ésta, siguiendo con la situación actual de la Micro Región Los Nonualcos, la identificación y selección de los productos y el análisis de los mercados.

El análisis del Mercado Consumidor: Está dividido en dos sectores, mercado consumidor salvadoreño y mercado consumidor estadounidense. Se presenta la información tanto de campo como secundaria de manera que el análisis tenga una base confiable. Se muestra las proyecciones de la demanda aparente para ambos mercados.

En el Mercado Abastecedor: En éste mercado se presentan los aspectos como, características de las materias primas e insumos, las principales fuentes de éstas y el resultado de la investigación. Así mismo, también se proporcionan las proyecciones de la materia prima y la comparación entre éstas y los requerimientos de dicha materia prima con el objetivo de comprobar la disponibilidad para el proyecto. Se finaliza este mercado con la propuesta de estrategias.

Mercado Competidor: Para el análisis de este mercado también se tuvo como base información primaria y secundaria, tal manera de ofrecer los principales resultados de la investigación: Empresas competidoras, competencia directa e indirecta, precios, etc. Al igual que los otros mercados se proporcionan las estrategias que faciliten su manejo.

Después del análisis de mercado, se plantea la Conceptualización del diseño, para dar inicio al desarrollo del diseño detallado, donde se le da solución a la problemática planteada.

Se finaliza el análisis con una evaluación económica financiera e implementación de la propuesta, incluyendo una evaluación social, ambiental y de género. Para verificar si la implementación del proyecto es viable desde el punto de vista de cada aspecto mencionado.

B. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

Elaborar una propuesta para la integración de productores de antojos típicos salvadoreños de la micro región Los Nonualcos, ubicados en el departamento de la Paz y San Vicente, como cooperación para el desarrollo económico social; creando una empresa sostenible donde se elaboren productos de calidad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- ✓ Determinar los instrumentos de investigación a utilizar para obtener la información necesaria y suficiente.
- ✓ Aplicar adecuadamente los instrumentos de investigación para que la información recolectada sea lo mas confiable posible.
- ✓ Investigar las principales características de los productores de antojos típicos salvadoreños de la micro región Los Nonualcos para conocer la manera en la que se elaboran dichos productos.
- ✓ Conocer la demanda actual de antojos típicos salvadoreños, tanto nacional como internacionalmente, para determinar la porción a cubrir por la Micro región los Nonualcos.
- ✓ Conocer la situación actual de las empresas competidoras directas para determinar sus principales fortalezas y limitantes.
- ✓ Determinar la técnica más idónea para analizar la información recolectada de tal manera que el análisis sea veraz.
- ✓ Realizar el diagnostico requerido del análisis de la información recolectada para que sirva de base a la generación de alternativas de solución.
- ✓ Brindar la conceptualización de la solución óptima para que ésta se convierta en un insumo de la siguiente etapa.
- ✓ Diseñar la Red Empresarial en la cual se detalla la manera como se integran los productores con la planta empacadora, con el propósito de conformar una empresa que persiga objetivos comunes y para realizar las gestiones de una manera clara y ordenada.

-
-
- ✓ Elaborar sistemas de Administración y Finanzas, Producción y Comercialización y Exportación, con el fin de visualizar de una manera clara las diferentes divisiones de la Red Empresarial.
 - ✓ Plantear subsistemas de costos, contabilidad, manuales de organización, sistema de información, etc.; con el propósito de detallar los gastos, ingresos, la rentabilidad de la empresa, las funciones de los empleados, etc.
 - ✓ Detallar los pronósticos de ventas, de producción, inventario tanto de materia prima como de producto terminado, distribución en planta, manual de higiene; con la intención de utilizar los recursos disponibles de la mejor manera.
 - ✓ Desarrollar los canales de distribución tanto en el plano nacional como en el extranjero, de manera que se utilicen las vías de comercialización pertinentes.
 - ✓ Elaborar el manual de exportación, detallando los pasos a seguir para realizar las gestiones necesarias para explotar las ventajas que se derivan del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos.
 - ✓ Detallar los costos en que se incurre con la propuesta, para tener una clara visión de la inversión necesaria para iniciar con el proyecto.
 - ✓ Agrupar los diferentes costos, especificando a que rubro pertenece cada uno de ellos, de tal manera que se demuestre a que aspectos afecta.
 - ✓ Determinar el costo unitario y de esta forma determinar el costo de producción de los anteojos típicos en estudio.
 - ✓ Calcular el precio de venta aplicando un margen de utilidad, para determinar los ingresos por ventas.
 - ✓ Evaluar la propuesta mediante herramientas financieras, de tal manera de determinar si el proyecto es rentable para los productores de anteojos típicos.
 - ✓ Realizar una evaluación de impacto ambiental, para determinar si con la ejecución del proyecto se harán daños al medio ambiente.
 - ✓ Realizar evaluaciones sociales y de género con el objetivo de determinar los beneficios que el proyecto generara para las personas de la zona.
 - ✓ Presentar la implantación del proyecto detallando el tiempo necesario para la ejecución de la obra, así como los desembolsos necesarios en el tiempo justo.

C. ALCANCES

- ✓ El estudio pretende evaluar la situación actual de los productores de la Micro región Los Nonualcos, determinando los aspectos mas importantes que se deben de considerar para el diseño de la propuesta.

- ✓ La investigación persigue hacer un diagnóstico del mercado consumidor, abastecedor y competidor para elaborar las mejores estrategias.
- ✓ El estudio pretende seleccionar los principales productos preferidos por el consumidor, con el fin de realizar el análisis respectivo.
- ✓ Mediante la propuesta se propone un modelo de empresa que agrupa a los productores de la Micro región Los Nonualcos, de esta manera elevar sus niveles de producción.

D. LIMITACIONES

- ✓ El acceso es limitado para empresas fabricantes de los productos en estudio.
- ✓ No existen normas que rijan los antojos típicos salvadoreños.
- ✓ Poca disponibilidad de atención de las diferentes instituciones, para la aportación de información.
- ✓ Falta de registros estadísticos necesarios, para el análisis de la información.
- ✓ Poca disponibilidad específica de información referente al tema en estudio.

E. IMPORTANCIA

En el país se tiene claro que el recurso de productos a base de cereales como tamales de maíz, de elote, tortas de elote y pupusas, ha alcanzado una tercera posición en el periodo de Enero-Septiembre de 2004, lo cual significa una importante fuente generadora de divisas, como puede observarse en la siguiente tabla.

Tabla 1: Principales Rubros generadores de divisas en El Salvador

Nº	RUBRO	AÑOS				
		2000 (mil/\$)	2001 (mil/\$)	2002 (mil/\$)	2003 (mil/\$)	Ene-Sep/2004 (mil/\$)
1	Café	297,971	115,095	106,939	105,413	111,662
2	Azúcar	39,970	70,031	44,405	46,602	31,514
3	Productos a base de cereales	10,212	12,118	30,393	45,354	33,400
4	Agua, agua mineral, gasificada, edulcorada o aromatizada y demás bebidas no alcohólicas	44,292	46,836	46,836	44,378	39,917
5	Artículos de confitería	25,775	28,232	19,327	10,197	7,322
6	Productos de panadería	13,201	13,070	14,113	17,313	13,900
7	Camarones	15,757	19,594	9,480	10,843	2,839
8	Productos de molinería	9,486	9,231	8,237	13,171	9,002

9	Legumbres y hortalizas	7,367	8,722	7,201	7,154	10,892
10	Huevos de ave	8,377	4,974	2,503	3,417	1,340

Fuente: BCR

Además, los productos de molinería incluyendo almidón, del cual se puede pensar en la elaboración de nuegos, también ha constituido un importante recurso generador de divisas, así para el 2003 el monto de exportación en este rubro fue de \$13,171 y en el 2004 (enero-septiembre) de \$9,002.

En términos específicos, los productos que constituyen los antojos típicos potenciales marcan cifras importantes de ingreso para el país, como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 2: Exportaciones para productos específicos autorizadas en el CENTREX con destino a USA¹
Periodo 2000-2004. (Valor FOB en US \$)

PRODUCTO	VALOR FOB (\$)				
	2000	2001	2002	2003	2004
Pupusas	18,486.00	97,769.00	124,443.40	282,233.90	402,959.10
Tamal de elote	1,427,307.45	2,020,838.45	1,858,179.85	1,901,006.20	6,508,843.50
Tamal pisque	-	-	-	1,225.00	618.30
Tortas de elote	-	-	-	6,539.50	5,637.50
Totales	1,445,793.45	2,118,607.45	310,323.25	2,249,860.1	6,918,058.40

Fuente: CENTREX

Puede verse como se incrementa el consumo de los productos étnicos del país en Estados Unidos. Es relevante mencionar que la población salvadoreña en Estados Unidos prefiere el consumo de productos propios de su país natal, además que los salvadoreños son personas radicadas recientemente en dicho país. El 40% de ellos tiene de 1 a 5 años viviendo en él.

También, es importante mencionar que dicha población a alcanzado los 2,215,600 de personas en la actualidad, lo cual significa una potencial oportunidad de mercado que aun no ha sido satisfecha por las actuales empresas exportadoras, habiendo productos como el tamal pisque y las tortas de elote que apenas en el 2003 se comenzaron a exportar, y como los nuegos como tal que aún no han sido exportados.

Con la Producción de los antojos Típicos Salvadoreños, se obtendrían productos de mejor calidad capaces de competir y cubrir las exigencias del mercado.

¹ Fuente: documento proporcionado por CONAMYPE

F. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad los mercados se tornan cada vez más agresivos con la apertura de los mismos, es por ello que se debe buscar una oportunidad para aquellos sectores que tienen el entusiasmo y voluntad de organizarse y formar su propia empresa, para aprovechar los recursos con los que se cuenta en la zona, como lo son “La Micro región los Nonualcos” (Esta Micro región es conformada después de los terremotos, para que fuese receptora de capacitaciones, asesorías y financiamientos por parte de los programas de la GTZ, para el desarrollo económico- social de la zona, reduciendo así los índices de pobreza)

Nombre que les asignó la GTZ (Cooperación Técnica Alemana) quien se ha encargado de organizarlos para que formen una empresa sostenible, aprovechando la cantidad de recursos que se dan en la zona tales como: Yuca, maíz entre otras frutas, hortalizas y verduras.

Es de mencionar que el tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, nos obliga a indagar sobre el desarrollo de nuevos productos, capaces de competir en el mercado internacional, es por ello que se piensa en industrializar los productos típicos de nuestro país (Nuegados, torta y tamal de elote, Pupusas, empanadas, riguas, etc.) y así poder presentar una oportunidad de mercado en el exterior, ya que el número de salvadoreños asciende a 2.3 millones aproximadamente, donde un 88% de esta población sienten nostalgia por los productos étnicos y los compraría².

Actualmente en nuestro país, existen empresas que procesan productos étnicos como tamales de distinta variedad y pupusas, las cuales son vendidas en los supermercados del país y exportados a los Estados Unidos, pero existe una gran variedad de productos típicos que no se están procesando y que representaría una oportunidad para el desarrollo de la micro región “Los Nonualcos”, quienes serían beneficiados con este proyecto, recibiendo apoyo directamente de la GTZ, creando así una Empresa Sostenible y competitiva en este rubro, generando rentabilidad para sus socios y desarrollo social y económico de la zona. Cabe mencionar que actualmente la GTZ ha capacitado a nueve personas de la Micro región Los Nonualcos” para constituir un grupo gastronómico, el cual participa en ferias y algunos eventos desarrollados en la región, las cuales tienen conocimiento en manipulación y calidad de alimentos, y deseos de conformar su propia empresa, pero desconocen de muchos factores relacionados a esta. Es por ello que La GTZ cree pertinente actuar y brindar los conocimientos necesarios para lograrlo, contribuyendo a la generación de empleos en la zona, mejorando la calidad de vida de los involucrados y por lo tanto obteniendo bienestar social.

² Fuente : “ Consumo Salvadoreño de productos Étnicos en estados Unidos” , CONAMYPE y Ministerio de Economía

G. RESULTADOS ESPERADOS

Con el estudio se pretenden alcanzar los siguientes resultados:

- ✓ Determinar el nivel de desarrollo industrial de los procesos con los que operan las empresas productoras de antojos típicos salvadoreños en la actualidad.
- ✓ Contar con procesos productivos eficientes, para elaborar productos de buena calidad.
- ✓ Contar con una nomina de proveedores de materias primas e insumos para la elaboración del proyecto "PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRESA, PARA LA INTEGRACION DE LOS PRODUCTORES DE ANTOJOS TIPICOS SALVADOREÑOS DE LA MICRO REGION LOS NONUALCOS, COMO COOPERACION PARA EL DESARROLLO ECONOMICO SOCIAL".
- ✓ Contar con una propuesta de modelo de empresa para la Producción de antojos típicos.
- ✓ Contar con un sistema de producción eficiente, que permita aprovechar al máximo los recursos.
- ✓ Contar con un sistema de logística empresarial que abarque desde la recepción de materia prima e insumos, hasta que los productos lleguen a los clientes.
- ✓ Contar con un sistema de Higiene y Calidad que incluya cada una de las partes del proceso.
- ✓ Contar con documento que permita la gestión de financiamiento.
- ✓ Fomentar lineamientos que sirvan como alternativas de industrialización de productos no tradicionales para otros grupos con el objeto de aprovechar el Tratado de Libre Comercio
- ✓ Creación de fuentes de empleo que contribuyan al desarrollo de la Micro Región Los Nonualcos.

H. CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL INDUSTRIAL UNIFORME

D Industrias Manufactureras (Divisiones 15 A 37)

15 Elaboración De Productos Alimenticios y De Bebidas

152 Elaboración De Frutas, Legumbres, Hortalizas, Aceites Y Grasas

1521 Elaboración De Alimentos Compuestos Principalmente De Frutas, Legumbres Y Hortalizas.

154 Elaboración De Productos De molinería, De Almidones Y Productos Derivados Del Almidón Y Alimentos

1542 Elaboración De Almidones Y De Productos Derivados Del Almidón

159 Elaboración De Bebidas

1594 Elaboración De Bebidas No Alcohólicas; Producción De Aguas Minerales

CAPITULO II : MARCO CONCEPTUAL

A. ANTECEDENTES

1. TENDENCIAS DE LAS EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS SALVADOREÑOS.

En la actualidad ya existen empresas que se dedican a la exportación de productos salvadoreños a los Estados Unidos (Ver Anexo 1), ahora con las negociaciones del TLC se espera que este numero crezca aun mas ya que con la apertura de mercados se crean mas beneficios para los productos de los países inscritos en los tratados de libre comercio, además se espera que este rubro genere aun más ingresos (ver tabla 3) para el país para no depender únicamente de las remesas que los salvadoreños que radican en Estados Unidos envían.

Tabla 3 : Volúmenes exportados en el 2004 (Valor FOB en US\$)

PRODUCTO	VALOR FOB 2004	PESO NETO 2004
PUPUSAS	402,959.10	126,055.85
TAMAL DE ELOTE	6,508,843.50	1,525,679.50
TAMAL PISQUE	618.30	457.00
TORTAS DE ELOTE	5,637.50	1,870.00
TOTALES	6,918,058.40	1,654,062.35

Fuente: BCR-CENTREX

Un boletín publicado por el Ministerio de Economía afirma que las exportaciones que El Salvador realiza hacia los Estados Unidos en lo que respecta a productos étnicos y de nostalgia, están representadas principalmente por tres segmentos: alimentos y bebidas, muebles y artesanías, y detergentes y jabones. En el 2001 estos productos se concentraron sobre todo en la primera categoría, 96,1%, mientras que el 0,1% del total de dichos productos lo hacían en la segunda categoría, y de la misma forma el 3,1% se concentraba en la tercera categoría (véase grafico 1).

Grafico 1: Composición de las importaciones de los Estados Unidos de productos étnicos y de nostalgia de El Salvador.



Fuente: MINEC

2. TENDENCIAS DE LAS EXPORTACIONES DE ANTOJOS TÍPICOS SALVADOREÑOS

2.1 Exportaciones

Los antojos típicos salvadoreños, como se mencionó anteriormente se exportan formalmente a Guatemala, Canadá y Estados Unidos.

En términos específicos, los productos que constituyen los antojos típicos potenciales marcan cifras importantes de ingreso para el país, como lo muestra la tabla 1. Obsérvese en esta tabla, que el incremento año con año en las exportaciones a Estados Unidos, es apreciable, lo que indica incremento en la demanda de algunos productos.

2.2 Mercado salvadoreño en Estados Unidos

La población salvadoreña posee aparentemente las mismas características de la población hispana, es por ello que se considera que los gustos culinarios son similares en cierta forma, ya que tienen como común denominador alimentos derivados del maíz. Se debe aprovechar esta ventaja para entrar en el mercado, y buscar una tendencia de crecimiento en la demanda.

Según el estudio "Salvadorian Consumption of Ethnic Foods in the United States" de Iowa State University, el promedio de miembros en la familias salvadoreñas es de 6 personas aproximadamente. Sin embargo, el rango de personas que componen una familia varía de una a once. Además el 63% de estas familias tienen niños en casa, lo que representa aproximadamente 750,000 infantes.

Existe una proporción relativamente alta de adultos que trabajan fuera de casa y el promedio de personas que contribuyen financieramente al sostenimiento de la familia es de dos. En cuanto a

salarios, el promedio esta por debajo de los 30,000 dólares anuales y un 30% gana debajo de 10,000 dólares anuales.

Por otro lado, el periodo que han estado viviendo en Estados Unidos varía de uno a diez años, pero la mayoría de las personas están situadas en la categoría de uno a cinco años. Esto significa que son personas radicadas recientemente en Estados Unidos y por lo tanto aun mantienen arraigada la cultura salvadoreña. Aunque es interesante resaltar que hay una proporción mas alta en Houston que tiene de seis a diez años de vivir en Estados Unidos.

La distribución de los salvadoreños es bastante dispersa si se considera el área territorial de Estados Unidos. No obstante, se pueden identificar las principales ciudades donde habitan.

Como se muestra en la tabla 4 la mayoría vive en California, específicamente en Los Ángeles y en San Francisco.

Tabla 4: Salvadoreños residentes en Estados Unidos.

CIUDAD	# DE SALVADOREÑOS	%
Los Ángeles, CA	800,000	36.1076
San Francisco, CA	450,000	20.31
New York, NY	421,000	19.00
Washington D.C.	150,000	6.77
Houston, Texas	92,000	4.15
Santa Ana, CA	85,000	3.83
Miami, FL	75,000	3.38
Chicago, Illinois	72,000	3.32
Boston, MA	61,000	2.75
New Orleans, LA	9,600	0.43
Total	2,215,600	100

Fuente: CONAMYPE 2001

Según Centromype, cada uno de los salvadoreños que residen en los Estados Unidos tiene por lo menos \$50 por mes o \$600 anuales de capacidad de compra de “alimentos salvadoreños”. Si esto se extiende a los 2.3 millones de salvadoreños que viven en Estados Unidos, la capacidad de compra del total del mercado salvadoreño es de US \$115 millones por mes o US\$ 1,380 millones por año.

Del total de salvadoreños el 75% envían remesas a El Salvador y el 80% esta interesado en invertir en el país. El impacto económico de capturar solo el mercado salvadoreño, es un aumento en el ingreso nacional en \$1,380 millones/año. Esto equivale a más del 70% de las remesas del 2001, con la diferencia de que este dinamizara la economía, y en consecuencia será un ingreso productivo para el país.

2.3 Beneficios Comerciales para la exportación.

Generalidades.

En la actualidad El Salvador participa de tratados de libre comercio, acuerdos, cumbres comerciales, que en cierta medida le favorecen la exportación de productos étnicos. Estas exportaciones se realizan

ante todo a Centroamérica, Canadá y a Estados Unidos, siendo este último uno de los mayores importadores de nuestros productos.

Es por esto que EE.UU., puede significar un mercado potencial para los Antojos Típicos Salvadoreños y es necesario conocer con que beneficios arancelarios puede contarse.

Actualmente, el gobierno de El Salvador está realizando una promoción de diferentes beneficios para las empresas exportadoras de productos de nostalgia.

A las puertas del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, se ha promovido una estrategia nacional en la cual se incluye un programa para fomentar las exportaciones de las MIPYMES (Ver anexo 2).

2.4 Comercialización de los productos salvadoreños en E.U.

Los salvadoreños tratan de mantener sus costumbres. Es por eso que buscan constantemente productos étnicos para cubrir las necesidades de su dieta alimenticia. Existen diferentes canales comerciales donde el consumidor adquiere los productos, entre ellos se mencionan:

✓ Restaurantes:

El consumidor adquiere mayormente dichos productos por medio de este canal, ya preparados y listos para el consumo. Pero no todo el producto terminado es de buena calidad ya que las materias primas e insumos no son de origen salvadoreño.

✓ Tiendas salvadoreñas y latinas:

Son negocios instalados por inmigrantes en las zonas mayor mente poblada de latinos donde se comercializa producto típico, incluyendo alimentos y otros de origen hispano. Estos productos llegan a los estantes de las tiendas por diferentes medios, ya sea a través de los viajeros frecuentes o directamente a través de las agencias de importación. La calidad de estos productos depende de los métodos de conservación artesanales y científicos. En el caso de alimentos, el consumidor los adquiere precalentados, semi-preparados o congelados.

✓ Supermercados:

Son grandes empresas que distribuyen productos nacionales e importados de origen artesanal o industrial y su distribución no esta enfocada a un solo sector étnico sino más bien a un mercado abierto. En la actualidad, existe escaso número de empresas salvadoreñas productoras de antojos típicos, que han logrado posicionar sus productos en grandes cadenas de supermercado, ofreciéndolos al consumidor final de forma congelada.

✓ Viajeros frecuentes o comerciantes de maleta:

Estas personas en su mayoría son latinos, cuyo estatus de permanencia en Estados Unidos es de carácter legal. Realizan viajes con frecuencia a sus países de origen, ya sea como turista o en otros casos como agente de encomiendas. Llevando entre otros productos alimentos típicos salvadoreños. Vale aclarar que estos productos no son de distribución masiva, sino más bien son cantidades mínimas y por encargo.

B. ANTECEDENTES EN EL SALVADOR

1. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Luego de la caída de los precios del café, el país se vio en la necesidad de buscar nuevas inversiones e instalar fuentes de trabajo, que estimulara la economía nacional, proporcionando empleo. Entre estas fuentes se encuentran: el sector maquilero, sector azucarero y comercio en general, iniciando actualmente la industria alimenticia.

1.1 Contribución Futura De La Producción De Alimentos Al PIB

Como se mencionó anteriormente según CentroMype, cada uno de los salvadoreños que residen en los Estados Unidos, tiene la disponibilidad de comprar alimentos salvadoreños, solicitando que sean originarios de su país. En la siguiente tabla se muestra la capacidad de compra que tendrían los salvadoreños en Estados Unidos.

Tabla 5: Capacidad de compra de alimentos, de los salvadoreños en Estados Unidos

CARACTERÍSTICA	CAPACIDAD DE COMPRA MENSUAL EN ALIMENTOS	CAPACIDAD DE COMPRA ANUAL EN ALIMENTOS
≥	US \$50.00	US \$600.00
Multiplicando por os 2.3 millones de salvadoreños que viven en EE.UU.		
Característica	Capacidad de compra Total mensual en alimentos	Capacidad de compra Total Anual en alimentos
≥	US\$ 115 millones	US\$ 1,380 millones

Fuente: Estudio realizado por CentroMype 2001

El ingreso productivo mencionado en mercado salvadoreño en los estados unidos generaría, un aumento del PIB en 10.04% y esto a su vez representa un incremento del 48.16% de las exportaciones de El Salvador.

2. PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ANTOJOS TÍPICOS SALVADOREÑOS

Actualmente la producción de antojos típicos salvadoreños, se desarrolla normalmente de manera artesanal por micro y pequeños empresarios, dedicados a cubrir el mercado interno, pero cabe resaltar que la elaboración de dichos productos se da también de manera industrial, ya que la demanda de nuevos mercados permite al productor participar en la distribución de sus productos en mercados internacionales, sometándose a las exigencias de calidad e inocuidad de los alimentos.

La comercialización de antojos típicos salvadoreños, se da a través de los mismos productores ya sea esto de manera formal o informal dependiendo de la demanda del mercado y las exigencias legales para dicha distribución.

2.1 Mercado formal

Es aquel en cual se distribuye el producto y su consumo es controlado por instituciones que vigilan por la calidad e inocuidad de los alimentos. Hay estrictos controles fiscales y en muchos de los casos los precios varían de acuerdo al lugar en que son distribuidos. Los establecimientos donde se comercializan dichos productos, son los restaurantes, cafeterías y establecimientos conocidos comúnmente como pupuserías o pupusodromos, cabe resaltar que algunas empresas productoras, los comercializan previamente congelados en algunos supermercados del país. La producción en estas empresas es usualmente artesanal o semi-industrial, y su precio es relativamente alto.

2.1 Mercado Informal

Se entenderá por lugares de distribución de los antojos típicos los cuales están exentos de controles sanitarios y fiscales. Refiriéndose a los establecimientos donde el consumidor adquiere los productos en mención, tales como: pequeñas cafeterías, vendedores ambulantes y establecimientos posicionados en alguna arteria de la ciudad o zona rural. Los precios son relativamente bajos y su producción es completamente artesanal.

C. ANTECEDENTES DE LA MICRO REGION LOS NONUALCOS.

1. DESCRIPCIÓN DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS.

Después de los dos terremotos que azotaron al país en el año 2001, el departamento de La Paz fue uno de los mas afectados, elevando el índice de pobreza que ya existía en la zona, a raíz de ello llegaron al país organismos internacionales, entre ellos La GTZ que es una institución no gubernamental de Cooperación Técnica Alemana, la que se instaló en varios puntos del país para ayudar a reconstruir las viviendas dañadas por los sismos. La Paz no fue la excepción, La GTZ cooperó para la reconstrucción de muchas viviendas dañadas en dicho departamento, pero se vieron en la necesidad de agrupar los municipios más necesitados y es así que consideran a: San Rafael Obrajuelo, San Juan Nonualco, Santiago Nonualco, San Pedro Nonualco, Zacatecoluca, San Luís la Herradura y El Rosario. Después de la reconstrucción de viviendas, descubrieron que existían muchas necesidades económicas y sociales por lo que era necesario hacer algo para contrarrestar la crisis que en la región se presentaba y se comprometieron a lograr los objetivos proporcionando Capacitaciones en Turismo, Bienestar juvenil, salud, cooperación técnica para el tratamiento de desechos sólidos, emprendedurismo para micro y pequeñas empresas así como también capacitaciones en gastronomía y manejo de alimentos, para impulsar y motivar a las personas a conformar micros y pequeñas empresas sostenibles. Se formularon varios proyectos en relación a muchos de los objetivos anteriores, de los cuales la mayoría se han implementado. Pero para ello ya se habían unido otros municipios entre ellos Tecoluca, Cuyultitan, Santa María Ostuma, San Pedro Masahuat, San Luís Talpa, San Juan Talpa, Tapalhuaca, Olocuilta, y San Antonio Masahuat, haciendo un total de 16 municipios, decidiendo elaborar los estatutos para conformarla como una asociación llamándola, "Micro región Los Nonualcos",

que trabaja en ocasiones mancomunada con la asociación de La micro región Anastasio Aquino de San Vicente.

Para lograr dichos objetivos se vieron en la necesidad de integrar a otras instituciones así como CONAMYPE, FATmype, FEDISAL, MINEC, USAID, ISDEM y FISDL. Los cuales han contribuido para el desarrollo económico social, mejorando así la calidad de vida de los habitantes de dicha región.

1.1 Nombre y ubicación geográfica

La Micro región Los Nonualcos, como se ha mencionado esta compuesta por 16 municipios, de los cuales 15 pertenecen al departamento de La Paz y uno de ellos pertenece al departamento de San Vicente, cabe agregar que alguno de estos municipios pertenecen a mas de una asociación, es decir que integran otro tipo de grupos, esto se puede apreciar en la Tabla 6, que se presenta a continuación, además se presentan los mapas de los dos departamentos donde se pueden apreciar la ubicación exacta de los municipios dentro del territorio salvadoreño.

Tabla 6: Nombre Y Ubicación Territorial.

MUNICIPIO	DEPTO.	MICRO-REGION O ASOCIACION
Cuyultitan	La Paz	Los Nonualcos
El Rosario	La Paz	Los Nonualcos
Olocuilta	La Paz	Los Nonualcos
San Antonio Masahuat	La Paz	Los Nonualcos y Micro región Panorámica La Paz.
San Juan Nonualco	La Paz	Los Nonualcos
San Juan Talpa	La Paz	Los Nonualcos
San Luis Herradura	La Paz	Los Nonualcos
San Luis Talpa	La Paz	Los Nonualcos
San Pedro Masahuat	La Paz	Los Nonualcos
San Pedro Nonualco	La Paz	Los Nonualcos
San Rafael Obrajuelo	La Paz	Los Nonualcos
Santiago Nonualco	La Paz	Los Nonualcos
Tapalhuaca	La Paz	Los Nonualcos
Zacatecoluca	La Paz	Los Nonualcos y Micro región Anastasio Aquino
Santa Maria Ostuma	La Paz	Los Nonualcos y Asociación de Municipalidades Vía Panorámica (ASMUP)
Tecoluca	San Vicente	Los Nonualcos y Micro región Anastasio Aquino.

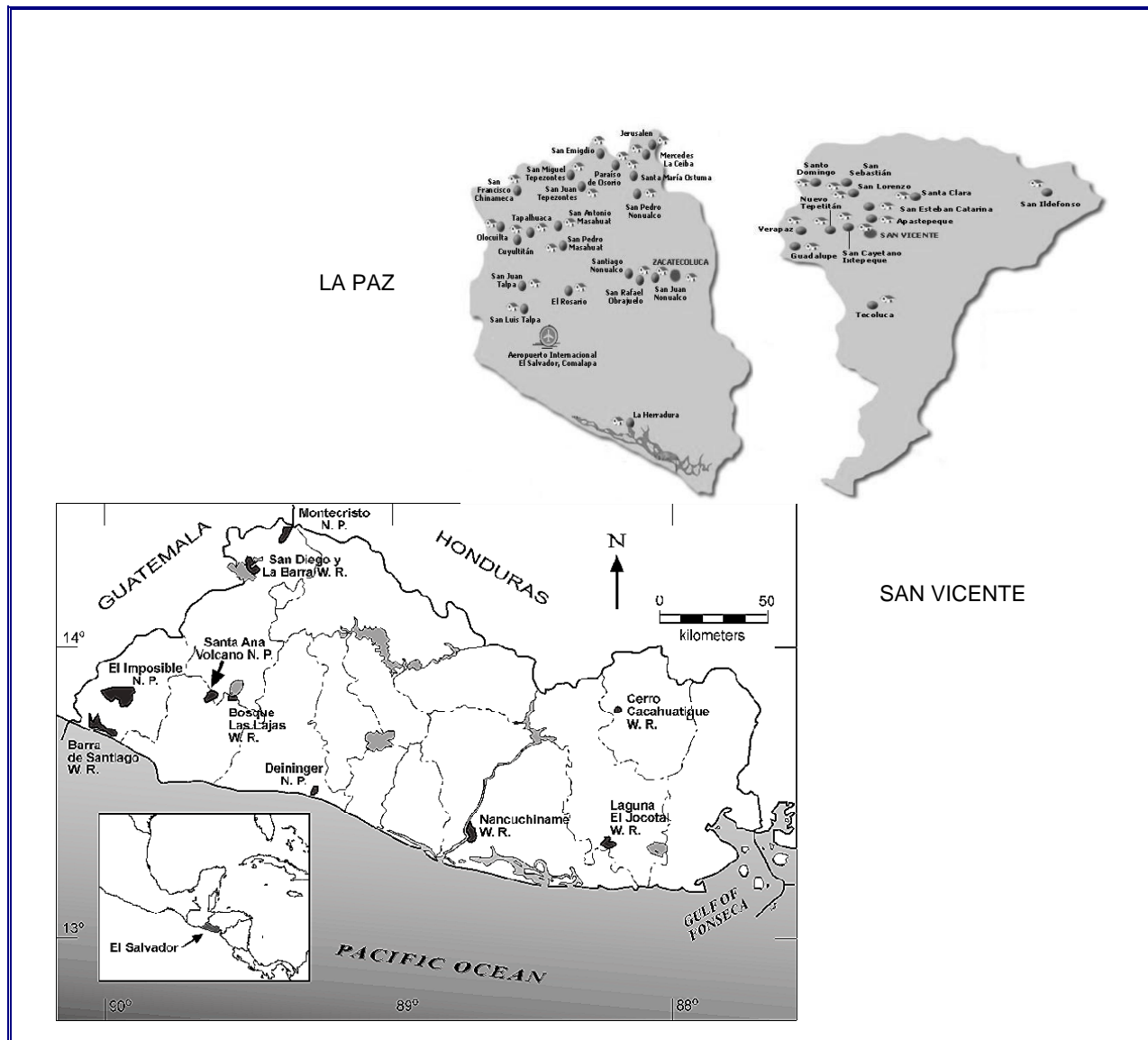
Fuente: Red De Desarrollo Local (RDL)

La asociación Los Nonualcos comprende 15 municipios del departamento de La Paz, los cuales abarcan la mayor parte del departamento y 1 de San Vicente, el cual es Tecoluca y es el municipio más grande del departamento.

Los dos departamentos representan parte de la zona costera del país, cabe mencionar que algunos de los municipios de la asociación se dedican a la pesca como medio de subsistencia; en el mapa a

continuación se muestran los departamentos de La Paz y San Vicente dentro de El Salvador, para tener una mejor perspectiva de la ubicación geográfica:

Figura 1: Ubicación de Micro Región Los Nonualcos



2. ASPECTOS SOCIALES Y ECONOMICOS DE LA MICROREGION LOS NONUALCOS

2.1 Población, extensión y densidad poblacional.

A continuación se presentan datos demográficos de cada uno de los municipios que integran la Micro región Los Nonualcos:

Tabla 7: Datos Demográficos de la Micro región Los Nonualcos

MUNICIPIO	POBLACION (CENSO 1992)	POBLACION (DIGESTYC 2003)	EXTENSION DEL MUNICIPIO (KM ²)	DENSIDAD POBLACIONAL (CENSO 1992) (HBTS./KM ²)	DENSIDAD POBLACIONAL (DIGESTYC 2003) (HBTS./KM ²)
Cuyultitan	4,156	5,502	8.61	482.69	639.02
El Rosario	9,797	13,030	45.64	214.66	285.50
Olocuilta	15,992	19,495	89.68	178.32	217.38
San Antonio Masahuat	4,047	4,304	28.83	140.37	149.29
San Juan Nonualco	10,927	11,964	59.65	183.19	200.57
San Juan Talpa	6,825	7,385	40.74	233.63	181.27
San Luis Herradura	16,869	31,558	104.39	161.60	302.31
San Luis Talpa	15,410	27,919	65.96	233.63	423.27
San Pedro Masahuat	21,593	28,695	121.39	177.88	236.39
San Pedro Nonualco	9,430	10,034	27.54	342.41	364.34
San Rafael Obrajuelo	9,110	11,804	11.01	827.43	1072.12
Santiago Nonualco	32,546	38,109	121.51	252.41	313.63
Tapalhuaca	3,612	3,859	14.31	252.41	269.67
Zacatecoluca	57,804	62,527	321.3	179.91	194.61
Santa Maria Ostuma	5,660	5,965	24.12	234.66	247.31
Tecoluca	16,746	20,065	284.65	58.83	70.49

Fuente: Red De Desarrollo Local (RDL)

Cabe mencionar que existen muchos aspectos en el ámbito social que afectan al desarrollo de un proyecto, en cualquier medida, ya que en ocasiones no se cumple con los requisitos mínimos para que este funcione a cabalidad, entre los requisitos se pueden mencionar: el nivel de pobreza de la zona, ya que para llevar a cabo un proyecto se necesita de cierta inversión, aunque con la ayuda de entidades extranjeras que cooperan al desarrollo de las comunidades mas pobres se puede lograr, para el caso de la Micro región Los Nonualcos existen algunos municipios que se encuentran con una tasa elevada de pobreza como es el caso de San Antonio Masahuat, San Pedro Nonualco, Tapalhuaca y Santa Maria Ostuma; el nivel de educación de los pobladores de la zona, ya que se necesita que las personas administren su negocio de manera clara y ordenada; las facilidades en cuanto a servicios como son luz eléctrica, agua potable, telefonía, accesibilidad a la zona, carreteras en buen estado, etc.; los servicios

en materia de salud, ya que es indispensable que se cuenta por lo menos con una unidad de salud que cubra con las necesidades mínimas de la población.

A continuación se presenta un cuadro donde se detallan datos sociales de la Micro región Los Nonualcos.

Tabla 8: Aspectos sociales de la Micro región Los Nonualcos.

ASPECTO SOCIAL	MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS
Tasa de pobreza	20.6 en promedio.
Porcentaje de población que recibe educación	30%
Tasa de analfabetismo	15.5
Hospitales	1
Unidad de salud	25
Principales actividades económicas	Agricultura, Ganadería, Comercio e Industria (maquilas)
Principales cultivos	Yuca, maíz, maicillo, arroz, frijol y frutas tropicales.

2.2 Antojos típicos que elaboran.

Actualmente algunas empresas salvadoreñas³ están elaborando industrialmente alimentos típicos salvadoreños (los señalados en la tabla 9), los cuales son exportados a los Estados Unidos y Canadá. Como se observa en la siguiente tabla, existen una gran variedad de antojos típicos que nos identifican y que representan una oportunidad de desarrollo para la industria de alimentos, generando productos de buena calidad para poder competir en el mercado nacional e internacional.

Los antojos típicos son catalogados según MINEC, como alimentos de nostalgia para los salvadoreños, radicados en el exterior y considerando además que en las ciudades salvadoreñas es difícil encontrar a la venta algunos de los productos típicos (de la tabla 9), es por ello que se considera conveniente que éstos, vayan orientados al mercado nacional e internacional.

En la siguiente tabla se muestran los productos elaborados artesanalmente por la micro región Los Nonualcos y por Otras empresas:

Tabla 9: Productos elaborados por la micro región y competencia

PRODUCTOS	PRODUCTOS ELABORADOS ARTESANALMENTE EN LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS	PRODUCTOS ELABORADOS INDUSTRIALMENTE POR OTRAS EMPRESAS
Torta de elote	√	√
Tamal de elote	√	√
Pupusas	√	√
Empanadas	√	
Riguas	√	
Nuegados	√	
Alborotos	√	

³ Según Información proporcionada por BCR-CENTREX

Buñuelos	√	
Chilate	√	√
Atole Chuco	√	√
Plátanos en Miel	√	
Tostadas de yuca y de plátano	√	√
Tamales pisques		√
Masa de elote Congelada		√
Tamales de loroco		√
Pasteles de carne	√	

Entre los recursos con que cuenta la micro región están: la materia prima indispensable para la elaboración de cada producto, personal capacitado en manipulación y calidad de alimentos, personal especializado en la elaboración de pupusas (de Olocuilta) que son preferidas por la mayoría de salvadoreños y de gran renombre en el extranjero lo que representa una ventaja de marketing para poder competir en el mercado.

CAPITULO III : DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA ASOCIACION MICROREGION LOS NONUALCOS

A. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS

1. INTRODUCCIÓN.

A pesar del conflicto armado, El Salvador inicio un proceso de reforma del Estado en la década de los 80, a través del cual se logro la autonomía de los municipios, se creo el código municipal en 1984, se reactivo la Cooperación de Municipalidades de la Republica de El Salvador (COMURES) y se creo el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM).

En ese contexto surge en 1989 el Proyecto de Cooperación Técnica ISDEM/GTZ, que consistía en brindarle a la institución un apoyo técnico para la administración de los municipios. El proyecto finalizo en 1995 y se integro al nuevo Programa de Asesoramiento en el Fomento Municipal y la Descentralización PROMUDE/GTZ.

En su primera etapa, el programa apoyo los esfuerzos gubernamentales para el fortalecimiento municipal y la descentralización, en tres componentes: apoyo a la descentralización, estableciendo precondiciones para el traslado de competencias desde el gobierno hacia los municipios; fortalecimiento municipal, incrementando la capacidad de los municipios para la gestión del desarrollo local; y democratización y participación, para que los intereses de la población fueran representados eficazmente.

La segunda etapa del programa arranco en el 2000, para fortalecer las estructuras democráticas descentralizadas en el sector publico.

La tercera fase del programa PROMUDE inicio en el 2002 con un giro importante: trabajar bajo el concepto de Desarrollo Regional, focalizando sus acciones en la Región de La Paz.

Son muchas las asociaciones que existen hoy en día y que subsisten por medio de la colaboración entre las municipalidades que las integran, además de la cooperación que reciben de entidades tanto nacionales como extranjeras; a continuación se presenta una breve descripción de la Asociación Micro región Los Nonualcos.

2. ORGANIZACIÓN INTERNA.

Son muchos los retos que la Asociación Los Nonualcos enfrenta como tal, por tanto se han organizado de tal manera que la administración de los recursos con que cuentan sean aprovechados al máximo, los objetivos que persigue la asociación son los siguientes:

2.1 Misión

Desarrollar las potencialidades de los municipios aprovechando sus características geográficas, la riqueza productiva de sus tierras y los recursos turísticos e históricos culturales.

2.2 Objeto de la Asociación.

Promover el desarrollo integral y sostenible de los municipios asociados, en el marco de procesos ampliamente participativos.

Fines de la Asociación.

- ✓ Promover y fomentar el aprovechamiento de los recursos turísticos, recreativos e históricos-culturales que poseen sus miembros.
- ✓ Impulsar un manejo integral de los desechos sólidos.
- ✓ Preservar, recuperar y manejar adecuadamente los recursos naturales en los municipios miembros.
- ✓ Desarrollar la infraestructura productiva que permita dar soporte al desarrollo socioeconómico que se busca.
- ✓ Fomentar el empleo y mejorar las condiciones económicas de la población en el área urbana y rural.
- ✓ Realizar una gestión integral de riesgos a fin de prevenir la ocurrencia de desastres naturales.
- ✓ Propiciar la creación de Centros de Formación Profesional en beneficio de la Población.
- ✓ El organigrama de la asociación se presenta de la siguiente manera:

Figura 2: Organigrama actual de La asociación Micro región Los Nonualcos



En el cual las personas que representa cada uno de los cargos planteados en el organigrama se detallan en la tabla 10:

Tabla 10: Cúpula Administrativa de la Asociación Los Nonualcos.

CARGO	NOMBRE	ORIGEN
Presidente	Milton Galileo González López	Alcalde de San Luis La Herradura
Vice-presidente	Sergio Orellana Menjivar	Alcalde de San Pedro Nonualco
Tesorero	Rafael Amilcar Aguilar Alvarado	Alcalde de San Rafael Obrajuelo
Secretario	Carlos Alberto Ramos Rodríguez	Alcalde de San Pedro Masahuat
Vocal 1	Marvin Morena Martell de Canales	Alcaldesa de Santiago Nonualco
Vocal 2	Wilberg de Jesús Gallardo	Alcalde de El Rosario
Vocal 3	Fabián Yáñez Ramírez	Alcalde de San Juan Nonualco

3. ACTIVIDADES QUE REALIZA LA ASOCIACIÓN MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS.

Con la colaboración de la GTZ, son muchos los proyectos que la asociación ha llevado a cabo, tal es el caso del apoyo que da a la descentralización en sectores como la salud y el manejo integral de los desechos sólidos. En cuanto a salud, GTZ busca contribuir a mejorar la eficacia y calidad de los servicios, así como orientar la prestación de los mismos hacia la población pobre en el marco del Programa Red Solidaria. Con respecto a los desechos, busca que los municipios dispongan de un servicio eficiente para la recolección, transporte y disposición final de los mismos.

Adicionalmente, GTZ promueve la participación de la población en el proceso de desarrollo local, para lo cual impulsa a los municipios para que planifiquen utilizando métodos participativos.

Para inculcar la participación ciudadana en los jóvenes, trabaja con líderes juveniles para fomentar su participación en actividades municipales de planificación, implementación de estrategias y resolución de conflictos, entre otros.

Con lo expresado se puede denotar que la asociación se involucra en actividades meramente de desarrollo social con el objetivo de desarrollar la zona, y de esta manera lograr dar herramientas a la comunidad para ser competitivos.

3.1 Obstáculos

- ✓ La participación de los Alcaldes y Alcaldesas ha sido gradual y no todos con el mismo nivel de responsabilidad y entrega.
- ✓ Sobrecarga de trabajo administrativo de los alcaldes y alcaldesas, que limita su participación en el esfuerzo asociativo
- ✓ La liberación de recursos por parte de las municipalidades para aportar a la sostenibilidad de la Asociación.
- ✓ La recarga de responsabilidades y actividades de los líderes que actualmente acompañan el esfuerzo, limita su capacidad de respuesta.
- ✓ La poca participación de las comunidades en los distintos temas que se están trabajando, por una débil cultura asociativa.
- ✓ Poco empoderamiento de los habitantes de los municipios en relación a los objetivos, misión y visión de la Asociación
- ✓ La ausencia de una Unidad Técnica que apoye y operativice las decisiones de la Asociación.

B. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PRODUCTORES.

1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la investigación se empleará la investigación descriptiva, la cual permitirá conocer la situación actual de los diferentes factores organizativos, administrativos, productivos y operativos de los productores pertenecientes a los municipios de la Micro región “los Nonualcos”, así como otros aspectos que resulten de interés para el estudio. Este tipo de investigación permite especificar las propiedades importantes de grupos de personas, sectores o cualquier fenómeno a analizar.

1.1 Investigación De Datos Primarios

Son los datos obtenidos directamente de las personas involucradas: productores de anteojos típicos salvadoreños y personas involucradas en la asociación. Para la recolección de esta información se utilizarán las siguientes técnicas:

Técnicas A Utilizar Para La Recopilación De Información

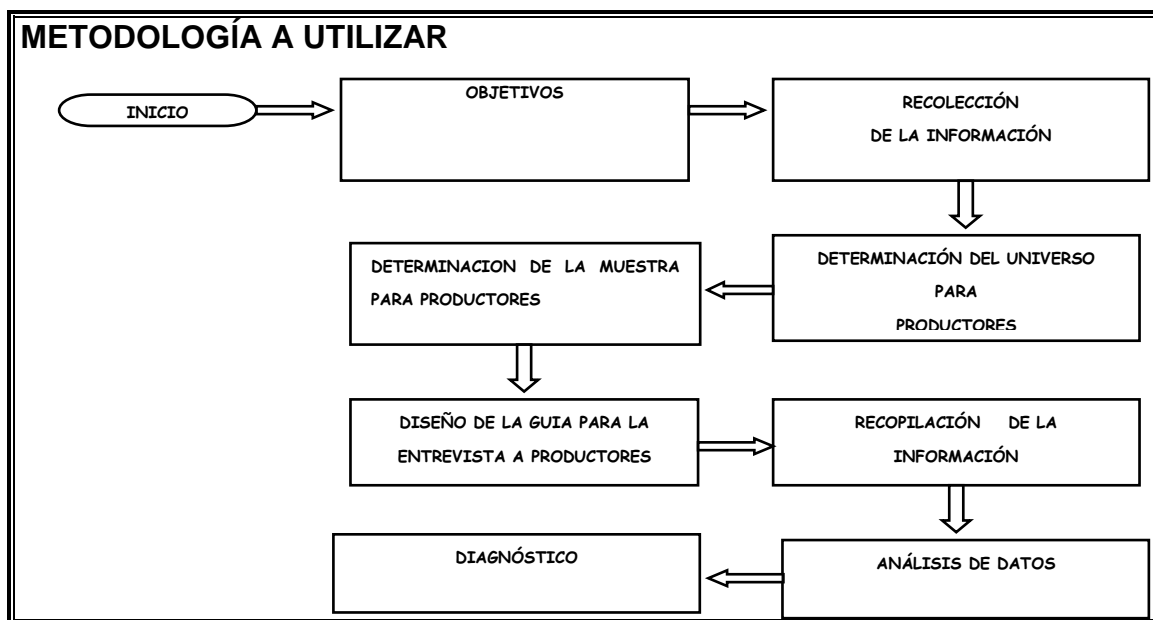
- Observación directa: Esta se realizará en el lugar donde se elaboren los antojos típicos salvadoreños en los municipios en estudio, con el fin de verificar los procesos productivos actuales.
- Entrevistas: las entrevistas estarán dirigidas a los productores de los antojos típicos y a personas que conocen del tema y están involucradas directamente con dichos productores. Para esta investigación se utilizará como apoyo una guía para la entrevista.

1.2 Investigación De Datos Secundarios

La investigación de datos secundarios es necesaria para complementar los datos obtenidos en la investigación de campo.

Para obtener información secundaria se utilizarán las siguientes fuentes:

- ✓ CENTREX: empresas de antojos típicos que exportan (existentes en los municipios en estudio).
- ✓ CNR: empresas registradas que elaboran antojos típicos (existentes en los municipios en estudio).
- ✓ MAG: Registros de cultivos en el municipio de la paz, para verificar las limitaciones de materia prima.
- ✓ Información Virtual (Internet): Información variada que complementará datos importantes de los municipios en estudio.
- ✓ Información Bibliográfica: Libros utilizados como guía técnica y metodológica para el análisis de la información que se recolectará.
- ✓ Otros documentos



CAP.	TÉCNICA	PASOS	RESULTADO
DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA ASOCIACION MICROREGION LOS NONUALCOS	Observación Directa.	<ul style="list-style-type: none"> √ Concertar cita con las personas productoras a entrevistar. √ Verificación de procesos productivos en los lugares de producción de antojos típico. 	Conocimiento de procesos y equipo utilizado en cada uno de ellos.
	Entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> i. Concertar cita con productores y personas relacionadas directamente al proyecto. √ Entrevistar iii. Análisis de datos obtenidos 	<p>Número de productores de antojos típicos salvadoreños de en cada municipio.</p> <p>Información de aspectos organizativos, administrativos, productivos y operativos de los productores.</p> <p>Verificación de procesos productivos de antojos típicos salvadoreños en los municipios en estudio.</p>
	Recopilación de información secundaria	i. Consulta en libros y documentos del CNR, CENTREX, Internet, CONCULTURA, MAG, entre otros.	Antecedentes en general de antojos típicos, empresas productoras de estos bienes, empresas exportadoras de estos bienes, clasificación de la comida tradicional salvadoreña y disponibilidad registrada de materia prima en la zona en estudio.

2. IDENTIFICACIÓN DEL UNIVERSO

2.1 Área o Zona De Productores De Los Antojos Típicos Salvadoreños

Como se detalló La micro región Los Nonualcos, esta formada por varios municipios, algunos de ellos tienen "Grupos Gastronómicos" que se benefician de la venta de sus productos en ferias y festivales gastronómicos. Los municipios que gozan actualmente con un grupo gastronómico, se detallan en la Tabla 11, al igual que número de productores por cada uno de ellos:

Tabla 11: Municipios con grupos Gastronómicos

MUNICIPIO	NO. DE PRODUCTORES
San Pedro Nonualco	7
San Juan Nonualco	11
San Pedro Masahuat	15
Olocuilta	75
Total	108

Como se describe en la tabla anterior, el total de productores de la Micro región son 108, donde cada uno de ellos se caracteriza por la elaboración artesanal de alimentos típicos salvadoreños específicos, tal como se describe en la tabla 12:

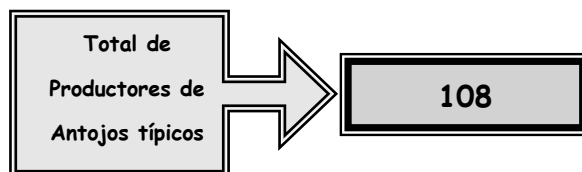
Tabla 12: Antojos típicos elaborados por cada municipio que conforman grupos Gastronómicos

Municipio	Antojos Típicos Salvadoreños que Elaboran
San Pedro Nonualco	Pupusas, Tamales de elote, Panes rellenos, Atole chuco o negrito
San Juan Nonualco	Pupusas, Enchiladas, Panes rellenos, Riguas, Yuca salcochada
San Pedro Masahuat	Pupusas, Empanadas de plátano, Nuegados, Chilate, Riguas, Tortas de elote, Elotes salcochados, Pasteles de maíz, Tamales, de elote, Panes rellenos, Yuca salcochada, yuca frita
Olocuilta	Pupusas de arroz (en sus variedades: Revueltas, queso, queso con loroco, frijoles, pollo, mora, chipilín, ayote y jamón)

2.2 Segmentación de Productores de antojos típicos salvadoreños

Para determinar el universo, se identificaron y se tomaron en cuenta solamente los municipios que tienen grupos gastronómicos dentro de la Micro región Los Nonualcos, considerando que son los que están organizados y dispuestos a asociarse.

De la información directamente recopilada de las alcaldías de cada municipio, se adquirió el número total de productores de antojos típicos obteniendo un universo de:



Se ha considerado tomar todo el universo para la fijación de la muestra, ya que todos los productores constituyen micro y pequeñas empresas, según DIGESTYC⁴ por el número de empleados y pueden mostrar características similares (Ver Anexo 3).

⁴ La clasificación que se utilizó en base a la dimensión laboral fue la adoptada por DIGESTYC, ya que se rige por las obligaciones legales y le da validez internacional a la investigación.

3. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA PARA PRODUCTORES DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS.

Los tipos de muestreo se clasifican en: Métodos de muestreo Probabilístico y métodos de muestreo No probabilístico. Los métodos de muestreo no probabilísticos no garantizan la representatividad de la muestra y por lo tanto no permiten realizar estimaciones inferenciales sobre la población.

Para el análisis se ha seleccionado el método de Muestreo Probabilístico porque se cuenta con datos estadísticos para determinar la población, lo que otorgará una probabilidad conocida de integrar la muestra a cada elemento de la población, y dicha probabilidad no es nula para ningún elemento. Es decir, asegura la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables.

Dentro de los métodos de muestreo probabilísticos encontramos los siguientes tipos:

- ✓ Muestreo aleatorio simple
- ✓ Muestreo aleatorio sistemático
- ✓ Muestreo aleatorio por conglomerados
- ✓ Muestreo aleatorio estratificado

La distribución de la muestra en función de los diferentes estratos se denomina afijación, y puede ser de diferentes tipos:

- ✓ Afijación Simple: A cada estrato le corresponde igual número de elementos muestrales.
- ✓ Afijación Proporcional: La distribución se hace de acuerdo con el peso (tamaño) de la población en cada estrato.
- ✓ Afijación Óptima: Se tiene en cuenta la previsible dispersión de los resultados, de modo que se considera la proporción y la desviación típica. Tiene poca aplicación ya que no se suele conocer la desviación.

Para seleccionar el método de muestreo que mas se adapte al análisis de la información se han considerado los siguientes criterios:

- √ Credibilidad: Se refiere a la certidumbre que el método de muestreo pueda aportar, conociendo de antemano cada una de las características que describe a cada uno de ellos.
- √ Facilidad de aplicación y comprensión: es una de las ventajas con las que debe contar el método de muestreo seleccionado, para no incurrir en complicaciones innecesarias.
- √ Información necesaria para la aplicación: para seleccionar el tipo de muestreo se ha de considerar como insumo importante el tipo de información que se posea acerca de la población.

3.1 Tipo de muestreo

Considerando la información con la que se cuenta tales como: el tamaño de la población, el listado de los productores de la micro región Los Nonualcos, se determina que el tipo de muestreo aplicable a los productores es: el muestreo estratificado con afijación proporcional, donde se distribuye la muestra en proporciones según zona geográfica considerando los productores de cada municipio con grupos

Gastronómicos. Dentro de este tipo de muestreo se aplicó para cada estrato seleccionado, el muestreo aleatorio simple, que comprende, seleccionar al azar al encuestado en los lugares de producción.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la ecuación de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas⁵ :

Para un universo de N=108

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

Donde:

n= Tamaño de la Muestra

N= Universo

E = Error

Q= Probabilidad de rechazo o no conoce sobre el tema

p = Probabilidad de éxito o conoce el tema

Z = Valor del área bajo la curva normal para un nivel de

Confianza del 90 %, tenemos Z= 1.67

Z= 1.67

E= 10%,

P= 50%

Q=50%

N=108

Entonces tenemos una muestra de:

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

$$n = \frac{(1.67)^2 (0.5)(0.5)(108)}{(0.10)^2 (108-1)+ (1.67)^2 (0.5*0.5)}$$

n = 43 Productores



Z= 1.67 de la curva Normal; para un nivel de confianza del 90%, debido a que se busca determinar procesos, productos, organización, capacitaciones, Producción, Mercado, comercialización, administración y control, recursos humanos, operación y aspectos referentes a la materia prima, y que de alguna

⁵ Según: Carrasco JL. El método estadístico en la investigación médica. 5ª ed. Madrid. Editorial Ciencia,(donde se especifica que si se conoce la población es considerada como población finita)

manera esta información podrían ser redundantes, ya que todas son pequeñas empresas y la mayoría son pupuserías.

$P= 0.5$ proporción de la población esperada que responda la entrevista determinada referente a todos los aspectos mencionados en el literal anterior, se considera adecuado para el estudio, ya que no se cuenta con un estudio previo.

$Q=0.5$ proporción poblacional que responde negativamente a la entrevista.

$E= 10\%$ margen de error determinado por los costos que implica hacer una investigación con una muestra de población mayor.

3.2 Asignación de Encuestas

La muestra para el productor es de 43 entrevistas, pero como se mencionó antes los municipios que tienen grupos gastronómicos solamente son cuatro y de acuerdo al número de productores de cada uno de ellos así será la asignación, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 13: Asignación de encuestas a los municipios con grupos Gastronómicos

MUNICIPIO	# DE PRODUCTORES	NO. DE ENTREVISTAS
San Pedro Nonualco	7	3
San Juan Nonualco	11	4
San Pedro Masahuat	15	6
Olocuilta	75	30
Total		43

Para la seleccionar la muestra se hará un listado enumerado previamente de los productores de cada municipio y de manera aleatoria se seleccionará un número correspondiente a cada uno de ellos.

4. DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.

El instrumento de investigación se determino como una guía de entrevista (Ver anexo 4), ya que se necesitaba conocer varios aspectos con respecto a los productores actuales de la zona, se realiza en tres partes; la primera se refiere a la información tal como generalidades de la empresa, cantidad de empleados, capacitaciones, producción, etc.; la segunda parte es enfocada más que todo a áreas como comercialización, administración, control, organización, etc.; y la tercera parte es relacionada a materia prima e insumos.

5. RESULTADOS OBTENIDOS.

En base a la tabulación y análisis de la información (Ver anexo 5) recopilada en la guía de entrevista a productores de la Micro Región los Nonualcos, se obtuvieron los siguientes resultados:

5.1 Parte I: Generalidades

1. La gran mayoría de productores que conforman empresas en la Micro región Los Nonualcos, están dispuestos a asociarse para conformar una corporación que les permita elaborar y vender sus productos formalmente.
2. Las empresas que conforman individualmente los productores de la Micro región, son Micro y pequeñas empresas en su mayoría. El total de empleados promedio para la micro y pequeña empresa asciende a 95 y 456 empleados respectivamente, haciendo un total de 551 empleados.
3. La mayoría de empresas ha recibido capacitaciones, tales como : Manipulación de Alimentos, Manejo de desechos vegetales, controles administrativos, y Atención al cliente, impartidas por la Alcaldía Municipal de cada municipio, La GTZ, Ministerio de Salud, CONAMYPE, entre otras.
4. Las pupusas son la fuente principal de ingresos para la mayoría de empresas que laboran en la Micro región, ya que son las que mas se demandan, seguido por los tamales de elote, quedando en tercer lugar la riguas, los nuegados y empanadas en cuarto y quinto lugar respectivamente. Los volúmenes producidos promedios anuales y totales de los productores de la zona se muestran en la siguiente tabla

Tabla 14: Volumen De Producción de la Micro región los Nonualcos⁶

Producto	Unidades promedio/ año	Kg. Promedio/Año
Pupusas	12,183,750	1,096,537.50
Tamales de elote	702,000	63,180
Empanadas	48,000	4,320
Riguas	806,400	72,576.00
Nuegados	96,000	8,640

Fuente: Investigación de campo

5. Los productos elaborados son vendidos en su mayoría localmente, un mínimo de empresas tienen sucursales y los venden a nivel de una región. De este total de empresas, un poco menos de la mitad, exporta sus productos ocasionalmente de manera informal a países, como: Estados Unidos, España, Costa Rica y Canadá. El producto que mas exportan son las pupusas con un promedio semanal de 4000. Sin embargo los tamales y las riguas son muy requeridos también.

5.2 Parte II: Comercialización

1. Los procedimientos de atención al cliente están definidos a medias y no por escritos, para la mayoría de empresas, otras los desconocen.
2. Gran parte de las empresas tienen controles de venta deficientes y/o insuficientes
3. Más de la mitad de empresas expone, que el personal está capacitado a medias para la venta de sus productos.

⁶ Ver anexo 5

-
-
4. La mayoría de empresas considera las sugerencias de los clientes, en algunas ocasiones, lo que ha contribuido a mejorar el producto y la atención específicamente.
 5. Gran porción de las empresas, no cuentan con servicio a domicilio, un mínimo de ellas tiene este servicio pero de manera sencilla.
 6. Un poco mas de la mitad de las empresas entrevistadas, tienen controles básicos de costos, un mínimo de ellas no controlan los costos.
 7. Una porción media de las empresas, afirman que han planeado algunas veces el pago a proveedores, otra porción nunca lo ha hecho, pero un mínimo asegura que lo lleva de forma manual y que para el tamaño de la empresa es suficiente.
 8. Gran parte de las empresas esta de acuerdo en que la actividad de elaborar antojos típicos es rentable, aunque otros opinan que es modesta.
 9. Un poco mas de la mitad de empresas entrevistadas aseguran que algunas veces han cuantificado los resultados de producción y ventas.

5.3 Parte III: Organización.

10. En su mayoría las empresas constituidas por los productores de la Micro región, no cuentan con una estructura organizativa.
11. Los empleados conocen aspectos básicos de su puesto, en la mayoría de empresas

5.4 Parte IV: Recursos Humanos.

12. Un poco menos de la mitad de las empresas cuenta con procedimientos mínimos para reclutar personal, en una porción casi igual no se cuenta con ellos.
13. Las empresas en su mayoría, No cuentan con un reglamento interno de trabajo.
14. En gran parte de las empresas, No se cuenta con un escalafón de salarios, y otras aseguran que no se paga ni siquiera el mínimo.

5.5 Parte V: Producción.

15. La planificación de la producción, que se lleva en las empresas es de manera informal.
16. En la mayoría de empresas, el dueño es el que conoce los procesos y él los enseña, es de mencionar que no se tienen por escrito.
17. La capacidad instalada, utilizada por gran porción de las empresas es de 40 a 60%.
18. La planificación de las compras de materia prima se dan de manera informal, para la mayoría, aunque existe una pequeña porción, que asegura que lleva una planificación escrita.
19. En más de la mitad de empresas, se cuenta con un espacio adecuado para guardar los inventarios de materia prima, pero no se cuenta con un encargado para el control de la misma.

5.6 Parte VI: Operación

20. Casi la mitad de las empresas asegura que tiene problemas con la actitud de los empleados para la atención al cliente, pero un poco menos de la mitad afirma que la atención al cliente es aceptable.

C. DIAGNOSTICO.

La región Los Nonualcos a crecido y se ha desarrollado considerablemente desde que Anastasio Aquino, fiel defensor de sus ideales y que luchaba por la zona ya mencionada, mantenía una fiel batalla por sacar adelante a su pueblo, por tal motivo se considera a las personas que habitan este sector de El Salvador, individuos que no se rinden y tienen un espíritu de superación inspirador.

La región ha recibido una ayuda invaluable, ya que hace muchos años la GTZ con varios de sus proyectos ha favorecido a la zona, brindando asistencia técnica, de tal manera proporcionar los conocimientos necesarios para que la región crezca, se desarrolle y no solamente eso; sino que no se quede estancada, que sean una asociación auto sostenible, que se puedan valer de sus propios recursos, tanto materiales como intelectuales.

En lo que respecta a la organización de la asociación, se tiene muy detallado el rol que cada uno de los integrantes debe adoptar y como dice su misión: desarrollar las potencialidades de los municipios aprovechando todos sus recursos; como bien una asociación debe de velar por el desarrollo de todos sus integrantes, y esto queda muy bien establecido en la misión, ya que se camina como una sola institución, todos al unísono, y se tiene la visión de aprovechar todos los recursos que se tienen, para que en un futuro no muy lejano, la asociación micro regio Los Nonualcos sea reconocida por todo el país, y por que no decirlo también en el extranjero por los productos y servicio que ofrece.

La asociación la dirigen los alcaldes de los 16 municipios que conforman esta, en el organigrama se detallan los nombres de los alcaldes que llevan las riendas, siendo el Sr. Milton González, Alcalde de San Luis La Herradura el presidente de la asociación, quien es una persona muy abierta a nuevas ideas para hacer crecer la asociación, ya que brinda todo su apoyo al seguimiento del presente proyecto.

La asociación ha llevado a cabo muchos proyectos, ya que lo que busca es el bienestar de todos los habitantes de la zona, como se menciona se enfoca en este momento en el área de salud y algo muy importante: un relleno sanitario; además, la GTZ trabaja con varios proyectos de otra índole, tal es el caso de la mesa de turismo, donde se tiene la visión de capacitar a las personas para que utilicen al máximo los recursos geográficos de la zona, la riqueza histórica con que se cuenta y el reconocimiento del exquisito sabor de la gastronomía de la zona, de manera que esto atraiga turistas y genere empleos y por ende mejores condiciones de vida; también, trabaja con jóvenes, para que estos a temprana edad conozcan la situación de su alrededor y aporten ideas frescas a solucionar problemas que a todos afectan.

A pesar de que son 16 los municipios que integran la asociación, únicamente cuatro tienen grupos Gastronómicos y es en base a ellos que se determina la muestra a ser analizada, donde hay 108 productores esparcidos dentro de estos cuatro municipios, y se detalla que productos elaboran en cada uno de ellos, utilizando la formula estadística mas adecuada se determina la muestra del universo que arroja un dato significativo a los intereses del proyecto, el cual es de 43, son las entrevistas necesarias para determinar las condiciones de todos los productores, ya que se estima que todos presentaran condiciones similares a los datos obtenidos por las entrevistas; además se especifica cuantas entrevistas se asigna a cada uno de los cuatro municipios en mención; como por ejemplo, para Olocuilta

corresponden 30 entrevistas, y los resultados de estas arrojarán datos que se consideran para todos los productores de ese sector.

Se diseñó una guía de entrevistas para los productores de antojos típicos de la zona con el objetivo de determinar con lo que se cuenta, esta guía consta de tres partes, donde se tocan puntos tales como antecedentes de los negocios, antecedentes de producción, mercados, capacitaciones, administración, operaciones, recursos humanos, comercialización, materias primas e insumos, etc.; y luego de haber recopilado la información partiendo de esta guía de entrevista, se analiza y se presentan los resultados, datos tales como que el 95% de las empresas encuestadas comercializan sus productos únicamente a nivel local, mientras que el 5% tiene otras sucursales a nivel regional; también, que el 95% de las empresas encuestadas no posee estructura organizativa y el 2% posee una que cubre únicamente las necesidades actuales o que el 35% usa únicamente alrededor de un 50% de la capacidad instalada y un 5% menos del 40% de la capacidad; con respecto a que si se planifica la producción: el 38% planifica de manera informal, un 3% planifica pero no se respeta y tan solo un 2% planifica de manera adecuada.

CAPITULO IV : IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE ANTOJOS TÍPICOS SALVADOREÑOS

A. CLASIFICACIÓN DE LA COMIDA TÍPICA SALVADOREÑA

Para llevar a cabo la clasificación de la comida tradicional salvadoreña, se tomarán como fuentes base: Estudios realizados por diferentes entidades, consumidor de dicha comida y el criterio del grupo. Ya que no existe una clasificación formal referente al tema.

El Ministerio de Educación y la Dirección Nacional de Cultura, a través de Dirección del Patrimonio Nacional y la Dirección del Patrimonio Cultural, ha venido realizando un programa de Investigaciones de tipo etnográfico que pretende mantener y valorizar el legado de costumbres que conforman las raíces de la Identidad Nacional.

El proceso metodológico utilizado es el trabajo de campo antropológico, por medio del cual se realiza un acercamiento directo con las comunidades y los informantes para extraer desde adentro sus conocimientos y prácticas en la forma más auténtica posible.

Concretamente, las comidas tradicionales salvadoreñas, se clasifican de la siguiente manera⁷ :

1. Sopas:
 - Sopa de chipilín o de mora.
 - Sopa de hueso de res con verduras.

⁷ Documento "Comidas Tradicionales Salvadoreñas"

-
- Sopa de frijoles rojos o negros.
 - Sopa de cabeza de pescado.
 - Sopa de gallina india.
 - Sopa de chorizo con huevo.
 - Sopa de patas.
2. Platos típicos:
- Arroz frito.
 - Arroz con ostiones y verduras.
 - Carne adobada.
 - Carne guisada.
 - Tortitas de carne de res.
 - Gallina horneada.
 - Pollo en arroz aguado.
 - Iguana en alguashte.
 - Pescado forrado.
 - Tortas de chipilín, tortas de mora, tortas de rábano, tortas de espinaca, tortas de berro.
 - Riguas.
 - Pasteles de masa.
 - Pupusas de queso.
 - Pupusas de chicharrón.
 - Pupusas de frijoles.
 - Pupusas de pipián.
 - Curtido de repollo o de papaya.
3. Tamales:
- Tamales de chipilín o ticucos.
 - Tamales de carne.
 - Tamales de elote o tamalito.
 - Canshul o tamales de cambray.
 - Tamales de azúcar.
 - Tamales de ceniza o pisques.
4. Dulces y postres:
- Dulces de jocote.
 - Dulces de chilacayote.
 - Dulces de ayote.
 - Dulce de leche.
 - Conserva de coco.
 - Arroz en leche.
 - Leche poleada y manjar blanco.
 - Buñuelos de yuca.

-
- Empanadas de plátano.
 - Quesadilla de queso.
 - Torrejas.
 - Salporas.
 - Memelas o panchangas
 - Marquesote.

5. Bebidas calientes:

- Atole de elote.
- Atole de maíz tostado.
- Atole de naranja agria.
- Shuco.
- Chilate.
- Café de maíz.
- Café tradicional.
- café de palo.
- Ponche de leche.

6. Bebidas frías:

- Horchata.
- Fresco de ensalada.
- Temperante.
- Agua dulce o chicha.
- Fresco de tamarindo.
- Cebada.

La mayoría de estos platos forman parte del menú diario, otros son preparados especialmente para determinadas festividades, presentando variantes en las distintas regiones del país. Otro aspecto importante que hay que destacar es que estos alimentos están elaborados, básicamente de maíz, producto indispensable en la dieta básica del salvadoreño; frijoles, verduras y condimentos cosechados en nuestro país.

Estas entidades aún no han determinado las características, de manera formal, que clasifiquen a una comida como antojo típico, únicamente se establecen de manera verbal, éstas son:

- ✓ Comida ligera, es decir, que no esté cargada de muchos ingredientes.
- ✓ Se consume generalmente entre comidas.
- ✓ Es una comida que provoca apetito al observarla.

Según estas características, los antojos típicos se encuentran inmersos en cinco de las seis clasificaciones de las comidas tradicionales salvadoreñas.

1. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

1.1 Aspectos considerados

Para la identificación de los productos se ha considerado dos aspectos importantes:

a. Preferencias del consumidor

En base a un sondeo preliminar⁸ se determinaron los antojos típicos salvadoreños que el consumidor prefiere.

b. Productos elaborados por la micro región

Aquí se han considerado los antojos típicos salvadoreños que actualmente produce la Micro región de manera artesanal.

Tomando estos dos factores, se han identificado 19 productos, que se detallan en la siguiente tabla con su respectiva descripción⁹

Tabla 15: Breve descripción de los antojos típicos elaborados

#	PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN
1	Pupusas	Es un antojo elaborado de masa de harina de maíz o arroz en forma de tortilla, rellena de queso precocido que se puede combinar con cualquiera de los siguientes ingredientes: chicharrón, frijoles, loroco, ayote, chipilín, hoja de mora o pollo. Se acostumbra acompañarla con encurtido y salsa de tomate.
2	Tamales de elote	Es un producto elaborado de Masa de elote tierno enrollado en hojas de este mismo.
3	Tamales de gallina	Es un alimento a base de Masa de maíz cocido, relleno de carne de pollo y envuelto en hojas de huerta.
4	Tamales Piques	Es un producto elaborado de maíz cocido con altas concentraciones de ceniza o cal, relleno con frijoles y envuelto en hojas de huerta.
5	Tamales de Chipilín	Es un alimento a base de Masa de maíz cocido, relleno de chipilín y envuelto en hojas de huerta.
6	Nuegados	Son porciones fritas de yuca molida, acompañado con miel de dulce de panela.
7	Empanadas	Tortilla de plátano doblada, rellena de frijoles o poleada de arroz, adornada con azúcar.
8	Pasteles de carne	Es un antojo típico, elaborado de una tortilla de maíz doblada y rellena de papa y carne de cualquier variedad.
9	Alboroto	Bola elaborada de rosetas de maicillo con miel de panela.
10	Panes con gallina	Pan francés relleno de verduras, hortalizas, encurtidos y pollo.

⁸ Ver anexo 6

⁹ Para la descripción de los productos se consideró la información recopilada en la guía de entrevista a los productores del anexo 5

11	Yuca frita	Trozos de yuca salcochada y dorada con grasa vegetal o animal y acompañada con encurtido y salsa de tomate.
12	Yuca salcochada	Yuca cocida en trozos, acompañada con encurtido y salsa criolla de tomate.
13	Chilate	Es una bebida, elaborada de maíz tostado y pimienta gorda.
14	Atole Negrito o chuco	Bebida elaborada de maíz negrito acompañado con alhuaste
15	Atole de elote	Bebida caliente elaborada de maíz tierno y leche.
16	Riguas	Son tortas de maíz tierno molido, cocidas a la plancha sobre hoja de huerta, rellena en ocasiones de frijoles o queso.
17	Enredos	Torta elaborada de yuca rallada, frita en aceite vegetal, se acompaña con encurtido y salsa de tomate.
18	Enchiladas	Tortilla de maíz cocido, se acostumbra acompañarla con encurtido y salsa de tomate.
19	Tortas de elote	Porciones fritas en aceite vegetal de maíz tierno, adornada con azúcar.

B. SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS PARA MERCADO NACIONAL Y ESTADOUNIDENSE

Para la selección de los productos a elaborar se realizan dos evaluaciones, la primera para el mercado Nacional y la segunda para el mercado Estadounidense. Como se describe a continuación:

1. EVALUACIÓN PARA LA SELECCIÓN DEL PRODUCTO (MERCADO NACIONAL)

1.1 Definición de criterios:

1. Aceptación del Mercado

Representa el nivel de aceptación del producto por parte de los consumidores nacionales, esta información se sustenta con los datos obtenidos de un sondeo preliminar (ver anexo 6) que se elaboró con el objetivo de determinar la preferencia de los consumidores, tomando en cuenta todos los antojos típicos salvadoreños que los encuestados mencionaron; El criterio aumenta o disminuye dependiendo de que tan mencionado fue el antojo típico salvadoreño en el total de encuestas.

2. Similitud de procesos

Los procesos para la elaboración del producto, son similares en muchas de sus operaciones con respecto a otros.

Para determinar este criterio se llevo a cabo una entrevista y observación directa a los productores de la zona de Los Nonualcos, con el fin de determinar los productos que allí se elaboran y los procesos que

cada uno de ellos requiere para su elaboración; en la siguiente tabla, se presentan los procesos de cada uno de los productos:

Tabla 16: Procesos Productivos artesanales de Antojos Típicos Salvadoreños

PRODUCTO	PROCESO	EQUIPO
Tamales pisques	1. Lavado de maíz	Recipientes
	2. Cocido con cal	Olla
	3. molido	Molino
	4. Lavado de frijol	Recipientes
	5. Cocido de frijol	Olla
	6. Molido de frijol	Molino
	7. Freído de frijol	Olla
	8. Derretido de manteca	Olla
	9. mezclado de manteca y masa	Mezcladora (manual)
	10. formado de tamales	Manual
	11. cocido	Olla
Panes con pollo	1. lavado de hortalizas	Recipientes
	2. pelado	Cuchillo
	3. cortado	Cuchillo
	4. lavado	Recipientes
	5. encurtir en vinagre las hortalizas	Recipientes
	6. partido (de que)	Cuchillo
	7. lavado	Recipientes
	8. cocido	Olla
	9. molido de ingredientes para salsa	Molino
	10. relleno de panes	Manual
Pupusas	1. lavado	Recipientes
	2. molido	Molino
	3. amasado	Manual (amasadora)
	4. boleado	Manual (boleadora)
	5. palmeado	Manual
	6. relleno	Manual
	7. cocido	Plancha
	<u>Chicharrón.</u>	
	1. lavado	Recipientes
	2. cocido	Olla (marmita)
	3. mezclado	Manual
	4. enfriado	Refrigeradora
	<u>Frijol.</u>	
	1. lavado	Recipientes
	2. cocido	Olla
	3. molido	Molino
	4. freído	Olla
	5. enfriado	Refrigeradora
	Alboroto Maicillo	1. tostado de maicillo
2. cocido de dulce		Olla
3. mezclado		Manual

Dulce de panela	4. boleado	Manual
Enredos	1. pelado	Cuchillo
	2. lavado	Recipientes
	3. rallado	Rallador manual
	4. exprimido	Colador
	5. formado	Manual
	6. freído	Olla
Yuca salcochada	1. pelado de yuca	Cuchillo
	2. lavado	Recipientes
	3. cocido	Olla
Yuca frita	1. pelado	Cuchillo
	2. lavado	Recipientes
	3. cocido	Olla
	4. escurrido	Colador
	5. freído	Olla
Tamales de chipilín	1. lavado de maíz	Recipiente
	2. cocido con cal	Olla
	3. lavado de chipilín	Recipiente
	4. cortado de queso	Cuchillo
	5. molido de maíz, queso y chipilín	Molino
	6. formado de tamales	Manual
	7. cocido	Olla
Tamal de elote	1. destusado del elote	Cuchillo
	2. lavado del elote	Recipiente
	3. raspado del grano	Cuchillo, recipientes
	4. molido del grano	Molino de nixtamal
	5. mezclado de la masa con otros ingredientes	Cuchara
	6. formado del tamal	Cuchara
	7. cocción del tamal	Recipiente metálico
Empanadas de plátano	1. pelado del plátano y cortado en trozos	Cuchillo, recipientes
	2. molido de la pulpa	Recipiente
	3. preparación del relleno	Recipiente, cuchara
	4. formado de las empanadas	Cuchara, manta
	5. cocción	Sartén, espátula
Nuegados	1. pelado de la yuca cortado en trozos	Cuchillo, recipiente
	2. lavado de la yuca	Recipiente
	3. molido de la yuca	Molino
	4. mezclado de la masa con otros ingredientes	Cuchara
	5. formado de los nuegados	-
	6. cocción	Sartén, espátula
Chilate	1. tostado del maíz	Plancha y espátula
	2. lavado del maíz tostado	Recipiente
	3. mezclado de ingredientes	Recipiente
	4. molido de la mezcla	Molino
	5. colado de la masa obtenida	Mantas, recipientes
	6. cocción	Recipiente metálico
Pasteles de	• cocción del maíz	Recipiente

maíz con carne	• lavado del maíz	Recipiente
	• molido de maíz	Molino
	• mezclado de la masa obtenida con otros	Cuchara
	• pelado de las papas, zanahorias e hilos a los ejotes	Cuchillo
	• lavado de las verduras y la carne	Recipiente
	cocción de las verduras y la carne	Recipientes metálicos
	• mezclado de las verduras y la carne	Cuchara
	• formado de los pasteles	Cuchara
	• freído de los pasteles	Sartén, espátula
Riguas	1. destusado del elote	cuchillo
	2. lavado del elote	Recipiente
	3. raspado del grano	Cuchillo, recipientes
	4. molido del grano	Molino
	5. mezclado de la masa con otros ingredientes	Cuchara
	6. formado y cocción de la rigua	Cuchara, plancha de
Tamales de gallina	1. cocción del maíz	Recipiente
	2. lavado del maíz	Recipiente
	3. molido del maíz	Molino
	4. mezclado de la masa con otros ingredientes	Cuchara
	5. cocción de la masa	Recipiente metálico
	6. preparación de la gallina	Recipiente, cuchillo
	7. cocción de la gallina	Recipiente metálico
	8. preparación de las hojas de huerta	Cuchillo, manta
	9. lavado de las verduras para la salsa	Recipiente
	10. cortado de las verduras para la salsa	Recipiente, cuchillo
	11. mezclado de ingredientes	Recipiente
	12. molido de la mezcla obtenida	Molino
	13. cocción de la salsa	Recipiente metálico
	14. formado de los tamales	Cucharas
	15. cocción de los tamales	Recipiente metálico
Enchiladas	1. cocción del maíz	Recipiente
	2. lavado del maíz	Recipiente
	3. molido de maíz	Molino
	4. mezclado de la masa con otros ingredientes	Cuchara
	5. formado de la tortilla	manual
	6. freído de la tortilla	Sartén, espátula
	7. cortado de las verduras	Cuchillo, recipiente
	8. lavado de las verduras para la salsa	Recipiente
	9. cortado de las verduras para la salsa	Recipiente, cuchillo
	10. mezclado de las verduras /otros ingredientes	Recipiente
	11. molido de la mezcla obtenida	Molino
	12. cocción de la salsa	Recipiente metálico
	13. formado de las enchiladas	Cucharas
Atole de elote	1. destusado del elote	Cuchillo
	2. lavado del elote	Recipiente
	3. raspado del grano	Cuchillo, recipientes
	4. molido del grano	Molino de nixtamal

	5. colado de la masa	Manta, recipiente
	6. mezclado y cocción del atole	Recipiente metálico
Tortas de elote	1. destusado del elote	Cuchillo
	2. lavado del elote	Recipiente
	3. raspado del grano	Cuchillo, recipientes
	4. molido del grano	Molino de nixtamal
	5. mezclado de la masa con otros ingredientes	Cuchara
	6. formado y cocción de las tortas	Cuchara, sartén
Atole shuco	1. lavado del maíz negrito	Recipiente
	2. molido y reposo	Molino
	3. colado de la masa	Manta, recipiente
	4. mezclado y cocción del atole	Recipiente metálico

Fuente: Entrevista dirigida a productores de la zona.

3. Disponibilidad de mano de obra

Comprende mano de obra capacitada elaborando el producto en la zona, aunque de manera artesanal se poseen conocimientos básicos para su elaboración.

Se tomo como base para este criterio la encuesta que se desarrollo con los productores de la zona, donde se determinaron los productos que en la Micro región de Los Nonualcos se elaboran, lo cual dio la pauta para determinar el nivel de mano de obra para cada uno de los productos.

Lo mencionado se denota en el capítulo III, sección 5, donde se presentan los resultados que se obtuvieron de la encuesta mencionada; La puntuación asignada al criterio aumenta o disminuye en base al numero de productores que existen en la zona y los productos que se elaboran.

4. Disponibilidad de Materia Prima

Disposición de las diferentes materias primas e insumos, disponibles en la zona para la elaboración del producto.

Se obtuvo por parte del MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería) los reportes de las áreas cultivadas de los insumos que los antojos típicos salvadoreños necesitan, tanto en los departamentos de La Paz y San Vicente; así como también en todo El Salvador, con lo que se asigna una ponderación dependiendo del producto y los insumos que este necesita.

5. Presencia del producto en el mercado

Este criterio representa la oferta del producto en el mercado formal e informal; es decir, la presencia de personas dedicadas a la elaboración y comercialización de los antojos típicos salvadoreños, de manera que el criterio obtiene mayor puntuación cuando se refiere a productos que muy poco se comercializan; por ejemplo, los nuegados, es un producto que se consume poco, porque su venta no es tan popular como la de las pupusas. Por lo tanto, el criterio se comporta de la manera siguiente: alcanza un puntaje alto cuando el producto no tiene mucha presencia en el mercado y disminuye cuando el producto es comercializado a gran escala.

1.2 Ponderación de los criterios:

A continuación se presentan los criterios mencionados, a los cuales se les asignan puntos en la escala del 1 al 10, este numero representa la importancia que representa el criterio ante los demás; por ejemplo, el criterio “Aceptación del mercado” tiene la puntuación de 10, este representa la importancia del criterio y es la puntuación más alta debido a que se prioriza la preferencia de los consumidores ante los demás criterios; y así sucesivamente se asigna puntos a los otros criterios en una escala descendente. Existen criterios que tienen el mismo puntaje asignado, lo que indica representan el mismo nivel de importancia a la hora de evaluar.

Tabla 17: Ponderación de criterios.

CRITERIOS	PUNTOS
1. Aceptación del Mercado	10
2. Similitud de procesos	9
3. Disponibilidad de mano de obra	8
4. Disponibilidad de Materia Prima	7
5. Presencia del producto en el mercado	6

✓ Nivel de evaluación de los criterios:

1. Excesivamente Viable (EV)
2. Muy viable (MV)
3. Medianamente Viable (DV)
4. No es viable (NV)

Los niveles de evaluación representan cuatro escalas de viabilidad de cada criterio, cada uno de estos indica la posibilidad de llevarlos acabo, dependiendo de la viabilidad de cada criterio así se le asigna puntos, multiplicando este por el valor que le fue asignado, en la Tabla 17, incrementando o disminuyendo según el grado positivo o negativo que el criterio presente con respecto al producto; lo mencionado se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 18: Criterios de evaluación con sus respectivos niveles.

#	CRITERIOS DE SELECCIÓN	PUNTAJE	NV	DV	MV	EV
1	Aceptación del Mercado	10	10	20	30	40
2	Similitud de procesos	9	9	18	27	36
3	Disponibilidad de mano de obra	8	8	16	24	32
4	Disponibilidad de Materia Prima	7	7	14	21	28
5	Presencia del producto en el mercado	6	6	12	18	24

✓ **Asignación de puntos:**

Una vez teniendo los criterios de evaluación ponderados con los niveles de viabilidad que se le asigno a cada uno de estos, se realiza la evaluación de los productos, analizando cada uno con respecto a cada

criterio y el nivel de viabilidad que presenta; a continuación se presenta la tabla 19 donde se evalúan los antojos típicos salvadoreños:

Tabla 19: Evaluación de productos.

#	PRODUCTOS	CRITERIOS					TOTAL	%
		1	2	3	4	5		
1	Pupusas	40	18	32	21	6	117	73.13%
2	Tamales de elote	40	27	24	28	6	125	78.13%
3	Tamales de gallina	20	18	16	21	6	81	50.63%
4	Tamales Pisques	20	18	16	21	12	87	54.37%
5	Tamales de Chipilin	10	18	16	21	18	83	51.88%
6	Nuegados	40	18	16	28	6	108	67.50%
7	Empanadas	40	27	24	21	6	118	73.75%
8	Pasteles de carne	20	18	24	21	6	89	55.63%
9	Alboroto	10	9	16	21	12	68	42.50%
10	Panes con gallina	10	9	16	14	6	55	34.38%
11	Yuca frita	30	18	24	21	6	99	61.88%
12	Yuca salcochada	20	18	24	21	12	95	59.38%
13	Chilate	20	9	16	21	6	72	45.00%
14	Atole Negro	20	27	16	14	18	95	59.38%
15	Atole de elote	20	27	24	21	12	104	65.00%
16	Riguas	20	27	24	21	18	110	68.75%
17	Enredos	10	9	16	21	12	68	42.50%
18	Enchiladas	20	18	24	21	12	95	59.38%
19	Tortas de elote	10	18	24	21	12	85	53.13%

El resultado de la evaluación indica que son cinco los productos que sobresalen entre los demás, tomando en cuenta un porcentaje mayor al 65% de la asignación de puntos en las evaluaciones, los antojos típicos seleccionados son: **tamales de elote, pupusas, empanadas, riguas y nuegados**; los productos son presentados en orden descendente de acuerdo a la evaluación que se realizó, el desarrollo del estudio se efectuará en base a estos cinco productos.

2. EVALUACIÓN PARA LA SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS (MERCADO ESTADOUNIDENSE)

2.1 Definición de criterios:

- Aceptación del Mercado

Representa el nivel de aceptación del producto por parte de los consumidores extranjeros, esta información se sustenta con los datos obtenidos de un sondeo preliminar (ver anexo 6) que se elaboro con el objetivo de determinar la preferencia de los consumidores, tomando en cuenta todos los antojos

típicos salvadoreños que los encuestados mencionaron; El criterio aumenta o disminuye dependiendo de que tan mencionado fue el antojo típico salvadoreño en el total de encuestas.

- Similitud de procesos

Los procesos para la elaboración del producto, son similares en muchas de sus operaciones con respecto a otros. (Ver Tabla 16)

Para determinar este criterio se llevo a cabo una encuesta a los productores de la zona de Los Nonualcos, con el fin de determinar los productos que allí se elaboran y los procesos que cada uno de ellos requiere para su elaboración; en la siguiente tabla se presentan los procesos de cada uno de los productos:

- Disponibilidad de mano de obra

Comprende mano de obra capacitada elaborando el producto en la zona, aunque de manera artesanal se poseen conocimientos básicos para su elaboración.

Se tomo como base para este criterio la encuesta que se desarrollo con los productores de la zona, donde se determinaron los productos que en la región de Los Nonualcos se elaboran, lo cual dio la pauta para determinar el nivel de mano de obra para cada uno de los productos.

Lo mencionado se denota en el capítulo 2, sección 4.4 donde se presentan los resultados que se obtuvieron de la encuesta mencionada; la puntuación asignada al criterio aumenta o disminuye en base al numero de productores que existen en la zona y los productos que se elaboran.

- Facilidad de exportación

Comprende ventajas u oportunidades existentes de productos que ya se están exportando y que son de la misma naturaleza. Y el aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio con Los Estados Unidos.

Se obtuvo información del CENTREX, donde especifica los productos que El Salvador ya está exportando hacia los Estados Unidos, lo cual indica que algunos de los antojos típicos salvadoreños que se envían hacia el país del norte no presentarían mayores restricciones a la hora de llevar a cabo los tramites respectivos; la puntuación que se asigna al criterio se basa en la actividad de exportación del producto, si este se exporta, el criterio se eleva; de lo contrario, la puntuación baja.

- Disponibilidad de Materia Prima

Disposición de las diferentes materias primas e insumos, disponibles en la zona para la elaboración del producto.

Se obtuvo por parte del MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería) los reportes de las áreas cultivadas de los insumos que los antojos típicos salvadoreños necesitan, tanto en los departamentos de La Paz y San Vicente; así como también en todo El Salvador, con lo que se asigna una ponderación dependiendo del producto y los insumos que este necesita.

2.2 Ponderación de los criterios:

A continuación se presentan los criterios mencionados, a los cuales se les asignan puntos en la escala del 1 al 10, este número representa la importancia que representa el criterio ante los demás; por ejemplo, el criterio "Aceptación del mercado" tiene la puntuación de 10, este representa la importancia del criterio y es la puntuación más alta debido a que se prioriza la preferencia de los consumidores ante los demás criterios; y así sucesivamente se asigna puntos a los otros criterios en una escala descendente. Existen criterios que tienen el mismo puntaje asignado, lo que indica representan el mismo nivel de importancia a la hora de evaluar.

Tabla 20: Ponderación de criterios.

CRITERIOS	PUNTOS
1. Aceptación del Mercado	10
2. Similitud de procesos	9
3. Disponibilidad de mano de obra	8
4. Facilidad de exportación	8
5. Disponibilidad de Materia Prima	7

√ Nivel de evaluación de los criterios:

1. Excesivamente Viable (EV)
2. Muy viable (MV)
3. Medianamente Viable (DV)
4. No es viable (NV)

Los niveles de evaluación representan cuatro escalas de viabilidad de cada criterio, cada uno de estos indica la posibilidad de llevarlos a cabo, dependiendo de la viabilidad de cada criterio así se le asigna puntos, multiplicando este por el valor que se le fue asignado en la tabla 20, incrementando o disminuyendo según el grado positivo o negativo que el criterio presente con respecto al producto; lo mencionado se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 21: Criterios de evaluación con sus respectivos niveles.

NO.	CRITERIOS DE SELECCIÓN	PUNTAJE	NV	DV	MV	EV
1	Aceptación del Mercado	10	10	20	30	40
2	Similitud de procesos	9	9	18	27	36
3	Disponibilidad de mano de obra	8	8	16	24	32
4	Facilidad de exportación	8	8	16	24	32
5	Disponibilidad de Materia Prima	7	7	14	21	28

√ Asignación de puntos:

Una vez teniendo los criterios de evaluación ponderados con los niveles de viabilidad que se le asigno a cada uno de estos, se realiza la evaluación de los productos, analizando cada uno con respecto a cada

criterio y el nivel de viabilidad que presenta; a continuación se presenta la tabla donde se evalúan los antojos típicos salvadoreños:

Tabla 22: Evaluación de productos.

#	PRODUCTOS	CRITERIOS					TOTAL	%
		1	2	3	4	5		
1	Pupusas	40	18	32	32	21	143	85.12%
2	Tamales de elote	40	27	24	32	28	151	89.88%
3	Tamales de gallina	20	18	16	16	21	91	54.17%
4	Tamales Pisques	20	18	16	16	21	91	54.17%
5	Tamales de Chipilin	10	18	16	16	21	81	48.21%
6	Nuegados	40	18	16	16	28	118	70.24%
7	Empanadas	40	27	24	16	21	128	76.19%
8	Pasteles de carne	20	18	24	16	21	99	58.93%
9	Alboroto	10	9	16	16	21	72	42.86%
10	Panes con gallina	10	9	16	8	14	57	33.93%
11	Yuca frita	30	18	24	8	21	101	60.12%
12	Yuca salcochada	20	18	24	8	21	91	54.17%
13	Chilate	20	9	16	24	21	90	53.57%
14	Atole Negro	20	27	16	24	14	101	60.12%
15	Atole de elote	20	27	24	8	21	100	59.52%
16	Riguas	20	27	24	24	21	116	69.05%
17	Enredos	10	9	16	8	21	64	38.10%
18	Enchiladas	20	18	24	8	21	91	54.17%
19	Tortas de elote	10	18	24	32	21	105	62.50%

El resultado de la evaluación indica cinco productos seleccionados para el mercado estadounidense, los cuales son: **tamales de elote, pupusas, empanadas, nuegados y riguas**; los productos son presentados en orden descendente de acuerdo a la evaluación que se realizó, el desarrollo del estudio se efectuará en base a estos cinco productos.

3. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS

3.1 Selección:

Considerando los criterios anteriores, y la evaluación por puntos realizada para los 19 antojos típicos salvadoreños en mención, se ha determinado que los productos a elaborar son los siguientes:

- ✓ Pupusas
- ✓ Tamales de elote
- ✓ Empanadas

-
- ✓ Riguas
 - ✓ Nuegados

3.2 Descripción

Nombre del producto: Pupusas



Descripción del producto

Es el antojo típico mas acreditado de El Salvador y que nos distingue en festivales gastronómicos nacionales e internacionales. Es elaborado de masa de harina de maíz o arroz en forma de tortilla, rellena de queso popularmente conocido como quesillo, que se puede combinar con cualquiera de los siguientes ingredientes: chicharrón, frijoles, loroco, camarón, ayote, chipilín, hoja de mora, chile jalapeño jalapeño o pollo. La relación que se utiliza es que por cada libra de harina, una libra relleno (chicharrón y queso, queso, frijoles y queso, ayote y queso, etc.). Este antojo típico salvadoreño se acostumbra acompañarlo con encurtido y salsa de tomate.

Características:

- ✓ Sabor salobre
- ✓ Tamaño 10 a 15 cm. de diámetro y 1 a 1.5 cm. De espesor aproximadamente.
- ✓ Peso aproximado de 90gr.
- ✓ Pupusa de queso :190 calorías aproximadamente¹⁰
- ✓ Pupusa chicharrón y queso: 250 calorías aproximadamente
- ✓ Forma circular

Productos Sustitutos, Similares y Complementarios

Productos similares.

Son todos aquellos productos afines a las pupusas, tal como:

Pupusas de diferentes variedades: Revueltas (chicharrón, queso y frijol)

- ✓ Queso y loroco
- ✓ Queso y ayote
- ✓ Queso y frijoles
- ✓ Queso y mora

¹⁰ Dietista Evelyn de Bejarano

-
-
- ✓ Queso y pollo
 - ✓ Queso y jamón
 - ✓ Queso y camarón
 - ✓ Queso y chipilín
 - ✓ Queso y chile jalapeño
 - ✓ Chicharrón

Productos sustitutos:

Son todos aquellos productos que pueden suplantar la necesidad, tales como:

- ✓ Antojos típicos salvadoreños: Enchiladas, panes rellenos, pasteles de carne, riguas, tamales en sus variedades y yuca.
- ✓ Platos de comida rápida: Pizza, Pitas y hamburguesas.
- ✓ Antojos típicos no salvadoreños: Tacos mexicanos, chilaquiles, enchiladas mexicanas y nachos.

Productos complementarios:

Es el agregado que requerimos para consumir nuestro producto. Por ejemplo para las pupusas:

- ✓ Encurtido de hortalizas
- ✓ Salsa de tomate criolla
- ✓ Bebidas calientes (café, té y chocolate criollo)
- ✓ Bebidas frías

Naturaleza

La naturaleza de las pupusas es perecedera, por ser un producto alimenticio de fácil descomposición, su consumo puede ser: inmediatamente, en una semana en refrigeración o en termino de 6 meses almacenándolo en refrigeración a una temperatura de -18°C/ 0°F.

Usos del producto.

Es utilizado como aperitivo entre comidas, así también como desayuno, almuerzo y cena, por niños y adultos. Comúnmente se acostumbra acompañarlo con encurtidos y salsa de tomate.

Clasificación del producto

- ✓ Por su duración: Perecedero
- ✓ De acuerdo a su fin: Consumo final, ya que esta dirigido a consumidores finales.
- ✓ Por su consecución: Económico, porque hay que pagar por ella.
- ✓ Según el momento en que satisface la necesidad: Presente, satisface la necesidad inmediatamente.

Nombre del producto: Tamales de elote



Descripción del producto

Es un delicioso antojo típico salvadoreño, elaborado a base de maíz tierno molido, al que se le agrega manteca vegetal o animal para darle sabor y suavidad. Su cocimiento en la envoltura de la hoja del elote le da un agradable sabor artesanal.

Características:

- √ Sabor salobre agradable
- √ Tamaño 12 a 18 cm. de largo x 5 a 7 cm. De ancho x 3 a 5 cm. Espesor aproximadamente.
- √ Peso aproximado de 90gr.
- √ 190 calorías aproximadamente

Productos Sustitutos, Similares y Complementarios

Productos similares.

Son todos aquellos productos afines a los tamales de elote, tal como:

- √ Tamales de diferentes variedades:

Tamales de elote con chicharrón y Tamales de elote con frijoles

Productos sustitutos:

Son aquellos con los que podemos suplantar la necesidad, tales como:

- √ Antojos típicos salvadoreños: Tamales de carne, tamales pisques, tamales de chipilín, pupusas, yuca, Enchiladas, panes rellenos, pasteles de carne y riguas.
- √ Platillos de comida rápida: Pizza, Pitas y hamburguesas.
- √ Antojos típicos no salvadoreños: Tacos mexicanos, chilaquiles, enchiladas mexicanas, tamales mexicanos y nachos.

Productos complementarios:

Es el complemento que podemos utilizar para consumir el producto. Por ejemplo para los tamales:

- √ Lácteos (leche, crema, queso, requesón y cuajada)
- √ Frijoles
- √ Huevos revueltos
- √ Bebidas calientes (café y chocolate criollo)
- √ Bebidas frías

Naturaleza

Al igual que las pupusas, la naturaleza de los tamales es perecedera, por ser un producto alimenticio de fácil descomposición, su consumo puede ser: inmediatamente, en una semana en refrigeración o en termino de 6 meses, almacenándolo en refrigeración a una temperatura de -18°C/ 0°F

Usos del producto.

Es utilizado como aperitivo entre comidas, así también se acostumbra a comerlo en desayuno y cena, por niños y adultos.

Clasificación del producto

- √ *Por su duración:* Perecedero
- √ *De acuerdo a su fin:* Consumo final, ya que esta dirigido a consumidores finales.
- √ *Por su consecución:* Económico, porque hay que pagar por el.
- √ *Según el momento en que satisface la necesidad:* Presente, satisface la necesidad inmediatamente.

Nombre del producto: **Empanadas de plátano**



Descripción del producto

Este antojo típico es de exquisito sabor para muchos, consiste en una tortilla de plátano molido, a la que se le agrega poleada de arroz o frijoles fritos molidos según la preferencia, la que posteriormente se dobla y se fríe en aceite vegetal. Se acostumbra comerlo como postre o aperitivo.

Características:

- √ Sabor dulce agradable
- √ Tamaño 7 a 10 cm. de longitud y 3 a 5 cm. de espesor aproximadamente.
- √ Peso aproximado de 80 gr.
- √ 150 calorías aproximadamente

Productos Sustitutos ,Similares y Complementarios

Productos similares.

Son los productos afines a las empanadas, tal como:

- √ Empanadas de dos variedades:

Empanadas de leche y Empanadas de frijol

Productos sustitutos :

Son todos aquellos productos que pueden suplantar la necesidad, tales como:

- √ Antojos típicos salvadoreños: Nuegados, yuca, pasteles de carne y enchiladas.
- √ Postres
- √ Pan dulce
- √ Dulces artesanales

Productos complementarios:

Es el complemento que requerimos para consumir nuestro producto. Por ejemplo:

- √ Azúcar
- √ Bebidas calientes (café, té y chocolate criollo)
- √ Bebidas frías

Naturaleza

La naturaleza de las empanadas es perecedera, por ser un producto alimenticio de fácil descomposición, su consumo puede ser: inmediatamente, en una semana en refrigeración, si se desea almacenarlo por más tiempo se requiere de congelamiento instantáneo.

Usos del producto.

Es utilizado como postre o aperitivo por niños y adultos.

Clasificación del producto

- √ *Por su duración:* Perecedero
- √ *De acuerdo a su fin:* Consumo final, ya que esta dirigido a consumidores finales.
- √ *Por su consecución:* Económico, porque hay que pagar por ella.
- √ *Según el momento en que satisface la necesidad:* Presente, satisface la necesidad inmediatamente.

Nombre del producto: **Riguas**



Descripción del producto

Es un producto de agradable sabor, elaborado a base de maíz tierno molido, al que se le agrega manteca vegetal para darle sabor y suavidad al igual que los tamales, comúnmente son rellenas con queso y frijoles. Son cocidas en plancha sobre hojas de huerta, dándole un toque artesanal.

Características:

- √ Sabor salobre agradable
- √ Tamaño 12 a 18 cm. de largo x 7 a 9 cm. de ancho x 1 a 2 cm. Espesor aproximadamente.
- √ Peso aproximado de 150 gr.
- √ 190 calorías aproximadamente

Productos Sustitutos, Similares y Complementarios

Productos similares.

Son todos aquellos productos afines a las riguas, tales como:

- √ Riguas de frijol
- √ Riguas de queso

Productos sustitutos:

Son aquellos con los que podemos suplantar la necesidad, tales como:

- √ Antojos típicos salvadoreños: Tamales de carne, tamales pisques, tamales de chipilín, tamales de elote pupusas, yuca, Enchiladas, panes rellenos, pasteles de carne.
- √ Platos de comida rápida: Pizza, Pitas y hamburguesas.
- √ Antojos típicos no salvadoreños: Tacos mexicanos, chilaquiles, enchiladas mexicanas, tamales mexicanos y nachos.

Productos complementarios:

Es el complemento que podemos utilizar para consumir el producto.

- √ Lácteos (crema, queso, requesón y cuajada)
- √ Huevos
- √ Bebidas calientes (café y chocolate criollo)
- √ Bebidas frías

Naturaleza

La naturaleza de las riguas es perecedera, por ser un producto alimenticio de fácil descomposición, su consumo puede ser: inmediatamente, en una semana en refrigeración o en término de 6 meses, almacenándolo en refrigeración a una temperatura de $-18^{\circ}\text{C}/0^{\circ}\text{F}$

Usos del producto.

Es utilizado como aperitivo entre comidas, así también se acostumbra a comerlo en desayuno y cena, por niños y adultos.

Clasificación del producto

- √ *Por su duración:* Perecedero
- √ *De acuerdo a su fin:* Consumo final, ya que está dirigido a consumidores finales.
- √ *Por su consecución:* Económico, porque hay que pagar por ella.
- √ *Según el momento en que satisface la necesidad:* Presente, satisface la necesidad inmediatamente.

Nombre del producto: **Nuegados**



Descripción del producto

Es un antojo típico de sabor dulce salado, elaborado a base de yuca molida y la que se fríe en porciones en aceite vegetal, formando así el nuegado, que se acompaña con miel de panela.

Características:

- √ Sabor dulce salado agradable
- √ Tamaño de porciones 5 a 8 cm. aproximadamente.
- √ Peso aproximado de 80 gr.
- √ 125 calorías por 80 gr. aproximadamente¹¹

Productos Sustitutos, Similares y Complementarios

Productos similares.

- √ Buñuelos

Productos sustitutos:

Son todos aquellos productos que pueden suplantar la necesidad, tales como:

- √ Antojos típicos salvadoreños: empanadas de plátano, yuca, pasteles de carne y enchiladas.
- √ Postres
- √ Pan dulce
- √ Dulces artesanales

Productos complementarios:

Es el complemento que requerimos para consumir nuestro producto. Por ejemplo:

- √ Miel de panela
- √ Bebidas calientes (café, té y chilate)
- √ Bebidas frías

Naturaleza

La naturaleza de los nuegados es perecedera, por ser un producto alimenticio de fácil descomposición, su consumo puede ser: inmediatamente, en dos semanas en refrigeración, si se desea almacenarlo por más tiempo, se requiere de congelamiento a una temperatura de -18°C/ 0°F

Usos del producto.

Es utilizado como postre o aperitivo por niños y adultos.

Clasificación del producto

- √ *Por su duración:* Perecedero
- √ *De acuerdo a su fin:* Consumo final, ya que esta dirigido a consumidores finales.
- √ *Por su consecución:* Económico, porque hay que pagar por el.
- √ *Según el momento en que satisface la necesidad:* Presente, satisface la necesidad inmediata.

¹¹ Fuente: Dietista Evelyn de Bejarano

CAPITULO V: ANALISIS DE MERCADO

A. METODOLOGÍA GENERAL DE LA INVESTIGACION

Para el desarrollo del estudio es necesario considerar diversos aspectos relacionados al mismo, por lo cual a continuación se describen los datos a seguir, durante dicho estudio.

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación descriptiva:

En la realización de la investigación preliminar se utilizará el tipo de investigación descriptiva, debido a que se busca especificar aspectos importantes sobre el uso, volúmenes de consumo, intenciones de compra, tendencias de consumo de los productos en estudio.

2. FUENTES DE INFORMACIÓN

2.1 Investigación De Datos Primarios

Son los datos obtenidos directamente del consumidor final, competidores y proveedores de Materia Prima, se utilizarán las siguientes técnicas:

Encuesta: estará dirigida al consumidor final salvadoreño y estadounidense.(Ver anexo 7)

Observación directa: Esta se realizará en algunas empresas productoras de antojos típicos, legalmente establecidas en el país, para verificar los procesos industriales y artesanales.

Entrevistas: las entrevistas estarán dirigidas a personas involucradas directamente con el entorno de este estudio, tales como: Proveedores de Materia Prima e insumos y competidores Directos e Indirectos y personas que una u otra manera sean el medio para obtener información del tema.

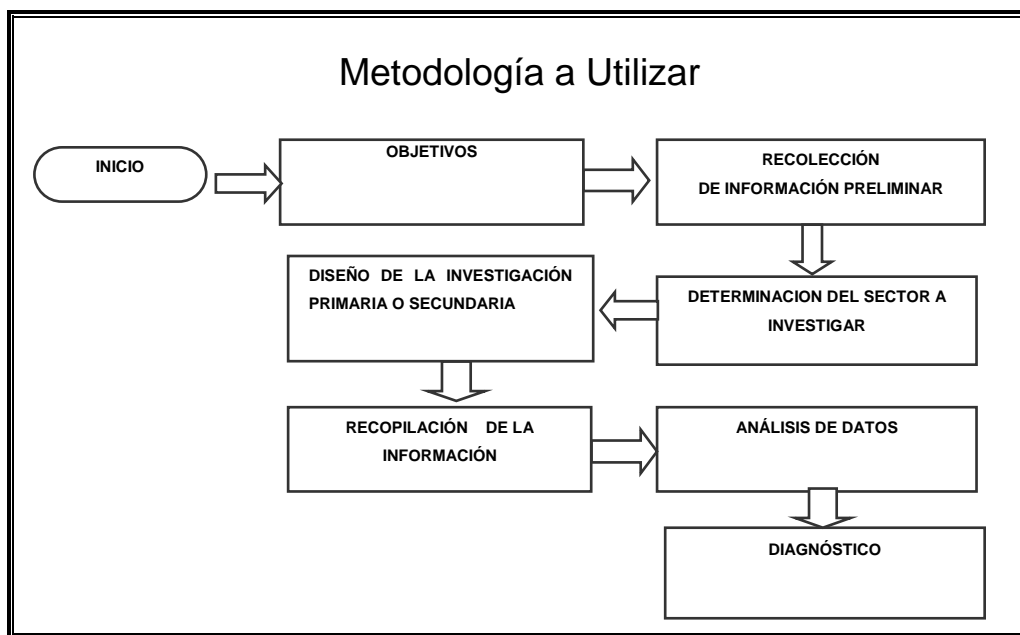
2.2 Investigación De Datos Secundarios

La investigación de datos secundarios es necesaria para complementar los datos obtenidos en la investigación de campo.

Para obtener información secundaria se utilizarán las siguientes fuentes:

- ✓ DIGESTYC: Empresas registradas en el país productoras de antojos típicos
- ✓ CENTREX: fabricas de antojos típicos que exportan y requisitos para la exportación.
- ✓ CNR: Fabricas registradas que elaboran antojos típicos en el país.
- ✓ MINEC: Datos estadísticos de hogares de El salvador.
- ✓ MAG: Registros de cultivos en el municipio de la paz, para verificar las limitaciones de materia Prima.
- ✓ BCR: Estadísticas de las exportaciones.

Técnicas A Utilizar Para La Recopilación De Información			
Cap.	Técnica	Pasos	Resultado



- ✓ CENTA: Registros estadísticos de cultivos en el salvador
- ✓ COEXPORT: Normas de calidad para la exportación.
- ✓ Información Virtual (Internet): Información variada que requiere el análisis de mercado.
- ✓ Información Bibliográfica: Libros utilizados como guía técnica y metodológica en esta etapa.
- ✓ Otros documentos

La investigación de campo es que la permitirá tener un contacto directo con los consumidores, proveedores y competidores. Y es a través de ella que se obtendrá importante información para el análisis del presente estudio.

ANÁLISIS DE MERCADO	Encuesta para consumidores finales salvadoreños y estadounidenses,	<ul style="list-style-type: none"> i. Elaboración de cuestionario para consumidor final ii. Prueba piloto: para verificar lógica y vocabulario de preguntas. iii. Análisis prueba piloto/ corrección iv. Encuestar consumidor final, directamente, vía telefónica y por Internet. v. Tabulación de datos vi. Análisis de datos 	Gustos, deseos y necesidades del consumidor, Nivel de ingresos y gastos (Prioridades), Relaciones cliente: Producto-precio, Factores que afectan la demanda tanto para el mercado salvadoreño como para el estadounidense.
	Observación Directa.	<ul style="list-style-type: none"> √ Concertar cita con las fabricas √ Verificación de procesos en fabricas ya establecidas, que manejan procesos industriales 	Conocimiento de procesos y maquinaria utilizada en cada uno de ellos.
	Entrevistas	<ul style="list-style-type: none"> i. Concertar cita con proveedores de materia prima, contraparte, competencia y entidades relacionadas al proyecto. ii. Entrevistar iii. Análisis de datos obtenidos. 	Noción de Alternativas de obtención de materias primas, Costos de materias primas, Condiciones de compra, Volúmenes y periodos de producción, Posibles sustitutos de materias primas (alternativas), Características de las materias primas (volumen, pesos, propiedades, perecibilidad, riesgos en manejo, etc.),Tiempos de entrega, Infraestructura para bodegaje (capacidad, especificaciones o condiciones especiales etc.),Características de manejo, responsabilidad o cobertura del transporte, seguros, y Aspectos legales que rigen el mercado de materias primas, así como también Productos o servicios que ofrece (similares o sustitutos), Características de esos productos: Calidad, aceptación, presentación etc, Precios, Condiciones que ofrecen o servicios: Créditos, transporte, etc., Descuentos, Promociones, Publicidad, Medios, cantidad y variedad, permanente, por promoción, por época, énfasis, sectores a que la dirigen, etc., Canales de distribución que emplea, Situación financiera o productiva, Tamaño, solides, crecimiento observable, estabilidad, etc.

	Recopilación de información secundaria	i. Consulta en libros y documentos del CNR, CENTREX, DIGESTIC, MINEC, Facultad de Química y alimentos, Internet, CONCULTURA, MAG, entre otros.	Antecedentes en general de antojos típicos, Calidades y normas de calidad que rigen las materias primas, y Aspectos legales que rigen el mercado de materias primas.
--	--	--	--

B. MERCADO CONSUMIDOR NACIONAL

1. ANTECEDENTES DEL MERCADO.

En los últimos años, se ha clasificado como tal a los antojos típicos de nuestro país al reconocer que son consumidos fuera de las horas de comida y que son elaborados, algunos, en ciertas épocas del año por ciertos sectores¹²

Actualmente, los antojos típicos nacionales se siguen elaborando en mayor proporción de manera artesanal, comercializándose en cafeterías, en restaurantes y un gran porcentaje se vende en el negocio informal; aunque con la apertura de convenios comerciales con otros países como toda el área centroamericana, Canadá y Estados Unidos, estos productos se están elaborando también en menor proporción de manera industrial por empresas legalmente establecidas. Algunas de las principales empresas que fabrican y comercializan estos productos frescos, precocidos y congelados en el país a través de supermercados, hoteles, restaurantes y consumidor final, para cubrir el mercado nacional son:

- CRIO Inversiones, S.A. de C.V., la cual distribuye pupusas ultra congeladas en cinco variedades: queso, queso y frijol, queso y loroco, chicharrón y revueltas, bajo la marca “Doña Lita” ;
- Restaurante MISTER DONUT.
- ALIMENTOS CUSCATLAN S.A. De C.V., ésta distribuye pupusas precocidas y congeladas de queso con loroco, queso y frijol, queso, chicharrón, bajo la marca “Panchita”.
- TROPIC FOOD S.A. DE C.V.
- Cafeterías, chalet, etc.

Los principales antojos típicos nacionales que se consumen en nuestro país son las pupusas en sus diferentes variedades, los tamales de elote, las empanadas de plátano, los nuegados, las riguas, los tamales de gallina, tamales pisques, de chipilín, yuca frita, pasteles de maíz, atole de elote, atole shuco, enchiladas, yuca salcochada, etc. Es relevante destacar la importancia que las pupusas han obtenido

¹² Según el Depto. De Investigaciones de CONCULTURA

en este último año, de hecho el artículo uno del decreto 655, del 1 de abril de 2005, da por sentado que las pupusas son el “plato nacional de El Salvador, en razón de su procedencia autóctona y aceptación popular, con el propósito de festejar la pertenencia de este invento culinario, a la cultura del pueblo salvadoreño, declárese el segundo domingo del mes de noviembre de cada año ‘Día nacional de las pupusas’.

Instituciones como el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA), están apoyando la propagación de dicho producto.

1.1 Características

Los productos en estudio están dirigidos al consumidor final clasificado dentro de familias no pobres, los cuales poseen costumbres y gustos propios para este mercado.

2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

2.1 Metodología aplicada al mercado consumidor.

Para el desarrollo del estudio de este mercado se han considerado algunos aspectos importantes que a continuación se detallan:

✓ Técnicas para la recolección de información.

Para recolectar la información de este mercado, se utilizaron los siguientes instrumentos de investigación:

- Encuestas.
- Entrevistas personales.
- Investigación bibliográfica.

ENCUESTAS.

Para llevar a cabo las encuestas se utiliza el cuestionario elaborado como guía para obtener la información requerida para el estudio (Ver anexo 7). Este cuestionario fue dirigido al consumidor final de antojos típicos salvadoreños, del cual se pretende obtener la información de las siguientes variables:

- Consumo de antojos típicos nacionales y sus niveles de preferencia
- Variedades que se prefieren de cada producto.
- Características que considera el consumidor en la compra y consumo de los productos.
- Lugares en los que se compran actualmente los productos.
- Marcas de antojos típicos empacados.
- Medios de publicidad captados por el consumidor.
- Consumo de antojos típicos salvadoreños empacados.
- Comercialización y distribución de los productos empacados.

- Cantidad de unidades preferidas por producto.

- Precios de compra.
- Frecuencia de compra.
- Niveles de ingreso salarial.
- Productos similares demandados.

Cada una de estas variables se considera en el cuestionario por medio de una pregunta, las cuales pretenden alcanzar un objetivo específico, a continuación se describe cada uno de ellos.

Tabla 23 : Resumen de variables a analizar, objetivos perseguidos y preguntas relacionadas a cada

Variable de la encuesta.

VARIABLE	OBJETIVO	PREGUNTA RELACIONADA
Consumo de antojos típicos nacionales y sus niveles de preferencia.	Identificar si en la alimentación de los encuestados se tiene el consumo de antojos típicos salvadoreños, bajo que nivel de consumo los ubican a cada uno de estos y las principales razones de por que no los consume cierto porcentaje de la población.	1, 2
Variedades que se prefieren de cada producto.	Definir las principales variedades de cada uno de los productos, que el encuestado prefiere.	3
Características que considera el consumidor en la compra y consumo de los productos.	Determinar las principales características que motivan al encuestado a la hora de comprar y consumir los antojos típicos salvadoreños.	4
Lugares en los que se compran actualmente los productos.	Determinar los lugares específicos a los que el encuestado acude al momento de comprar los productos en mención.	5
Marcas de antojos típicos empacados.	Identificar las marcas que están presentes en la memoria del encuestado, así como las principales razones del rechazo a estos productos.	6, 7
Medios de publicidad captados por el consumidor.	Establecer si los encuestados conocen la publicidad realizada a los productos en mención y en cuales medios la han percibido.	8, 9
Consumo de antojos típicos salvadoreños empacados.	Conocer el porcentaje de aceptación de los antojos típicos salvadoreños de forma empacada.	10
Comercialización y distribución de los productos en estudio.	Determinar los lugares de compra, que el posible consumidor de los productos en estudio, sugiera por conveniencia e identificar el tipo de empaque	11, 12

	de los productos que el encuestado prefiere.	
Cantidad de unidades preferidas por producto.	Determinar el número de unidades de cada producto que el encuestado prefiere.	13
Precios de compra.	Determinar el precio que el encuestado pagaría por producto de acuerdo al número de unidades.	14
Frecuencia de compra.	Determinar la frecuencia de la compra de cada uno de los productos de acuerdo al número de unidades preferidas por el encuestado.	15
Niveles de ingreso salarial.	Verificar el nivel de ingreso del encuestado para comprobar su clasificación dentro de las familias no pobres.	16
Productos similares demandados	Conocer que otros productos prefiere el encuestado para un futuro estudio.	17

En total son 17 preguntas que constituyen el cuestionario para la encuesta, las cuales han sido formuladas en forma abierta, cerradas y semi-cerradas, de acuerdo a la necesidad de información.

La encuesta se llevó cabo en forma personal entre el encuestador y el encuestado. Esta se pasó en lugares estratégicos como en los alrededores de supermercados, restaurantes y cafeterías en zonas urbanizadas en los tres departamentos ya antes especificados: San Salvador, Santa Ana y San Miguel.

ENTREVISTAS PERSONALES.

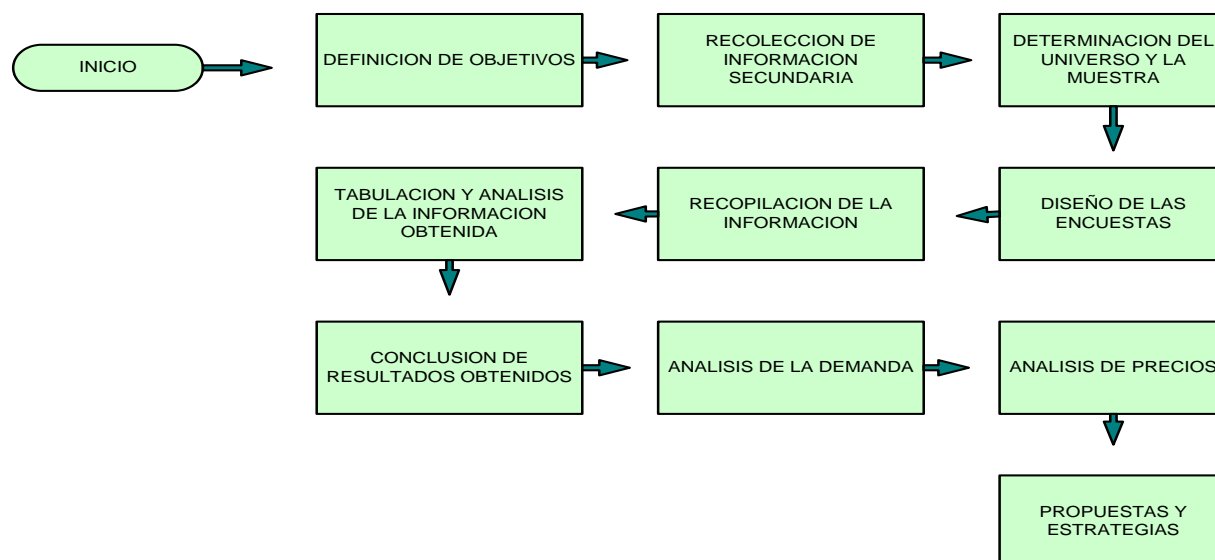
Este recurso se utilizó para apoyar la información de los productos, acudiendo con personas conocedoras del tema. La persona entrevistada fue: Licda. Ana Graciela G. De Letona. Dirección de Investigaciones. CONCULTURA.

CONSULTA BIBLIOGRAFICA.

Para fundamentar la temática en estudio, se consultaron diferentes fuentes bibliográficas tanto escritas como electrónicas con temas relacionados a ésta. Entre estas fuentes están:

- Documentos facilitados por el Departamento de Investigaciones de CONCULTURA.
- Biblioteca Central de la Universidad de El Salvador.
- Biblioteca de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC).
- Biblioteca de CONAMYPE.
- Internet.

Gráficamente, la metodología a utilizar es la siguiente:



2.2 Segmentación De Mercado Nacional

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores.

En éste estudio que se busca determinar una posible participación en el mercado de Los Antojos típicos salvadoreños, determinando su nivel de aceptación.

Para no abarcar un mercado que no sea representativo, y que no satisfaga el objetivo final, se ha considerado Segmentar el mercado para los antojos típicos, considerando los siguientes criterios, tomando en cuenta que el producto está dirigido al consumidor final:

1. Ubicación geográfica
2. Demográfica: Edad, Género,
3. Socioeconómica: Ingreso¹³

1) Ubicación geográfica: Debido a que los antojos típicos son consumidos en todas las áreas del país, se orientará al mercado nacional.

2) Demográfica

Edad: con esta característica se delimita el mercado, ya que el producto estará dirigido a personas mayores de 3 años, por ser productos de textura blanda y su contenido nutricional no se considera dañino. En general se puede afirmar que los antojos típicos salvadoreños son aptos para todas las edades excepto niños menores de tres años.

¹³ Investigación de Mercados, David Aker

Sexo: los antojos típicos salvadoreños son consumidos por personas de ambos sexos, considerando también como sujeto para el estudio, a la persona encargada de realizar las compras en el hogar.

3) Socioeconómica

Ingreso: El producto estará dirigido a Hogares No pobres, con ingresos mayores de dos canastas básicas, que es igual a **\$252.90¹⁴**, ya que el producto no está considerado dentro de ésta. Y se cree que tendrá mayor aceptación en familias con este nivel de ingreso.

2.3 Determinación Del Universo

Para la determinación del universo, se utiliza los datos de las encuestas de hogares de propósitos múltiples 2003, obtenidos en la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC).

Se delimitará el universo considerando los siguientes criterios:

1. Porcentaje de hogares respecto al total por zona del país
2. Hogares no pobres por departamento seleccionado.

Para el primer criterio, se ha considerado seleccionar un departamento por zona, tomando el que adquiera mayor porcentaje según la evaluación, después de haber determinado los tres departamentos con el mayor número de hogares, se delimitará aun más el universo considerando solamente dentro de éstos tres, los hogares no pobres (Ver Anexo 9).

Si observamos en la Tabla del Anexo 9 los resultados obtenidos, verificamos que: Santa Ana, San Salvador y San Miguel, son los departamentos que mayor porcentaje obtienen.

Al revisar la Tabla del Anexo 10, se puede decir que: Santa Ana, San Salvador y San Miguel representan el 51.59% de 1,066,143 hogares no pobres. Tomando en cuenta lo antes mencionado, se concluye que el universo determinado en dicha tabla, es representativo para la obtención muestra.

De la evaluación de los dos criterios anteriores, se deduce que para el estudio, se tomarán en cuenta los departamentos:



En la tabla 24 se muestran el número de hogares por departamento seleccionado, considerando como universo, el total especificado en la tabla:

¹⁴ Fuente: Según Ministerio de economía

Tabla 24: Hogares No pobres por departamento seleccionado

DEPARTAMENTO	CANTIDAD
Santa Ana	83,475
San Salvador	396,184
San Miguel	70,364
Total	550,023

Fuente: Resultado de Hogares de Propósitos Múltiples, DIGESTYC.

2.4 Determinación De La Muestra

De la misma forma en la que se determinó la muestra para productores de la Micro Región Los Nonualcos y considerando los mismos criterios, se selecciona el tipo de muestreo estratificado con afijación proporcional, donde se distribuye la muestra en proporciones según zona geográfica, considerando los hogares no pobres. Dentro de este tipo de muestreo se aplicó para cada estrato seleccionado, el muestreo aleatorio simple, que comprende, seleccionar al azar al encuestado en lugares estratégicos, tales como supermercados y centros comerciales, así como también colonias residenciales.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la ecuación de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas¹⁵:

Para un universo de **N= 550,023**

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

Cálculo del tamaño de la muestra

N = **550,023** hogares No pobres, que pueden consumir antojos típicos salvadoreños

Z = 1.96 de la curva normal, el cual se considera un coeficiente del 95% de nivel de confianza.

P = 0.90 proporción poblacional que responda favorablemente la encuesta, el dato se basa en la encuesta preliminar realizada en el capítulo anterior de este estudio donde el 95% de la población consume antojos típicos, pero en este caso solo se considera el 90% de la proporción poblacional, tomando en cuenta que para el estudio preliminar se consideró un universo relativamente pequeño.

Q = 0.10 proporción poblacional que responda desfavorablemente la encuesta.

E = 5% debido a los errores propios del muestreo¹⁶.

¹⁵ Consideradas como finitas si se conoce la población, especificado por Carrasco JL. El método estadístico en la investigación médica. 5ª ed. Madrid. Editorial Ciencia.

Entonces tenemos una muestra de:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N-1) + Z^2 (PQ)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.90)(0.10)(550,023)}{(0.05)^2 (550,023 - 1) + (1.96)^2 (0.9)(0.1)}$$

n = 139 hogares



2.5 Asignación de Encuestas

La muestra para el consumidor es de 139 encuestas, que se distribuirán uniformemente según el número de hogares de los tres departamentos seleccionados.

Tabla 25: Distribución de encuestas por departamento

DEPARTAMENTO	CANTIDAD	%	# DE ENCUESTAS ¹⁷
Santa Ana	83,475	15	21
San Salvador	396,184	72	100
San Miguel	70,364	13	18
Total	550,023	100	139

3. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS OBTENIDOS.

La tabulación de la información recolectada en las encuestas, ha sido realizada de forma tradicional, es decir, la estructura de la tabulación y el análisis está presentado de la siguiente manera:

- Título de la pregunta.
- Objetivo de la pregunta.
- Cuadro de Resultados.
- Gráfico de Resultados.

¹⁶ El error máximo aceptado lo hemos considerado del 5%, ya que variaciones mayores hacen dudar de la validez de la información (Introducción a la Investigación de Mercado, Un Enfoque para Latinoamérica, Marcela Benassini, 2001).

¹⁷ Determinado a través de regla de tres simple.

En algunas preguntas la tabulación y el análisis se realizó por producto separadamente con el fin de obtener una mejor interpretación de la información. En preguntas donde se tuvieron más de una respuesta por cada encuestado, se tabularon todas las respuestas, por lo cual los cálculos de los porcentajes se hicieron en base al número total de respuestas obtenidas para cada pregunta.

En el desarrollo de la tabulación y el análisis se fueron descartando las encuestas que ya no formaban parte de la investigación requerida, con el fin de hacer más verídico el estudio. En el Anexo 8, se presenta esta tabulación y análisis de los datos obtenidos.

4. RESULTADOS OBTENIDOS.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a consumidores finales de antojos típicos salvadoreños, de acuerdo a las variables que se pretenden investigar.

1. Consumo de antojos típicos nacionales y sus niveles de preferencia.

- √ La población incluye en su dieta alimenticia el consumo de por lo menos alguno de los antojos típicos de nuestro país.
- √ El número de personas que consumen pupusas es el mayor con respecto a los otros productos.
- √ Las pupusas se ubican en la primera opción de preferencias con respecto a los otros productos en estudio.

2. Variedades que se prefieren de cada producto.

- √ La población prefiere las pupusas de maíz rellenas de queso.
- √ Los tamales de elote se prefieren sin ningún relleno (solos).
- √ La población prefiere las empanadas rellenas de leche.
- √ Las riguas se prefieren sin relleno (solas).
- √ Los nuegos de yuca son preferidos por la población.

3. Características que considera el consumidor en la compra y consumo de los productos.

Las tres principales características que motivan a la población a comprar y consumir los productos en estudio son el sabor agradable, la higiene y el precio de compra. Con menos incidencia se consideran el aroma agradable, la presentación del producto, el gran tamaño, la consistencia y en último lugar la frescura, marca y el tamaño pequeño del producto.

4. Lugares en los que se compran actualmente los productos.

- √ La población, actualmente compra los productos en cafeterías.
- √ Con menos incidencia se compran en el negocio informal (la calle), en restaurantes, supermercados y automarket.

Es importante aclarar que en la actualidad los antojos típicos se consumen principalmente los elaborados de manera artesanal y es menor el consumo de productos empacados como los que se venden en los supermercados bajo marcas registradas.

5. Marcas de antojos típicos empacados.

- √ Actualmente, la única marca que la población conoce o recuerda es “Doña Lita”, en pupusas y tamales de elote.
- √ La consistencia fue la característica principal de rechazo de dichos productos.
- √ Existe un porcentaje importante de la población que dice no recordar la marca que ha comprado alguna vez.

6. Medios de publicidad captados por el consumidor.

Un buen porcentaje de la población manifestó no haber captado publicidad de los productos, pero de los que afirmaron que sí la han percibido, manifiestan que la televisión es el medio que han visto y escuchado.

En la actualidad, la promoción más importante que existe es de productos elaborados en forma artesanal por restaurantes. Aunque es relevante mencionar que en los últimos meses las empresas fabricantes de antojos típicos salvadoreños empacados han lanzado publicidad a través de la vía electrónica.

7. Consumo de antojos típicos salvadoreños empacados.

- √ Un buen porcentaje de la población (74%), está dispuesta a consumir los productos en estudio.
- √ Las pupusas empacadas son el principal producto que la población estaría dispuesta a consumir.
- √ Los tamales de elote empacados son el segundo producto de posible consumo.
- √ Como puede observarse, al igual que el consumo de los antojos típicos artesanales, el consumo de ellos de manera empacada tienen las mismas preferencias.

8. Comercialización y distribución de los productos en estudio.

- √ Los supermercados son el lugar de compra que la población prefiere por conveniencia.
- √ El empaque de aluminio para los productos es el que mayormente la población prefiere, en segundo lugar se prefiere el empaque de cartón.

9. Cantidad de unidades preferidas por producto.

- √ Todos los productos: Tamales de elote, pupusas, empanadas, riguas y nuegados, se prefieren en unidades de 6 con más del 50% de respuestas.

10. Precios de compra.

A continuación se presentan los precios del número de unidades preferidas por cada producto.

- √ Para los tamales de elote, la población estaría dispuesta a
- √ pagar por 6 unidades entre \$0.61 y \$1.80.
- √ Por 6 unidades de pupusas se pagarían \$1.21 a \$1.80.
- √ Por 6 unidades de empanadas se pagarían \$0.61 a \$1.80.
- √ Por 6 unidades de nuegados se pagarían \$0.61 a \$1.20.
- √ Por 6 unidades de riguas se pagarían \$0.61 a \$1.80.

11. Frecuencia de compra.

A continuación se presentan las frecuencias de compra preferidas de cada una de las unidades mencionadas por la población y por cada producto.

- Tamales de elote:
 - Unidades de 3, 6, 10 y 12: una vez por semana.
 - Unidades de 4: Dos y una vez al mes.
 - Unidades 5: Una vez por semana y dos veces por mes.
- Pupusas:
 - Unidades de 3, 6, 10 y 12: Una vez por semana.
 - Unidades de 4: Dos veces al mes.
 - Unidades 5: Una vez por semana y una vez por mes.
- Empanadas:
 - Unidades de 3, 10: Dos veces al mes.
 - Unidades de 4: Una vez al mes.
 - Unidades de 5, 6, y 12: Una vez por semana.
- Nuegados:
 - Unidades de 3, 10: Dos veces al mes.
 - Unidades de 4, 6: Una vez al mes.
 - Unidades de 5: Una vez por semana y una vez por mes.
 - Unidades de 12: Una vez por semana.
- Riguas:
 - Unidades de 3, 5, 6 y 10: Una vez por semana.
 - Unidades de 4 y 12: Una vez por semana y una vez por mes.

12. Niveles de ingreso salarial.

El mayor porcentaje de la población encuestada posee ingresos mensuales superiores de \$500, lo cual indica que la muestra cumple con el criterio de pertenencia a familias no pobres.

13. Productos similares demandados.

Las tres primeras preferencias de productos similares son: yuca frita, pasteles de maíz y enchiladas.

5. ANÁLISIS DE PRECIOS.

En este análisis se obtendrá un precio preliminar de cada producto para unidades de 6, según las preferencias de la población que se obtuvo de las encuestas, para ello se utilizarán como base los precios ofertados por las empresas que actualmente compiten en el mercado, en el caso de los tamales de elote y las pupusas, ya que para los otros productos no se tienen empresas competidoras, en este caso se considerará un promedio de los rangos de mayor porcentaje de respuestas que se obtuvieron de parte de los consumidores.

5.1 Precios actuales de las pupusas y tamales de elote en el mercado nacional.

Tabla 26: Precios de los productos según la marca.

MARCA	ESPECIALIDAD	PRECIO (\$)	UNIDADES
1	Pupusas de queso	2.30	6
	Tamales de elote	2.40	6
2	Pupusas de queso	2.50	6

El promedio de los precios para las pupusas de queso¹⁸ es de \$ 2.40 por cada 6 unidades y para los tamales de elote solo se tiene un precio que es de \$ 2.40 por 6 unidades.

5.2 Precios de las empanadas, riguas y nuegados según la investigación de campo.

A continuación se muestran los rangos de precios de mayor frecuencia por cada producto en unidades de 6 y el promedio correspondiente.

Tabla 27: Precios promedios de los productos según la investigación de campo.

Producto	Unidades	Rangos (\$)	Promedio (\$)
Empanadas	6	0.61 – 1.20	1.51
		1.21 - 1.80	
		1.81 – 2.40	
Riguas	6	0.61 – 1.20	1.51
		1.21 - 1.80	
		1.81 – 2.40	
Nuegados	6	0.25 – 0.60	1.03
		0.61 – 1.20	
		1.21 - 1.80	

5.3 Fijación del precio de cada producto.

Los precios que a continuación se determinarán, son precios preliminares de acuerdo al estudio de mercado realizado.

Con la información de las tablas 26 y 27, los precios de los tamales de elote y las pupusas se tomarán con un 5% menor que el de las empresas competidoras para el primer año de operaciones. Quedando así los precios preliminares como lo muestra la tabla siguiente.

¹⁸ De acuerdo a las preferencias del mercado demandante.

Tabla 28: Precio preliminar para los productos para el primer año.

PRODUCTO	UNIDADES	PRECIO (US\$)
Tamales de elote	6	2.28
Pupusas	6	2.28
Empanadas	6	1.51
Nuegados	6	1.03
Riguas	6	1.51

Para los años posteriores, el precio de cada producto se modificará aplicando un factor inflacionario anual del **2.5%**, que es la inflación proyectada para el año 2006.¹⁹

6. PROPUESTAS Y ESTRATEGIAS.

6.1 Producto

1. Los productos que deben comercializarse son: Las pupusas de queso, los tamales de elote sin relleno, las empanadas con leche, las riguas sin relleno y los nuegados de yuca.
2. Llevar a cabo la promoción del consumo de antojos típicos empacados, destacando el valor que tiene la higiene en nuestros productos. Esta promoción se realizará los medios de comunicación: periódico y boletines y estarán a cargo del coordinador de comercialización de la empresa.
3. El envase de los productos deberá llevar colocado en un lugar visible una viñeta con la marca y con toda la información que se presentó anteriormente en la descripción del producto, incluyendo el código de barra.
4. Los productos deben comercializarse en 6 unidades, inicialmente, y de acuerdo a la futura demanda puede considerarse la comercialización en 10 unidades.

6.2 Precio

- √ Los productos que ya tienen competencia directa, entrarán al mercado con un precio 5% menor que el promedio de productos competidores, como es el caso de pupusas y tamales, en el caso de los productos que aún no tienen competencia directa, se tomarán los precios obtenidos de la investigación de campo. Estos precios están considerados para 6 unidades, de tal manera que los precios preliminares²⁰ con los cuales entraran los productos al mercado, luego de realizado el análisis de precios, son:

Tamales de elote	\$2.28
Pupusas	\$2.28
Empanadas	\$1.51

¹⁹ 2.5% de La inflación para el 2006, según FMI.

²⁰ El precio definitivo se determinará en la evaluación económica.

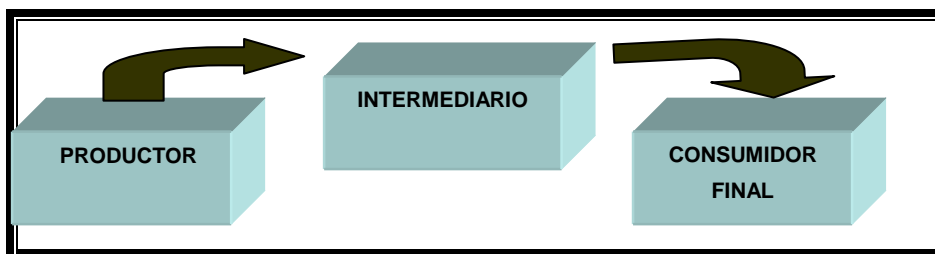
Nuegados	\$1.03
Riguas	\$1.51

Estos son precios al consumidor final, en el caso de clientes intermedios se considerará un margen de ganancia del 50%.

6.3 Plaza

1. Ya que este tipo de producto aún no está posicionado en el mercado como producto de consumo diario, debe establecerse como política de comercialización, establecer vínculos con supermercados que ya posean un definido número de clientes, de manera de llegar al consumidor final.

Figura 3: Canal de distribución nacional propuesto



2. Apostarle de manera primordial al acceso a los principales supermercados del país, como Super Selectos y La Despensa de Don Juan, y en las sucursales de mayor afluencia urbana, ya que éstos ya cuentan con un prestigio que favorecería a la distribución de nuestros productos.
3. Alcanzar las fortalezas, en cuanto a distribución se refiere, de las principales empresas competidoras: entrega de pedidos a tiempo, promociones, producto en plaza para pedidos de emergencia, etc. Y procurar estar al día en información de este tipo respecto a la competencia, con el objetivo de superar dichas fortalezas.
4. Utilizar los medios más actuales para recibir los pedidos: Vía telefónica, fax y correo electrónico, de manera que el manejo de éstos se haga de la forma más eficiente.
5. Los pedidos se pondrán en el lugar especificado por el cliente y bajo los términos acordados.

6.4 Promoción

1. Realizar degustaciones de los productos en los lugares de distribución de éstos, con el fin de dar a conocer el producto: productor, disponibilidad, variedad, higiene, etc. Así como también en ferias gastronómicas realizadas en San Juan Nonualco bajo la coordinación de la GTZ y la nueva feria de productos agropecuarios impulsada por el MAG en el municipio de San Martín.

-
-
2. Elaborar y distribuir brochure en lugares estratégicos, como en las afueras de supermercados, centros comerciales, ferias gastronómicas, etc., como otra manera de dar a conocer los productos.
 3. Buscar medios televisivos y radiales, organizaciones e instituciones que promuevan el consumo de productos nacionales, para incentivar a obtener nuestros productos.
 4. Colocar un sitio Web en donde se muestre de manera clara y precisa cada producto, la manera de cómo obtenerlos y los beneficios que se obtienen al consumir productos higiénicos.
 5. Buscar asociarse a organizaciones que favorecerán la promoción de nuestra empresa y de nuestros productos.

C. MERCADO CONSUMIDOR ESTADOUNIDENSE

1. ANTECEDENTES DEL MERCADO

1.1 Características

Actualmente en los Estados Unidos, viven aproximadamente de 2.2 millones de salvadoreños, que representa un mercado potencial para los productos étnicos y de nostalgia, aunque ya se están exportando algunos alimentos típicos de manera formal e informal, se considera esa región como una oportunidad de mercado para la exportación. Para mayor comprensión de estos dos mercados se menciona a continuación a que se refiere cada uno de ellos:

- *Mercado formal:* En la actualidad algunos productores salvadoreños, registrados legalmente y que manejan una marca en sus productos están exportando ciertos bienes alimenticios, que en su mayoría, lo distribuyen en tiendas latinas; sin embargo, hay algunos que han logrado colocarse en tiendas gigantes como Wal-Mart. Es de mencionar además que existen restaurantes salvadoreños en los Estados Unidos donde también se comercializa algunos de los productos tradicionales.
- *Mercado informal:* el mercado informal se ha manejado por años, cuando las personas de nuestro país, transportan cualquier alimento típico de nostalgia para venderlo en los Estados Unidos, con el fin de satisfacer necesidades y deseos de nuestros compatriotas.

Según FUSADES de la cartera de productos exportables del país, los alimentos siguen abanderando las ventas no tradicionales al exterior. El Salvador percibió \$305 millones por la exportación de productos comestibles en 2004. En su último informe, esta institución dijo que el alza en las exportaciones no tradicionales ha compensado de alguna manera la caída de la maquila.

El monto percibido representa un aumento del 17.4% con relación a 2003, cuando se tuvo un crecimiento de sólo 8.6%, lo que significó en divisas \$251 millones.

El Ing. Ricardo López, ejecutivo del Banco Central de Reserva (BCR), informó que los productos que más se movieron fueron elaborados a base de cereales, y se exportaron unos \$45 millones. Dentro de éstos se registran las pupusas, tamales, refrescos y todo lo que esta hecho a base de harinas. Aunque

es de mencionar que los nuegados, riguas y empanadas aun no se están exportando de manera formal. La lista de comestibles que se exporta ha venido aumentando, debido a la demanda registrada por el mercado de salvadoreños en el exterior. La Lic. Silvia Cuellar, directora ejecutiva de la Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT), dice que pese a los crecimientos observados en las exportaciones no tradicionales, todavía No se ha logrado alcanzar el ritmo y el dinamismo deseado.

2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

2.1 Metodología aplicada al mercado consumidor

Para la recolección de la información se utilizaron los siguientes instrumentos:

- √ Encuestas
- √ Entrevistas Personales
- √ Investigación Bibliográfica.

Encuestas.

Para recopilar la información se diseño un cuestionario que sirviera de guía para la obtención de datos. La encuesta estará dirigida a hogares de familias salvadoreñas radicadas en los Estados Unidos, pero para efectos del estudio el encuestado debe ser el encargado de compras del hogar, considerando y asumiendo que es el que mas conoce aspectos importantes requeridos por el estudio. En dicha encuesta se busca recopilar información importante referente a las siguientes variables:

- √ Consumo y preferencia de pupusas, tamales de elote, empanadas, riguas y nuegados.
- √ Factores que influyen para no consumir los productos en estudio.
- √ Variedades de los productos en estudio, preferidas por la población
- √ Características consideradas por la población para la compra del producto.
- √ Canales de distribución utilizados por la competencia.
- √ Nombres de marcas comercializados en los Estados Unidos (conocimiento de la competencia y verificación de la fijación de marca en el consumidor)
- √ Precios por unidad de compra manejados por la competencia
- √ Satisfacción de los consumidores de los productos empacados comprados anteriormente
- √ Aspectos relacionados a la competencia, promoción y publicidad
- √ Disponibilidad de consumo de los productos en estudio.
- √ Canales preferidos por el consumidor para adquirir el producto.
- √ Presentación preferida por el consumidor.
- √ Precio a pagar por cada uno de los productos.
- √ Frecuencia de compra

Cada pregunta se relaciona con una variable y ésta busca alcanzar un objetivo específico, por lo que a continuación se detalla cada uno de ellos en la siguiente tabla.

Tabla 29: Resumen de variables, objetivos y preguntas relacionadas con cada variable en el instrumento de recolección de datos primarios (encuesta).

VARIABLE	OBJETIVO	PREGUNTAS RELACIONADAS
Consumo y preferencia de pupusas, tamales de elote, empanadas, riguas y nuegados.	Verificar cuales de los antojos típicos en estudio consume la población, para conocer el nivel de aceptación y preferencia.	1
Factores que influyen para no consumir los productos en estudio.	Conocer los aspectos importantes del ¿por que? La población no consume ninguno de los productos, para tomarlos en cuenta en las estrategias de mercado.	2
Variedades de los productos en estudio, preferidas por la población	Determinar las variedades preferidas por el consumidor, para considerar las clases o variedades a producir.	3
Características consideradas por la población para la compra del producto.	Conocer las características consideradas por el consumidor para la compra del producto, para tomarlas en cuenta en su elaboración.	4
Canales de distribución utilizados por la competencia.	Conocer los canales de distribución utilizados por la competencia, para buscar el mejor canal de distribución para vender los productos.	5
Nombres de marcas comercializadas en los Estados Unidos (conocimiento de la competencia y verificación de la fijación de marca en el consumidor)	Conocer las marcas y productos distribuidos en los Estados Unidos por la competencia y determinar al mismo tiempo la fijación de las mismas en la mente del consumidor, para buscar las mejores estrategias.	6
Precios por unidad de compra manejados por la competencia	Conocer los precios establecidos por la competencia, con el fin de tener un parámetro para la estimación de precios a los productos en estudio.	7
Satisfacción de los consumidores de los productos empacados comprados anteriormente	Determinar aspectos o características poco agradables para el consumidor, y así conocer parte de las debilidades de la competencia, con el fin de tomarlas en cuenta en la elaboración del producto y mejorar la calidad de los mismos.	8
Aspectos relacionados a la competencia, promoción y publicidad	Conocer las promociones y la publicidad que maneja la competencia en los Estados Unidos, para diseñar las mejores estrategias.	9,10 y 11
Disponibilidad de consumo de los productos en estudio.	Conocer el grado de aceptación de los antojos típicos salvadoreños empacados, para poder determinar la demanda potencial de los mismos.	12
Canales preferidos por el consumidor para adquirir el	Conocer los establecimientos donde el consumidor le gustaría comprar el producto, con el fin de poder establecer	13

producto.	los canales de distribución mas eficientes.	
Presentación preferida por el consumidor.	Conocer el tipo y cantidad por empaque que le gustaría al consumidor, con el fin de determinar la mejor presentación del producto.	14 y 15
Precio a pagar por cada uno de los productos.	Conocer el precio que el consumidor estaría dispuesto a pagar, para considerarlo en las estrategias de mercado y en la fijación de precio	16
Frecuencia de compra	Conocer la frecuencia de compra del consumidor, con el fin de establecer la demanda potencial de los productos en estudio.	17

En la encuesta se diseñaron preguntas abiertas y cerradas, en las primeras la respuesta queda a criterio del encuestado y en las segundas, se dictaron puntos importantes que desean conocerse para la elaboración del estudio.

Para la obtención de la información se hizo necesario realizar los siguientes tipos de encuestas:

- a) **Encuesta Personal:** Este tipo de encuesta se realizó con la ayuda de algunas personas radicadas en los Estados Unidos, a los que se les explicó el significado de cada pregunta y su colaboración radicó en entrevistar directamente a salvadoreños arraigados en ese país, con ayuda de la encuesta previamente enviada por correo tradicional. Posteriormente éstas fueron recibidas con la información pertinente después de un lapso de tiempo.
- b) **Encuesta por teléfono:** Este método se utilizó en algunas ocasiones, donde el encuestador hacía las preguntas por teléfono, dando un pequeño lapso para ser respondidas por la persona encargada de compras en el hogar.
- c) **Encuesta por Correo Electrónico:** Se utilizó este método fortuitamente, enviando la encuesta por correo electrónico a los salvadoreños radicados en los Estados Unidos, y recibiendo una respuesta en un lapso de tiempo más corto que por correo tradicional.

2.2 Segmentación De Mercado

Los antojos típicos salvadoreños como se mencionó anteriormente, se pretende también comercializarlos en el mercado estadounidense, ya que en el se encuentra una considerable cantidad de salvadoreños que ascienden a 2.2 millones, y se prevé que por ser alimentos de nostalgia, se tendrá una mayor aceptación.

Para segmentar el mercado en mención, se han considerado los siguientes criterios, tomando en cuenta que el producto es también para **consumidor final**:

1. Ubicación geográfica
2. Demográfica: Edad, Genero²¹,

²¹ Investigación de Mercados, David Aker

Ubicación geográfica: Debido a que los antojos típicos no son consumidos por toda la población estadounidense, sino comúnmente por los salvadoreños radicados en ese país, se considerarán todos los estados donde éstos se aglomeren. En la siguiente tabla se presentan las ciudades y su respectiva población salvadoreña.

Tabla 30: salvadoreños residentes en Estados Unidos.

CIUDAD	# DE SALVADOREÑOS	%
Los Ángeles, CA	800,000	36.1076
San Francisco, CA	450,000	20.31
New York, NY	421,000	19.00
Washington D.C.	150,000	6.77
Houston, Texas	92,000	4.15
Santa Ana, CA	85,000	3.83
Miami, FL	75,000	3.38
Chicago, Illinois	72,000	3.32
Boston, MA	61,000	2.75
New Orleans, LA	9,600	0.43
Total	2,215,600	100.00

Fuente: CONAMYPE 2001

Demográfica

- **Edad:** El producto estará dirigido a personas mayores de 3 años, por ser productos de textura blanda y su contenido nutricional no se considera dañino. En general se puede afirmar que los antojos típicos salvadoreños son aptos para todas las edades excepto niños menores del año mencionado.
- **Sexo:** los antojos típicos salvadoreños son consumidos por personas de ambos sexos, considerando también como sujeto para la entrevista a la persona encargada de realizar las compras en el hogar.
- **Origen étnico:** Por ser productos étnicos de la región salvadoreña, se limitará el producto a familias de dicha nacionalidad. Ya que se cree que tendrá mayor aceptación por ser alimentos de nostalgia.

El mercado se segmentó considerando los criterios anteriores con el fin de abarcar un mercado que sea representativo, y que satisfaga los objetivos propuestos.

2.3 Determinación Del Universo

Para la determinación del universo se delimitará utilizando como criterio principal, los estados norteamericanos donde exista un porcentaje de salvadoreños considerable, para verificarlo utilizaremos los datos de obtenidos en CONAMYPE 2001. Conociendo que existe un total de Salvadoreños de 2,215,600 radicados en los Estados Unidos y que cada hogar consta de un promedio aproximado de 6 habitantes²² por familia, entonces verificamos en la tabla 31 el número total de hogares salvadoreños.

²² Fuente: CONAMYPE 2001

Tabla 31: N° de hogares salvadoreños radicados en los Estados Unidos

CIUDAD	# DE SALVADOREÑOS	NO. DE HOGARES	%
Los Ángeles, CA	800,000	133,334	36.1076
San Francisco, CA	450,000	75,000	20.31
New York, NY	421,000	70,167	19.00
Washington D.C.	150,000	25,000	6.77
Houston, Texas	92,000	15,334	4.15
Santa Ana, CA	85,000	14,167	3.83
Miami, FL	75,000	12,500	3.38
Chicago, Illinois	72,000	12,000	3.32
Boston, MA	61,000	10,167	2.75
New Orleans, LA	9,600	1,600	0.43
Total	2,215,600	369,269	100

Fuente: CONAMYPE 2001

Si se observa la tabla anterior, se verifica que los estados donde concurre el mayor número de hogares salvadoreños son los que se muestran en la tabla 32:

Tabla 32: Principales estados donde existe mayor numero de hogares salvadoreños

CIUDAD	NO. DE HOGARES	%
Los Ángeles, CA	133,334	36.1076
San Francisco, CA	75,000	20.31
New York, NY	70,167	19.00
TOTAL	278,501	75.4176

Fuente: CONAMYPE 2001

De lo que se concluye que el estado de Los Ángeles, San Francisco y New York representan el **75.42 %** de hogares salvadoreños en los Estados Unidos y el universo se limita a estos tres estados, lo que representa un total de **278,501 hogares** salvadoreños.

2.4 Determinación De La Muestra

Al igual que en el mercado salvadoreño se selecciona dentro de los métodos generales el tipo de muestreo estratificado con afijación proporcional, donde se distribuye la muestra en proporciones según zona geográfica, considerando estados donde existe mayor numero de salvadoreños. Dentro de este tipo de muestreo se aplicó para cada estrato seleccionado, el muestreo aleatorio simple, que comprende, seleccionar al azar al encuestado, por medio de llamadas telefónicas y correos electrónicos.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la ecuación de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas:

Para un universo de **N=278,501 Hogares**

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

Confianza del 90 %, tenemos Z= 1.645

$$Z= 1.645$$

$$E= 10 \%$$

$$P= 0.85\%$$

$$Q=0.15\%$$

$$N=278,501$$

Entonces tenemos una muestra de:

$$n= \frac{Z^2PQN}{E^2 (N-1)+Z^2 (PQ)}$$

$$n= \frac{(1.645)^2(0.85)(0.15)(278,501)}{(0.10)^2 (278,501-1)+(1.645)^2 (0.85*0.15)}$$

n = 35 hogares

Z= 1.645 de la curva Normal; para un nivel de confianza del 90%, debido a que se busca determinar los gustos y preferencias de los consumidores de Antojos típicos.

P= 0.85 proporción de la población esperada que responda el cuestionario determinado si consume Antojos típicos, y es el que se considera adecuado para el estudio basándose en una encuesta preliminar donde el resultado es que el 95% de la población consume antojos típicos salvadoreños, se ha retomado un 85% de la proporción poblacional tomando en cuenta que por la metodología de encuestar se podría tener un faltante de éstas, por falta de cooperación; además de haber considerado un universo relativamente pequeño.

Q=0.15 proporción poblacional que responde negativamente al cuestionario.

E= 0.10% margen de error determinado por los costos que implica hacer una investigación con una muestra de población mayor.

2.5 Asignación de Encuestas

La muestra para el consumidor Salvadoreño Estadounidense es de 35 encuestas, pero como se mencionó previamente, se tomarán solamente los estados donde exista mayor concentración de salvadoreños, asignando un número de encuestas a cada uno de ellos, tal como²³ se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 33: Distribución de encuestas por estado seleccionado

Nº	ESTADOS	Porcentaje (%)	Nº de encuestas
1	Los Ángeles, CA	47.88	17
2	San Francisco, CA	26.93	10

²³ El porcentaje que se asignó, es sobre la base de los tres estados seleccionados.

3	New York, NY	25.19	8
Total		100.00	35

3. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS OBTENIDOS.

La tabulación de la información se ha realizado en base a las encuestas dirigidas al consumidor final estadounidense, se ha considerado los datos de los cuestionarios obtenidos en los tres principales estados donde existe mayor concentración de salvadoreños, estos son:

- √ Los Ángeles, CA
- √ San Francisco, CA
- √ New York, NY

La información fue tabulada²⁴ utilizando el método tradicional, donde se incluye:

- √ Pregunta
- √ Objetivo de la pregunta
- √ Cuadro de datos obtenidos
- √ Grafico de resultados²⁵
- √ Análisis del grafico

4. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Consumo de pupusas, tamales de elote, empanadas, riguas y nuegados.

De la población encuestada todos consumen por lo menos uno de los 5 antojos típicos en estudio, aunque la mayor parte opta por las pupusas, los tamales de elote y las empanadas, en menor escala de preferencia están los nuegados y las riguas.

2. Factores que influyen para no consumir los productos en estudio.

Ninguno de los encuestados, respondió a la pregunta número 2, ya que por lo menos consume uno de los productos en estudio.

3. Variedades de los productos en estudio, preferidas por la población

Las pupusas preferidas por la población son las de arroz y maíz, aunque muchos afirmaron preferir las de maíz, en su variedad de queso mayormente, aunque en mínima escala, las revueltas, frijol con queso y loroco. Para los tamales de elote mas de la mitad de la población los prefiere sin relleno o sea solos, un porcentaje menor opta por los de frijoles y chicharrón. Las empanadas son solicitadas principalmente de leche. En cuanto a los nuegados son gustados principalmente los de yuca. Y por ultimo las variedades de riguas mas solicitadas son las solas (sin relleno).

²⁴ Ver resultados de la tabulación en Anexo No. 8

²⁵ En algunas preguntas se muestran mas de dos gráficos, con el fin de no perder la representatividad de la información.

-
4. Características consideradas por la población para la compra del producto.
Las características principales que considera la población para la compra del producto son el sabor y la higiene, dejado en segundo lugar tamaño, precio, textura y presentación, dando la mínima importancia a la marca del producto.
 5. Canales de distribución utilizados por la competencia.
Los canales de distribución o establecimientos de venta de los productos, utilizados por la competencia, son principalmente los restaurantes y supermercados.
 6. Nombres de marcas comercializados en los Estados Unidos (conocimiento de la competencia y verificación de la fijación de marca en el consumidor)
La población encuestada no recordó en su mayoría las marcas que ha comprado, demostrando que no se tiene mucha fijación en la mente del consumidor, pero otra parte de la población dio a conocer algunas de ellas que son comercializadas en los Estados Unidos, estas son: Río grande, Doña Lita, Tropic Food y Doña Maria, teniendo en cuenta que estas marcas solamente distribuyen pupusas y tamales de elote. Es de mucha utilidad conocer sus nombres para indagar aspectos sobre ellas para realizar el análisis del mercado competidor y fijar las mejores estrategias.
 7. Precios por unidad de compra manejados por la competencia
Los precios por unidad de cada producto en estudio, comercializados actualmente por la competencia, varían de \$1.00 a \$1.50
 8. Satisfacción de los consumidores de los productos empacados comprados anteriormente
La población que ha comprado pupusas empacadas esta mayormente satisfecha con el producto, sin embargo un mínimo porcentaje no le agrado el sabor. En cuanto a los tamales de elote la satisfacción es menor y se quejan del sabor y la textura (dureza) del producto.
 9. Aspectos relacionados a la competencia, promoción y publicidad
Toda la población encuestada afirmo no haber comprado productos en promoción. Una mínima cantidad de los entrevistados afirmo haber visto o escuchado publicidad de restaurantes locales, en la televisión, radio y periódico. Ninguno se refirió a publicidad de productos empacados.
 10. Disponibilidad de consumo de los productos en estudio.
La mayoría de la población encuestada está dispuesta a consumir pupusas, tamales de elote y empanadas, dejando un mínimo porcentaje de aceptación para las riguas y nuegosados.
 11. Canales preferidos por el consumidor para adquirir el producto.
La población en su mayoría prefiere encontrar los productos en los supermercados y automarket.
 12. Presentación preferida por el consumidor.
De la población que afirmo que consumiría productos empacados, su mayoría está de acuerdo en que prefiere empaque de caja de cartón, en presentaciones de 6 y 10 unidades, aunque otro mínimo de la población solicita empaques con 4 unidades, solamente para pupusas y tamales de elote.
 13. Precio a pagar por cada uno de los productos.
Los precios promedios dispuestos a pagar por el consumidor por unidad de cada producto en estudio, varían desde \$0.50 a \$1.25

14. Frecuencia de compra

La frecuencia de compra para los 5 productos en estudio es de Una vez por semana, dos veces por mes y en mínimo porcentaje una vez al mes. Los tamales de elote, pupusas y empanadas son las que obtuvieron mayor preferencia de consumo, las riguas y nuegados en cuarto y quinto lugar respectivamente.

5. ANALISIS DE LA DEMANDA PARA EL MERCADO NACIONAL Y ESTADOUNIDENSE

5.1 Determinación de la demanda potencial para el proyecto.

Para estimar esta demanda, se tomarán como base los siguientes aspectos de relevancia:

- La producción actual de la micro región Los Nonualcos.
- La demanda insatisfecha.
- La participación actual de la competencia.

Al considerar estos aspectos, se busca apegarse a la realidad actual en la cual se está desarrollando el proyecto.

La producción actual de la micro región Los Nonualcos. De la investigación de campo se estimó que el promedio de la capacidad utilizada de las empresas que pertenecen a la Micro región Los Nonualcos, es del 50%²⁶, produciendo de manera artesanal los volúmenes mostrados en la tabla 14.

Esto quiere decir, que se posee un 50% de capacidad sin utilizar que podría significar una producción igual destinada para el proyecto.

Demanda insatisfecha y participación actual de la competencia.

Para la estimación de la Demanda Insatisfecha (DI), se tomarán como datos la Demanda Potencia Total de cada mercado (DPT): nacional y estadounidense y la Oferta Actual (OA) que existe para las pupusas y los tamales de elote, para los otros productos ésta oferta es de cero ya que actualmente no hay presencia de éstos en el mercado como productos semi o industrializados. Esta demanda se calculará bajo la siguiente fórmula:

$$DI = DPT - OA$$

Para determinar el porcentaje de participación que posee actualmente la competencia en la demanda potencial del mercado, se realizará el siguiente cálculo:

$$\% \text{ de la DPT que cubre la competencia} = (OA / DPT) * 100$$

De esta manera, se obtiene la siguiente información para cada mercado:

²⁶ Ver: CAPITULO II, sección 4.5, respuesta a pregunta 17.

Demanda potencial actual (2005):

Tabla 34 : Demanda potencial actual nacional

Producto	%	Hogares	Cantidad Mensual Demandada		Meses	Cantidad Anual Demandada	
			Unidades	Kgs.		Unidades	Kgs.
Tamales de elote	74	298,181	5,621,706	505,953.54	12	67,460,472	6,071,442.48
Pupusas	100	402,947	9,323,088	839,077.92	12	111,877,056	10,068,935.04
Nuegados	43	173,268	2,658,089	239,228.01	12	31,897,068	2,870,736.12
Riguas	47	189,386	3,582,552	322,429.68	12	42,990,624	3,869,156.16

Tabla 35 : Demanda potencial actual EE.UU.

Producto	Volumen Promedio Mensual / Hogar (Unidades)	Numero De Hogares ²⁷	Porcentaje De La Población Que Consumiría El Producto	Demanda Mensual (Unidades) ²⁸	Demanda Anual (Unidades)
Pupusas	23.61	278,501	89%	5,852,114	70,225,368
Tamales de elote	27.72	278,501	83%	6,407,640	76,891,680
Nuegados	13.58	278,501	54%	2,042,304	24,507,648
Riguas	21.71	278,501	40%	2,418,503	29,022,036

Demanda insatisfecha:

Tabla 36: Demanda insatisfecha. Mercado nacional

Producto	Demanda potencial total, DPT (Kg) ²⁹	Oferta actual, OA (Kg) ³⁰	Demanda insatisfecha, DI (Kg) ³¹	% de la DPT que cubre la competencia
Pupusas	10,068,935.04	68,260.32	10,000,674.72	0.68
Tamal de elote	6,071,442.48	5,676.48	6,065,766.00	0.09
Riguas	3,869,156.16	0	3,869,156.16	0
Nuegados	2,870,736.12	0	2,870,736.12	0

²⁷ Universo considerado para la muestra²⁸ El resultado proviene del producto de (Volumen promedio mensual/hogar) (Numero de hogares del universo)(Porcentaje de hogares que consumiría el producto).²⁹ Fuente: Investigación de campo.³⁰ Fuente: Investigación en supermercados.³¹ Oferta de productos semi o industrializados.

Tabla 37: Demanda insatisfecha. Mercado EE.UU.

Producto	Demanda Potencial Total Estadounidense³² (Kg)	Oferta actual³³ (Kg)	Demanda insatisfecha³⁴ (Kg)	% de Demanda que cubre la competencia³⁵
Pupusas	6,320,283.12	250,005.95	6,070,277.17	3.96
Tamales de elote	6,920,251.20	1,376,437.32	5,543,813.88	19.89
Riguas	2,611,983.24	0	2,611,983.24	0
Nuegados	2,205,688.32	0	2,205,688.32	0

Como puede verificarse, la competencia a penas cubre un pequeño porcentaje de la demanda potencial total en ambos mercados, quedando un porcentaje muy significativo de demanda insatisfecha disponible, lo cual se convierte en una posible oportunidad para nuestro proyecto.

En resumen, para la demanda insatisfecha:

Tabla 38: Demanda insatisfecha total.

Producto	EE.UU.	Nacional	TOTAL
	Kg. /año	Kg. /año	Kg./año
Pupusas	6,070,277.17	10,000,674.72	16,070,951.89
Tamales de elote	5,543,813.88	6,065,766.00	11,609,579.88
Riguas	2,611,983.24	3,869,156.16	6,481,139.40
Nuegados	2,205,688.32	2,870,736.12	5,076,424.44

Producción de la competencia (2005).

Tabla 39: Volumen producido por la competencia.

Producto	EE.UU. (export.)	Nacional	TOTAL
	Kg. promedio/ año	Kg. Promedio/Año	Kg. Promedio/año
Pupusas	250,005.95	68,260.32	318,266.27
Tamales de elote	1,376,437.32	5,676.48	1,382,113.80

Los datos de la tabla 39, se utilizarán para determinar el porcentaje que se le asignará de la producción de la micro región a cada mercado, por ejemplo: oferta de pupusas en EE.UU., 250,005.95 kg. Dividido entre el volumen total que es 318,266.27 kg. y multiplicado por 100, da como resultado un 78%. Esto

³² Determinada por estudio de campo

³³ Exportaciones a Estados Unidos 2005, Proporcionado por CENTREX, BCR

³⁴ Demanda insatisfecha= Demanda Potencial Total EU - Oferta Actual

³⁵ % de Demanda que cubre la competencia = (Oferta Actual / Demanda Potencial Total EU) * 100

significa que el 78% de toda la producción de la micro región sin utilizar (50% de capacidad), será destinada para el mercado estadounidense y el complemento (22%) hacia el mercado nacional.

De esta manera, se realizaron los cálculos para los tamales de elote. Para los productos que no tienen datos de oferta actual (competencia), se ha considerado estimar un 70% hacia el mercado de EE.UU. ya que la cultura actual de consumo de estos productos elaborados en forma semi o industrializados en nuestro país, no está tan adaptada como en el mercado estadounidense, por lo cual se prevé que en los primeros años debe destinarse mayormente a dicho mercado.

Tabla 40: Porcentaje de la producción de la Micro región destinada a cada Mdo.

PRODUCTO	EE.UU.		NACIONAL	
	%	Kg.	%	Kg.
Pupusas	78	855,299.25	22	241,238.25
Tamales de elote	99	62,548.20	1	631.80
Riguas	70	50,803.20	30	21,772.80
Nuegados	70	6,048.00	30	2,592.00

Cálculo de la demanda potencial

Con toda la información presentada anteriormente se estimará la demanda potencial que el proyecto estará en capacidad de cubrir. En la tabla 41 y 42 se muestra la demanda potencial total, la producción de la micro región Los Nonualcos y el porcentaje de participación que se pretende adquirir de la demanda total, para ello se consideraron los siguientes aspectos:

- Producción de la micro región Los Nonualcos: para los tamales de elote, empanadas, riguas y nuegados se considera cubrir un porcentaje de la demanda total igual a la producción de la Micro región, sabiendo de antemano que no excede el porcentaje cubierto por la competencia.
- Porcentaje de la demanda total que cubre la competencia: para determinar el porcentaje de participación de la demanda de pupusas, se consideró tomar un porcentaje igual a la de la competencia, para el mercado nacional, ya que el porcentaje que ésta cubre es relativamente bajo y la micro región podría cubrirla. En el caso del mercado estadounidense, se determina tomar un porcentaje menor a lo que cubre la competencia actualmente, considerando que la micro región podría cubrir igual que la competencia, pero el riesgo sería mayor, por lo que se determina tomar solamente el 1.5%

Tabla 41 : Demanda Potencial Que Cubrirá El Proyecto. Mercado Nacional

Producto	Demanda Potencial Total, DPT(Kg.)	PRODUCCION DE LA MICRO REGIÓN AI MDO. NACIONAL	Participación Del Proyecto	
			%	Kg/Año
Pupusas	10,068,935.04	241,238.25	0.68	68,260.32
Tamales de elote	6,071,442.48	631.80	0.01	631.80
Riguas	3,869,156.16	21,772.80	0.56	21,772.80
Nuegados	2,870,736.12	2,592.00	0.09	2,592.00

Tabla 42: Demanda Potencial Que Cubrirá El Proyecto

Producto	Demanda Potencial Total, Dpt(Kg.)	Producción De La Micro Región Al Mdo. EE.UU.	Participación Del Proyecto	
			%	Kg/Año
Pupusas	10,068,935.04	855,299.25	1.5	94,804.25
Tamales de elote	6,071,442.48	62,548.20	1.03	62,548.20
Riguas	3,869,156.16	50,803.20	1.31	50,803.20
Nuegados	2,870,736.12	6,048.00	0.21	6,048.00

Tomando en cuenta lo expuesto anteriormente se estima la demanda para cada mercado, donde la suma de ambas da como resultado la demanda total estimada para el proyecto, expresada en kg/año. Como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 43: Demanda Total Estimada Para El Proyecto

Producto	Demanda estimada para el mercado Nacional (Kg/año)	Demanda estimada para el mercado Estadounidense (Kg/año)	Demanda Total estimada para el proyecto (Kg/año)
Pupusas	68,260.32	94,804.25	163,064.57
Tamales de elote	631.80	62,548.20	63,180.00
Riguas	21,772.80	50,803.20	72,576.00
Nuegados	2,592.00	6,048.00	8,640.00

5.2 Proyecciones

Por la carencia de datos históricos de la demanda de cada producto, se estima considerar para proyectar cada uno de ellos, los siguientes criterios:

- La demanda para los años venideros debe ser mayor que la producción actual de la Micro región seleccionada para el proyecto, con el fin de que el proyecto tenga razón de ser.
- La demanda debe tener un crecimiento año con año, por lo que se estima un 5%³⁶ de crecimiento lineal para cada uno de ellos, sabiendo que el crecimiento de la planta debe ser lineal, para no incurrir en cambios abruptos de tecnología.

³⁶ Se Ha tomado como base la inflación que se incrementa año con año, y por los tratados de libre comercio que traerá un incremento a las exportaciones de productos étnicos.

Mercado Nacional

Tabla 44: Proyecciones Para El Mercado Nacional

Producto	Demanda estimada para el mercado Nacional (Kg/año)	Año				
		1	2	3	4	5
Pupusas	68,260.32	71,673.34	75,257.00	79,019.85	82,970.85	87,119.39
Tamales de elote	631.80	663.39	696.56	731.39	767.96	806.35
Riguas	21,772.80	22,861.44	24,004.51	25,204.74	26,464.97	27,788.22
Nuegados	2,592.00	2,721.60	2,857.68	3,000.56	3,150.59	3,308.12

Mercado EE.UU.

Tabla 45: Proyecciones Para El Mercado Estadounidense

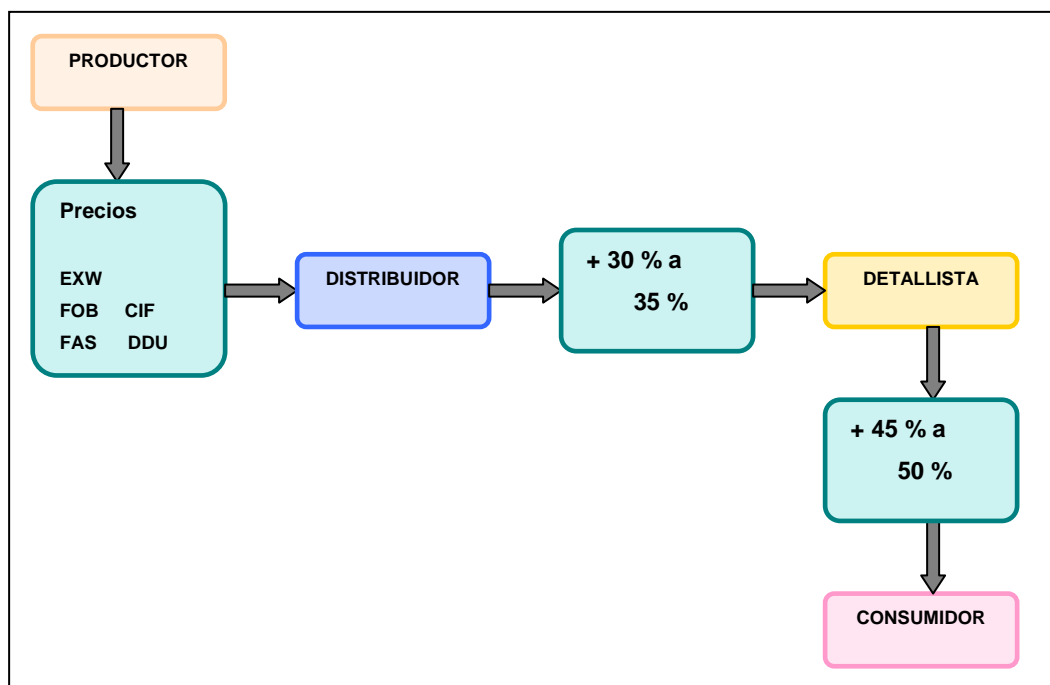
Producto	Demanda estimada para el mercado Estadounidense (Kg/año)	Año				
		1	2	3	4	5
Pupusas	94,804.25	99,544.46	104,521.69	109,747.77	115,235.16	120,996.92
Tamales de elote	62,548.20	65,675.61	68,959.39	72,407.36	76,027.73	79,829.11
Riguas	50,803.20	53,343.36	56,010.53	58,811.05	61,751.61	64,839.19
Nuegados	6,048.00	6,350.40	6,667.92	7,001.32	7,351.38	7,718.95

6. ANÁLISIS DE PRECIO

Para el análisis de precio es necesario conocer algunos aspectos referentes a la exportación, así como también información de la investigación de Campo. La primera esta basada en información secundaria que consiste en un estudio de mercado para frutas congeladas, denominado "Oportunidades de Mercado de frutas de El Salvador en los estados Unidos" realizada por el Lic. Samuel Isaac Zamora Tobar Consultor especialista en mercado, del IICA del programa FRUTAL ES. Debido a que la investigación menciona algunos costos considerados para la exportación de los productos congelados y los porcentajes aplicados por los mayoristas y minoristas, se ha retomado alguna información que se considera importante para la fijación del precio, tal como se describe a continuación:

El precio que el consumidor final paga por un producto en un establecimiento comercial, tiene incorporados los costos y beneficios asignados para cada uno de los participantes de la cadena distributiva, incluidos los del producto. En el siguiente esquema se muestra el común denominador para la comercialización de los productos sujetos al estudio.

Figura 4: Esquema de comercialización para productos congelados



El producto congelado tiene un costo de intermediación mayor, debido a que el distribuidor y el supermercado o tienda, utilizan sistemas de refrigeración para preservar y mostrar los productos. Así mismo, un producto de baja rotación consume refrigeración todo el tiempo que permanece en bodega. En ocasiones el costo de refrigeración supera el valor del producto, por tanto, los distribuidores y supermercados, accederán a comercializar aquellos productos cuya rotación compense los costos de su mantenimiento. Dentro de la mezcla de productos que poseen un distribuidor, existen aquellos cuya lenta rotación obliga al empresario a aumentar el margen de intermediación, a efecto de compensar los costos de bodegaje.

El distribuidor aprecia aquellos productos que tienen alta rotación, pues generan un mejor beneficio en función de movilización de altos volúmenes, en estos casos los márgenes de intermediación pueden ser del 20 al 30%.

Entre los productos existentes en bodega, hay partidas cuya rotación es lenta, de bajo volumen, que representan un alto costo de mantenimiento y en muchos casos pérdidas, no obstante, el distribuidor reconoce que estos bienes son necesarios, pues con ellos se genera tráfico para otros productos.

Independientemente de la forma en que se canalicen los productos al mercado, los porcentajes de intermediación se mantienen en las proporciones indicadas, las cuales, pueden ser utilizadas para calcular los precios a negociar.

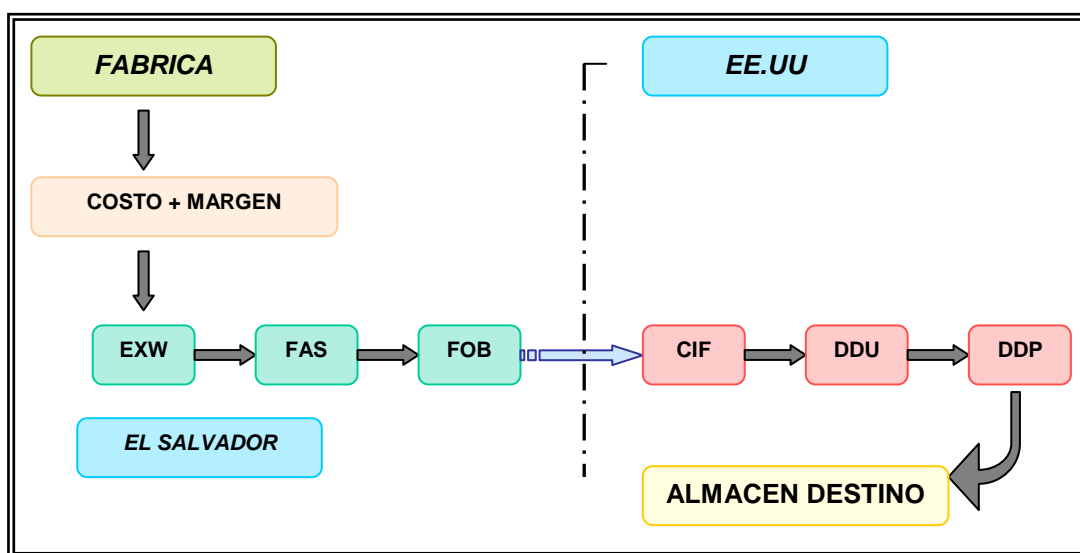
Para calcular el precio del producto es necesario tener en cuenta que los tramites y el traslado del producto al lugar solicitado por el cliente incurre en costos por los que es preciso tener una noción de los costos que implicaría la exportación. tal y como se describe a continuación:

6.1 Estructura del precio de Exportación

El precio de exportación no es más que el costo de producir los bienes, más el margen de ganancia esperado por el empresario como resultado de su venta, a partir de este punto se añade el costo de poner el conjunto de productos en el lugar convenido con el comprador o distribuidor.

De esto se deriva la necesidad de entender cómo se estructura este valor, dependiendo del lugar en que los productos pasan a responsabilidad del comprador, considerando que para cada punto hay una variación en razón de los costos asumidos de movilización de la carga. La siguiente figura refleja un escenario prototipo de este cambio.

Figura 5: Representación grafica del establecimiento del precio de exportación



Un empresario puede ofrecer sus productos a la venta y optar como condición entregarlos en la puerta de su fábrica, a esta forma de exportación se le llama Ex Work (EXW) de acuerdo con las reconocidas cláusulas INCOTERMS 2000, esto implica que el precio de venta está compuesto por los costos de producción, mas el margen de ganancia, sin embargo, el comprador o el distribuidor no siempre estará de acuerdo en aceptar esta condición, para lo que existen diversos momentos en los cuales se sitúan las modalidades de compra, siendo las mas comunes las conocidas FOB y CIF.

Para efectos de fijación de precios, se debe tener claro a la hora de negociar, en que lugar se ha decidido hacer la entrega de los bienes, comprendiendo que más allá de los costos de producción y el margen de ganancia, el empresario productor no tiene control sobre los costos de movilización de la carga, lo cual depende de los servicios de terceros. (Ver algunos conceptos y ejemplo, para la fijación del precio en el anexo 11)

6.2 Precio Preliminar

El precio preliminar de cada producto se basará en la competencia, ya que el propuesto por el encuestado se mueve en rangos muy variables, por lo que se descarta.

Precios establecidos en el mercado Estadounidense.

Es de mencionar que los precios de los tamales de elote y pupusas que se observan en la siguiente tabla, son los dictados por la población encuestada en cuanto a productos empacados, exceptuando las empanadas, nuegados y riguas cuyos precios son de restaurantes.

Tabla 46: Precios establecidos en el mercado Estadounidense

PRODUCTOS DE MARCA		
Producto	Precio / unidad (Investigación de campo)	Precio /Unidad (estudios de mercado de productos étnicos salvadoreños, MINEC,2003)
Pupusas	\$1.00 - 1.50	\$0.60 ³⁷ - \$1.25
Tamales de elote	\$1.00 - 1.50	\$1.00 - \$1.35
Producto en restaurantes		
Riguas	\$1.00 - 1.50	-
Empanadas	\$1.00	-
Nuegados	\$1.00	-

Al considerarse los datos de la tabla anterior, el precio promedio pagado por cada unidad con un peso aproximado de 90 gr. es de **\$1.09 y \$1.21** en supermercados o tiendas al igual que en restaurantes, para tamales y pupusas, respectivamente. El precio promedio para las riguas es de \$1.25 y \$1.00 para empanadas y nuegados. Es de mencionar que el encuestado prefiere mayormente presentaciones de 6 y 10 unidades, los precios establecidos promedio para estas presentaciones se describen en la siguiente tabla.

Tabla 47: Precio para presentaciones de 6 y 10 unidades

PRODUCTO	6 UNIDADES	10 UNIDADES
Pupusas	\$7.26	\$12.10
Tamales de elote	\$6.54	\$10.90
Riguas	\$7.50	\$12.50
Empanadas	\$6.00	\$10.00
Nuegados	\$6.00	\$10.00

El precio preliminar recomendado en el primer año de operaciones, para una presentación de 6 unidades, se ofertará aproximadamente un 5.0% menos que el precio promedio manejado en el mercado. Para la presentación de 10 unidades se pretende reducir un 10% aproximadamente, ya que la venta es de mayor volumen. Tal como se muestra en la siguiente tabla.

³⁷ Peso estimado para una Pupusa de 60-70 gr. aproximadamente.

Tabla 48: Precio preliminar recomendado

PRODUCTOS	PRECIO PRELIMINAR (6 UNIDADES)	PRECIO PRELIMINAR (10 UNIDADES)
Pupusas	\$6.90	\$10.89
Tamales de elote	\$6.21	\$9.81
Riguas	\$7.12	\$11.25
Empanadas	\$5.70	\$9.00
Nuegados	\$5.70	\$9.00

De acuerdo a la inflación pronosticada para el año 2007, se utilizará un incremento del **2.5%**³⁸ para los años siguientes.

7. PROPUESTAS Y ESTRATEGIAS

Para logra que el producto pueda entrar al mercado y se mantenga en el, es necesario contar con las siguientes estrategias de acuerdo a cada variable de comercialización:

7.1 Producto

√ Se propondrá que el producto conserve fundamentalmente su sabor característico, utilizado materias primas de primera calidad y considerando los procesos establecidos en la Micro región.

√ Para introducir las pupusas al mercado salvadoreño en los Estados Unidos, se venderá bajo la Marca de **OLOCUILTA**, se prevé que tendrá mayor aceptación por la población por ser aliciente al lugar donde tradicionalmente se han elaborado unas de las mejores pupusas, reconocidas a nivel nacional e internacional. Los tamales de elote, nuegados, riguas y empanadas se manejaran bajo la marca de **Los Nonualcos**, considerando como estrategia que los habitantes de la zona elaboran antojos típicos de buena calidad y que de alguna manera se cuenta con ese prestigio, pudiendo acceder mas rápido al mercado nostálgico. El mismo nombre de la marca podría ser un incentivo para el consumidor, ya que es un nombre autóctono de nuestros pueblos.

√ Se utilizará como estrategia un empaque llamativo, considerando que la competencia en su mayoría maneja el producto en bolsas plásticas y tomando en cuenta además, el empaque especificado por la población encuestada, éste se ha determinado de la siguiente manera: caja de cartón para los cinco productos en estudio, se venderá en presentaciones de 6 y 10 unidades; el frente de la caja estará impreso por la fotografía del producto que contiene. El empaque a utilizar, contendrá la siguiente información en ingles y español: el Nombre de la Marca, Nombre del producto, eslogan, Logo de la empresa, peso neto aproximado, ingredientes, código de barra, instrucciones de calentamiento, tabla nutricional, fecha de elaboración y vencimiento, registro sanitario y datos de la

³⁸ La inflación para el 2007, según FMI

empresa, tal como lo rigen las normas dictadas por la FDA. En las figuras siguientes se muestra el empaque propuesto, diseñado para cada producto.

Figura 6: Presentación propuesta para cada producto



El eslogan se colocará en la parte derecha inferior que dictará lo siguiente: “100% puro sabor salvadoreño”, considerando la afirmación en algunos estudios de mercado realizados por el MINEC, donde aseguran que los salvadoreños radicados en los Estados Unidos, tienen preferencias por los productos elaborados en éste país.

Se propone también el diseño de un Logotipo que tendrá como objetivo la identificación del producto por parte del consumidor, sabiendo de antemano que los salvadoreños radicados en los Estados Unidos, tienen preferencias por los productos elaborados en su país.

Figura 7: Logotipo propuesto

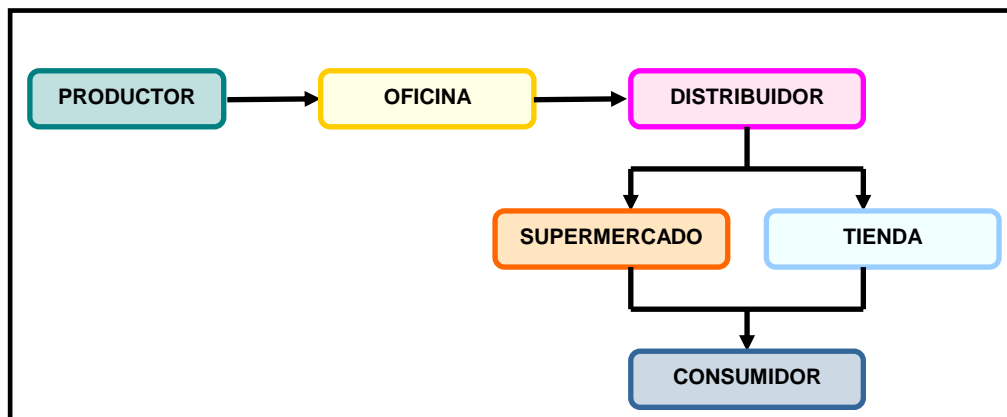


√ Se debe hacer el producto bajo estándares de calidad , e informar al consumidor, logrando mayor aceptación del producto y generando oportunidades de abrir nuevos mercados internacionales

7.2 Plaza

√ Para la distribución de cada producto al mercado Estadounidense y hacerlo llegar al consumidor final, se recomienda la siguiente modalidad :

Figura 8: Modalidad de distribución de productos a Estados Unidos propuesto



Esta modalidad es de las mas utilizadas por las industrias de alimentos congelados. Da inicio con el productor o fabricante que hace la venta, hacia un operador de exportaciones establecido en El Salvador y que también pertenece en alguna forma al distribuidor ubicado en los Estados Unidos, dentro de las funciones de esta oficina exportadora se encuentra la consolidación de la carga y la preparación documentaria para la exportación. una vez despachado el contenedor y resuelto el proceso aduanal de los EE.UU. el contenedor llega a la bodega del distribuidor para su clasificación y registro, a partir de ahí y considerando las ordenes de pedido, los bienes son repartidos (delivery) hacia los establecimiento comerciales. La ventaja de utilizar una distribuidora es que a la larga reduce costos, aportando la logística y el conocimiento del mercado. Existen actualmente en el mercado, una diversidad de distribuidoras, en la siguiente tabla se muestran las mas reconocidas actualmente, y que incluso han

logrado posesionar los productos en grandes cadenas de supermercados, lo que se podría tomar con referencia para optar a una de ellas:

Tabla 49: Algunas de las Distribuidoras mas reconocidas en los Estados Unidos

DISTRIBUIDORA	REFERENCIA
Compañía R&A	Provee de productos alimenticios a alrededor de 230 empresas
Liborio Inc.	Mayor distribuidor de productos latinos, en Los Ángeles.
Productos Mama Lycha	Importadora y subdistribuidora con sede en Houston, Texas
Iberia Foods Corp.	Una de las principales distribuidoras de productos alimenticios, en el este de los EE.UU.
Distribuidora y productora Casa Blanca Ntl. Corp.	-
Zapata`s foods	Distribuidora de productos salvadoreños en N.Y
Distribuidora Cuzcatlán	-
FACEMA Inc.	-
Gonzales y Tapanes Foods Inc.	-
La Villa Foods	-

Fuente: Sección negocios de El Diario de hoy

7.3 Precio

√ El precio de introducción de cada producto para el primer año, es relativamente bajo, comparado con el precio promedio manejado por la competencia, la aplicación de un 5% menos para presentaciones de 6 unidades y un 10% menos para presentaciones de 10 unidades, da la oportunidad de competir y poder posicionar el producto en el mercado.

7.4 Promoción

√ Se participará en ferias internacionales y nacionales tales como: Exposición de Productos Exportables Salvadoreños” y “Expo-comida Latina”, con el fin de dar degustaciones de los productos y promocionar la empresa con agentes distribuidores, empresas y consumidores interesados en adquirir el producto. Entre algunos beneficios que trae la participación en ferias, se pueden mencionar:

- Son un excelente medio de promoción y comercialización.
- Representan un mecanismo moderno y eficiente para acceder a nuevos mercados.
- Son un medio para presentar productos y servicios.
- Sirven para conocer las tendencias del mercado y la evolución de los productos.
- Identifican fortalezas y debilidades para competir en el mercado, ya que permiten observar a la competencia, sus productos y sus técnicas de mercadeo.

-
-
- Son la mejor forma de buscar distribuidores, agentes o clientes en un solo lugar.
 - Poseen una alta receptividad de los visitantes al stand, los cuales están predispuestos a recibir propuestas de negocios.
 - Son un entorno privilegiado para una venta personalizada, ya que identifican clientes potenciales que hubieran sido imposibles de detectar por otros medios.
 - Sirven para establecer nuevos contactos o mantener los que ya se tienen.
 - Ayudan a darse a conocer en el ámbito de la feria, a introducir y promover los productos para ver la reacción del mercado.
 - Facilitan la participación en seminarios y congresos.
 - Concentran vendedores y compradores a través de reuniones cara a cara.

√ Precisando que los nuegados, empanadas y riguas son productos empacados relativamente nuevos, se considera incluir una muestra de cada uno de ellos, en las cajas de tamales de elote y pupusas, para ser degustadas por la población y conozcan dichos productos.

√ Se creará una alianza estratégica, con otras empresas que elaboran productos complementarios indispensables, como encurtidos y atoles en polvo, que podrían agregarse como muestra y promoción agregada a los productos en estudio.

D. MERCADO ABASTECEDOR.

1. ANTECEDENTES DEL MERCADO.

El mercado abastecedor para nuestro proyecto está constituido por todas aquellas empresas o personas individuales que de alguna manera son proveedoras de la materia prima utilizada para cada producto, así como también los insumos necesarios para dicha producción, como por ejemplo: harina de maíz, plátano, quesillo, yuca, leche, etc.

Cada materia prima, se pretende obtener principalmente del departamento de La Paz y en caso de no ser suficiente ésta, de los principales departamentos productores de nuestro país.

2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

2.1 Metodología aplicada

Para el estudio de este mercado se han considerado algunos aspectos importantes que a continuación se detallan:

Técnicas para la recolección de información.

Para recolectar la información de este mercado, se utilizaron los siguientes instrumentos de investigación:

- Entrevistas personales.
- Investigación bibliográfica.

ENTREVISTAS PERSONALES.

Este recurso se utilizó en conjunto con el cuestionario realizado a los actuales productores de antojos típicos de la Micro Región Los Nonualcos, con el objetivo de conocer los proveedores que éstos tienen. También se realizaron entrevistas a productores de la materia prima a utilizar como a entidades relacionadas al tema.

CONSULTA BIBLIOGRAFICA.

Este recurso fue utilizado grandemente para conocer datos actuales de la producción de materias primas que nuestro proyecto exige, así como también otros datos de interés para este mercado. Se consultaron diferentes fuentes bibliográficas tanto escritas como electrónicas. Entre estas fuentes se tienen:

- Documentos facilitados por la División de Estadísticas Agropecuarias DGEA-MAG.
- Biblioteca de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC).
- Internet.

3. CARACTERÍSTICAS DE LA MATERIA PRIMA.

3.1 Determinación de Materias primas a utilizar por producto.

Antes de conocer las principales características que deben poseer las materias primas e insumos, será necesario determinarlos para cada producto: Pupusas de maíz rellenas de queso, tamales de elote sin ningún relleno (solos), empanadas rellenas de leche, riguas sin relleno (solas) y nuegados de yuca.

A continuación se muestra la clasificación de estos elementos.

Tabla 50: Materias primas e insumos.

PRODUCTO	MATERIA PRIMA	INSUMOS
Pupusa	Harina de maíz	Sal
	Quesillo	
Tamal de elote	Elote	Grasa comestible
		Hoja de elote
Empanada	Plátano	Grasa comestible
	Leche	Azúcar
	Arroz	
Rigua	Elote	Hoja de huerta
		Grasa comestible

Nuegado	Yuca	Grasa comestible
		Panela de dulce
		Canela

3.2 Requerimientos de las materias primas.

De acuerdo a las proyecciones de la demanda de cada producto para ambos mercados: Nacional y Estadounidense, a continuación se muestran los requerimientos de cada materia prima por cada año proyectado.

Tabla 51: Requerimientos de Materia prima.

PUPUSAS				
Año	Unidades	Harina De Maíz (Kg.)	Quesillo (Kg.)	
2007	16,365,508	736,447.86	654,620.32	
2008	17,910,629	805,978.31	716,425.16	
2009	19,476,337	876,435.17	779,053.48	
2010	21,063,659	947,864.66	842,546.36	
2011	22,673,677	1,020,315.47	906,947.08	
TAMALES DE ELOTE				
Año	Unidades	Elotes (Kg.)		
2007	975,740	78,059.20		
2008	1,077,974	86,237.92		
2009	1,181,110	94,488.80		
2010	1,285,193	102,815.44		
2011	1,390,271	111,221.68		
RIGUAS				
Año	Unidades	Elotes (Kg.)		
2007	887,040	70,963.20		
2008	931,392	74,511.36		
2009	977,962	78,236.96		
2010	1,026,860	82,148.80		
2011	1,078,203	86,256.24		
EMPANADAS				
Año	Unidades	Plátano (Kg.)	Arroz (Kg.)	Leche (Lts.)
2007	52,800	3,696.00	1,056.00	3,696.00
2008	55,441	3,880.87	1,108.82	3,880.87
2009	58,213	4,074.91	1,164.26	4,074.91
2010	61,124	4,278.68	1,222.48	4,278.68
2011	64,180	4,492.60	1,283.60	4,492.60

NUEGADOS		
Año	Unidades	Yuca (Kg.)
2007	105,600	13,728.00
2008	110,880	14,414.40
2009	110,880	14,414.40
2010	122,246	15,891.98
2011	128,358	16,686.54

3.3 Características.

Maíz.

El **MAÍZ** (*Zea mays*) es una gramínea caracterizada por poseer tallos en forma de caña, aunque macizos en su interior a diferencia del resto de miembros de su familia que los tienen huecos. Destaca fundamentalmente por su inflorescencia femenina llamada mazorca, en donde se encuentran las semillas (granos de maíz) agrupadas a lo largo de un eje. La mazorca está cubierta por brácteas de color verde y textura papirácea y termina en una especie de penacho de color amarillo oscuro, formado por los estilos.

Usos del maíz

El maíz constituye, junto con el arroz y el trigo, uno de los principales alimentos cultivados en el mundo. Su uso no solo se centra en la alimentación humana sino que forma parte de la alimentación animal por sí mismo o constituyendo un ingrediente muy importante en la composición de piensos para cerdos, aves, y vacas. Los tallos de maíz, una vez separada la mazorca, se pueden utilizar como forraje.

El primer país productor del mundo es Estados Unidos, que posee casi la mitad de la producción mundial, al que le siguen la China, Brasil y México. (Ver tabla de composición de maíz seco y tierno en anexo 12)

Características de la canela.

El árbol de la canela (*Cinnamomum zeylanicum* o *Cinnamomum verum*) es de hoja perenne, de unos 10-15 m, procedente de Sri Lanka.

Se aprovecha como especia su corteza interna, extraída pelando y frotando las ramas y se utiliza en rama y molida.

Existen tres especies principales de canela, la canela de Ceilán o Sri Lanka -como se conoce actualmente al citado país asiático, la canela china o canela cassia (*cinnamomum cassia*) de calidad inferior a la anterior, aún cuando se usa como sustituto de la primera y además existe la variedad de la cual se extrae el alcanfor (*cinnamomum camphora* nees).

El nombre de canela, se deriva del vocablo griego kínamon y actualmente se cultiva además de en Sri Lanka, en la India, sur de la China, Madagascar y Brasil.

Molida se utiliza ampliamente en postres, pasteles, dulces, etc. y entera se utiliza para adornar y sazonar algunos platillos, sin embargo su uso más extendido está en el famoso Té de Canela, que resulta de poner unas varitas de canela a hervir en agua hasta obtener la infusión, agregando azúcar a gusto.

El uso del Té de Canela, está muy extendido en México y zonas de influencia mexicana, como el sur de Estados Unidos y América Central, al grado que compite en uso con otras bebidas calientes, como el café y el chocolate. Es necesario resaltar que el té se prepara con la variedad de Ceilán.

Es también ingrediente de muchas salsas curry y otros platillos de oriente en donde se emplean las variedades de Ceilán y China, además del polvo y las hojas del canelero.

Características de la leche.

Introducción

Se puede definir la leche como el líquido que segregan las glándulas mamarias de hembras sanas; esto es desde el punto de vista fisiológico, pues si se quiere un concepto desde el punto de vista comercial o industrias se puede definir como el producto del ordeño higiénico efectuado en hembras de ganado lechero bien alimentado y en buen estado de salud, no debiendo contener calostro (Calostro es una secreción líquida de color amarillento, de aspecto viscoso y amargo, ácido que segrega la vaca aproximadamente 6 o 7 días después del parto).

La palabra o termino leche se utiliza generalmente para el producto de origen vacuno; cuando se quiere referir a la leche de otro origen se nombra el mamífero del cual proviene (leche de cabra, leche de oveja, leche humana, etc.)

Propiedades Y Características De La Leche

Características Organolépticas

Aspecto:

La leche fresca es de color blanco aporcelanada, presenta una cierta coloración crema cuando es muy rica en grasa. La leche descremada o muy pobre en contenido graso presenta un blanco con ligero tinte azulado.

Olor:

Cuando la leche es fresca casi no tiene un olor característico, pero adquiere con mucha facilidad el aroma de los recipientes en los que se la guarda; una pequeña acidificación ya le da un olor especial al igual que ciertos contaminantes.

Sabor:

La leche fresca tiene un sabor ligeramente dulce, dado por su contenido de lactosa. Por contacto, puede adquirir fácilmente el sabor de hierbas.

Propiedades Físicas De La Leche.

Densidad:

La densidad de la leche puede fluctuar entre 1.028 a 1.034 g/cm³ a una temperatura de 15°C; su variación con la temperatura es 0.0002 g/cm³ por cada grado de temperatura.

La densidad de la leche varía entre los valores dados según sea la composición de la leche, pues depende de la combinación de densidades de sus componentes, que son los siguientes:

Agua:	1.000 g/cm ³
Grasa* :	0.931 g/cm ³ .
Proteínas* :	1.346 g/cm ³ .
Lactosa* :	1.666 g/cm ³ .
Minerales* :	5.500 g/cm ³ .

La densidad mencionada (entre 1.028 y 1.034 g/cm³) es para una leche entera, pues la leche descremada esta por encima de esos valores (alrededor de 1.036 g/cm³), mientras que una leche aguada tendrá valores menores de 1.028 g/cm³.

Punto de congelación:

El valor promedio es de -0.54°C (varia entre -0.513 y -0.565°C). Como se precia es menor a la del agua, y es consecuencia de la presencia de las sales minerales y de la lactosa.

Punto de ebullición:

La temperatura de ebullición es de 100.17°C.

Calor específico:

La leche completa tiene un valor de 0.93 - 0.94 cal/g°C, la leche descremada 0.94 a 0.96 cal/g°C.

Propiedades QUÍMICAS - Composición:

La leche es un líquido de composición compleja, se puede aceptar que está formada aproximadamente por un 87.5% de sólidos o materia seca total.

El agua es el soporte de los componentes sólidos de la leche y se encuentra presente en dos estados: como agua libre que es la mayor parte (intersticial) y como agua adsorbida en la superficie de los componentes.

En lo que se refiere a los sólidos o materia seca la composición porcentual mas comúnmente hallada es la siguiente:

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Materia grasa (lípidos): | 3.5% a 4.0% |
| <input type="checkbox"/> | Lactosa: | 4.7% (aprox.) |
| <input type="checkbox"/> | Sust. Nitrogenadas: | 3.5% (proteínas entre ellos) |
| <input type="checkbox"/> | Minerales: | 0.8% |

A pesar de estos porcentajes en la composición de la leche se acepta como los mas comunes, no es fácil precisar con certeza los mismos, pues dependen de una serie de factores, aun para una misma vaca. (No solo varía la composición, sino también la producción).

Esto hace que no todas las leches sean iguales en sus propiedades y la variación en la composición hace que determinadas leches sean útiles para la elaboración de un cierto derivado lácteo, pero a su vez es inapropiada para otros. De la misma manera, se tendrá algunas leches más nutritivas que otras

Tabla 52: Concentraciones minerales y vitamínicas en la leche (mg/100ml)

Minerales	Mg/100 ml	Vitaminas	µg/100 ml ¹
Potasio	138	A	30.00
Calcio	125	D	0.06
Cloro	103	E	88.00
Fósforo	96	K	17.00
Sodio	58	B1	37.00
Azufre	30	B2	180.00
Magnesio	12	B6	46.00
Minerales trazas ²	<0,1	B12	0.42
		C	1.70

Características de las margarinas

Las margarinas son grasas semisólidas con aspecto similar a la mantequilla pero más untuosas. Se obtienen mediante procedimientos industriales a partir de grasas insaturadas de origen vegetal (margarina 100% vegetal) o bien a partir de grasas de origen animal y vegetal mezcladas (margarinas mixtas). En general, constituyen una fuente excelente de vitaminas A, D y E.

La margarina, una grasa que se obtiene a partir de aceites vegetales, se ha convertido en los últimos años en el sustituto natural de la mantequilla. Un cuerpo más blando, que facilita su aplicación, y la mayor proporción de ácidos grasos insaturados, son los argumentos que juegan a favor de su mayor consumo.

Características de la sal.

La sal se denomina científicamente como cloruro sódico. Su fórmula científica es NaCl. Es un compuesto formado por varios minerales. Es incolora o blanca cuando se presenta en forma pura y presenta color cuando aparece acompañada de otras impurezas. Esta formada por pequeños cubos. Constituye uno de los elementos más abundantes en la Tierra.

Características del plátano.

SU MEJOR ÉPOCA Se puede encontrar esta deliciosa y nutritiva fruta en el mercado durante todo el año.

CARACTERÍSTICAS

Forma: tienen forma oblonga, alargada y algo curvada

Tamaño y peso: el peso del plátano macho es de los más grandes, llegando a pesar unos 200 gramos o más cada unidad. El bananito es mucho más pequeño que el resto de plátanos y su peso oscila en torno a los 100-120 gramos.

Color: en función de la variedad, la piel puede ser de color amarillo verdoso, amarillo, amarillo-rojizo o rojo. El plátano macho tiene una piel gruesa y verdosa y su pulpa es blanca. En el bananito, la pulpa es de color marfil y la piel, fina y amarilla.

Sabor: el plátano y el bananito destacan porque su sabor es dulce, intenso y perfumado. En el plátano macho, la pulpa tiene una consistencia harinosa y su sabor, a diferencia del resto de plátanos de consumo en crudo, no es dulce ya que apenas contiene hidratos de carbono sencillos. Los plátanos se pueden recolectar todo el año y son más o menos abundantes según la estación. Se cortan cuando han alcanzado su completo desarrollo y cuando empiezan a amarillear. Con frecuencia, y especialmente en invierno, se anticipa la recolección y se dejan madurar los frutos suspendiéndolos en un local cerrado, seco y cálido, conservado en la oscuridad. El envasado se realiza en cajas de cartón con un peso aproximado de 12 kilogramos o de 15 kilogramos. El transporte de la fruta se realiza en vehículos refrigerados con una temperatura aproximada de 14°C.

CÓMO ELEGIRLO Y CONSERVARLO

Siempre han de estar intactos, sin golpes ni magulladuras. En el plátano de consumo crudo y el bananito, el color de la piel es indicativo del grado de madurez del fruto. Se han de descartar los ejemplares que están excesivamente blandos. La presencia de manchas y puntos negros o marrones en la piel no afecta a la calidad de la pieza. Esta fruta no requiere unas condiciones especiales de conservación, basta mantenerlos en un lugar fresco, seco y protegido de la luz directa del sol. Si se conservan en el frigorífico, la cáscara del plátano se ennegrece por lo que se altera su aspecto externo, pero esto no afecta en absoluto a su calidad nutritiva. El oscurecimiento de la piel puede evitarse si se envuelven en papel de periódico. Los plátanos también se pueden congelar, de forma que se conservan durante unos 2 meses. Los bananitos, además, se conservan mejor en racimo y no sueltos, y se han de consumir lo antes posible una vez han alcanzado su madurez.

La yuca.

La **yuca** o **mandioca** (*Manihot esculenta* o *Manihot utilissima*) es un arbusto perenne de la familia de las euforbiáceas, extensamente cultivada en Sudamérica y el Pacífico por su raíz almidonosa de alto valor alimentario. La yuca es endémica de la región subtropical de Brasil y Paraguay, aunque se estima que las variedades hoy conocidas son efecto de la selección artificial.

Descripción

La yuca es un arbusto perenne, que alcanza los dos metros de altura. Está adaptada a condiciones subtropicales, por lo que no resiste las heladas. Requiere altos niveles de humedad —aunque no anegamiento— y de sol para crecer.

Se reproduce mejor de esquejes que por semilla en las variedades actualmente cultivadas. El crecimiento es lento en los primeros meses, por lo que el control de hierbas es esencial para un correcto desarrollo. En su uso normal, la planta entera se desarraiga al año de edad para extraer las raíces comestibles; si alcanza mayor edad, la raíz se endurece hasta la incomestibilidad. De las plantas desarraigadas se extraen los recortes para la replantación.

La raíz de la yuca es cilíndrica y oblonga, y alcanza el metro de largo y los 10 cm. de diámetro. La cáscara es dura y leñosa, e incomestible. La pulpa es firme e incluso dura antes de la cocción, surcada

por fibras longitudinales más rígidas; muy ricas en hidratos de carbono y azúcares, se oxida rápidamente una vez desprovista de la corteza. Según la variedad, puede ser blanca o amarillenta.

4. FUENTES DE LAS MATERIAS PRIMAS.

Como ya se mencionó antes, se tratará de utilizar la materia prima del departamento de La Paz y en caso de ser necesario se buscará a nivel nacional.

4.1 Materias primas en El Salvador.

Harina de maíz.

Esta materia prima será utilizada para la producción de pupusas. Para ello se consideraran como posible abastecedor, la empresa productora de ésta DEMASAL S.A. DE C.V., marca MASECA, la fue visitada y está en la capacidad de abastecer los requerimientos necesarios.³⁹

Quesillo.

Actualmente no se cuenta con registros formales de producción de esta materia prima, ya que en el país ésta, en su mayoría, se produce de manera artesanal⁴⁰. Es importante mencionar que durante la investigación de campo realizada fueron visitadas las instituciones de mayor relación con este sector, pero no fue posible obtener datos reales de la producción de quesillo en nuestro país y su posible localización.

Ante dicha situación, se buscó otra alternativa para conocer la disponibilidad de esta materia prima, se aplicó la técnica de bola de nieve, la cual consiste en localizar al principal productor y éste remite a otros que el conoce y así sucesivamente. La principal productora del departamento en cuestión es la “Quesería puebla”, localizando de esta manera 10 productores de quesillo. A continuación se presenta la tabla de producción de quesillo:

Tabla 53: Producción de quesillo en el departamento de La Paz para el año 2005.

Productor	Producción (Kg./Año)
1	124,172.19
2	82,781.46
3	81,125.83
4	81,125.83
5	81,125.83
6	66,225.17
7	59,602.65
8	59,602.65
9	33,112.58

³⁹ Según entrevista al encargado de ventas, Lic. Juan Henríquez.

⁴⁰ Fuente: D.G.S.V.A, ASILECHE Y PROLECHE.

10	33,112.58
total	701,986.77

Es importante mencionar que estas son cifras estimadas.

Elote.

El elote es considerado como una verdura, según la División General de Estadísticas Agropecuarias del MAG, su producción no cuenta, hasta hace un par de años atrás, con datos estadísticos formales y su mayor concentración se ubica en Zapotitán, en el departamento de La Libertad.

VOLUMEN DE PRODUCCION.

De esta materia prima solo se cuenta con datos de los últimos dos años por departamento, debido a que no había existido un ente que se trabajara en ello, a continuación se presenta la producción de esta hortaliza:

Tabla 54: Producción de elote en el departamento de La Paz.

Año	SUPERFICIE SEMBRADA (Mz)	PRODUCCION			
		Rendimiento (qq/mz)	Producción (qq)	Producción (Kgs.)	
1	2004	25.12	135	3,391.20	153,824.83
2	2005	77.62	135	10,478.70	475,313.83

Fuente: Datos preliminares, Unidad de hortalizas, D.G.E.A - M.A.G

Plátano.

Esta materia prima, está clasificada, según la División General de Estadísticas Agropecuarias del MAG, como una fruta, la cual es una de mayor consumo en nuestro país.

De esta fruta no se cuenta con datos por departamento por lo cual se considerará a nivel nacional.

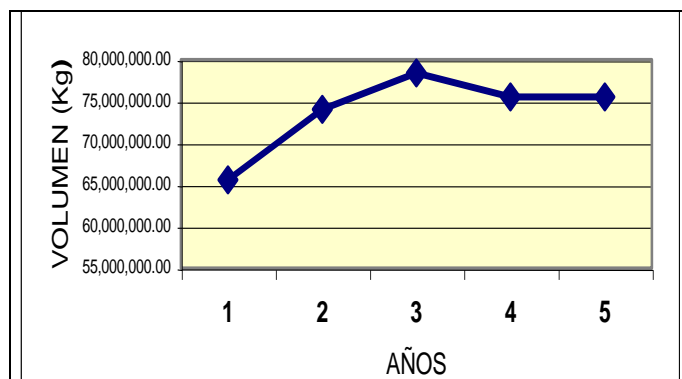
VOLUMEN DE PRODUCCION.

Tabla 55: Producción de plátano en El Salvador.

Año	SUPERFICIE SEMBRADA (Mz)	PRODUCCION		
		Quintales	Kgs.	
1	2000	3,000	1,446,000	65,589,463.30
2	2001	3,400	1,632,000	74,026,282.23
3	2002	3,600	1,728,000	78,380,769.42
4	2003	3,470	1,665,600	75,550,352.75
5	2004	3,470	1,665,000	75,550,352.75

Fuente: Encuestas Agropecuarias, D.G.E.A - M.A.G

Grafico 2 : Producción de plátano



Leche.

Esta materia prima, está clasificada, según la División General de Estadísticas Agropecuarias del MAG, dentro de los productos agropecuarios como lácteo fluido

VOLUMEN DE PRODUCCION.

Esta materia prima no cuenta con datos de producción por departamento, por lo cual se presenta de manera general para todo el país.

A continuación se presenta la producción de leche fluida a nivel nacional para cinco años.

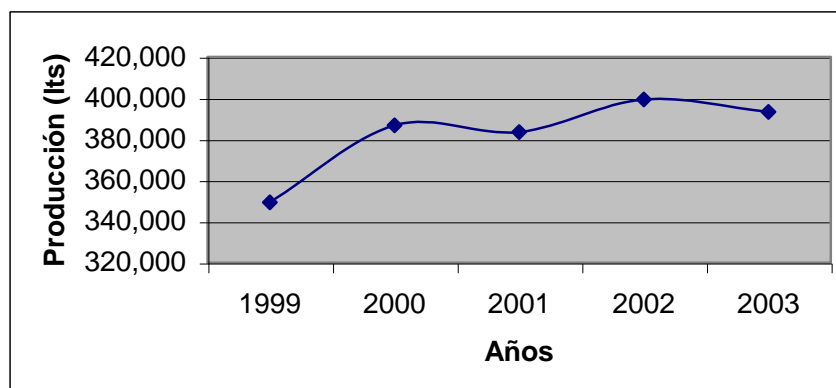
Tabla 56: Producción de leche en El Salvador.

Año		PRODUCCION (Miles de litros)
1	1999	349,390
2	2000	386,760
3	2001	383,467
4	2002	399,280
5	2003	393,230

Fuente: Informe de cuarentena agropecuaria de la D.G.S.V.A - M.A.G

Gráficamente puede verse la tendencia de dicha producción.

Grafico 3: producción de leche



Arroz.

Esta materia prima, está clasificada, según la División General de Estadísticas Agropecuarias del MAG, como grano básico.

VOLUMEN DE PRODUCCION.

A continuación se presenta la producción de arroz en el departamento de La Paz para los últimos 3 años.

Tabla 57: Producción de arroz en el departamento de La Paz.

Año		SUPERFICIE SEMBRADA (Mz)	PRODUCCION	
			Quintales (arroz oro)	Kgs.
1	2003	450	22,995.0	1,043,053.20
2	2004	166	8,549.0	387,782.64
3	2005	153	7818.3	354,638.09

Fuente: Encuestas Agropecuarias, D.G.E.A - M.A.G

Yuca.

La yuca está clasificada dentro del grupo de las hortalizas, según la División General de Estadísticas Agropecuarias del MAG.

A continuación se presenta la producción de yuca en el departamento de La Paz para los años de 2004 y 2005.

Tabla 58: Producción de yuca en el departamento de La Paz.

AÑO		SUPERFICIE SEMBRADA (Mz)	PRODUCCION		
			Rendimiento (qq/mz)	Producción (qq)	Producción (Kgs.)
1	2004	1,109	187.07	207,460.63	9,410,414.18
2	2005	723	187.07	135,251.61	6,135,013.03

Fuente: Datos preliminares, Unidad de hortalizas, D.G.E.A - M.A.G

4.2 Precios de las Materias Primas.

A continuación se presentan el precio para el año 2004 de cada materia prima a utilizar

Tabla 59: Precios a nivel mayorista de las materias primas a utilizar.(Promedio anual 2004)

MATERIA PRIMA	UNIDAD		PRECIO (\$US)	
	DE COMPRA	PARA EL ESTUDIO	UND. DE COMPRA	UND. DE ESTUDIO
Harina de maiz	Bolsa de 50 Lbs.	1 Kg.	12.35	0.54
Quesillo	1 Lb.	1 Kg.	0.91	2.00

Elotes	1 Red	1 Kg.	23.05	0.17
Plátano	1 Ciento	1 Kg.	10.17	0.30
Leche	1 Lt.	1 Lt.	0.80	0.80
Arroz	1 Quintal	1 Kg.	27.00	0.59
Yuca	1 Red	1 Kg.	21.13	0.21

5. RESULTADOS DEL MERCADO ABASTECEDOR.

- √ Por el número de productos, y por ende el considerable número de materias primas e insumos, solo se han investigado con mayor precisión, las materias primas, además, los insumos se presume que no poseen ninguna restricción comercial para ser adquiridos.
- √ En el caso del harina de maíz, aunque no se poseen datos estadísticos de producción en años anteriores, pero se comprobó, a través de cotizaciones vía teléfono y entrevista personal, que existe suficiente oferta de este producto. De tal manera que se asumirá la disponibilidad de esta materia prima para la demanda requerida.
- √ Aunque para el elote se cuenta con pocos datos estadísticos de producción, los años más recientes muestran que las áreas sembradas de elote han incrementado considerablemente y con la apertura de nuevos mercados para la comida típica salvadoreña en los Estados Unidos, se prevé que el número de manzanas destinadas para este cultivo se incrementará considerablemente⁴¹ en los próximos años

6. PROYECCIONES

QUESILLO

En este caso, ya que solo se cuenta con datos de producción para un año, la proyección se realizará a partir de un Enfoque Simplista⁴², el cual asume que la producción del siguiente periodo es justamente igual a la producción en el periodo mas reciente. A continuación se presentan los criterios para optar por esta técnica de pronóstico:

- √ Principalmente, solo se posee un registro de producción, por lo cual no podría utilizarse un método como promedios móviles, suavización exponencial, de regresión o causales, en los cuales se debe tener suficientes datos históricos para su aplicación.
- √ Aunque esta técnica de pronóstico es sencilla, pero proporciona un punto de partida cuantitativo que será útil para el análisis de dicha materia prima.
- √ Su aplicación es de bajo costo.

⁴¹ Fuente: Ing. Mazariago, Unidad socioeconómica CENTA.

⁴² Ver anexo 13

De esta manera:

Tabla 60: Proyección de la producción de quesillo en el departamento de La Paz.

Año	Producción (Kg)
2007	701,986.77
2008	701,986.77
2009	701,986.77
2010	701,986.77
2011	701,986.77

ELOTE.

En este caso, se poseen las siguientes características que influirán en la selección del pronóstico a utilizar:

- Se posee escasez de datos, únicamente dos registros de producción.
- Se estima que la tendencia futura de la producción de elote es creciente⁴³.
- El período a proyectar es de 5 años.

Bajo estas características y considerando la tabla del anexo 13, se ha realizado una combinación de técnicas de pronóstico a manera de que la proyección de esta materia prima sea confiable.

Inicialmente, se pronostica el año 2006 utilizando una suavización exponencial con el fin de poseer al menos 3 datos para verificar la tendencia de éstos y considerando que se tiene, a manera de juicio por conocedores del tema, un posible crecimiento de la producción de elote. Posteriormente se hace uso del programa Excell para encontrar la curva que mejor describa dicha tendencia y luego se realizan los cálculos necesarios para la proyección. (Ver anexo 14).

Tabla 61: Proyección de elote en el Depto. De La Paz

Año	Producción (Kgs.)
2007	582,274.74
2008	645,860.16
2009	697,813.24
2010	741,738.93
2011	779,789.11

⁴³ Fuente: Ing. Mazariego, Unidad Socioeconómica – CENTA; Ing. Pedro González, Unidad de Hortalizas, D.G.E.A. - MAG

PLATANO.

En este caso, se poseen las siguientes características que influirán en la selección del pronóstico a utilizar:

- Se poseen varios registros anteriores de producción de plátano.
- Existe cierta tendencia del comportamiento de los datos.
- El período a proyectar es de 5 años.

Bajo estas características y considerando la tabla del anexo 13, se ha utilizado la técnica de proyección de tendencias, a sabiendas que ya existía alguna tendencia. Con ayuda del programa Excell, se encontró la curva que mejor se adaptaba a esta tendencia, dicho programa proporcionó la ecuación que describe esta curva: $y = 6,000,000 \ln(x) + 70,000,000$, la cual es logarítmica. Luego se realizan los cálculos necesarios para la proyección. (Ver anexo 14).

Tabla 62: Proyección de la producción de plátano.

Año	Producción (Kg)
2007	82,476,649.25
2008	83,183,347.46
2009	83,815,510.56
2010	84,387,371.64
2011	84,909,439.90

LECHE.

Para esta materia prima, se poseen las mismas características que para el plátano, por lo cual se ha utilizado la misma técnica. En el anexo 14 se presentan los cálculos que se realizaron para proyectar la producción de leche.

La ecuación encontrada es una polinómica de orden 3: $y = 1,566.7X^3 - 18,938X^2 + 76,022X + 292,178$.

Tabla 63: Proyección de la producción de leche.

Año	Producción (Lt.)
2007	584,522.30
2008	725,298.00
2009	922,199.70
2010	1,184,627.60
2011	1,521,981.90

ARROZ.

En este caso, se poseen las siguientes características que influirán en la selección del pronóstico a utilizar:

- Se poseen pocos registros anteriores de producción de arroz en el departamento de La Paz.
- El período a proyectar es de 5 años.
- La producción de arroz a nivel nacional puede estar relacionada con la producción a nivel del departamento en estudio (ver anexo 14).

Bajo estas características y considerando la tabla del anexo 13, se ha utilizado un método de pronóstico causal, al verificar que la tendencia de los últimos años de producción de arroz a nivel del departamento de La Paz tiene un comportamiento similar que a la producción de arroz a nivel nacional.

Considerando este aspecto, se obtuvo la ecuación de la curva de aproximación de la producción de arroz en El Salvador y con ella se proyecta para 5 años.

Con ayuda del programa Excell, se encontró la curva que mejor se adapta a la relación entre las variables antes mencionadas, dicho programa proporcionó la ecuación que describe esta curva: $y = 41295e2E-07x$. Es importante mencionar que se tuvo en cuenta la tendencia de los datos nacionales, ya que es un poco arriesgado solo tomar 3 puntos para verificar tendencias sin considerar algún otro criterio.

Luego se realizan los cálculos necesarios para la proyección a nivel de La Paz, variable dependiente, y tomando como variable independiente las proyecciones de arroz en El Salvador. (Ver anexo 14).

A continuación se presentan dichas proyecciones.

Tabla 64: Proyección de la producción de arroz en el departamento de La Paz.

AÑO	PROYECCIONES (Kg)
2007	528,887.28
2008	418,008.98
2009	337,625.51
2010	278,126.43
2011	233,247.57

YUCA.

Para esta materia prima, se poseen las siguientes características que influirán en la selección del pronóstico a utilizar:

- Se poseen pocos registros anteriores de producción de yuca.
- El período a proyectar es de 5 años.

Al verificar la tabla del anexo 13, se ve que es difícil seleccionar cualquiera de los métodos de pronóstico presentados por las características que se poseen para esta materia prima. Al considerar que se poseen pocos datos y que al pronosticar pueden darse mayor énfasis a los datos más antiguos,

porque solo son dos, se utilizará promedios móviles ponderados de 2 períodos. Ver anexo 14 para el desarrollo del pronóstico.

A continuación las proyecciones.

Tabla 65: Proyección de la producción de yuca en el departamento de La Paz.

Año	PROYECCIONES (Kg)
2007	6,862,879.95
2008	7,833,369.18
2009	7,186,376.36
2010	7,617,704.91
2011	7,330,152.54

7. COMPARACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA APARENTE.

En este apartado se llevara a cabo una comparación entre la oferta de materia prima con la demanda aparente de esta misma, con el fin de comprobar la disponibilidad de ésta para cubrir los requerimientos necesarios que ya han sido proyectados.

QUESILLO.

Tabla 66: Disponibilidad de queso.

Año	Requerimientos de queso (Kg)	Oferta de queso (Kg)	% de queso utilizado
2007	654,620.32	701,986.77	93.25
2008	716,425.16	701,986.77	-2.05
2009	779,053.48	701,986.77	-10.98
2010	842,546.36	701,986.77	-20.02
2011	906,947.08	701,986.77	-29.20

ELOTE.

Tabla 67: Disponibilidad de elote.

Año	Requerimientos de elote (Kg)	Oferta de elote en el depto. De La Paz (Kg)	% de elote utilizado
2007	149,022	582,274.74	25.59
2008	160,749	645,860.16	24.89
2009	172,726	697,813.24	24.75

2010	184,964	741,738.93	24.94
2011	197,478	779,789.11	25.32

PLATANO.

Tabla 68: Disponibilidad de plátano.

Año	Requerimientos de plátano (Kg)	Oferta de plátano en El Salvador (Kg)	% de plátano utilizado
2007	3,696.00	82,476,649.25	0.00448
2008	3,880.87	83,183,347.46	0.00467
2009	4,074.91	83,815,510.56	0.00486
2010	4,278.68	84,387,371.64	0.00507
2011	4,492.60	84,909,439.90	0.00529

LECHE.

Tabla 69: Disponibilidad de Leche.

Año	Requerimientos de leche (Lt.)	Oferta de leche en El Salvador (Kg)	% de leche utilizada
2007	3,696.00	584,522.30	0.63
2008	3,880.87	725,298.00	0.54
2009	4,074.91	922,199.70	0.44
2010	4,278.68	1,184,627.60	0.36
2011	4,492.60	1,521,981.90	0.30

ARROZ.

Tabla 70: Disponibilidad de arroz.

Año	Requerimientos de arroz(Kg)	Oferta de arroz en el depto. De La Paz (Kg)	% de arroz utilizado
2007	1,056.00	528,887.28	0.20
2008	1,108.82	418,008.98	0.27
2009	1,164.26	337,625.51	0.34
2010	1,222.48	278,126.43	0.44
2011	1,283.60	233,247.57	0.55

YUCA.

Tabla 71: Disponibilidad de yuca.

Año	Requerimientos de yuca (Kg)	Oferta de yuca en el depto de La Paz (Kg)	% de yuca utilizada
2007	13,728.00	6,862,879.95	0.20
2008	14,414.40	7,833,369.18	0.18
2009	14,414.40	7,186,376.36	0.20
2010	15,891.98	7,617,704.91	0.21
2011	16,686.54	7,330,152.54	0.23

HARINA DE MAIZ.

En el caso del harina de maíz, no se tuvieron datos estadísticos que permitieran proyectar dicho producto, únicamente, se realizaron llamadas telefónicas para verificar la disponibilidad actual, con lo cual se comprobó que la empresa DEMASAL S.A. DE C.V., lograría cubrir los requerimientos de harina de maíz proyectados.

En conclusión:

- √ En el caso del quesillo, solo el primer año de proyección se podrá adquirir la materia prima en el departamento de la Paz, por lo que se propone comprar en los próximos años en la zona de Sonsonate que ofrece mayor oferta de productos lácteos en todo en el país.
- √ Para el elote, la yuca y el arroz; se posee suficiente materia prima disponible, en el departamento de La Paz, para el proyecto.
- √ El plátano y la leche, a pesar que no se tienen datos para la zona, se pudo verificar que el porcentaje requerido para el proyecto es mínimo, por lo que la disponibilidad existe.

8. PROPUESTAS Y ESTRATEGIAS

- √ Para materia prima: quesillo tienen, se propone realizar contratos de compra con productores directos en la zona de Sonsonete con el objetivo de lograr precios mejores que los precios especificados para mayoristas en la zona de San Salvador. Además, identificar a los productores existentes en la zona que constituye la Micro región, con el fin de utilizar los recursos de ésta.

-
-
- √ Por el tipo de materia prima a utilizar se recomienda que la empresa adquiriera un camión de cinco toneladas para transportar ésta en el caso que la política de compra defina adquirir los productos en el lugar de producción o cosecha.
 - √ El lugar que servirá como almacenamiento de la materia prima debe ser seco, cerrado pero con liberación de humedad y colocado sobre tarimas de madera sobre todo el harina de maíz. La leche y el queso deben ser almacenados en cámaras refrigerantes para evitar la contaminación.
 - √ La compra de materia prima, como en el caso de productos agrícolas: elote, yuca y plátano, y el harina de maíz, se recomienda realizarlas semanalmente. La leche y el queso, cada 3 días y los insumos necesarios, mensualmente.
 - √ Se propone que la política de inventario para la materia prima sea de cinco días, para prevenir cualquier retraso. En el caso de la leche y el queso, de dos días.

E. MERCADO COMPETIDOR

1. ANTECEDENTES.

Los antojos típicos han subsistido de generación en generación, tal es el caso de las pupusas, los tamales, etc., en el pasado se podía visitar una pupusería y comprar el producto o cualquier antojo típico que se deseara, en la actualidad, existen empresas que han logrado visualizar un mercado que no se había explorado con respecto a los antojos típicos, como es el generarle un valor agregado al producto y comercializarlo de otra forma, de manera que este pueda ser empacado y distribuido en supermercados de prestigio e incluso de esta manera ya que se conserva por mas tiempo de lo normal, poder exportarlo hacia los Estados Unidos donde residen mas de 2 millones de salvadoreños que añoran y consumen estos productos incluso si los precios son elevados, solo por el hecho que en el empaque especifique que fue hecho en El Salvador.

Para el próximo año las empresas van a tener que especializarse aun mas ya que el TLC (Tratado de Libre Comercio) entre El Salvador y Estados Unidos entrara en vigencia en este año y con esto se prevé que la inversión extranjera aumentara y por ende la competencia será aun mas reñida, seguramente surgirán nuevas empresas, con lo que el mercado se saturara de oferta aprovechando las ventajas que el TLC traiga consigo para las empresas salvadoreñas.

Actualmente son pocas las empresas que realizan este tipo de producción de los antojos típicos, las cuales también exportan hacia los Estados Unidos.

2. INVESTIGACION DE CAMPO.

La logística utilizada para realizar el estudio de mercado competidor de los antojos típicos salvadoreños, se fundamenta principalmente en las visitas realizadas a diferentes instituciones que tiene que ver con la producción y distribución de estos productos.

Para llevar a cabo la investigación se realizaron llamadas telefónicas a las empresas que producen antojos típicos de manera industrial, para de esta manera concertar una cita y recopilar la información necesaria.

2.1 Metodología aplicada

Para recopilar la información acerca del mercado competidor se pretendía utilizar las fuentes de información primaria, ya que en primera instancia se visitaría a las empresas competidoras, de hecho se visitaron, pero el acceso a las plantas de producción o a cualquier información con respecto a los productos que elaboran fue totalmente negada, así que se optó por recopilar la información de otros medios, tal es el caso de los supermercados, a los cuales se visitaron y se obtuvo la demanda de los productos, así como también precios y especificaciones de los productos.

3. ANALISIS DEL MERCADO COMPETIDOR.

3.1 Competencia directa.

La constituyen un grupo de empresas que se encargan de producir y comercializar los antojos típicos salvadoreños de manera industrial, se encuentran ubicados a nivel nacional.

Algunas de estas empresas comercializan sus productos únicamente en el mercado salvadoreño, en cambio existen otras que lo comercializan también en el mercado internacional⁴⁴, específicamente en los Estados Unidos y cuyo mercado son los salvadoreños que radican en el país del norte.

Cabe mencionar que en el estudio “PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRESA, PARA LA INTEGRACION DE LOS PRODUCTORES DE ANTOJOS TIPICOS SALVADOREÑOS DE LA MICRO REGION LOS NONUALCOS, COMO COOPERACION PARA EL DESARROLLO ECONOMICO SOCIAL”, se trabaja con cinco productos de los cuales son dos los que se producen de manera industrial y los tres restante de manera artesanal, por tanto no han incursionado en el mercado de los productos alimenticios empacados.

En la siguiente tabla se presentan las empresas que producen antojos típicos y que son consideradas competencia directa:

Tabla 72: Empresas, Productos que elaboran, mercados a los que distribuyen sus productos.

NOMBRE DE LA EMPRESA	PRODUCTOS QUE ELABORAN	MERCADOS
GARMOL, S.A. DE C.V.	Pupusas y tamales	Internacional
CRIO INVERSIONES S.A. DE C.V.	Pupusas y tamales	Nacional e internacional
EXPORTADORA RIO GRANDE S.A. DE C.V.	Pupusas y tamales	Internacional
DEL TROPIC FOOD, S.A. DE C.V.	Pupusas y tamales	Internacional

⁴⁴ FUENTE: CENTREX

INDUSTRIAS RACOR, S.A. DE C.V.	Pupusas y tamales	Internacional
PROMOTORA CINCO, S.A. DE C.V.	Pupusas y tamales	Internacional
TROPIX	Pupusas	Nacional
ALIMENTOS CUSCATLAN, S.A. DE C.V.	Pupusas y tamales	Internacional
MASEY FOODS, S.A. DE C.V.	Pupusas y tamales	Internacional

Además existen varias personas naturales que no producen los antojos típicos de manera industrial pero que los exportan hacia Estados Unidos, pero en pequeñas cantidades.

3.2 Competencia indirecta.

La constituyen todas las pupuserías, cafeterías, restaurantes, cafetines, etc., donde se puede adquirir este tipo de productos calientes, los cuales no están orientados hacia el mismo mercado pero comercializan los mismos productos. Existe un número enorme de este tipo de establecimientos en el país, según información que se obtuvo por medio de CNR (Centro Nacional de Registros), son alrededor de 372 restaurantes y cafeterías en todo el país, pero es importante mencionar que existen muchos más establecimientos que no se encuentran legalmente registrados.

Para el caso de los Estados Unidos, existen restaurantes de comida salvadoreña donde se comercializan estos productos, similar a la manera que lo hace en el país⁴⁵, por este hecho también se considera como competencia indirecta.

3.3 Precios De Los Productos En El Mercado.

Precios de la competencia directa.

A continuación se presentan los precios de los antojos típicos salvadoreños que se distribuye en los supermercados nacionales:

Tabla 73: Supermercado, marca, especialidad, precio, unidades y rotación del producto.

SUPERMERCADO	MARCA	ESPECIALIDAD	PRECIO (\$)	UNIDADES	ROTACIÓN
Súper Selectos ⁴⁶	Doña Lita	Pupusas de queso y frijol	2.30	6	60 cajas/ mes
		Pupusas de queso	2.30	6	60 cajas/ mes
		Pupusas revueltas	2.30	6	40 cajas/ mes

⁴⁵ FUENTE: Familiares en los Estados Unidos.

⁴⁶ FUENTE: Dennis Valencia (Sub Gerente Junior), Selectos Metro centro.

		Pupusas de queso con loroco	2.45	6	60 cajas/ mes	
		Tamales de elote	2.40	6	32 cajas/ mes	
		Tropix	Pupusas de queso y frijol	2.50	6	80 cajas/ mes
		Pupusas de queso	2.50	6	60 cajas/ mes	
		Pupusas de queso	3.99	24	50 cajas/ mes	
La Despensa de Don Juan ⁴⁷	Doña Lita	Pupusas		6	100 cajas/ mes	
		Tamales de elote		6	25 cajas/ mes	
Hiper Paiz ⁴⁸	Doña Lita	Pupusas de queso y frijol		6	70 cajas/ mes	
		Pupusas de queso		6	70 cajas/ mes	
		Pupusas revueltas		6	60 cajas/ mes	
		Pupusas de queso con loroco		6	70 cajas/ mes	

La información mostrada en el cuadro es con relación a una sala de venta de cada uno de los supermercados, a continuación se presenta un promedio de todas las salas de los supermercados en mención, según la información que proporcionaron los gerentes de cada sala:

Tabla 74: Productos vendidos por cada uno de los supermercados.

SUPERMERCADO	MARCA	PRODUCTO	UNIDADES	PROMEDIO DE VENTAS
Super Selectos	Doña Lita	Pupusas de queso y frijol	6	1000 cajas / mes
		Pupusas de queso	6	965 cajas / mes
		Pupusas revueltas	6	850 cajas / mes
		Pupusas de queso con loroco	6	950 cajas / mes
		Tamales de elote	6	576 cajas / mes
	Tropix	Pupusas de queso y frijol	6	1000 cajas / mes

⁴⁷ FUENTE: Gerente General, Despensa de Don Juan Ayutuxtepeque.

⁴⁸ FUENTE: Gerente de Hiper Paiz Soyapango.

		Pupusas de queso	6	900 cajas / mes
		Pupusas de queso	24	875 cajas / mes
La Despensa de Don Juan	Doña Lita	Pupusas	6	1050 cajas / mes
		Tamales de elote	6	300 cajas / mes
Hiper Paiz	Doña Lita	Pupusas de queso y frijol	6	84 cajas / mes
		Pupusas de queso	6	85 cajas / mes
		Pupusas revueltas	6	70 cajas / mes
		Pupusas de queso con loroco	6	80 cajas / mes

3.4 Demanda cubierta por la competencia

Con la información mostrada en las tablas 73 y 74 se puede determinar la cantidad de productos que son distribuidos en la actualidad por medio de los supermercados y el porcentaje de la demanda que cubre la competencia:

Tabla 75: Demanda cubierta por la competencia

PRODUCTO	DEMANDA POTENCIAL (UNIDADES/AÑO)	PRODUCTOS VENDIDOS EN SUPERMERCADOS (UNIDADES/MES)	PRODUCTOS VENDIDOS EN SUPERMERCADOS (UNIDADES/AÑO)	% DE DEMANDA CUBIERTA
Pupusas	111,877,056	63,204	758,448	0.6
Tamales	67,460,472	5,256	63,072	0.09
Empanadas	50,098,164	-----	-----	-----
Nuegados	31,897,068	-----	-----	-----
Riguas	42,990,624	-----	-----	-----

En el caso de las marcas que se comercializan en los Estados Unidos están: Doña Lita, Doña Mila, Río Grande, Del Tropic Food⁴⁹ y los precios oscilan entre los 5 y 7 dólares por presentaciones de 6 unidades con respecto a las pupusas; los tamales oscilan entre los 6 a 10 dólares en presentaciones de 4 a 6 unidades. En relación a los demás productos incluidos en el estudio, como las riguas, nuegados y empanadas, no son comercializados de esta manera en los Estados Unidos, por tanto no se posee un precio.

Precios de la competencia indirecta.

Con respecto a la competencia indirecta los precios son muy variados, ya que depende del tamaño y de la especialidad.

A continuación se presentan los rangos de precios por cada uno de los antojos típicos:

⁴⁹ FUENTE: Familiares en los Estados Unidos.

Tabla 76 : producto y precio de la competencia indirecta.

PRODUCTO	PRECIO (\$/UNIDAD)	
	Mercado nacional	Mercado internacional
Pupusas	0.12 – 0.60	1.00 – 2.50
Tamales de elote	0.30 – 1.00	1.50 – 3.00
Riguas	0.25 – 0.60	-----
Empanadas	0.12 – 0.40	-----
Nuegados	0.12 – 0.25	-----

3.5 Perfil de los competidores

PRODUCTO:

- **Empaque**

El tipo de empaque que se utiliza para los antojos típicos, específicamente las pupusas y los tamales, son cajas de cartón, donde se especifican las características de que constan los productos que contienen, como son: marca, unidad, peso neto, fecha de vencimiento, especialidad, etc., de la misma manera es para los Estados Unidos, pero existen empresas que distribuyen sus productos en el extranjero en bolsas plásticas.

COMERCIALIZACION:

La comercialización que se realiza de estos productos es colocarlos en los depósitos refrigerados de los supermercados, ya que este tipo de productos necesitan estar refrigerados todo el tiempo para que cumplan con la fecha de vencimiento, en estos depósitos los consumidores los conocen y los adquieren. De igual manera se realiza en los Estados Unidos, se contacta con las personas encargadas de supermercados y los antojos típicos se distribuyen por medio de estos. Por lo tanto el canal que comúnmente se utiliza para la comercialización de los antojos típicos salvadoreños se describe a continuación:

- *Canal productor – consumidor.*

Este tipo de canal es utilizado por toda la competencia indirecta, es decir, todas las pupuserías, cafeterías, restaurantes, etc., donde no existen intermediarios para que el consumidor obtenga el producto, únicamente se da el contacto directo entre los productores y el consumidor final.

- *Canal productor – distribuidor – consumidor.*

Este tipo de canal es utilizado por todos los productores de antojos típicos salvadoreños cuyo producto es empacado en cajas de cartón; ya que el productor negocia sus productos con el encargado del supermercado y este a su vez deja ver sus condiciones, una vez llegan a un acuerdo los productos son exhibidos en los supermercados donde los consumidores llegan y compran los antojos típicos.

4. RESULTADOS DEL MERCADO COMPETIDOR.

El análisis del mercado competidor se ha basado en dos aspectos esenciales:

La competencia directa y la competencia indirecta.

En el primer caso la constituyen empresas que elaboran los antojos típicos salvadoreños de manera industrial, a gran escala y que incluso se encargan de exportar estos productos a los Estados Unidos, siendo su mercado meta los salvadoreños que radican en el país del norte; para mencionar algunas de estas empresas: Río Grande, CRIO Inversiones S.A. de CV., Del Tropic Food, entre otras, cabe mencionar que este tipo de empresas no son muchas ya que son relativamente nuevas en el negocio.

En lo que respecta a la competencia indirecta, en este rubro se incluyen todos los establecimientos que elaboran los antojos típicos salvadoreños y los sirven en el mismo lugar, calientes y recién hechos; dentro de los cuales se pueden mencionar las pupuserías, cafeterías, restaurantes, etc., siendo de igual manera en los Estados Unidos ya que existen restaurantes de comida salvadoreña donde se sirven estos manjares.

Además se presentan precios de venta tanto en el país como en el extranjero, los cuales son muy variados unos con los otros, se puede observar el alza de precios en los productos que se consumen en los Estados Unidos; los medios de comercialización que se utilizan para cada tipo de competencia, de las cuales únicamente la competencia directa realiza la comercialización respectiva, ya que las empresas que conforman la competencia indirecta no hacen uso de la comercialización formal.

5. ESTRATEGIAS.

- √ Introducir el producto en el mercado, presentando un precio bajo, con respecto a la competencia pero de buena calidad; de manera que logre arrebatar cierta porción de mercado de las marcas que ya se encuentran posicionadas.
- √ Creación de una marca muy creativa para los productos, de manera que este cause impacto en los consumidores y que estos se identifiquen con el.
- √ El sabor es un factor muy importante que el consumidor busca, es por ello que se pretende conservar en la mayor medida posible, el sabor característico de cada antojo típico a elaborar.

F. DIAGNOSTICO

Los productos típicos nacionales, entre éstos los alimentos, se han convertido en los últimos años una oportunidad para nuevas empresas, tal es el caso de productos clasificados como “Antojos Típicos”

En El Salvador, actualmente se está promoviendo de parte del gobierno, la apertura de nuevas empresas productoras de bienes de este tipo, con objetivo a lograr la exportación principalmente a Estados Unidos.

De acuerdo a las investigaciones realizadas al mercado de estos bienes, se comprobó que existe una demanda potencial tanto a nivel nacional como estadounidense de pupusas, tamales de elote,

empanadas, riguas y nuegados; a pesar que las pupusas de maíz rellenas de queso son la de mayor preferencia por la población.

Es importante mencionar que la mayor parte de estos productos son elaborados en cafeterías, comedores y puestos informales en comparación con los elaborados por empresas de forma congelada y empacada. Pero el 74% de la población salvadoreña y el 89 % de la estadounidense estarían dispuestas a consumir estos productos en forma congelada y empacada, lo que constituye un importante mercado al cual apostarle.

La Micro Región Los Nonualcos posee 108 productores de estos bienes y cuenta con el posible apoyo por instituciones no gubernamentales como la GTZ, además, puede hacer uso del 35% de la capacidad subutilizada que posee actualmente para producir los antojos típicos en estudio, cubriendo de esta manera en porcentajes desiguales para cada producto y para cada mercado, la demanda potencial existente.

En cuanto al abastecimiento de la materia prima e insumos necesarios, el Departamento de la paz está en la capacidad de abastecer al proyecto en su totalidad con harina de maíz, elotes, yuca, y arroz y los insumos requeridos. En cuanto al quesillo, el departamento de la paz abastecerá solamente parte de los requerimientos. Para plátano y leche, aunque no se tienen datos de producción por departamento, el porcentaje requerido por nuestro proyecto es del 0.9%.

En lo concerniente al mercado competidor, se obtuvo muy poco de las empresas que actualmente producen antojos típicos, pero por medio de los datos recabados provenientes de los supermercados y de las salvadoreños que viven en los Estados Unidos de América, se pudo determinar que la demanda potencial esta cubierta en menos del 10% en cada uno de los mercados, lo cual deja un porcentaje alto para que el proyecto entre y tenga posibilidades de tener éxitos, esto es con respecto al mercado directo, en relación al mercado indirecto, no se tiene mucha información, ya que son muchos los establecimientos que se dedican a producir y comercializar dichos productos, pero los productos están enfocados a otro perfil de consumidores.

CAPITULO VI : CONCEPTUALIZACION DEL DISEÑO

A. OBJETIVOS

1. OBJETIVO GENERAL

Determinar una propuesta optima de solución, que permita la implementación de un modelo de empresa, para la integración de productores de Antojos típicos salvadoreños de La Micro región Los Nonualcos.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- √ Evaluar las diferentes alternativas de solución, para determinar la óptima utilizando como herramienta el proceso de diseño.
- √ Establecer las variables de entrada e identificar sus limitaciones, para considerarlas en el resultado que desea obtenerse.
- √ Identificar las variables de salida y limitaciones de éstas, con el fin de considerarlas en el resultado final.
- √ Establecer las variables de solución, para evaluar posteriormente las diferentes alternativas y así seleccionar la óptima.

B. PROCESO DE DISEÑO.

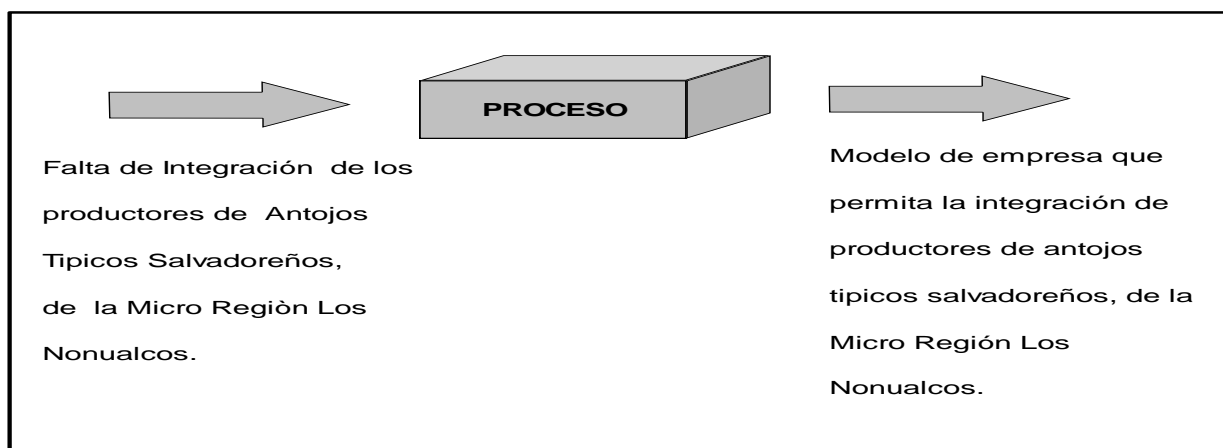
El proceso de diseño será la herramienta a utilizar para analizar y evaluar las alternativas de solución presentadas ante el problema planteado, con el objetivo de encontrar la óptima. Este proceso incluye acciones desde el planteamiento del problema hasta la descripción de dicha alternativa. El proceso permite abordar de manera detallada todos los aspectos posibles que deben considerarse en esta tarea, lo que permitirá alcanzar el objetivo buscado.

El proceso de diseño se desarrollo en varias etapas, a continuación se describen y aplican.

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

En la siguiente figura se esquematiza de manera sencilla el problema, pero de mucho beneficio para su interpretación, detallando de esta manera el Estado A y el Estado B, que contribuye a tener una representación general del problema.

Esquematización del problema



¿Cómo elaborar una propuesta que permita diseñar un Modelo de empresa, para la integración de los productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos?

2. ANÁLISIS DEL PROBLEMA

Para realizar el análisis del problema, se considera importante tomar en cuenta las variables que intervendrán en la solución del problema. Para tal análisis se identifican:

- √ Variables de entrada: Son todos los recursos con los que se cuentan para resolver el problema.
- √ Limitaciones de entrada: es la condición que limita a la variable de entrada.
- √ Variables de salida: Son los beneficios que se obtendrán al darle solución al problema.
- √ Limitaciones de salida: Condición que limita a la variable de salida
- √ Variables de solución: son los grupos posibles de alternativas de solución que se evaluarán para seleccionar la(s) óptima.
- √ Restricciones: son las condiciones generales que se den tomar en cuenta para darle solución al problema

2.1 Variables y Limitaciones de Entrada y salida

Tabla 77: Variables y Limitaciones de Entrada y salida

VARIABLES DE ENTRADA	LIMITACIONES DE ENTRADA
√ Demanda de los antojos típicos salvadoreños	≤ 89% de consumidores salvadoreños en Estados Unidos, tenga la disposición de optar por lo menos de un producto y ≤ 74% de consumidores nacionales opten por lo menos a un producto.
√ Variedad de cada antojo típico salvadoreño	Por el tamaño del estudio solamente se podrá elaborar una variedad de cada producto.
√ Producción antojos típicos salvadoreños en la Micro región los Nonualcos	50% aproximadamente de capacidad sub-utilizada
√ Disponibilidad de Materia Prima e insumos	Desconocimiento parcial del total de materia prima producida en la Micro Región los Nonualcos
√ Usos de la materia prima e insumos	Por ser productos destinados al consumo humano, deben cumplir con normas de inocuidad.
√ Disponibilidad de tecnología necesaria para el procesamiento de los antojos típicos salvadoreños	En algunas operaciones
√ Demandantes del modelo de empresa	Disponibilidad de recursos por medio de financiamiento internacional
√ Disponibilidad de mano de obra calificada	Ninguna

√ Deficiencias en áreas funcionales de la empresa	Mas del 50% de las empresas No manejan documentos o registros de cada area.
VARIABLES DE SALIDA	LIMITACIONES DE SALIDA
√ Beneficio económico	Obtención de utilidades
√ Beneficio social para la micro región Los Nonualcos	Generación de fuentes de trabajo en la micro región Los Nonualcos
√ Productos alimenticios de calidad	Consideración de Normas Fitosanitarias o de inocuidad
√ Destino de mercados	El salvador y Estados Unidos
√ Procesos de producción eficientes.	Utilizando tecnología y mano de obra adecuada y capacitada respectivamente.
√ Organización empresarial	Disponibilidad de personal capacitado en todas las áreas
√ Modelo de empresa	Monto de inversión
√ Desarrollo de Sub-sistemas para cada área Funcional de la empresa	Administración, Finanzas, Producción y Comercialización.
√ Tendencias de crecimiento de la demanda de cada producto	Disponibilidad de materia prima necesaria para la elaboración de cada producto.
√ Logística empresarial eficiente	Considerando las actividades siguientes: √ El Servicio al cliente. √ Transporte. √ Gestión de Inventarios. √ Procesamiento de pedidos.

2.2 Variables de Solución

Los aspectos en que pueden diferir las alternativas de solución son los siguientes:

Según mecanismo de asociatividad: Se refiere al tipo de asociatividad que se adaptará al grupo de productores que conforman la Micro región Los Nonualcos.

Según el nivel de Procesamiento Agroindustrial: se refiere al grado de procesamiento al que será sometida la materia prima de origen agropecuario, según la solución.

Según Procesamiento o nivel de desarrollo industrial: Significa el tipo de proceso que puede ser adaptado a cada producto, considerando que puede ser: artesanal, semi – industrial o industrial.

Elementos Técnicos: Es la variación de la solución en cuanto a aspectos de maquinaria y equipo, diseño, métodos, logística empresarial, etc.

Mercado: Son los diferentes mercados que puede cubrir la solución.

Elementos de Financiamiento: Son las diferentes formas y fuentes de financiamiento que pueda tener la solución en función de las condiciones de los productores.

Capacitación y Asistencia Técnica: se refiere a los grupos de conocimientos que pueden recibir los productores por parte de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

Elementos Legales: Son las leyes y normativas vigentes en el país, que se deben cumplir en la solución.

2.3 Restricciones

- √ La propuesta de solución incluye únicamente a los productores de antojos típicos de La Micro región Los Nonualcos.
- √ La propuesta de solución debe ajustarse a leyes y reglamentos vigentes en el país.

2.4 Criterios

Para evaluar el grado en el cual las variables de solución abonan a resolver la problemática, se establecen los siguientes criterios en orden de importancia decreciente:

- √ **Efectividad** : La solución debe alcanzar los objetivos propuestos
- √ **Flexibilidad:** la solución debe ser adaptable a las variaciones que se presenten durante la implementación.
- √ **Confiabilidad:** La solución debe responder a las expectativas de los productores de antojos típicos de la Micro región Los Nonualcos.
- √ **Sencillez:** la solución debe ser práctica para que pueda ser asimilada y entendida por los productores de antojos típicos
- √ **Sostenibilidad:** la solución debe mantenerse en el tiempo así misma con los ingresos que genere.
- √ **Monto de la inversión:** La solución debe justificar su costo de implementación y operación con el logro de objetivos.

2.5 Volumen

La solución es única y consiste en un modelo de empresa que podrá ser aplicada por los productores de antojos típicos de la Micro Región los Nonualcos para la producción de antojos típicos.

2.6 Usos

Se pretende que el modelo de empresa funcione por tiempo indefinido.

Se debe realizar una revisión para fines de actualización cada dos años.

3. BÚSQUEDA DE SOLUCIONES

Las posibles opciones de solución deben de ser evaluadas de tal manera que satisfagan con todas las restricciones y criterios planteados anteriormente, a fin de destacar las que no cumplan con alguna de ellas. Para una mejor evaluación de las posibles soluciones, estas se agruparan en cuatro categorías, la primera según el Mecanismo de asociatividad, la segunda según el nivel de procesamiento

agroindustrial, la tercera según el nivel de desarrollo industrial, la cuarta capacitación y asistencia técnica.

1. Según mecanismo de asociatividad

Actualmente, existen diversos mecanismos de asociación. En esta variable de solución se han considerado algunas las que más podrían adaptarse a la solución buscada, para ello se realizó una primeramente una investigación bibliográfica, de la cual se obtuvieron algunas opciones, luego éstas se expusieron en el Departamento de Competitividad del Ministerio de Economía y con la asesoría recibida, se obtuvieron las más idóneas para el proyecto.

1. Redes empresariales.

Son alianzas estratégicas entre un grupo determinado de empresas que comparten objetivos comunes de negocio y trabajan juntas para alcanzarlos (apertura de mercados, reducción de costos, entre otros). En esta alianza prevalece la independencia jurídica.

2. Centro de acopio.

Son centros encargados de la recolección, almacenamiento, selección y empaque de productos procesados, provenientes de productores artesanales o Industriales, y que luego los derivarán a los mercados interno o externo; están constituidos por individuos o grupos asociativos, preparados para el manejo de productos terminados y con capacidad de gestión en la comercialización y exportación de los productos. Sólo sirven de intermediarios entre el productor y el cliente.

3. Clúster.

Consiste en un grupo de empresas de la misma actividad que se aglomeran en un espacio geográfico determinado, tienen una estrategia común, que se vinculan con los sectores soporte y mantienen entre sí lazos de proveeduría y prestación de servicios, las cuales están organizadas en redes verticales y horizontales con el propósito de elevar sus niveles de productividad, competitividad y rentabilidad.

2. Según el nivel de Procesamiento Agroindustrial

Existen cuatro grados o niveles de aprovechamiento a los que se pueden someter las materias primas de origen agropecuario.

Nivel I

En este nivel el producto originado en el sector de producción primaria es sometido a lo que puede denominarse "primer procesamiento, del cual sale sin sufrir grandes alteraciones. Las operaciones de elaboración involucradas en este nivel podrían agruparse en los siguientes grupos:

- Clasificación: Separación por color, separación por tamaño, separación por gravedad, separación centrífuga, separación magnética y otros.
- Preparación: comprende las operaciones necesarias para dejar los productos en disposición de salir al mercado o de sufrir posterior elaboración. Algunas de ellas son. Limpieza, secado, trillado, desgranado, pelado, deshuesado, trituración, expresión, molienda, filtración, faenado, etc.

-
-
- **Conservación:** en este grupo se incluirán todos los métodos empleados para mantener los productos perecederos en buen estado. Ejemplos de ellos son las operaciones refrigeración – congelación, deshidratación, esterilización, pasteurización, tratamiento con antibióticos, ahumado, salado, adobado y otros.
 - **Almacenamiento:** incluye operaciones conexas con el almacenamiento propiamente dicho tales como fumigación, aireación, ensilaje, transporte de sólidos, etc.
 - **Empaque:** las operaciones comprendidas en este grupo son: pesado, enlatado, envasado, embolsado, sellado y otras.

Nivel II

Este nivel constituye en muchos casos una continuación del procesamiento del nivel anterior, se caracteriza por la provocación de un mayor cambio en los materiales provenientes del sector de la producción primaria renovable y en él se lograrían distinguir los siguientes grupos de operaciones:

- **Descortezamiento:** comprende el descascarado de semillas a través de procesamientos químicos y biológicos, desmontado de algodón y semillas similares, procesamiento mecánico de fibras vegetales largas y otros.
- **Extracción:** con estas operaciones se pretende separar alguna de las partes componentes del material procesado sin importar que la sustancia de interés se encuentre indistintamente en fase extracto o en la fase de refinado.
- **Fermentación:** bajo este tema se agrupan las operaciones que pretenden modificar los materiales orgánicos o crear otros nuevos, a través de la conservación de diversos carbohidratos mediante el empleo de micro – organismos.

Nivel III

En este nivel se pueden distinguir dos tipos de operaciones de purificación y las de utilización:

- **Purificación:** estas operaciones tendrán como objetivo la purificación de un producto generado en otras operaciones comprendidas en los niveles anteriores es decir que en ella se tiende a separar los productos de interés de otros no deseados o impurezas, ejemplos de estas operaciones pueden ser la centrifugación, filtración, destilación, absorción, y otras operaciones de separación con similar objetivo.
- **Utilización:** en este rubro se agrupan operaciones en las que se da un uso directo a los materiales elaborados en los niveles anteriores, entre ellos se encuentra el cardado, peinado, embobinado, retorcido, urdido, etc. Para la fabricación de pinturas, barnices, pegamentos, vodkas, rones, perfumes, las operaciones utilizadas en la utilización del cuero y otros.

Nivel IV

En este nivel industrial la alteración química de la materia elaborada en cualquiera de los niveles anteriores, posibilitando así una máxima diversificación a través del empleo de procesos unitarios, como: oxidación, sulfonación, polimerización, saponificación, la fabricación de polietileno a través de la deshidratación y posterior polimerización de alcohol etílico, etc.

3. Según Procesamiento o nivel de desarrollo industrial:

Se pretende adaptar el mejor proceso artesanal, industrial o semi-industrial a cada producto.

√ **Artisanal:** en este nivel todas las actividades en el desarrollo del proceso de producción son realizadas sin la utilización de ninguna clase de maquinaria o equipo especializado.

√ **Semi – Industrial:** en este nivel algunas actividades se desarrollan mediante el empleo de alguna maquinaria o equipo que facilite el desarrollo del proceso productivo.

√ **Industrial:** en este nivel todas las operaciones del proceso productivo se desarrollan con ayuda de algún tipo de maquina o equipo. Se hace uso de la automatización del proceso y el equipo generalmente siempre es especializado.

4. Según la capacitación y asistencia Técnica:

Es importante el apoyo que pueda brindar el gobierno u otras organizaciones, al fortalecimiento de cierta iniciativa, de acuerdo al mecanismo de asociatividad que adopten los productores, en lo referente a:

√ **Asistencia Técnica:** servicios profesionales fundamentados en la experiencia y conocimiento técnico científicos que se traducen en actividades que permiten estudiar y resolver específicamente los problemas en las áreas funcionales de una empresa en sus procesos productivos y en el cambio de actitudes formativas en sus dirigentes.

√ **Capacitación:** es un proceso mediante el cual se transmiten conocimientos básicos al individuo en las áreas funcionales de una empresa en sus procesos, y se desarrollan habilidades y destrezas a fin de que sean aplicadas en las empresas para mejorar sus hábitos de trabajo.

4. EVALUACIÓN DE SOLUCIONES

1. Según Mecanismo de asociatividad

Para llevar a cabo la evaluación de esta variable en sus distintas alternativas, se utilizará la técnica de evaluación por puntos, la cual permite asignar porcentajes a los criterios establecidos con anticipación y así poder jerarquizar dichas alternativas y seleccionar la que obtenga mayor puntaje.

A continuación se establecen los criterios de evaluación, en orden de importancia, que se consideran de mayor relevancia para seleccionar cualquier alternativa.

a) Inversión.

Se refiere a los beneficios que obtendrán los productores al poner en marcha la alternativa y al mismo tiempo, las entidades de apoyo necesitan conocer los desembolsos que se tendrán que realizar al apoyar esta alternativa. Este criterio se considera de zuma importancia para la contraparte.

b) Mejora e innovación.

Para los productores, es de mucha importancia conocer que mejoras e innovaciones pueden realizarse en los productos y/o procesos con la implementación de la alternativa.

c) Aplicabilidad al sector.

La alternativa evaluada debe ser aplicable al sector al cual se está estudiando para que su implementación alcance los beneficios esperados: Cooperación al desarrollo económico y social de todos los afectados por el proyecto.

d) Sencillez.

Este criterio se considera que debe ser un aspecto o característica que debe poseer la alternativa evaluada, ya que para este sector en específico, una asociatividad compleja no es adecuada.

e) Tiempo de implementación.

Se refiere al tiempo que se requiere para implementar la alternativa evaluada, lo cual es de importancia para las entidades de apoyo debido a la pérdida de interés por parte de la contraparte a dar seguimiento a dicha alternativa.

Ponderación de los criterios.

A continuación se presentan los criterios antes descritos con su respectiva asignación de puntos en una escala del 1 al 10, este número representa la importancia que posee el criterio ante los demás.

Tabla 78: Ponderación de criterios.

CRITERIOS		PUNTOS
1.	Inversión	10
2.	Mejora e innovación	9
3.	Aplicabilidad al sector	9
4.	Sencillez	8
5.	Tiempo de implementación	7

Nivel de evaluación de los criterios:

- 1. Excesivamente Viable (EV)
- 2. Muy viable (MV)
- 3. Medianamente Viable (DV)
- 4. No es viable (NV)

Los niveles de evaluación representan cuatro escalas de viabilidad de cada criterio, cada uno de estos indica la posibilidad de llevarlos acabo, dependiendo de la viabilidad de cada criterio así se le asigna puntos, multiplicando este por el valor que le fue asignado en la Tabla 78

Tabla 79: Criterios de evaluación con sus respectivos niveles.

NO.	CRITERIOS DE SELECCIÓN	PUNTAJE	NV	DV	MV	EV
1	Inversión	10	10	20	30	40
2	Mejora e innovación	9	9	18	27	36
3	Aplicabilidad al sector	9	9	18	27	36

4	Sencillez	8	8	16	24	32
5	Tiempo de implementación	7	7	14	21	28
Total						172

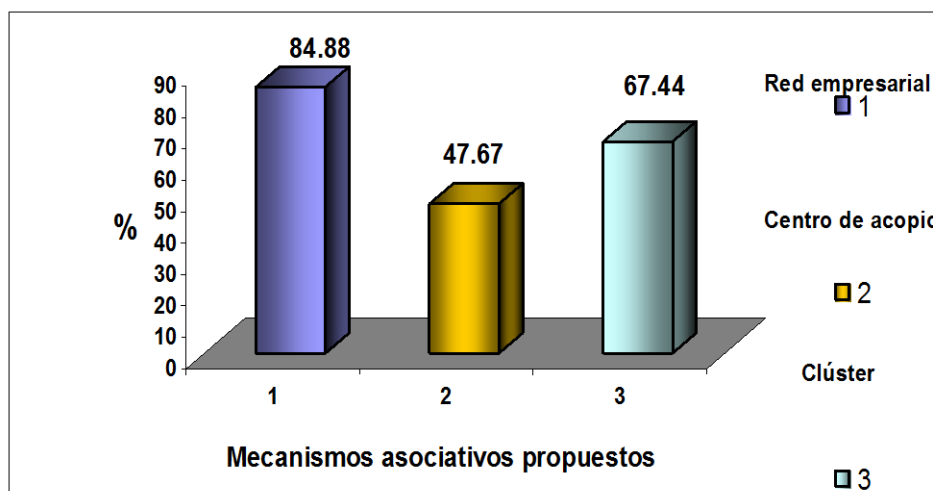
Asignación de puntos:

Una vez se tienen los criterios de evaluación ponderados con los niveles de viabilidad que se le asigno a cada uno de éstos, se realiza la evaluación de las alternativas, analizando cada una con respecto a cada criterio y el nivel de viabilidad que presenta.

Tabla 80: Evaluación de los mecanismos asociativos.

NO.	MECANISMOS ASOCIATIVOS	CRITERIOS					TOTAL	EV TOTAL	%
		1	2	3	4	5			
1	Redes empresariales	30	36	27	32	21	146	172	84.88
2	Centro de acopio	30	18	18	8	8	82	172	47.67
3	Clúster	10	36	18	24	28	116	172	67.44

Grafico 4: Mecanismos asociativos propuestos



Como puede observarse, la evaluación da como resultado la alternativa: Redes empresariales con mayor puntaje, permitiendo dicha alternativa asociar a las micro y pequeñas empresas (productores de antojos típicos) de la micro Región Los Nonualcos para resolver problemas comunes, reducir costos, acceder a nuevos mercados y mejorar la calidad de sus productos, etc.

2. Según nivel de procesamiento agroindustrial:

Para la selección del nivel de procesamiento se realizó por medio de la eliminación de los niveles que no aplican la evaluación de grupo, tomando en cuenta los cuatro niveles de procesamiento a que pueden ser sometidos las materias primas de origen agropecuario según el autor James Austin.

Nivel I

Se descarta el Nivel I, por ser un procesamiento en el cual la Materia prima de origen agropecuario no sufre mayor alteración y se le genera poco valor agregado, sirviendo como base para el siguiente nivel.

Nivel IV

Se descarta el Nivel IV, pues no existe una modificación o alteración química de la materia prima utilizada, la cual proviene de la elaboración de los niveles anteriores.

Nivel II y Nivel III

Lo más adecuado para la propuesta de solución es la combinación de los Niveles II y III, ya que incluyen operaciones de descortezamiento, extracción, purificación y utilización, obteniéndose bienes finales con mayor valor agregado, para el consumo humano.

3. Según Procesamiento y nivel de desarrollo industrial:

Se debe seleccionar el nivel de desarrollo industrial mas adecuado para la propuesta de solución, para ello se evalúan las alternativas siguientes: Proceso Artesanal, Proceso semi-industrial, Proceso Industrial.

Para ello, se utilizará también el criterio y la discusión de grupo, tomando en cuenta las condiciones y las posibilidades de los productores de antojos típicos salvadoreños de la micro región, así como también la dificultad de éstos al acceso de tecnología y procesos de elaboración sofisticados, se considera importante, además, que el proceso involucre la mano especializada que existe en la región, sin embargo se debe considerar la agilización de la producción para el cumplimiento de la demanda establecida para el proyecto: en este sentido se descartan los niveles artesanal e industrial, el primero, por no ayudar a la agilización de la producción y no es el fin que se persigue, y el segundo; necesita de maquinaria o equipo sofisticado que inclusive no existe en el mercado actualmente y representaría altos costos, por lo tanto se considera que el nivel **Semi-Industrial**, sería el idóneo, permitiendo la agilidad en los procesos, uso de la mano de obra especializada de la región y el agregado de maquinaria y equipo menos sofisticado que facilitaría el proceso productivo.

4. Según la capacitación y asistencia Técnica:

La capacitación y asistencia técnica mas adecuada para la propuesta de solución, es aquella que basada en la iniciativa del gobierno y a través del apoyo de otras instituciones, facilite transmitir conocimientos básicos necesarios para la implementación y funcionamiento de la propuesta, que permita desarrollar habilidades y destrezas en las labores, y contribuya a resolver problemas específicos

5. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1 Concepción de la Solución.

Después de hacer la evaluación de cada una de las alternativas propuestas, se plantea en la siguiente tabla la conceptualización de la solución:

Tabla 81: Conceptualización de la Solución.

TIPO DE ASOCIATIVIDAD	NIVEL DE PROCESAMIENTO AGROINDUSTRIAL	NIVEL DE DESARROLLO INDUSTRIAL O TIPO DE PROCESAMIENTO	CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TECNICA
Red Empresarial	Nivel II y III	Semi-Industrial	Apoyo Gubernamental

“Modelo de empresa para la integración de productores de Antojos Típicos Salvadoreños en la Micro Región los Nonualcos, conformada en una Red empresarial, que responda a un nivel de desarrollo Semi- Industrial, que utilice los niveles II y III de agro industrialización, impulsada por la capacitación y asistencia técnica gubernamental,”

5.2 Objetivos del Modelo

- √ Promover la Producción de los Antojos Típicos Salvadoreños, para beneficio de los grupos directos e indirectos participantes de la Micro región los Nonualcos.
- √ Generar fuentes de trabajo para la Micro Región los Nonualcos, con el fin de mejorar la calidad de vida de los interesados.
- √ Dar a conocer la comida típica salvadoreña, con el fin de promoverla dentro y fuera de las fronteras salvadoreñas.

5.3 Descripción de los Elementos de la Solución.

Al plantear la Conceptualización de la solución y definir los objetivos tal como se realizó en el apartado anterior, se hace necesario descomponer o separar del sistema una serie de subsistemas, que interactúen entre si y con otros elementos del ambiente externo que son ineludibles para su dinamismo.

Elementos Externos

- √ **Materia prima necesaria para la elaboración de antojos típicos:** Debe contarse con la suficiente materia prima e insumos necesarios para la elaboración de cada uno de los Antojos típicos, Las materias primas son: elotes, Harina de maíz, queso, arroz, leche, plátano y yuca.
- √ **Capacitaciones:** existe la suficiente voluntad de los interesados en realizar el proyecto, y han gestionado capacitaciones en manipulación de alimentos, pero se hará necesario insistir en este tipo de capacitaciones consideradas en un ámbito más amplio como es la inocuidad de los alimentos, otro tipo de capacitación que se hace necesaria es con respecto a la tecnología a utilizar.

-
- √ **Marco Legal:** La empresa necesita constituirse bajo un marco legal, que ampare todos sus movimientos dentro y fuera del país (EE.UU.)
 - √ **Financiamiento:** Para echar andar el modelo, es necesario la adquisición de fondos, por lo que este elemento representa la diversidad de alternativas con las que se pueden contar.
 - √ **Beneficios Económicos:** se espera que la producción de antojos típicos, genere fuentes de ingreso y rentabilidad a los asociados.
 - √ **Beneficios Sociales:** se pretende generar fuentes de empleos con la implantación del proyecto.
 - √ **Beneficio ecológico o ambiental:** la materia prima utilizada para el proyecto en su mayoría es de origen agrario, por lo que se prevé un impacto ambiental favorable para el país.
 - √ **Beneficio en la reactivación agropecuaria:** Para el proyecto se requiere de materia prima e insumos de origen animal y vegetal, éste contribuiría de manera directa e indirecta a beneficiar a los productores de la zona rural, en el sentido de incrementar la producción para abastecer dicha demanda.
 - √ **Productos:** se refiere a los productos que la empresa comercializará en el interior y exterior del país, específicamente en los Estados Unidos.

Elementos Internos

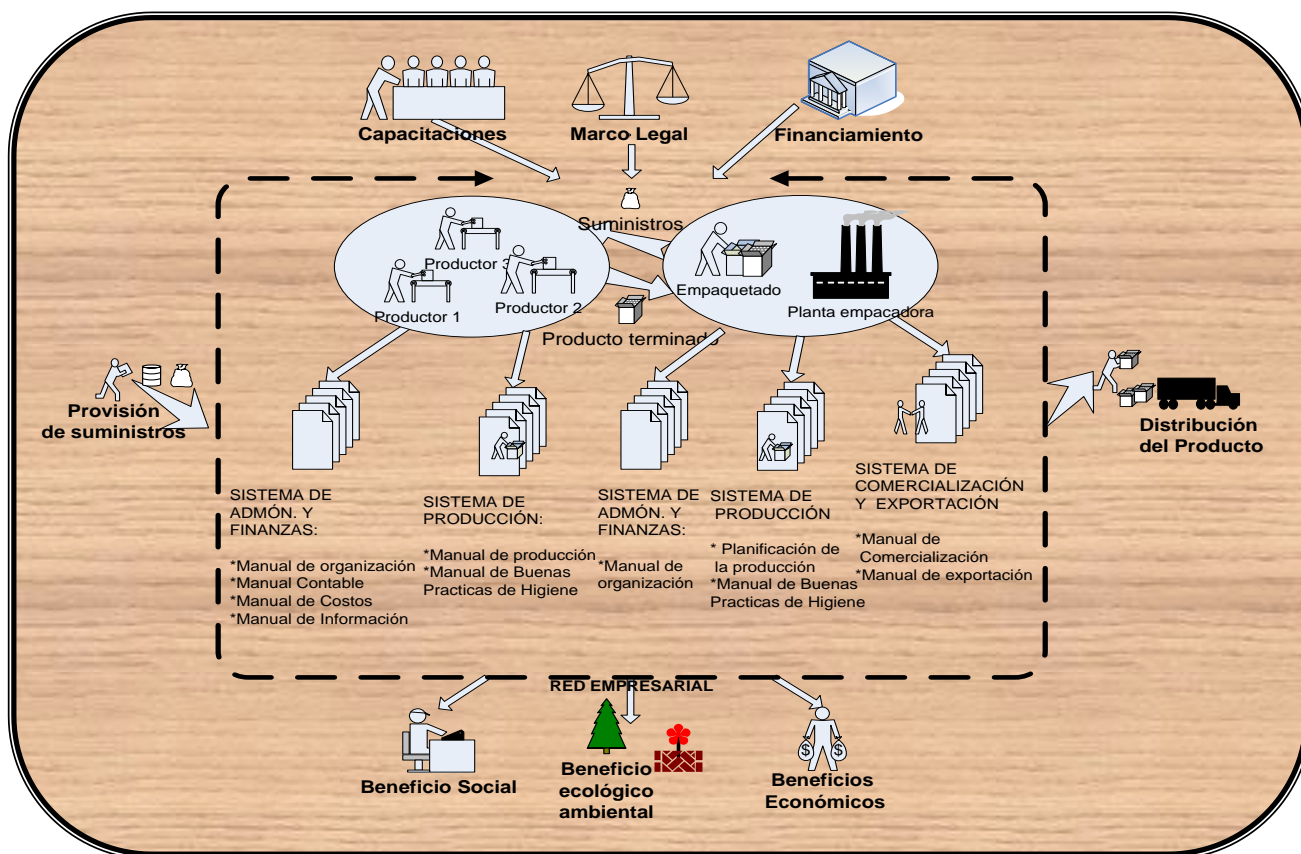
- √ **Producción:** Este subsistema tiene como finalidad principal aportar al modelo, todos los elementos técnicos precisos para convertir la materia prima en producto terminado.
- √ **Control de Calidad:** el subsistema de control de calidad tiene como principal objetivo, constituir los requisitos necesarios para que los productos cumplan con las normas de calidad e inocuidad establecidas.
- √ **Comercialización:** Será el encargado de lograr un aprovisionamiento de la materia prima y de todos los insumos necesarios para el proceso. Así también coordinar la distribución del producto terminado en los diferentes mercados, y fijar las estrategias mercadotecnicas.
- √ **Organización:** aportará los lineamientos precisos para que la estructura organizativa funcione de acuerdo a las necesidades que se requieran, asignando las responsabilidades o funciones necesarias para el desarrollo administrativo de la empresa.
- √ **Contabilidad y costos:** es fundamental en toda empresa, llevar los registros de egresos e ingresos en que se incurre, así como también los costos de materia prima e insumos que intervienen en el proceso, teniendo de esta manera un mejor control financiero y el conocimiento total de costos, que permitirá la obtención de los costos unitarios y determinar la utilidad neta de cada producto.
- √ **Logística:** La logística determinará y coordinará en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar correcto y el tiempo correcto. Si asumimos que el rol del mercadeo es estimular la demanda, el rol de la logística será precisamente satisfacerla.

5.4 Alcance de la solución

La solución esta orientada a beneficiar a los productores de antojos típicos de la Micro Región Los Nonualcos, ya que se pretende fomentar en ellos una visión empresarial auto sostenible, que contribuya a mejorar el aprovechamiento de la capacidad instalada, pudiendo beneficiarse de la demanda insatisfecha que existe en el mercado nacional y estadounidense.

CONCEPTUALIZACION DEL MODELO

Figura 9 : Esquema de Conceptualización del diseño



CAPITULO VII: DISEÑO DETALLADO

A. DISEÑO DE LA PROPUESTA

1. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN

En el desarrollo de ésta etapa se considera la información obtenida en el diagnóstico, referente al Mercado Nacional y Estadounidense y Áreas con problemas de las Micro y Pequeñas empresas que conforman los productores de la Micro región Los Nonualcos. Para lograr el objetivo previsto, se considera necesario aplicar un modelo asociativo como parte de la solución, que no busca mas que integrar a las empresas productoras de antojos típicos y darles los lineamientos precisos propios de ingeniería Industrial a cada área funcional de la empresa, para que obtengan productos estandarizados, competitivos, de buena calidad e inocuos para el consumidor. Para ello es necesario plantear requerimientos precisos en cuanto a procesos, producto, materia prima, higiene e inocuidad, espacios y equipo necesario para la producción entre otros, ajustándose a los tipos de empresas en estudio. Todo con el fin de llevar a cabo la Producción de antojos típicos salvadoreños, y permita a los productores de éstos, mantener sus micro y pequeñas empresas, contribuyendo a la vez al desarrollo económico social de la zona.

La asociatividad de la micro y pequeña empresa es muy importante en el marco actual, considerándose vital para la supervivencia de ellas ante el crecimiento de la competencia y la apertura de nuevos mercados, es por ello que obliga a buscar nuevos estereotipos empresariales para logra los objetivos previstos. Esto representa una oportunidad para ser empresas autos sostenibles con altas probabilidades de crecimiento, generando productos competitivos en el mercado global, incrementando así la rentabilidad de los asociados bajo productos de buena calidad, mejorando de ésta manera la calidad de vida de los involucrados directa o indirectamente. Para que una empresa sea competitiva es necesario que pueda capturar todas las oportunidades que brindan las tendencias globales en materia de tecnología, innovación y mercados.

1.1 Beneficios De La Asociatividad para la producción De Antojos Típicos⁵⁰

La producción de los antojos típicos resulta un poco difícil para un grupo de empresarios que desean crear productos de buena calidad, con la implementación de tecnología para su estandarización, pero trabajando individualmente, esto presenta como limitante la falta de recursos propios para su implementación. Un nuevo concepto que podría permitir la implementación del proyecto es la búsqueda de la creación de grupos asociativos, bajo un sistema que permita trabajar en conjunto para llegar a un

⁵⁰ Fuente: Dini, Marco, "Plan operativo para el fomento de clusters en Perú", 2003.

objetivo común y así poder participar en un mercado global, con productos competitivos. La asociatividad que se busca trae los siguientes beneficios:

- √ Economías de escala: Descuento en la compra de insumos, uso eficiente de tecnologías productivas y acceso a mercados más grandes.
- √ Flexibilidad: mayor capacidad de responder a cambios en la demanda, sin aumentar capital instalado ni costos fijos.
- √ Difusión de la información: intercambio de conocimientos y experiencias, mejorando su capacidad de gestión estratégica, y acelerando su aprendizaje.
- √ Menos barreras a la entrada: al especializarse las empresas en las distintas fases de producción, se facilita la puesta en marcha de nuevos emprendimientos productivos.
- √ Pertinencia de las acciones de apoyo: mayor probabilidad de éxito de las acciones de apoyo. Mayores probabilidades de financiamientos y asesorías.

Existen diferentes formas de asociarse, entre ellas están: Los cluster, red empresarial y centro de acopio, las que fueron evaluadas en la Conceptualización del diseño, bajo los criterios de Inversión, Mejora e innovación, Aplicabilidad al sector, Sencillez y Tiempo de implementación. Donde se determinó que la asociatividad más conveniente para este sector, son Las Redes empresariales, por el tipo de características que presentan, éstas son:

- Temen perder su autoridad, necesitan siempre su autonomía.
- No cuentan con los recursos individuales para poder invertir en la solución.
- No aprueban cooperar obligadamente para la obtención de sus objetivos, sino por voluntad propia.

2. ESQUEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA⁵¹

La red empresarial estará constituida por su propia estructura organizativa, estrategias, objetivos y funciones, todo estará regido por un marco regulatorio. La conformarán los productores de antojos típicos de la Micro región Los Nonualcos que deseen afiliarse, ellos tomarán las decisiones que corresponden a sus propias necesidades, manejándolo a través de una asamblea general. Existirá una interrelación continua con el entorno por lo que se denomina como sistema abierto, considerando que se recibirán capacitaciones gubernamentales, Trámites legales con las instituciones pertinentes y financiamiento de instituciones gubernamentales, privadas u internacionales.

La red se identifica como un sistema, del cual se pueden derivar tres sub-sistemas, para un funcionamiento eficiente, para ello es necesario el desarrollo de manuales que sirvan como herramientas para los integrantes de la red, y así desarrollar los procesos eficientes para cada área específica y obtener productos estandarizados, de buena calidad y competentes en el mercado (Ver figura9)

⁵¹ Ver Figura 9 en la Conceptualización del Diseño

Para la elaboración de Antojos Típicos, es necesario que los productores se agrupen bajo un nuevo concepto de asociatividad, ya que les permite ser mas competitivos, ante Problemas de información, deficiencias tecnológicas, de financiamiento, de limitadas capacidades operativas y gerenciales, desventaja relativa en costos de distribución, producción, promoción, entre otros; debido al escaso poder de negociación. Cosa que sería imposible desarrollar individualmente, por el tamaño de empresa que representa cada una. La Red empresarial es lo mas certero y estará compuesta por los diferentes **Productores de antojos típicos**, que contarán con una **Planta empaedora**, la que será encargada de establecer vinculo directo con los Proveedores, recibir e inspeccionar la Materia prima que llegue a la red, con el fin de obtener mejores condiciones de compra de la misma y tener mayor control de calidad de ésta, a la vez se encargará de distribuir la Materia prima inspeccionada que pase el control de calidad establecido. Además estará facultada para la recepción, inspección y empaedo de Producto terminado, así como también la distribución del mismo al mercado nacional y estadounidense.

B. DISEÑO DE LA RED EMPRESARIAL PARA LA PRODUCCION DE ANTOJOS TÍPICOS

1. DEFINICIÓN

La Red Empresarial es una Alianza entre personas o empresas para emprender un proyecto de negocios común que persiguen los mismos objetivos.

2. TIPIFICACIÓN DE LA RED

Tabla 82 : Tipificación de la misma

POR SU ESTRUCTURA	Se Determina Que Será Una <u>Red Horizontal</u> , Por Ser Empresas De Similar, Tamaño, Sector, Proceso Productivo Y Localización. Además Porque Se Busca Una Solución A Problemas Comunes. Y Se Persigue Además Hacer En Conjunto Lo Que No Es Posible De Manera Individual.
Por su objetivo	<ul style="list-style-type: none"> √ Estandarización de procesos para la obtención de productos de mayor calidad. √ Realizar inversiones conjuntas para la adquisición de maquinaria y equipo para la producción de antojos típicos. Y obtener productos de mayor calidad para competir en el mercado √ Obtener mejores condiciones en la compra de materia prima, a través de la negociación de altos volúmenes. Y a su vez la verificación de la calidad de la materia prima, para la mejora de los productos. √ Realizar estrategias de plaza, producto, promoción y precio en conjunto para entrar en nuevos mercados, incrementar las ventas y ser competitivos.
Por su nivel de agregación	Se conformará una red sencilla, compuesta por un grupo de micro y pequeños empresarios productores de antojos típicos salvadoreños, que contarán con una planta empaedora que contribuirá a la recepción, inspección y distribución de materia prima y producto terminado.

3. OPORTUNIDADES GRUPALES QUE BUSCA LA RED

Existen oportunidades de negocios que solo son alcanzables a través de alianzas...

Tabla 83: Oportunidades grupales que busca la red empresarial

...que requieren SUMAR	...para obtener alguno de los siguientes BENEFICIOS...	...a través de ACCIONES compartidas, por ejemplo:
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de producción 	Acceso a nuevos mercados	Promoción, distribución, Publicidad.
<ul style="list-style-type: none"> • Poder de negociación • Conocimientos 	Mejora de productividad y costos	Compras en común, subcontratación, asistencia Técnica.
<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones 	Equipamiento o instalaciones	Equipos compartidos, planta en común, almacén, transporte, etc.
<ul style="list-style-type: none"> • Capital 	Desarrollo de nuevos productos o servicios y mejora tecnológica	Consultoría, asistencia técnica, compra de servicios Tecnológicos.

4. CARACTERÍSTICAS DE LA RED

Las características más importantes son:

- ✓ **Posee autonomía.** donde cada empresa, manteniendo su independencia jurídica y autonomía administrativa, toma la decisión estratégica de participar en un esfuerzo conjunto con otras empresas para la búsqueda de un objetivo común.
- ✓ **Tienen costos de implementación bajos.** Los costos para implementar este modelo están limitados a la capacidad económica de lo afiliados.
- ✓ **Es flexible.** El modelo de red empresarial puede adaptarse a las características, necesidades y la problemática de los empresarios.
- ✓ **Es sencilla.** Cada empresa puede ser administrada por los productores en su propia empresa, aunque se requiere contratar de especialistas para la administración de la planta empackadora.

5. PROCESO PARA CONFORMAR LA RED EMPRESARIAL

Para conformar la Red Empresarial de una manera sencilla, ordenada y secuencial es necesario ejecutar un proceso práctico que permita conocer las actividades a seguir. A continuación se describen detalladamente:

5.1 Periodo de gestación

En esta fase es donde se ha identificado una situación problemática que requiere una solución. Frente a tal necesidad los empresarios, quienes generalmente inician el proceso de acercamiento, acuden a instituciones prestadores de servicios de asesoría empresarial.

En nuestro medio existen muchas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que prestan el servicio de dar asistencia a los micros y pequeños empresarios que han decidido conformar una Red Empresarial. Estas son: Fundación Empresarial para el Desarrollo Sostenible de la Pequeña y Microempresa (FUNDAPYME), Cámara Salvadoreña de Artesanos (CASART), Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios Salvadoreños (AMPES), Fundación Salvadoreña Para la Promoción Social y el Desarrollo Económico (FUNSALPRODESE), Ministerio de Economía “Programa Nacional de Competitividad” (PNCES), Polígono Industrial Don Bosco, SWISSCONTACT programa Pro Empresa. Para dar seguimiento a la integración de la Red Empresarial se sugiere a los empresarios optar por los servicios del ministerio de Economía, ya que son especialistas en la formación de Redes empresariales y tienen experiencia en ello.

El gobierno de El Salvador a través de CONAMYPE brinda a un grupo de empresas un financiamiento, para que estas puedan acceder a servicios especializados para la conformación de los grupos asociativos. Los empresarios deben optar por el 20% para demandar un buen servicio. No pagarán el 20% que les corresponde si no se encuentran satisfechos por el servicio recibido.

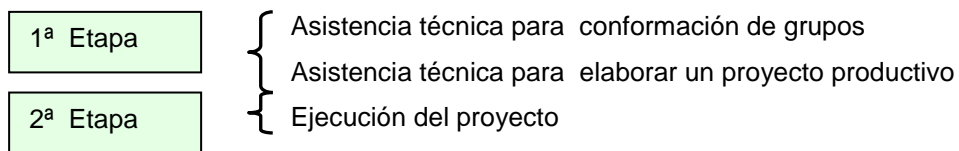
Para obtener este financiamiento se debe:

- Tener una micro o pequeña empresa, con un mínimo de 6 meses de operación en el mercado.
- Tener ventas que no sobrepasen de seis millones de colones anuales
- Tener un numero de trabajadores No mayor de 50
- Tener la disposición de pagar el 20% del precio total de la consultaría que recibirán.
- Estar dispuesto a participar en proyectos asociativos.

Para la obtención de este financiamiento los empresarios interesados deberán:

- Solicitar información en CONAMYPE o en cualquiera de los agentes operadores contratados por la comisión para operar el programa: FUSADES, FEDISAL y CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA.
- Realización del diagnóstico grupal
- Seleccionar el consultor que brindará la consultoría (para ello se proporcionará a los empresarios una lista de expertos que pueden brindar el servicio.
- Firma del contrato, para la ejecución del servicio.
- Cancelación del 20% correspondiente al aporte económico del grupo de empresarios
- Participar activamente con el consultor en la ejecución de la consultoría que solicitaron.

Esta asistencia técnica para la asociatividad, estará conformada por dos etapas, las cuales son:



El costo y el tiempo para cada etapa es el siguiente:

Tabla 84: Costo y duración de cada etapa que comprende la conformación de la Red empresarial

ETAPA	COSTO APROXIMADO (US)	DURACIÓN (MESES)
1ª	\$1,125.00 *	9
2ª	\$4,000.00 **	1 2
* Aporte del empresario \$225.00 y \$900.00 del GOES y Cooperación Internacional		
** Aporte de los empresarios \$1,000.00 y \$3,000.00 del GOES y Cooperación Internacional		

5.2 Periodo De Estructuración

En este periodo los empresarios no deben verse como competidores sino como colaboradores en el logro de un objetivo común pues es en este periodo donde se ejecutan los proyectos que los empresarios han decidido realizar.

Es importante que cada empresario tenga la visión de fortalecer su empresa a través del grupo asociativo, ya que las necesidades que enfrentan son comunes.

El periodo de estructuración de la Red empresarial comprende las siguientes actividades:

- Requisitos para integrarse en la Red Empresarial

Para poder integrar las Redes Empresariales se debe contar con la disposición que tienen los productores de antojos típicos. Sin embargo para realizar una selección objetiva es necesario que se tenga, no solo la disposición y apertura al cambio si no también cumplir con ciertos requisitos, los cuales son:

i. Realización de reuniones de la Red

Una vez tomada la iniciativa y seleccionada la institución por los empresarios, se procede a convocar personalmente o a través de diversos medios de comunicación (cartas, radio, prensa, boletines o televisión) a todos los empresarios que potencialmente formarán la Red. Estas acciones serán realizadas por un consultor o promotor de asociatividad designado por la institución seleccionada para el proceso.

Las reuniones de la Red se realizarán de acuerdo al siguiente programa:

Tabla 85: Programa para reuniones de la Red

# DE REUNIÓN	PRIMERA REUNIÓN	SEGUNDA REUNIÓN	TERCERA REUNIÓN
Descripción			
Objetivo	Exponer a los empresarios la importancia de la Asociatividad como estrategia para lograr la competitividad en la empresa para despertar el interés y mostrar la oportunidad y beneficio de hacer negocios conjuntos.	Crear un comité gestor de la Red Empresarial involucrando a los empresarios en su propio proceso de organización para dar seguimiento al periodo de gestación.	Elaborar un plan de trabajo que incluya las próximas actividades a realizar por el grupo estableciendo responsabilidades y compromisos entre los miembros para crear una cultura organizacional en el grupo.
Participantes	<ul style="list-style-type: none"> √ Empresarios √ Consultor 	<ul style="list-style-type: none"> √ Empresarios √ Consultor 	<ul style="list-style-type: none"> √ El comité gestor √ El consultor (facilitador del grupo) √ Los empresarios
Actividades Sugeridas	<ul style="list-style-type: none"> √ Presentación de la institución √ Presentación de los empresarios √ Presentación del objetivo de la reunión √ Exposición 	<ul style="list-style-type: none"> √ Realizar dinámicas de grupo para identificar líderes de grupo √ Organización del comité gestor que estará conformado por no más de tres personas. √ Invitar a uno o más empresarios conocedores de las redes empresariales para que compartan experiencias y logros alcanzados 	<ul style="list-style-type: none"> √ Elaborar un diagnóstico de cada empresa participante que permitan al empresario evaluar la situación de su empresa √ Con la ayuda del consultor, realizar el análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) para identificar las necesidades de las empresas y conocer las características del sector √ Identificar a partir del diagnóstico los principales problemas que enfrentan y exigen una solución.

Vale recordar que el diagnóstico de los productores de Antojos Típicos se determinó en la etapa anterior, que fue elaborado a partir de la información proporcionada por los empresarios.

ii. Carta de compromiso⁵²

Desde el inicio del proceso de la conformación de la Red se ven involucradas dos partes: los empresarios miembros de la misma y la institución asesora seleccionada, la cual tiene al igual que los miembros ciertas responsabilidades. Por lo tanto para limitar y formalizar el compromiso entre dicha institución y los empresarios es necesario elaborar un documento que defina las acciones que la institución asesora dará en el proceso y el tiempo durante el cual dará seguimiento a la Red, ya que al ir avanzando en dicho proceso la Red debe lograr independencia en la realización de sus actividades. Así que, todos los empresarios que deseen integrarse a la Red, deberán aceptar la carta de compromiso

iii. Constitución de fondo de ahorro común

Los empresarios interesados en formar la Red deben de interesarse en crear un fondo de ahorro común, para ello se deben hacer aportaciones para financiar las primeras actividades a realizar. El único objetivo de este fondo es conformar un capital para negocios conjuntos y promover se autosostenimiento. Algunas alternativas para constituir este fondo de ahorro común son:

- √ Cuotas, el monto dependerá del numero de miembros que constituirán la Red.
- √ Promover la inclusión de nuevos miembros a la Red para que la cuota disminuya.

La forma de la contribución para el fondo común y monto de la misma estará sujeta al tipo de constitución jurídica que la Red adopte. Los empresarios serán los que decidirán la cantidad del aporte y designar posteriormente los mecanismos para su administración.

Con el crecimiento de la Red y la realización de nuevas operaciones, la organización requerirá adoptar una figura legal que de mayor formalidad que exprese la solidez de la relación de negocios existente entre sus miembros y así proyectar una mejor imagen en el mercado. La definición de la personería jurídica se convierte en un requisito para poder realizar negocios enmarcados en las leyes del país, así mismo es importante mencionar que para poder realizar negocios en el ámbito internacional, la red debe poseer un estatus legal que le facilite el acceso a los mercados. En la tabla 86 se menciona las formas legales de asociación con sus respectivas ventajas y desventajas, las cuales deben ser evaluadas por empresarios miembros de la Red para establecer la personería jurídica del grupo.

Tabla 86 : Formas Legales De Asociación. Ventajas y Desventajas

FORMA LEGAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Asociación	<ul style="list-style-type: none"> √ Representatividad gremial. √ Acceso a donaciones. √ Participación en toma de decisiones que afecten o beneficien al sector que representan. √ Desarrolla servicios para sus miembros. 	<ul style="list-style-type: none"> √ No están orientadas a obtener lucro. √ Su permanencia depende generalmente de aportaciones y donaciones. √ Es difícil alcanzar su autosostenibilidad.

⁵² Ver en anexo 15, un ejemplo de Carta de Compromiso entre FUSADES y los miembros de la Red

	<ul style="list-style-type: none"> √ Goza de exoneración de la renta e impuestos municipales. 	
Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> √ Acceso a mercados potenciales por representación jurídica. √ Puede participar en licitaciones. √ Mayor credibilidad en el sistema financiero. √ Deducción de impuestos a través de donaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> √ Pagos a cuenta (anticipo a pago de impuestos sobre la renta. √ Mayor es el número de miembros, el reparto de utilidades se vuelve más tedioso.
Cooperativas	<ul style="list-style-type: none"> √ Genera dividendos √ Beneficia a empresarios y en algunos casos a grupos familiares √ Solución problemas comunes √ Existen incentivos en las importaciones √ Gozan de los beneficios de exoneración de la renta y de impuestos municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> √ Las utilidades no se pueden repartir hasta la acumulación de un periodo determinado. √ Las donaciones no se pueden repartir entre los miembros.

La personería Jurídica del grupo de empresarios de Antojos Típicos Salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos, le conviene asociarse bajo una Cooperativa⁵³, ya que se busca solucionar problemas comunes y se goza de beneficios de exoneración de la renta y de impuestos municipales.

Distribución De Utilidades

Como se especificó antes, el tipo de sociedad sugerida que debe regir a la Micro Región Los Nonualcos, es la Cooperativa de acuerdo con las características ya mencionadas, con lo cual las utilidades deben ser distribuidas de acuerdo con el volumen aportado de producto por cada miembro de dicha asociación. Para ello, puede utilizarse la siguiente fórmula:

$$\text{Utilidad para productor X} = \frac{\text{Utilidad total generada por el producto Y}}{\text{Volumen total del producto Y}} \times \text{Volumen del producto Y aportado por productor X}$$

⁵³ Ver estatutos de una cooperativa en Anexo 16

6. GENERALIDADES PARA INGRESAR A LA RED

6.1 ¿Cómo Participar En El Proyecto?

Podrán participar las micro y pequeñas empresas productoras de Antojos Típicos de La Micro Región Los Nonualcos, que cumplan los requisitos mínimos y que se comprometan a conformar una red empresarial, colaborar con toda la información necesaria para que se le apliquen diagnósticos empresariales y aceptar pagar un porcentaje de los servicios de capacitación y asistencia técnica que se recibirán durante el Proyecto.

6.2 Ventajas De Trabajar En Red

- √ Se identifican problemas comunes y se buscan soluciones colectivas.
- √ Se alcanzan mayores volúmenes de producción.
- √ Se reducen costos.
- √ Se mejora la capacidad de negociación con clientes y proveedores.
- √ Se accede a nuevos mercados.
- √ Se accede a nuevas tecnologías de producción o fabricación
- √ Se accede a conocimientos y permite la innovación y el desarrollo de nuevos productos.
- √ Se mejora la calidad de los productos.
- √ Se mejora la competitividad y las ventas de cada empresa que forma la red.

6.3 Requisitos Mínimos Para Que Los Productores Participen

- √ Ser pequeña empresa productora de Antojos típicos Salvadoreños de constituida formalmente.
- √ Disponibilidad de reacondicionar o redistribuir el lugar de producción para efectos de higiene y seguridad.
- √ Voluntad en la compra de equipos conjuntos para la estandarización de procesos y/o productos.
- √ Disponibilidad de someterse a auditorias de higiene y seguridad.
- √ Tener ventas anuales que no excedan los seis millones de colones anuales
- √ Tener la disposición de pagar el 20% del precio total de la consultaría que recibirán.
- √ Poseer menos de 50 trabajadores.
- √ Estar inscritas en el Ministerio de Salud y/o tener licencia de funcionamiento.
- √ Estar ubicada en La Micro Región Los Nonualcos.
- √ Contar por lo menos con 6 meses de funcionamiento.

Sobre la base de estos requisitos mínimos, se aplicarán criterios técnicos complementarios para la selección final de las empresas

6.4 Actividades Del Proyecto

Las empresas participantes accederán a los siguientes servicios:

Conformación de redes empresariales

- √ Cada empresa participante tendrá acceso a información de mercados.
- √ Cada empresa participante recibirá un diagnóstico empresarial que determinará cuáles son sus necesidades de capacitación y asistencia técnica para acceder a los mercados identificados.
- √ Cada empresa participante recibirá asesoría especializada para la conformación de redes empresariales en función de las oportunidades de negocio identificadas.
- √ La red conformada tendrá a un consultor asignado con quien trabajará un Plan de Negocios orientado a la inserción en los mercados seleccionados.
- √ La red estará conformada por 106 productores de antojos típicos salvadoreños, que según el diagnóstico realizado, estarían dispuestas a asociarse para conformar la red.

Acceso a Servicios de Capacitación y Asistencia Técnica

- √ Cada red conformada seleccionará y contratará a un gerente cuyos costos serán compartidos entre la entidad seleccionada para la conformación de la red y los empresarios de la red, durante la duración del Proyecto.
- √ Cada red conformada podrá acceder a servicios de capacitación y asistencia técnica de su elección, seleccionando a instituciones especializadas previamente calificadas por la entidad seleccionada para implementar la red. Para ello, ésta compartirá un porcentaje de los costos de los servicios. La capacitación y asistencia técnica deberá orientarse a cubrir las necesidades de servicios de las empresas y a cumplir con las metas del Plan de Negocios de la red.
- √ Cada red recibirá asesoría legal para su constitución como persona jurídica, si así lo desea.

Promoción Comercial

- √ Cada red recibirá apoyo para participar en encuentros comerciales con el fin de promover sus productos y entablar relaciones con potenciales clientes.
- √ Cada red recibirá apoyo para el diseño e implementación de una estrategia comercial que le permita insertarse en su mercado objetivo, según lo establecido en su Plan de Negocios

7. PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LOS INTEGRANTES DE LA RED

Las capacitaciones serán impartidas por organismos gubernamentales y no gubernamentales, como se especifica en la siguiente tabla:

Tabla 87: Plan de Capacitación

TIPO	DURACIÓN	COSTO	IMPARTIDO POR:	DIRIGIDA A :
<i>Higiene e inocuidad de los alimentos</i>	2 semanas	Gratis	Ministerio de Salud	Encargado de producción y calidad, y productores de antojos típicos
<i>Fundamentos administrativos</i>	1 mes	\$1000.00*	Ministerio de Economía (ConaMype)	Productores de Antojos típicos
<i>Control de Calidad</i>	3 Días	\$200.00	FUSADES	Encargado de producción y calidad
<i>Cultura Organizacional</i>	3 Días	Gratis	Entidad seleccionada para la integración de la Red.	Todos Los integrantes de la Red
<i>Asistencia técnica para conformación de grupos</i>	9 meses	\$1,125.00**	Entidad seleccionada para la integración de la Red.	Integrantes de la Red
<i>Ejecución del proyecto</i>	12	\$4,00.00***	Entidad seleccionada para la integración de la Red.	Integrantes de la Red
* Los empresarios solamente cancelarán el 20% del Costo				
** \$ 225.00 aportado por los empresarios y \$ 900.00 por el GOES				
*** \$1,000.00 aportado por Los empresarios y \$ 3000.00 por el GOES				

C. DISEÑO DE SISTEMAS PARA LA RED EMPRESARIAL

Se ha considerado el diseño de sistemas como herramientas esenciales para el desarrollo de la propuesta, ya que se requiere que la Red funcione eficientemente y se obtengan productos competitivos, para ello se han considerado 3 grandes sistemas según la evaluación realizada en el diagnóstico, donde se detectaron las mayores deficiencias del grupo de productores, por lo tanto se propone: Un Sistema de Administración y Finanzas, que contendrá los subsistemas de Organización, contabilidad, Costos e información. El segundo sistema es el de Producción, que se compone de dos subsistemas el primero para los productores de antojos típicos de la micro región Los Nonualcos y el segundo para la Planta empaedora, incluyendo un manual de higiene y calidad para la red, y por último se encuentra el Sistema de Comercialización y exportación, que se divide en los subsistemas de Comercialización y Exportación. Los sistemas se han considerado como abiertos porque el entorno

puede ser influyente, así como el mismo puede influir sobre su entorno. Se pretende con el desarrollo de estos subsistemas dar los lineamientos precisos para que la Producción de antojos típicos sea eficiente considerando todos los aspectos que esta conlleva para su mejor desarrollo.

En este apartado se presenta el diseño de los diferentes sistemas como parte de la solución a la problemática determinada. Dichos sistemas, representan individualmente la integración de técnicas de Ingeniería Industrial, con el fin de brindar respuesta a las necesidades detectadas en cada área funcional y de ésta manera cooperar para el desarrollo de cada una de éstas.

Los sistemas presentados en conjunto con los subsistemas incluidos están destinados a las pequeñas y microempresas que formarán parte de la Red Empresarial, es decir, a los productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos.

En la tabla siguiente se muestran los principales elementos considerados en los sistemas.

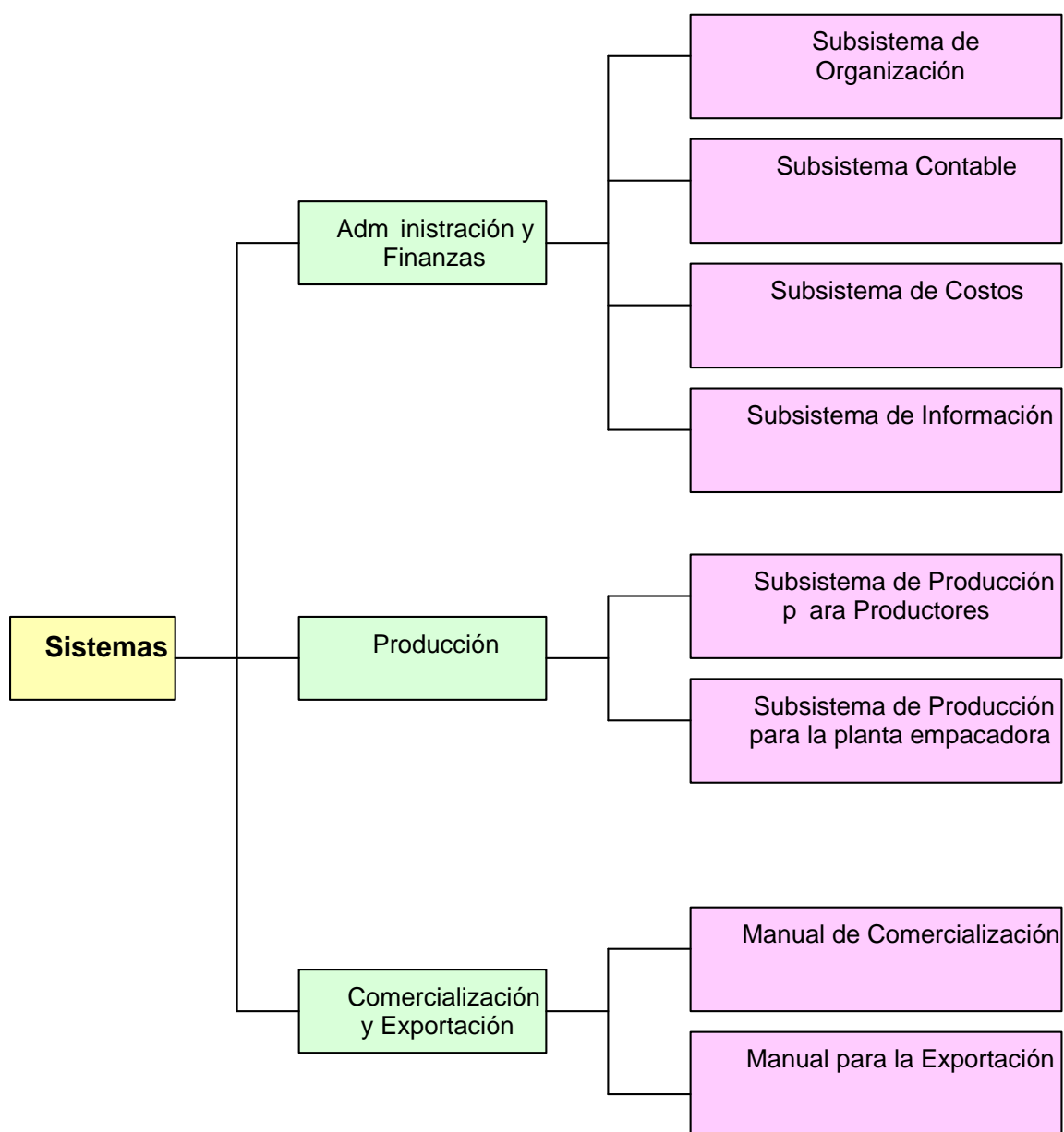
Tabla 88: Principales elementos considerados en los manuales

Sistema	Administración y Finanzas	Producción	Comercialización y Exportación
Problema encontrado	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente sistema de costeo de la producción. • Falta de una estructura organizativa. • Deficiente sistema organizacional. • Carencia de un sistema formal de información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de un sistema de planificación de la producción. • Inexistencia de un sistema de calidad. • Falta de un sistema de inventario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de aprovechamiento de los tratados comerciales con otros países. • Carencia una programación de estrategias de mercado.
Técnicas a utilizar	<ul style="list-style-type: none"> • Organización y Métodos. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diagrama de flujo. • Elaboración de formatos para los distintos subsistemas de la organización. • Sistema de costeo directo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de bloques. • Diagrama de procesos • Balance de materiales • Planificación de la producción. • Evaluación por puntos. • Carta de actividades relacionadas. • Diagrama de actividades relacionadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de estrategias de mercado. • Sistema metodológico de exportación.
Objetivos perseguidos con la implantación de los sistemas	<ul style="list-style-type: none"> • Definir los objetivos y funciones de cada miembro de la organización. • Proporcionar el costeo de cada recurso para lograr un mayor control de éstos. • Alcanzar la mayor eficiencia en las actividades de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Normalizar los procesos productivos, de manera que los productos obtenidos en éstos, cuenten con la calidad requerida. • Servir de base para futuras producciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar estrategias de mercado necesarias para incrementar el nivel de las ventas. • Proporcionar los lineamientos requeridos para aprovechar el mercado internacional.

	organización por medio de sistema de información adecuado.		
Base de análisis	<ul style="list-style-type: none"> • Organigrama. • Manual de organización. • Costos fijos y variables. • Margen de contribución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pronóstico de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Segmento de mercado. • Características de los productos.

A continuación se muestra la estructura interna general de cada uno de los sistemas propuestos:

Figura 10 : Estructura Interna de Los sistemas Propuestos



Para el desarrollo de estos sistemas se utilizará la siguiente metodología:

1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la solución se encuentra dividido básicamente en los siguientes elementos:

- Diseño de la red empresarial.
- Proceso para conformar la red empresarial.
- Desarrollo organizacional de red empresarial.
- Diseño de sistemas:
 - Sistema de Administración y Finanzas.
 - Sistema de Producción.
 - Sistema de Comercialización y Exportación.

Y para poder llevar a cabo el desarrollo de esta etapa, fue necesario la utilización de técnicas propias de Ingeniería Industrial, así como también el uso de entrevistas, pruebas de campo, fuentes secundaria de investigación, entre otros recurso.

A continuación se presenta un cuadro resumen de las fuentes de información consultadas, la metodología y/o las técnicas utilizadas en cada uno de los principales apartado de esta etapa:

Tabla 89 : Cuadro resumen de las fuentes de Información primaria y secundaria, metodología y/o técnicas empleadas en cada uno de los principales apartados de la etapa de diseño.

PRINCIPALES APARTADOS	FUENTES DE INFORMACION UTILIZADAS	METODOLOGIA Y/O TECNICAS UTILIZADAS
Diseño de la red empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Resultados de la etapa de diagnostico, conceptualización de la solución. ▪ Encargado de programas de incentivo a las exportaciones, MINEC. ▪ Consulta bibliográfica. ▪ Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de la información recolectada y adecuación a nuestro proyecto.
Proceso para conformar la red empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encargado de programas de incentivo a las exportaciones, MINEC. ▪ Consulta bibliográfica. ▪ Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de la información recolectada y adecuación a nuestro proyecto. ▪ Análisis de cada uno de los subsistemas que conformarán la Red Empresarial.
Desarrollo organizacional de la red empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consulta bibliográfica. ▪ Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de la información recolectada y adecuación a nuestro proyecto. ▪ Organización y Métodos.

Establecimiento de alianzas estratégicas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consulta bibliográfica. ▪ Internet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de información y búsqueda de oportunidades.
Sistema de Administración y Finanzas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consulta bibliográfica. ▪ Internet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recolección y análisis de información y aplicación de técnicas adecuadas. ▪ Organización y Métodos. ▪ Contabilidad y Costos. ▪ Sistema de Información Gerencial.
Sistema de Producción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Resultados de la etapa de diagnóstico, demanda potencial de cada mercado. ▪ Pruebas de campo ▪ Normas del Codex Alimentarius. ▪ Productores de la Micro Región Los Nonualcos ▪ Alcaldías de los municipios en estudio. ▪ Consulta bibliográfica. ▪ Internet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recolección y análisis de la información, luego aplicación de técnicas idóneas. ▪ Diagrama de bloques. ▪ Diagrama de procesos ▪ Balance de materiales ▪ Planificación de la producción. ▪ Evaluación por puntos. ▪ Carta de actividades relacionadas. ▪ Diagrama de actividades relacionadas.
Sistema de Comercialización y Exportación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministerio de economía ▪ Coexport ▪ Encargado de programas de incentivo a las exportaciones, MINEC. ▪ Consulta bibliográfica. ▪ Internet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recolección y análisis de información, propuestas.

2. SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Para el buen funcionamiento de la Red Empresarial que sera conformada por los productores de antojos tipicos de la Micro región Los Nonualcos, es necesario detallar cada una de las funciones que tendra el personal encargado del funcionamiento de esta, asi como tambien llevar un registro detallado de los ingresos y egresos que perciba la Red; es decir, la compra de materia prima, insumos, gastos de salarios, las ventas de los productos y detallar muy bien como se realizara la reparticion de las utilidades al final de cada periodo, ya que la Red la conformaran alrededor de 106 productores de la región.

En este apartado se presenta un manual de organización el cual será de manera general; es decir, que abarcará toda la Red, desde los productores hasta la planta empaedora, detallando en él a las personas involucradas en el funcionamiento de esta, describiendo las funciones de estas entidades dentro de la gran empresa que se le denomina Red, y de esta manera evitar las dualidades de mando o la saturación de funciones; cada persona tendrá asignada su carga de trabajo, de manera que no haya confusiones a la hora de realizar las obligaciones que le correspondan.

Además, se presenta un sistema contable, el cual será el encargado de llevar la contabilidad de toda la Red, tanto de productores como de la planta empaedora, esto con el objetivo de llevar un control minucioso de las entradas y salidas de dinero y así determinar el porcentaje de utilidad que corresponde a cada productor. También, se diseña un manual de costos, el cual se hace de manera sencilla para que cada productor pueda determinar de forma ordenada cuánto le cuesta elaborar cada uno de los productos.

2.1 Subsistema De Organización

Manual De Organización Para La Red Empresarial

Para formalizar la Red como una organización. Se debe contar con la infraestructura física que facilite la realización de actividades administrativas, para ello se requerirá de recurso humano, material y financiero que cubra las necesidades del grupo. Además, es necesario que la Red Empresarial se prepare para formalizarse como organización a través de diferentes acciones las cuales se detallan a continuación:

Creación De Infraestructura De Apoyo.

Para la red empresarial conformada por los productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos se propone una infraestructura de apoyo sencilla de manera que los empresarios pueden asumir los costos fijos que esto conlleva.

Desarrollo de Misión, Visión, políticas y objetivos

Es necesario establecer una base para el crecimiento del grupo como unidad organizacional, tomando en cuenta los elementos principales que toda organización bien fundamentada debe tener, estos elementos son la misión, visión y objetivos.

- **Misión**

Es la razón de ser de la empresa considerando sobre todo la atractividad del negocio. Para establecer la misión de productores de antojos típicos de la Micro región Los Nonualcos, se hace un análisis del macro y micro entorno que permita construir el escenario actual y posible, para que sea posible ver con mayor énfasis la condición y razón de ser de la red en dicho mercado. Para ello se ha determinado lo siguiente:

“Ser una red empresarial organizada, con el fin de poder competir en el mercado Nacional y Extranjero, elaborando Antojos típicos Salvadoreños de buena calidad, fortaleciendo y consolidando a la vez a dicho sector”

- **Visión**

Es la intervención diseñada para ayudar a los miembros de la organización a ver hacia el futuro. Para ello se ha redactado lo siguiente:

"Colocarse en el mercado como la red empresarial, competitiva en el marco global, líder en el mercado de antojos típicos salvadoreños, con los mejores procesos y recurso humano para su elaboración, respondiendo a las exigencias de los consumidores".

- **Objetivos**

Los objetivos estratégicos se hacen con un alcance de cinco años y mínimo de tres. Los objetivos organizacionales tienen la duración de un año. Los primeros objetivos son de responsabilidad de alta dirección pues ellos son los encargados en señalar la línea de acción de la empresa hacia el futuro. Son responsables también de cambiar esta dirección, antes de que la empresa se vaya al fracaso en el mercado.

Los objetivos estratégicos sirven para definir el futuro del negocio mientras que los objetivos organizacionales se refieren a como hacer productivo el negocio en término de un año.

Los *objetivos generales* planteados para la red empresarial son los siguientes:

- √ Mejoramiento de la tecnología y procesos en la elaboración de antojos típicos salvadoreños
- √ Crecimiento sostenido.
- √ Integración y organización de los productores de antojos típicos.
- √ Capacitación y mejoramiento del personal.
- √ Claridad en los conceptos de cuales son las áreas que componen la empresa.
- √ Una solución integral que habrá así el camino hacia la excelencia y competitividad.
- √ Estandarización y mejora de calidad en procesos.
- √ La fácil accesibilidad en la compra del producto para la ampliación de clientes.

Los objetivos específicos para la red son los siguientes:

- √ La distribución de los productos ha de ser en forma oportuna a los clientes.
- √ Buena calidad del producto a bajo costo obteniendo ventaja competitiva.
- √ Mejor ambiente laboral donde el personal se pueda desenvolver con capacidad.

Después de haber diseñado los objetivos, junta general debe colocar en cada área clave a personal capaz de obtener resultados, aquellos que saben dirigir y motivar al personal.

- a. Propósito del Manual.**

Una de las estrategias para el desarrollo de cualquier empresa lo constituye la documentación de sus sistemas y en ese orden se hace evidente la necesidad de contar con un programa de revisión

constante sobre los sistemas, métodos y procedimientos en la ejecución operativa, que permita descubrir, evaluar y corregir desviaciones de los planes originales.

Es por lo anterior que se considera necesario para las empresas productoras de antojos típicos salvadoreños incluyendo a estos la planta empackadora, ya que serán un conjunto ordenado dentro de la Red Empresarial, la preparación de un manual de organización que permita dar a conocer o aclarar los objetivos, las políticas a seguir, la estructura y funciones, las técnicas, métodos y sistemas para el desarrollo propio de estas funciones.

b. Usuarios del Manual.

Este manual esta dirigido a la Red Empresarial compuesta por los productores de antojos típicos salvadoreños y la planta empackadora de antojos típicos, delimitados en la zona de la Micro Región Los Nonualcos.

c. Organización de la Red Empresarial.

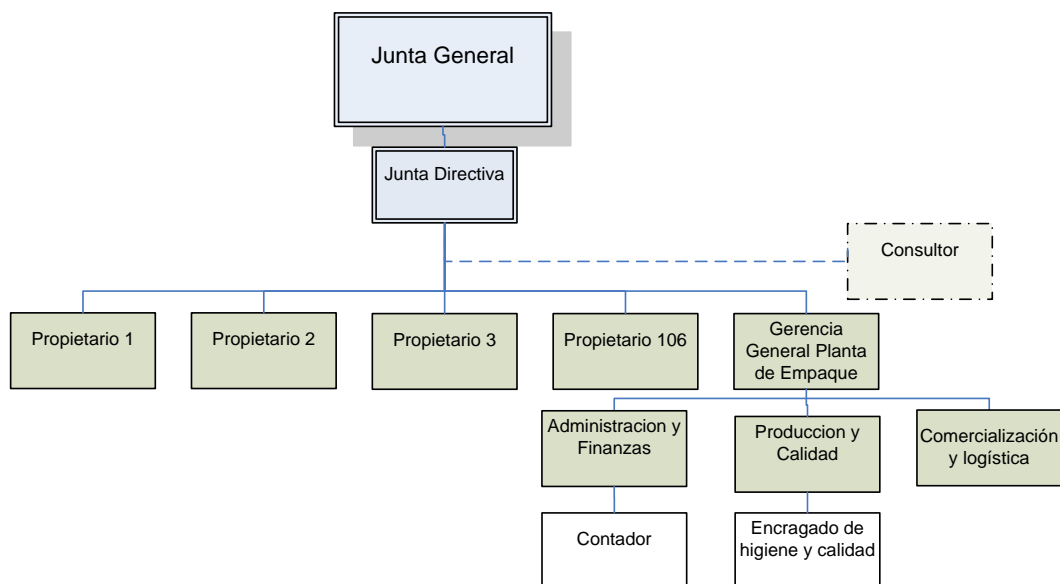
La estructura de la organización es un mecanismo proyectado para ayudar a lograr las metas de la empresa. Por pequeña que sea la organización, esta debe comenzar por definir sus objetivos, ya que sus recursos pueden ser limitados y deben utilizarse eficazmente si es que se quiere que la empresa sobreviva y prospere. Esto requiere una formulación de objetivos y una asignación de responsabilidades. La asignación de responsabilidades es esencial, incluso si la organización se compone de un solo hombre, porque el debe de distribuir su tiempo tan eficazmente como sea posible, y más aun si se cuenta con una cantidad grande de persona, ya que mientras mas personas estén involucradas, es más difícil controlarlas.

Como norma general se debe de evitar la duplicidad o multiplicidad de mando, que cada puesto dependa directamente de un solo jefe y que las ordenes e instrucciones se transmitan en cualquier caso a través de la línea vertical descendiente. Toda buena organización debe tener descentralización de funciones, una necesaria especialización de los servicios y capacidad de los colaboradores, delegando en ellos atribuciones mas amplias dentro de un marco de competencia perfectamente determinada, con lo que se estimula el sentido de responsabilidad y el máximo rendimiento, en cada una de las funciones conferidas.

Por lo tanto para la organización de la Red Empresarial, se utilizara la organización funcional; que se organiza por departamentos o funciones basándose en los principios de la división del trabajo de las labores de un empresa, y aprovecha la preparación y la aptitud profesionales de los individuos en donde puedan rendir mejores frutos.

d. Organigrama Propuesto para Red Empresarial.

Figura 11: Organigrama Para Red Empresarial



El organigrama es de tipo funcional con lo que se pretende minimizar la duplicidad de personal y equipo, un mejor control del personal y el establecimiento de niveles de mando.

El manual de organización que se presenta tiene por objeto exponer con detalle la estructura de la Red, señalando los puestos y la relación que existe entre ellos para el logro de sus objetivos. Explica la jerarquía, los grados de autoridad y responsabilidad; las funciones y actividades de los órganos de la empresa.

El manual deberá ser revisado cada año para verificar que estén incorporadas todas las tareas realizadas en un puesto de trabajo. Si existieran nuevas tareas o nuevos puestos se deben de integrar al manual.

El manual debe de contener lo siguiente:

- Introducción: se debe de plantear un panorama general del contenido del manual, planteando las ventajas y desventajas que se obtienen con su aplicación.
- Objetivos: se detallan todos los aspectos que se pretenden alcanzar con la inclusión del presente manual.
- Ámbito de aplicación: el ámbito del manual de organización debe abarcar las distintas unidades básicas que debe tener la empresa. En el se debe describir quien o quienes lo consultaran y las condiciones en las que lo harán.
- Uso y aplicaciones: se debe establecer una serie de recomendaciones de cómo utilizar el manual por cualquier persona y los aspectos de cuando se harán las modificaciones y/o actualizaciones.
- Mantenimiento y actualización del manual de cada unidad: en cualquiera de los casos, el encargado de cada unidad será el responsable de dar a conocer a sus subalternos los cambios aprobados. Se

deberán presentar los cambios de organización y funciones a la gerencia general para que sean revisados y aprobados, para posteriormente ser incorporados oportunamente al manual por los encargados de cada unidad.

A continuación se presenta un modelo de Manual de Organización, para que pueda ser aplicado por la Red Empresarial de los productores de antojos típicos de la Micro región Los Nonualcos.

Manual de Organización

**Para la Red Empresarial conformada por los productores de antojos típicos salvadoreños
de la Micro Región Los Nonualcos**

INTRODUCCION.

El manual de organización es un instrumento administrativo que describe con detalle la estructura de la empresa, así como también la relación que existe entre las unidades para el logro de los objetivos.

Todas las unidades que conforman la Red Empresarial, tendrá una guía practica para desarrollar las actividades que le compete; ya que el Manual de Organización explica la jerarquía, los grados de autoridad y responsabilidad, funciones y actividades de cada uno de las unidades de la organización.

Un aspecto fundamental que se obtiene con la implementación de este manual, es facilitar la toma de decisiones dentro de la Red; además, sirve para que los empresarios conozcan las funciones y responsabilidades de toda la estructura.

Manual de Organización

**Para la Red Empresarial conformada por los productores de antojos típicos salvadoreños
de la Micro Región Los Nonualcos**

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar un instrumento administrativo que permita aclarar o dar a conocer los objetivos, la estructura y funciones de cada individuo que labora en la Red Empresarial conformada por los productores de antojos típicos de la Micro Región Los Nonualcos y la planta empacadora de antojos típicos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conocer los objetivos y niveles de autoridad de cada una de las unidades que conforman la Red Empresarial.
- Especificar las responsabilidades y funciones de cada una de las unidades que conforman la Red Empresarial.
- Servir como guía e instrumento de consulta permanente para el personal que labora en la empresa.
- Establecer una visión general de la Red Empresarial.

Manual de Organización
Para la Red Empresarial conformada por los productores de antojos típicos salvadoreños
de la Micro Región Los Nonualcos

AMBITO DE APLICACIÓN.

El ámbito de aplicación del Manual de Organización abarca las distintas unidades que conforman la Red Empresarial, tomando en cuenta a cada uno de los productores de antojos típicos salvadoreños, así como también las personas que laboran en la planta empacadora.

El documento podrá ser utilizado por todo el personal con previa autorización de Junta Directiva.

Manual de Organización

**Para la Red Empresarial conformada por los productores de antojos típicos salvadoreños
de la Micro Región Los Nonualcos**

INSTRUCCIONES PARA EL USO Y APLICACIÓN.

A continuación se presentan algunas instrucciones con el fin de que el Manual de Organización pueda ser entendido por todos los usuarios:

El personal debe de conocer e interpretar adecuadamente el manual.

- √ No se deben de sacar las páginas del manual.
- √ No se pueden sustituir páginas con otras funciones sin previa autorización.
- √ Al momento de hacer algún cambio en las áreas funcionales se deberá de actualizar el manual, por lo que se recomienda revisarlo periódicamente y actualizarlo.
- √ Cada uno de los productores debe tener una copia del presenta manual, para visualizar su función dentro de la Red Empresarial.

Manual de Organización
Para la Red Empresarial conformada por los productores de antojos típicos salvadoreños
de la Micro Región Los Nonualcos

MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACION DEL MANUAL.

A continuación se presentan algunas recomendaciones para la actualización del Manual de Organización:

1. El manual debe ser actualizado periódicamente, como mínimo cada año, debido a los cambios que se dan en la Red con el paso del tiempo.
2. Todo cambio debe ser aprobado por la máxima autoridad dentro de la empresa (Junta General).
3. Todo cambio debe darse a conocer a los empleados por el encargado de cada área. Es de destacar que todos los empleados conozcan las funciones de cada área funcional para que no haya problemas de mal entendimiento en cuanto a las funciones de cada departamento.

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: JUNTA GENERAL	PAGINA 1 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: NINGUNA	UNIDADES SUBORDINADAS: JUNTA DIRECTIVA, PROPIETARIOS Y PLANTA EMPACADORA
OBJETIVOS DEL CARGO: <i>Establecer convenios de obligatoriedad para todos los miembros que conforman la Junta General, así mismo dirigir y tomar decisiones que beneficien a toda la Red Empresarial.</i>	
	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Elegir la Junta directiva de la Red Empresarial ⊕ Distribuir las utilidades ⊕ Establecer el monto de la aportación al fondo común de los miembros de la Red 	

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: JUNTA DIRECTIVA	PAGINA 2 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: JUNTA GENERAL	UNIDADES SUBORDINADAS: PROPIETARIOS Y PLANTA EMPACADORA
OBJETIVOS DEL CARGO: <i>Establecer acuerdos de obligatoriedad para todos los miembros que conforman la Red Empresarial, velar por el adecuado funcionamiento de la Red y que los objetivos se cumplan a cabalidad.</i>	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Desarrollar las acciones necesarias para el logro de la misión y los objetivos de la red. ⊕ Velar por la administración eficiente de los recursos de la red ⊕ Promover la elaboración de planes, programas, proyectos y presupuestos de la red e informar a la junta general. ⊕ Velar por el cumplimiento de los estatutos, reglamento interno, acuerdos y resoluciones de la misma junta general. ⊕ Coordinar a sesiones ordinarias y extraordinarias a todos los miembros de la junta General. ⊕ Otras funciones asignadas por los miembros ⊕ Evaluar y contratar al personal que laborara en la planta empacadora. 	

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: CONSULTOR	PAGINA 3 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: JUNTA DIRECTIVA	UNIDADES SUBORDINADAS: NINGUNA
OBJETIVOS DEL CARGO: Proporcionar asesoría técnica en la conformación, operación y seguimiento de la Red empresarial	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Coordinar las reuniones de conformación de la red. ⊕ Seleccionar los miembros de la red empresarial en base a los criterios establecidos. ⊕ Construir relaciones de confianza entre los empresarios interesados. ⊕ Establecer los lineamientos para conformar la junta directiva de la red ⊕ Cooperar con el desarrollo de las funciones de la junta directiva ⊕ Facilitar contacto de los empresarios con instituciones de apoyo ⊕ Elaborar, ejecutar y dar seguimiento a planes de acción promocional ⊕ Dar seguimiento y evaluación de empresas, red y programas. 	

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: PROPIETARIO	PAGINA 4 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: JUNTA DIRECTIVA	UNIDADES SUBORDINADAS: OPERATIVA
OBJETIVOS DEL CARGO: Cumplir con los acuerdos que la junta directiva dispone con el fin de mejorar la competitividad de sus empresas.	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Aportar el 20% del costo de la consultoría ⊕ Participar y colaborar en las actividades planificadas y coordinadas con los demás miembros. ⊕ Asistir a las convocatorias de junta general que se les haga a través de la junta directiva y de la institución asesora seleccionada. ⊕ Proporcionar información necesaria para efectos del diagnostico y desarrollo de las empresas ⊕ Apoyar y coordinar con otros empresarios afines con su actividad. ⊕ Apoyar y colaborar en las actividades grupales en las diferentes áreas de trabajo grupal ⊕ Comprometerse en acompañar las actividades de manera conjunta entre las empresas, con el objetivo de encontrar conjuntamente alternativas de solución a problemas empresariales. ⊕ Fortalecer el grupo con ideas prepositivas que sean de beneficio para todos ⊕ Otras actividades que sean de beneficio para los participantes en el grupo. 	

Manual de Organización Para la Red Empresarial conformada por los productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Operativo	PAGINA 5 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Propietario	UNIDADES SUBORDINADAS: Ninguna
OBJETIVOS DEL CARGO: Desarrollar las actividades relacionadas a la preparación de los antojos típicos salvadoreños que posteriormente serán enviados a la planta empacadora.	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Elaborar los antojos típicos, siguiendo las instrucciones que se detallan en el manual de higiene. ⊕ Cuidar en todo momento la vestimenta que se utiliza a la hora de la elaboración de los antojos típicos, ya que es un factor de vital importancia. ⊕ Asegurar que el almacenamiento de los productos se realice de la mejor manera, teniendo en cuenta que estos no deben de recibir ningún tipo de contaminación y que deben de empacarse de manera individual, para evitar mezclas entre productos. ⊕ Realizar la gestión de venta en el local. 	

Manual de Organización Para la Red Empresarial conformada por los productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Gerencia General de Planta Empacadora	PAGINA 6 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Junta Directiva	UNIDADES SUBORDINADAS: Administración y Finanzas Producción y Calidad Comercialización y Exportación
OBJETIVOS DEL CARGO: Planificar, coordinar, dirigir y evaluar el desarrollo de todas las actividades que la planta empacadora realice para lograr los propósitos que la Red Empresarial persigue.	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades de la empresa empacadora. ⊕ Planificar, organizar y controlar los gastos de los recursos, tanto materiales como económicos. ⊕ Velar por el cumplimiento de las diferentes leyes normativas. ⊕ Evaluar los diferentes estados financieros, con el propósito de encontrar una mayor estabilidad financiera. ⊕ Aprobar el presupuesto y el plan operativo de la empresa. ⊕ Asistir a las convocatorias que se le haga, a través de la Junta Directiva y de la institución asesora seleccionada. ⊕ Participar y colaborar en las actividades planificadas y coordinadas con los miembros de la Red Empresarial. ⊕ Proporcionar información necesaria para efectos del diagnostico y desarrollo de la empresa para construcción del Plan de Negocios. 	

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Departamento de Administración y Finanzas	PAGINA 7 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Gerencia General	UNIDADES SUBORDINADAS: Contabilidad y Finanzas
OBJETIVOS DEL CARGO: Planificar y ejecutar las actividades administrativas, así como el uso eficiente de recursos económicos, estableciendo un sistema contable adecuado que permita controlar las transacciones financieras que realice la empresa; así como determinar el precio de los productos.	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Fijar criterios de contratación de personal. ⊕ Tramitar la documentación necesaria para el pago de salarios. ⊕ Controlar el cumplimiento de las normas, leyes y disposiciones del área financiera y contable. ⊕ Proporcionar la información financiera-contable a la Gerencia General, cuando esta sea solicitada. ⊕ Elaborar cuadros estadísticos de los aspectos financieros. ⊕ Proporcionar la información de costos al departamento de producción para determinar los costos del producto. ⊕ Manejar los archivos generales, cardex e inventarios de productos terminados. ⊕ Registrar en los libros diarios, auxiliares y principales; todos los ingresos y egresos de la empresa 	

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Contabilidad.	PAGINA 8 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Departamento de Administración y Finanzas	UNIDADES SUBORDINADAS: Ninguna
OBJETIVOS DEL CARGO: Planificar y ejecutar las actividades referentes a la administración contable de los fondos, además tener al día los diferentes instrumentos contables tanto de la planta empacadora como de cada uno de los productores	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Registrar en los libros diarios, auxiliares y principales; todos los ingresos y egresos de la empresa ⊕ Detallar los ingresos y gastos de la Red Empresarial durante el ejercicio contable. ⊕ Recibir de parte de los productores los balances de cada una de las empresas que integran la Red y crear un libro para cada uno de ellos. ⊕ Determinar el costo unitario del producto ⊕ Elaborar las planillas de pagos de los empleados de la planta empacadora. 	

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: <i>Departamento de Producción y Calidad</i>	PAGINA 9 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: <i>Gerencia General</i>	UNIDADES SUBORDINADAS: Operativo, Higiene y Calidad
OBJETIVOS DEL CARGO: <i>Planificar, coordinar y dirigir el desarrollo de las actividades productivas de la empresa empacadora de antojos típicos salvadoreños.</i>	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Emitir informes escritos a la Gerencia General sobre el funcionamiento y operación del personal. ⊕ Llevar a cabo la planificación, programación y control de la producción. ⊕ Solicitar cuando sea necesario los insumos requeridos para el buen desarrollo de las actividades de su departamento. ⊕ Informar a la Gerencia General acerca de los planes, las metas y objetivos del departamento de producción para su respectiva aprobación. ⊕ Supervisar el trabajo realizado por las secciones de procesamiento, mantenimiento y control de calidad. ⊕ Determinar el costo del producto unitario en el departamento de producción. ⊕ Realizar la programación e informar a las unidades competentes de la materia prima a utilizar para elaborar los productos. ⊕ Registrar continuamente el incremento o disminución de la productividad en la planta empacadora 	

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Higiene y Calidad	PAGINA 10 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Departamento de Producción y Calidad	UNIDADES SUBORDINADAS: Ninguna
OBJETIVOS DEL CARGO: Planificar, coordinar y dirigir el desarrollo de las diferentes actividades de la Red en cuanto al aseguramiento de la calidad de los antojos típicos y la higiene para la elaboración de estos.	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Desarrollar y llevar acabo el plan de higiene y calidad ⊕ Evaluar las materias primas adquiridas en la planta empacadora para la elaboración de los antojos típicos ⊕ Evaluar el proceso de producción y aplicar normas de higiene y calidad, para que este sea adecuado a los requerimientos exigidos por las BPM ⊕ Realizar análisis a los productos terminados y determinar si cumplen con los requisitos estipulados en el manual de higiene y calidad. ⊕ Realizar visitas a los diferentes productores de antojos típicos para determinar si se realizaron los cambios exigidos para ingresar a la Red de manera que no choque con lo estipulado en el manual de higiene y calidad. ⊕ Brindar reportes del avance en materia de higiene y calidad 	

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Depto. de Comercialización y Logística	PAGINA 11 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Gerencia General	UNIDADES SUBORDINADAS: Ninguna
OBJETIVOS DEL CARGO: Planificar, dirigir y coordinar las actividades de abastecimiento, almacenamiento y distribución de los materiales y productos de la Red empresarial. Coordinar todo el movimiento de entradas y salidas de materiales de la misma.	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Coordinar las actividades para la comercialización de los antojos típicos salvadoreños, estableciendo los canales de distribución. ⊕ Mantener el contacto con los clientes asegurándoles el abastecimiento de los antojos típicos salvadoreños. ⊕ Coordinar la recepción de los antojos típicos proveniente de los productores, para su posterior empaçado. ⊕ Establecer claramente las condiciones de entrega de los antojos típicos salvadoreños, fecha de entrega y requisitos de embalaje. ⊕ Coordinar la recepción de los antojos típicos salvadoreños por el cliente, si cumple las normas y la descripción del contrato. ⊕ Realizar los trámites de exportación de los antojos típicos al exterior. ⊕ Elaborar la política de distribución, aprovisionamiento y transporte de los materiales necesarios para la producción. ⊕ Prever las necesidades de materias primas y componentes. ⊕ Elaborar y aplicar sistemas de control de existencias para la planificación de las compras. ⊕ Diseñar la organización de los materiales y productos almacenados. ⊕ Negociar con proveedores, clientes y empresas de transporte y logística. 	

Manual de Organización De La Red Empresarial de productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Operativo	PAGINA 12 DE 12
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Departamento de Producción y Calidad	UNIDADES SUBORDINADAS: Ninguna
OBJETIVOS DEL CARGO: Desarrollar las actividades relacionadas al empaclado y embalaje de los antojos típicos salvadoreños provenientes de los diferentes productores, pertenecientes a la Red Empresarial.	FECHA DE ELABORACION: Abril de 2006
	FECHA DE REVISION: Abril de 2006
	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Velar por el cumplimiento de las normas dictadas por la FDA, CODEX ALIMENTARIOS u otros organismos que regulen los alimentos. ⊕ Velar por las normas de higiene y seguridad dentro de la planta. ⊕ Verificar que la materia prima se encuentre en perfecto estado. ⊕ Asegurar el almacenamiento en condiciones óptimas de los antojos típicos salvadoreños provenientes de las empresas pertenecientes a la Red Empresarial, así como los productos terminados. ⊕ Ejecutar todas las actividades relacionadas con el empaque y almacenamiento de los productos terminados. 	

2.2 Subsistema Contable

a. **Introducción**

Conociendo de antemano la información brindada por los Productores de La Micro Región Los Nonualcos y la Planta Empacadora de los mismos, se considera importante desarrollar un manual para el desarrollo e implementación de un sistema contable, ya que se verificó que no se cuenta con registros de compras, ventas, etc. Ultimando que sería de gran utilidad la aportación de una estructura organizada, mediante la cual se podrá recoger la información de la empresa, como resultado de sus operaciones, valiéndose de recursos como formularios, reportes, libros, etc. permitiéndoles así la toma de decisiones financieras. Este permitirá clasificar los hechos económicos que ocurran en el negocio.

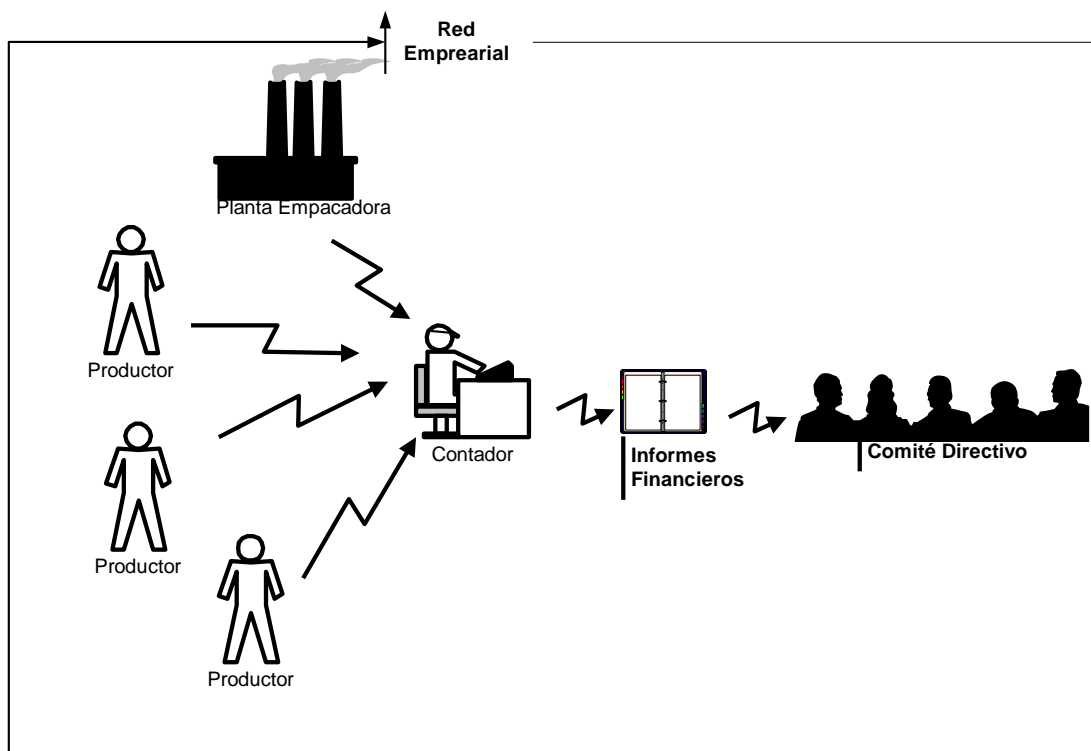
Los registros con los que debe contar obligatoriamente los productores de antojos típicos salvadoreños y la planta empacadora, son los siguientes:

- Gastos
 - Compras
 - Ventas
 - Libro diario Mayor
 - Libros de IVA
 - Libro de compras y ventas
 - Estados Financieros
- } Crédito o contado
- } - Estado de Perdidas y Ganancias
- Balance General

b. **Quien llevará la contabilidad del negocio.**

La contabilidad de la Red estará a cargo de un contador general, la cual incluirá la contabilidad tanto de los productores como la de la planta empacadora. Cada productor entregará sus movimientos económicos al final de cada día al contador para que este efectúe las acciones necesarias, además cada productor podrá tener personalmente sus propios registros. A continuación se muestra esquemáticamente este flujo de información:

Figura 12 : Flujo de información contable



El contador de la Red tendrá centralizada sus actividades dentro de la Planta Empacadora, desde al cual recibirá toda la información económica necesaria para elaborar los informes financieros correspondiente, que luego entregará a la Junta Directiva para su correspondiente manejo, éste dará a conocer la situación financiera de la Cooperativa en su reunión mensual o cuando lo considere prudente.

c. Características del sistema contable propuesto.

El sistema de información contable ofrece:

- √ Control: Sobre las operaciones de la planta empacadora. Los controles internos se realizarán a través de los formatos de las tablas 90 y 91 que más adelante se presentan, con los cuales dicha planta declarará los movimientos ejecutados diariamente. Para verificar que los formatos se estén llenando correctamente, el contador realizará visitas eventualmente y brindará las asesorías necesarias.
- √ Compatibilidad: La información contable, se hará llegar de acuerdo a la capacidad de cada productor, por vía fax, correo electrónico, etc. Y será recopilada por la persona concedora de dichos términos.
- √ Flexibilidad: El sistema podrá sufrir cambios según los requerimientos que se vayan presentado.
- √ Brindará los informes necesarios: Estado de Pérdidas y Ganancias y el Balance General, además de los libros correspondientes.

a. Libro de Gastos, compras y Ventas.

En este libro se relacionan cinco registros entre sí, en los cuales se anota toda la información contable sobre el movimiento de las operaciones normales de la empresa. Entre los principales registros que forman el sistema simple de cuentas, se encuentran los siguientes:

- o Cuenta de caja o efectivo
- o Cuentas de ventas
- o Cuentas de compra de materia prima
- o Cuenta de gastos, entre otras.

b. Cuenta de caja o efectivo

Este registro permite conocer el total de ingresos y egresos de la empresa. Registra las entradas y salidas del dinero en efectivo y cheques que se tienen en la empresa. Con este registro el propietario podrá saber cuanto recibe en dinero, controlar sus gastos y retiros personales, estar seguro que toda entrada y salida de dinero quedará registrada, así mismo controlar la disponibilidad para pagar la deuda. Esta cuenta contiene la siguiente información:

Tabla 90 : Formato de Cuenta De Caja o Efectivo

CUENTA DE CAJA O EFECTIVO				
Fecha	Detalle	Entrada	Salida	Saldo
Día/mes/ Año	Se debe anotar lo que se vendió, compró o pagó, con los datos necesarios: # de factura, nombre del cliente o proveedor, cantidad y otros.	Cantidad de dinero que ingresa	Cantidad de dinero que sale	Saldo anterior mas entradas o menos salidas

Indicaciones Para El Uso De La Cuenta.

Se iniciará esta cuenta con el dinero en efectivo que se tiene al momento de empezar a llevar los registros y se anotará en la columna de saldo. Al saldo se le suma si es entrada de dinero y se le resta si es salida de dinero. El saldo anotado al final del día deberá compararse con el efectivo que se tiene para verificar que sean iguales. Las anotaciones se deberán hacer al momento de realizar la entrada o salida de dinero para que no sea olvide registrarlas.

c. Cuenta de venta

Esta cuenta permite al productor, conocer las ventas efectuadas durante el día, controlar las ventas ya sea al contado o al crédito, determinar los saldos de las cuentas por cobrar y conocer las fechas de vencimiento de las cuentas al crédito. Una forma de registrar las ventas es utilizando el siguiente formulario:

Tabla 91: Formato para cuenta de venta

CUENTA DE VENTAS					
Fecha	Detalle	Valor de venta	Abono	Saldo por cobrar	Fecha de vencimiento
Día/mes/Año	Se debe anotar el numero de factura, numero de unidades, nombre del cliente, forma de pago	Se debe registrar el valor total de la venta.	Abono del cliente	Se anota la cantidad que queda debiendo el cliente. En el balance general deberá aparecer en cuentas por cobrar.	Aquí se anota la fecha en que debe pagar el cliente lo que se ha dado al crédito.

Indicaciones Para El Uso De La Cuenta.

El registro de esta cuenta se deberá realizar en el momento en que se entrega la mercancía. En la venta al crédito o al contado, el valor total de venta se registrará en la columna valor de la venta.

En las ventas al contado el valor de la venta se registrará en la cuenta caja o efectivo como entrada, no así en las ventas al crédito que se deben registrar en la columna “fecha de vencimiento”, en la cual se coloca la fecha en que se hará efectivo el cobro de deuda o abono a la misma. En las ventas al crédito pueden darse dos situaciones: la venta se puede efectuar sin abono o prima del cliente - el valor de esta venta se registra en la columna “saldo por cobrar” – o la venta se puede efectuar con abono o prima del cliente, -el valor de la cantidad recibida se registra en la columna “abono” y la deferencia en la columna “saldo por cobrar”-

d. Cuenta de compra de materia prima

En esta cuenta se registran todas las compras de materia prima, materiales, mercaderías ya sea que fuesen al contado o al crédito, de manera que tengan relación con la producción en la empresa. Con esta cuenta se podrá establecer las compras futuras, las condiciones de los inventarios y el pago puntual a los productores y bancos.

Tabla 92: Formato Cuenta de Compra de Materia Prima

CUENTA DE COMPRA DE MATERIA PRIMA					
Fecha	Detalle	Valor de compra	Abono	Saldo por pagar	Fecha de vencimiento
Día/mes/Año	Se debe anotar el numero de factura, numero de unidades, forma de pago	Se debe registrar el valor total de la compra	Abono efectuado	Se anota la cantidad que se queda debiendo al proveedor. En el balance	Aquí se anota la fecha en que debe pagar al proveedor lo que se ha

				general deberá aparecer en cuentas por pagar.	pedido al crédito.
--	--	--	--	--	-----------------------

Indicaciones Para El Uso De La Cuenta.

Las compras se deben anotar solo cuando se reciba la materia prima, así sea que se paguen de contado o al crédito. Si la compra se efectúa al contado, se anotará el valor de la compra en la columna “valor de la compra” no olvidándose de registrar dicho valor en la cuenta de caja o efectivo como salida. Si la compra es efectuada al crédito, dándose un abono se hará el movimiento siguiente: el valor de la compra en la columna “valor de compra”, el abono en la columna “abono” y la diferencia a pagar en la columna “saldo por pagar”. Registrando siempre el abono efectuado en la cuenta de caja como salida. Si la cuenta es al crédito se anotará en la columna “valor de compra” y en la fecha de vencimiento se coloca cuando de pagará.

Al final del periodo - Mes, año- se podrá determinar las compras totales de materia prima realizadas, mediante la suma de la columna “valor de la compra”, también podrá conocer el saldo total por pagar a proveedores en dicho periodo, el cual se obtendrá sumando la columna “saldo”, pero mediante la selección de los saldos no cancelado a dichos proveedores de materia prima, etc. Y de las otras cuentas por pagar.

e. Cuenta de gastos

En esta cuenta se deberán anotar todos los gastos que realice el empresario en un periodo determinado que correspondan a sueldos, salarios, gastos personales y generales. Al final del periodo se estará en la capacidad de determinar que cantidad de dinero se ha destinado para cada clase de gasto y en base a esta información realizar las medidas correctivas para ajustar los gastos a la situación financiera real de la empresa. Con esta cuenta se podrá establecer la participación que tienen los salarios en el costo de los productos, el dinero necesario para pagar el personal al finalizar la semana o el mes, el valor de los anticipos que han realizado a los trabajadores, todos los gastos diferentes de la materia prima, así mismo, controlar los gastos que están por encima del nivel de producción y ventas.

Indicaciones Para El Uso De La Cuenta.

Luego de registrar el gasto realizado de esta cuenta, se deberá registrar el valor pagado en la columna “salidas” de la cuenta caja o efectivo. Al finalizar el periodo – Mensual, trimestral, anual – se podrá sumar cada columna para conocer los gastos totales del periodo.

f. Libro Diario

Se registran contablemente todas las operaciones realizadas por la empresa en términos monetarios y en forma cronológica.

Tabla 93 : Libro diario

LIBRO DIARIO				
Día	Código	Descripción	Debe	Haber
Día/mes/Año	Se debe anotar el código de la cuenta que se está registrando	Se detallan los conceptos de todas las operaciones que se efectúan en la empresa diariamente	<p>En las cuentas de activos se van registrando todas las operaciones que son a favor de la empresa</p> <p>En las cuentas de pasivo se van registrando todas las operaciones donde la empresa va cancelando todos sus compromisos y obligaciones.</p>	En las cuentas de activos se van registrando todas las operaciones de cancelación que hacen otras personas a la empresa. En las cuentas de pasivo se van registrando todas las obligaciones y compromisos que tiene la empresa.

g. Libro Mayor

El libro mayor es uno de los instrumentos mas valiosos de toda la empresa, por ello es necesario poder tener acceso a él todo el tiempo. En el libro mayor cada una de las cuentas se trata independientemente, es decir que las cuentas de mayor registradas en el libro diario, al registrar las cuentas, estas se agrupan dentro de aquella de su misma clase. Generalmente las anotaciones en el libro diario se hacen al final del mes, pero si es posible llevar el libro actualizado es mucho mejor. Hay que tener en cuenta que dependiendo del tipo de cuenta así esta se debita o se acredita.

Tabla 94 : Libro mayor

LIBRO MAYOR		
Cuenta	Debe	Haber
Se registran los movimientos de una cuenta determinada con el día, mes y año en que se ha realizado ese movimiento en la cuenta. Es una recopilación de todos los movimientos que se han realizado en el mes de esa cuenta.		

h. Libros de IVA

Este libro esta conformado de la siguiente manera:

- √ Libro de compra: el cual sirve para llevar un registro cronológico de todas las compras que la empresa hace durante un ejercicio económico. Ejemplo facturas, crédito fiscal.
- √ Libro de venta a contribuyente: aquí se registran todas las operaciones de venta relacionadas por la compra a sus clientes
- √ Libro de venta a consumidores: el cual registra todas las ventas a consumidores finales que no requieren debito fiscal.

Estos libros de IVA, se tienen que declarar mensualmente, tanto para las ventas como para las compras efectuadas para determinar el impuesto por pagar.

i. Estados Financieros

Los estados financieros están compuestos principalmente por: Estado de pérdidas y ganancias y Balance General.

√ **Balance General**

El balance general es el resumen, en una fecha determinada, de todo lo que tiene la empresa, lo que debe y lo que realmente le pertenece a su propietario. Las partes que componen el balance general son: Activo, Pasivo y Patrimonio.

Activo: es la suma del valor de todos los bienes y derechos que posee el empresario para el logro de sus objetivos, y estos se clasifican en: Activo Circulante y Activo Fijo.

√ Activo circulante: son los recursos con los que realizan directamente las operaciones propias del negocio como caja, cuentas por cobrar, inventarios. Se caracteriza por la facilidad de convertirse en dinero en efectivo de inmediato o dentro de un periodo corto.

√ Activo fijo: esta formado por los bienes que la empresa posee y que le sirven para realizar las actividades de la empresa. Principalmente el proceso de producción, ventas o prestación de un servicio, ejemplo: terrenos, maquinaria y equipo, vehículos, muebles, equipo de oficina.

Pasivo: es el valor de las deudas contraídas por la empresa y se clasifica en: Pasivo circulante a corto plazo, pasivo a largo plazo y otros pasivos.

Entre las cuentas del pasivo circulante se tienen cuentas por cobrar, cuentas por pagar a proveedores, cuentas por pagar, obligaciones bancarias a corto plazo, anticipo, prestaciones por pagar. Entre las cuentas del pasivo a largo se tienen obligaciones bancarias a largo plazo, documentos por pagar. En la clasificación de otros pasivos entran las categorías de pasivos circulantes y pasivos a largo plazo, tales como arrendamiento recibido por anticipado.

Tabla 95: Balance General

BALANCE GENERAL / PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS SALVADOREÑOS	
NOMBRE DE LA EMPRESA :	
BALANCE GENERAL:	
AL _____ DE _____ DE _____	
(En US\$)	
ACTIVOS	\$ _____
CIRCULANTE	\$
Caja o efectivo	\$
Inventario de materia prima y materiales	\$
Inventario de producto terminado	\$

Cuentas por cobrar	\$		
FIJOS			\$
Activos tangibles			
Depreciación aculada	\$		
Activos intangibles			
Imprevistos	\$		
PASIVO			\$ _____
CIRCULANTE			\$
Cuentas por pagar	\$		
FIJO			\$
Bancos	\$		
CAPITAL			
Capital social			
Utilidades			
PASIVO MAS CAPITAL			\$ _____

Patrimonio: es el valor de lo que le pertenece al empresario en la fecha de realización del balance, siendo el resultado de la diferencia entre los activos y los pasivos, o sea es la diferencia entre lo que se tiene y se debe. El patrimonio lo conforma el capital, el cual consiste en el total de las aportaciones hechas por el dueño de la empresa para ponerla en funcionamiento, las utilidades retenidas, las cuales son las utilidades que han sido reinvertidas en la empresa o por distribuir y las utilidades del periodo actual, estas son las utilidades obtenidas por la empresa en el periodo inmediatamente anterior. Su valor se obtiene de la siguiente manera:

$$\text{Patrimonio} = \text{Activo} - \text{Pasivo}$$

En la elaboración del Balance General se pueden tomar en cuenta los siguientes elementos:

Encabezamiento: Se inicia con el nombre de la empresa, seguido de la fecha de preparación, o sea, el día, mes y año en que se levanto la información.

Distribución: El balance se divide en dos columnas: en la izquierda se colocan los activos y en la derecha los pasivos y el patrimonio con sus valores respectivos.

Elaboración: El balance general, se elabora para una fecha determinada y se debe incluir todos los bienes y compromisos de la empresa a la fecha de su elaboración.

A continuación se muestra un ejemplo:

√ **Estado de Perdidas y ganancias**

El estado de pérdidas y ganancias, mide los resultados de las operaciones de la empresa durante un intervalo específico de tiempo, por ejemplo un mes, un trimestre o un año indicando la ganancia o pérdida de la empresa. Los resultados del estado de pérdidas y ganancias permiten al empresario conocer y analizar la situación financiera en el futuro. Cuando los ingresos son mayores a los costos, se obtienen ganancias y cuando los costos y los gastos son mayores a los ingresos, se obtienen pérdidas. Para elaborar el Estado de pérdidas y ganancias se deben considerar los siguientes elementos:

Encabezamiento: el estado de pérdidas y ganancias se encabeza con el nombre de la empresa, seguido de la fecha de preparación, o sea, el día, mes y año en que se analiza.

Elaboración: al frente de cada cuenta en el espacio señalado, se colocan los valores respectivos, como sigue:

- √ Ventas: se suman los valores anotados en la columna “Valor de la venta” de la cuenta “Ventas” para el periodo analizado, el total de ventas se debe separar en ventas al contado y ventas al crédito.
- √ Costos de ventas: a las ventas se le resta el costo de lo vendido en el periodo, para calcular esta cifra se debe conocer: el costo de la materia prima utilizada, costo de mano de obra, gastos de fabricación y costos de producción disponible.
- √ Utilidad bruta: a las ventas del periodo se le resta el costo de ventas, obteniendo la utilidad bruta.
- √ Gastos de administración: es la suma de los valores registrados en la columna de gastos personales –sueldo del empresario-, sueldo de empleados de administración, intereses, comisiones, gastos generales de oficina , depreciación de muebles enceres y vehículos.
- √ Utilidad liquida: a la utilidad bruta se le restan los gastos de administración y se obtiene la utilidad liquida y neta.

Ejemplo del Estado De Perdidas Y Ganancias es el siguiente:

Tabla 96 : Formato Para Estado De Resultados

ESTADO DE RESULTADO PARA LOS PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS		
NOMBRE DE LA EMPRESA : _____		
ESTADO DE RESULTADOS		
AL ___ DE ___ DE _____		
EN US\$		
Saldo Inicial (Caja)		
√ Ventas		
TOTAL DE INGRESOS		\$
√ Costo de Producción	\$	
√ Costos de Administración	\$	
√ Costos de Comercialización	\$	
√ Costos Financieros	\$	

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$
√ Impuesto sobre la renta (___%)	\$	
√ Utilidad después de impuesto	\$	
-Depreciación	\$	
FLUJO DE EFECTIVO		\$

Para la aplicación del Sistema Contable, el empresario puede registrar las transacciones que se realizan en la empresa o el contador de la Red Empresarial lo puede hacer.

Se deben mantener los libros al día para evitar retrasos al punto que parezca imposible realizar los registros, ya que la toma de decisiones se hace en base a la información actualizada. El siguiente ejemplo muestra la forma de cómo llevar un registro:

Suponiendo que el día 20 de octubre de 2005 se hicieron compras de 10 quintales de Harina a \$60.00/ Quintal y 100 libras de queso a \$1.25/ lb. el día 22 de octubre del mismo año se vendieron 200 pupusas a \$0.42 c/u y el 24 de octubre se vendieron 150 pupusas al mismo precio, de las cuales solo se cancelaron el 50% y el resto a 15 días.

Por lo tanto las anotaciones de las cuentas involucradas se deben realizar en el Libro Diario, por ser mas sencillo y mas práctico; ya que todo lo que la empresa recibe es un Debito "Debe", y todo lo que sale de la misma es un Crédito "Haber", por lo tanto todas las transacciones se deben de realizar en el siguiente orden:

1. Realizar las transacciones, identificando las cuentas afectadas por la transacción
2. Realizar el registro de las cuentas dentro de cada partida y archivar todos los recibos y facturas de esa transacción.
3. Repetir los pasos 1 y 2 por cada transacción que se efectuó durante las jornadas de trabajo.

Por lo tanto las anotaciones en el Libro Diario quedarían de la siguiente manera:

Tabla 97 : Ejemplo de Libro Diario

"LIBRO DIARIO" PARA PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS DE LA MICROREGION LOS NONUALCOS.				
Fecha	Código	Descripción	Debe	Haber
20/10/2005	001	Materia Prima Caja √ Compra de 10 quintales de harina y 100 libras de queso	\$725.00	\$725.00
22/10/2005	002	Caja Ventas √ Venta de 200 pupusas	\$84.00	\$84.00
24/10/2005	003	Caja Cuentas por cobrar Ventas √ Venta de 150 pupusas	\$31.50 \$31.50	\$63.00

Las anotaciones en el libro Mayor quedarían de la siguiente Manera:

Tabla 98 : Ejemplo de Anotaciones del Libro Mayor

“LIBRO MAYOR” PARA PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS SALVADOREÑOS		
Del 1 de al 31 de octubre de 2005		
Cuenta	Debe	Haber
Caja		
20/10/2005		\$725.00
22/10/2005	\$ 84.00	
24/10/2005	\$ 31.50	
Ventas		
22/10/2005		\$ 84.00
24/10/2005		\$ 63.00
Cuenta Por cobrar		
24/10/2005	\$ 31.50	
Materia Prima		
20/10/2005	\$725.00	

Al final del periodo contable se debe realizar el balance general y el estado de resultados para determinar la utilidad o la perdida del ejercicio.

2.3 Subsistema De Costos

Toda empresa al producir incurre en costos, los costos de producción están en el centro de las decisiones empresariales, ya que todo incremento en los costos de producción normalmente significa una disminución en los beneficios de la empresa. De hecho, las empresas toman las decisiones sobre la producción y las ventas a la vista de los costos y los precios de venta de los bienes que lanzan al mercado.

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

Considérese por un momento los diferentes tipos de factores productivos que utiliza una empresa para obtener el bien que fábrica. Algunos de estos factores los compra en el mercado en el momento en que los necesita o los incorpora totalmente al producto. El costo de estos factores es simplemente el precio que se ha pagado por ellos en el mercado, mientras que los costos de producción son el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se incurren para obtener un producto terminado en las condiciones necesarias para ser entregado al sector comercial.

El sistema de costos propuesto será manejado para toda la Red Empresarial, es decir, incluirá costos tanto directos e indirectos de todo el proceso productivo de cada producto, el cual inicia en la planta

empacadora con la recepción de materia prima, continúa en la empresa del productor y termina otra vez en la planta empacadora.

Para elegir el sistema de costos apropiado se deben establecer las ventajas que ofrecen, la comprensión en el uso y la facilidad en la aplicación; por lo tanto se analizarán cada uno de ellos en el siguiente cuadro para determinar el sistema a utilizar.

Tabla 99: Sistemas Contables de Costos.

Costeo por Absorción	Costeo Directo	Costeo Estándar
El precio unitario lo conforma la mano de obra, materiales y gastos de fabricación.	Permite la aplicación de las utilidades futuras.	El costo incluye mano de obra, materiales y gastos generales.
Los gastos generales de fabricación se cargan al producto en el proceso de inventario.	Favorece la toma de decisiones.	Se calcula bajo estándares del producto.
El producto absorbe todos los costos de la empresa.	Medición de la utilidad bajo niveles de actividad variante.	El análisis se hace en la comparación de precio estándar contra precio real.
	Valoración de los inventarios sin cargar los gastos indirectos de fabricación, solamente los costos primos.	Los inventarios se evalúan al precio estándar.

Considerando todas las cualidades que presentan cada uno de los sistemas anteriormente presentados, se selecciona el *Costeo Directo*.

Todo sistema de costos tiene una estrecha relación con la información básica para desarrollar la Planeación, programación y control de la producción. Así también es necesario el conocimiento pleno y sin interrogantes del proceso productivo en la elaboración de antojos típicos salvadoreños, por lo cual es importante considerar los siguientes aspectos:

- √ Control sobre la materia prima y el producto terminado.
- √ Estudio y análisis de las operaciones del producto.
- √ Distribución física de la planta.

Ya con el conocimiento de los diferentes costos, el manual se maneja de acuerdo a la siguiente estructura:

$$\text{Costos de Producción} = \text{Costos Variable} + \text{Costos Fijos.}$$

Donde:

$$\text{Costos de Producción} = \text{Materia prima} + \text{Mano de Obra} + \text{Costos Fijos}$$

Esta estructura sirve de base para definir el modelo del sistema de costos, diseñado para la Red Empresarial.

El sistema de costos pretende lograr que los empresarios conozcan el costo de producción de sus productos, tener base para determinar el precio de venta de los productos y tener los elementos necesarios para tomar decisiones.

❖ Quien manejará el sistema de costos.

El sistema de costos deberá ser manejado por el encargado de finanzas de la Planta Empacadora, el cual recibirá toda la información requerida de cada productor y de la misma planta empacadora para determinar los costos fijos y variables, consecuentemente el costo unitario de cada producto. A continuación se describe que tipo de información deberá proporcionar cada involucrado:

Productor de los antojos típicos salvadoreños.

Costos Fijos: En los primeros meses de operación del negocio, los productores presentarán el listado de los servicios generales utilizados para la elaboración del producto destinado para este proyecto, ya que es de recordar que los productores continuarán elaborando sus productos de siempre, es decir, los que elaboran actualmente; así como agua, energía eléctrica, alquileres, mantenimiento de equipo, impuestos, administrativos. El encargado de llevar los costos, prorrateará los costos.

Luego de 6 meses, cuando se tenga un promedio de costos fijos por productor, ya no será necesario que se presente esta información a menos que el encargado de costos lo pida.

El encargado de los costos, obtendrá un promedio de los costos fijos que presenten todos los productores para determinar el costo unitario de los productos.

Costos Variables: Presentará un informe del recurso humano utilizado para los productos destinados al proyecto, número de operarios, horas trabajadas, salario y prestaciones.

Tabla 100: Formato sugerido para reportar mano de obra

NOMBRE DEL PRODUCTOR: _____		MES: _____ DEL 200_____	
PRODUCTO: _____			
Numero de empleados	Salario mensual (\$)/empleado ⁵⁴	Total horas trabajadas/mes	Total horas trabajadas/mes en los productos a empacar

Con esta información el encargado podrá determinar el costo de mano de obra por producto, y al igual que el costo fijo, se obtendrá un promedio de este costo.

Planta empacadora.

⁵⁴ Incluye ISSS y AFP.

El encargado de costos obtendrá directamente de la planta empacadora los demás costos que necesita para determinar el costo unitario de los diferentes productos, costos fijos de la planta, mano de obra de empaque y materia prima.

Encargado de costos.

Este determinará un costo estándar parcial para recibir los productos que vengan de los productores, éste será para cada producto de esta manera:

$$\text{Costos Estandar} = \frac{\text{Sumatoria Costos fijos totales}}{\# \text{ total de productores}} + \text{Costo Mano de obra}$$

El encargado de llevar estos costos, centralizará sus actividades en la planta empacadora y desde allí realizará el costeo de todos los productos, asesorará inicialmente a los productores en cuanto al manejo de cómo llenar el formato presentado anteriormente y la obtención de los costos fijos.

A manera de ilustración de cómo se debe de elaborar el sistema, se determinara el costo unitario del nuegoado, con el propósito de conocer los verdaderos costos y estimar la ganancia teniendo como principal parámetro los costos. A continuación se desarrollan todos los rubros involucrados para establecer el precio del producto, se determinaran tanto los costos fijos como los costos variables involucrados en el proceso de fabricación.

a. Determinación De Los Costos Variables.

Estos costos corresponden a la materia prima y mano de obra (costos primos).

Inicialmente se detallan los pasos para establecer el costo directo de la mano de obra.

- Costo de Mano de Obra.

Esta representada por los sueldos de las personas que están directamente relacionadas con la producción diaria, para la cual se necesitan dos empleados.

Tabla 101: Ejemplo de Formato para Costo de Mano de Obra

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA (US\$)							
Nombre del puesto	Numero de empleados	Salario mensual	Salario diario	ISSS	AFP	Total diario / empleado	Total
Operario	2	\$175.00	\$7.95	\$0.23	\$0.47	\$7.25	\$14.50

De la tabla 14, se toma el dato de la producción de nuegados por año de la Micro región Los Nonualcos y se transforma el dato a una producción diaria, así se tiene que se producen 32.72 Kg. diarios de nuegados⁵⁵. Por lo tanto, el costo directo de mano de obra para un Kg. Es:

$$\text{MOD} = \frac{\text{Costo total de planilla diaria}}{\text{Total de Kg. de nuegados diarios}} \times 1 \text{ Kg. de nuegados}$$

$$\text{MOD} = \frac{\text{US\$14.50}}{32.72\text{Kg. de nuegados}} \times 1 \text{ Kg. de nuegados}$$

$$\text{MOD} = \text{US\$0.44}$$

√ **Costos de Materia Prima y Materiales Directos.**

En este se describen los costos en que se incurrirá en la compra de las materias primas y los materiales directos que entraran al proceso sobre la base de los requerimientos.

Tabla 102: Ejemplo de Formato de Costo de Materia Prima y Materiales Directos

COSTO DE MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS (US\$)			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Yuca	1 Kg.	\$0.21	\$0.21
Dulce de panela	1 atado de dulce	\$0.60	\$0.60
Aceite vegetal	0.3 lt.	\$1.25	\$0.35
Costo total de materia prima y materiales			\$1.16

Una vez establecidos los costos variables de mano de obra, materia prima y materiales; es posible obtener los costos variables totales para la fabricación de las conservas, mediante la formula siguiente:

$$\text{Costo Variable Total} = \text{Costo de Mano de Obra} + \text{Costo de Materia Prima}$$

Por lo tanto, el Costo Variable Total para un Kg. de nuegados es de:

$$\text{Costo Variable Total} = \$0.44 + \$1.16$$

$$\text{Costo Variable Total} = \$1.60$$

b. Determinación De Los Costos Fijos.

Las actividades de producción en toda empresa producen gastos indirectos de fabricación que tienen características primordiales, estos no pueden ser identificados en una unidad elaborada en el proceso de fabricación, ya que difícilmente pueden medirse los elementos materiales o de servicios que son incorporados al proceso de elaboración de un producto. Por lo tanto no pueden ser determinados su

⁵⁵ Ver Diagnostico.

gasto o costo en forma unitaria. En la asociación Micro región Los Nonualcos, la asignación estimada del costo indirecto se realizara mediante el prorrateo de la relación, costo indirecto total y el total de libras de productos que son elaborados durante el año.

Las cifras en dinero de cada una de las cuentas que componen los Costos Indirectos, se obtienen a partir de las cifras estimadas registradas 1 año anterior, añadiendo un porcentaje del 4.7% que fue la inflación del año anterior. Según lo expresado se presentan los costos en la tabla 103:

Tabla 103: Cálculo de costos fijos para la Asociación Micro región Los Nonualcos.

COSTOS FIJOS	
Costos Fijos	Valor Anual US\$
Energía eléctrica	200.00
Agua potable	210.00
Impuestos municipales	150.00
Gastos administrativos	350.00
Teléfono	250.00
Depreciación	90.00
Combustible	150.00
Mantenimiento de equipo	80.00
Total de Costo Indirectos	1,480.00
4.7% por inflación ⁵⁶	69.56
Total de Costos Fijos	1,549.56

Una vez teniendo el total de los Costos Fijos, se puede determinar el Costo Fijo por Kg. en este caso de nuegados, para los otros productos se realizara el cálculo de la misma manera, el cual se realiza con la siguiente formula:

$$\text{Costo Fijo / Kg. de nuegados} = \frac{\text{Total de Costos Fijos}}{\text{Total de Kg. de nuegados al año}}$$

$$\text{Costo Fijo / Kg. de nuegados} = \frac{\$1,549.56}{8,640 \text{ Kg. de nuegados al año}}$$

$$\text{Costo Fijo / Kg. de nuegados} = \$0.18$$

c. *Determinación Del Costo Unitario.*

⁵⁶ Tasa de inflación correspondiente al año 2005, dato proporcionado por Banco Central de Reserva de El Salvador.

Para determinar el Costo Unitario del producto, es necesario sumar los Costos Variables y los Costos Fijos Totales, que incluyen la Mano de Obra, Materias Primas, Materiales y el Costo Indirecto.

El costo unitario se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Costo Unitario} = \text{Costo Fijo Total} + \text{Costo Variable Total}$$

El Costo Unitario para un Kg. de nuegados es de:

$$\text{Costo Unitario} = \$0.18 + \$1.60$$

$$\text{Costo Unitario} = \$1.78$$

d. Determinación Del Precio De Venta.

Una vez obtenido el Costo Unitario del producto se procede a hacer el cálculo del precio de venta, para ello se tomara en cuenta los siguientes aspectos: costo del producto, calidad del producto, competencia y mercado al que va dirigido. Es necesario que el empresario establezca el margen de utilidad del producto – porcentaje de utilidad sobre el costo de producción – de forma que pueda competir sin verse agobiado por los precios de la competencia o por su endeudamiento.

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo Unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

$$\text{Precio de Venta} = \$1.78 + 0.5 (\$1.78) = 2.67$$

Determinación De Costos De Los Demás Productos.

Las empresas que conforman la Red Empresarial de los productores de la Micro región Los Nonualcos, se elaboran diferentes productos; por lo tanto para calcular el costo de cada uno en particular es necesario seguir cada una de las indicaciones que se han venido desarrollando con el presente sistema de costos y aplicarlas para determinar los costos tanto fijos como variables de los antojos típicos salvadoreños.

2.4 Subsistema de Información

a. Sistema De Información (SI)

Para poder manipular la información dentro de la organización de manera eficiente, se sugiere un Sistema de Información sencillo pero que alcance los objetivos requeridos. Para ello debe tenerse en cuenta que en este sistema los medios humanos y materiales (equipo computacional) juegan un papel muy importante. Como todo sistema de información, sus cuatro actividades básicas son:

Entrada de Información: Es el proceso mediante el cual el Sistema de Información toma los datos que requiere para procesar la información. Las entradas pueden ser manuales o automáticas. Las manuales son aquellas que se proporcionan en forma directa por el usuario, mientras que las automáticas son datos o información que provienen o son tomados de otros sistemas o módulos.

Almacenamiento de información: El almacenamiento es una de las actividades o capacidades más importantes que tiene una computadora, ya que a través de esta propiedad el sistema puede recordar la información guardada en la sección o proceso anterior. Esta información suele ser almacenada en estructuras de información denominadas archivos. La unidad típica de almacenamiento son los discos magnéticos o discos duros, los discos flexibles o diskettes y los discos compactos (CD-ROM).

Procesamiento de Información: Es la capacidad del Sistema de Información para efectuar cálculos de acuerdo con una secuencia de operaciones preestablecida. Estos cálculos pueden efectuarse con datos introducidos recientemente en el sistema o bien con datos que están almacenados. Esta característica de los sistemas permite la transformación de datos fuente en información que puede ser utilizada para la toma de decisiones, lo que hace posible, entre otras cosas, que un tomador de decisiones genere una proyección financiera a partir de los datos que contiene un estado de resultados o un balance general de un año base.

Salida de Información: La salida es la capacidad de un Sistema de Información para sacar la información procesada o bien datos de entrada al exterior. Las unidades típicas de salida son las impresoras, terminales, diskettes, cintas magnéticas, la voz, los graficadores y los plotters, entre otros. Es importante aclarar que la salida de un Sistema de Información puede constituir la entrada a otro Sistema de Información o módulo. En este caso, también existe una interfase automática de salida. El sistema de información permitirá realizar un control eficiente de las funciones administrativas ejecutadas por cada una de las áreas funcionales de la organización, con los formatos de entrada / salida que contenga información acertada de cada área funcional de ésta.

√ **Objetivo del SI:**

El objetivo del SI tiene una triple dimensión:

- Facilitar, simplificar o realizar automáticamente procesos que tradicionalmente se realizan de forma manual. Ej. Procesos contables, cómputo de piezas en una cadena de producción, etc.
- Proporcionar información y datos, que faciliten la toma de decisiones dejando libertad plena a los usuarios. Se incrementa de esta manera la calidad de la función directiva al apoyar cada decisión en una base sólida de información debidamente presentada y procesada.
- Interaccionar con el usuario en un plano más profundo que el mero apoyo al proceso de la toma de decisiones.

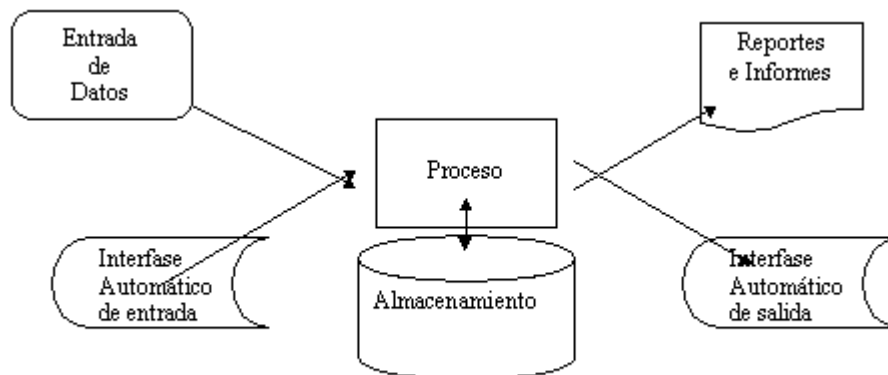
√ **Para alcanzar sus objetivos, el SI propuesto debe ser capaz de:**

- Recibir datos con el menor coste posible y sin errores.
- Evaluar la calidad e importancia relativa de los datos de entrada.
- Procesar la información sin corromperla y trasformarla para que sea útil al usuario.
- Almacenar los datos de forma que estén accesibles cuando se requieran.
- Ofrecer la información de acuerdo con las necesidades del usuario, distribuyéndola de la forma más conveniente.

a. Características del SI

- Precisión, pero con el cuidado de no perder operatividad.
- Oportunidad, para que la información se obtenga en el momento en que se necesita.
- Capacidad de proceso, a fin de dar todos los datos que se demandan de una sola vez y evitar retrasos. El directivo o gerente, dispone así de la información completa para la toma de decisiones sin grandes esperas.
- Concisión, que posibilita la presentación de resúmenes para que la información de salida sea legible y fácil de manejar. La concisión requiere un enorme esfuerzo de síntesis y mentalización para emitir informes que faciliten la toma de decisiones en lugar de perjudicar, haciendo ruido y gasto de papel y tiempo innecesario.
- Relevancia, que permita establecer niveles y prioridades en la toma de datos, su proceso y salidas del sistema. No todos los datos son iguales ni deben ser procesados por orden de llegada.
- Disponibilidad, que exige la posibilidad de acceso a la información siempre que sea necesario.
- Seguridad, llegando a establecer niveles de acceso a los sistemas en función del puesto del usuario en la organización de la empresa. Debe considerarse siempre la seguridad física de la información, (pérdida por desastres naturales, sabotajes, etc.), uso fraudulento de la misma o confidencialidad y protección de la intimidad de clientes y empleados.

Figura 13: Esquema general del SI



b. Diseño del Sistema de Información.

Los flujos de donde proviene la información, son principalmente tres: información externa, información confidencial e información interna.

La información externa fluye del entorno de la organización y es recibida como posibilidades por la dirección y también fluye hacia el entorno como señales a nuestros competidores y clientes (precios). Este tipo de información es fundamental para establecer planes estratégicos a mediano y largo plazo, ya que sobre la base de la coyuntura y el desempeño de las instituciones y del gobierno, se pueden presentar grandes oportunidades y amenazas para la empresa. Este tipo de información normalmente

se encuentra disponible en Internet o instituciones de apoyo como la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.

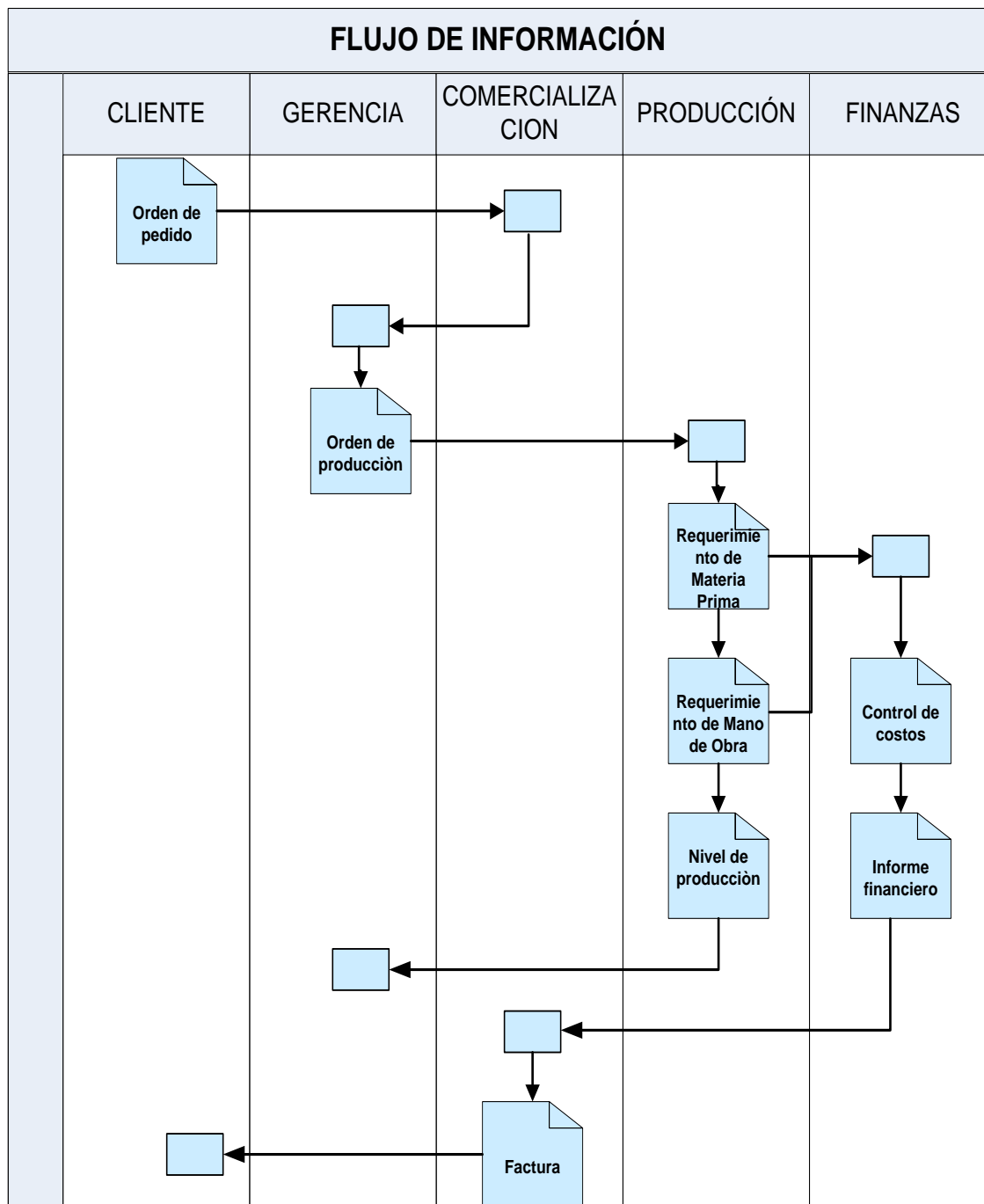
La información confidencial, incluye datos del entorno operativo de la organización (consumidores, gobierno, acreedores, etc.) y su uso sólo se reserva a las personas implicadas.

La información interna, son la comunicaciones operativas y de relaciones hacia abajo, hacia arriba, horizontales y diagonales, que debemos estructurar a través de un esquema para poder transmitir la información a la persona adecuada en el momento oportuno.

El sistema de información para los productores de anteojos típicos de la zona en estudio, puede ser manual o computarizado, esto dependerá de los recursos con los que se dispongan. Dicho sistema, tendrá en su contenido los siguientes subsistemas: Gerencia general, Finanzas, Producción, Administración, Comercialización y Recurso humano.

A continuación se presenta en la figura el recorrido de la información a través de la organización:

Figura 14: Flujo de información en el sistema



A continuación se presentan los formatos sugeridos para entrada y salida de información de cada uno de los subsistemas del SI:

√ **Gerencia General.**

Tabla 104: Ejemplo de Formato para Ventas y Costos

NOMBRE DE LA EMPRESA					
VENTAS Y COSTOS					
Realizado por: _____ A			Cargo: _____ B		
Departamento: _____ C			Valido: _____ E		
Hasta: _____ F			Dirigido a: _____ D		
Fecha de emisión: _____ G					
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO DE FABRICACION US\$	COSTO DE FABRICACION US\$	PRECIO UNITARIO DE VENTA US\$	VENTA TOTAL US\$
TOTAL					
F. _____					
Gerente General					
OLOCUILTA, _____ DE _____ DE 200_____.					

Descripción de cada sección del formato:

Las secciones con letras, servirán como referencia para los próximos formatos.

- Nombre de la empresa: Razón social de la organización.
- Nombre del formato: En este caso "VENTAS Y COSTOS".
- A -Realizado por: En esta sección se debe escribir el nombre de la persona responsable de ingresar la información de este departamento.
- B -Cargo: Nombre del puesto que desempeña el responsable de ingresar la información.
- C -Departamento: Debe escribirse el nombre del departamento a cargo.
- D -Dirigido a: Debe escribirse el nombre de la persona o departamento destino.
- E -Valido: Fecha de inicio de la validez de dicho documento.
- F -Hasta: Fecha de finalización de la validez de dicho documento.
- G -Fecha de emisión: Fecha de ingreso de la información.
- Producto: Nombre del producto a ingresar.
- Cantidad: Cantidad del producto a ingresar.
- Costo unitario de fabricación: Costo de fabricación que posee un solo producto a ingresar.
- Costo de fabricación: Costo de fabricación que posee el total del producto a ingresar.

- Precio unitario de venta: Debe escribirse el precio con el cual se venderá cada producto a ingresar.
- Venta total: Valor total de la venta.
- F.: Firma del responsable de autorizar la emisión del documento, en este caso es el Gerente General.
- Lugar y fecha de salida del documento.

√ **Finanzas y Administración.**

Tabla 105: Ejemplo de formato para Informe Financiero

NOMBRE DE LA EMPRESA	
INFORME FINANCIERO	
Realizado por: _____ A	Cargo: _____ B
Departamento: _____ C	Válido: _____ E
Hasta: _____ F	Dirigido a: _____ D
Fecha de emisión: _____ G	
ORIGEN	APLICACIÓN (US\$)
√ Caja	
√ Cuentas por cobrar	
√ Inventarios	
√ Activos fijos	
√ Materias primas	
√ Sueldos y salarios	
√ Ventas	
√ Gastos por administración	
√ Gastos por ventas	
√ Cuentas por pagar	
√ Deudas acumuladas	
√ Documentos por pagar	
√ Capital social	
F. _____	
CONTADOR	
OLOCUILTA, _____ DE _____ DE 200 _____.	

Descripción de cada sección del formato:

- Nombre de la empresa: Razón social de la organización.
- Nombre del formato: En este caso "INFORME FINANCIERO".
- Para las secciones A, B, C, D, E, F y G, ver descripción del formato VENTAS Y COSTOS.
- Origen: debe detallarse la cuenta de origen que es afectada: Activos, pasivos o capital.
- Aplicación: Se escribe el valor en moneda en curso, de la cuenta afectada.

- F.: Firma del responsable de autorizar la emisión del documento, en este caso es el Contador.
- Lugar y fecha de salida del documento.

Tabla 106: Formato para Control Contable

NOMBRE DE LA EMPRESA				
CONTROL CONTABLE				
Realizado por: _____ A		Cargo: _____ B		
Departamento: _____ C		Válido: _____ E		
Hasta: _____ F		Dirigido a: _____ D		
Fecha de emisión: _____ G				
CUENTA	CANTIDAD	ENTRADA	SALIDA	SALDO
CUENTA DE				
CUENTA DE				
CUENTA DE CAPITAL				
F. _____				
CONTADOR				
OLOCUILTA, _____ DE _____ DE 200_____.				

Descripción de cada sección del formato:

- Nombre de la empresa: Razón social de la organización.
- Nombre del formato: En este caso “CONTROL CONTABLE”.
- Para las secciones A, B, C, D, E, F y G, ver descripción del formato VENTAS Y COSTOS.
- Cuenta: Aquí se marca la cuenta que es afectada.
- Cantidad asignada: En esta sección se registra la cantidad monetaria para cada cuenta.
- Entrada: Debe registrarse el valor monetario ingresado a cada cuenta.
- Salida: Debe registrarse el valor monetario retirado a cada cuenta.
- Saldo: Se registra la cantidad monetaria obtenida al operar las entradas menos las salidas de dinero de cada cuenta.
- F.: Firma del responsable de autorizar la emisión del documento, en este caso es el Contador.
- Lugar y fecha de salida del documento.

Tabla 107: Ejemplo de formato para Planilla

NOMBRE DE LA EMPRESA						
PLANILLA						
Realizado por: _____ A			Cargo: _____ B			
Departamento: _____ C			Valido: _____ E			
Hasta: _____ F			Dirigido a: _____ D			
Fecha de emisión: _____ G						
NOMBRE DEL EMPLEADO	SUELDO US\$	MONTO POR HORAS EXTRAS US\$	RENTA US\$	AFP US\$	SEGURO US\$	CANTIDAD A PAGAR
TOTAL						
F. _____ ENCARGADO DE ADMINISTRACIÓN. OLOCUILTA, _____ DE _____ DE 200 _____.						

Descripción de cada sección del formato:

- Nombre de la empresa: Razón social de la organización.
- Nombre del formato: En este caso "PLANILLA".
- Para las secciones A, B, C, D, E, F y G, ver descripción del formato VENTAS Y COSTOS.
- Nombre del empleado: Debe registrarse el nombre del empleado a controlar.
- Sueldo: Anotar el sueldo legal que ha devengado el empleado.
- Monto por horas extras: Registrar la cantidad monetaria correspondiente a las horas extras trabajadas por el empleado.
- Renta: En esta sección se registra la retención correspondiente a la renta.
- AFP: Registrar la retención correspondiente a la AFP a la que cotiza el empleado.
- Seguro: Registrar la retención correspondiente al Seguro Social.
- Cantidad a pagar: En esta sección se registra el total a pagar al empleado, llevando a cabo los correspondientes movimientos, es decir, la suma del sueldo y las horas extras menos la renta, AFP y seguro social.
- Total: Aquí se registra el monto total de cada casilla.
- F.: Firma del responsable de autorizar la emisión del documento, en este caso es el Encargado de la Administración.

- Lugar y fecha de salida del documento.

√ **Producción.**

Tabla 108: Formato para Nivel de Producción

NOMBRE DE LA EMPRESA				
NIVEL DE PRODUCCION				
Realizado por: _____ A		Cargo: _____ B		
Departamento: _____ C		Valido: _____ E		
Hasta: _____ F		Dirigido a: _____ D		
Fecha de emisión: _____ G				
PRODUCTO	VOLUMEN DE PRODUCCION	LOTE	FECHA DE ENTREGA	NOMBRE DEL CLIENTE
TOTAL				
F. _____				
ENCARGADO DE PRODUCCIÓN.				
OLOCUILTA, _____ DE _____ DE 200____.				

Descripción de cada sección del formato:

- Nombre de la empresa: Razón social de la organización.
- Nombre del formato: En este caso “NIVEL DE PRODUCCION”.
- Para las secciones A, B, C, D, E, F y G, ver descripción del formato VENTAS Y COSTOS.
- Producto: Debe registrarse el nombre del producto a fabricar.
- Volumen de producción: Se registra el total de producto terminado en el periodo correspondiente.
- Lote: Se registra el número de lote o inventario asignado a este producto.
- Fecha de entrega: Corresponde a la fecha destinada para entregar el producto al mercado.
- Nombre del cliente: Aquí se anota el nombre o la razón social del cliente al cual se le llevará el producto.
- F.: Firma del responsable de autorizar la emisión del documento, en este caso es el Encargado de Producción.
- Lugar y fecha de salida del documento.

Tabla 109: Formato Para Control De Órdenes De Producción

NOMBRE DE LA EMPRESA				
CONTROL DE ORDENES DE PRODUCCION				
Realizado por: _____ A Cargo: _____ B				
Departamento: _____ C Valido: _____ E Hasta: _____ F				
Dirigido a: _____ D Fecha de emisión: _____ G				
Nº DE ORDEN	PRODUCTO	CANTIDAD	NOMBRE DEL CLIENTE	FECHA DE ENTREGA
TOTAL				
F. _____				
ENCARGADO DE PRODUCCIÓN.				
OLOCUILTA, _____ DE _____ DE 200 _____.				

Descripción de cada sección del formato:

- Nombre de la empresa: Razón social de la organización.
- Nombre del formato: En este caso “CONTROL DE ORDENES DE PRODUCCION”.
- Para las secciones A, B, C, D, E, F y G, ver descripción del formato VENTAS Y COSTOS.
- Nº de orden: Corresponde al número asignado a cada pedido recibido.
- Producto: Debe registrarse el nombre del producto correspondiente a cada orden.
- Cantidad: Corresponde al registro de la cantidad de producto de cada orden recibida.
- Nombre del cliente: Aquí se anota el nombre o la razón social del cliente que ha especificado cada orden de producción.
- Fecha de entrega: Corresponde a la fecha límite para obtener la producción.
- F.: Firma del responsable de autorizar la emisión del documento, en este caso es el Encargado de Producción.
- Lugar y fecha de salida del documento.

Tabla 110: Formato Para Requisiciones de Materia Prima

NOMBRE DE LA EMPRESA						
STOCK DE MATERIAS PRIMAS (REQUISICIONES)						
Realizado por: _____ A			Cargo: _____ B			
Departamento: _____ C			Valido: _____ E			
Hasta: _____ F		Dirigido a: _____ D				
Fecha de emisión: _____ G						
NOMBRE DE LA MATERIA PRIMA	RECIBO DE MATERIA PRIMA		SALIDA DE MATERIA PRIMA		SALDO	
	FECHA	CANTIDA D	FECHA	CANTIDAD	FECHA	CANTIDAD
F.						
ENCARGADO DE PRODUCCIÓN.						
OLOCUILTA, _____ DE _____ DE 200 ____.						

Descripción de cada sección del formato:

- Nombre de la empresa: Razón social de la organización.
- Nombre del formato: En este caso “STOCK DE MATERIAS PRIMAS (REQUISICIONES)”.
- Para las secciones A, B, C, D, E, F y G, ver descripción del formato VENTAS Y COSTOS.
- Nombre de la materia prima: Debe registrarse el nombre de cada una de las materias primas.
- Recibo de materia prima, fecha y cantidad: En esta sección se registra la fecha y la cantidad en que ingresa la materia prima al inventario.
- Salida de materia prima, fecha y cantidad: En esta sección se registra la fecha y la cantidad en que sale la materia prima del inventario.
- Saldo, fecha y cantidad: Aquí se registra la cantidad resultante de la operación entradas menos salidas de materia prima.
- F.: Firma del responsable de autorizar la emisión del documento, en este caso es el Encargado de Producción.
- Lugar y fecha de salida del documento.

√ **Comercialización.**

Tabla 111: Formato para Compras

NOMBRE DE LA EMPRESA				
COMPRAS				
Realizado por: _____ A Cargo: _____ B				
Departamento: _____ C Valido: _____ E Hasta: _____ F				
Dirigido a: _____ D Fecha de emisión: _____ G				
INSUMO COMPRADO	FECHA DE COMPRA	NOMBRE DEL PROVEEDOR	DIRECCIÓN Y TEL. DEL PROVEEDOR	MONTO TOTAL DE LA COMPRA US\$
TOTAL				
F. _____				
ENCARGADO DE COMERCIALIZACIÓN.				
OLOCUILTA, _____ DE _____ DE 200_____.				

Descripción de cada sección del formato:

- Nombre de la empresa: Razón social de la organización.
- Nombre del formato: En este caso "COMPRAS".
- Para las secciones A, B, C, D, E, F y G, ver descripción del formato VENTAS Y COSTOS.
- Insumo comprado: Debe colocarse el nombre comercial con el cual se el insumo comprado.
- Fecha de compra: Se registra la fecha en que se realiza la compra de cada insumo.
- Nombre del proveedor: Debe colocarse el nombre o razón social del proveedor.
- Dirección y tel. del proveedor: Es el registro de la dirección, teléfono y fax del proveedor del insumo.
- Monto total de la compra: Aquí se debe registrar la cantidad total de la compra de cada insumo.
- Total: Este es el registro de la suma total de todas las compras.
- F.: Firma del responsable de autorizar la emisión del documento, en este caso es el Encargado de Comercialización.
- Lugar y fecha de salida del documento.

Tabla 112: Formato para Ventas

NOMBRE DE LA EMPRESA					
VENTAS					
Realizado por: _____ A		Cargo: _____ B			
Departamento: _____ C			Valido: _____ E		Hasta: _____
_____ F		Dirigido a: _____ D			Fecha de emisión: _____
G Código de la Venta: _____					
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO US\$	NOMBRE DEL CLIENTE	DIRECCIÓN Y TEL. DEL CLIENTE	MONTO TOTAL DE VENTA US\$
TOTAL					
F. _____					
ENCARGADO DE COMERCIALIZACIÓN.					
OLOCUILTA, _____ DE _____ DE 200____.					

Descripción de cada sección del formato:

- Nombre de la empresa: Razón social de la organización.
- Nombre del formato: En este caso “VENTAS”.
- Para las secciones A, B, C, D, E, F y G, ver descripción del formato VENTAS Y COSTOS.
- Código de la venta: Debe asignarse un código para cada venta.
- Producto: Debe colocarse el nombre del producto a despachar.
- Cantidad: Se refiere a la cantidad del producto a despachar.
- Precio: Debe colocarse el precio de venta del producto a despachar.
- Nombre del cliente: Debe colocarse el nombre o razón social del cliente.
- Dirección y tel. del cliente: Es el registro de la dirección, teléfono y fax del cliente.
- Monto total de venta: Aquí se debe registrar la cantidad total de la venta de cada producto.
- Total: Este es el registro de la suma total de todas las ventas.
- F.: Firma del responsable de autorizar la emisión del documento, en este caso es el Encargado de Comercialización.
- Lugar y fecha de salida del documento.

3. SISTEMA DE PRODUCCIÓN

Este sistema sera la guía para los empresarios tanto productores como para los encargados de manejar la planta empacadora de los antojos típicos.

El subsistema de producción para los productores permitirá normalizar los procesos productivos, de tal manera que sus productos se vuelvan competitivos en el mercado tanto nacional como internacional. Además, presenta el diseño de los productos, detallando sus características, de manera que estos queden descritos claramente, este subsistema incluye también el plan de producción requerido para la demanda de los productos en el primer año de operación a manera de ejemplificar el procedimiento respectivo y para finalizar dicho subsistema, se muestra un subsistema de calidad muy necesario para alcanzar los estandares requeridos por los mercados.

3.1 Subsistema De Producción Para Productores

Dentro de cada subsistema se desarrollan los manuales necesarios con el fin de que los productores de la Micro región los Nonualcos tengan una herramienta en la elaboración de sus productos y a su vez logren una producción mas ordenada, cuantificada y estandarizada con el fin de ser eficientes en los procesos, para la obtención de productos de buena calidad.

a. Limitaciones de los Productos a elaborar

Según la etapa de diagnostico los productos seleccionados son los siguientes:

- Pupusas
- Tamales de elote
- Riguas
- Nuegados
- Empanadas

Pero considerando la conservación y distribución en los principales supermercados del país y mercado Estadounidense, se requiere conservarlos por métodos de congelamiento, ya que son productos perecederos, se ha indagado sobre este aspecto muy importante y se concluye que las temperaturas para conservar los primeros cuatro productos antes mencionados son de -18°C / 0°F , exceptuando a las *empanadas* que son un producto difícil de conservarlo por congelamiento simple, para ello se requiere un *congelamiento rápido* que resulta *muy costoso* en el País y los intermediarios o distribuidores no cuentan con dicho sistema. Por lo tanto se decide eliminarlo para el proyecto.

b. Capacidad Instalada De Los Productores De La Micro región Los Nonualcos

Para determinar la capacidad de producción de cada uno de los productores de antojos típicos del micro región los Nonualcos se hizo uso de una guía de entrevistas utilizada en la etapa del diagnostico, Anexo 4, estableciendo un promedio aproximado de ésta, considerando los siguientes puntos:

- i. Numero de empleados permanentes
- ii. Producción máxima aproximada promedio del producto que elabora con empleados permanentes: que consistía en preguntarle al propietario, lo máximo que podía producir en un día con esa cantidad de empleados.
- iii. Producción promedio aproximada diaria.
- iv. Capacidad máxima del equipo más lento.

Considerando estos dos aspectos se determinó que la capacidad instalada promedio y aproximada a la que trabaja la mayoría de productores normalmente es del 50%, considerando que se trabaja en la mayoría de días laborales con el promedio de empleados establecidos.

Los siguientes cálculos son para determinar la producción de la micro región y conocer cuanto producen con una capacidad instalada aprovechada al 50%:

c. *Calculo De Producción Artesanal.*

Se utilizará como base para este cálculo, la producción promedio actual de la micro región Los Nonualcos. Para desarrollar la guía de entrevistas se consideró una Muestra: 43 productores o empresas.

Tabla 113: Frecuencia de producción de la Muestra

Productos que elaboran en mayor cantidad	Frecuencia	%	Total de empresas por producto
Pupusas	32	74.4	80
Tamales de elote	4	9.3	10
Empanadas	2	4.6	5
Riguas	3	7	8
Nuegados	2	4.7	5
Total de productores			108

d. *Producción del universo*

Existen 106 productores o empresas que elaboran antojos típicos en la Micro región Los Nonualcos. Distribuidos tal como se especifica en la tabla anterior. Considerando éste dato y los siguientes, planteados en la tabla siguiente se tiene:

Tabla 114: Volumen Producción de la Micro región los Nonualcos.

Producto	Semanas promedio Laborales en el año	Unidades promedio por semana	Total de empresas promedio por producto	Unidades promedio por / año	Kg/Año
Pupusas	47.6	3,200	80	12,183,750	1,096,537.50
Tamales de elote	47.6	1,475	10	702,000	63,180
Empanadas	47.6	202	5	48,000	4,320

Riguas	47.6	2,118	8	806,400	72,576.00
Nuegados	47.6	403	5	96,000	8,640

e. Crecimiento De La Capacidad Instalada

La Capacidad instalada es un Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad. Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de capital que la industria posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado. Normalmente la capacidad instalada no se usa en su totalidad: hay algunos bienes que se emplean sólo en forma limitada puesto que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de capital que intervienen en forma conjunta en la producción de un bien determinado.

Aspectos que podrían interferir para que la Capacidad Instalada tienda a disminuir.

Cuando hay situaciones de recesión o de crisis el porcentaje de la capacidad instalada utilizado tiende a disminuir, aumentando la capacidad *ociosa* o *no utilizada*. Este último término se usa equivocadamente para hacer referencia a los recursos naturales que las empresas, por razones de costos o por causas de la estrechez del mercado, no están en condiciones de explotar en un momento dado: así hay tierras que no conviene utilizar porque sus rendimientos son muy pobres y producirían bienes a un costo mayor que el que puede aceptar el mercado. Es un error frecuente pensar que la producción puede siempre utilizar por completo todos los recursos naturales y de capital disponibles: la utilización o no de un factor productivo depende, en última instancia, de consideraciones económicas y no puramente técnicas, por lo cual no tiene sentido incorporar a la producción aquellos elementos que darían por resultado un precio más alto que el del mercado.

Sin embargo se pretende considerar el 50% aproximadamente de la capacidad instalada que no utilizan los productores de la Micro región Los Nonualcos, como base de producción de cada antojo típico, considerando además la producción de la competencia que limitará ésta para la determinación del volumen de venta para el primer año, sin embargo se ha considerado el estudio de mercado para verificar la potencialidad de la demanda. Tomando en cuenta que esta puede incrementarse según los aspectos que se menciona en el siguiente apartado.

Aspectos que podrían interferir para que la Capacidad Instalada tienda a incrementar.

La capacidad instalada se puede incrementar para La red Empresarial, considerando los siguientes aspectos:

- Implementación de equipo en cada empresa productora
- Nuevos productores afiliados a la Red
- Mayor personal en cada empresa productora

Lo que justificaría un incremento porcentual del volumen de producción, si se desease ampliar la producción por un incremento de la demanda.

f. Tamaño Del Proyecto

Es importante llevar a cabo una estimación de la magnitud del proyecto a fin de contar con una base en la implantación del mismo. Este tamaño se refiere a la capacidad de producción instalada, es decir, el volumen de unidades producidas durante un periodo de tiempo⁵⁷. El tamaño del proyecto es una decisión a largo plazo, es decir, no puede variarse a corto plazo, debido a que esto implicaría una nueva inversión (maquinaria y equipo, redistribución en planta).

Para realizar esta estimación del tamaño del proyecto, se consideran algunos elementos esenciales:

- Demanda potencial a cubrir por el proyecto.
- Relación de la capacidad con la tecnología y equipos.
- Disponibilidad de recursos financieros.
- Características de la mano de obra.

Demanda potencial a cubrir por el proyecto.

La demanda de los productos en estudio fue determinada en las investigaciones de mercado y de la cual se estimó la demanda potencial que el proyecto estaría en capacidad de cubrir para ambos mercados, tanto nacional como estadounidense. Es importante mencionar que esta capacidad podría incrementarse, si se introdujera maquinaria y/o equipo de mayor producción o se incorporaran nuevos productores a la red empresarial, ya que la demanda potencial a cubrir por el proyecto básicamente depende de la capacidad sin utilizar de la Micro Región y la participación de la competencia en el mercado. En las tablas 44 y 45, se muestra la demanda potencial a cubrir por el proyecto para cada mercado.

√ **Relación de la capacidad con la tecnología y equipos.**

No se consideran niveles mínimos de producción restringidos a cierto tipo de tecnología, ya que en la conceptualización de la solución se hace referencia a un proceso semi-industrial; debido a que los productores actuales, en su mayoría, pertenecen a micro y pequeñas empresas y cuentan con recursos limitados.

√ **Disponibilidad de recursos financieros.**

Como todo proyecto innovador, el riesgo de inversión está presente y como se mencionó en el postulado anterior, los recursos financieros son limitados. Por ello la propuesta del proyecto pretende ser instrumento de gestión de recursos tanto financieros como de capacitaciones técnicas por parte de instituciones gubernamentales como no gubernamentales que apoyan este tipo de proyectos de desarrollo.

√ **Características de la mano de obra.**

Con las investigaciones a los productores de la zona, se pudo constatar que existe la suficiente mano de obra para participar del proyecto y que cuenta con cierta capacitación técnica, y en caso que no sea

⁵⁷ Formulación y Evaluación de Proyectos, Baca Urbina, Gabriel.

suficiente dichas capacitaciones puede incurrirse a la gestión de ésta a sabiendas que ya existen instituciones que apoyarían el proyecto. En caso, de cargos de mayores conocimientos puede pensarse en contratar personal profesional y técnico necesario mientras se capacitan a personas de la zona.

Puede decirse, que el tamaño del proyecto depende de todos estos factores mencionados y del máximo aprovechamiento de la capacidad instalada. De acuerdo con los cálculos realizados para determinar la demanda potencial, la capacidad instalada que tendría el proyecto tomando el año 5 es la siguiente:

Tabla 115: Demanda proyectada para el año 5.

Producto	Demanda potencial a cubrir por el proyecto (Kg)
Pupusas	208,116.31
Tamales de elote	80,635.46
Riguas	92,627.41
Nuegados	11,027.07

Aprovechamiento De La Capacidad Instalada.

El nivel de aprovechamiento de la capacidad instalada viene dado por la siguiente formula:

$$\frac{\text{Capacidad real o efectiva}}{\text{Capacidad Instalada}} \times 100$$

Capacidad real o efectiva de producción es el ritmo al que realmente opera la empresa y se calcula considerando el tiempo real de trabajo lo que incluye a elementos como tiempo por imprevistos, recesos, entre otros.

Tamaño De La Planta Empacadora.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, la planta empacadora deberá tener una capacidad para empacar 208,116.31 Kg./año de pupusa, 80,635.46 Kg./año de tamales de elote, 92,627.41 Kg./año de riguas y 11,027.07 Kg./año de nuegados. De manera que la maquinaria y equipo que se adquieran al inicio no sean reemplazados a corto plazo.

- Manual De Producción Para Productores

a. *Diseño De Los Productos.*

El diseño de los productos representa una parte fundamental en el desarrollo del presente documento, ya que se debe tener en cuenta la presentación adecuada para los productos, partiendo del mercado al cual serán destinados y la información que estos preverán a los consumidores en cada una de las etiquetas.

A continuación se detalla la descripción de los antojos típicos salvadoreños en estudio:

√ Pupusas

Características

- Sabor salobre
- Tamaño 10 cm. de diámetro y 1 cm. De espesor
- Peso aproximado de 90gr.
- Pupusa de queso :190 calorías aproximadamente⁵⁸
- Forma circular

Presentación del producto.

La presentación del producto es indispensable para llamar la atención del consumidor, es por ello que se determina lo siguiente (para los 4 productos en estudio):

- Se venderá en presentaciones de 6 y 10 unidades; el frente de la caja estará impreso por la fotografía del producto que contiene. El empaque a utilizar, contendrá la siguiente información en inglés y español: el Nombre de la Marca, Nombre del producto, eslogan, Logotipo de la empresa, peso neto aproximado, ingredientes, código de barra, instrucciones de calentamiento, tabla nutricional, fecha de elaboración y vencimiento, registro sanitario y datos de la empresa, tal como lo rigen las normas dictadas por la FDA. En la figura 43 del manual de comercialización, se muestra el empaque propuesto, diseñado para las pupusas.

√ Tamales de elote

Características:

- Sabor salobre agradable
- Tamaño 12 a 18 cm. de largo x 5 a 7 cm. De ancho x 3 a 5 cm. Espesor aproximadamente.
- Peso aproximado de 90gr.

√ Riguas

Características:

⁵⁸ Dietista Evelyn de Bejarano

-
- Sabor salobre agradable
 - Tamaño 12 a 18 cm. de largo x 7 a 9 cm. de ancho x 1 a 2 cm. Espesor aproximadamente.
 - Peso aproximado de 150 gr.

√ **Nuegados.**

Características:

- Sabor dulce salado agradable
- Tamaño de porciones 5 a 8 cm. aproximadamente.
- Peso aproximado de 80 gr.
- 125 calorías por 80 gr. aproximadamente⁵⁹

b. Proceso De Producción.

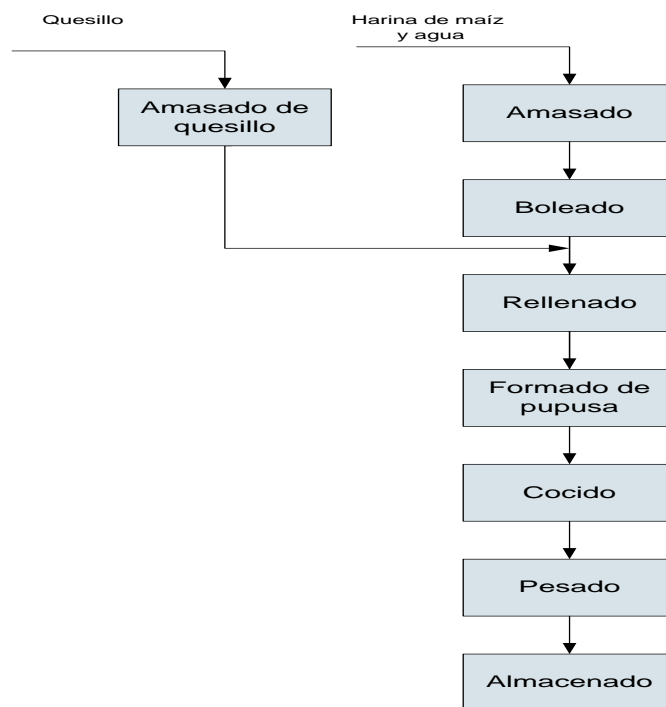
El proceso de producción para los antojos típicos salvadoreños, difiere uno del otro, aunque se presentan operaciones similares; se debe especificar cada uno de ellos. La manera mas sencilla de representar o describir un proceso, es por medio de la técnica de diagrama de bloques, tal como se describe a continuación:

√ **Pupusas**

El proceso de producción de cada uno de los antojos típicos se presentó con anterioridad en el diagnostico, pero de manera general; en el siguiente diagrama de bloques se presenta el proceso de transformación de las materias primas hasta llegar al producto terminado:

⁵⁹ Fuente: Dietista Evelyn de Bejarano

Figura 15 : Diagrama de bloque de proceso para pupusas



Amasado: En Un guacal Plástico de 50 cm. de Φ x 40 cm. de alto, la harina de maíz es mezclada con agua (Por 1 Kg de Harina 1.07 Lts de agua) y se procede a fusionarla hasta alcanzar la textura deseada (es decir fácil de moldear a la hora de formar la pupusa).

Boleado: consiste en hacer bolas de masa de harina (con un peso de 60 gr.), con la ayuda de una baleadora o divisora manual, con el fin de que el producto terminado sea uniforme, quedando lista para el relleno

Amasado de queso: se refiere al mezclado que se le hace al queso para dejarlo con una textura uniforme y facilite el relleno de la pupusa, el amasado es manual y se realiza en un guacal plástico de 50 cm. de Φ x 40 cm. de alto.

Rellenado: se toma la bola de harina de masa (60gr.), la que se presiona en el centro hasta formar un hueco, donde se introduce el queso (30gr) y posteriormente se cierra con la misma masa. El procedimiento es manual.

Formado de pupusa: consiste en darle forma circular a la pupusa por medio del palmeado, hasta que alcanza el tamaño (10 cm. Φ y 1 cm. de espesor) y la forma circular requerida.

Cocido: la cocción de la pupusa debe ser a una temperatura superior a los 80 °C, para eliminar cualquier tipo de bacteria, hongo, parásito o micro organismo. Además se debe mencionar que el equipo necesario para esta operación es, una cocina con plancha de acero inoxidable sobre la que se extiende la pupusa y se deja cocinar a ambos lados por un periodo de tiempo de: 3 minutos.

Pesado: se pesa el producto utilizando una báscula, el peso aproximado debe ser de 90gr.

Almacenado: se almacena el producto en cajas de plásticas con tapaderas, mientras espera a ser llevado a la planta de empaque.

Diagrama De Flujo De Proceso

Aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujo, no posee tantos detalle se información como el diagrama de flujo de proceso, donde se usa una simbología internacional aceptada para representar las operaciones efectuadas. Dicha simbología es la siguiente:

Tabla 116: Descripción de simbología utilizada en el diagrama de flujo de proceso







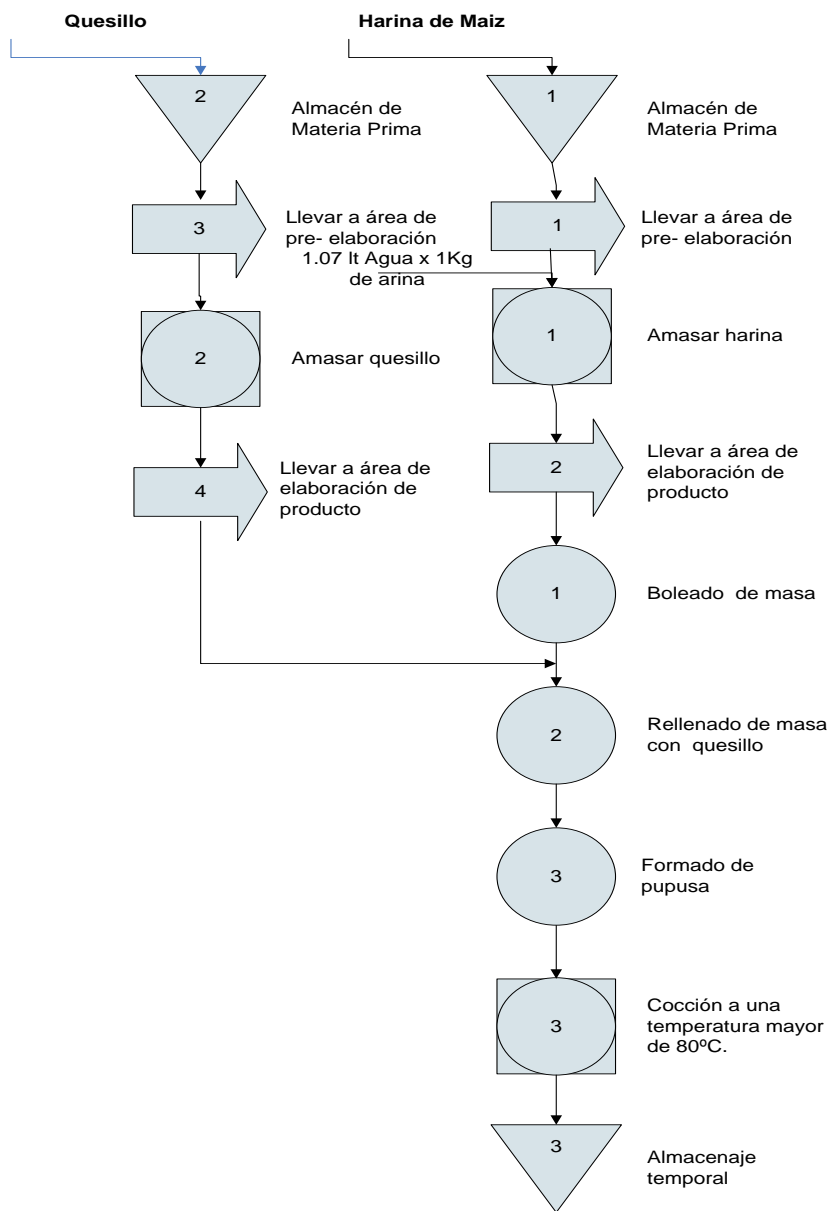
SIMBOLO	DESCRIPCION
	Operación. Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
	Transporte. Es la acción de movilizar de un sitio a otro a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	Demora. Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora.
	Almacenamiento. Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección. Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Operación combinada. Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Figura 16 : Diagrama de flujo de proceso Para pupusas



Mejoras En El Proceso Productivo

Tabla 117: Mejoras en el proceso productivo de pupusas

PRODUCTO: PUPUSAS			
OPERACIÓN	PROCESO ACTUAL	PROCESO PROPUESTO	MEJORAS Y OPORTUNIDADES DE INCREMENTAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO.
Amasado	Se mezcla una cantidad de harina con agua, sin ningún peso anticipado,	La harina de maíz es mezclada con agua (Por 1 Kg de Harina 1.07 Lts de	Estandarización de masa a través de pesos específicos, y eliminación

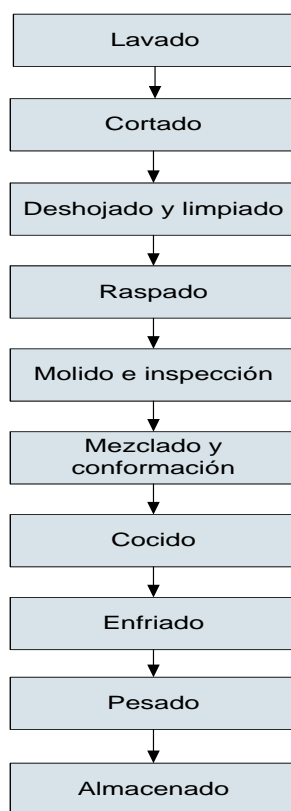
	hasta que llegan a una consistencia manejable.	agua) y se procede a fusionarla hasta alcanzar la textura deseada (es decir fácil de moldear a la hora de formar la pupusa).	de pruebas innecesarias de consistencia, ahorrando tiempo.
Boleado	Se toma una cantidad de masa sin ningún peso.	Consiste en hacer bolas de masa de harina (con un peso de 60 gr), con la ayuda de una baleadora o divisora manual, con el fin de que el producto terminado sea uniforme, quedando lista para el relleno	Se estandariza el peso de las pupusas y por lo tanto el tamaño, evitando desperdicios
Amasado de queso	Se hace manualmente	Igual que el actual	Ninguna.
Rellenado		Manualmente con cuchillo de acero inoxidable.	Disminuye el riesgo de creación de moho en el grano del elote.
Formado de pupusa	Se hace de manera manual	Igual que el proceso actual, pero considerando los pesos de cada porción de masa y queso.	Pesos estandarizados de cada ingrediente. Tamaños estandarizados.
Cocido	Se cose el producto en una plancha, a una T° cualquiera	La cocción de la pupusa debe ser a una temperatura superior a los 80 °C, para eliminar cualquier tipo de bacteria, hongo, parásito o micro organismo. Además se debe mencionar que el equipo necesario para esta operación es , una cocina con plancha de acero inoxidable (con termostato para medir la T°) sobre la que se extiende la pupusa y se deja cocinar a ambos lados por un periodo de tiempo de : 3 minutos.	Producto terminado estandarizado y de buena calidad, considerando los tiempos y temperaturas necesarias.
Pesado	No se realiza esta operación	Se pesa el producto utilizando una báscula, el peso aproximado debe ser	Pesos del producto estandarizados, mejor control de inventarios y

		de 90gr. Almacenado: se almacena el producto en cajas de plásticas con tapaderas, mientras espera a ser llevado a la planta de empaque.	balance de materiales.
--	--	---	------------------------

√ **Tamales de Elote y Riguas**

A continuación se presenta en forma general a través del diagrama de bloques, el proceso de transformación de las materias primas para estos dos productos, ya que, sus procesos productivos en forma general son similares.

Figura 17: Diagrama de bloque de proceso para tamales de elote y riguas



Lavado:

Los elotes son pasados por chorros de agua para quitar cualquier impureza.

Cortado:

A cada elote a procesar, le es cortado el extremo más grueso para facilitar la obtención de la hoja que servirá como envoltura para el tamal, aproximadamente a 1.5 cm del borde

Deshojado y limpiado:

Se extraen las hojas de cada elote hasta dejarlo totalmente deshojado. Las hojas más amplias, generalmente las de encima del elote, son utilizadas como envoltura del tamal. Luego le son quitados los pelos de cada elote.

Raspado:

Los granos del elote son cortados manualmente del hueso (raspado) con un cuchillo de acero inoxidable.

Molido e inspección:

Los granos del elote son molidos hasta obtener una masa semi sólida en un molino eléctrico. Periódicamente, se inspecciona esta operación para evitar que el molido sea desigual, es decir, se puedan pasar granos enteros.

Mezclado y conformación:

Antes de iniciar la conformación de los productos, se mezclan todos los materiales con la masa obtenida de la operación anterior. Esta nueva masa (mezcla) es igual para ambos productos bajo los porcentajes sugeridos: sal, 0.93%; azúcar, 7.32%; leche, 0.14 Lt./Kg. y margarina, 7.32%; hasta obtener una mezcla homogénea. Tanto los ingredientes como sus respectivos porcentajes en la mezcla fueron obtenidos a través de los productores de antojos típicos de tamales y riguas y prácticas de campo realizadas.

Tamal: La mezcla obtenida de la operación anterior es colocada en hojas del mismo elote bajo las especificaciones siguientes:

- Peso de cada porción de masa colocada en la hoja: 90 gramos aproximadamente. Esta operación puede obtenerse a través de una dosificadora, la cual permite normalizar el peso del producto.
- La conformación se realiza de forma manual hasta lograr una forma rectangular de dimensión (12 x 5 x 2.5) cm. aproximadamente. Luego los tamales son apilados hasta llevar al área de cocción.
- Rigua: La mezcla obtenida, es colocada en hojas de guineo bajo las especificaciones siguientes:
- Al igual que los tamales, el peso de cada porción de masa colocada en la hoja: 90 gramos aproximadamente. Esta operación puede obtenerse a través de una dosificadora, la cual permite normalizar el peso del producto.
- La conformación se realiza de forma manual a través de moldes de acero inoxidable, los cuales permitirán dar una forma elíptica a cada rigua con dimensiones (13 x 6 x 1) cm. aproximadamente. A diferencia de los tamales, las riguas deben ser conformadas e inmediatamente cocidas para evitar derrames de mezcla y por ende desperdicios y costos.

Cocido:

Tamales: Son colocados en marmitas y su cocción es a través de agua hervida durante 2 horas aproximadamente a una temperatura de 100°C.

Riguas: Son colocadas sobre planchas hasta lograr la solidificación de la masa. Esta operación es inmediatamente de la conformación de cada rigua para evitar derrame de mezcla e inevitablemente la deformación del producto.

Enfriado:

Luego de la operación de cocido, es necesario bajar la temperatura de los productos para evitar la condensación en el almacenado. Esta temperatura debe ser aproximadamente la temperatura ambiente.

Pesado:

Posteriormente se lleva el producto a pesarlo en una báscula de pie.

Almacenado:

Cuando los productos han alcanzado el enfriamiento, son colocados en cajas plásticas para posteriormente ser llevados a la planta de empaque.

El proceso productivo anterior, también puede ser descrito de una manera más precisa por medio del diagrama de flujo de procesos, el cual permitirá identificar posibles mejoras en dicho proceso. Por la precisión del diagrama, ya que se muestran operaciones, inspecciones, transportes y cualquier demora, puede mostrarse por separado cada proceso el de los tamales y el de las riguas, ya que en las operaciones de conformación y cocido se presenta la principal disparidad de ambos procesos.

Figura 18: Diagrama de flujo de proceso para la elaboración tamales de elote.

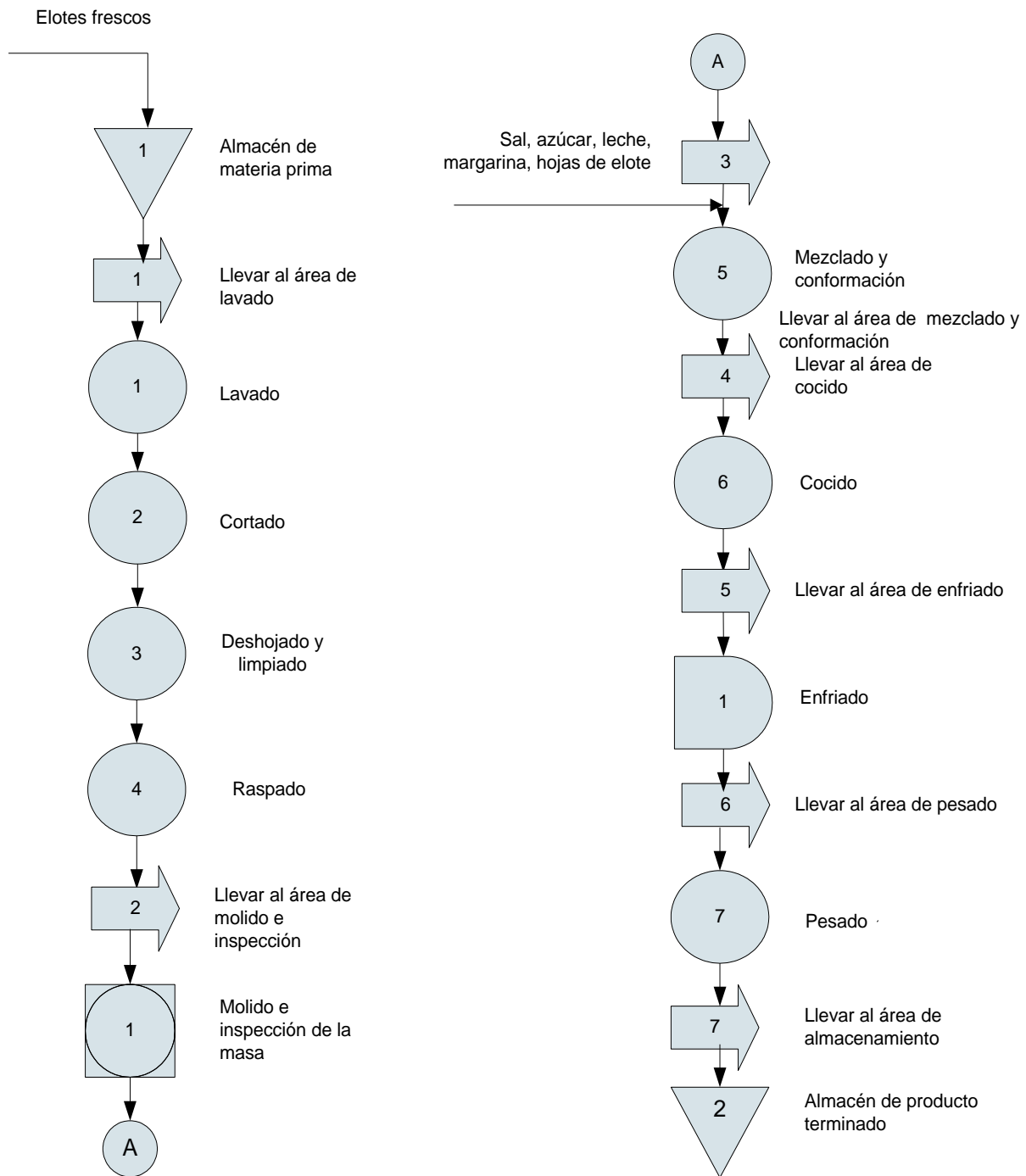
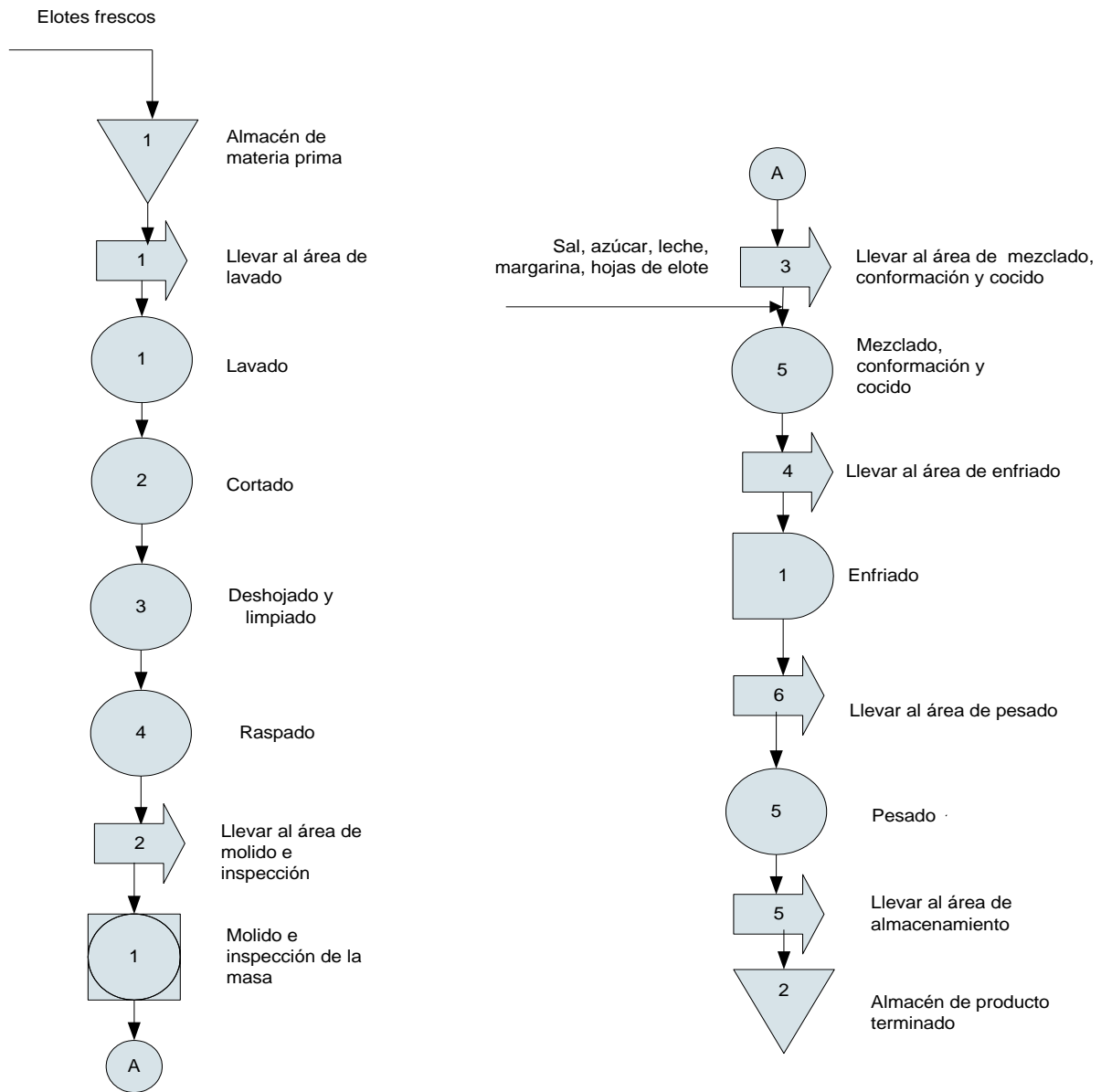


Figura 19: Diagrama de flujo de proceso para la elaboración de riguas



Mejoras En El Proceso Productivo

Tabla 118: Mejoras en el proceso productivo de tamales de elote y riguas.

PRODUCTO: TAMAL DE ELOTE			
OPERACIÓN	PROCESO ACTUAL	PROCESO PROPUESTO	MEJORAS Y OPORTUNIDADES DE INCREMENTAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO.
Lavado	NR°	Lavado en pila de concreto para quitar impurezas externas.	Eliminación e impurezas exteriores.
Cortado	Manualmente con cuchillo de metal no especificado.	Manualmente con cuchillo de acero inoxidable.	Disminuye el riesgo de creación de moho en la hoja del elote.
Deshojado y limpiado	Manualmente.	Ninguno.	Ninguna.
Raspado	Manualmente con cuchillo de metal no especificado.	Manualmente con cuchillo de acero inoxidable.	Disminuye el riesgo de creación de moho en el grano del elote.
Molido e inspección	El molido se realiza en molino de discos con alimentación manual, inspeccionando continuamente la homogeneidad de la masa.	Ninguno.	Ninguna.
Mezclado y conformación	El mezclado se realiza manualmente en un depósito plástico. En el conformado, la cantidad de masa colocada en la hoja se realiza por simple experiencia.	El mezclado puede realizarse de igual forma. En el conformado, la cantidad de masa colocada en la hoja debe ser controlada a través de una dosificadora manual.	Normalización del peso del producto.
Cocido	El cocido se lleva a cabo en hoyas convencionales y por simple experiencia se estima el tiempo de cocción.	El cocido se debe realizar en marmitas estandarizadas que permitan medir la temperatura adecuada de cocción, de tal manera que se posea la plena seguridad de la eliminación de cualquier microorganismo existente.	Certeza plena de eliminación de impurezas internas a través del control de temperatura y tiempo de cocción

Enfriado	NR°	Debe realizarse en las cajas plasticas que posteriormente serán enviadas a la planta de empaque.	Mayor control en el manejo.
Pesado	NR°	Las cajas llenas de producto deben ser pesadas en una báscula digital de pie antes de ser enviadas a la planta de empaque.	Mayor control en el peso manejado.
Almacenado	NR°	Deben colocarse las cajas de producto en un lugar limpio mientras se espera la acumulación de producto y el envío a la planta de empaque.	Reducción de costo de transporte.
Empacado	Se realiza manualmente introduciendo el producto en bolsas plásticas no etiquetadas. Inmediatamente se realiza la venta.	Se realiza manualmente introduciendo el producto en bolsas plásticas debidamente etiquetadas y luego en cajas de cartón debidamente identificadas, luego se colocan en cuartos fríos.	Normalización del empaque del producto, mejor presentación y mayor seguridad para el consumidor.
PRODUCTO: RIGUA			
OPERACIÓN	PROCESO ACTUAL	PROCESO PROPUESTO	MEJORAS Y OPORTUNIDADES DE INCREMENTAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO.
Lavado	NR°	Lavado en pila de concreto para quitar impurezas externas tanto de los elotes como de las hojas de guineo.	Eliminación e impurezas exteriores.
Cortado	Manualmente con cuchillo de metal no especificado.	Manualmente con cuchillo de acero inoxidable.	Disminuye el riesgo de creación de moho en la hoja del elote.
Deshojado y limpiado	Manualmente.	Ninguno.	Ninguna.

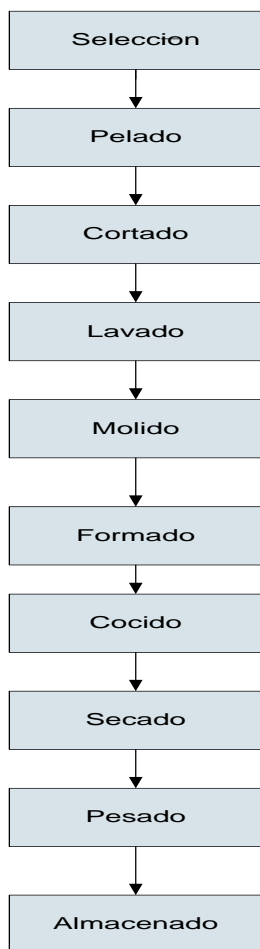
Raspado	Manualmente con cuchillo de metal no especificado.	Manualmente con cuchillo de acero inoxidable.	Disminuye el riesgo de creación de moho en el grano del elote.
Molido e inspección	El molido se realiza en molino de discos con alimentación manual, inspeccionando continuamente la homogeneidad de la masa.	Ninguno.	Ninguna.
Mezclado y conformación	El mezclado se realiza manualmente en un depósito plástico. En el conformado, la cantidad de masa colocada en la hoja de guineo se realiza por simple experiencia, al igual que la forma del producto.	El mezclado puede realizarse de igual forma. En el conformado, la cantidad de masa colocada en la hoja de guineo debe ser controlada a través de una dosificadora manual. La forma y medida del producto se debe realizar utilizando moldes de acero inoxidable.	Normalización del peso y forma del producto.
Cocido	El cocido se lleva a cabo en comales artesanales o planchas convencionales y por simple experiencia se estima el tiempo de cocción.	El cocido se debe realizar en planchas de acero inoxidable que contengan un termómetro que permitan medir la temperatura adecuada de cocción, de tal manera que se posea la plena seguridad de la eliminación de cualquier microorganismo existente.	Certeza plena de eliminación de impurezas internas a través del control de temperatura y tiempo de cocción
Enfriado	NR°	Debe realizarse en las cajas plásticas que posteriormente serán enviadas a la planta de empaque.	Mayor control en el manejo.
Pesado	NR°	Las cajas llenas de producto deben ser pesadas en una báscula digital de pie antes de ser enviadas a la planta de empaque.	Mayor control en el peso manejado.
Almacenado	NR°	Deben colocarse las cajas de producto en un lugar limpio mientras se espera la	Reducción de costo de transporte.

		acumulación de producto y el envío a la planta de empaque.	
Empacado	Se realiza manualmente introduciendo el producto en bolsas plásticas no etiquetadas.	Se realiza manualmente introduciendo el producto en bolsas plásticas debidamente etiquetadas y luego en cajas de cartón debidamente identificadas.	Normalización del empaque del producto, mejor presentación y mayor seguridad para el consumidor.

° NR: No se Realiza.

√ Nuegados

Figura 20: Diagrama de bloques de proceso para los Nuegados



Selección: se selecciona la yuca que se va a utilizar para la elaboración de los nuegados, rechazando aquella que presente defectos o podredumbre.

Pelado: se procede a pelar la yuca, desprendiéndole manualmente la cáscara, dejando únicamente la pulpa.

Cortado: se corta la yuca en trozos pequeños con un cuchillo, para simplificar la siguiente operación.

Lavado: una vez cortada la yuca, se procede al lavado, que también se realiza de forma manual, pero se debe hacer cuidadosamente utilizando abundante agua.

Molido: se tritura la yuca por medio de un molino, ya sea manual o eléctrico, para así obtener la masa.

Formado: una vez teniendo la masa lista, se introduce esta en la dosificadora de pastosos ALL - FILL, ya que se tiene que estandarizar el peso y tamaño de los nuegados a elaborar, el peso es de 9gr. Y el tamaño tiene un diámetro de 6cm. y serán d forma esférica, para darle esta forma se hará de manera manual.

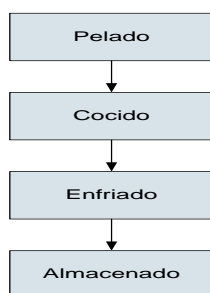
Cocido: se cocinan los nuegados aproximadamente a 100°C, en un recipiente de acero inoxidable que contenga aceite vegetal o manteca, los nuegados deben moverse constantemente para que no se adhieran al recipiente; dejar cocinar hasta que se tornen de un color café, aproximadamente 5 minutos.

Secado: se colocan los nuegados sobre una superficie cubierta con papel especial, para que estos suelten el aceite o manteca que presentan en este momento.

Pesado: se traslada el producto hacia una báscula de pie para pesarlo.

Almacenado: se colocan los nuegados en cajas plásticas y se apilan para que posteriormente sean retiradas del local y sean llevadas a la planta empacadora.

Figura 21: Diagrama de bloque de proceso de la miel para nuegados



Pelado: ya que la miel se elabora con dulce de panela, se le tiene que retirar el material que lo cubre, que en el medio se le llama tusa.

Cocido: se coce el dulce de panela con agua hasta que obtiene una consistencia líquida, un tanto viscosa, el cocido se realiza en recipientes de acero inoxidable y este dura aproximadamente 15 minutos a una temperatura de 100°C.

Enfriado: luego se deja reposar por unos instantes para que la miel se enfríe.

Almacenado: una vez que este menos caliente, se procede a drenarla en recipientes cilíndricos de plástico y se colocan junto a los recipientes que contienen los nuegados, para su posterior retiro.

Figura 22: Diagrama de flujo de proceso para la elaboración de Nuegados.

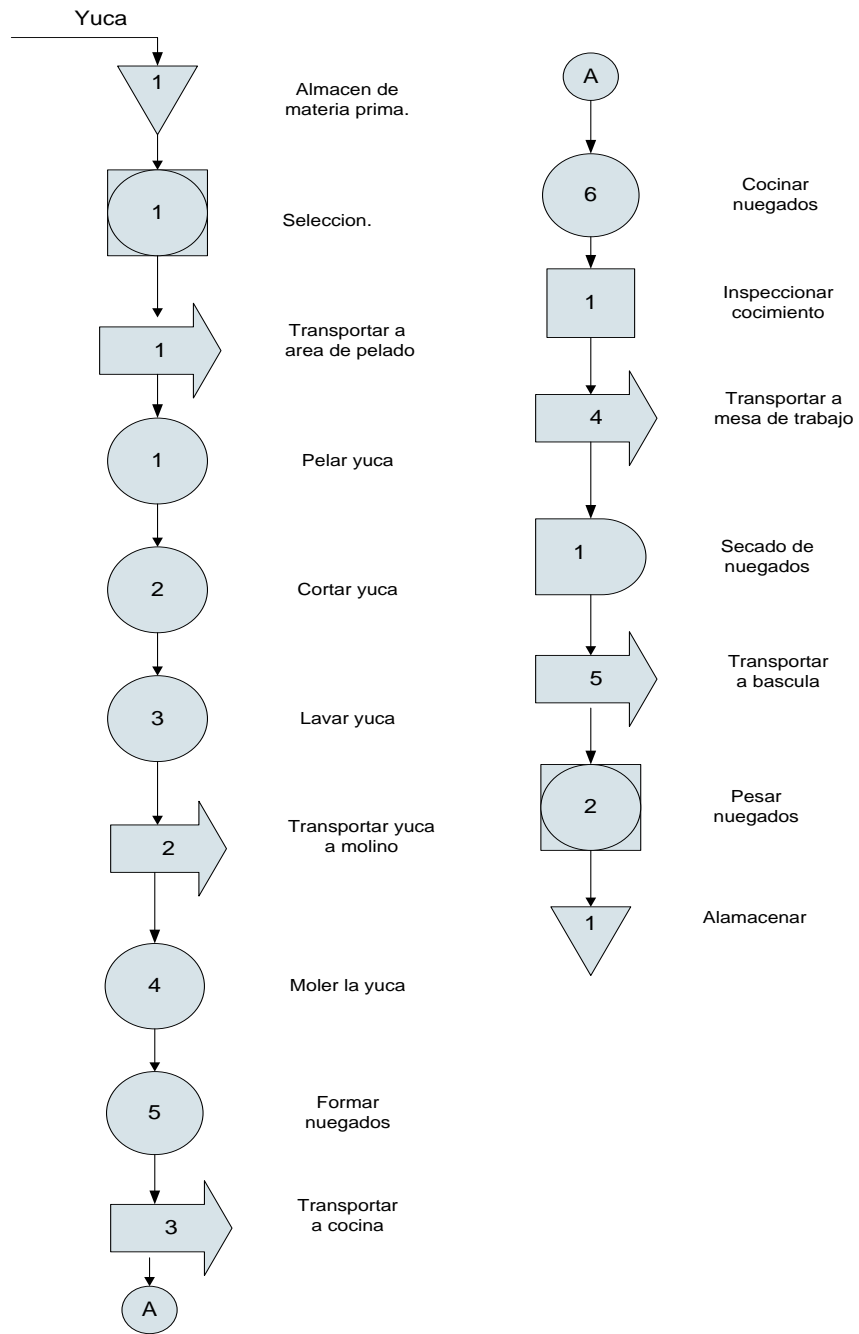


Figura 23: Diagrama de flujo de proceso de la miel para los nuegados.

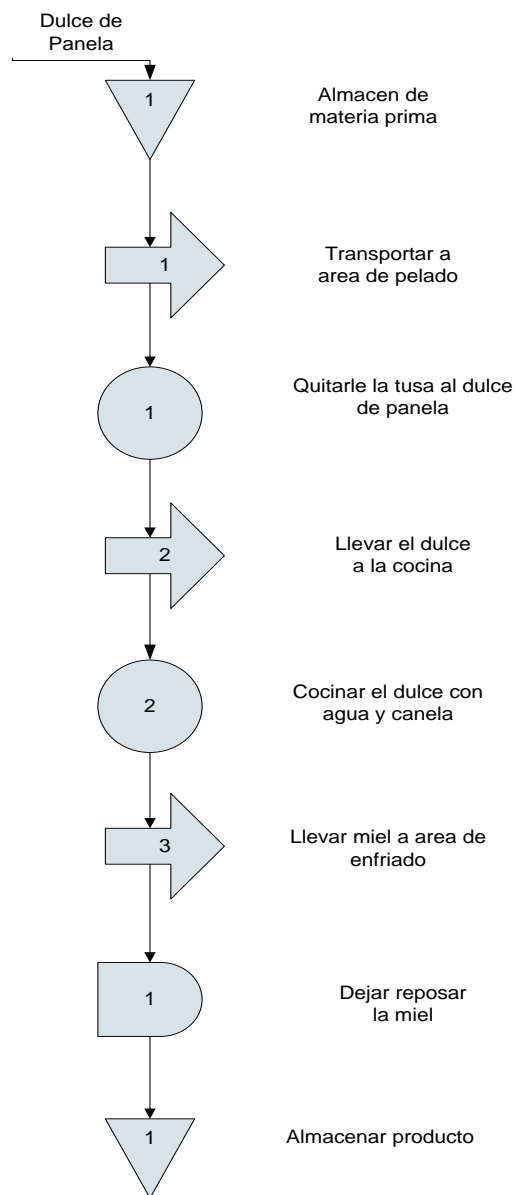


Tabla 119: Mejoras en el proceso de producción de Nuegados

OPERACION	METODO ACTUAL	METODO PROPUESTO	MEJORA
Formado	Se toma un poco de la masa, sin ninguna medida, y se le da forma al nuegado de manera manual.	Se introduce la masa a la dosificadora manual para que esta saque exactamente la cantidad requerida.	Con la dosificadora se pretende estandarizar la cantidad contenida en cada nuegado, ya que todos deben ser iguales.
Cocido	Se vierten los nuegados en una olla y se dejan cocer por un tiempo indefinido.	Se vierten en un recipiente de acero inoxidable y se cocinan a 100 ⁰ c durante 5 minutos con	Se miden tiempos y temperatura para que todos los nuegados tengan el mismo grado de

		aceite vegetal.	cocción.
Pesado	-----	Se pesa en una báscula.	El pesado se realiza para garantizar la homogeneidad de todos los nuegosos.

√ Planificación De La Producción

Para realizar una buena Planeación de la producción enmarcada en un determinado periodo de tiempo, como puede ser un mes, un trimestre, semestre, un año, etc., es necesario definir ciertas políticas, entre las más importantes se pueden mencionar las siguientes:

- Días y horas hábiles durante el periodo determinado.
- Políticas de venta.
- Políticas de inventario del producto terminado.

La definición de estas políticas concierne al productor, ya que depende en gran parte de su capacidad económica y de los resultados que desee.

Días y Horas Hábiles Durante El Periodo Determinado.

En el medio el modelo mas común es la semana de 5 1/2 días, aunque también es utilizado el sistema de 5 días; esto con el objetivo de fijar periodos de pagos de salarios.

Luego se debe establecer el rango de días hábiles durante la semana o fijar un número de horas semanales que el empleado deberá cumplir.

Además deben mencionarse de que forma se trataran los días festivos; se reconocen, legalmente, los siguientes días festivos:

- a) Primero de enero;
- b) Jueves, viernes y sábado de la Semana Santa;
- c) Primero de mayo;
- d) seis de agosto;
- e) Quince de septiembre;
- h) Dos de noviembre; y
- i) Veinticinco de diciembre.

Para determinar los días hábiles para el año 2007, se presenta a continuación la tabla 120:

Tabla 120: Días hábiles del año 2007

MES	TOTAL DIAS DEL MES (A)	SABADOS Y DOMINGOS (B)	DIAS FESTIVOS (C)	TOTAL DIAS HABLES (A-B-C)
Ene.	31	8	1	22
Feb.	28	8	0	20
Mar.	31	9	0	22
Abr.	30	9	3	18
May.	31	8	1	22
Jun.	30	9	0	21

Jul.	31	9	0	22
Ago.	31	8	1 ⁶⁰	22
Sep.	30	10	1	19
Oct.	31	8	0	23
Nov.	30	8	1	21
Dic.	31	10	1	20
TOTAL				252

Se sugiere que en la empresa se trabaje de Lunes a Viernes, 10 horas diarias, las cuales cuentan de las 7 de la mañana hasta las 5 de la tarde; la hora de almuerzo será a las 12 en punto y durara 1 hora, después de la cual cada trabajador deberá regresar a sus labores.

Política De Venta.

La política de ventas consiste en el máximo número de días hábiles a considerar para entregar el producto al cliente sin incurrir en acumulación en bodega de producto terminado y que permita rotar⁶¹ apropiadamente el inventario.

Ya que los antojos típicos salvadoreños son productos perecederos, se establecerá en dos días el máximo número de días hábiles para entregar el producto al cliente. La experiencia posterior indicara si es permisible otorgar más tiempo para la entrega.

Política De Inventario De Producto Terminado.

Consiste en determinar la cantidad de producto terminado mínimo equivalente al tiempo que se requiere para producirlo y que permita mantener un margen de inventario a fin de prevenir cualquier eventualidad.

Para todos los productos, se designara un inventario de producto terminado de tres días, es decir que en la bodega de producto terminado se almacenaran el equivalente en producto a tres días de producción.

Pronostico De Ventas.

El pronóstico de ventas es el volumen de producto que se espera vender en el futuro cercano y en un periodo de tiempo delimitado. Este dato es un valor que puede variar a lo largo del tiempo o mantenerse constante, esto depende de las características del mercado al cual se dirige el producto.

En el caso de los antojos típicos, se propone llevar un control de las ventas en un formato como el especificado en la tabla 121, este será elaborado por el encargado de comercialización.

⁶⁰ Representa el día de las fiestas patronales de cada pueblo, significativamente se le resta a Agosto.

⁶¹ Consiste en retirar el producto que caducó en bodega o anaquel y colocar el producto mas reciente.

Tabla 121: Formato para pronóstico de ventas

PRONOSTICO DE VENTAS												
Nombre de la Empresa: _____												
Pronostico de unidades Vendidas: _____												
Productos	Pupusas			Tamales de elote			Riguas			Nuegados		
	Nacional	Mcdo.EU	TOTAL	Nacional	Mcdo.EU	TOTAL	Nacional	Mcdo.EU	TOTAL	Nacional	Mcdo.EU	TOTAL
Meses												
Enero												
Febrero												
Marzo												
...												

El pronostico de ventas fue determinado por el estudio de mercado realizado en la etapa anterior (Diagnostico). En la tabla siguiente se muestra el pronóstico de ventas para el mercado nacional y estadounidense en el primer año.

Tabla 122: Pronostico de ventas

Producto	Demanda estimada para el mercado Nacional (Kg/año)	Demanda estimada para el mercado Estadounidense (Kg/año)	Demanda Total estimada para el proyecto (Kg/año)
Pupusas	68,260.32	94,804.25	163,064.57
Tamales de elote	631.80	62,548.20	63,180.00
Empanadas	1,296.00	3,024.00	4,320.00
Riguas	21,772.80	50,803.20	72,576.00
Nuegados	2,592.00	6,048.00	8,640.00

Considerando la demanda total del proyecto para el primer año, se divide en 12 meses para determinar cual es la cantidad que se producirá cada mes. Entonces se tiene 13,588.71 Kg/mes

Tabla 123 : Ventas por mes

VENTAS (Kg)				
Productos	Pupusas	Tamales de elote	Riguas	Nuegados
Meses				
Enero	13,588	5,265	6,048	720
Febrero	13,588	5,265	6,048	720

Marzo	13,588	5,265	6,048	720
...				

Stock.

Luego de determinar las políticas de ventas y de inventario de producto terminado, se debe calcular el stock; es decir, el inventario de productos en bodega para cada periodo (mes, quincena, semana, etc.). La formula para determinar le stock es:

$$S = \frac{Vs \times P}{d}$$

S: es el stock, representado por la cantidad de producto en inventario (libras, toneladas, botellas, galones, etc.)

Vs: es la cantidad de producto que se espera vender el siguiente periodo al que se esta calculando el stock.

P: es la política de inventarios; es decir, cuantos días se mantendrá el inventario en bodega antes de despacharlo.

d: es el numero de días hábiles del periodo que se esta calculando.

Se considera el stock igual a cero para el inicio de las operaciones de la fábrica.

Ahora, retomando la tabla 120 donde aparecen los cálculos de los días hábiles para todo el año 2007, añadiendo el pronóstico de ventas, se puede realizar el cálculo del Stock de cada producto como se muestra a continuación:

Tabla 124 : Stock de antojos típicos

PUPUSAS		
DESCRIPCION	FORMULA	STOCK
Stock enero*	0	0
Stock febrero	$S=(13,588 \times 3) / 20$	2,038.2
Stock marzo	$S=(13,588 \times 3)/22$	1,852.9
Stock abril	$S=(13,588 \times 3) / 18$	2,264.67
NUEGADOS		
Stock enero*	0	0
Stock febrero	$S=(720*3)/20$	108
Stock marzo	$S=(720*3)/22$	98.18
Stock abril	$S=(720*3)/18$	120
TAMALES DE ELOTE		
Stock enero*	0	0

Stock febrero	$S=(5,265*3) /20$	789.75
Stock marzo	$S=(5,265*3) /22$	717.95
Stock abril	$S=(5,265*3) /18$	877.5
RIGUAS		
Stock enero*	0	0
Stock febrero	$S=(6,048*3) /20$	907.2
Stock marzo	$S=(6,048*3) /22$	824.72
Stock abril	$S=(6,048*3) /18$	1008

*El stock al inicio de las operaciones es cero

√ **Producción.**

El pronóstico de producción sirve para determinar la cantidad de producto que es necesario haber elaborado para cubrir el volumen del pronóstico de ventas. La formula es la siguiente:

$$P = V + S - I_0$$

P= es la producción necesaria para cubrir la demanda del mes.

V= es la cantidad de producto que se venderá en ese periodo.

S= stock del siguiente mes.

I_i = stock del mes en cuestión.

Para determinar de una manera mas fácil la producción de cada periodo se puede hacer uso de la siguiente hoja de calculo:

Tabla 125: ejemplo de hoja de cálculo para determinar Producción en cada periodo

	Periodo	d	E	f
		Stock	Producción	Ventas
A	1	$S1 = 0$	$P = V1 + S2$	V1
B	2	$S2 = V1 \times p / d2$	$P = V2 + S3 - S2$	V2
C	3	$S3 = V2 \times p / d3$	$P = V3 + S4 - S3$	V3
D

Cálculos.

Para ejemplificar los cálculos de cada producto, se realizará para los primeros tres meses:

Pupusas

Producción Pupusas, Enero = Ventas pupusas, Enero + Stock pupusas, Febrero = 13,588 + 2,038.2 = 15,626.2 Kg

Producción Pupusas, Febrero = Ventas pupusas, Febrero + Stock pupusas, Marzo - Stock pupusas, Febrero = 13,588 + 1,852.9 - 2,038.2 = **13,402.7 Kg.**

Producción Pupusas, Marzo = Ventas pupusas, Marzo + Stock pupusas, Abril - Stock pupusas, Marzo = 13,588 + 2,264.67 - 1,852.9 = **13,999.77 Kg.**

A continuación se presenta en la tabla siguiente, la producción de los primeros tres meses, basados en los cálculos realizados de la misma manera que la producción de enero:

Tabla 126 : Pronóstico de Producción de Antojos típicos

MESES	PUPUSAS (KG)		
	Stock	Producción	Ventas
Enero	0	15,626.20	13,588.00
Febrero	2,038.2	13,402.7	13,588.00
Marzo	1,852.9	13,999.77	13,588.00
Abril	2,264.67	-	13,588.00
NUEGADOS (Kg)			
Enero	0	828	720
Febrero	108	710.18	720
Marzo	98.18	741.82	720
Abril	120	-	720
TAMALES DE ELOTE (Kg)			
Enero	0	6,054.75	5,265
Febrero	789.75	5,193.20	5,265
Marzo	717.95	5,424.55	5,265
Abril	877.5	-	5,265
RIGUAS (Kg)			
Enero	0	6,955.20	6,048
Febrero	907.2	5,965.52	6,048
Marzo	824.72	6,231.28	6,048
Abril	1008	-	6,048

√ **Unidades Buenas A Planificar Producir**

Unidades defectuosas.

Para determinar la cantidad de producto defectuoso que se va a obtener, al final de cada proceso productivo, es necesario fijar las siguientes políticas, estimando lo siguiente:

- Para los productos, se va a determinar un 2% de unidades defectuosas, por cualquier falla en la maquinaria, error en la formula, error humano y malos controles en el proceso.

Ahora bien con la información recopilada, se va a determinar las unidades buenas a planificar producir, con la siguiente formula:

$$\text{Unidades buenas a planificar producir} = P / 1 - \% \text{defectuosos}$$

Tabla 127 : Unidades buenas a planificar producir de cada producto.

PRODUCTO MESES	UNIDADES BUENAS A PLANIFICAR PRODUCIR (KG)			
	Pupusas	Nuegados	Tamales de elote	Riguas
Enero	15,945.10	845	6,178.32	7,097.14
Febrero	13,676.22	724.67	5,299.18	6,087.27
Marzo	14,285.48	756.96	5,535.26	6,358.45
...				...

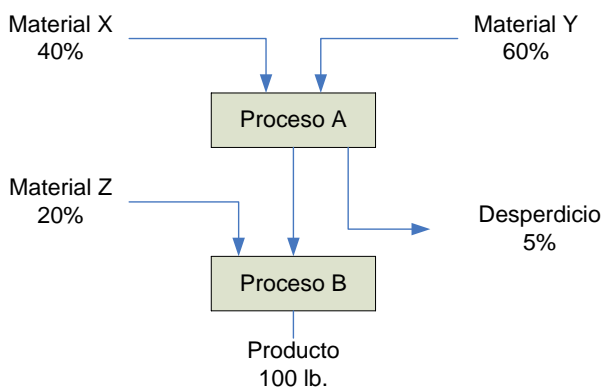
√ **Balance De Materiales.**

El cálculo de las unidades buenas a planificar producir servirá para la determinación del balance de materiales. Este se puede describir como un método para determinar los requerimientos de materiales, materias primas e insumos requeridos para elaborar una cantidad determinada de productos. Para ello debe tenerse claro la manera en la cual se transforman e incorporan la materia prima, insumos y materiales durante el proceso, información que ofrece el diagrama de flujo de procesos. Además, es necesario conocer o poseer un dato aproximado de los desperdicios que se dan obligatoriamente en distintas partes del proceso.

El balance de materiales comienza determinando una cantidad de producto que se espera obtener al final del proceso. Debería ser una cantidad pequeña, pero significativa, que pueda reproducirse a volúmenes mayores.

El siguiente diagrama ejemplifica este balance:

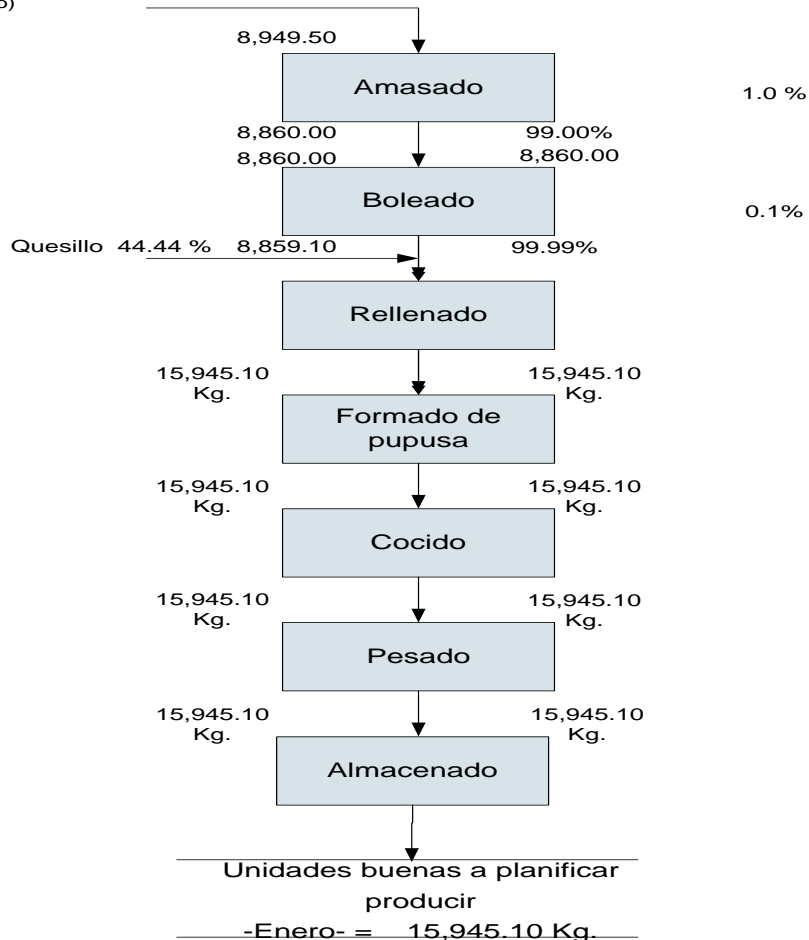
Figura 24: Ejemplo general de balance de materiales



El cálculo se realiza hacia atrás; es decir, desde el producto hacia los materiales componentes. Se requiere conocer los porcentajes de cada material que entra en el proceso y de los desperdicios. Tal como se demuestra en los siguientes diagramas, para cada producto, considerando solamente el mes de enero, para ejemplificar:

Figura 25 : Diagrama de Balance de materiales para pupusas

Harina de maíz = 50% = 4,474.75 Kg
 y agua = 50% = 4,474.75 ≈ 4,788 Lt.
 (Aproximadamente determinado a partir de practica de laboratorio)



Desperdicios:

En base a pruebas se determinó el desperdicio o mermas para algunas etapas del proceso, donde se verificó cada evento, pesando el material que salía de cada etapa. Para tomarlo como referencia estimada, en el balance de materiales.

√ En las operaciones de almacenado, empackado, pesado, cocido y formado, no existen mermas ni desperdicios, el peso del material que entra en cada una de estas etapas es el mismo que sale.

√ En el relleno entra 44.44% de queso, es decir que de $(15,945.10 - (15,945.10 \times 0.4444)) = 8,859.10$ Kg son de masa de harina y el resto que equivale a 7,086 kg es de queso.

√ En el boleado existe un desperdicio del 0.1% por manipulación, es decir; para que salga de esta operación 8,859.10 Kg. de masa de harina, debe entrar 8,860.0 Kg. de la misma, calculándolo de la siguiente forma $8,859.10 / (1 - 0.001) = 8,860.0$ Kg.

√ Para que en la operación de amasado salgan 8,860.0 Kgs. de masa de harina, y considerando que existe un desperdicio del 1%, por manipulación, se debe ingresar 8,949.50 Kg de masa, que equivale a 4,474.75 kg de harina de maíz y 4,474.75 kg de agua (por medio de prueba, se determinó que equivale aproximadamente a 4,788 Lt.). el cálculo se determina de la siguiente manera: $8,860.0 \text{ Kg.} / (1 - .01) = 8,949.50$ Kg, este dato se divide entre 2, ya que por cada Kilogramo de harina es 1Kg. de agua que equivale aproximadamente a 1.07 lt.

Figura 26 : Diagrama de Balance de materiales para tamales de elote

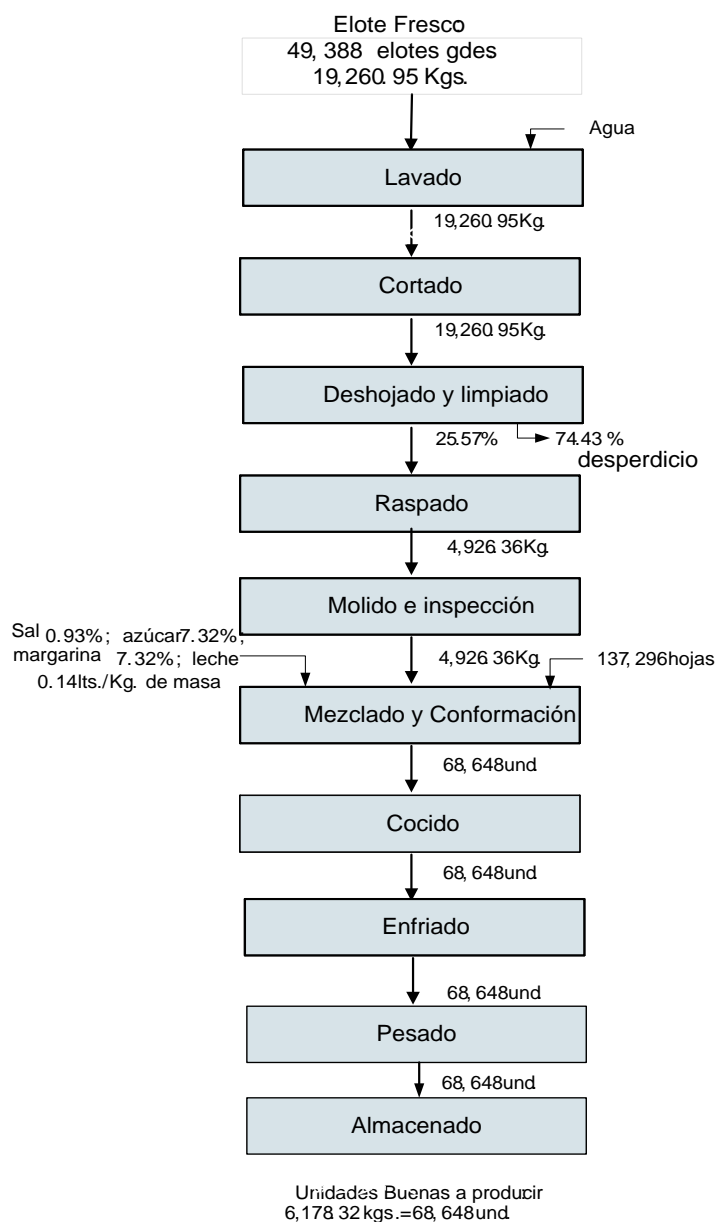
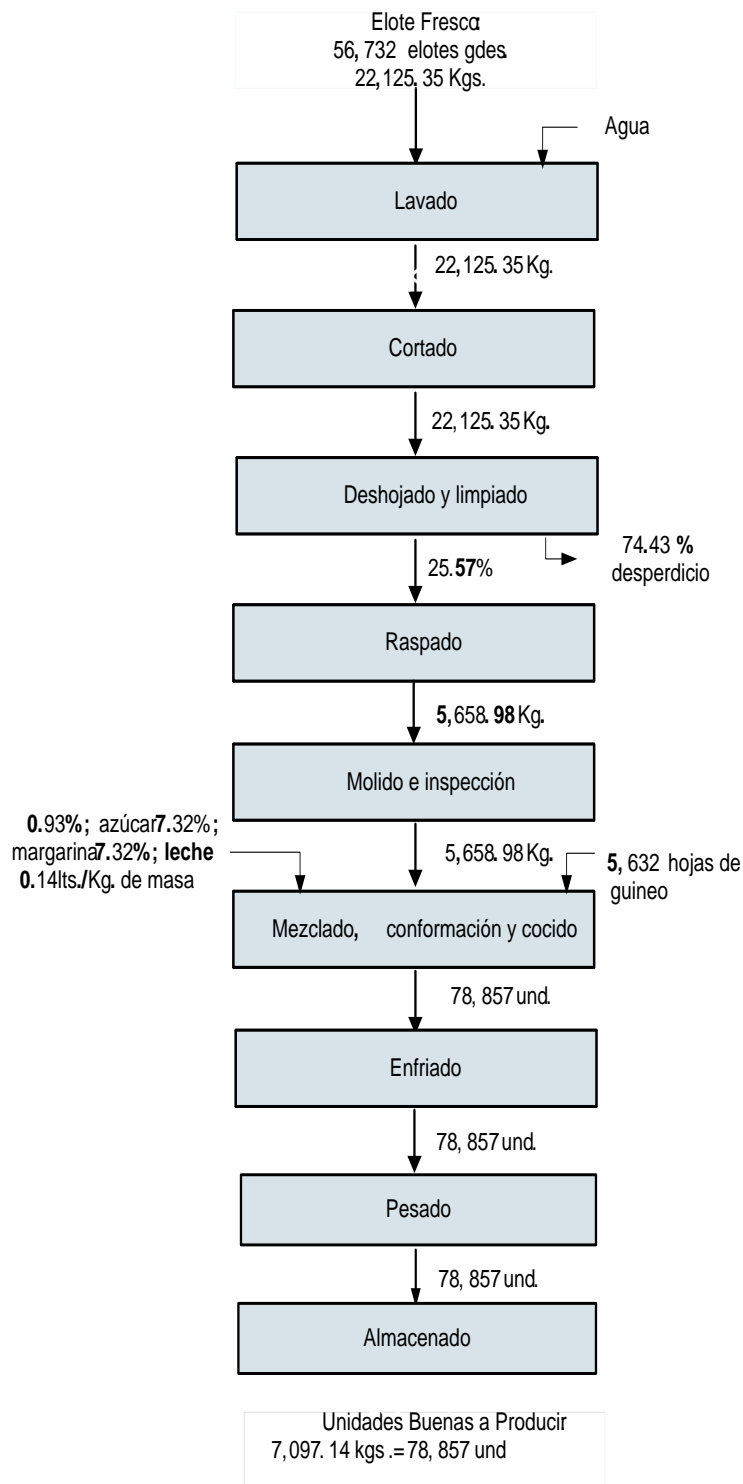


Figura 27 : Diagrama de Balance de materiales para riguas



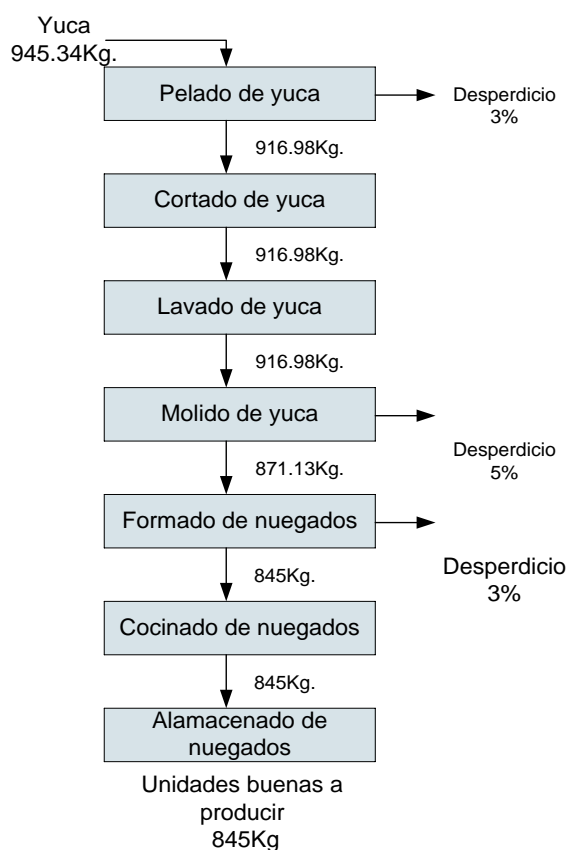
Desperdicios:

Para determinar los desperdicios de los tamales de elote y las riguas, se realizaron pruebas de cada una de las operaciones del proceso productivo de estos productos. Es importante decir, que éstas son una aproximación del proceso real, pero de mucho valor para utilizarlas como base de partida para cálculos futuros.

✓ El mayor desperdicio se da en la operación de deshojado y limpiado, 74.43%, éste debido a que el elote entra completo al proceso productivo, es decir, con hojas y hueso (vulgarmente conocido como olote). De este porcentaje de desperdicio puede reutilizarse una pequeña cantidad de hojas que servirán como envoltura para los tamales.

✓ En el resto de operaciones, no existen desperdicios considerables. En la operación de mezclado y conformación se agregan los insumos necesarios en las cantidades requeridas: por ejemplo, aplicando el 0.93% a 4,926.36 kg. Que es el grano molido, se obtiene la cantidad de sal requerida para esta masa, es decir, 45.8 kg. De sal.

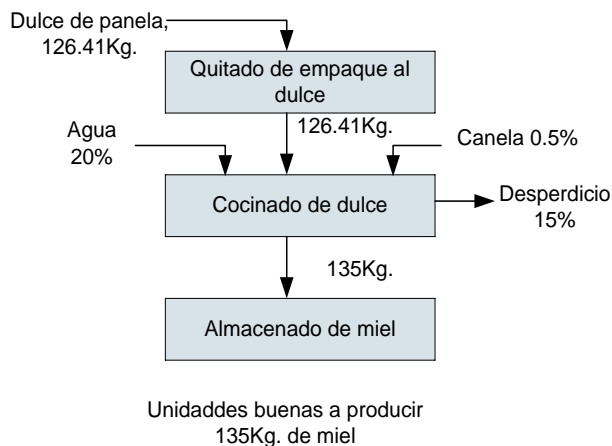
Figura 28: Balance de materiales para nuegados



✓ En el formado de los nuegados se produce un desperdicio del 3%, lo que es $0.03 \times 845\text{Kg.} = 25.35\text{Kg.}$, esto se da por los residuos que quedan en la disifcadora de pastosos.

- ✓ La cantidad anterior quiere decir que al proceso de formado de nuegados debe entrar $845\text{Kg.}/0.97 = 871.13\text{Kg.}$
- ✓ En el molido de la yuca debe haber entrado $871.13\text{Kg.}/0.95 = 916.98\text{Kg.}$, esto por los residuos que quedan en el molino luego del proceso.
- ✓ En el pelado de la yuca, deben entrar $916.98\text{Kg.}/0.97 = 945.34\text{Kg.}$, se da ya que el cortado se realiza de forma manual, y se dan desperdicios cuando se corta mucho mas que la corteza.

Figura 29: Balance de materiales para miel de nuegados



- ✓ En el cocinado del dulce se desperdicia un 15% por la evaporación de los fluidos, lo cual representa $135\text{Kg.} / 0.85 = 158.8\text{Kg.}$
- ✓ Para el cocinado del dulce se necesitan el 20% de agua lo cual representa $158.8\text{Kg.} \times 20\% = 31.76\text{Kg.}$, aproximadamente 8.5gals.
- ✓ Se necesita el 0.5% de canela, esto se traduce así: $127.04\text{Kg.} \times 0.5\% = 0.63\text{Kg.}$ de canela.
- ✓ Luego de haber extraído los galones necesarios para la elaboración de la miel, se tienen 126.41Kg. y esto es o que se necesita de dulce de panela, ya que en el mercado nacional, este producto se adquiere en denominaciones de atados, se necesitan 260 atados.

En la siguiente tabla se describen los materiales necesarios para la elaboración de cada producto, con sus respectivas cantidades:

Tabla 128: Materiales y cantidad requerida para la elaboración de antojos típicos

MATERIALES NECESARIOS PARA ELABORAR 15,945.10 KG. DE PUPUSAS.	
Material	Cantidad requerida
Harina de Maíz	4,474.75 kg.
Agua	4,788 Lt.
Quesillo	7,086 kg.
Materiales necesarios para elaborar 845Kg. de Nuegados.	
Yuca	945.34Kg.
Dulce	126.41Kg.

Agua	32.17Lt.
Canela	0.63Kg.
Materiales necesarios para elaborar 6,178.32Kg. de Tamales de elote.	
Elote	4,926.36 Kg. (Peso del grano)
Sal	45.80 Kg.
Azúcar	358.06 Kg.
Leche	679.07 Lt.
Margarina	358.06 Kg.
Materiales necesarios para elaborar 7,097.14 Kg. de Riguas.	
Elote	5,658.98Kg. (Peso del grano)
Sal	51.06 Kg.
Azúcar	411.30 Kg.
Leche	780.06 Lt.
Margarina	411.30 Kg.

√ **Requerimiento De Materia Prima**

Los requerimientos de materia prima deben realizarse tomando en cuenta la demanda a cubrir por la empresa y se establece mediante el Balance de Materiales.

Con la información del Balance de Materiales, se puede determinar los materiales necesarios para elaborar los nuegos para el periodo de tres meses que se planeo con anterioridad.

Para determinar los requerimientos de materiales para los otros meses se podría aplicar una regla de tres simple, tal como se describe a continuación:

Si para 15,945.10 Kg de pupusas, se necesitan 4,474.75 Kg de harina de maíz y 4,788 Lts de agua.

Para producir 13,974.79 Kg de pupusas se aplica la siguiente formula:

$X = \text{Cantidad que se desea producir} \times \text{Cantidad de material utilizado para cantidad producida} / \text{cantidad producida.}$

Ejemplo:

15,945.10 Kg. de pupusas ----- 4,474.75 kg de harina de maíz

13,676.22 Kg de pupusas ----- X

$$X = \frac{13,676.22 \text{ Kg de pupusas} \times 4,474.75 \text{ kg de harina de maíz}}{15,945.10 \text{ Kg. de pupusas}}$$

Entonces para producir 13,676.22.79 kg de pupusas, se necesitan: **3,838.02 Kg. de harina**

Tabla 129: Requerimientos totales de materia prima

PUPUSAS			
MES	Enero	Febrero	Marzo
Produc.	15,945.10 Kg	13,676.22 kg	14,285.48 Kg.
Material.			
Harina de Maíz	4,474.75 kg.	3,838.02	4,009.00
Agua	4,788 Lt.	4,106.70	4,289.65
Quesillo	7,086 kg.	6,077.71	6,348.46
NUEGADOS			
Produc.	845Kg.	724.67Kg.	756.96Kg.
Material.			
Yuca	945.34Kg.	810.72	846.85
Dulce	126.41Kg.	108.40	113.23
Agua	32.17Lt.	27.59	28.82
Canela	0.63Kg.	0.54	0.56
TAMALES DE ELOTE			
Produc.	6,178.32Kg	5,299.18kg	5,535.26Kg.
Material.			
Elote	4,926.36 Kg ⁶² .	4,225.37	4,413.61
Sal	45.80 Kg.	39.28	41.03
Azúcar	358.06 Kg.	307.11	320.79
Leche	679.07 Lt.	582.44	608.39
Margarina	358.06 Kg.	307.11	320.79
RIGUAS			
Produc.	7,097.14Kg	6,087.27kg	6,358.45Kg.
Material.			
Elote	5,658.98Kg. ⁶³	4,853.75	5,069.98
Sal	51.06 Kg.	43.79	45.75
Azúcar	411.30 Kg.	352.78	368.49
Leche	780.06 Lt.	669.06	698.87
Margarina	411.30 Kg.	352.78	368.49

√ **Requerimiento De Mano De Obra.**

Los encargados de la planificación deben de estar pendientes con respecto a la disponibilidad de la mano de obra; es decir, el conocer cuantas personas están incapacitadas, cuantas personas con

⁶² Peso del grano

⁶³ Peso del grano

permiso y cuantas están con disponibilidad de planeárseles sus horas-hombre. Se desglosan las operaciones necesarias para la elaboración de los nuegados, para calcular las horas-hombre requeridas para su manufactura. Luego, se toma la primera operación y se mide el tiempo que el operario tarda en efectuarla y luego se multiplica por la cantidad de veces que se repite en un mes para obtener el total de horas-hombre que consumirá esa operación para ese producto en todo el mes y para todos los obreros. Esto se calcula de la siguiente manera:

$$Hho = to \times Qo$$

Donde:

Hho: son las horas-hombre por operación.

to: es el tiempo de operación.

Qo: es la cantidad de veces que se repite la operación al mes.

√ **Requerimiento De Maquinaria Y Equipo.**

Para determinar la maquinaria y equipo requerido, se consideraron los siguientes aspectos:

- Producción del último año proyectado, debido a que este constituye el horizonte más lejano y la máxima producción de referencia, ya que la maquinaria y equipo a adquirir debe también proyectarse.
- Posibilidades económicas de los productores. Debe entenderse que los productores constituyen micro y pequeñas empresas, por lo cual sus recursos económicos son escasos.
- Normalización de los procesos productivos, este aspecto es uno de los de mayor importancia, ya que se obtendrían productos con la calidad requerida.

A continuación se presenta una propuesta de maquinaria y/o equipo necesario para cada operación, considerando que cada productor es una empresa individual. También ver imágenes en anexo 17.

Tabla 130: Requerimiento de equipo para la elaboración de pupusas

PUPUSAS		REQUERIMIENTO: 10.93 KG/ DÍA /PRODUCTOR	
Operación	Maquinaria y/o equipo	Cantidad	Capacidad -Dimensiones
Amasado de queso	Deposito plástico	1	0.50 x 0.40 m.
Amasado de harina	Deposito plástico	1	0.50 x 0.40 m.
Boleado	Dosificadora manual	1	Depende del operario
Rellenado	Dosificadora manual	1	Depende del operario
Formado de pupusa	-	-	-
Cocido	Plancha freidora	1	40 und.- 1.30 x 0.60 x 0.90 m
Pesado	Bascula digital de pie	1	25 Kg.- 1.00 x 0.50 x1.0m.
Almacenado	Caja plástica		750x500x200 mm.

Tabla 131: Requerimiento de equipo para la elaboración de Tamales de elote

TAMALES DE ELOTE		REQUERIMIENTO: 33.88 KG/DÍA/PRODUCTOR	
Operación	Maquinaria y/o equipo	Cantidad	Capacidad -Dimensiones
Lavado	Pila	1	1.25 x 1.00 x 1.00 m.
Cortado	Cuchillo de acero inoxidable	1	0.25 x 0.025 m
Deshojado y limpiado	-	-	-
Raspado	Cuchillo de acero inoxidable	1	0.25 x 0.025 m
Molido e inspección	Molino de disco	1	50-70kg./hr., motor de 0.5H.Monofásico – 0.53x0.45x0.53 m.
Mezclado y conformación	Deposito plástico, Dosificadora manual	2, 1	0.50 x 0.40 m., Depende del operario
Cocido	marmita	1	300 und., potencia:17.8kW – 0.85x0.85x0.90 m.
Enfriado	Caja plástica		750x500x200 mm
Pesado	Bascula digital de pie	1	25 Kg.- 1.00 x 0.50 x1.00 m.
Almacenado	Caja plástica		750x500x200 mm

Tabla 132: Requerimiento de equipo para la elaboración de Riguas

RIGUAS		REQUERIMIENTO: 48.65 KG/DÍA/PRODUCTOR	
Operación	Maquinaria y/o equipo	Cantidad	Capacidad -Dimensiones
Lavado	Pila	1	1.25 x 1.00 x 1.00 m.
Cortado	Cuchillo de acero inoxidable	1	0.25 x 0.025 m
Deshojado y limpiado	-	-	-
Raspado	Cuchillo de acero inoxidable	1	0.25 x 0.025 m
Molido e inspección	Molino de disco	1	50-70kg./hr., motor de 0.5H.Monofásico – 0.53x0.45x0.53 m.

Mezclado y conformación	Deposito plástico, Dosificadora manual, molde de acero inoxidable	2 depósitos, 1 dosificadora, 40 moldes	0.50 x 0.40 m, Depende del operario
Cocido	Plancha freidora	1	40 und.- 1.30 x 0.60 x 0.90 m
Enfriado	Caja plástica		750x500x200 mm
Pesado	Bascula digital de pie	1	25 Kg.- 1.00 x 0.50 x 1.00 m.
Almacenado	Caja plástica		750x500x200 mm

Tabla 133: Requerimiento de equipo para la elaboración de Nuegados

NUEGADO REQUERIMIENTO: 9.27 KG/DÍA/PRODUCTOR			
Operación	Maquinaria y/o equipo	Cantidad	Capacidad -Dimensiones
Pelado	Cuchillo de acero inoxidable	1	0.25 x 0.025 m
Lavado	Pila	1	1.00 x 1.00 x 0.50 m.
Molido	Molino de disco	1	50-70kg./hr., motor de 0.5H.Monofásico – 0.53x0.45x0.53 m.
Conformación	Dosificadora manual,	1	Depende del operario
Cocido	Recipiente de acero inoxidable	1	0.50x0.15 m
Enfriado	Caja plástica		750x500x200 mm
Pesado	Bascula digital de mesa	1	25 Kg.- 0.50x0.30 m.
Almacenado	Caja plástica		750x500x200 mm

√ **Presupuesto Del Plan De Producción.**

Los responsables del sistema de costos, deberán brindar información a la unidad de planificación referente al costo unitario de fabricación de los nuegados para planificar el presupuesto. Este presupuesto se calcula multiplicando el costo unitario de producción en este caso de los nuegados, por el volumen de nuegados planificado para ese periodo, así:

$$P = C_{uf} \times V_{pp}$$

Donde:

P : es el presupuesto

C_{uf} : es el costo unitario de fabricación

V_{pp} : es el volumen de producción pronosticado

3.2 SUB-SISTEMA DE PRODUCCIÓN PARA PLANTA EMPACADORA

LOCALIZACION DEL PROYECTO.

Análisis de Macro localización.

Para llevar a cabo el análisis de macro localización se definen ciertos factores, que darán la pauta para la aceptación o rechazo del lugar óptimo para el montaje de la planta empacadora de antojos típicos salvadoreños. Entre estos factores se consideran:

- a) Cercanía con productores.

La zona de la región de los Nonualcos, que comprende tanto departamentos de La Paz como de San Vicente, representa una de las zonas de mayor producción en lo que respecta a antojos típicos del país, tal es el caso de Olocuilta, gran productora de pupusas, y como esta la mayoría de municipios se dedican a la elaboración de manera artesanal de este tipo de productos, algunos de los cuales no se toman en cuenta en el proyecto por la razón de que en el estudio de campo no fueron de mayor aceptación por los consumidores potenciales; son 108 productores que se encuentran en la región, de los cuales la mayoría elabora pupusas, tamales de elote, riguas y nuegados.

- b) Fuente de suministro de agua y energía eléctrica.

La mayoría de la población cuenta con los servicios básicos como son agua potable y energía eléctrica, aunque existen municipios dentro de la Micro Región los Nonualcos que carecen, no en su mayoría pero parte del municipio, de estos servicios.

- c) Existencia de mano de obra.

Algunos de los municipios que conforman la Micro Región los Nonualcos se encuentran, según el Ministerio de Economía, en situación de pobreza, en el lugar es difícil obtener un trabajo digno, por lo tanto el proyecto beneficiaría a muchas familias con la generación de empleos.

Por lo expuesto en los apartados anteriores, la macro localización del proyecto se define en el área del departamento de La Paz, ya que uno de los objetivos es que la Micro región Los Nonualcos crezca y se desarrolle, y se llegue a crear una empresa auto sostenible por parte de los municipios que conforman dicha asociación.

Análisis de micro localización.

La micro localización se refiere a la ubicación exacta donde estará la planta empacadora de antojos típicos salvadoreños, para definir dicha localización se hace uso de criterios de evaluación, de manera que de esta forma se elija el lugar más accesible, que presente las mejores condiciones, óptimo para desarrollar el proyecto, etc. Los factores a considerar para la evaluación de la micro localización son los siguientes:

- a) Suministros básicos.

Entre los suministros básicos se consideran agua potable, energía eléctrica, entre otros; este factor se considera de gran importancia ya que posibilita la realización de procesos de elaboración y preservación de los antojos típicos, tales como la limpieza, el buen funcionamiento de las máquinas, la conservación de los productos en refrigeración, el control de la calidad de los antojos típicos, etc.; factores que ayudan a mejorar la calidad de los productos. El factor de ponderación para este criterio es del 30%.

b) Necesidades de espacio.

Las propuestas de localización deberán cumplir con espacios necesarios para el establecimiento de las instalaciones productivas y de esta manera operar de forma eficiente. El factor de ponderación representa un 20%.

c) Condiciones de acceso vial.

Es de vital importancia la facilidad de acceso a vehículos de transporte liviano y pesado a la planta para el ingreso de materias primas y la salida de productos terminados. El factor de ponderación de este criterio representa un 25%

d) Accesibilidad de la población a la zona.

Se considera como la cercanía que existe entre la planta empacadora de antojos típicos y la zona urbana, se considera de igual importancia que el criterio anterior, ya que el hecho que sea accesible es un factor generador de oportunidades y por medio de esto se puede dar a conocer el producto. La ponderación para este criterio es de 25%.

En la tabla 134, se muestra de manera ordenada las ponderaciones para cada uno de los criterios que se mencionaron anteriormente.

Tabla 134: resumen de la valoración de los criterios según su importancia.

No	FACTOR	VALORACION
1	Suministros básicos	30%
2	Necesidades de Espacio	20%
3	Condiciones de Acceso Vial	25%
4	Accesibilidad de la Población a la Zona	25%
TOTAL		100%

DESCRIPCION DE PROPUESTAS DE SOLUCION.

Se presentan a continuación cada una de las opciones para la posible localización de la planta empacadora de antojos típicos, las cuatro opciones que se presentan son seleccionadas porque dentro de los municipios que conforman la Micro región Los Nonualcos, poseen grupos gastronómicos (ver tabla 11).

Tabla 135: opciones para la localización de la planta empacadora de antojos típicos.

No	LOCALIZACION
1	San Pedro Nonualco
2	San Juan Nonualco
3	San Pedro Masahuat
4	Olocuilta

PROCEDIMIENTO DE LA EVALUACION.

La evaluación se realizara por medio de la técnica de evaluación por puntos, la cual consiste en que luego de haber asignado un porcentaje de importancia a cada uno de los factores, se otorga una calificación de acuerdo al grado en el cual la micro localización satisface los criterios o factores tomados en consideración, en una escala de 1 – 10, ver tabla 136. La calificación ponderada se obtiene de multiplicar la valoración del factor por la calificación obtenida para cada región, y el resultado de la suma de estas es la calificación total de la zona.

Tabla 136: Escala de calificación para evaluar opciones de micro localización.

CRITERIO	RANGO
Satisface totalmente	8 – 10
Satisface parcialmente	5 – 7
No satisface en lo absoluto.	1 – 4

EVALUACION DE OPCIONES.

1. San Pedro Nonualco.

Tabla 137: Evaluación para San Pedro Nonualco.

FACTOR	CALIFICACION	VALORACION	CALIFICACION PONDERADA
Suministros básicos.	7	30%	2.1
Necesidades de Espacio.	7	20%	1.4
Condiciones de Acceso Vial.	6	25%	1.5
Accesibilidad de la Población a la Zona.	5	25%	1.25
TOTAL			6.25

2. San Juan Nonualco.

Tabla 138: Evaluación para San Juan Nonualco.

FACTOR	CALIFICACION	VALORACION	CALIFICACION PONDERADA
Suministros básicos.	7	30%	2.1
Necesidades de Espacio.	7	20%	1.4
Condiciones de Acceso Vial.	7	25%	1.75
Accesibilidad de la Población a la Zona.	7	25%	1.75
TOTAL			7

3. San Pedro Masahuat.

Tabla 139: Evaluación para San Pedro Masahuat.

FACTOR	CALIFICACION	VALORACION	CALIFICACION PONDERADA
Suministros básicos.	7	30%	2.1
Necesidades de Espacio.	7	20%	1.4
Condiciones de Acceso Vial.	7	25%	1.75
Accesibilidad de la Población a la Zona.	7	25%	1.75
TOTAL			7

4. Olocuilta.

Tabla 140: Evaluación para Olocuilta.

FACTOR	CALIFICACION	VALORACION	CALIFICACION PONDERADA
Suministros básicos.	7	30%	2.1
Necesidades de Espacio.	7	20%	1.4
Condiciones de Acceso Vial.	9	25%	2.25
Accesibilidad de la Población a la Zona.	9	25%	2.25
TOTAL			8

Tabla 141: RESUMEN DE RESULTADOS.

ALTERNATIVA	PUNTAJES
San Pedro Nonualco	6.25
San Juan Nonualco	7
San Pedro Masahuat	7
Olocuilta	8

Como se puede apreciar en la tabla 141, la mejor opción para el montaje de la planta empaadora, es **Olocuilta**, porque presenta mejores vías de acceso, ya que se encuentra entre la antigua carretera al aeropuerto Comalapa y la nueva carretera que lleva al mismo; además, es más accesible para la población. Esto sin duda alguna es una ventaja para diseñar la distribución y logística de los antojos típicos.

- Manual De Producción Para Planta Empacadora.

Control De Inventario

Un inventario es el almacenamiento de bienes y productos; comúnmente consisten en:

- √ Materias primas.
- √ Productos en proceso.
- √ Productos terminados.
- √ Suministros.

Materias primas.

En lo que respecta al inventario de materias primas, la Red Empresarial se encargara de la compra de estas con el objetivo de estandarizar las materias primas, que estas provengan de la misma fuente y que sean de características similares, disminuir precios de compra por cantidades compradas, ya que se abastecerá a todos los productores que integren la Red.

La demanda para los antojos típicos se estima constante, ya que no se cuenta con datos de periodos anteriores, aunque con el primer año de operaciones se puede rectificar el inventario, tomando en cuenta si lo proyectado en este documento se cumplió y si habrá que hacer nuevas proyecciones, con el dato que se obtendrá del primer año de labores se pueden realizar nuevas proyecciones si no se alcanzo lo propuesto en el presente.

En muchas situaciones, los materiales que se reciben primero se emplean primero. Esto es especialmente cierto cuando se trata de artículos perecederos. Por ejemplo, los antojos típicos salvadoreños, se deben usar primero las materias primas que se recibieron primero; por tal motivo se utilizara el método PEPS (primero en entrar, primero en salir), se mantendrá en inventario de materia prima lo equivalente a un día de producción lo cual esta detallado en la tabal 129, la mayoría de materias se colocaran sobre un estante con las dimensiones especificadas en la misma tabla y los productos como la yuca y la harina de maíz, se colocaran sobre pallets que estén por lo menos a 15cm. del suelo para que no se de ningún tipo de contaminación.

En lo que respecta a materias primas como la leche, quesillo, elotes y hojas de huerta; serán distribuidos de inmediato una vez sean comprados, ya que son de especial cuidado y se traduciría en costos adicionales mantenerlos almacenados y el tiempo de adquisición es poco ya que proviene de productores de la zona (ver requerimientos de materia prima en tabla 129).

Esta materia prima se adquirirá a primera hora de la mañana ya que se tiene que distribuir a todos los productores de antojos típicos.

La recepción de los antojos típicos elaborados de realizara en forma escalonada, es decir que recibirán los productos a partir de ciertas horas como se detalla a continuación:

- Recepción de pupusas..... de 8:00 a 10:00 de la mañana.
- Recepción de tamales de elote..... de 10:00 a 12:00 de la mañana.
- Recepción de riguas..... de 1:00 a 3:00 de la tarde.
- Recepción de nuegos..... de 3:00 a 4:00 de la tarde.

Las cantidades que cada uno de los productores aportara a la Red se detallan más adelante.

Productos en proceso.

De acuerdo al tipo de producto, los antojos típicos, son de orden perecedero y no pueden estar mucho tiempo descubierto ya que se pretende que estén libres de toda contaminación, los productos que vayan llegando se pasan de inmediato al área de producción donde serán empacados y luego almacenados.

Productos terminados.

Los productos terminados se almacenaran en le cuarto frío, ya que necesitan estar a una temperatura menor que la ambiente, se utilizara de igual manera el método PEPS por la naturaleza de los productos, se mantendrá la producción de 3 días, ya que la exportación se realizara cada 3 días, los antojos típicos se depositaran en recipientes que contengan 10 cajas de 6 unidades y 6 cajas de 10 unidades, no sobrepasando las 12 cajas estibadas, dividiéndolos dependiendo del producto, es decir las pupusas aparte de los tamales y estos a su vez aparte de las riguas y así sucesivamente; las dimensiones para dicho almacenamiento se especifican en el requerimiento de espacios de la distribución en planta.

Suministros.

En lo que respecta a los suministros para el empacado como son: cajas, bolsas de polipropileno, cinta adhesiva, tintas, etc.; la Red se abastecerá de lo necesario para un mes (ver tabla 142), ya que los distribuidores bajan los costos dependiendo de los volúmenes de compra y estos materiales se pueden estibar con facilidad, se necesita de muy poco espacio para la operación.

Para los requerimientos de papelería con respecto al área administrativa, también se hará la adquisición de estos materiales dependiendo de lo que se consuma en el mes, es difícil determinar la cantidad exacta, de tal manera que se realizara en la practica, con el primer mes de operación se realizaran los ajustes correspondientes.

Los suministros para limpieza se compraran de igual manera, y se almacenaran en la bodega de implementos de limpieza y mantenimiento.

Tabla 142: Requerimiento de suministros.

PRODUCTO	CANTIDAD (MENSUAL)	
	6 unidades	10 unidades
Cajas de cartón para empacar pupusas	19,000	4,000
Cajas de cartón para empacar tamales de elote	5,500	3,000
Cajas de cartón para empacar riguas	8,500	2,000
Cajas de cartón para empacar nuegados	1,200	130
Bolsas para empacar	33,400	8,500

En lo que se refiere a los implementos que se utilizaran para asegurar la higiene por parte de los empleados, como por ejemplo, guantes, gabachas, etc., también se recolectaran en la planta empacadora y luego se distribuirán entre los productores que conformen la Red Empresarial, las cantidades se muestran a continuación:

Tabla 143: Implementos de higiene y mantenimiento.

PRODUCTO	CANTIDAD
Guantes de hule	4,000 semanal
Gabachas	700 mensual
Gorros	700 semanal
Mascarillas	2,000 semanal
Trapeadores	2 semestral
Escobas	2 semestral
Desinfectante para el piso	1 semanal
Basureros	10

Políticas Laborales.

A continuación se detalla la política laboral para la planta empacadora, tomando en cuenta todos los factores que intervienen para determinar los días laborales, según lo especifica el Código de Trabajo.

- Un año promedio consta de 365 días y lo constituyen días laborales y no laborales.
- La jornada ordinaria de trabajo no excederá las ocho horas diarias y la semana laboral no debe exceder 44 horas.
- Los días laborales son de lunes a viernes en el horario de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. (se establecerá una hora de almuerzo de 12:00 a 1:00 p.m.)
- Vacaciones anuales 15 días por año.
- Asetos en el año por días feriados (1 de Enero; jueves, viernes y sábado santo; 1 de Mayo, día del trabajo; 6 de Agosto y el día de fiestas patronales; 15 de Septiembre; 2 de Noviembre; 25 de Diciembre)

Como resultado de las políticas anteriores los días no laborales se calculan a continuación:

- Numero de días feriados por año..... 10 días en promedio
- Numero de días por año..... 365 días en promedio
- Numero de días domingos por año..... 52 días en promedio
- Numero de días sábados por año..... 50 días en promedio

Calculo del número de días laborales por año.

Este se realiza restando los domingos, sábados, días feriados y las vacaciones anuales al número total de días que tiene un año, lo cual nos lleva a lo siguiente:

$$N_0 \text{ de días laborales} = 365 - 52 - 50 - 10 - 15$$

$$N_0 \text{ de días laborales} = 238 \text{ días al año.}$$

Tabla 144: Días Laborales

MES	DÍAS LABORALES	MES	DÍAS LABORALES
Enero	21	Julio	21
Febrero	17	Agosto	20
Marzo	18	Septiembre	19
Abril	19	Octubre	21
Mayo	20	Noviembre	21
Junio	21	Diciembre	20

Requerimiento De Mano De Obra.

En el año son 238 días laborales, restando todos los asuetos y días feriados, y las horas laborales diarias son 8, a esto se le resta un 18%⁶⁴ por tiempos improductivos como cuando van al baño, recesos, etc. lo cual da un tiempo productivo diario de 6.5 horas, a continuación se detalla las personas necesarias para operar la planta empacadora, para el empacado se necesitan únicamente 4 personas, ya que el tiempo que consume esta actividad no es demasiado (15 seg./caja) y con cuatro personas se puede cubrir la producción diaria:

Gerente general.....	1 persona.
Secretaria de Gerente.....	1 persona.
Jefe de administración y finanzas.....	1 persona.
Contador.....	1 persona
Jefe de producción.....	1 persona.
Encargado de higiene y calidad	1 persona
Jefe de comercialización y exportación.....	1 persona.
Recepción de materia prima.....	2 personas.
Personal para traslado de material en proceso.....	3 personas.
Personal para empacado de antojos típicos.....	6 personas.
Personal para bodega de producto terminado.....	3 personas.
Personal para aseo y limpieza.....	2 personas.
Motorista y ayudante.....	4 personas.

Proceso De Producción.

√ **Criterios de Selección de Procesos.**

Disponibilidad de la tecnología.

En la actualidad con la apertura de mercados, específicamente los tratados de libre comercio con los Estados Unidos y otros países latinoamericanos, la adquisición de tecnología en materia alimenticia se

⁶⁴ Estudio del Trabajo, Ingeniería de métodos, Roberto García Criollo, McGraw – Hill. México D.F.

ha vuelto menos complicada, ya que al país llegan proveedores internacionales de maquinaria y equipo para la preparación de alimentos, estos se presentan en ferias y brindan costos considerables a los productores salvadoreños.

Complejidad de la tecnología.

Para la planta empacadora de los antojos típicos que tendrá la función de empacar dichos productos, la tecnología a utilizar no es tan compleja, ya que se utilizarán engomadoras de cajas, selladoras de bolsas, entre otras; las cuales no necesitan de mucha capacitación para manipularlas, si se necesita el adecuado uso para que el producto este seguro en el recipiente que lo contendrá.

Niveles de calidad que pueden obtenerse.

Los niveles de calidad son de grado alimenticio, por lo tanto se reduce el número de opciones y siendo que los antojos típicos se comercializaran en los Estados Unidos, la calidad de dichos productos debe ser estrictamente revisada, para que de esta manera sea aprobado el ingreso de los productos al país del norte por la entidad correspondiente (FDA).

Posibilidades de desarrollo futuro.

Las posibilidades de desarrollo posteriores pueden intervenir en la selección del proceso, pues se debe considerar que con pequeñas modificaciones pueden incrementarse las capacidades de producción o que a la vez se considere en el espacio físico de la planta para incrementar las capacidades.

√ **Selección del proceso.**

Proceso de empacado de antojos típicos salvadoreños.

El proceso de empacado será el mismo para todos los productos que abarca el proyecto, por tanto se desarrollara para un producto y los demás se realizaran de igual manera, para el caso se desarrollara el empacado de las pupusas, además para el empacado se seguirá el orden de llegada de los antojos típicos como se especifico con anterioridad.

Secuencia del Proceso.

1. Como primer paso se realiza la recepción de las pupusas provenientes de los productores de antojos típicos de la Micro región Los Nonualcos, las cuales llegaran en recipientes plásticos BD0171 de dimensiones 750x500x200mm. y se trasladan a la mesa de trabajo de inmediato para evitar que los productos sufran deterioros, dicha mesa esta elaborada de acero inoxidable, donde se realizara una inspección para verificar que los productos no presenten ninguna anomalía (que no se le haya derramado el queso).
2. Luego de la inspección, se procede a introducir las pupusas en bolsas de polipropileno de una medida de 150x200mm. Para 6 unidades y 200x300mm. Para 10 unidades; y a sellar la bolsa con la maquina selladora de bolsas marca Severin.

3. Como siguiente paso se procede a introducir la bolsa con las pupusas al recipiente que las contendrá, el cual es una caja de cartón de las siguientes dimensiones 130x90x120mm. Para 6 unidades y 250x90x120mm. Para 10 unidades y a la vez a sellar la caja con la engomadora de cajas Schaefer, se le coloca la fecha de vencimiento y se realiza una inspección para que el sellado de esta halla sido bien realizado.

4. Se trasladan las pupusas ya empacadas a la bodega de producto terminado y se realizara el respectivo embalaje, utilizando el dispensador de cinta de embalaje TD7365.

5. Por ultimo se introducen las pupusas ya empacadas al cuarto frío de producto terminado donde se almacenaran para esperar su posterior salida hacia los supermercados nacionales o hacia los Estados Unidos.

Establecimiento De Los Pronósticos De Producción.

Para establecer los pronósticos de producción es necesario determinar cuantas cajas es necesario de antojos típicos se empacaran, para lo cual se retoman de la tablas 44 y 45 los siguientes datos:

Tabla 145: Unidades a fabricar por año para el mercado Nacional

PRODUCTO	PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO, MERCADO NACIONAL (KG. /AÑO).	PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO, MERCADO NACIONAL (UNID. /AÑO).
Pupusas	68,260.32	758,448
Tamales	631.80	7,019
Nuegados	2,592.00	28,797
Riguas	21,772.80	241,896

Tabla 146: Unidades a fabricar por año para mercado Estadounidense

PRODUCTO	PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO, MERCADO EXTRANJERO (KG. /AÑO).	PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO, MERCADO EXTRANJERO (UNID. /AÑO).
Pupusas	94,804.25	1,053,275
Tamales	62,548.20	694,910
Nuegados	6,048.00	67,193
Riguas	50,803.20	564,423

Tomando en cuenta la opinión de los clientes potenciales reflejada en las encuestas del estudio de mercado, donde se detalla los porcentajes de opiniones que prefieren los empaques de 6 y 10 unidades, se hará uso de este dato para realizar el calculo de cuanto se empacara.

Tabla 147: Numero de cajas de 6 y de 10 unidades a elaborar para el mercado Nacional

PRODUCTO	PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO, MERCADO NACIONAL (UNID. /AÑO).	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS)	
		6 unidades	10 unidades
Pupusas	758,448	85,957	24,270
Tamales	7,019	959	126
Nuegados	28,797	4,080	432
Riguas	241,896	32,252	4,838

Tabla 148: Numero de cajas de 6 y de 10 unidades a elaborar para el mercado Estadounidense

PRODUCTO	PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO, MERCADO EXTRANJERO (UNID. /AÑO).	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS)	
		6 unidades	10 unidades
Pupusas	1,053,275	138,681	22,119
Tamales	694,910	62,541	31,965
Nuegados	67,193	9,407	1,075
Riguas	564,423	66,790	16,368

Partiendo de los datos de la tabla esta, se determina el volumen de empaqueo mensual para cada uno de los mercados.

Pronósticos de producción para los meses del año.

Tabla 149: Producción para el mes de Enero.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	891	184
Tamales	5,292	2,675	252	127
Nuegados	1,124	126	53	6
Riguas	8,254	1,767	393	84

Tabla 150: Producción para el mes de Febrero.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	1,101	227
Tamales	5,292	2,675	311	157

Nuegados	1,124	126	66	7
Riguas	8,254	1,767	485	103

Tabla 151: Producción para el mes de Marzo.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	1,040	215
Tamales	5,292	2,675	294	149
Nuegados	1,124	126	62	7
Riguas	8,254	1,767	459	98

Tabla 152: Producción para el mes de Abril.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	985	203
Tamales	5,292	2,675	278	141
Nuegados	1,124	126	59	7
Riguas	8,254	1,767	434	93

Tabla 153: Producción para el mes de Mayo.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	936	193
Tamales	5,292	2,675	264	133
Nuegados	1,124	126	56	6
Riguas	8,254	1,767	413	88

Tabla 154: Producción para el mes de Junio.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	891	184
Tamales	5,292	2,675	252	127
Nuegados	1,124	126	53	6
Riguas	8,254	1,767	393	84

Tabla 155: Producción para el mes de Julio.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	891	184
Tamales	5,292	2,675	252	127
Nuegados	1,124	126	53	6
Riguas	8,254	1,767	393	84

Tabla 156: Producción para el mes de Agosto.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	936	193
Tamales	5,292	2,675	264	133
Nuegados	1,124	126	56	6
Riguas	8,254	1,767	413	88

Tabla 157: Pronostico para el mes de Septiembre.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	985	203
Tamales	5,292	2,675	278	141
Nuegados	1,124	126	59	7
Riguas	8,254	1,767	434	93

Tabla 158: Pronostico para el mes de Octubre.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
Pupusas	18,720	3,866	891	184
Tamales	5,292	2,675	252	127
Nuegados	1,124	126	53	6
Riguas	8,254	1,767	393	84

Tabla 159: Pronostico para el mes de Noviembre.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
	Pupusas	18,720	3,866	891
Tamales	5,292	2,675	252	127
Nuegados	1,124	126	53	6
Riguas	8,254	1,767	393	84

Tabla 160: Pronostico para el mes de Diciembre.

PRODUCTO	CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/MES)		CANTIDADES A EMPACAR (CAJAS/DÍA)	
	6 unidades	10 unidades	6 unidades	10 unidades
	Pupusas	18,720	3,866	936
Tamales	5,292	2,675	264	133
Nuegados	1,124	126	56	6
Riguas	8,254	1,767	413	88

Ya que no se poseen datos de producción de años pasados, se estima la producción constante para el primer año, para los años siguientes existen variaciones en cuanto a producción, ya que se ha proyectado en base a ciertos factores que afectan directamente la economía del país, además con el funcionamiento de la Red Empresarial durante el primer año, se puede rectificar lo planeado contra lo ejecutado.

APORTE DE CADA PRODUCTOR A LA RED EMPRESARIAL.

Para determinar cuanto será la contribución de cada uno de los productores, en lo que a antojos típicos se refiere, es necesario retomar el dato que son 106 los productores que pertenecerán a la Red Empresarial, además en el anexo 5 donde se muestra que el 35% de las empresas entrevistadas representan microempresas y el 65% son pequeñas empresas (ver tabla 161), se toma este dato para especificar que existen empresas que tienen mayor capacidad de producción por tanto se le asignara una contribución mayor hacia la Red Empresarial, ya que cuentan con la capacidad instalada para responder al requerimiento.

Tabla 161: producción requerida y número de productores.

PRODUCTO	PRODUCCIÓN (UNID./AÑO)	PRODUCCIÓN (UNID./MES)	NUMERO DE PRODUCTORES.	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Pupusas	1,811,723	150,977	78	27	51
Tamales	701,929	58,494	14	5	9

Nuegados	95,990	7,999	6	2	4
Riguas	806,319	67,193	8	3	5

A continuación se muestra de que manera quedara la distribución de los requerimientos de productos de los distintos productores que conforman la Red Empresarial, asignándole un 30% a las microempresas y un 70% a las pequeñas empresas.

Tabla 162: Requerimiento de productos para la Red Empresarial por cada productor.

PRODUCTO	MICRO EMPRESA (UNID./MES)	PEQUEÑA EMPRESA (UNID./MES)
Pupusas	1,678	2,072
Tamales de elote	3,509	4,550
Nuegados	1,200	1,400
Riguas	6,719	9,407

Requerimientos De Materia Prima.

Se calcula el requerimiento de materia prima para el último año de proyección, con el objetivo de prever los espacios necesarios en cuanto al almacenamiento de la misma y realizar los cálculos pertinentes para el requerimiento de espacios de bodega de materia prima.

Tabla 163: Requerimientos de materia prima para pupusas.

PRODUCCIÓN. MATERIALES.	DEMANDA ACTUAL PARA EL PROYECTO (KG./AÑO)	DEMANDA PARA EL ULTIMO AÑO DE PROYECCIÓN (KG./AÑO)
	163,064.57	208,116.31
Harina de Maíz	45,765.68Kg.	58,409.89Kg.
Agua	48,965.08Lt.	62,493.23Lt.
Quesillo	72,465.87Kg.	92,486.86 Kg.

Tabla 164: Requerimientos de materia prima para tamales de elote.

PRODUCCIÓN. MATERIALES	DEMANDA ACTUAL PARA EL PROYECTO (KG./AÑO)	DEMANDA PARA EL ULTIMO AÑO DE PROYECCIÓN (KG./AÑO)
	63,180	80,635.46
Elote	50,377.36Kg.	64,295.69Kg.
Sal	468.35Kg.	597.75Kg.
Azúcar	3,661.55Kg.	4,673.17Kg.

Leche	6,944.22Lt.	8,862.78Lt.
Margarina o grasa vegetal	3,661.55Kg.	4,673.17Kg.

Tabla 165: Requerimientos de materia prima para riguas.

PRODUCCIÓN.	DEMANDA ACTUAL PARA EL PROYECTO (KG./AÑO)	DEMANDA PARA EL ULTIMO AÑO DE PROYECCIÓN (KG./AÑO)
MATERIALES.	72,576.00	92,627.41
Elote	57,869.24Kg.	73,857.44Kg.
Sal	522.14Kg.	666.40Kg.
Azúcar	4,205.99Kg.	5,368.03Kg.
Leche	7,976.96Lt.	10,180.85Lt.
Margarina o grasa vegetal	4,205.99Kg.	5,368.03Kg.

Tabla 166: Requerimientos de materia prima para nuegados.

PRODUCCIÓN.	DEMANDA ACTUAL PARA EL PROYECTO (KG./AÑO)	DEMANDA PARA EL ULTIMO AÑO DE PROYECCIÓN (KG./AÑO)
MATERIALES	8,640	11,027.07
Yuca	9,665.96Kg.	12,336.48Kg.
Dulce	1,292.52Kg.	1,649.62Kg.
Agua	328.93Lt.	419.81Lt.
Canela	6.44Kg.	8.22Kg.

Distribución En Planta.

Distribución de planta, es la colocación física ordenada de los medios industriales, tales como maquinaria, equipo, trabajadores, espacios requeridos para el movimiento de materiales y su almacenaje, y además el espacio necesario para la mano de obra indirecta, servicios auxiliares y los beneficios correspondientes.

Para el proyecto de los antojos típicos salvadoreños, se diseñará una distribución de la planta por producto o fabricación en línea, ya que es considerada como ideales para una producción de costo unitario bajo, se necesita menos capital debido a que hay poco invertido en el proceso, el centro de la producción es muy simplificado, los obreros son entrenados muy fácilmente para realizar una tarea simple en la línea de producción; una de las desventajas es que la moral de los obreros sufre a causa de la monotonía de los trabajos repetitivos.

√ **Descripción De La Línea De Producción.**

a. La línea de producción empieza con la recepción de los antojos típicos salvadoreños provenientes de los productores de la Micro región Los Nonualcos que integran la Red Empresarial, los cuales se

trasladaran en cajas plásticas (ver figura 30), para que de esta manera asegurar que los productos no sufran daños en el traslado y que se resguarden de la contaminación del exterior.

b. Luego pasa a las mesas de trabajo (ver figura 31), las cuales están elaboradas de acero inoxidable, el traslado se realiza por medio de carretillas, al lugar donde se llevaran los productos estarán las operarias que realizaran la inspección y el empaqueo de los antojos típicos, en este paso se separa la operación de introducir los productos a las bolsas de polipropileno de la operación posterior que es el sellado de dichas bolsas, ya que las operarias que introducen los productos en las bolsas no pueden tener contacto con ningún tipo de maquinaria o equipo, ya que manipulan los productos directamente, aunque estas personas estarán equipadas con guantes, gabachas, mascarillas y gorros para evitar el contacto con las manos.

c. Para el sellado de las bolsas se utilizara una selladora de bolsas marca Severin (ver figura 32), las personas encargadas del sellado de bolsas también estará equipada con guantes, gabachas, gorros y mascarillas y realizaran únicamente esta función.

d. Luego pasa a otra persona que se encargara de introducir la bolsa conteniendo los productos a la caja correspondiente, ya sea de 10 o 6 unidades, esta persona se encargara de sellar la caja de cartón, utilizando la engomadora de cajas marca Schaefer (ver figura 33) y será la encargada de colocar la etiqueta de fecha de vencimiento, numero de lote, etc., para esto se utiliza una etiquetadora manual PL3 RF (ver figura 34).

e. Después de esta operación se trasladara al almacén de producto terminado donde se agruparan en cajas mas grandes con el objetivo de evitar averías al momento de estibarlas, las cajas contendrán 10 cajas de 6 unidades (45x26x12cm.) y 6 cajas de 10 unidades (45x25x12cm.); luego se sellan dichas cajas utilizando un dispensador de cinta de embalaje TD7365 (ver figura 35).

f. Posteriormente se estiban las cajas en la bodega de producto terminado, la cual será un cuarto frío que contendrá lo determinado como inventario de producto terminado, es decir el equivalente en productos a tres días de producción.

√ **Especificaciones De Maquinaria Y Equipo.**

Cajas plásticas.

- Una verdadera caja con tapa fácil de abrir y cerrar gracias a su tapa solidaria abisagrada, que puede ser precintada.
- Las dimensiones son las siguientes.

Figura 30: Cajas Plásticas Con Tapa



BD0171

750x500x200mm.



Mesa de trabajo de acero inoxidable.

Figura 31: Mesa de acero inoxidable isla MAC – 200.



Especificaciones.

- Cubierta en acero inoxidable cal. 16
- Estructura tubular en acero inoxidable
- Regatones niveladores
- Refuerzos bajo cubierta
- Piso en acero inoxidable cal. 22
- Medidas: 2.00x0.70x0.90mts.

Selladora de bolsas

Especificaciones.

- Control de vacío automático vaciando completamente el aire de la bolsa.
- Doble sellado.
- 150 W.
- 2 pilotos para el control de vacío y la función de sellado.
- Un rollo de plástico incluido.
- Espacio guarda cable.

Figura 32: Selladora de bolsas Severin



Engomadora de cajas de cartón.

Especificaciones.

Marca: Schaefer.

Descripción: esta engomadota no requiere ser lavada, lleva un tanque con agua donde se coloca la cabeza de engomado durante la noche y al otro día solo se retira y se vuelve a trabajar.

País de origen: Estados Unidos.

Figura 33: Engomadora de cajas de cartón Schaefer.



Etiquetadora.

Especificaciones.

- Imprime y dispensa etiquetas 2410 de RF, las etiquetas de seguridad más pequeñas para etiquetado manual.
- Comunican de forma destacada ofertas y promociones, incrementando las ventas y protegiendo los productos a la vez.
- Dispone del sistema U.P.D. para garantizar una calidad óptima de impresión independientemente de la fuerza ejercida.
- Gracias a su diseño ergonómico, son rápidas, cómodas y más fáciles de manejar.

Figura 34: Etiquetadora manual PL3 RF



Dispensador de cinta.

Figura 35: dispensador de cinta de embalaje TD7365.



Especificaciones.

- Dispensador de plástico y metal.
- Cuchilla de acero.
- Para rollos de 66mts. Y 50mts.
- Bicolor.

√ **Determinación De Áreas.**

Para conformar las áreas que han de conformar las instalaciones de la planta empacadora se toman en cuenta los servicios de administración, de personal, físicos de la planta y de producción; a continuación se presenta un cuadro en el cual se detallan los servicios considerados.

Tabla 167: Descripción de las áreas que conformarán la planta empacadora

SERVICIO	DESCRIPCION
Administrativo	Oficinas administrativas.
Personales	Servicios sanitarios. Parqueo de vehículos. Zona verde para expansiones.
físicos	Recolección de basura. Bodega para implementos de aseo y mantenimiento.
Producción	Área de recibo. Área de materia prima. Área de producción. Área de producto terminado. Área de despacho.

√ **Determinación De Espacios.**

Para determinar cada una de las áreas de servicio se considera el numero de personal para cada una, así como también mobiliario y equipo que requieren y otros factores que inciden en la determinación de las necesidades de espacio, tales como pasillos, espacios para el operador, entre otros.

a. Servicios de administración.

Se necesitaran cuatro oficinas, los espacios se han determinado en base a mobiliario y equipo necesario para cada oficina, factor de pasillos, espacio ocupado por cada persona; y las dimensiones se especifican en la siguiente tabla:

Tabla 168: Espacio requerido para mobiliario y equipo de oficina gerencial.

CANTIDAD	DESCRIPCION	DIMENSIONES (MTS.)	AREA (M ²)
1	Escritorio	1.50x0.75	1.125
1	Silla para oficina	0.53x0.46	0.25
2	Sillas de espera	0.62x0.69	0.86
1	Mueble para computadora	0.80x0.50	0.40
	Espacio para Gerente.		1.50
TOTAL			4.14

Tabla 169: Espacio requerido para mobiliario y equipo de secretaria.

CANTIDAD	DESCRIPCION	DIMENSIONES (MTS.)	AREA (M²)
1	Mesa secretarial	1.50x0.70	1.05
1	Mesa para maquina de escribir	0.60x0.40	0.24
1	Silla para oficina	0.53x0.46	0.25
2	Sillas de espera	0.62x0.69	0.86
1	Archivero	0.77x0.44	0.34
	Espacio para secretaria		1.0
TOTAL			3.74

Tabla 170: Espacio requerido para mobiliario y equipo de jefe de administración.

CANTIDAD	DESCRIPCION	DIMENSIONES (MTS.)	AREA (M²)
1	Escritorio	1.50x0.75	1.125
1	Silla para oficina	0.53x0.46	0.25
2	Sillas de espera	0.62x0.69	0.86
1	Archivero	0.77x0.44	0.34
	Espacio para jefe de administración.		1.5
TOTAL			4.08

Tabla 171: Espacio requerido para mobiliario y equipo de jefe de producción.

CANTIDAD	DESCRIPCION	DIMENSIONES (MTS.)	AREA (M²)
1	Escritorio	1.50x0.75	1.125
1	Silla para oficina	0.53x0.46	0.25
2	Sillas de espera	0.62x0.69	0.86
1	Archivero	0.77x0.44	0.34
	Espacio para jefe de producción.		1.5
TOTAL			4.08

Tabla 172: Espacio requerido para mobiliario y equipo de jefe de comercialización.

CANTIDAD	DESCRIPCION	DIMENSIONES (MTS.)	AREA (M²)
1	Escritorio	1.50x0.75	1.125
1	Silla para oficina	0.53x0.46	0.25
2	Sillas de espera	0.62x0.69	0.86

1	Archivero	0.77x0.44	0.34
	Espacio para jefe de administración.		1.5
TOTAL			4.08

Tabla 173: Espacio requerido para mobiliario y equipo de sala de reuniones.

CANTIDAD	DESCRIPCION	DIMENSIONES (MTS.)	AREA (M²)
1	Mesa para reuniones	2.50x1.00	1.125
8	Silla para sala	0.53x0.46	1.95
	Espacio para personas.		2.5
TOTAL			5.58

Tabla 174: Resultados de servicios administrativos.

DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES
Oficina del Gerente	4.14mt ²
Área para secretaria	3.74mt ²
Oficina de Jefe de Administración	4.08mt ²
Oficina de Jefe de Producción	4.08mt ²
Oficina de Jefe de comercialización	4.08mt ²
Sala de Reuniones	5.58mt ²
TOTAL	25.70mt²

b. Servicios personales.

En los servicios personales se pueden mencionar los servicios sanitarios, el parqueo tanto para empleados como para clientes y zona verde que se puede utilizar para futuras expansiones; los requerimientos de espacios se especifican a continuación:

Tabla 175: Dimensiones para servicios personales

CANTIDAD	ACCESORIOS	DIMENSIONES (MT.)	AREA (MT²)
4	Inodoro	0.85x1.20	4.08
2	Lavamanos	0.50x0.60	0.6
TOTAL			4.68

Con respecto al espacio para parqueo se estima un área de 20mt² y para el área de zona verde un total de 25mt².

En total para el área de servicios de personal son necesarios 49.68mt²

c. Servicios físicos.

Entre estos están los espacios dedicado a la recolección de basura y el almacenaje de implementos de aseo y mantenimiento, los requerimiento son como sigue.

Deposito de basura.....	4mt ²
Bodega de implementos de aseo y mtto.....	3mt ²
Total.....	7mt ²

d. Servicios de producción.

Antes que nada se tiene que determinar el espacio necesario para la recepción de la materia prima como de los antojos típicos provenientes de los productores de la Micro región Los Nonualcos, se realiza en base al manejo de las cajas plásticas que almacenaran los productos y el espacio para el movimiento del personal, para lo cual se necesita un área aproximadamente de 10mt².

Luego se determinan los espacios necesarios para la materia prima, se menciona en la planificación de la producción que la planta empacadora se hará cargo de la adquisición de la materia prima necesaria para la elaboración de los antojos típicos, también se menciono que algunas de estas materias primas se distribuirán inmediatamente luego de su compra, esto por motivos de evitar costos de almacenaje, las materias primas que si se almacenaran, será el equivalente a un día de producción y se muestra a continuación:

Tabla 176: Requerimientos de espacios para almacenamiento de materia prima

MATERIA PRIMA	REQUERIMIENTO DIARIO (KG.)	MEDIDAS DE ADQUISICIÓN.	REQUERIMIENTO DIARIO EN MEDIDAS DE ADQUISICIÓN.	REQUERIMIENTO DE ESPACIO
Harina de maíz	221.25	Bolsas de 50lb.	10 bolsas de 50lb.	75x150cm.
Sal	4.79	Bolsas de 1lb.	11 bolsas de 1lb.	Estante
Azúcar	38.03	Quintales	1 quintal	Estante
Margarina o grasa vegetal	38.03	Cajas de 30lb.	3 cajas de 30lb.	Estante
Yuca	46.73	Quintales	1 quintal	50x75cm.
Dulce de panela	6.25	Atados	18 atados	Estante
Canela	0.0311	Libras	0.1 libras	Estante

Medida del estante: 50x200x150cm., más 2mt² por las personas y 10mt² de pasillos; es decir, que para el área de materia prima se requiere de 14.5mt². Las materias primas como queso, mazorcas de elotes, hojas de huerta no son consideradas en este análisis, ya que su distribución se realizara inmediatamente después de la compra para evitar la descomposición de los mismos.

Para el espacio de producción se requieren las medidas de los equipos a utilizar, esto se detalla a continuación:

Tabla 177: Dimensiones requeridas para maquinaria y equipo de planta empacadora

CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPO	DIMENSIONES
125	Cajas plásticas BD0171	750x500x200mm.
4	Mesa de trabajo en isla MAC - 200	2000x700x900mm.
2	Selladora de bolsas Severin	
2	Engomadora de cajas de cartón Schaefer	
2	Etiquetadora manual PL3 RF	
2	Dispensador de cinta de embalaje TD7365	
4	Carretillas de mano	

Además, se requiere espacio para transportar los materiales en proceso el cual se estima en 20mt^2 , así como también el espacio para cada uno de los operarios, para estos se determina 1mt^2 para cada uno⁶⁵ y son cuatro personas que se encargan del empaque de los productos.

Se tiene entonces 5.6mt^2 de las mesas de trabajo, 20mt^2 de área de transporte y 4mt^2 por los operarios; lo que arroja un total de 29.6mt^2 para el área de producción.

Para el área de bodega de producto terminado se tienen 3 personas, para las cuales se estima 1mt^2 por cada persona y 10mt^2 para pasillos; las cajas de los antojos típicos se agruparan luego en cajas mas grandes para facilitar el estibado, en algunas se agruparan 10 cajas de 6 unidades y las dimensiones son las siguientes $45 \times 26 \times 12\text{cm.}$; y las otras se agruparan 6 cajas de 10 unidades con las dimensiones siguientes $45 \times 25 \times 12\text{cm.}$, las cantidades y dimensiones para cada producto se presentan a continuación:

Tabla 178: Dimensiones requeridas para almacenamiento de producto terminado

PRODUCTOS	6 UNIDADES	DIMENSIONES	10 UNIDADES	DIMENSIONES
Pupusas	256 cajas	2.3mt^2	88 cajas	0.819mt^2
Tamales	73 cajas	0.702mt^2	61 cajas	0.585mt^2
Riguas	113 cajas	1.053mt^2	40 cajas	0.351mt^2
Nuegados	16 cajas	0.234mt^2	3 cajas	0.117mt^2

Además se estima un área para los productos que se exportaran, ya que esta operación se realizara cada 3 días, por lo tanto se necesita espacio para almacenar los productos en un equivalente a tres días de producción, lo que representa 12.18mt^2 .

Teniendo los datos anteriores, se puede determinar que el requerimiento de espacio para la bodega de producto terminado es de 31.34mt^2

⁶⁵ Estudio del Trabajo, Ingeniería de Métodos, Roberto García Criollo, McGraw – Hill, México D.F.

El área de despacho se determina de la misma magnitud del área de recibo de materia prima, ya que es prácticamente la misma cantidad de producto que sale, la diferencia es que los antojos típicos están debidamente empacados, por lo tanto el espacio requerido es de 10mt².

En total para el área de producción se necesitan: **95.44mt²**

Totalizando todas las áreas para las diferentes zonas, se tiene la siguiente tabla:

Tabla 179: Dimensiones totales requeridas para la planta empacadora

SERVICIO	DIMENSION (MT ²)	ESPECIFICACION (MT ²).
Administrativo	25.70	26.00
Personales	49.68	50.00
físicos	7.00	7.00
Producción	95.44	96.00
TOTAL		179.00

√ **Carta De Actividades Relacionadas.**

La carta de actividades relacionadas, constituye un instrumento practico y eficaz para preparar el planteamiento, es un cuadro organizado en diagonal, en el que aparecen las relaciones entre cada una de las áreas que contendrá la empresa.

Para desarrollar este tipo de carta se necesita especificar el grado de importancia por medio de una tabla donde se asignan las vocales y la letra x, a cada una de estas se le asigna un significado y dependiendo del significado se coloca en la carta.

Tabla 180: Grado de importancia

LETRA	CERCANIA
A	Absolutamente Necesaria
E	Especialmente Necesaria
I	Importante
O	Normal U Ordinaria
U	Sin Importancia
X	No Recomendable

Para completar la carta de actividades relacionadas se tienen que especificar motivos por los cuales se considera que un área debe estar cerca de otra, cabe mencionar que puede asignarse más de un motivo a una casilla.

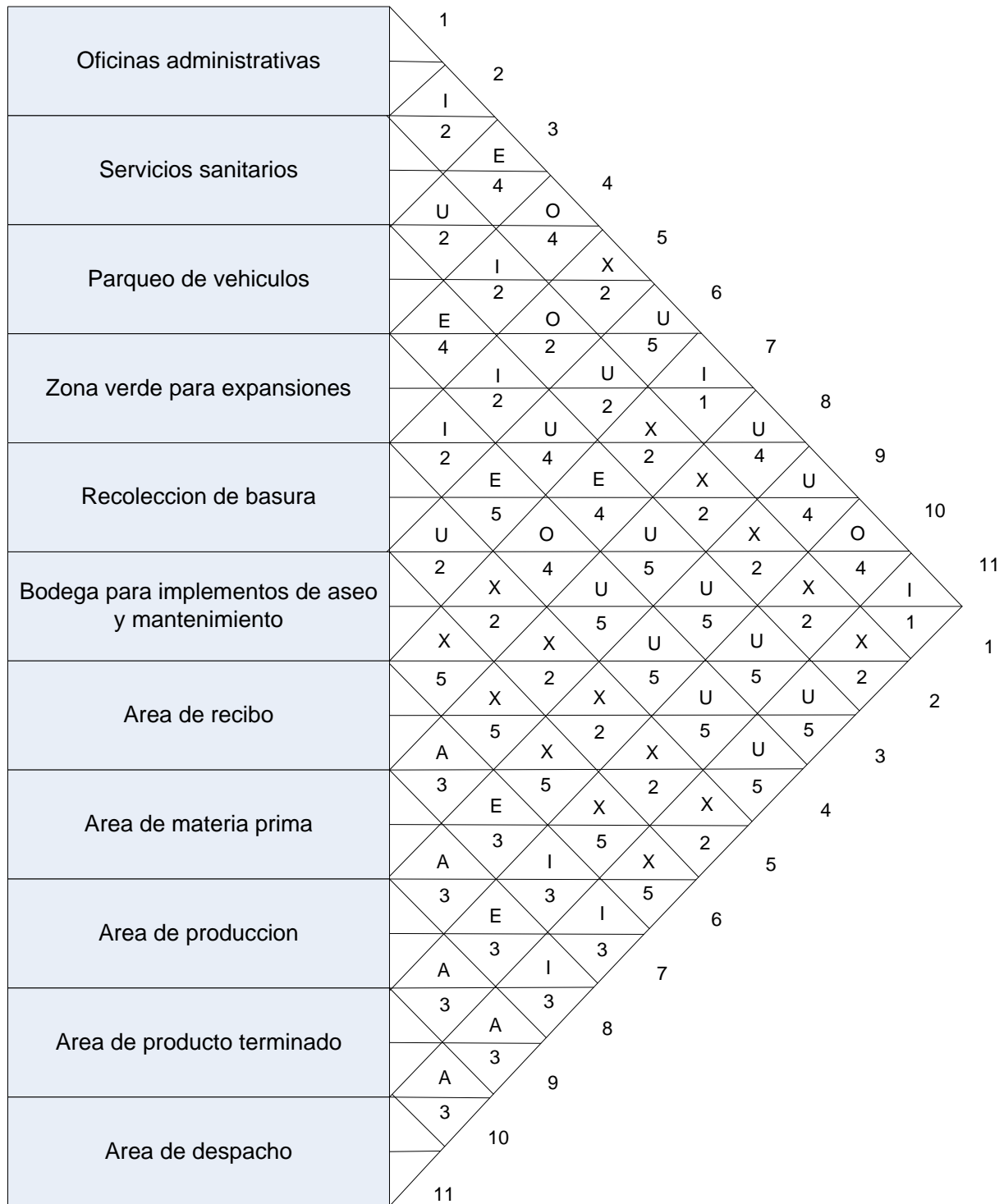
Tabla 181: Motivos de cercanía para la ubicación de áreas

NUMERO	MOTIVO
1	Por control
2	Por higiene
3	Por proceso
4	Por conveniencia
5	Por seguridad

Ahora se procede a asignarle a cada una de las áreas los pesos que tienen con relación a la cercanía o lejanía de otras áreas:

√ **Diagrama de actividades relacionadas.**

Figura 36: Diagrama de actividades relacionadas para la planta empaadora



El diagrama de actividades relacionadas, se deriva de la carta de actividades; donde las actividades se llevan al grafico en función de los objetos de proximidad valorados en la carta.

Tabla 182: Carta de actividades relacionadas

ACTIVIDAD	A	E	I	O	U	X
Oficinas administrativas.	-	3	2, 7, 11	4, 10	6, 8, 9	5
Servicios sanitarios.	-	-	4, 1	5	3, 6	7, 8, 9, 10, 11
Parqueo de vehículos.	-	4, 7	2, 5	1	6, 8, 9, 10, 11	-
Zona verde para expansiones.	-	3, 6	2, 5	1, 7	8, 9, 10, 11	-
Recolección de basura.	-	-	3, 4	2	6	1, 7, 8, 9, 10, 11
Bodega para implementos de aseo y mantenimiento.	-	4	-	-	1, 2, 3, 5	7, 8, 9, 10, 11
Área de recibo.	8	3, 9	10, 11, 1	4	-	2, 5, 6
Área de materia prima.	9, 7	10	11	-	4, 3, 1	2, 5, 6
Área de producción.	8, 10, 11	7	-	-	1, 3, 4	2, 5, 6
Área de producto terminado.	9, 11	8	7	1	3, 4	2, 5, 6
Área de despacho.	9, 10	-	8, 7, 1	-	3, 4	2, 5, 6

√ **Diagrama de bloques.**

Todas las actividades del diagrama, se agrupan en cuadrados enumerados en forma ascendente; además, contiene los grados de cercanía y la relación entre las actividades.

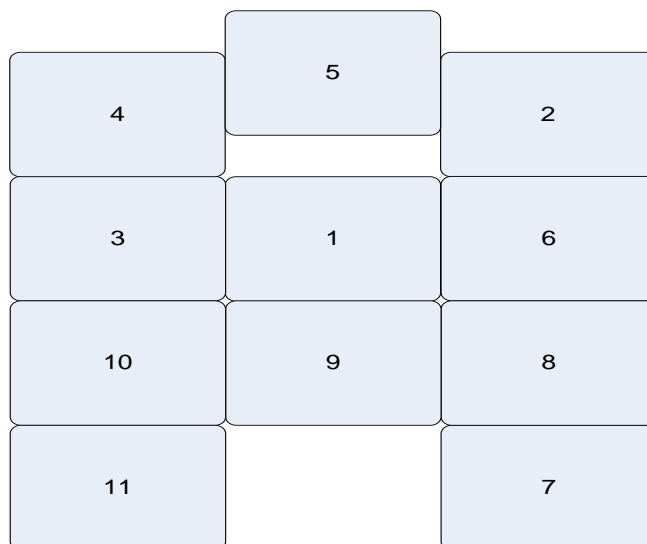
Figura 37: Diagrama de bloques para la planta empaadora

A=	E=3	A=	E=	A=	E=4,7	A=	E=3,6				
U=6,8,9	1	X=5	U=3,6	2	X=7,8,9,10,11	U=6,8,9,10,11	3	X=	U=8,9,10,11	4	X=
I=2,7,11	O=4,10	I=4,1	O=5	I=2,5	O=1	I=2,5	O=1,7				
A=	E=	A=	E=4	A=8	E=3,9	A=9,7	E=10				
U=6	5	X=1,7,8,9,10,11	U=1,2,3,5	6	X=7,8,9,10,11	U=	7	X=2,5,6	U=4,3,1	8	X=2,5,6
I=3,4	O=2	I=	O=	I=1,10,11	O=4	I=11	O=				
A=8,10,11	E=7	A=9,11	E=8	A=9,10	E=						
U=1,3,4	9	X=2,5,6	U=3,4	10	X=2,5,6,5	U=3,4	11	X=2,5,6			
I=	O=	I=7	O=1	I=1,7,8	O=						

√ **Arreglo final.**

Utilizando el diagrama de bloques en forma de cuadrados se hacen las propuestas de distribución de la planta, para posteriormente hacer el plano a escala, de acuerdo al arreglo final.

Figura 38: Arreglo final para la planta empaadora



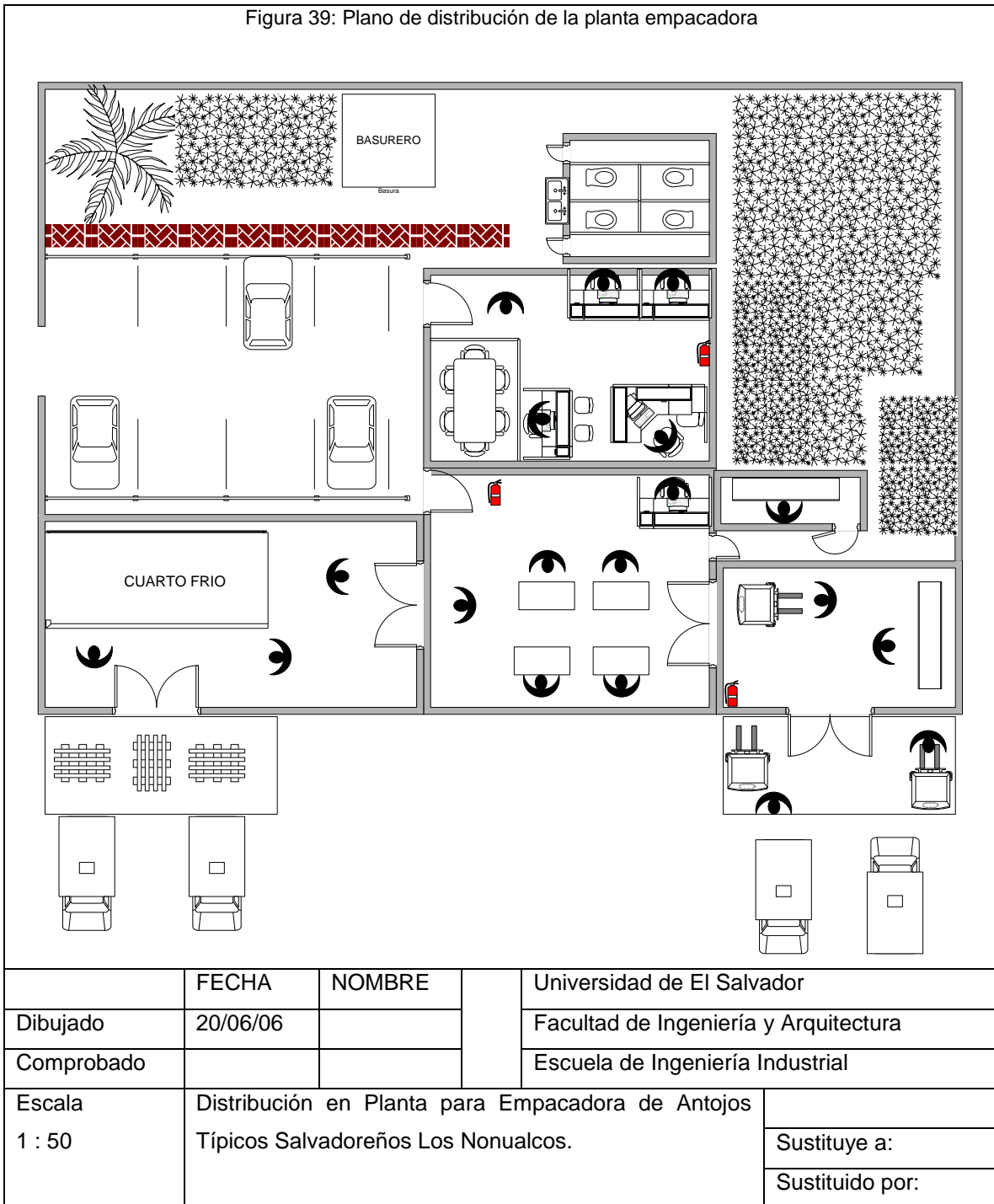
El detalle de las áreas, se puede observar en la carta de actividades relacionadas, donde los números representan las siguientes áreas:

1. Oficinas administrativas.

-
2. Servicios sanitarios.
 3. Parqueo.
 4. Zona verde.
 5. Basurero.
 6. Bodega implementos de aseo y mantenimiento.
 7. Área de recibo.
 8. Área de materia prima.
 9. Área de producción.
 10. Área de producto terminado; en esta área estará colocado el cuarto frío.
 11. Área de despacho.

√ **Plano de distribución en planta**

Figura 39: Plano de distribución de la planta empacadora

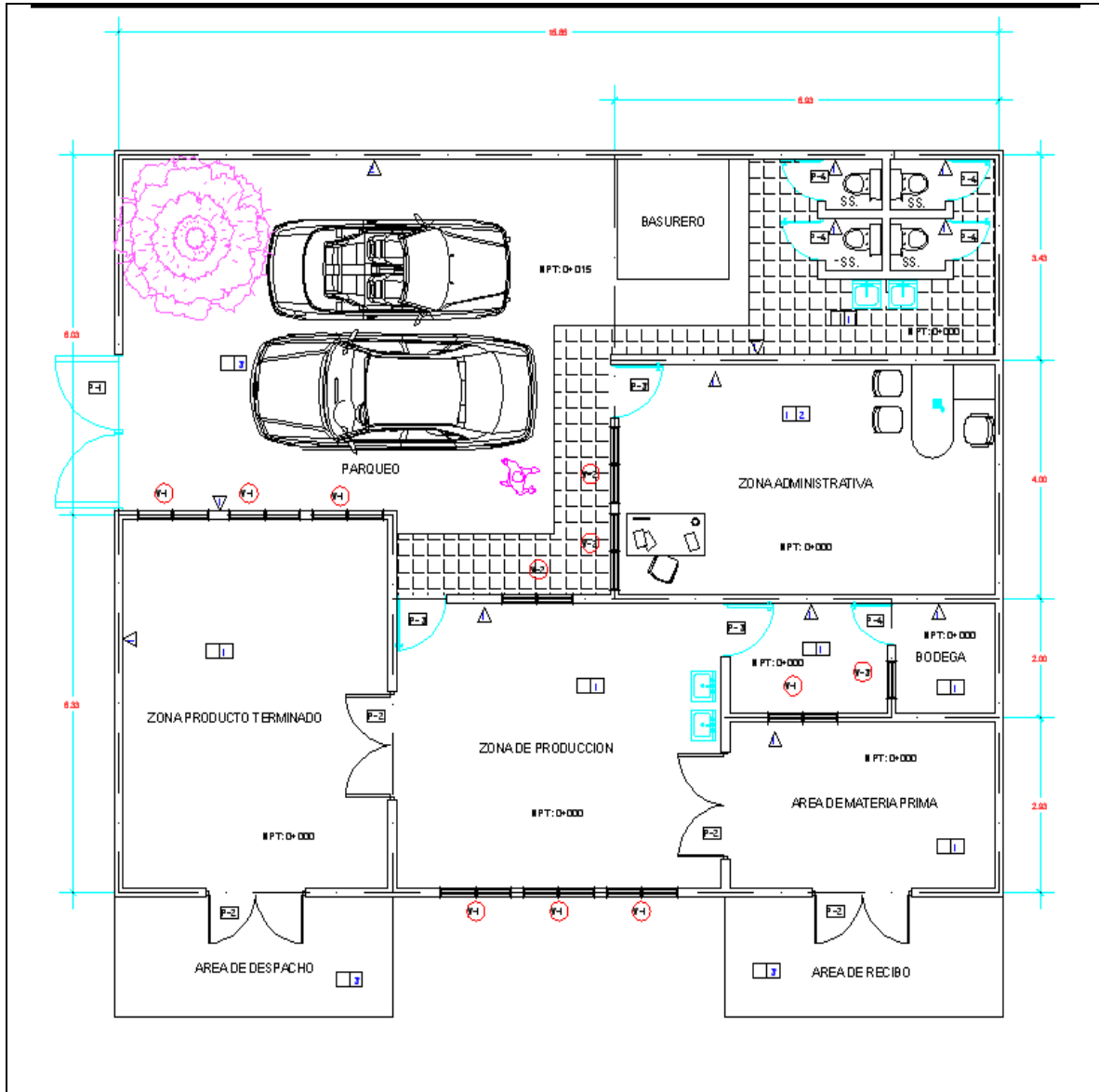


	FECHA	NOMBRE	Universidad de El Salvador
Dibujado	20/06/06		Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Comprobado			Escuela de Ingeniería Industrial
Escala 1 : 50	Distribución en Planta para Empacadora de Antojos		
	Típicos Salvadoreños Los Nonualcos.		Sustituye a:
			Sustituido por:

e. Obra civil.

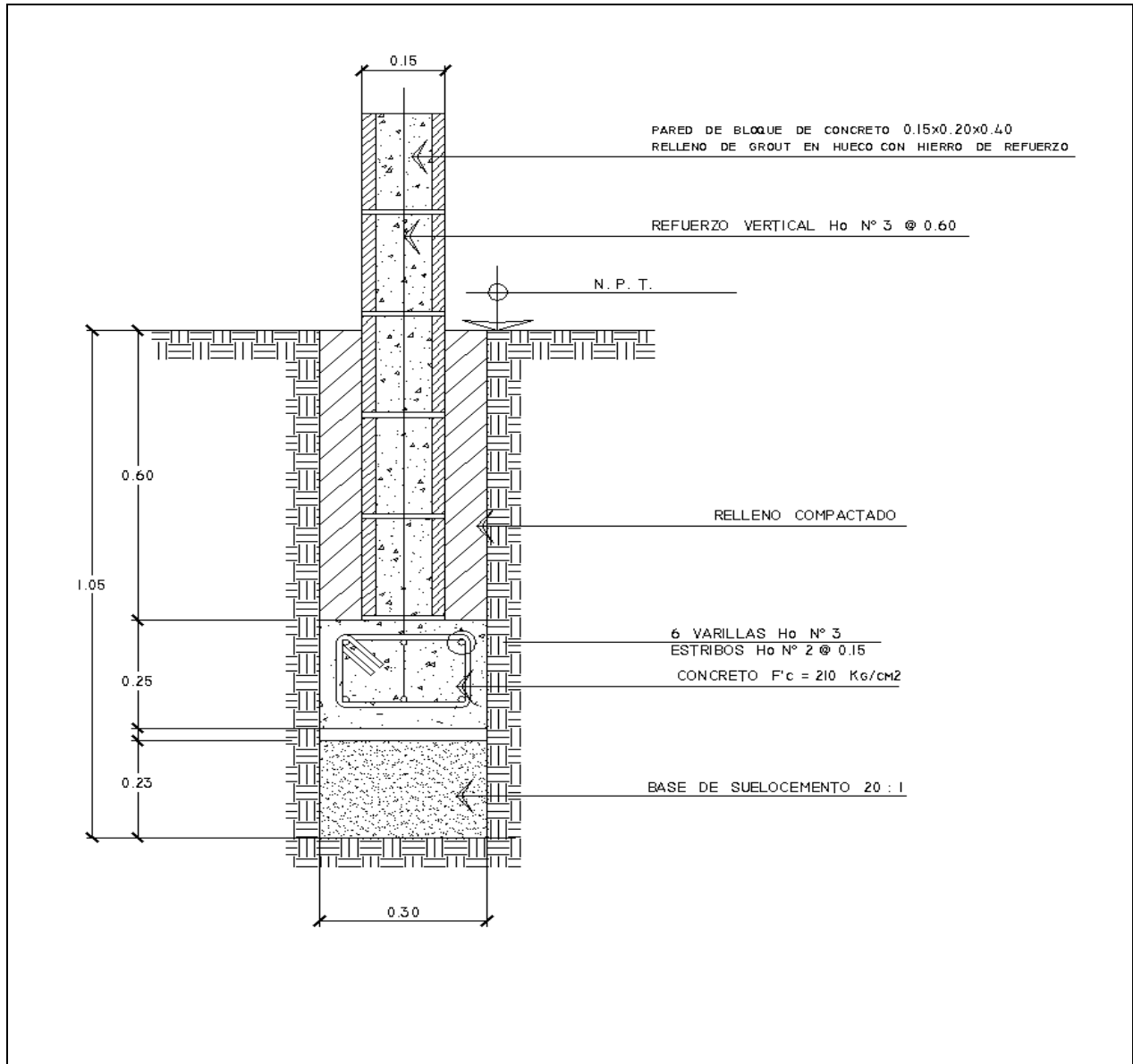
A continuación se detallan los planos de construcción del establecimiento que comprenderá la planta empacadora de antojos típicos salvadoreños de la Micro región Los Nonualcos.

Figura 40: Plano de distribución de la planta empacadora.



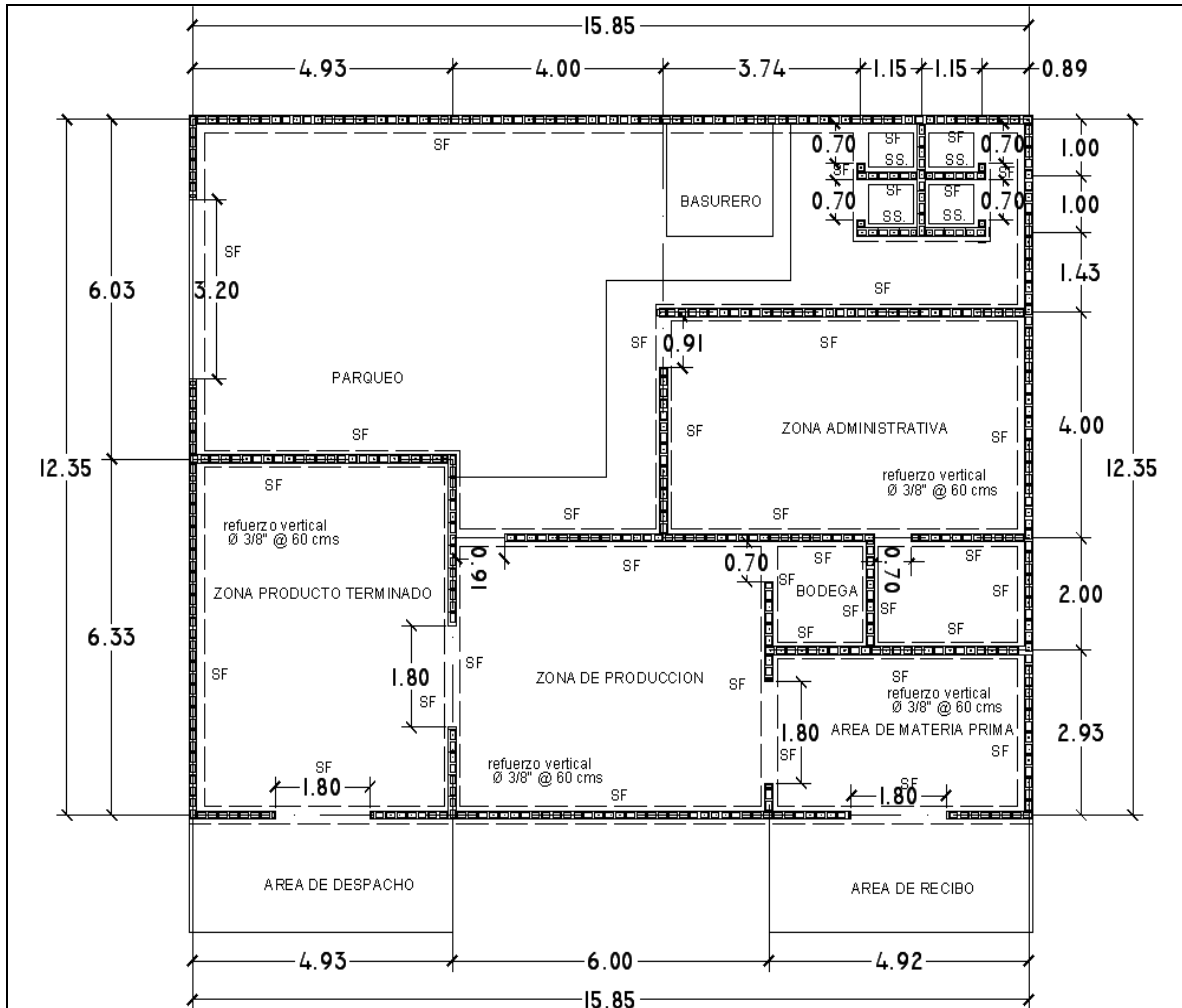
	FECHA	NOMBRE	Universidad de El Salvador Facultad de Ingeniería y Arquitectura Escuela de Ingeniería Industrial
Dibujado	20/06/06	Ing. Emilia	
Comprobado		Posada	
Escala 1 : 50	Detalle de instalaciones de la Planta Empacadora de Antojos Típicos Salvadoreños Los Nonualcos.		Sustituye a:
			Sustituido por:

Figura 41: Plano detalle de fundaciones.



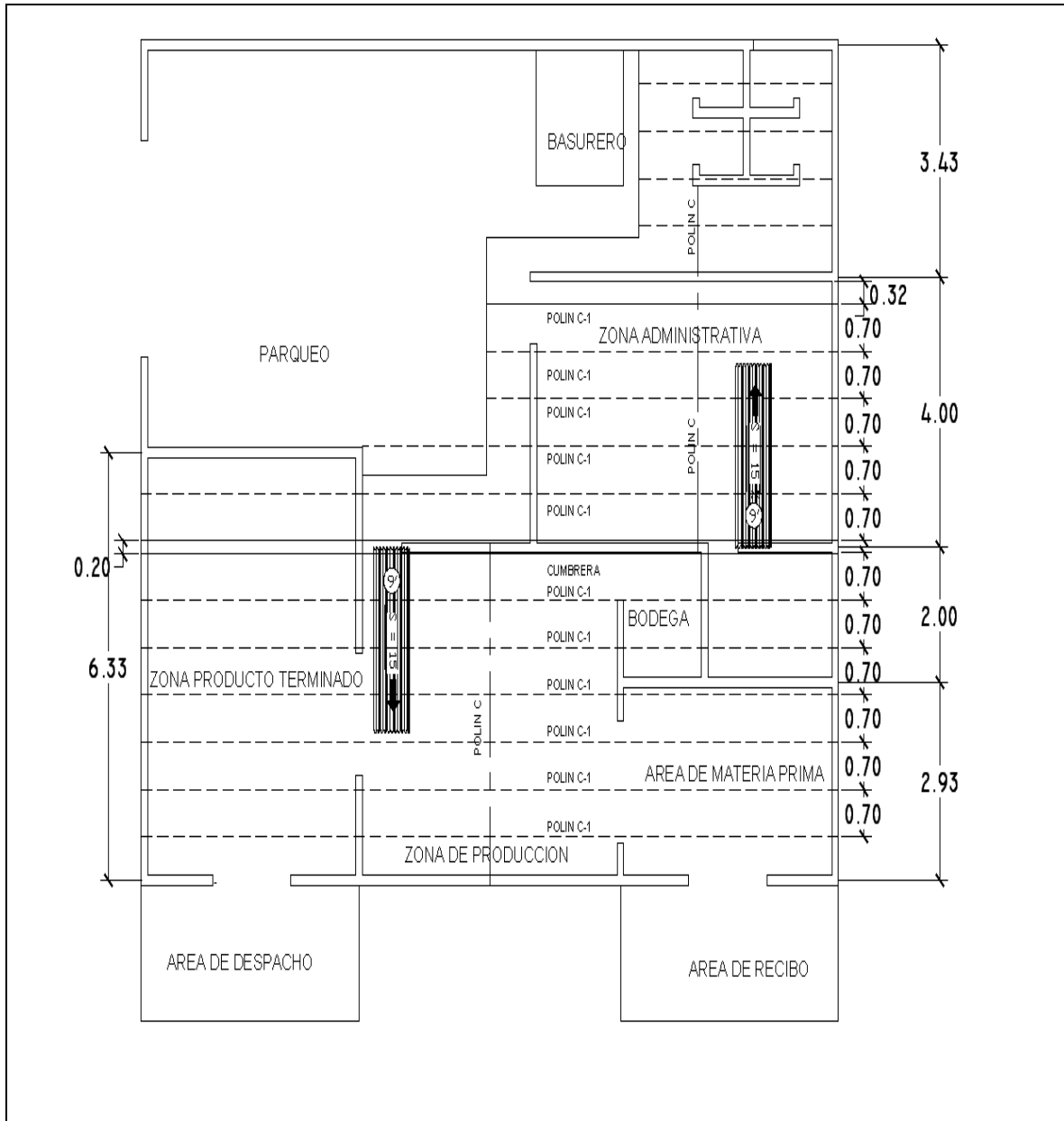
	FECHA	NOMBRE	Universidad de El Salvador
Dibujado	20/06/06	Ing. Emilia Posada	Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Comprobado			Escuela de Ingeniería Industrial
Escala 1 : 50	Detalle de Fundaciones Planta Empacadora de Antojos Típicos.		Sustituye a:
			Sustituido por:

Figura 42: Planta de fundaciones.



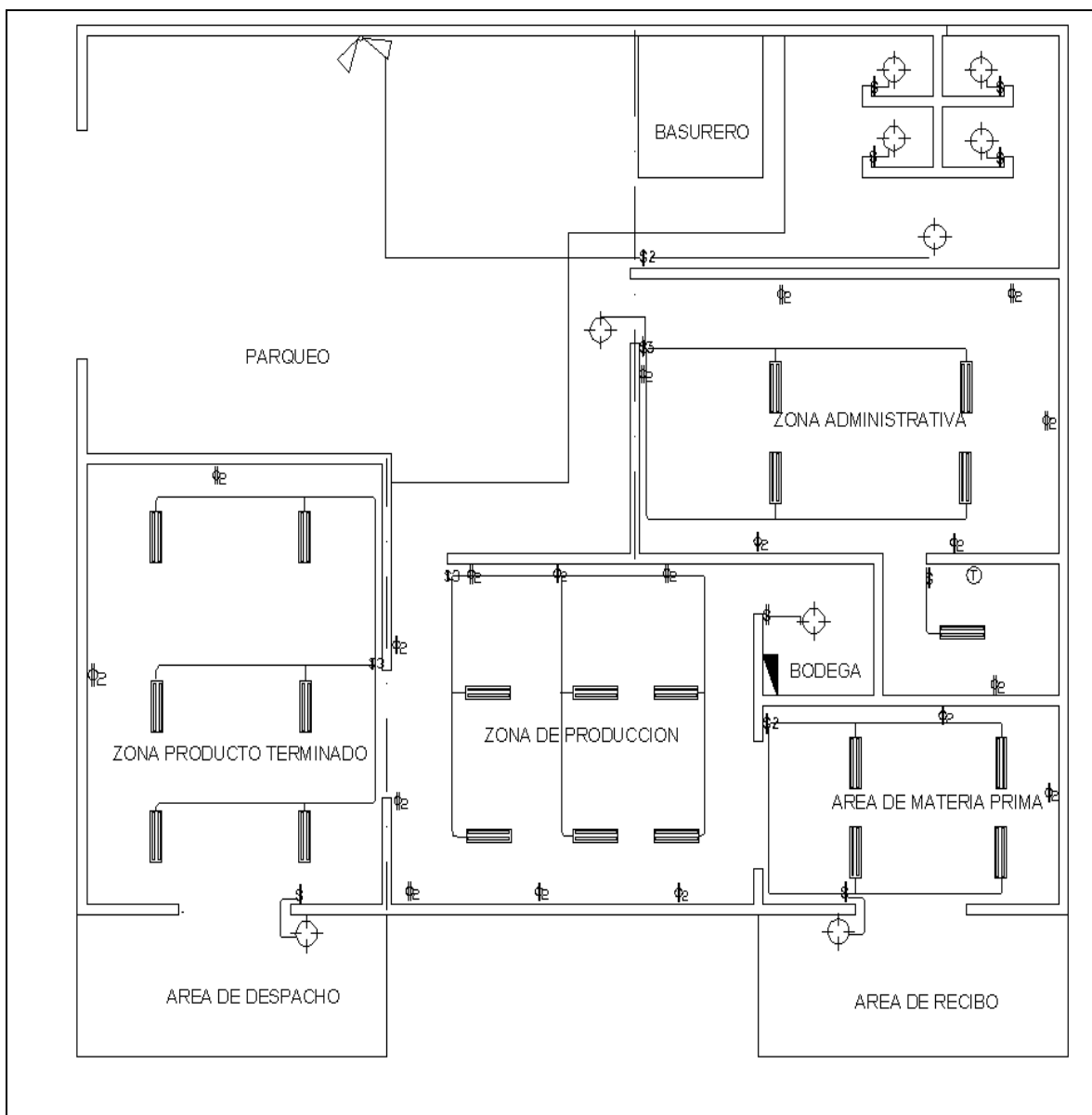
	FECHA	NOMBRE	Universidad de El Salvador Facultad de Ingeniería y Arquitectura Escuela de Ingeniería Industrial
Dibujado	20/06/06	Ing. Emilia	
Comprobado		Posada	
Escala 1 : 50	Planta de Fundaciones para Planta Empacadora de Antojos Típicos Salvadoreños Los Nonualcos.		Sustituye a:
			Sustituido por:

Figura 43: Planta de techo.



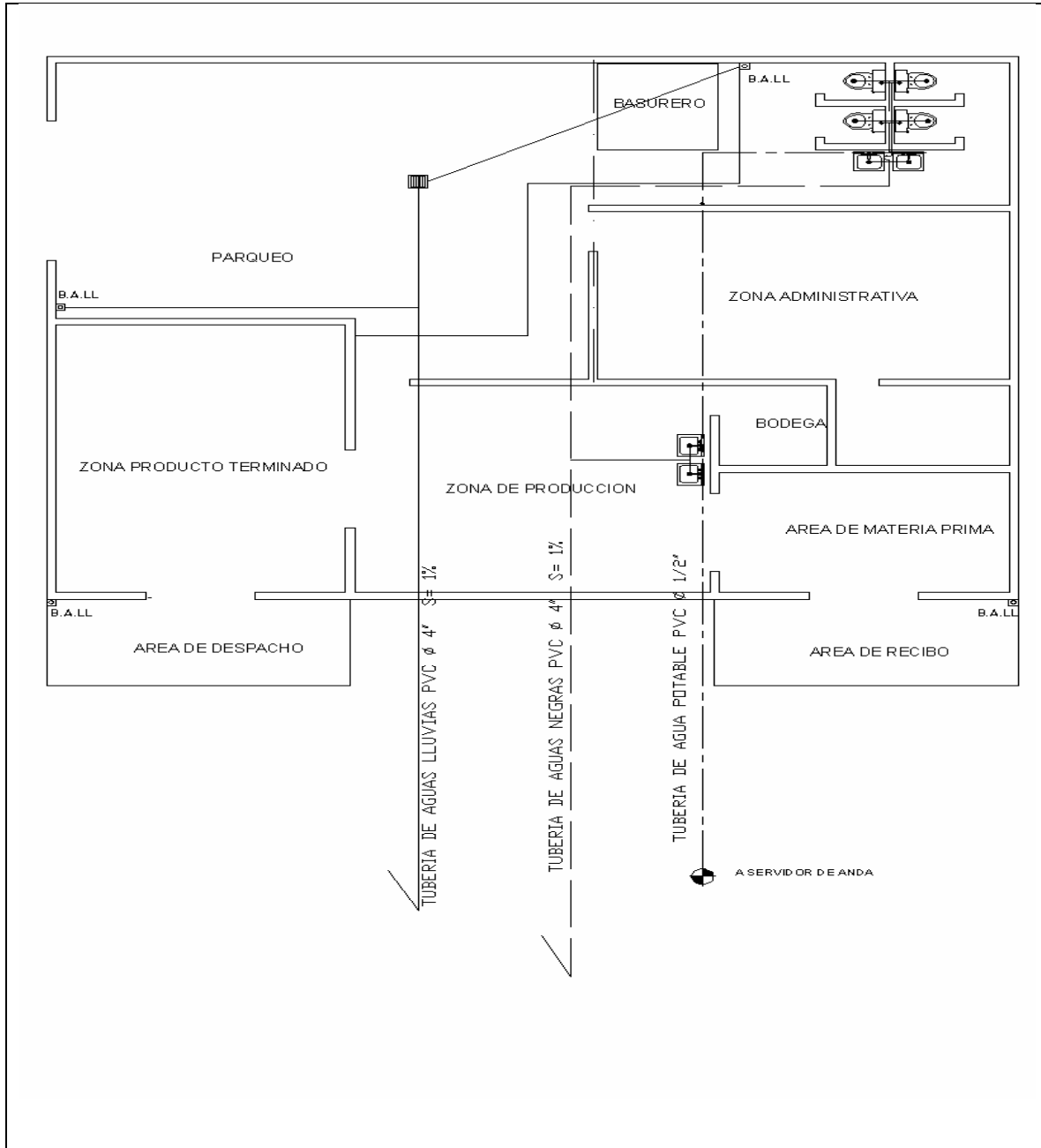
	FECHA	NOMBRE	Universidad de El Salvador Facultad de Ingeniería y Arquitectura Escuela de Ingeniería Industrial
Dibujado	20/06/06	Ing. Emilia	
Comprobado		Posada	
Escala 1 : 50	Planta de Techo para Planta Empacadora de Antojos Típicos Salvadoreños Los Nonualcos.		Sustituye a: Sustituido por:

Figura 44: Planta eléctrica.



	FECHA	NOMBRE	Universidad de El Salvador Facultad de Ingeniería y Arquitectura Escuela de Ingeniería Industrial
Dibujado	20/06/06	Ing. Emilia	
Comprobado		Posada	
Escala 1 : 50	Planta Electrica para Planta Empacadora de Antojos Típicos Salvadoreños Los Nonualcos.		Sustituye a: Sustituido por:

Figura 45: Planta hidráulica.



	FECHA	NOMBRE	Universidad de El Salvador Facultad de Ingeniería y Arquitectura Escuela de Ingeniería Industrial
Dibujado	20/06/06	Ing. Emilia	
Comprobado		Posada	
Escala 1 : 50	Planta Hidraulica para Planta Empacadora de Antojos Típicos Salvadoreños Los Nonualcos.		Sustituye a: Sustituido por:

CUADRO DE DRENAJE	
CLAVE	DESCRIPCION
————	TUBERIA DE AGUAS NEGRAS 0 4" P.V.C S=1%
————	TUBERIA DE AGUAS LLUVIAS 0 4" P.V.C
————	CAÑERIA DE AGUA POTABLE 0 1/2" P.V.C
	SIFON
— — — — ⊕	GRIFO
	CAJA CON PARRILLA
○	B.A.LL BAJADA AGUAS LLUVIAS
⊕	MEDIDOR DE A.N.D.A

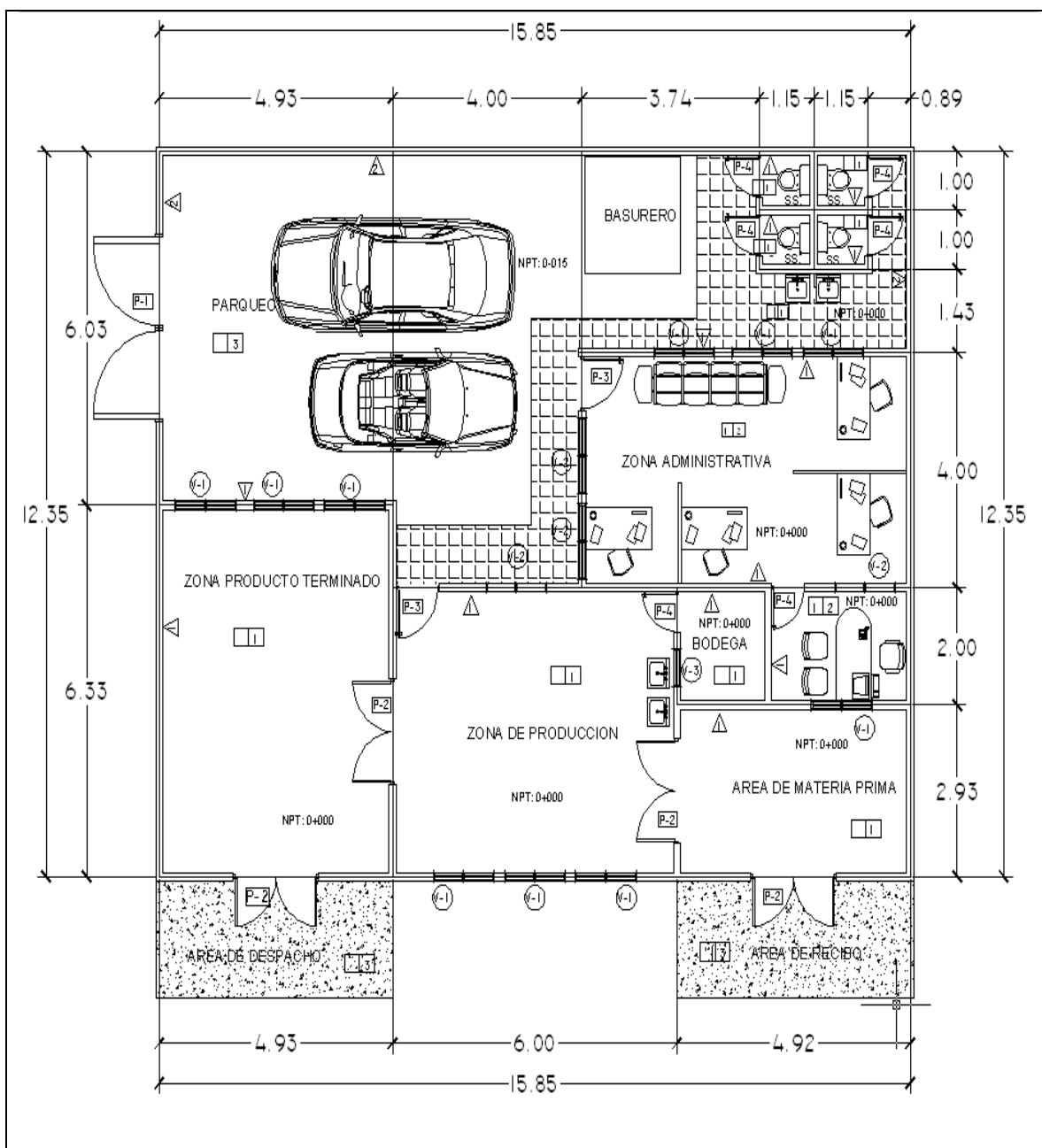
CUADRO DE ELECTRICIDAD	
CLAVE	DESCRIPCION
	LUMINARIA DE TECHO
S	INTERRUPTOR SENCILLO
S2	INTERRUPTOR DOBLE
S3	INTERRUPTOR TRIPLE
⊕2	TOMACORRIENTE DOBLE
	TABLERO GENERAL
	ALAMBRE ELECTRICO
Ⓣ	TOMA PARA TELEFONO

CUADRO DE PUERTAS			
CODIGO	ANCHO	ALTO	MATERIAL
P - 1	3.2	2.50	PORTON METALICO
P - 2	1.80	2.10	PUERTA METALICA
P - 3	0.90	2.10	PUERTA METALICA
P - 4	0.70	2.10	PUERTA METALICA
P - 5	0.70	2.10	PUERTA DE MADERA

CUADRO DE ACABADOS	
PISO	PAREDES
<input type="checkbox"/> 1 PISO LADRILLO DE CEMENTO <input type="checkbox"/> 2 PISO TIPO CERAMICA <input type="checkbox"/> 3 ENCEMENTADO	PARED DE BLOQUE DE CONCRETO 15x20x40 cm PINTADA. PARED DE BLOQUE DE CONCRETO 15x20x40 cm
CIELO	
<input type="checkbox"/> 1 CIELO FALSO, LOSETAS DE FIBRO CEMENTO	

CUADRO DE VENTANAS					
CODIGO	ANCHO	ALTO	AREA (M2)	REPISA	DESCRIPCION
V - 1	1.30	0.5	0.65	1.5	CELOSIA DE VIDRIO Y MARCO DE ALUMINIO
V - 2	1.3	1.20	1.56	0.9	CELOSIA DE VIDRIO Y MARCO DE ALUMINIO
V - 3	0.65	0.5	0.33	1.5	CELOSIA DE VIDRIO Y MARCO DE ALUMINIO

Figura 46: Planta arquitectónica.



	FECHA	NOMBRE	Universidad de El Salvador
Dibujado	20/06/06	Ing. Emilia	Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Comprobado		Posada	Escuela de Ingeniería Industrial
Escala 1 : 50	Planta Arquitectónica para Planta Empacadora de Antojos Típicos Salvadoreños Los Nonualcos.		Sustituye a:
			Sustituido por:

f. Costos de la construcción.

A continuación se detallan los costos en que se incurrirán con la construcción de la Planta Empacadora de Antojos Típicos Salvadoreños de Los Nonualcos.

Tabla 183: Costos de construcción.

PARTIDA	Unidad	Cantidad	Costo/unidad	Costo	Costo Partida
Instalaciones provisionales	SG.	1	637.41		637.41
Terracería					1471.57
Limpieza	m2	235	0.29	68.15	
Descapote	m3	40	4.99	199.6	
Trazo	m	61	0.32	19.52	
trazo tubería	m	80	0.43	34.4	
Excavación	m3	40.43	7.12	287.9	
Relleno mat exist.	m3	11.37	8.11	92.2	
Relleno mat select.	m3	15.16	31.42	476.3	
Desalojo	m3	50	5.87	293.5	
Fundaciones	m	126.35	11.44	1445.4	
Mampostería					8648.99
Pared de bloque 15x20x40	m2	352.19	20.2	7114.2	
BS intermedia	m	93.31	8.1	755.8	
BS Corona	m	109.71	7.1	778.9	
Piso					3039.01
Ladrillo de cemento	m2	96.57	14.15	1366.5	
Base	m2	31.56	9.13	288.1	
Ceramica	m2	31.56	30.37	958.5	
Zocalo	m	75.72	1.98	149.9	
Piso encementado	m2	20	13.8	276.0	
Estructura y cubierta de techo					6309.95
capote	m	16	4.27	68.3	
Cubierta y estructura	m2	143.75	43.42	6241.6	
Instalaciones eléctricas				0.0	2363.54
Alambrado	m	110	1.09	119.9	
Luminarias	Unidad				
Spoth lighth	Unidad	1	16.2	16.2	
lum 4x40	Unidad	25	52.84	1321.0	
lium	Unidad	9	2.5	22.5	
interruptor	Unidad				
sencillo	Unidad	8	3.67	29.4	
doble	Unidad	2	4.93	9.9	

triple	Unidad	3	5.92	17.8	
toma	Unidad	20	24.88	497.6	
Tablero	Unidad	1	329.36	329.4	
Instalación agua potable				0.0	77.90
Tubería	m	22	3.5	77.0	
Codos	Unidad	2	0.45	0.9	
Instalación aguas negras				0.0	635.83
Tubería	m	35	17.39	608.7	
Codos	Unidad	2	13.59	27.2	
Instalación aguas lluvias				0.0	564.38
Tubería	m	30	17.39	521.7	
Pegamento PVC 1/8	Unidad	1	7.5	7.5	
Caja	Unidad	1	35.18	35.2	
Varios				0.0	3859.72
Puertas				0.0	
Portón	m2	8	68.66	549.3	
Puertas metálicas	m2	26.25	69.88	1834.4	
Puerta fibrolit 2F	Unidad	1	80.53	80.5	
Ventanas	m2	13.07	35	457.5	
Defensas	m2	13.07	35.32	461.6	
Artefactos sanitarios				0.0	
Inodoros	Unidad	4	61.34	245.4	
Lavamanos	Unidad	4	57.78	231.1	
Acabados					2070.64
Cielo Falso	m2	26.08	6.36	165.9	
Pintura	m2	504.94	2.99	1509.8	
Divisiones	m2	20	19.75	395.0	

Tabla 184 : Resumen de costos de construcción.

COSTO PARCIAL			27608.3
IVA	13%		3589.1
CI	35%		4055.7
Total			35253.0

3.3 Sub-Sistema de Higiene y Control de Calidad

- Manual Practicas De Higiene E Inocuidad Aplicadas A Productos Empacados Congelados.

Introducción

Los consumidores exigen, cada vez, más atributos de calidad en los productos que adquieren, siendo una característica esencial e implícita la inocuidad –apto para consumo humano-. Por otro lado, el sector alimentario trata de bajar los costos de producción y venta, las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) ofrecen la posibilidad de lograrlo manteniendo la calidad y asegurando la inocuidad. Además de ser obligatorias, algunas prácticas llevan a importantes mejoras y no requieren la inversión de capital, en especial cuando hablamos del orden, la higiene y la capacitación del personal.

Las BPM son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos, y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación. Es indispensable que estén implementadas previamente, para aplicar posteriormente el Sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), un programa de Gestión de Calidad Total (TQM) o un Sistema de Calidad como ISO 9000.

Es indispensable que los productores de la Micro región Los Nonualcos, tengan en cuenta, cada una de las recomendaciones específicas dadas en el siguiente Manual, es de mencionar que según la evaluación o seguimiento que se le dé, así será la oportunidad para implementar un sistema HACCP, si así lo requiere la FDA o el cliente. En el siguiente Manual se ha iniciado con declaraciones específicas sobre cada punto que requiere mayor cuidado en el control de higiene e inocuidad, acompañado de un cuestionario para evaluar al final de cada periodo aspectos referentes a las BPM, se adjuntan además algunas recomendaciones generales de algunos aspectos importantes, finalizando con los principales puntos críticos de control identificados para cada área y para cada producto, para lograr la calidad del producto y la satisfacción del cliente. Contribuyendo además en el bienestar y motivación del personal que labora en la red. Es de mencionar que el sistema de higiene está basado también en el Codex Alimentarius (CAC/RCP 4-1971) Volumen 5ª -1999

Objetivo Del Manual

Establecer las disposiciones sanitarias que deben cumplirse en la preparación de alimentos que ofrecen Los Productores de antojos Típicos de la Micro región Los Nonualcos, con el fin de proporcionar alimentos de calidad e inocuos al consumidor.

Sistema De Buenas Prácticas De Manufactura (BPM)

Aquellos que estén interesados en participar del mercado Global deben contar con las BPM. Las Buenas Prácticas de Manufactura son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación.

- √ Son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos, y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación.
- √ Contribuyen al aseguramiento de una producción de alimentos seguros, saludables e inocuos para el consumo humano.
- √ Son indispensable para la aplicación del Sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), de un programa de Gestión de Calidad Total (TQM) o de un Sistema de Calidad como ISO 9000.
- √ Se asocian con el Control a través de inspecciones del establecimiento.

Compromisos Técnicos De Las Buenas Prácticas De Manufactura

Para obtener la calidad requerida del producto es necesario considerar cada uno de los apartados posteriores, donde se describe cada punto a seguir en la producción de antojos típicos:

1. Materias Primas

La calidad de las Materias Primas no debe comprometer el desarrollo de las Buenas Prácticas. Si se sospecha que las materias primas son inadecuadas para el consumo, deben aislarse y rotularse claramente, para luego eliminarlas o hacer devolución a los proveedores.

Para evaluar ésta calidad, es necesario que la Red empresarial exija algunos análisis de laboratorio que garanticen la inocuidad de las materia primas, para ello será necesario que subcontraten a un laboratorio especialista (actualmente FUSADES cuenta con un laboratorio acreditado por la FDA para brindar servicios de análisis físico, químicos y microbiológicos, único en el país), que los acredite. Generando de ésta manera confianza en el aprovisamiento de las materias primas. Es de aclarara que los costos deberán ser asumidos por el proveedor, siendo éste el beneficiado con una red de clientes. Los análisis requeridos y exigidos al proveedor para la contratación y compra de Materia prima son los siguientes:

Tabla 185: Analisis requeridos para el analisis de las Materias Primas

Materia Prima	Análisis	Observación
Harina	Información Nutricional	Certificación de laboratorio que acredite la información nutricional
Materia prima de origen agrícola	Análisis Calidad de Granos	
	Determinación de Bacterias Fitopatógenas	
	Análisis en Fertilizantes	
Quesillo	PH	
	Grasa en Queso	
	Proteínas en Lácteos	
	Hierro en Lácteos	
	Sodio en Lácteos	
Leche	Plomo en Lácteos	
	PH	
	Grasa en Queso	
	Proteínas en Lácteos	
	Hierro en Lácteos	
	Sodio en Lácteos	
Plomo en Lácteos		

Fuente: FUSADES

Para evitar contaminación química, física y/o microbiológica de la materia prima se deben considerar las siguientes lineamientos:

- √ Se debe tener sumo cuidado con la adquisición de las materias primas, se debe exigir o acordar en el contrato con los proveedores el desuso de fertilizantes químicos, que podrían contaminar la materia prima de origen agropecuario. (Si se usa se debe presentar lo especificado en la tabla 185)
- √ El almacén de materia prima se debe aislar o separar de los servicios sanitarios o bodegas.
- √ Se debe evitar que la materia prima tenga contacto directo con el suelo, se recomienda apilar la MP sobre tarimas o Pallets
- √ La harina de maíz debe de almacenarse en un lugar seco libre de humedad, para evitar el crecimiento de hongos.
- √ Las hortalizas o verduras utilizadas para la elaboración del producto deben de almacenarse en jvas plásticas.
- √ El dulce de atado debe almacenarse en jvas plásticas y en un lugar seco libre de humedad.
- √ El quesoillo debe de almacenarse en depósitos plásticos sellados, a una temperatura aproximada de 10°C a 15°C.
- √ El almacén de Materia prima debe de estar alejado de los productos terminados, para impedir la contaminación cruzada.
- √ El quesoillo debe de transportarse en depósitos sellados para evitar la contaminación exterior.

▪ **Disposiciones Sanitarias de las Materias Primas Para la elaboración de Antojos Típicos**

Las Materias Primas necesarias para la elaboración de antojos típicos deben ser sometidas a los análisis mencionados en la tabla 185, para obtener productos de primera calidad. Además de los análisis establecidos que confieren al proveedor, y que garantizarán la calidad de la misma; en la Planta Empacadora, el encargado de higiene y calidad debe hacer las siguientes inspecciones, considerando los siguientes lineamientos:

Tabla 186: Otros lineamientos de evaluación de la Materia Prima

Materia Prima	Acepte	Rechace
Quesillo	Olor y textura: característicos, bordes limpios y enteros.	Con mohos o partículas extrañas.
Leche	Olor y textura: característicos	Olor agrio
Materia prima de origen agrícola	Color Característico , libre de podredumbres.	Mohos, coloración extraña, magulladuras o mal olor.
Harina	Con fecha de vencimiento no caducada.	Presenten agujeros, rasgaduras o mordeduras en los envases, que evidencien el contacto con insectos o roedores.

El formato propuesto para la inspección de las materias primas, es el siguiente:

Tabla 187: Formato para inspección de Materia Prima

Materia Prima	Características	Si	No
Quesillo	Olor Característico		
	Textura Característica		
	Bordes limpios y enteros.		
	Mohos		
	Partículas extrañas		
Leche	Olor característico		
	Textura característica		
Yuca	Color Característico		
	Moho		
	Magulladuras		
	Mal olor		
Elote	Color Característico		
	Moho		
	Magulladuras		
	Mal olor		
Harina	Agujeros		
	Rasgaduras		
	Mordeduras		
	Caducidad		

El formato anterior debe ser llenado por el encargado de higiene y calidad, en la recepción de la materia prima y comparar con los lineamientos establecidos en la tabla 186. De ésta manera tendrá un parámetro para evaluar si ésta es rechazada o aceptada.

2. Establecimientos

Dentro de esta incumbencia hay que tener en cuenta dos ejes:

a. Estructura

√ El establecimiento no tiene que estar ubicado en zonas que se inunden, que contengan olores objetables, humo, polvo, gases, luz y radiación que pueden afectar la calidad del producto que elaboran.

Para tal recomendación se considera importante que los establecimientos que se encuentran a la intemperie aseguren su área de producción, y así poder evitar la contaminación del producto.

El modelo de redistribución de locales mostrado en las siguientes figuras se hizo en base a dos criterios: Primero: Se consideraron las recomendaciones específicas para locales en la elaboración de alimentos, para la eficiente aplicación de las BMP. Considerando solamente el levantamiento de algunas paredes para aislar algunas fuentes contaminantes y reconsiderando además una redistribución de todos los implementos necesarios para la elaboración del producto.

Segundo: Los diseños propuestos, se han elaborado en base a la infraestructura existente, es decir que existen la mayor parte de locales son similares, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 188: Numero de locales similares por tipo de productor.

Productores	Producto que elaboran	No. De Locales	Observación
El Manguito (Olocuilta)	Pupusas	35	100% Similar
Buena Vista (Olocuilta)	Pupusas	40	100% Similar
San Pedro Nonualco	Tamales de elote	7	42.85% Similar
San Pedro Masahuat	Nuegados, Tamales de elote	13	23.08% Similar (Nuegados) 23.08% Similar (Tamales de elote)
San Juan Nonualco	Riguas, Tamales de elote	11	36.36% similares (Ambos Productos)

Figura 47: Redistribución propuesta para productores de pupusas de Buena Vista (Olocuilta)

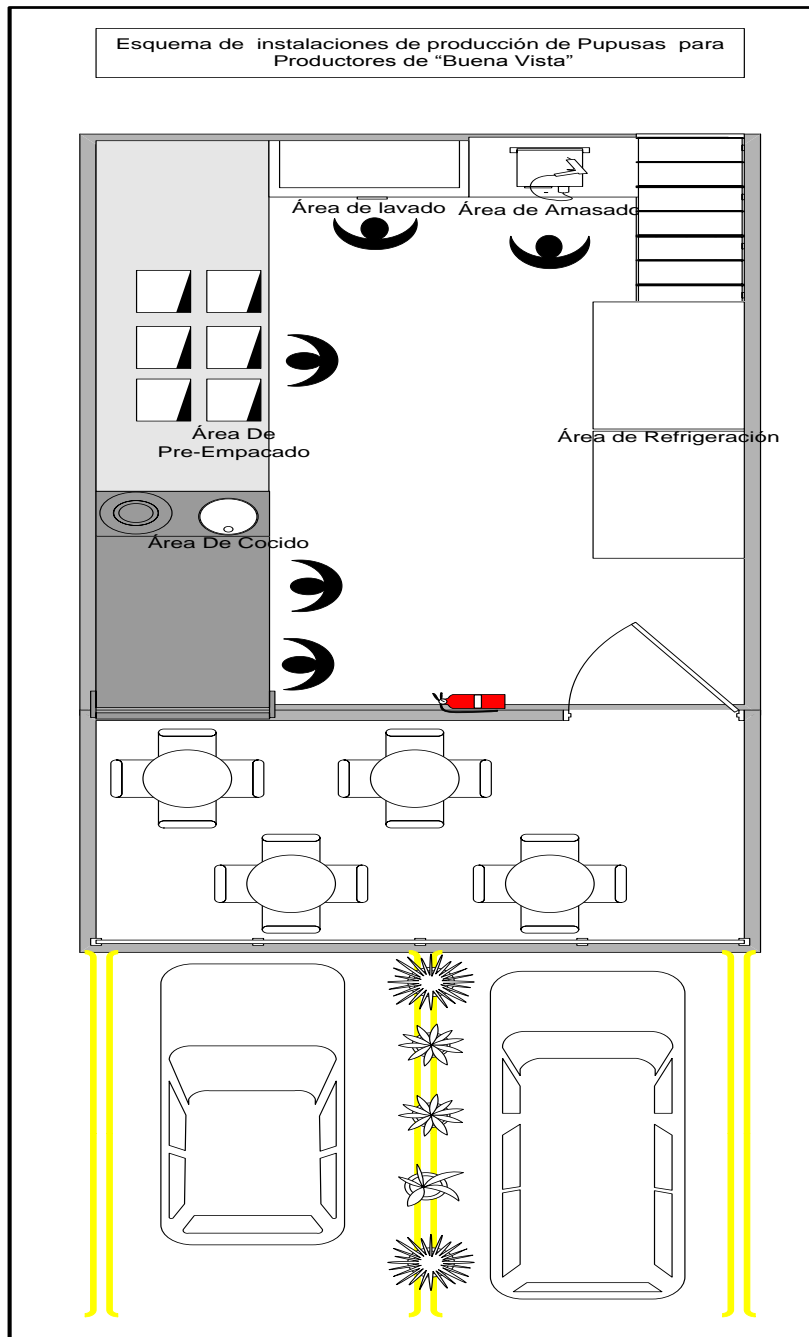


Figura 48: Redistribución propuesta para productores de pupusas de El Manguito (Olocuilta)

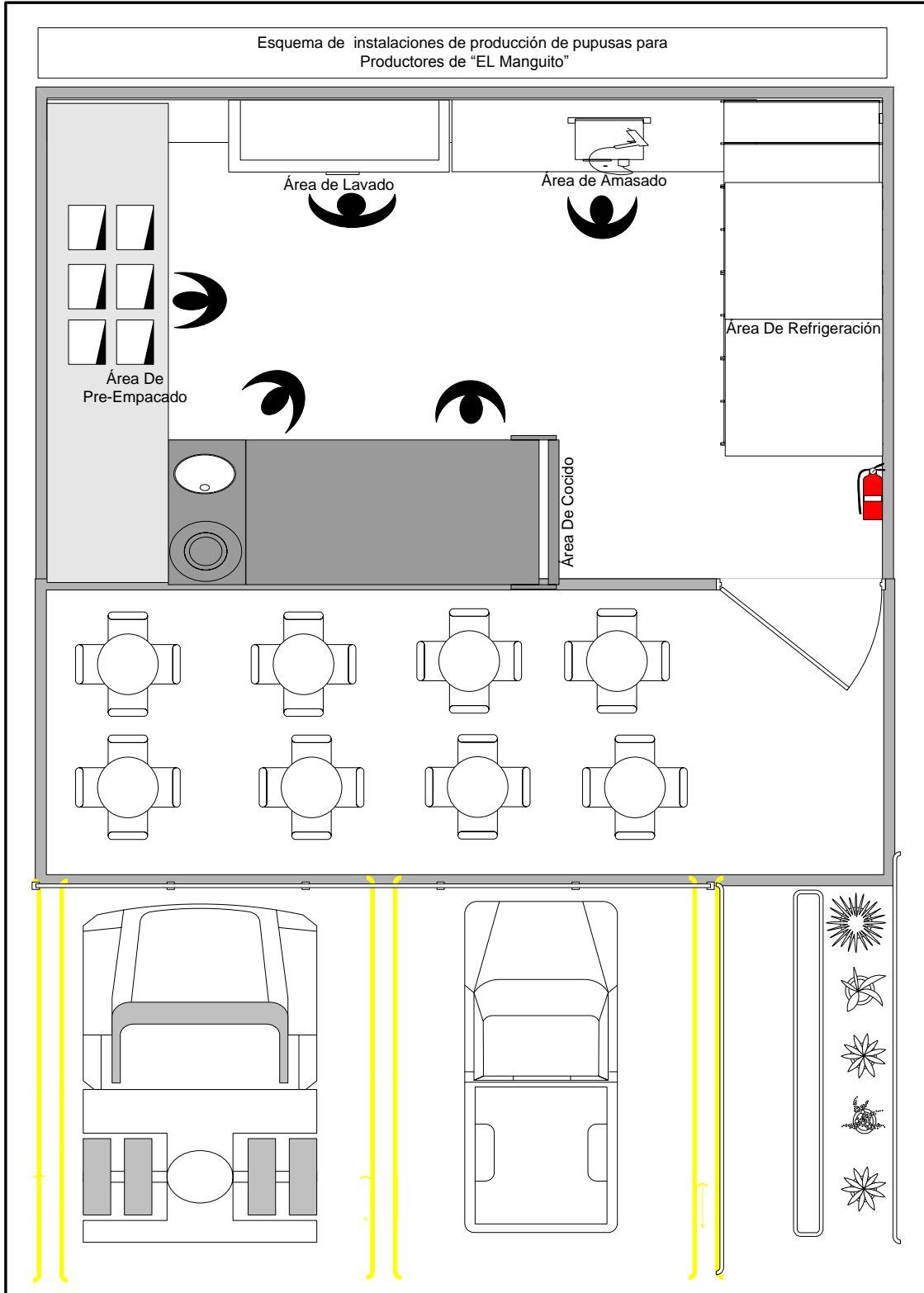


Figura 49: Redistribución propuesta para productores de Nuegados

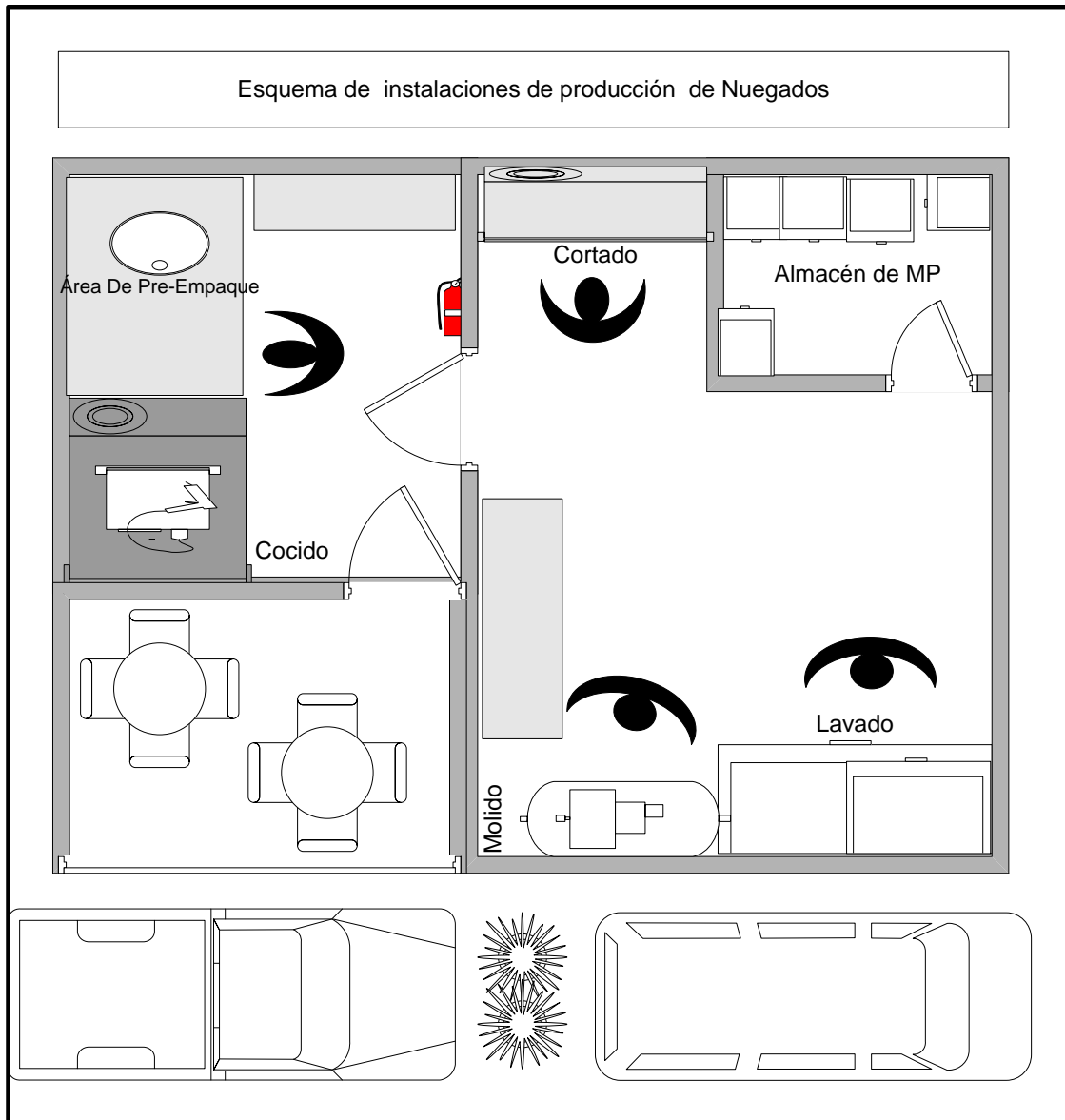
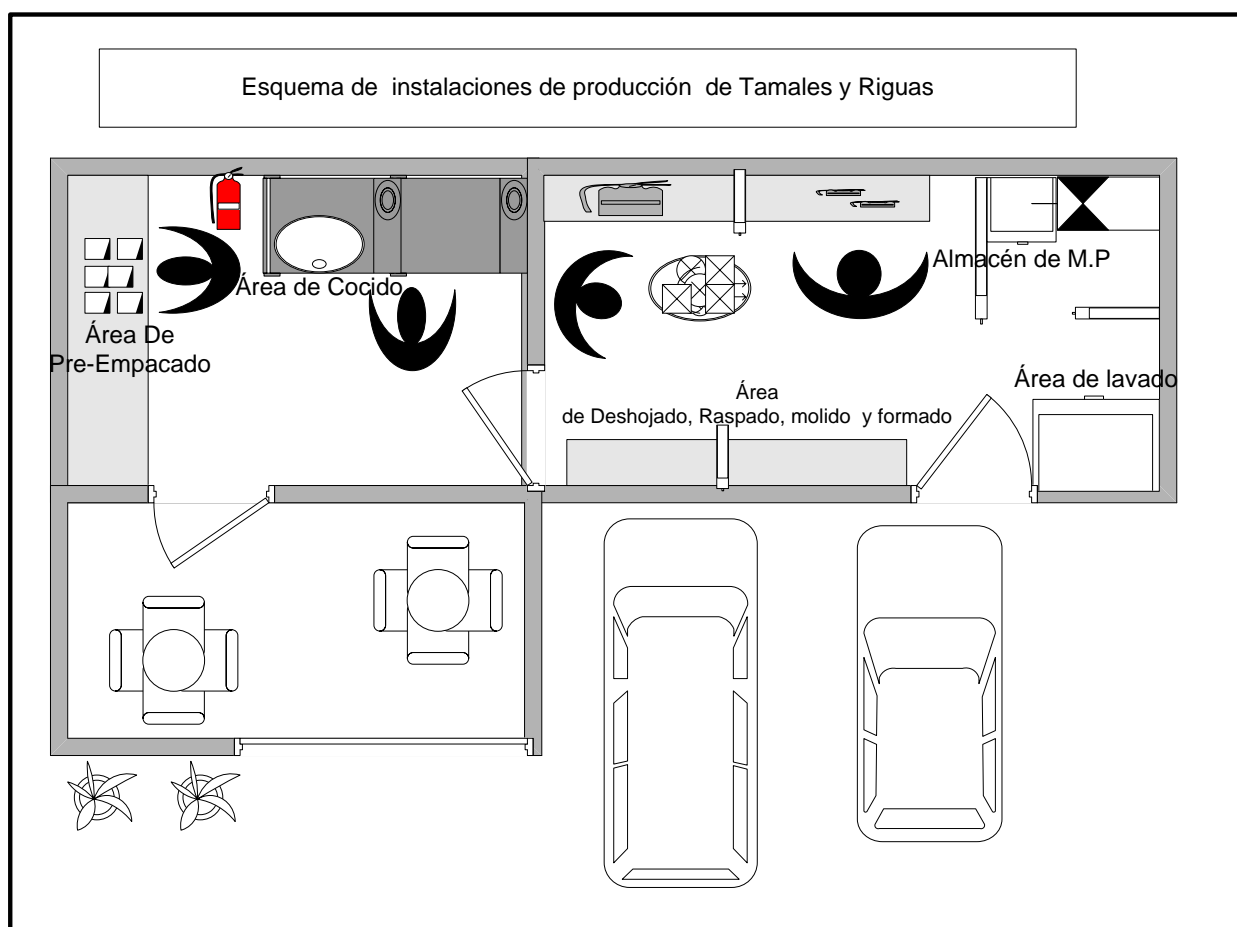


Figura 50: Redistribución propuesta para productores de Tamales y Riguas



- √ Las paredes internas del área de producción deben estar forradas de material lavable, por ejemplo: material cerámico. Que son aptos para facilitar la limpieza y desinfección.
- √ Las aberturas del área de producción deben impedir la entrada de animales domésticos, insectos, roedores, moscas y contaminantes del medio ambiente como humo, polvo, vapor.
- √ Asimismo, deben existir tabiques o separaciones para impedir la contaminación cruzada. El espacio debe ser amplio y los empleados deben tener presente que operación se realiza en cada sección, para impedir la contaminación cruzada.
- √ El agua utilizada para la limpieza debe ser potable (Bebible), ser provista a presión adecuada y a la temperatura necesaria. Asimismo, tiene que existir un desagüe adecuado.
- √ Los equipos y los utensilios para la manipulación de alimentos deben ser de un material que no transmita sustancias tóxicas, olores ni sabores. Las superficies de trabajo no deben tener hoyos, ni grietas. Se recomienda evitar el uso de maderas y de productos que puedan corroerse. Lo mas recomendable es usar mesas de acero inoxidable.

√ El producto terminado debe de pre-empacarse en cajas plásticas completamente selladas, para evitar la contaminación del producto mientras se transporta a la planta empacadora.

La pauta principal consiste en garantizar que las operaciones se realicen higiénicamente desde la llegada de la materia prima hasta obtener el producto terminado.

b. Higiene

√ Todos los utensilios, los equipos y los edificios deben mantenerse en buen estado higiénico, de conservación y de funcionamiento.

√ Para la limpieza y la desinfección es necesario utilizar productos que no tengan olor, ni derivados del petróleo ya que pueden producir contaminaciones además de enmascarar otros olores. Existen algunos productos clasificados y permitidos por la USDA y han sido sujetos a Inspección federal, por ejemplo: limpiadores de metal, limpiador de superficies y limpiador de pisos, de diferentes marcas.

√ Las sustancias tóxicas (plaguicidas, solventes u otras sustancias que pueden representar un riesgo para la salud y una posible fuente de contaminación) deben estar rotuladas con un etiquetado bien visible y ser almacenadas en áreas exclusivas. Estas sustancias deben ser manipuladas sólo por personas autorizadas.

3. Personal

Aunque todas las normas que se refieran al personal sean conocidas es importante remarcarlas debido a que son indispensables para lograr las BPM.

√ Se aconseja que todas las personas que manipulen alimentos reciban capacitación sobre "Hábitos y manipulación higiénica". Esta es responsabilidad de todos y debe ser adecuada y continua.

√ Debe controlarse el estado de salud y la aparición de posibles enfermedades contagiosas entre los manipuladores. Por esto, las personas que están en contacto con los alimentos deben someterse a exámenes médicos, no solamente previamente al ingreso, sino periódicamente.

√ Cualquier persona que perciba síntomas de enfermedad tiene que comunicarlo inmediatamente a su superior.

√ Por otra parte, ninguna persona que sufra una herida puede manipular alimentos o superficies en contacto con alimentos hasta su alta médica.

√ Es indispensable el lavado de manos de manera frecuente y minuciosa con un agente de limpieza autorizado, con agua potable y con cepillo. Debe realizarse antes de iniciar el trabajo, inmediatamente después de haber hecho uso de los retretes, después de haber manipulado material contaminado y todas las veces que las manos se vuelvan un factor contaminante. Debe haber indicadores que obliguen a lavarse las manos y un control que garantice el cumplimiento.

√ Todo el personal que esté de servicio en la zona de manipulación debe mantener la higiene personal, debe llevar ropa protectora (Se recomienda el uso de Gabachas, Guantes de latex, Mascarilla de tela o desechable, y gorro de tela) , calzado adecuado y cubrecabeza. Todos deben ser lavables o descártales. No debe trabajarse con anillos, colgantes, relojes y pulseras durante la manipulación de materias primas y alimentos.

√ La higiene también involucra conductas que puedan dar lugar a la contaminación, tales como comer, fumar, salivar u otras prácticas antihigiénicas. Asimismo, se recomienda no dejar la ropa en el producción ya que son fuertes contaminantes.

4. Higiene en la Elaboración

Durante la elaboración de un alimento hay que tener en cuenta varios aspectos para lograr una higiene correcta y un alimento de Calidad.

√ Las materias primas utilizadas no deben contener parásitos, microorganismos o sustancias tóxicas, descompuestas o extrañas. Todas las materias primas deben ser inspeccionadas antes de utilizarlas, en caso necesario debe realizarse un ensayo de laboratorio. Y como se mencionó anteriormente, deben almacenarse en lugares que mantengan las condiciones que eviten su deterioro o contaminación.

√ Debe prevenirse la contaminación cruzada que consiste en evitar el contacto entre materias primas y productos ya elaborados, entre alimentos o materias primas con sustancias contaminadas. Los manipuladores deben lavarse las manos cuando puedan provocar alguna contaminación. Y si se sospecha una contaminación debe aislarse el producto en cuestión y lavar adecuadamente todos los equipos y los utensilios que hayan tomado contacto con el mismo.

√ El agua utilizada debe ser potable (Esterilizada).

√ La elaboración o el procesado debe ser llevada a cabo por empleados capacitados y supervisados de vez en cuando por personal técnico. Todos los procesos deben realizarse sin demoras ni contaminaciones. Los recipientes deben tratarse adecuadamente para evitar su contaminación y deben respetarse los métodos de conservación. Se recomienda que el producto final debe de ser llevado a la planta empaedora 3 horas máximas después de su elaboración, para evitar que se deteriore.

√ El material destinado al envasado y empaque debe estar libre de contaminantes y no debe permitir la migración de sustancias tóxicas. Debe inspeccionarse siempre con el objetivo de tener la seguridad de que se encuentra en buen estado. En la zona de empaque sólo deben permanecer los empaques o recipientes necesarios.

√ Deben mantenerse documentos y registros de los procesos de elaboración, producción, distribución y conservarlo durante un período superior a la duración mínima del alimento.

5. Almacenamiento y Transporte de Materias Primas y Producto Final

√ Las materias primas y el producto final deben almacenarse y transportarse en condiciones óptimas para impedir la contaminación y/o la proliferación de microorganismos. De esta manera, también se los protege de la alteración y de posibles daños del recipiente. Durante el almacenamiento debe realizarse una inspección periódica de productos terminados. Y como ya se puede deducir, no deben dejarse en un mismo lugar los alimentos terminados con las materias primas.

√ Los vehículos de transporte deben recibir un tratamiento higiénico similar al que se de al establecimiento. En el caso de los Antojos típicos terminados, que serán manejados bajo un sistema de congelamiento, deben tener un transporte equipado especialmente, que cuente con medios para verificar la humedad y la temperatura adecuada.

6. Control de Procesos en la Producción

Para tener un resultado óptimo en las BPM son necesarios ciertos controles que aseguren el cumplimiento de los procedimientos y los criterios para lograr la calidad esperada en un alimento, garantizar la inocuidad y la genuinidad de los alimentos.

√ Los controles sirven para detectar la presencia de contaminantes físicos, químicos y/o microbiológicos. Para verificar que los controles se lleven a cabo correctamente, deben realizarse análisis que monitoreen si los parámetros indicadores de los procesos y productos reflejan su real estado. Se pueden hacer controles de residuos de pesticidas, detector de metales y controlar tiempos y temperaturas, por ejemplo. Lo importante es que estos controles deben tener, al menos, un responsable y se recomienda hacerlo en la planta empacadora, en la recepción de materia prima y producto terminado. Y además se debe de supervisar de vez en cuando las áreas de producción de los productores de la micro-región, para verificar que se cumplan los reglamentos o lineamientos establecidos.

Hasta aquí, se ha explicado en qué consisten las Buenas Prácticas de Manufactura. Y en esta segunda parte, se plantea una Guía para la Aplicación de las BPM.

a. *Guía Para La Aplicación De Las BPM.*

Esta guía se ha organizado en seis bloques temáticos. La agrupación por bloques pretende facilitar la implementación de las diferentes medidas en forma progresiva. Sólo hay que recordar que los puntos tratados en una etapa No deben olvidarse en la siguiente. Los bloques programados son:

1. Contaminación por Personal
2. Contaminación por Error de Manipulación
3. Precauciones en las Instalaciones para Facilitar la Limpieza y Prevenir la Contaminación
4. Contaminación por Materiales en Contacto con Alimentos
5. Prevención de la Contaminación por Mal Manejo de Agua y Desechos
6. Marco Adecuado de Producción.

La idea es trabajar durante cada etapa con determinado grupo de medidas, capacitando al personal acerca de las mismas y realizando, desde el nivel gerencial, los cambios necesarios en la empresa.

Al comenzar con el período de trabajo se deberá hacer un relevamiento de la situación de los productores, con respecto al bloque temático que corresponda para, de esta manera, conocer los puntos que requerirán especial atención. Para facilitar esta tarea se adjunta con cada bloque un cuestionario guía. El mismo también debería realizarse al final del periodo para evaluar los logros obtenidos y los puntos que deben seguir siendo mejorados.

Cada bloque de trabajo se presenta con:

- √ Recomendaciones para la aplicación de las diferentes medidas y puntos concretos en los que el responsable debería focalizar su acción.
- √ Serie de frases que pueden ser de utilidad para la confección de póster o carteles para colocar en las distintas áreas del establecimiento o distribuir entre los empleados.

Un aspecto común a todos los bloques de trabajo es la supervisión, la documentación y el registro de datos. Es importante supervisar que las operaciones se estén desarrollando en forma adecuada cumpliendo con las BPM, garantizando de esta manera la calidad del producto elaborado. También se deben documentar en forma apropiada los distintos procesos, las indicaciones para la elaboración, la recepción de materia prima y material de empaque, y la distribución del producto, así como las anomalías y otros datos de interés. El objetivo es poder conocer la historia de un lote producido.

Teniendo en cuenta que la base del éxito de un programa de calidad es la capacitación del personal, resulta adecuado comenzar a implementar las medidas relacionadas con el mismo.

1. Contaminación por Personal

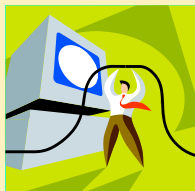
En este bloque el implementador debería enfatizar sobre la importancia que tiene el personal en los procesos de elaboración de un producto. El mismo debería concientizar a sus empleados acerca de su papel primordial en la elaboración del alimento. Asimismo, sería importante incluir en la capacitación conceptos sobre higiene en la manipulación de alimentos, controles sobre el estado de salud de los empleados, evitando que aquellos con enfermedades contagiosas o heridas estén en contacto con los alimentos.

Por otra parte, también sería conveniente que la empresa facilite la ropa de trabajo para el personal y que se encargue de la limpieza de la misma al final de cada jornada.

En cuanto al personal, se espera un cambio de actitud como consecuencia de haber comprendido el por qué de los cuidados a tener para garantizar la calidad alimentaria.

Estos son algunos de los puntos sobre los que se deberá trabajar:

- √ El personal no debe ser un foco de contaminación durante la elaboración.
- √ El personal debe realizar sus tareas de acuerdo con las instrucciones recibidas.
- √ La ropa de calle debe depositarse en un lugar separado del área de manipulación
- √ Los empleados deben lavar sus manos ante cada cambio de actividad, sobre todo al salir y volver a entrar al área de manipulación.
- √ Se debe usar la vestimenta de trabajo adecuada, por ejemplo; gabachas color blanco, botas, mascarilla y gorro de tela color blanco y guantes de latex desechable.
- √ No se debe fumar, ni salivar, ni comer en las áreas de manipulación de alimentos.
- √ El personal que está en contacto con materias primas o semielaboradas no debe tratar con el producto final a menos que se tomen la medidas higiénicas.
- √ Se deben tomar medidas similares para evitar que los visitantes se conviertan en un foco de contaminación: vestimenta adecuada, no comer durante la visita, etc.



Frases para el personal

- √ Quítese las alhajas antes de comenzar a trabajar.
- √ Deje ropa de calle en los vestuarios.
- √ Use ropa de trabajo adecuada: cofia, calzado, guantes de colores claros.
- √ Si usa guantes no olvide cambiarlos o limpiarlos como si se tratara de sus propias manos.
- √ No fumar, No comer, No salivar.
- √ En caso de tener alguna herida tápela con material impermeable.
- √ Lávese las manos con conciencia cada vez que entre a la zona de trabajo.
- √ Lávese las manos con agua caliente y jabón.
- √ No toque al producto semielaborado o terminado después de tocar la materia prima sin lavarse as manos.

Formato Evaluativo de Contaminación por Personal Para la eficiente aplicación de BPM

"PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS"		
Área Evaluada: _____	Fecha: _____	
Evaluada por: _____		
Pregunta	Si	No
1. ¿El personal conoce la importancia que tiene en el proceso de elaboración de alimentos?		
2. ¿Qué entienden los empleados por calidad de producto?		
3. ¿Los empleados se sienten responsables de la calidad del producto elaborado?		
4. ¿El personal dispone de instrucciones claras para desempeñar sus tareas en forma higiénica?		
5. ¿Existe dentro del establecimiento un área para depositar la ropa de calle y los efectos personales? ¿Está separada de las líneas de elaboración?		
6. ¿Se realizan controles del estado de salud de los empleados? ¿Se toma alguna medida con los empleados que presentan enfermedades contagiosas?		
7. ¿Se instruye al personal sobre las prácticas de elaboración higiénica de alimentos?		
8. ¿El personal que presenta heridas sigue trabajando? ¿Se toman medidas para evitar que las heridas entren en contacto con alimentos?		
9. ¿El personal tiene el hábito de lavar sus manos antes de entrar en contacto con el alimento? ¿Entiende la importancia de lavar las manos después de hacer uso del sanitario y después de trabajar con materias primas o semielaboradas? ¿Sabe como realizar un buen lavado de manos?		
10. ¿El personal dispone de ropa adecuada para realizar sus tareas? ¿Se controla que esta ropa esté		

limpia?		
11. ¿El personal hace uso de calzado de seguridad, botas y guantes? ¿Estas protecciones están limpias y en buenas condiciones de uso?		
12. ¿El personal tiene una conducta aceptable en las zonas de manipulación de alimentos? por ejemplo: no fuma, no saliva, no come.		
13. ¿El personal que manipula al producto en distintas fases de elaboración lava sus manos y cambia su vestimenta o guantes entre etapa y etapa?		
14. ¿Hay algún encargado de supervisar las conductas del personal y sus condiciones higiénicas?		

2. Contaminación por Error de Manipulación

Es importante destacar que aunque se comience a trabajar con un nuevo bloque temático no se deben olvidar las medidas aplicadas en la etapa anterior. Se deberían seguir reforzando las mismas, continuando con la capacitación del personal.

En este bloque se intentarán combatir los errores durante las diversas operaciones con alimentos desde la obtención de la materia prima hasta el producto terminado, incluyendo también el almacenamiento y transporte de los diversos ingredientes. Para esto el responsable del establecimiento debe dar a los empleados las instrucciones claras y precisas de las tareas a realizar valiéndose, por ejemplo, del uso de carteles.

Puntos que se deben tratar:

- √ Se deben tener cuidados en las etapas de manipulación y obtención de materias primas ya que es imposible obtener un producto de buena calidad si partimos de materia prima de mala calidad.
- √ Se deben evitar en todo momento los daños a los productos (elaborados, semielaborados, terminados) que pueden ser perjudiciales para la salud.
- √ Se deben controlar los distintos elementos que ingresan a la línea para que no sean fuente de contaminación. Por ejemplo, controlar que estén libres de parásitos, que no se encuentren en mal estado, etc.
- √ Se debe prevenir la contaminación cruzada durante la elaboración, evitando el contacto o cruce de materiales en diferentes estados de procesamiento.
- √ Se debe capacitar al personal sobre las tareas a realizar, supervisarlos, y brindarle la ayuda necesaria para corregir las fallas.
- √ Se deben evitar las demoras durante las distintas etapas, ya que el producto semielaborado puede contaminarse durante estos períodos.
- √ Se deben también controlar los vehículos de transporte, las operaciones de carga y descarga, los recintos y condiciones de almacenamiento, evitando que se transformen estas etapas de manipulación en focos de contaminación.



Frases para personal

- √ Trabaje según las instrucciones recibidas.
- √ Controle que las operaciones se estén realizando en los tiempos y condiciones previstos.
- √ Avise sobre irregularidades en la línea.
- √ Evite el contacto entre materias primas, productos semielaborados, y productos finales.
- √ No pase de un lugar sucio a un lugar limpio del establecimiento.
- √ Controle la limpieza, temperatura, y condiciones generales de las cámaras de almacenamiento.
- √ Verifique la limpieza de los vehículos de transporte.

Formato Evaluativo de Contaminación por Manipulación Para la eficiente aplicación de BPM

“PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS”		
Área Evaluada: _____		Fecha: _____
Evaluada por: _____		
Preguntas	Si	No
1. ¿El personal dispone de instrucciones claras sobre cómo llevar a cabo las operaciones que le corresponden?		
2. ¿Cuenta con carteles en las zonas de elaboración con recomendaciones para realizar las tareas en forma adecuada?		
3. ¿Los métodos de obtención, almacenamiento y transporte de materia prima garantizan productos de buena calidad para comenzar la elaboración?		
4. ¿Se protege a las materias primas obtenidas de la contaminación y de posibles daños?		
5. ¿Se dispone de algún lugar para almacenar y evitar de esta manera la contaminación de los subproductos?		
6. ¿Se evita la contaminación de producto por insumos crudos o semielaborados?		
7. ¿Se controla la higiene de materias primas antes de llevarlas a la línea de elaboración? ¿Se evita la entrada de insumos con parásitos, descompuestos, o en mal estado?		
8. ¿Existe algún tipo de supervisión de las tareas que realizan los empleados? ¿Se informan los problemas que se presentan durante la producción y que ponen en peligro la calidad del producto?		
9. ¿Se evitan las demoras entre las sucesivas etapas del proceso? ¿Existen cuellos de botella, es decir acumulación de producto esperando ser procesado en alguna etapa?		
10. ¿Se controla que las condiciones de almacenamiento sean las adecuadas para prevenir la Contaminación y daños de los productos?		
11. ¿Cuenta con un recinto separado de la zona de producción destinado al almacenamiento de sustancias peligrosas, como ser plaguicidas, solventes, etc?		
12. ¿Los recintos de almacenamiento refrigerados están provistos de un termómetro para registrar las		

temperaturas? ¿Se controla que la temperatura sea la adecuada? ¿Se toma nota si se observa alguna anomalía en las temperaturas?		
13. ¿Se realiza algún control de los vehículos utilizados para el transporte de materias primas y productos elaborados? ¿Se verifica la temperatura del transporte? ¿Se supervisan las operaciones de carga y descarga? ¿Se limpian los vehículos después de cada operación de transporte?		

3. Precauciones en las Instalaciones para Facilitar la Limpieza y Prevenir la Contaminación

En los bloques anteriores se intentó evitar la contaminación del producto por parte del personal, ya sea por falta de higiene del mismo como por errores en la conducción de sus tareas. Las medidas correctivas en general resultaban de fácil implementación ya que la base era la capacitación de los empleados. En este punto se comenzarán a corregir los defectos de las instalaciones, con lo cual, si bien la capacitación y participación del personal siguen teniendo gran importancia, se requerirá adoptar otro tipo de acciones suplementarias para llevar a cabo las modificaciones necesarias en el establecimiento elaborador.

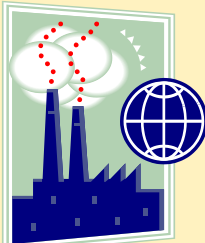
En este punto el responsable deberá hacer las modificaciones necesarias para prevenir la contaminación y facilitar la limpieza de las instalaciones. Se recomienda comenzar por las medidas que implican menor inversión como ser el uso de tarimas para apilar productos y facilitar las operaciones de limpieza. En este bloque se debe también idear un plan de limpieza especificando los productos a usar, la periodicidad con la que se realizará y como se supervisará.

Luego se deberá comenzar a modificar las instalaciones para facilitar la limpieza por ejemplo, azulejando, redondeando las uniones entre paredes, cambiando los recubrimientos por materiales no absorbentes, usando pintura impermeable, etc. También se deberán separar el equipo para evitar los lugares de difícil acceso para limpiar. Los empleados deben entender la razón de una buena limpieza y deben ser los responsables de realizarla en forma eficiente. Cada uno será el encargado de mantener limpio su lugar de trabajo.

Puntos a tratar:

- √ Se deben separar físicamente las operaciones que puedan dar lugar a contaminación cruzada.
- √ Los vestuarios y baños deben estar separados de las líneas de elaboración y deben mantenerse siempre limpios.
- √ No se deben usar materiales que dificulten la limpieza, por ejemplo la madera.
- √ Se deben redondear los rincones, y evitar las pilas de productos que dificulten la limpieza.
- √ Se debe facilitar la limpieza mediante paredes impermeables y lavables (azulejadas, por ejemplo). Asimismo, se debe controlar que las paredes no tengan grietas, sean lisas y estén pintadas con material claro no absorbente que permita detectar la suciedad.
- √ Se deben mantener limpias las vías de acceso para evitar el ingreso de suciedad al establecimiento.
- √ Se debe tener un lugar adecuado para guardar todo los elementos necesarios para la limpieza y desinfección y evitar que los mismos se mezclen con los elementos usados en la producción.
- √ Para lograr que los operarios se laven las manos hay que tener instalaciones para dicho fin en los lugares de elaboración, con elementos adecuados para el lavado, desinfección y secado de las manos.

√ Se deben limpiar los utensilios y las instalaciones cada vez que sea necesario y al terminar la jornada de trabajo. Es importante enjuagar con agua potable al finalizar las tareas de limpieza para no dejar restos de detergentes u otros agentes que puedan contaminar al alimento.



Frases para personal

- √ Mantenga limpias las instalaciones.
- √ Mantenga limpio su ámbito de trabajo.
- √ Controle que no queden restos de material de limpieza después del enjuague.
- √ Limpie correctamente. Preste especial atención a los rincones de difícil acceso.
 - √ Use los elementos de limpieza indicados.
 - √ Arroje los residuos en el lugar correspondiente.

Formato Evaluativo de Precauciones en las Instalaciones para Facilitar la Limpieza y Prevenir la Contaminación para la aplicación eficiente de BPM

“PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS”		
Área Evaluada: _____	Fecha: _____	
Evaluada por: _____		
Preguntas	Si	No
1. ¿La disposición de los equipos dentro del establecimiento facilita las operaciones de limpieza y permite que se realice la inspección de la higiene, o ayuda a ocultar la suciedad?		
2. ¿Las paredes son de colores claros que permiten ver la suciedad? ¿Están recubiertas con materiales impermeables que faciliten su limpieza?		
3. ¿Las escaleras, montacargas y accesorios elevados entorpecen las operaciones de limpieza?		
4. ¿Cuenta con instalaciones para que el personal lave sus manos en la zona de elaboración? ¿Los vestuarios y sanitarios del personal se hallan separados del área de elaboración? ¿Se mantienen limpios?		
5. ¿Los productos almacenados se hallan sobre tarimas apilados lejos de las paredes, o constituyen un obstáculo para la limpieza?		
6. ¿Se evitan los materiales absorbentes en las instalaciones? ¿Se evita el uso de mesas de madera?		
7. ¿Cuenta con un programa de limpieza y desinfección que garantice la higiene de las		

instalaciones? ¿Se limpian los equipos como mínimo antes y después de comenzar la producción?		
8. ¿Se supervisa la limpieza del establecimiento?		
9. ¿Los empleados cuentan con las instrucciones para realizar la limpieza en forma adecuada?		
10. ¿Existe un lugar para almacenar los productos de limpieza sin que estos constituyan una fuente de contaminación para el producto?		
11. ¿Se controla que no queden restos de productos de limpieza en las máquinas y utensilios luego de limpiarlos?		

Se recomienda no dejar de aplicar y supervisar las medidas implementadas hasta el momento.

4. Contaminación por Materiales en Contacto con Alimentos

En este bloque se pondrá especial atención en evitar que los alimentos se contaminen a causa de los materiales con los que están en contacto. Puede tratarse de envases, material para empaque final, recipientes para producto semielaborado, superficies de equipos, etc. El responsable del establecimiento deberá realizar los cambios de equipos y utensilios necesarios para evitar aquellos materiales que puedan introducir contaminación por contacto con el producto. También deberá realizar los controles necesarios para garantizar que se está trabajando con los materiales de empaque adecuados. Los empleados deberán garantizar el buen almacenamiento de los envases, su inspección previa al uso, y el no usarlos para fines inadecuados (por ejemplo, guardar productos de limpieza, o sobras de material en proceso).

Algunos tópicos para tener en cuenta son:

- √ Los recipientes que puedan ser reutilizados deben ser limpiados y desinfectados. No se deben volver a usar aquellos que contuvieron sustancias tóxicas.
- √ Se debe intentar que todos los equipos y utensilios que entran en contacto con alimentos no transmitan sustancias tóxicas, olores ni sabores a los alimentos. Se deben evitar superficies absorbentes que puedan contribuir a la contaminación del producto.
- √ Se debe higienizar todo el material y recipientes que hayan entrado en contacto con materia prima y productos semielaborados antes de que entre en contacto con el producto final. De esta forma se evitará contaminación cruzada del alimento.
- √ Se debe almacenar correctamente el material de envase, evitando su contaminación.
- √ El material de envase no debe ser un foco de contaminación para el producto final. Se debe controlar que no transmita sustancias tóxicas al producto y que lo proteja adecuadamente de contaminación externa.
- √ No se deben usar los envases para fines para los que no fueron diseñados, p.ej. guardar productos de limpieza en envase vacíos de producto final.
- √ Se deben inspeccionar los envases antes de usarlos.
- √ Se debe realizar el envasado en condiciones que no permitan la contaminación del alimento.



Frases para personal

- √ Limpie el equipo y utensilios antes de que entren en contacto con el alimento.
- √ No use los envases para fines para los que no fueron diseñados.
- √ Revise el material del envase antes de utilizar.
- √ Guarde los envases en el lugar designado para su almacenamiento.
- √ Evite que el producto final entre en contacto con materiales que fueron utilizados con materias primas o con productos semielaborados.

Formato Evaluativo de Contaminación por Materiales en Contacto con Alimentos para la aplicación eficiente de BPM

"PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS"		
Área Evaluada: _____ Fecha: _____		
Evaluada por: _____		
Preguntas	Si	No
1. ¿Sus empleados saben que el material en contacto con los alimentos puede constituir un foco de contaminación?		
2. ¿El material usado para envases es inocuo para la salud?		
3. ¿Existe pasaje de sustancias del material al producto?		
4. ¿Se controla el material de empaque antes de ser usado en la producción?		
5. ¿Se reutilizan algunos materiales de empaque? ¿Son limpiados adecuadamente antes de su reutilización?		
6. ¿Se limpian y desinfectan los equipos y utensilios que estuvieron en contacto con materia prima o con material contaminado antes de que los mismos entren en contacto con productos no contaminados?		
7. ¿Se dispone de un lugar adecuado para almacenar el material de empaque? ¿Este recinto está libre de contaminación? ¿Se mantiene limpio y ordenado?		
8. ¿Los empleados usan los envases con otros fines? (por ejemplo, guardan en ellos restos de producto, materias primas no procesadas, materiales de limpieza, etc.?)		
9. ¿El envasado se realiza en condiciones que evitan la contaminación del producto? ¿Los empleados son conscientes de que cualquier contaminante que ingrese en el momento del envasado llegará con el producto al consumidor?		

5. Prevención de la Contaminación por Mal Manejo de Agua y Desechos

En esta oportunidad presentaremos el anteúltimo bloque de trabajo tratando los temas relacionados con el manejo de agua y de efluentes. Es importante tener la seguridad de que las medidas anteriormente

implementadas siguen funcionando adecuadamente antes de continuar avanzando en la implementación.

En este punto se prestará especial atención a todo lo que es el buen manejo de agua y desechos para evitar la contaminación del producto. Los productores deberán de tomar en cuenta que los desechos producidos por las verduras y hortalizas utilizadas deberán ser retirados constantemente para evitar que se contamine el producto en proceso, ya que algunos espacios de la mayoría de productores son áreas pequeñas. El empleado por su parte deberá cumplir con las indicaciones correspondientes al manejo de agua y efluentes.

En este caso se considerarán los siguientes puntos:

- √ En las áreas de obtención de materias primas se debe evitar la contaminación por agua y post-desechos como excrementos, residuos agrícolas o industriales.
- √ Se debe controlar el abastecimiento de suficiente agua potable tanto en el establecimiento como en las zonas de obtención de materia prima.
- √ Tanto el hielo como el vapor que tengan contacto con el alimento no deben presentar contaminantes.
- √ Se debe evitar el contacto de agua potable con agua no potable usada para extinguir incendios, por ejemplo. Todas las operaciones de limpieza se deben realizar con agua potable.
- √ El sistema de evacuación de residuos debe evitar la larga residencia de los mismos en el establecimiento.
- √ Se debe evitar la contaminación del abastecimiento de agua por efluentes.
- √ Se debe disponer de algún lugar determinado dentro del establecimiento para almacenar la materia prima en mal estado, los desechos y los productos que presenten alguna no conformidad. Este lugar debe estar aislado y correctamente señalizado.
- √ Se debe evitar el acceso de plagas al lugar de almacenamiento de desechos.
- √ Se debe evitar la acumulación de desechos en el establecimiento.
- √ Se debe evitar que los desechos tanto líquidos como sólidos entren en contacto con alimentos, y que se crucen durante las etapas de elaboración.



Frases para el personal

- √ Limpie con agua potable.
- √ Deposite los residuos en los lugares adecuados.
- √ Evite que entre en contacto el producto elaborado con los residuos.
- √ Elimine de la línea de elaboración la materia prima en mal estado.
- √ Retire los desechos del lugar de trabajo en forma periódica para evitar que se acumulen grandes cantidades.

Formato Evaluativo de Prevención de la Contaminación por Mal Manejo de Agua y Desechos para la paliación eficiente de BPM

"PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS"		
Área Evaluada: _____ Fecha: _____		
Evaluada por: _____		
Preguntas	Si	No
1. ¿Entiende el personal que el agua que entra en contacto con el alimento, si no es potable, puede ser un foco de contaminación para el producto?		
2. ¿Se dispone de abundante suministro de agua potable en todas las etapas del proceso productivo, desde la obtención de las materias primas hasta la obtención del producto final?		
3. ¿Se realizan en forma periódica análisis al agua suministrada para asegurar su potabilidad?		
4. ¿Se controla que el vapor y hielo que entran en contacto con alimentos no contengan contaminantes?		
5. ¿Existe recirculación de agua durante el proceso de elaboración? ¿Antes de reutilizar el agua se realiza un tratamiento adecuado de la misma para garantizar que no contaminará al producto?		
6. ¿El agua recirculada se canaliza por un sistema de cañerías separado?		
7. ¿Se evita que las materias primas entren en contacto con desechos industriales y de animales y con cualquier otra sustancia que pudiera contaminarlas?		
8. ¿Se separan las materias primas inadecuadas que pudieran resultar un foco de contaminación durante la elaboración?		
9. ¿Se cuenta en el establecimiento con un sistema de evacuación de efluentes? ¿Cuenta con desnivel que facilite el escurrimiento de aguas residuales? ¿Posee sistema de alcantarillado?		
10. ¿Se eliminan en forma periódica los desechos del establecimiento elaborador evitando que éstos se acumulen y contaminen al producto elaborado?		
11. ¿Se cuenta con suficientes recipientes para depositar los desechos? Se encuentran en lugares visibles?		
12. ¿Se dispone de recintos para almacenar los productos dañados y los desechos antes de eliminarlos? ¿Estos recintos están separados de las líneas de elaboración? ¿Evitan el ingreso de plagas que atacan los residuos?		

6. Marco Adecuado de Producción.

En los bloques anteriores hemos tratado los temas que se solucionaban con esfuerzo y cambios de actitud por parte del personal, siempre con el apoyo y dirección de un responsable. En cambio, en esta última etapa las medidas correctivas a implementar dependen en mayor proporción de las decisiones de las autoridades de la empresa en lo que respecta a inversiones para solucionar posibles problemas existentes. En este período de trabajo se intentará introducir todos los cambios necesarios para que los alimentos se produzcan en forma adecuada, desde la obtención de la materia prima hasta la distribución de los mismos. En este punto es probable que el responsable del establecimiento deba realizar algún tipo de inversión para introducir las mejoras necesarias a las instalaciones con las que ya cuenta. Se deberá además implementar un programa de control de plagas. El empleado, por su parte, tendrá en este punto la responsabilidad de conservar y mantener en forma adecuada las instalaciones donde realiza su trabajo.

Algunos puntos a tratar son:

- √ Se deben evitar las áreas inadecuadas de obtención de materia prima.
- √ Se deben evitar las áreas inadecuadas para ubicar el establecimiento. Esto no implica el tener que relocalizar un establecimiento que se encuentra mal ubicado. Por ejemplo se debe evitar establecimientos cerca de focos infecciosos, tales como hospitales y basureros.
- √ Las instalaciones deben facilitar las operaciones de limpieza y deben permitir sectorizar la producción para separar las operaciones que puedan causar contaminación cruzada.
- √ Se debe contar con medidas como la protección en las ventanas o presión interna positiva para evitar el ingreso de insectos y contaminantes al establecimiento.
- √ Se debe evitar el ingreso de animales domésticos a las zonas de elaboración.
- √ La disposición interna de los equipos y la iluminación deben facilitar la inspección de la higiene del establecimiento. Los pisos deben ser de material resistente, no deben presentar grietas, deben ser fáciles de limpiar. Se debe contar con desnivel en los pisos para facilitar el escurrido de efluentes. Las paredes deben estar revestidas de material no absorbente y al igual que los pisos deben ser fáciles de limpiar. Los techos deben ser provistos de algún dispositivo para evitar la caída de condensados a la línea de elaboración.
- √ La iluminación no debe alterar los colores, debe facilitar la inspección, y debe contar con algún tipo de protección para evitar la caída de vidrio al producto en caso de estallido. Lo mas recomendable es la iluminación natural.
- √ Debe contarse con la ventilación adecuada, de preferencia aire natural, pero considerando que se encuentre libre de contaminantes.
- √ Las instalaciones deben ser cuidadas correctamente para evitar su rápido deterioro.
- √ Se debe contar con un programa eficaz de control de plagas. Los productos usados para eliminarlas no deben entrar en contacto con el producto..



Frases para el personal

- √ No permita el ingreso de animales al establecimiento.
- √ Avise en caso de detectar presencia de plagas.
- √ Cuide las instalaciones.
- √ Notifique cuando se registre algún daño en las instalaciones.
- √ Mantenga cerradas las protecciones contra insectos de las ventanas.
- √ Evite el contacto de los plaguicidas con los alimentos.

Formato evaluativo del Marco Adecuado de Producción para la aplicación eficiente de BPM

"PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS DE LA MICRO REGIÓN LOS NONUALCOS"		
Área Evaluada: _____	Fecha: _____	
Evaluada por: _____		
Preguntas	Si	No
1. ¿Se controla que las materias primas provengan de zonas adecuadas para la producción? ¿Se encuentran alejadas de fuentes de contaminación ya sea de origen animal, industrial, etc?		
2. ¿Las instalaciones se hallan en zonas libres de olores y contaminación? ¿En caso de no estar bien ubicadas, se toman las precauciones necesarias para evitar la contaminación del establecimiento por fuentes externas?		
3. ¿Se cuenta con buena ventilación dentro del establecimiento?		
4. ¿Las aberturas cuentan con dispositivos para prevenir la entrada de polvo e insectos (mosquiteros, presión de aire positiva en el interior del establecimiento)?		
5. ¿Las paredes están recubiertas de material impermeable para facilitar la limpieza? ¿Son de colores claros que permitan visualizar la suciedad?		
6. ¿Los pisos tienen el declive correspondiente para facilitar la evacuación de efluentes? ¿Son de materiales resistentes al tránsito dentro del establecimiento y a los líquidos que pueden volcarse?		
7. ¿Se controla que los drenajes estén libres de suciedad y que no constituyan un foco de entrada de insectos?		
8. ¿El establecimiento se halla bien iluminado? ¿Se cuenta con protección de los artefactos eléctricos para evitar restos de vidrio en la línea de elaboración en caso de estallido de alguno de ellos? ¿Las instalaciones eléctricas se hallan bien resguardadas evitando la presencia de cables sueltos?		
9. ¿Se intenta iluminar los rincones donde tiende a acumularse suciedad?		
10. ¿Se instruye al personal sobre el buen trato que deben dar a las instalaciones para lograr		

su buena conservación		
11. ¿La empresa cuenta con un programa de control de plagas? ¿Se verifica que los productos usados son adecuados para la industria alimentaria? ¿Se evita la contaminación del producto por los residuos de plaguicidas?		

Con los formatos propuestos anteriormente se pretende que el encargado de higiene y calidad evalúe cada una de las áreas de la planta empacadora y locales de producción, para la eficiente aplicación de BPM.

Por tanto, todas aquellas empresas y **personas que deseen integrarse a la red empresarial, no pueden, ni deben ser ajenas a la implementación de las BPM.** Estas prácticas son exigidas por los clientes. Su ejercicio le permitirá mantener vigente su negocio y crece en el mercado.

b. Recomendaciones generales para los Productores de Antojos típicos salvadoreños

Algunas Recomendaciones para Áreas refrigerantes y secas.

En las áreas de almacenamiento de alimentos con que cuente el establecimiento se debe cumplir con lo señalado a continuación:

Cámara de refrigeración:

- √ Deben mantenerse a una temperatura de **7°C** con termómetro visible o dispositivos de registro de temperatura funcionando y en buen estado.
- √ No almacenar alimentos directamente sobre el piso. Cualquier estiba, tarima y anaquel que se utilice para almacenarlos debe estar limpio y a 15 cm. sobre el nivel del piso, evitar el contacto con el techo y permitir el flujo de aire entre los productos.
- √ Almacenar los alimentos en recipientes cubiertos, etiquetados o rotulados con la fecha de entrada y colocarlos en orden. Separa los crudos de los cocidos
- √ No se deben almacenar alimentos en huácales, cajas de madera, recipientes de mimbre o costales en los que se reciben.
- √ Se debe dar mantenimiento constante, realizar la limpieza y desinfección del área, así como verificar la temperatura periódicamente, la cual se puede registrar por escrito para un mejor control interno.

Cámara de congelación.

- √ Deben mantenerse a una temperatura de **-18°C/0°F** temperatura inferior, con termómetro visible o dispositivos de registro de temperaturas funcionando y en buen estado; permitir el flujo de aire entre los productos.
- √ No almacenar alimentos directamente sobre el piso. Cualquier estiba, tarima y anaquel que se utilice para almacenarlos, debe estar limpio y a 15 cm. del nivel del piso, evitar el contacto con el techo y permitir el flujo de aire entre los productos.
- √ Almacenar los alimentos en recipientes cubiertos, etiquetados o rotulados con la fecha de entrada y colocarlos en orden,

√ Se debe dar mantenimiento constante, realizar limpieza y desinfección del área así como verificar la temperatura periódicamente, la cual se puede registrar por escrito para un mejor control interno.

Almacén de secos:

√ Debe estar localizado en un área cerrada, seca, ventilada y limpia. Cualquier estiba, tarima o anaquel que se utilice para almacenar debe estar limpio y a 15 cm del nivel del piso.

√ Almacenar los alimentos en recipientes cubiertos, cerrados o en sus envases originales y en orden, etiquetados o rotulados con la fecha de entrada al almacén.

√ Cuando no se cuente con almacén de secos, se puede tener una alacena o despensa, siempre y cuando reúna las condiciones anteriores.

√ Se debe aplicar el sistema "Primero en entrar/ primero en Salir", en todos los almacenes de alimentos ya sean de refrigeración, congelación o de secos; para garantizar las características organolépticas de todos los productos que se consumen

√ Cualquier producto alimenticio rechazado, debe estar marcado, separado del resto de los alimentos y eliminarse lo antes posible.

√ Todo lugar de almacenamiento, debe estar libre de fauna nociva o mascotas, mohos o suciedad visible, se debe establecer un sistema de control preventivo efectivo así como limpiarse periódicamente y lavarse al final de la jornada.

√ El almacenamiento de detergentes o cualquier otro producto "químico", se debe hacer en un lugar separado y delimitado de cualquier área de manipulación o almacenamiento de alimentos. Todos los recipientes, frascos, botes y bolsas deben estar etiquetados o rotulados y cerrados.

√ El almacenamiento de insecticidas se debe hacer en un lugar delimitado y separado de cualquier área de manipulación o almacenamiento de alimentos y tener un control estricto para su distribución y uso. Deben etiquetarse o rotularse de tal manera que se informe sobre su toxicidad y empleo.

Algunas Recomendaciones generales para la inocuidad de los antojos típicos:

√ Los alimentos de origen vegetal se deben lavar con agua, jabón, estropajo o cepillo según el caso; se deben desinfectar con yodo, cloro, plata coloidal o cualquier otro desinfectante que tenga el registro de la Dependencia competente. De acuerdo al producto que se emplee, se deben cumplir estrictamente con las instrucciones señaladas por el fabricante.

√ Los alimentos deben ser recalentados a **74°C** como mínimo

√ En el caso de los alimentos que se preparen en grandes cantidades y que tengan que mantenerse durante la jornada de servicio del establecimiento, se puede registrar por escrito las temperaturas en que se conservan según sea el caso, para un mejor control interno.

√ Los utensilios y recipientes que se empleen para servir porciones de los alimentos señalados en el punto anterior, deben lavarse por lo menos cada 4 horas o cuando se vayan a emplear en diferentes alimentos y al final de cada jornada.

Recomendaciones para El manejo de los utensilios y enseres de cocina debe efectuarse de acuerdo a lo señalado a continuación:

- √ Las tablas y utensilios cortantes tales como: cuchillos, sacabocados y así como cucharas, palas, cucharones, etc; que se empleen para efectuar la manipulación de alimentos, deben ser diferentes para los crudos y para los cocidos.
- √ Todos los utensilios de cocina antes de ser empleados en la preparación de alimentos deben desincrustarse, lavarse y posteriormente desinfectarse con yodo o cloro o mediante inmersión de agua caliente a una temperatura de **75 a 82°C** por lo menos durante medio minuto, cada vez que se utilicen con alimentos diferentes. Además se deben almacenar en un área específica. El uso de los desinfectantes se debe hacer de acuerdo a las instrucciones del fabricante.
- √ Las tablas para picar y cortar deben reunir las características siguientes: los materiales deben ser de superficie lisa, deben tener alta dureza, ser fáciles de desincrustar, lavar y desinfectar tales como: polietileno de alta densidad, estireno y resinas olicarbonatadas, preferentemente al uso de madera.
- √ El equipo de cocción como son: estufas, planchas, freidores, marmitas y ollas, deben lavarse según el caso y mantenerse en buen estado. Las superficies de contacto con los alimentos de este equipo deben desinfectarse por lo menos cada 24 horas.
- √ Las partes de molino, peladora, procesadora, y similares que estén en contacto con los alimentos, deben lavarse o limpiarse según el caso después de cada uso. Lavarse, desincrustarse y desinfectarse después de cada jornada y mantenerse en buen estado.
- √ Las mesas de trabajo deben lavarse y desinfectarse después de utilizarse con alimentos diferentes. Los carros de servicio deben lavarse al final de la jornada y mantenerse limpios mientras se utilicen durante el servicio.
- √ Después de lavar y desinfectar el equipo y utensilios de las superficies de contacto con los alimentos no deben secarse con trapos o jergas sino dejarse secar al aire del ambiente.
- √ Se deben utilizar jergas y trapos exclusivos para la limpieza de mesas y superficies de trabajo. Estos se deben mantener limpios, lavarse y desinfectarse después de cada uso. Se deben utilizar diferentes trapos para el área de preparación de alimentos crudos y para el área de alimentos preparados.
- √ Deben distribuirse en el área de preparación de alimentos depósitos para basura con bolsa de plástico ya sea para desperdicios o material desechable, evitar la acumulación excesiva de basura eliminándola una vez que los depósitos estén llenos. Los depósitos para basura deben lavarse al final de la jornada.

Las instalaciones físicas deben sujetarse a lo señalado a continuación:

- √ Los pisos de las áreas de recibo, almacenamiento y preparación de alimentos deben ser de recubrimientos continuos, no porosos y se deben mantener limpios, secos y sin roturas o grietas y con declive hacia las coladeras.
- √ En el caso de que aún existan pisos con losetas, deben lavarse y cepillarse las juntas diariamente.

-
-
- √ Las coladeras, canaletas y trampas de grasa deben estar limpias, con rejillas, sin basura y estancamientos.
 - √ Las paredes deben ser de recubrimientos continuos, no porosos, sin grietas o roturas y se deben mantener limpias y secas.
 - √ En el caso de que aún subsistan paredes recubiertas con materiales no continuos, las juntas deben ser lavadas y cepilladas.
 - √ La parte superior de las paredes debe limpiarse cada 3 meses o por lo menos cada 6 meses; las partes inferiores de las paredes se deben lavar por lo menos una vez a la semana; se puede anotar en registros específicos las fechas de su cumplimiento para un mejor control interno.
 - √ Quienes cuenten con instalaciones de aire acondicionado, evitarán que las tuberías y techos provoquen goteos, particularmente en las áreas de preparación de alimentos.
 - √ El área donde se manipulen alimentos debe estar ventilada de tal manera que se evite el calor y la condensación de vapor excesiva.
 - √ En la parte superior de estufas y planchas destinados a la cocción de alimentos en el área de cocina, debe contarse preferentemente con campana de extracción o filtros y extractores que cubran las superficies de calentamiento, además debe lavarse, desinfectarse y mantenerse en buen funcionamiento.
 - √ El área destinada al escamoteo debe lavarse, desinfectarse y desincrustarse. Los residuos o sobrantes de alimentos servidos deben ser eliminados diariamente.

Los establecimientos deben contar con lo siguiente:

- √ Sistema de agua potable o pozo con sistema de filtración, cuya capacidad sea suficiente para cubrir la demanda que requiere el establecimiento
- √ El mantenimiento adecuado del equipo de potabilización con que se cuente es responsabilidad del establecimiento de acuerdo a las especificaciones emitidas por el fabricante.

Las instalaciones sanitarias deben reunir las siguientes disposiciones:

- √ Las instalaciones de plomería no deben presentar reflujos ni fugas y los desagües deben estar libres de basura y fauna nociva.
- √ Los sanitarios no se deben usar como bodegas y deben estar situados fuera del área de preparación de los alimentos. Deben lavarse y desinfectarse diariamente y contar con lo siguiente:
 - √ Agua corriente, lavabos, jabón, papel sanitario y toallas desechables.
 - √ Depósitos para basura con bolsa de plástico, tapadera accionada por pedal u oscilante; en los excusados y en el área de secado de manos.
 - √ Puertas de salida preferentemente sin picaporte
 - √ Si el número de usuarios no sobrepasa a 25, puede contar con un solo servicio para ambos sexos.
 - √ Si el número de usuarios es entre 25 y 50 debe haber un sanitario para hombres y otro para mujeres con sus respectivos lavabos.

√ En el área de preparación de alimentos debe contarse con una estación de lavado y desinfección de manos "equipada", es decir provista de jabón, desinfectantes, toallas desechables, cepillo para tallarse las uñas y depósitos para basura con tapadera oscilante o de pedal y bolsa de plástico.

El personal debe cumplir con lo siguiente:

√ El personal del área de preparación de alimentos debe utilizar bata, delantal, red, turbante y cofia o gorra de colores claros, que cubra completamente el cabello; sin manchas o suciedad visible y en buen estado.

√ Todo el personal debe lavarse las manos hasta la altura de los codos con agua y jabón antes de iniciar las labores y después de interrumpirlas siguiendo el procedimiento señalado a continuación:

- Frotar vigorosamente ambas superficies de las manos y brazos, durante 20 segundos como mínimo;
- Enjuagar muy bien con agua limpia, y
- Poner particular atención a las áreas por debajo de las uñas y entre los dedos utilizando cepillo para su lavado.
- Debe lavarse las manos con agua, jabón y desinfectante, secarse con toallas desechables o aire caliente, antes de : comenzar labores, manipular vajilla limpia y alimentos crudos, cocidos o desinfectados; después de: ausentarse del área de trabajo, manipular basura, sonarse la nariz o toser, rascarse, saludar de mano, ir al baño, manipular dinero o alimentos crudos y tocar las perillas o puertas de equipo sucio.

√ Se debe exigir el lavado de manos, en lugar del uso de guantes. En el caso de necesitar guantes, éstos deben ser desechables y descartarse cada vez que se interrumpan labores.

√ La presentación de todo el personal debe ser pulcra: bañado, afeitado, con el pelo corto y cubierto completamente, así como con ropa limpia.

√ Las uñas deben estar limpias, recortadas y sin esmalte.

√ No se permite el uso de joyería en manos, cuello y orejas.

√ No debe trabajar en el área de almacén o preparación de alimentos personal que padezca alguna enfermedad transmisible, heridas o abscesos; asimismo toda persona afectada por alguna enfermedad respiratoria, gastrointestinal o parasitosis, sólo puede reintegrarse al trabajo cuando se encuentre totalmente sana.

√ No se permite comer, fumar o beber en el área de preparación de alimentos; a excepción de cuando se proceda a probar el sazón de los alimentos preparados, utilizando para este fin, platos y cubiertos específicos.

Recomendaciones para el sistema de transporte para los alimentos preparados:

√ Los alimentos ya empacados deben transportarse en cajas cerradas y mantenerse a las temperaturas señaladas anteriormente **(-20°C/0°F)**

√ Se debe evitar que los alimentos preparados estén expuestos a temperatura ambiente por tiempos prolongados.

√ El área del vehículo que se emplee para transportarlos debe ser exclusiva para dicho fin, debe mantenerse limpia, lavarse y desinfectarse al final de cada jornada.

√ El vehículo debe estar libre de fauna nociva o mascotas.

Después de considerar e implementar las recomendaciones de BPM se puede adaptar sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), si el cliente así lo solicita.

c. *FDA (Food and Drug Administration /Administración de Alimentos y Fármacos).*

Esta forma parte del departamento de salud y servicios humanos, esta encargada de supervisar todos los alimentos nacionales he importados que se vendan mediante el comercio entre estados. Las buenas practicas de manufacturas BPM son regulaciones publicadas por la administración de alimentos y drogas FDA para promover los criterios de conformidad con el acta federal sobre alimentos, drogas y cosméticos (FD&C ACT), requiriendo que todos los alimentos de consumo humano estén libres de toda adulteración. Cada sector de la industria de alimentos debe proporcionar las condiciones necesarias para proteger los alimentos mientras este bajo su control. Tradicionalmente, esto a sido cumplido a través de la aplicación de las BPM el correcto desarrollo de las BPM en una industria que quiera penetrar en el mercado estadounidense incrementa aceleradamente su oportunidad.

d. *HACCP (HAZARD ANALYSIS AND CRITICAL CONTROL POINTS/ Análisis De Peligros Y Puntos Críticos De Control)*

Tendiente al combate de los posibles factores de riesgo relacionados con ingredientes, procesos y productos antes de que ocurra, y así poder garantizar la inocuidad de los productos alimenticios, una compañía (PICLLSBURY) introdujo y adopto el sistema de HACCP para garantizar la inocuidad de los alimentos, a la vez que reducía la inspección y ensayos del producto final. La PICLLSBURY presentó el sistema HACCP en 1971 en una conferencia de sobre inocuidad de alimentos en los EE UU y que, después, sirvió como base a la administración de alimentos y medicamentos (FDA) para desarrollar normas legales para la producción de alimentos. El sistema HACCP tiene el objetivo de identificar los peligros relacionados a la inocuidad para el consumidor, que puede ocurrir en una línea de producción, estableciendo procesos de control para garantizar un producto inocuo para el consumidor. Es de aclarar que actualmente EE.UU. no exige un sistema HACCP para alimentos étnicos, pero se recomienda tener algún conocimiento de ello por las exigencias futuras o la apertura de nuevos mercados internacionales.

REGISTROS SANITARIOS NECESARIOS.

Toda empresa o persona natural que desee exportar debe poseer un registro en la FDA que le permita a dicha institución controlar todos los productos que entran a Estados Unidos y que estos cumplan con las exigencias de inocuidad.

√ ***Pasos para registrarse***

Este registro permite a la FDA aplicar sus instrumentos de control en el ingreso de alimentos al país destino, dichos instrumentos les garantiza la seguridad alimentaría, éstos son:

-
- √ Inspección de establecimientos
 - √ Recogida y análisis de muestras
 - √ Control de las importaciones
 - √ Revisiones previas a la comercialización (p.ej., aditivos y colorantes)
 - √ Programas de notificación (p.ej., substancias en contacto con alimentos, fórmulas infantiles)
 - √ Normativas/acuerdos (p.ej., memorandos de conocimiento)
 - √ Estudios de consumidores, grupos objetivo
 - √ Investigación de laboratorio
 - √ Desarrollo/mejora de métodos para detectar patógenos y contaminantes químicos en los alimentos
 - √ Determinación de los efectos sanitarios de los contaminantes alimentarios
 - √ Determinación de los efectos del procesamiento sobre la composición de los alimentos
 - √ Determinación de los efectos sanitarios de factores dietéticos
 - √ Investigación de factores que contribuyen a la virulencia de contaminantes biológicos
 - √ Planta piloto para el procesamiento y envasado de alimentos y estudios de biotecnología
 - √ Actividades de cooperación/asistencia técnica
 - √ Recopilación y análisis de información
 - √ Concienciación de los interesados a través de la educación y reuniones públicas
 - √ Información y difusión de las actividades del centro
 - √ **Normas existentes para los Antojos Típicos Salvadoreños**

Actualmente no existe ninguna norma que rija legalmente la producción de antojos típicos, pero actualmente se trabaja específicamente en una base para la norma de Pupusas, que será evaluado y aprobado por CONACYT. Los aspectos que describen son los siguientes:

▪ **La norma**

Por ejemplo, indicaron, las pupusas deben estar cocidas a una temperatura superior a los 80 grados centígrados, para eliminar cualquier tipo de bacteria, hongo, parásito o microorganismo.

Luego, se empaqueta el producto y se almacena congelado a una temperatura de -18 grados centígrados. Con ambos pasos, los fabricantes aseguran a los consumidores que el alimento está debidamente pasteurizado y conserva la calidad del valor nutritivo de los ingredientes del mismo.

Previamente, el fabricante debe sanear los recipientes e instrumentos que utilizará, al igual que los ingredientes, que luego se pesan, procedimiento que sirve para determinar el grosor y tamaño de la pupusa.

Los exámenes microbiológicos son enviados al laboratorio de control de calidad de la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (Fusades).

▪ **La técnica**

La metodología HACCP es clave para que Estados Unidos acepte la norma salvadoreña para la exportación de pupusas.

Desde 1980, las autoridades de ese país recomiendan a los fabricantes de alimentos emplear la metodología HACCP

▪ **Normas y análisis**

El proceso de fabricación de pupusas de exportación debe regirse en métodos de calidad y de inocuidad que garanticen la salud a los consumidores, según los siguientes parámetros:

Preparación: los instrumentos y el área de trabajo deben ser estériles. Toda la cadena de producción debe someterse a la siguiente metodología:

- a) Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)
- b) Procesos estandarizados de limpieza
- c) Análisis y Control de Riesgos y Puntos Críticos (HACCP)

Cocción: temperatura superior a los 80 grados centígrados, para eliminar cualquier tipo de bacteria, hongo, parásito o micro organismo.

Empacado: el producto se almacena empacado y congelado a una temperatura de -18 grados centígrados.

Riesgos: las pupusas mal elaboradas pueden ocasionar enfermedades derivadas de diferentes bacterias, entre ellas, la salmonelosis y colibacilosis (carne de aves y reses, platos y agua contaminada); estafilococia (carnes frías, quesos frescos, cremas). También producen micotoxicosis, por la ingesta de alimentos contaminados con hongos. Estos se alojan, entre otros, en la harina de maíz y de arroz.

Principios del HACCP

EL sistema HACCP consta de siete principios, que describe como establecer, implementar y mantener un plan HACCP para la operación bajo estudio.

Principio 1. Realizar un análisis de peligros. Identificar los peligros relacionados con todas las etapas de producción, mediante la elaboración de un diagrama de flujo de todas las etapas del proceso. Evaluar la probabilidad de que surjan peligros e identificar las medidas preventivas para su control.

Principio 2. Identificar/determinar los puntos críticos de control. Determinar los puntos, procedimientos o pasos operacionales que puedan controlarse para eliminar los peligros o minimizar la probabilidad de que ocurran, o reducir los peligros a un nivel aceptable.

Principio 3. Establecer límites críticos (Niveles objetivos y tolerancias) que tienen que cumplirse para garantizar que los puntos críticos de control están controlados. Deben incluir un parámetro medible y

también pueden ser conocidos como la tolerancia absoluta o límite de seguridad de los puntos críticos de control.

Principio 4. Establecer un sistema de vigilancia del control de los puntos críticos de control mediante pruebas u observaciones programadas.

Principio 5 . Establecer las acciones correctivas que han de adoptarse cuando la vigilancia indica que un determinado punto crítico de control no está controlado. Se debe especificar los procedimientos para las acciones correctivas y las responsabilidades para su implementación.

Principio 6. Establecer procedimientos de comprobación, para confirmar que el sistema HACCP funciona eficazmente. Se debe desarrollar procedimientos de verificación para mantener el sistema HACCP y asegurar que sigue funcionando eficazmente.

Principio 6. Establecer un sistema de documentación sobre todos los procedimientos y registros apropiados para la aplicación de estos principios. Se debe mantener registros para demostrar que el sistema HACCP está funcionando bajo control. Y que se ha aplicado la acción correctiva apropiada ante cualquier desviación con respecto a los límites críticos.

El HACCP no es un sistema autónomo. Las buenas prácticas de higiene y otros requisitos previos para el procesamiento de alimentos, así como un firme compromiso de la dirección, también son necesarios. El HACCP no es un sustituto de estos. La formación es otro requisito esencial para un sistema HACCP satisfactorio, como un ayuda para desarrollar un programa de formación específico para apoyar un plan HACCP, deberían prepararse procedimientos e instrucciones de trabajo que definan las tareas del personal que opera cada punto de control crítico.

e. *Definición De Puntos Críticos Para El Control De Calidad Para La Elaboración De Antojos Típicos Salvadoreños*

PUPUSAS :

Selección de la materia prima: Para la selección del queso se debe considerar que su elaboración sea a base de leche pasteurizada, su olor y su textura deben ser característicos, con bordes limpios y enteros y debe rechazarse el queso con mohos o partículas extrañas. La harina se debe rechazar cuando presenten agujeros, rasgaduras o mordeduras en el empaque, que evidencien el contacto con insectos o roedores. La harina debe ser almacenada según las recomendaciones de cuartos o áreas secas. Y para el queso deben considerarse las recomendaciones de cámaras refrigerantes.

Amasado: la harina de maíz debe ser mezclada con agua potable (esterilizada) que garantice la inocuidad del producto. La manipulación debe de hacerse considerando, las recomendaciones generales que se hicieron anteriormente, tales como: lavado de manos, evitar el uso de alhajas (anillos, relojes, pulseras, etc), las uñas deben estar bien recortadas, no debe de existir rasgaduras de piel o heridas que entren en contacto con el producto, etc.

Boleado: el boleado si es de manera artesanal se debe tener en cuenta las recomendaciones generales mencionadas anteriormente, el peso reglamentario de cada bola debe de ser de 60 gr.

Amasado de queso: debe considerarse las recomendaciones generales anteriores. El peso reglamentario que deben considerar los productores de la red empresarial para una pupusa debe ser de 30 gr.

Rellenado: se debe considerar los pesos antes establecidos y las recomendaciones antes mencionadas.

Formado de pupusa: se debe estandarizar el tamaño considerando el grosor y el diámetro de cada pupusa, el primero es aproximadamente de 1 cm., y el segundo 10 cm. Φ respectivamente. Se debe considerar además durante esta operación, evitar el desbordamiento de queso en los bordes del producto.

Cocido: la cocción de la pupusa debe ser a una temperatura superior a los 80 °C, para eliminar cualquier tipo de bacteria, hongo, parásito o micro organismo. Se debe cocinar sobre una plancha de acero inoxidable, por un periodo de tiempo de 1.6 minutos aproximadamente por cada lado.

Pesado: el peso del producto debe ser de 90 gr. aproximadamente

Empacado: el producto terminado debe ser empacado de 6 y 10 unidades por bolsa plástica posteriormente debe ser sellada con una selladora manual de impulso, consecutivamente se deposita en cajas de cartón con forro plastificado, para sellarlas con una selladora de goma manual. Deben considerarse además las recomendaciones que se hacen en cuanto al empaque, para obtener un producto de buena calidad e inocuo al consumidor.

Almacenado: se almacena el producto empacado en cuartos fríos, con temperatura de -18°C. se debe considerar además las recomendaciones mencionadas para los cuartos o cámaras de congelamiento.

TAMALES Y RIGUAS

Se debe tomar en consideración que la masa de elote tierno utilizada para la elaboración de riguas y tamales no debe excederse en tiempo de reposo más de tres horas, ya que el producto podría deteriorarse y generar costos por productos defectuosos.

Selección de la materia prima: Los elotes utilizados para el proceso deben controlarse rechazando aquellos que presenten mohos, coloración extraña, magulladuras o mal olor. La margarina no debe estar derramada o rasgada. La leche debe ser pasteurizada o previamente hervida, rechazar la que tenga mal olor (olor agrio).

Lavado:

Los elotes son pasados por chorros de agua potable para quitar cualquier impureza, la manipulación debe hacerse con las manos bien desinfectadas o guantes si fuera posible.

Cortado:

Se debe cortar con hoja de acero inoxidable.

Deshojado y limpiado:

Se utilizan las hojas mas amplias y las mas limpias, es decir las internas.

Raspado:

Los granos del elote son cortados manualmente del hueso (raspado) con un cuchillo de acero inoxidable. Teniendo cuidado de que el material no entre en contacto con la ropa.

Molido e inspección:

Los granos del elote son molidos hasta obtener una masa semi sólida en un molino eléctrico. Periódicamente, se inspecciona esta operación para evitar que el molido sea desigual, es decir, se puedan pasar granos enteros. El molino debe ser lavado antes y después de cada operación.

Mezclado y conformación:

- Se mezclan los ingredientes descritos anteriormente en el manual de producción, la utilización de guantes es indispensable para el mezclado, debe utilizarse una cuchara de madera o acero inoxidable.
- Para la conformación del tamal debe hacerse de forma manual teniendo en cuenta las medidas especificadas en el manual de producción.
- Rigua: La mezcla obtenida, es colocada en hojas de guineo previamente lavadas, bajo las especificaciones siguientes:
- La conformación se realiza de forma manual a través de moldes de acero inoxidable, los cuales permitirán dar una forma elíptica a cada rigua con dimensiones (13 x 6 x 1) cm aproximadamente.

Cocido:

Tamales: Son colocados en marmitas previamente lavadas y su cocción es a través de agua hervida durante 2 horas aproximadamente a una temperatura de 100°C.

Riguas: Son colocadas sobre planchas de acero inoxidable sobre hojas de huerta y con la utilización de un molde se logra las medidas especificadas anteriormente. hasta que logra la solidificación de la masa.

Enfriado:

Se debe colocar el producto sobre mesas de acero inoxidable y dejarlo enfriar a temperatura ambiente.

Pesado:

El pesado debe hacerse en una bascula de pie teniendo cuidado en no contaminar el producto al contacto de superficies, para ello se recomienda depositarlo en cajas plásticas.

Almacenado:

Cuando los productos han alcanzado el enfriamiento, son colocados en cajas plásticas con tapaderas para evitar la contaminación del producto en el traslado a la planta de empaque.

NUEGADOS

Selección de la materia prima: se selecciona la yuca que se va a utilizar para la elaboración de los nuegados, rechazando aquella que presente defectos, podredumbre o mal olor.

Pelado: se procede a pelar la yuca con la ayuda de un cuchillo de acero inoxidable, desprendiéndole manualmente la cáscara, dejando únicamente la pulpa.

Cortado: se corta la yuca en trozos pequeños con un cuchillote acero inoxidable, para simplificar la siguiente operación.

Lavado: se realiza de forma manual, pero se debe hacer cuidadosamente utilizando abundante agua potable.

Molido: en un molino manual o eléctrico, que debe ser lavado antes y después de cada operación, se tritura la yuca para la obtención de la masa.

Formado: la manipulación debe ser manual, para ello debe lavarse y desinfectarse previamente las manos o utilizar guantes de látex. El peso debe ser 90 gr.

Cocido: se cocinan los nuegados aproximadamente a 100°C, en un recipiente de acero inoxidable que contenga aceite vegetal, los nuegados deben moverse constantemente para que no se adhieran al recipiente; dejar cocinar hasta que se tornen de un color café, aproximadamente 5 minutos.

Secado: se colocan los nuegados sobre una superficie cubierta con papel especial (Papel toalla o papel Tisú), para que estos suelten el aceite o manteca que presentan en este momento.

Pesado: para el pesado debe considerarse lo mismo que para los tamales de elote.

Almacenado: se almacena igual que los tamales de elote

MIEL DE NUEGADOS

Selección: debe controlarse que el dulce de panela no contenga rasgaduras y derrames por humedad.

Pelado: se retira manualmente el material que lo cubre, comúnmente llamado tusa.

Cocido: se cose el dulce de panela con agua potable hasta que obtiene una consistencia líquida, un tanto viscosa, el cocido se realiza en recipientes de acero inoxidable y este dura aproximadamente 15 minutos a una temperatura de 100⁰ C. Se mezcla constantemente con una cuchara de madera para evitar que se pegue en el fondo.

Enfriado: luego se deja reposar por unos instantes para que la miel se enfríe.

Almacenado: una vez que este menos caliente, se procede a drenarla en recipientes cilíndricos de plástico y se colocan junto a los recipientes que contienen los nuegados, para su posterior retiro.

Este sub-sistema de calidad permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos y facilita así mismo la inspección por parte de las autoridades reglamentarias y logra promover el comercio internacional al aumentar la confianza en la inocuidad de los alimentos. Es necesario formar un equipo o comité técnico de calidad, en el cual se deben nombrar los representantes, estos serán los responsables del funcionamiento y mantenimiento del sub-sistema de calidad. Es necesario también dentro de la organización un responsable de planear, coordinar y controlar las actividades de documentación del Sub-sistema de calidad.

Es necesario realizar un análisis de los requisitos del sub-sistema de calidad, por lo tanto es preciso que se evalúe al final de cada periodo, utilizando como instrumento los cuestionarios establecidos anteriormente, esto servirá para identificar de una manera sencilla y eficaz las áreas que tienen buen desempeño y cuales necesitan mejorar.

Para verificar y analizar los posibles riesgos en el flujo de proceso de producción, es necesario que el encargado de producción establezca el personal necesario para que analice cuidadosamente cada operación y determine todos los posibles riesgos que no permitirían que los productos fueran inocuos e higiénicos.

f. Otros Análisis De Calidad Requeridos Para Los Antojos Típicos Salvadoreños

Para la aceptación de antojos típicos salvadoreños, en el mercado internacional, es necesario que se evalúen ciertos parámetros de calidad del alimento, para ello se recomienda contratar los servicios de un laboratorio externo, que brinde éste servicio a un bajo costo. En el país actualmente FUSADES que es una entidad que contribuye al desarrollo económico social, ha adoptado un laboratorio que permite el análisis de ciertos parámetros exigidos por la Norma ISO/IEC 17025:99 que incluye muchos de los criterios dentro de las normas ISO 9000, de conocimiento más difundido, pero tiene la diferencia básica de enfocarse a las actividades de los laboratorios de ensayo y calibración, haciendo énfasis no sólo en los elementos del sistema de calidad de mejora continua, sino especialmente en la competencia técnica que debe regir en las operaciones de un laboratorio. Para que el producto sea aceptado en los Estados Unidos debe someterse a un análisis básico de etiqueta⁶⁶, para garantizar la calidad del producto, es de aclarar que el análisis solamente se hace una vez, y que su costo incluye el diseño de etiqueta, de acuerdo a las exigencias de la FDA. Los análisis que comprende son los siguientes:

- √ Grasa Total
- √ Sodio
- √ Ceniza
- √ Humedad
- √ Fibra dietética
- √ Proteínas
- √ Vitamina C
- √ Calcio
- √ Hierro
- √ Grasa saturada
- √ Colesterol
- √ Azucares
- √ Vitamina A
- √ Grasa Trans

⁶⁶ Ver Cotización en Anexo 18

4. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN

Es importante que las empresas utilicen la guía adecuada para planificar y desarrollar sus estrategias de mercado, ya que este es una de las áreas funcionales que en ningún momento puede descuidarse porque es la carta de presentación de la empresa por lo cual deben tenerse en cuenta hasta el mínimo detalle para ejecutar las mejores estrategias. Por ello, tanto el subsistema de comercialización y el de exportación serán una guía muy importante para el desempeño de las empresas involucradas.

Todo proyecto valioso requiere de un planteamiento en la comercialización de sus productos, para asegurar el éxito del mismo. Para ello se plantea un MANUAL DE COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN, donde se especifica los pasos a seguir en cada unidad.

El MANUAL DE COMERCIALIZACIÓN es un documento escrito que define los procedimientos y estrategias que se van a emplear para alcanzar los objetivos de ventas de la empresa.

El MANUAL DE EXPORTACIÓN es un documento que servirá de herramienta a los productores de antojos típicos, para conocer especificaciones y requisitos necesarios para la exportación.

4.1 Subsistema de Comercialización

Manual De Comercialización

Segmentación de Mercado

Como se determinó en el Capítulo 5 de la etapa de Diagnóstico, los productos estarán dirigidos a consumidores nacionales y estadounidenses, los primeros se segmentaron para familias no pobres y los segundos familias salvadoreñas radicadas en los Estados Unidos. Con el fin de obtener características homogéneas que permitan establecer las mejores estrategias de mercado. Por lo tanto se definió que el producto estará orientado a familias no pobres del territorio nacional, distribuyendo el producto en los principales supermercados, y para Estados Unidos se distribuirá por un intermediario y una agencia de exportación (Ver Capítulo V, Apartado C, Numeral 7.2, donde se describe la modalidad de distribución) a familias salvadoreñas radicadas en Los Ángeles, San Francisco CA y Nueva York para iniciar operaciones, ya que son los estados de mayor conglomeración de salvadoreños.

Estrategias De Mercado

La Estrategia es un curso de acción que consiste en las movidas y forma de acercamiento utilizados por la gerencia para obtener un resultado deseado (visión, misión, meta, objetivo o intención).

Las estrategias⁶⁷ de mercado pueden dividirse en:

Estrategias del Producto

Estrategias de Precio

Estrategias de Plaza

Estrategias de promoción

⁶⁷ Ver estrategias en el análisis de mercado en el capítulo V, Apartado B, Numeral 6 y Apartado C, Numeral 7.

Para lograr que el producto pueda entrar al mercado y se mantenga en él, es necesario contar con las estrategias mencionadas en el Capítulo V, de acuerdo a cada variable de comercialización.

Logística Y Distribución

La definición de Logística según el “Council of Logistics Management” es: “El proceso eficiente y efectivo de planear, implantar, controlar el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información desde un punto de origen, hasta su punto de consumo con el propósito de conformarse a las necesidades del cliente”.

Para que la Red Empresarial funcione perfectamente debe de considerarse, especial atención en la planificación de suministros y en el sistema de distribución, con el único objetivo de cumplir con los requerimientos de los consumidores lo mejor posible en busca de clientes satisfechos.

La logística es una de las herramientas más importantes en la elaboración de mejoras competitivas y sostenibles fundamentadas en la construcción de valor agregado para el cliente.

Logística, en concepto y ejecución, es lograr que el producto o servicio llegue al sitio preciso en tiempo real y en perfectas condiciones. Al igual, la logística bien implementada reduce errores que pudiesen ser fatales para la empresa. A través de duplicación de los esfuerzos, o sea, la duplicidad de funciones, obviamente mejorando considerablemente el “Servicio al Cliente”, y los costos operativos. En la red se pretende reducir estos errores a través de la recepción y entrega eficiente de suministros y producto terminado (Ver Proceso de planificación de la logística), respectivamente, lo que reducirá la duplicación de esfuerzos, evitando que el producto se deteriore. Otro aspecto muy importante, es que, el encargado de comercialización y logística lleve un registro de quejas o reclamos y sugerencias en general, con respecto al producto o distribución del mismo, con el fin de mejorar la atención al cliente. Algunos de los formatos a utilizar para controlar la compra y venta de materia prima y producto terminado, respectivamente se detallan en el Manual del “Sistema de Información”.

La Distribución es otro punto importante dentro de la logística, y se entiende como el movimiento de bienes y servicios para acercarlos en tiempo y lugar al consumidor. La distribución que utilizará la red, para el mercado Nacional y Estadounidense puede verificarse en el Capítulo V, Apartado B, numeral 6.2 y Apartado C, numeral 7.2, respectivamente, donde se detalla la modalidad de distribución que se propone. El objetivo de ésta distribución es dar un nivel alto de suministros, minimizando los costos que complican el movimiento físico y el almacenamiento de los materiales para la producción o los bienes en el punto donde son vendidos. La propuesta se hizo en base a los canales de distribución que actualmente utiliza la competencia y que generará menos costos para la red.

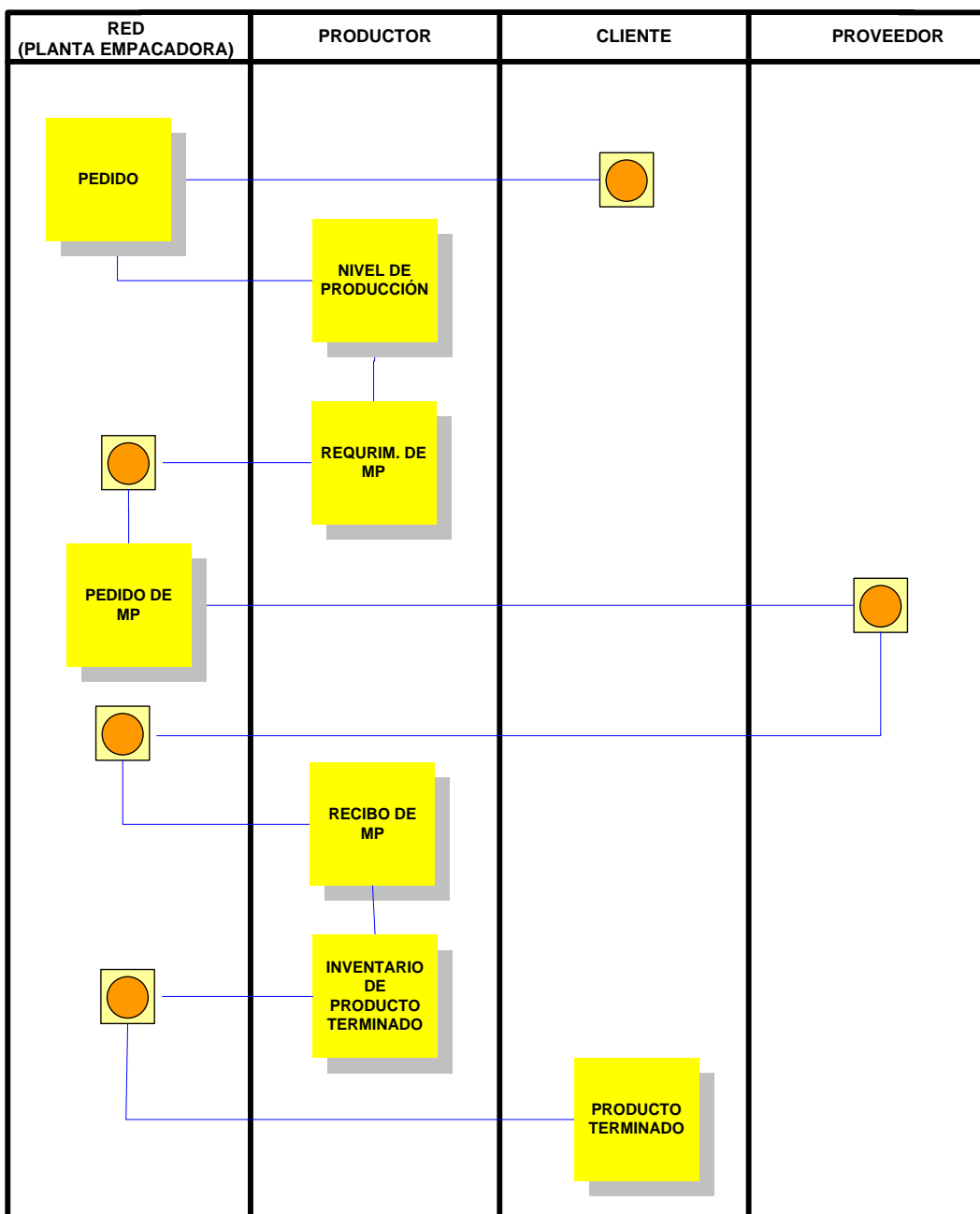
- Proceso de planificación de la logística y distribución de la Red Empresarial.

El flujo de operaciones de la Red empresarial, se dará desde contactar al proveedor de insumos y de Materia Prima, este es inspeccionado por el encargado de higiene y calidad, (Ver formato propuesto en la tabla 187 del Manual de higiene y calidad), se almacena y se mantiene dentro de un control de inventario en la planta empacadora. (Los Formatos utilizados para el control de inventarios de materia prima se muestran en las tablas 111,110 del “Sistema de información”, el primero será utilizado como control de compras que será cargado al inventario de materia prima, el segundo será utilizado para

llevar el control de las requisiciones realizadas por los productores, que será descargado del inventario, obedeciendo las políticas de inventario descritas en el manual de producción para la planta empacadora). Desde aquí se traslada cada material a cada una de las empresas productoras de antojos típicos afiliadas a la red, para que inicien su producción, estas los devuelven en productos terminados, contando con éstos en almacén, se procede a realizar el inventario para ingresarlo al sistema de información (Ver formato de la tabla 112, que será utilizado para control de descarga de inventario y el formato de la tabla 108 servirá al departamento de comercialización y logística para cargar el inventario de producto terminado), para que este producto sea despachado y trasladado al intermediario y este al consumidor final nacional. Para el caso de Estados Unidos, el producto se envía a la oficina de exportación para resolver los tramites aduanales, luego al distribuidor y posteriormente, éste decide si lo comercializa en tiendas o supermercados, para que llegue al consumidor final estadounidense. Esta cadena inicia con la puesta de orden de producción, esto lleva a contactar a los proveedores quienes proporcionan la materia prima y los insumos que se agregan al producto en su proceso de producción para su posterior distribución.

En la Red empresarial existirá un departamento de comercialización y logística que coordinará el manejo de materiales, materia prima y suministros; así como manejo de inventarios, transporte y despacho. Para realizar estas funciones utiliza la información de la recepción de pedidos para generar una orden de entrega y despacho. Es de aclarar que los pedidos que se soliciten a la Red empresarial, se distribuirán equitativamente dependiendo de la capacidad instalada de cada productor afiliado.

Figura 51 : Proceso de planificación de la logística y distribución de la Red Empresarial



- Fase y tiempo de suministros

Otro aspecto importante que se debe mencionar, es que, el producto terminado se va a distribuir *diariamente* a los principales supermercados del país de los principales departamentos para inicio de sus operaciones, para ello se recomienda lo siguiente, con la intención de reducir costos innecesarios y mantener existencia en los puntos de venta, para logra la satisfacción del cliente:

Mercado Nacional

La distribución a los supermercados de San Miguel será de un día a la semana, de igual manera para Santa Ana. Para la zona central el producto se distribuirá en 3 ½ días, considerando que la cantidad de supermercados a abastecer será mucho mayor, logrando de esta manera surtir y mantener en existencias el producto, adquiriendo la satisfacción del cliente.

Mercado Estadounidense

Con el objetivo anterior y evitar altos costos de congelamiento, basándose en la logística de otras empresas similares, los productos para el mercado estadounidense se pretende distribuirlo cada *tres días* por medio del distribuidor que la red seleccione para la comercialización del producto. Estos serán encargados de distribuirlos a los principales estados donde vive la mayor parte de salvadoreños.

4.2 Subsistema Para La Exportación

Manual De Exportación.

Una de las partes fundamentales del proyecto “**PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRESA, PARA LA INTEGRACION DE LOS PRODUCTORES DE ANTOJOS TIPICOS SALVADOREÑOS DE LA MICRO REGION LOS NONUALCOS, COMO COOPERACION PARA EL DESARROLLO ECONOMICO SOCIAL**”, es la comercialización de los productos tanto dentro del país, como fuera de el; es por este motivo que resulta de trascendental importancia desarrollar un manual de exportación, ya que para enviar los antojos típicos salvadoreños al extranjeros se necesitan muchos tramites, que los productores en su momento oportuno deberán de realizar.

El manual servirá como guía a los productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro región Los nonualcos para realizar los tramites respectivos al momento de exportar, se detalla dentro del manual los pasos a seguir para convertirse en exportadores.

Bases a seguir para Exportar.

Antes de todo, como primer paso para poder exportar los antojos típicos salvadoreños a los Estados Unidos, es acatar las recomendaciones que se especifican en el Manual de Calidad en la sección 3.3; luego de esto se procede con los trámites legales, los cuales se realizan en el CENTREX (Centro de Trámites de Exportación). Entre los primeros pasos que los productores de antojos típicos salvadoreños deben de realizar para exportar dichos productos, son los siguientes:

1. Inscribirse como exportador en el CENTREX, para lo cual se deben de revisar los requisitos para registrarse como exportador, y llenar la tarjeta de inscripción de exportador.
2. Verificar los requisitos específicos por: producto y país de destino, según el producto a exportar, estos requisitos se presentan mas adelante.
3. Solicitar la autorización de exportación, que se puede hacer mediante:

- a) Internet en el sitio Web www.centrex.gob.sv , para lo cual se debe de llenar la solicitud de afiliación (ver anexo 23) a SICEX (Sistema Integrado de Comercio Exterior) y se le asignara el usuario y password.
- b) En las oficinas del CENTREX anexando los respectivos documentos (ver anexos 21 y 22), los cuales están en función del tipo de exportación, producto a exportar y país de destino.

4. Para realizar su exportación CENTREX emitirá la Declaración de Mercancías, esta se utiliza para las exportaciones fuera del área Centroamericana. Los documentos autorizados por el CENTREX se envían electrónicamente a la Dirección General de la Renta de Aduanas, obteniendo en un solo tramite la autorización de ambas instituciones en un tiempo promedio a los dos minutos.

Tabla 189: Tiempo de duración de trámites

TIPO DE TRAMITE	EN CENTREX	VÍA INTERNET MEDIANTE SICEX
	Duración	Duración
Registro de Exportador	30 minutos	El tramite se hace en oficinas del CENTREX
Autorización de Declaración de Mercancías	30 minutos	Autorización en línea, sin tiempos de espera.
Autorización de Certificado Fitozoosanitario ⁺	La autorización de estos documentos se incluye dentro de los 30 minutos que dura el trámite de la Declaración de Mercancías.	Autorización en línea, sin tiempos de espera.
Autorización de Certificado de Origen del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP); Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI); CENTREX-BCR. ⁺		Autorización en línea, sin tiempos de espera.
Autorización de la Dirección General de la Renta de Aduanas (DGRA)-Teledespacho.		Autorización en línea, con tiempo promedio de espera de 2 minutos.
⁺ Se autorizan cuando la naturaleza del producto o el país de destino lo requieren.		

Tabla 190: Precio de los Trámites.

TIPO DE TRAMITE	PRECIO EN DOLARES
Registro de exportador	El exportador no paga por este tramite
Declaración de mercancías	\$4.00 + 13% IVA por cada producto
Certificados fitosanitarios	\$5.71 + 13% IVA por cada operación
Certificados zoosanitarios	\$28.57 + 13% IVA por cada operación
Certificados de origen (SGP, ALADI, CENTREX-BCR y de los tratados vigentes)	No tienen costo adicional para el exportador

Transmisión y registro en el Sistema de la Dirección General de la Renta de Aduana en El Salvador.	No tiene costo adicional para el exportador
Transmisión y registro en el Sistema de la Superintendencia de Administración Tributaria	No tiene costo adicional para el exportador
Control de cuotas de exportación.	No tiene costo adicional para el exportador

Ley de Reactivación de las Exportaciones⁶⁸

El potencial exportador que se inicia en la internacionalización de sus productos debe conocer en primera instancia el marco legal que ampara su giro de negocio; así como los incentivos fiscales existentes que le permiten apalancarse en los mercados externos competitivos; entre ellas en El Salvador, se encuentra vigente la **Ley de Reactivación de las Exportaciones y sus reglamentos**⁶⁹. Esta ley tiene por objeto, promover la exportación de bienes y servicios fuera del área Centroamericana, por medio de instrumentos adecuados. Gozan de los beneficios de esta Ley, las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras que exporten bienes y servicios fuera del área Centroamericana. Se excluyen las exportaciones de café, azúcar y algodón, a menos que el café y el azúcar hayan sido sometidos a un proceso de transformación que incorpore como mínimo el 30% del valor agregado, al que poseían originalmente.

Algunos beneficios que otorga la Ley:

- √ Devolución del 6% del valor FOB de las exportaciones fuera del área Centroamericana, cuyo valor haya sido ingresado la mercado cambiario.
- √ Los exportadores están afectos a una tasa del 0% del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- √ Exoneración de los impuestos por la importación de materias primas y bienes intermedios para aquellas operaciones de maquila parcial o temporal.

Los titulares de las empresas que exporten, comercialicen, maquilen parcial o temporalmente bienes o servicios, gozaran además de la exención del impuesto sobre el patrimonio en un porcentaje igual al valor exportado de conformidad a lo establecido por esta Ley.

Requisitos para el Registro y Revalidación de Productos Alimenticios que se Exportan.

Para el registro como exportador se deben de seguir los siguientes pasos:

1. Inscribirse como exportador en el CENTREX, los requisitos son los siguientes:

⁶⁸ Guía de Exportación de Productos Alimenticios a los Estados Unidos; Ministerio de Economía.

⁶⁹ Ver anexo 19

Tabla 191: Requisitos para el Registro y Revalidación de Productos Alimenticios que se Exportan

SI ES EMPRESA	SI ES PERSONA NATURAL
Original y fotocopia de:	
Numero de identificación tributaria (NIT), actualizado como importador ^{&}	Numero de identificación tributaria (NIT), actualizado como importador
Carne de contribuyente del IVA ^{&&}	Carne de contribuyente del IVA
Escritura de constitución de la empresa	Documento único de identidad (DUI), carne de residente o pasaporte del representante legal y de los funcionarios que autorizaran las exportaciones en nombre de la empresa
Punto de acta y/o poder vigente de la representación legal de la empresa (si de acuerdo a la escritura de constitución esta vencida u otros)	Autorización del Ministerio de Economía, si la empresa esta calificada como deposito para perfeccionamiento activo o acogida a la ley de reactivación de las exportaciones.
Para el caso de cooperativas, no aplica el numeral 3; sin embargo, debe presentar el acuerdo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), publicado en el diario oficial	
Documento único de identidad (DUI), carne de residente o pasaporte del representante legal y de los funcionarios que autorizaran las exportaciones en nombre de la empresa	
Autorización del Ministerio de Economía, si la empresa esta calificada como deposito para perfeccionamiento activo o acogida a la ley de reactivación de las exportaciones.	
<p>Nota:</p> <p>1. Los originales de los documentos serán devueltos inmediatamente después de haber sido confrontados con las respectivas fotocopias. Si alguno de los documentos no puede ser presentado en original, deberá presentarlo notariado.</p> <p>2. Las personas autorizadas en la solicitud de registro de exportador, son las únicas que podrán autorizar vía Internet las exportaciones y firmar las distintas operaciones de exportación, por esta razón, es importante notificar cuando dejan de laborar para la empresa o sean removidos de sus cargos.</p>	

[&]Debe solicitar previamente le NIT de importador en el Ministerio de Hacienda y registrarlo en la Dirección General de Renta de Aduanas, Delegación del Ministerio de Hacienda o San Bartola.

^{&&}Debidamente inscrita en el Centro Nacional de Registros.

2. Llenar la tarjeta de inscripción de exportador (ver anexo 20).
3. Verificar los requisitos específicos por: producto y país de destino.

√ Requisitos por producto (ver anexo 21).

Para los Estados Unidos, se necesita lo siguiente:

- Productos de origen animal: Certificado zoosanitario
- Productos de origen vegetal: Certificado fitosanitario

√ Requisitos país de destino (ver anexo 22).

Certificados de Origen por País

Los certificados de origen son documentos que sirven para avalar la procedencia de los productos fabricados en el país, además de confirmar que cumplen con los criterios de origen establecidos por los países a donde se va a exportar, con el objetivo de obtener una preferencia arancelaria.

Tabla 192: Certificado de origen por País

CERTIFICADO DE ORIGEN	PAIS DESTINO	COMO SE OBTIENE
Asociación Latinoamericana de Integración - ALADI	Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela (10 países)	En línea desde SICEX
FORMA "A" SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS - SGP	Australia, Austria, Canadá, Finlandia, Japón, Nueva Zelanda, Noruega, Suiza, Suecia, EUA, Unión Europea (Bélgica, Dinamarca, Francia, Republica Federal de Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Portugal, España, Reino Unido), Rep. Belarus, Bulgaria, Republica Checa, Hungría, Polonia, Eslovaquia, Federación Rusa. (29 países)	Debe completar forma "A" en inglés o francés y presentarlo en CENTREX para su autorización.
Iniciativa de la Cuenca del Caribe - ICC	EUA, Puerto Rico y las Islas Vírgenes. Para los productos que califican en la iniciativa para la Cuenca del Caribe (CBI).	Debe completar forma "A" en inglés o francés y presentarlo en CENTREX para su autorización.
Ley de Asociación Comercial (ampliación de la ICC) – (CBTPA)		En línea desde SICEX
TLC REPUBLICA DOMINICANA	Republica Dominicana	En línea desde SICEX
TLC MEXICO	México	En línea desde SICEX
TLC CHILE	Chile	En línea desde SICEX
TLC PANAMA	Panamá	En línea desde SICEX
BCR – CENTREX	Para países que lo exigen o aquellos productos a exportar que, esta excluidos del SGP, CBI y ALADI.	En línea desde SICEX

-
-
4. Llenar la solicitud de afiliación a SICEX y se le asigna al exportador un usuario y contraseña.
 5. Cada vez que se valla a exportar se debe de llenar una solicitud de exportación (ver anexo 23).

b. Requisitos para efectuar el trámite:

√ La persona natural o jurídica que solicite acceso al SICEX debe estar registrada como exportador en el CENTREX.

√ Los funcionarios a quienes se les solicite acceso al sistema, deben estar previamente autorizados por el exportador para tramitar documentos de exportación en el CENTREX.

√ Llenar la Hoja de Afiliación (ver anexo 24) al Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX) y presentarla al CENTREX debidamente firmada por el representante legal y con el sello cuando lo solicite una empresa, o por el interesado si es una persona natural.

6. Documentos de exportación que emite el CENTREX.

√ **Formulario Aduanero Único Centroamericano (FAUCA)** (ver anexo 25)

Es el único documento exigible para amparar las mercancías objeto de libre comercio en Centroamérica (Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y El Salvador); hace las veces de Certificado de Origen y de factura comercial, y trasciende fronteras. El nuevo FAUCA está vigente a partir del 1 de agosto de 1996, donde se incluyó la certificación de origen.

√ **Declaración de Mercancías (DM)** (ver anexo 26)

Es el documento único para amparar las importaciones y exportaciones de bienes no originarios de la región centroamericana, no trasciende fronteras.

√ **Certificados Fito y Zoosanitarios**

Se emiten para la exportación y reexportación de productos y subproductos de origen animal y vegetal, los cuales certifican que al momento de la exportación las plantas, animales, productos y subproductos, han sido inspeccionados de acuerdo con los procedimientos adecuados y que se consideran aptos para la exportación.

Estos documentos son requeridos por los países importadores para el ingreso de productos y subproductos de origen vegetal y animal, siendo los siguientes:

- Certificado Fitosanitario para la Exportación (ver anexo 27)
- Certificado Fitosanitario para la Reexportación (ver anexo 28)
- Certificado Zoosanitario para la Exportación (ver anexo 29)
- Certificado Zoosanitario para la Reexportación (ver anexo 30)
- Certificado Sanitario de la Comunidad Europea.

√ **Certificados de Origen** (ver anexo 31)

Son utilizados para comprobar documentalmente que una mercancía califica como originaria. Dicha certificación debe contener nombre, firma y sello del certificante y podrá ser avalado por la autoridad competente que cada parte designe según corresponda.

El exportador que certifique el origen de las mercancías, debe conservar durante un período mínimo de cinco (5) años, después de la certificación de las mismas, todos los registros contables y documentos que amparen estrictamente el origen de las mercancías.

Estos documentos son necesarios para gozar de trato preferencial o beneficiarse de un Tratado de Libre Comercio, en los países con los que El Salvador ha suscrito acuerdos, convenios o tratados.

√ **Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)**

- Certificados de Origen e Instructivos, según Tratados de Libre Comercio (ver anexo 31)
- TLC Estados Unidos
- Certificado de Origen de Asociación Latinoamericana Integración (ALADI)
- Certificado emitido por el CENTREX

REQUISITOS QUE EXIGE ESTADOS UNIDOS PARA IMPORTAR ALIMENTOS.

El valor de la mercancía exportada determina si la entrada de esta a Estados Unidos es formal o informal. Las entradas formales e informales, se diferencian en que para una entrada formal se requiere de una fianza y el proceso de liquidación de la mercancía es más largo. El director del puerto puede requerir una entrada formal para cualquier importación que estime necesario.

Usualmente, si el valor de la mercancía es igual o menor a US \$2,000, la entrada será informal. Las entradas informales cubren los embarques personales y comerciales para consumo y ventas. Algunos productos, sujetos a restricciones de cuota o visa, no aplican para entradas informales, como textiles y cierto tipo de calzado. Las entradas informales no requieren una fianza y la mercancía se liquida inmediatamente luego del pago de los impuestos de importación. En este caso, el inspector de aduana es el responsable de asignar el código HTS a la mercancía y de completar los formularios de aduana.

Las entradas formales se requieren para la mercancía con valor mayor a US \$2,000, incluso los embarques personales si sobrepasan este valor. Por lo general, las entradas formales aplican a los embarques comerciales y se apoyan por una fianza que asegura el pago de los impuestos por parte del importador y el cumplimiento de los requisitos de aduana. El haber presentado una fianza a aduana, permite al importador tomar posesión de la mercancía antes del pago de los aranceles, impuestos y tarifas que apliquen.

Los **documentos** (que deben estar en **inglés**) que se requieren para la entrada formal de bienes destinados directamente al comercio, sin restricciones de uso o tiempo, son:

- Conocimiento de embarque aéreo, marítimo o certificado de transportista.
- Factura comercial extendida por el vendedor, que contenga valor y descripción de la mercancía.
- Manifiesto de entrada (Formulario Aduanero 7533) o Entrega Inmediata (Formulario de Aduanas 3461)
- Lista de Empaque, si aplica, y otros documentos necesarios para determinar la admisibilidad de la mercancía.

Para una entrada formal de consumo, el importador es quien indica la clasificación arancelaria de la mercancía y quien debe pagar cualquier impuesto estimado y tarifas aduaneras.

En el caso de los productos alimenticios, la agencia encargada de que se cumplan todos los requisitos es la FDA. La FDA, para asegurarse de que se declaran todos los productos que son importados en los Estados Unidos, obliga al importador o a su representante a presentar una notificación de entrada del producto y a pagar una fianza para cubrir posibles gravámenes, impuestos y sanciones. En este proceso, la Aduana notifica a la FDA de la entrada de la mercancía y ésta toma la decisión de admitirla o retenerla.

Si la FDA considera que no es necesario analizar el producto, se permitirá su entrada en los Estados Unidos. Por el contrario, si la FDA decide examinarlo, un representante de la Agencia tomará una muestra de la carga y la analizará en los laboratorios de la FDA. Si el análisis muestra que el producto cumple los requisitos exigidos, la mercancía es despachada; pero si se descubre alguna infracción, el producto se rechaza inmediatamente.

Ante esta decisión el importador tiene derecho a presentar un recurso de apelación, bien probando que el producto verdaderamente cumple las exigencias de la ley o bien remitiendo una solicitud para restaurar el producto de manera que cumpla las normativas establecidas.

La sección 801 de la FDC Act establece que la FDA deberá rechazar la admisión de todo artículo que viole dicha ley. Cuando la FDA solicita una muestra del producto para analizarla, el propietario o consignatario debe retener el resto de la mercancía y no distribuirla hasta recibir notificación sobre el resultado de los análisis. Si el producto incumple la normativa, la FDA expide un "Aviso de Detención y Audiencia" (*Notice of Detention and Hearing*), que especifica el lugar y la fecha donde el propietario o consignatario de la mercancía podrá dar testimonio escrito o verbal en defensa de su producto.

En el momento de la audiencia, el propietario o consignatario podrá presentar una solicitud a la FDA para reetiquetar o habilitar el producto de acuerdo con la normativa vigente o presentar el producto como otro que no sea un alimento, aparato, medicamento o cosmético. Dicha solicitud deberá contener una propuesta detallada que especifique cuándo y dónde dichas operaciones tendrán lugar e indicar aproximadamente el tiempo que se tardará en reacondicionar o reetiquetar el producto para ser revisado de nuevo por la FDA. Si después de esa segunda inspección se rechaza nuevamente el producto, el importador tendrá que reexportarlo o destruirlo bajo la supervisión del servicio de aduanas o cualquier otra autoridad competente.

Si el producto rechazado no se reexporta o se destruye, el Servicio de Aduanas expedirá una notificación al importador instando a hacerlo, y en caso de que éste no responda, Aduanas saldará los daños y perjuicios con la fianza pagada por el importador en el momento del ingreso de la mercancía.

→ La normativa básica de la FDA para la importación de alimentos se basa en aspectos puntuales tales como:

- Información Nutricional del Producto por presentación
- Lenguaje de la información en idioma inglés, opcional idioma español, sugerido ambos.
- Lugar de origen
- Nombre y dirección del exportador
- Código de Barra
- Marca o distintivo del producto

c. *Características y Reglamentos Respecto al Empaque y Etiquetado de Productos para la Exportación.*

Cabe mencionar, que un factor principal de rechazos de productos exportables salvadoreños hacia los Estados Unidos se deriva del mal etiquetado de los productos agroalimenticios, para ello FUDADES realiza análisis a las etiquetas⁷⁰ para que estas cumplan con los requisitos mínimos que la FDA exige y que se muestran a continuación.

Existen tres organismos gubernamentales en los Estados Unidos responsables de hacer cumplir los requisitos legales en el etiquetado de productos alimenticios, estas agencias son:

- √ La Food and Drugs Administration (FDA): ejerce su autoridad sobre aquellos productos alimenticios que contienen menos de un 2% de carne.
- √ El Servicio de Inspección y Seguridad Alimenticia (FSIS), perteneciente al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA): ejerce su autoridad sobre aquellos productos incluidos dentro de las leyes federales de inspección de carnes y aves.
- √ Las etiquetas de bebidas alcohólicas que esta sujetas al TTB.

De esta manera, la FDA es la encargada de regular la entrada a los Estados Unidos de los productos que no presentan o que presentan un mínimo de carne; para el presente proyecto es la entidad que regulara la entrada de los antojos típicos al país del norte, por lo tanto a continuación se detallan las regulaciones que dicha entidad impone para la entrada de los antojos típicos a los Estados Unidos.

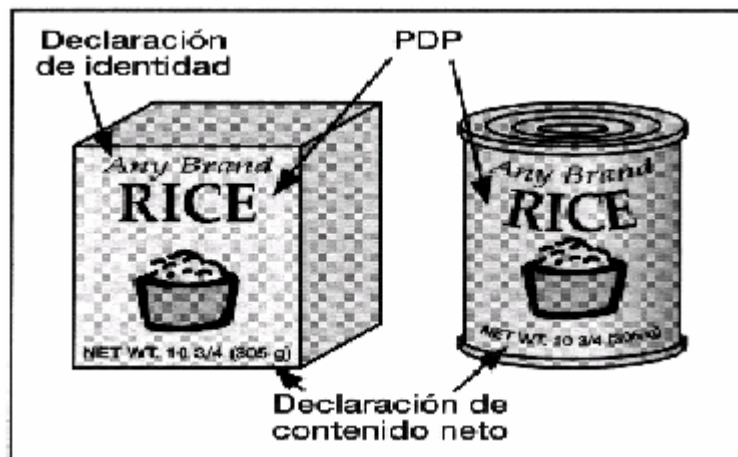
La FDA ejerce su autoridad sobre la mayoría de alimentos importados en los Estados Unidos. La FDA no realiza una aprobación de las etiquetas antes de que se impriman. Es responsabilidad del fabricante o importador de un alimento el cumplir con las leyes vigentes de etiquetado. Cualquier incumplimiento de esta obligación conlleva la retirada del producto afectado a partir de su entrada en territorio estadounidense.

1. Declaraciones de la etiqueta en los envases y paquetes.

Un envase de productos alimenticios cuenta normalmente al menos con dos áreas distintivas: una etiqueta de presentación principal (Principal Display Panel PDP) y una etiqueta informativa. El PDP es la parte que los consumidores ven en primer lugar cuando compran un producto. En la mayoría de los casos, el PDP es la parte frontal del envase. Aquí es donde la FDA requiere el nombre del producto y la declaración del contenido neto del producto.

⁷⁰ Ver anexo 18: cotización para el análisis de las etiquetas de los antojos típicos salvadoreños.

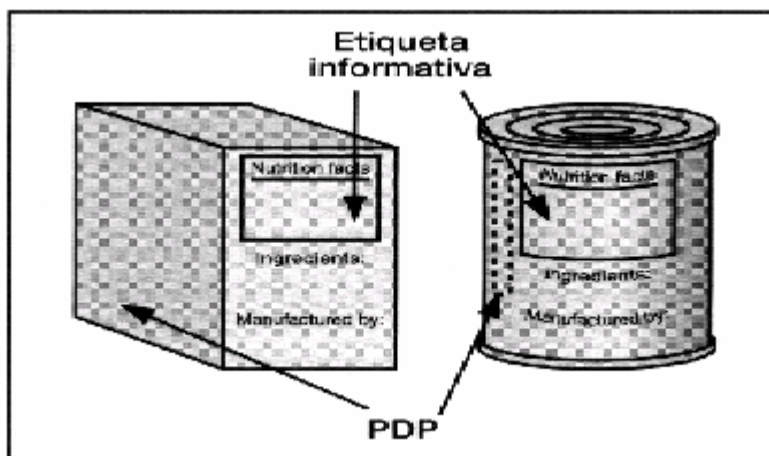
Figura 52: Ejemplo de declaraciones de la etiqueta en los envases y paquetes



La etiqueta informativa, por lo general, esta colocada inmediatamente a la derecha de la etiqueta de presentación. Esta reservada para:

- ✓ La información sobre nutrición.
- ✓ La declaración de ingredientes.
- ✓ El nombre y dirección del fabricante, la planta envasadora o el distribuidor.

Figura 53: Ejemplo de etiqueta



Los datos de la etiqueta informativa se deben imprimir con una tipografía y un tamaño prominentes, destacables y fáciles de leer. Las letras deben ser por lo menos de 1/16 de pulgada (1,6 mm) de altura y no deberán superar nunca el triple de su anchura. La tipografía más reducida puede utilizarse en envases muy pequeños. Las letras también deben contrastar suficientemente con el fondo de la etiqueta, para facilitar su lectura.

2. Consideraciones obligatorias en la etiqueta.

Las menciones obligatorias deben colocarse en la parte más visible de la etiqueta ("*principal display panel*") y deben figurar obligatoriamente en inglés (si ciertas menciones aparecen en español, entonces

toda la etiqueta debe ser bilingüe español-inglés). Los otros tipos de información pueden figurar sobre la parte de información del producto.

3. Declaración de identidad (nombre del producto).

El nombre del producto es el nombre común o usual del mismo y debe indicarse de forma manifiesta. Este nombre debe figurar en la parte principal de la etiqueta y generalmente, paralelamente a la base del envasado. A este nombre se le denomina “declaración de identidad”, este debe de estar redactada en inglés, aunque puede ir acompañada de otras versiones en idiomas extranjeros. La etiqueta también debe indicar la forma en que se vende el alimento: rebanado, entero, partido por la mitad, etc.

La declaración de la identidad del producto deberá, en general, colocarse en líneas paralelas a la base del paquete o envase con una tipografía grande o en negrita. El cuerpo de la letra utilizado para la declaración de identidad tiene que estar en relación directa con la mayor información impresa de la etiqueta frontal. Se suele exigir que el nombre tenga un tamaño no inferior a la mitad del cuerpo de la impresión más grande existente en la etiqueta.

4. Peso o contenido neto.

Es el peso neto, no escurrido, que se indica en la etiqueta. Net Content Declaration, literalmente, declaración del contenido neto, se refiere solo a la cantidad de alimento contenida en un envase o recipiente. No incluye el peso del recipiente, envolturas o material de embalaje.

El volumen del contenido neto debe aparecer en el tercio mas bajo de la etiqueta de presentación principal, generalmente en líneas paralelas a la base del recipiente y ser bien visible, llamativo y fácil de leer.

El tamaño de la tipografía mínima requerida esta en función del área de la etiqueta de presentación principal. El mínimo es de 1/16 de pulgada (1,6 mm.) para un PDP con un área de 5 pulgadas cuadradas (32cm²) o menos.

El contenido neto se indica en ambos sistemas de medidas: el métrico decimal (gramos, kilogramos, mililitros, litros, etc.) y el anglosajón (onzas, libras, onzas liquidas, etc.). La declaración métrica puede indicarse antes, después, encima o debajo la declaración anglosajona.

5. tamaño de los caracteres.

La superficie de la parte principal del envasado determina el tamaño mínimo de los caracteres. El tamaño de los caracteres no pueden en ningún caso ser menor de 1/16 pulgadas (1.6 mm.)

6. Información nutricional.

La información nutricional consiste básicamente en el número de calorías del producto alimentario, así como la cantidad de sodio, potasio, hidratos de carbono, proteínas, minerales y vitaminas.

A continuación se proporciona un ejemplo del formato de etiqueta sobre ingredientes que exige la FDA y una descripción detallada del contenido de esa etiqueta.

Figura 54: Ejemplo ilustrativo de Formato de etiqueta

Helvética Regular de cuerpo 8 y un punto de espacio

Franklin Gothic Heavy o Helvética Black, alineada a izquierda y derecha, no inferior a cuerpo 13

Barra de tres puntos

Barra de 7 puntos

Helvética Black de cuerpo 8

Helvética Black de cuerpo 8 a 4 puntos de espacio

Toda la información está introducida en una caja de barra de 1/2 punto y a tres puntos del texto

Barra centrada de separación de nutrientes de 1/4 punto (2 puntos de espacio por encima y 2 por debajo)

Barra de 1/4 de punto

Helvética Regular de cuerpo 8, 4 puntos de espacio

Todo lo que aparece por debajo de las vitaminas y minerales (notas a pie de página) es de cuerpo 6 y un punto de espacio

Helvética Regular cuerpo 8, 4 puntos de espacio y boliches de cuerpo 10

Nutrition Facts	
Serving Size 1 cup (228g)	
Servings Per Container 2	
Amount Per Serving	
Calories 260	Calories from Fat 120
%	
% Daily Value*	
Total Fat 13g	20%
Saturated Fat 5g	25%
Cholesterol 30mg	10%
Sodium 660mg	28%
Total Carbohydrate 31mg	10%
Dietary Fiber 0g	0%
Sugars 5g	
Protein 5g	
Vitamin A 4%	Vitamin C 2%
Calcium 15%	Iron 4%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:	
Calories:	2,000 2,500
Total Fat	Less than 65g 80g
Sat Fat	Less than 20g 25g
Cholesterol	Less than 300mg 300mg
Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate	300g 375g
Dietary Fiber	25g 30g
Calories per gram:	
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4	

a. Contenido dietético.

En este apartado se diferencian dos tipos de nutrientes, unos de inclusión obligatoria y otros de inclusión voluntaria.

b. Tamaño de la ración.

El tamaño de una ración (serving size) constituye la base sobre la que se calcula la cantidad de nutriente existente dentro del producto. Las raciones tienen que ser uniformes y reflejar las cantidades que las personas normalmente ingieren. Se deben expresar en medidas casera y en el sistema métrico decimal. La FDA reconoce las siguientes medidas caseras: taza, cuchara, cucharilla, trozo, rodaja o rebanada, porción, y recipientes como frascos o bandejas.

c. Valor diario.

El llamado Daily Value o "valor diario" lo forma la cantidad de nutrientes/día recomendada por los servicios de salud estadounidenses y, por tanto, constituye un punto de referencia sobre la información contenida en la etiqueta. La cantidad en gramos o miligramos de macronutrientes (tales como grasas, colesterol, sodio, hidratos de carbono y proteínas), debe indicarse a la derecha, inmediatamente después de los nombres de cada uno de los nutrientes, en una columna encabezada con la denominación % Daily Value.

d. Formato de la etiqueta sobre nutrición.

A continuación se presentan varios ejemplos de cómo debe de elaborarse las etiquetas de nutrición.

- Para paquetes pequeños en los que el formato normal no cabe, se puede utilizar una etiqueta dividida en dos piezas:

Figura 55: Ejemplo 1 de Formato de la etiqueta sobre nutrición.

Nutrition Facts		*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:	
Serving Size 1 cup (228g) Servings Per Container 2		Calories: 2,000 2,500	
Amount Per Serving		Total Fat	Less than 85g 80g
Calories 260 Calories from Fat 120		Sat Fat	Less than 20g 25g
		Cholesterol	Less than 300mg 300mg
		Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
		Total Carbohydrate	300g 375g
		Dietary Fiber	25g 30g
		Calories per gram: Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4	
% Daily Value*			
Total Fat 13g	20%		
Saturated Fat 5g	25%		
Cholesterol 30mg	10%		
Sodium 660mg	28%		
Total Carbohydrate 31mg	10%		
Dietary Fiber 0g	0%		
Sugars 5g			
Protein 5g			
Vitamin A 4%	• Vitamin C 2%		
Calcium 15%	• Iron 4%		

- Si el paquete no tiene suficiente espacio vertical para encuadrar el formato anterior (aproximadamente 7 cm.), se usara un formato horizontal alargado:

Figura 56: Ejemplo 2 de Formato de la etiqueta sobre nutrición.

Nutrition Facts	Amount Per Serving	% Daily Value*	Amount Per Serving	% Daily Value*	*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:
	Total Fat 1.5g	2%	Total Carbohydrate 26mg	9%	
Saturated Fat 0g	0%	Dietary Fiber 2g	8%	Total Fat	Less than 85g 80g
Serving Size 2 slices (86g)	Cholesterol 0mg	0%	Sugars 1g	Sat Fat	Less than 20g 25g
Servings Per Container 10	Sodium 260mg	12%	Protein 4g	Cholesterol	Less than 300mg 300mg
Calories 140	Vitamin A 0%	• Vitamin C 0%	• Calcium 6%	Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Calories from Fat 10	Thiamin 15%	• Riboflavin 8%	• Niacin 10%	Total Carbohydrate	300g 375g
				Dietary Fiber	25g 30g
				Calories per gram: Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4	

7. Declaración de ingredientes.

La lista completa de los ingredientes debe indicarse en orden decreciente de importancia en la parte principal de la etiqueta, o en su caso, en la parte de información. Debe utilizarse siempre el nombre común del ingrediente.

Este tipo de declaración se requiere para todos los alimentos envasados compuestos de dos o más ingredientes. Los alimentos constituidos por dos o más unidades concretas, como la torta de manzana, que por un lado tiene relleno de manzana y por el otro una pasta de hojaldre, ha de llevar una declaración separada de ingredientes para cada una de las unidades que constituyen el alimento. Los ingredientes deben indicarse por peso, en orden decreciente. Así, la lista estará encabezada por el ingrediente que posee el peso mas elevado dentro del producto. Por otro lado, se debe utilizar el nombre común o habitual del ingrediente.

Los requisitos sobre el cuerpo de la tipografía para el listado de ingredientes son los mismos que para la etiqueta de información genera.

8. Nombre y dirección del fabricante y/o distribuidor.

La etiqueta debe mencionar el nombre y la dirección completa del fabricante, envasador o distribuidor. Se entiende por dirección completa, la calle, el número, el municipio, el estado y el código postal.

9. País de origen.

El país de origen del producto debe indicarse obligatoriamente, incluso si no se encuentra en la parte principal de la etiqueta. Se recomienda que figure debajo del nombre del producto.

d. Código de Barras⁷¹.

Es un identificador único y estándar de los productos a nivel mundial, el cual esta regulado por GS1 (antes EAN/UCC International). En El Salvador su representante exclusivo es la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador a través de DIESCO EAN EL SALVADOR⁷² (próximamente GS1 El Salvador).

El código de barras esta constituido por dos partes principales: El Código, es la representación numérica que identifica la unidad de comercialización, unidad logística, etc.; El Símbolo, es la representación grafica del código que permite la captura rápida de la información a través de la lectura automática (las barras). Dichas simbologías solo pueden representar números.

En los Estados Unidos y Canadá se utiliza comúnmente el código de barras UPC-A, aunque, a partir del 2005 según las normas internacionales sobre estándares de código de barras dictadas por GS1, en dichos países se puede utilizar de igual manera el EAN-13, el cual es el más utilizado en El Salvador y el resto del mundo.

Existen algunos factores que hay que considerar al utilizar código de barras, tales como: tamaños y colores permitidos para la impresión de los códigos. En cuanto al tamaño del código de barras, la norma técnica recomienda ciertas medidas para la impresión que se deben de respetar, ya que un código impreso en un tamaño muy pequeño corre el riesgo de que no pueda ser leído por el escáner.

⁷¹ Guía de Exportación de Productos Alimenticios a los Estados Unidos; Ministerio de Economía.

⁷² DIESCO EAN EL SALVADOR –Cámara de Comercio e Industria de El Salvador

Teléfonos: 2231-3000 /2205-1000; e-mail: servicio.cliente@diescoean.com.sv o visitando el sitio Web: www.diescoean.com.sv

Respecto a la impresión del código de barras en colores, se debe de utilizar un fondo de preferencia claro y para las barras utilizar un color oscuro, lo ideal es hacerlo en fondo blanco y las barras en negro. Los escáner pueden leer cualquier tipo de simbología, siempre y cuando este habilitada en la programación del escáner. Cada variación en el producto que la empresa vende, ya sea por tamaño, cantidad o empaque tiene que tener un código de barras diferente.

Para la comercialización de los antojos típicos salvadoreños, se debe solicitar a DIESCO EAN EL SALVADOR la asignación de sus códigos de barras, ya que son los únicos autorizados para dicho servicio, quienes a su vez pueden asesorar a la empresa en la implementación, la identificación de sus productos y en la impresión de los códigos de barras. Cabe mencionar que por dicho servicio se paga una cuota anual, la cual varía dependiendo del tamaño de la empresa.

A continuación se presenta algunos ejemplos de código de barras y sus simbologías:

Figura 57: ejemplos de código de barras



CAPITULO VIII: EVALUACIONES

A. ESTUDIO ECONOMICO.

El estudio económico es donde se reflejan los elementos necesarios para evaluar la propuesta de la Red Empresarial y permitir una toma de decisiones consistente.

1. INVERSION.

Esta inversión esta relacionada con todos los recursos que se requieren en la fase inicial de la propuesta y que comprende toda la adquisición de activos fijos o tangibles y los intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la Red Empresarial. Se les puede denominar como el conjunto de bienes en la propuesta que no son motivo de transacción corriente por parte de la misma, se adquieren de una vez durante la etapa de implementación de la propuesta, siendo utilizadas la mayoría de veces a lo largo de su vida útil.

Inversión Fija.

1.1 Inversión Fija Tangible.

Esta inversión esta vinculada con los recursos que se requieren en la fase inicial. Estas inversiones pueden ser depreciables y no depreciables, entre ellas se tienen: compra de local, maquinaria y equipo, suministros, mobiliario y equipo, papelería y útiles.

COMPRA DE TERRENO.

Es necesario comprar un terreno donde se montara la planta empacadora.

Tabla 193: inversión requerida para la compra del terreno

ÁREA	COSTO DEL TERRENO
200mt ²	\$748.00

OBRAS CIVILES COMPLEMENTARIAS.

Para el buen funcionamiento de la Red, es necesario que se realice una redistribución dentro del local de cada uno de los productores; así como también, es necesario adecuar las instalaciones del lugar donde funcionara la planta empacadora⁷³, según datos proporcionados por la Ingeniera Emilia Posada Espinoza, los gastos ascienden a \$75,000.00

⁷³ Datos de obra civil y costos se pueden consultar en el sub-sistema de producción de la planta empacadora, específicamente en el detalle de obra civil.

MAQUINARIA Y EQUIPO.

Es necesario adquirir cierto tipo de maquinaria para distribuirla entre los productores de antojos típicos que conforman la Red Empresarial.

Tabla 194: inversión en maquinaria y equipo.

MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LOS PRODUCTORES DE ANTOJOS TIPICOS			
Maquina o accesorio	Cantidad	Costo US\$	Total US\$
Boleadora o divisora manual	78	50.00	3,900.00
Cocina con plancha de acero inoxidable	86	1,000.00	86,000.00
Bascula	106	7.00	742.00
Cajas plásticas	50	7.80	390.00
Molino eléctrico	22	130.00	2,860.00
Dosificadora	28	33.75	945.00
Moldes de acero inoxidable para riguas	30	3.00	90.00
Marmita	22	275.00	6,050.00
Molino manual	6	31.00	186.00
Olla de acero inoxidable	6	275.00	1,650.00
Total productores			102,813.00
MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA PLANTA EMPACADORA DE ANTOJOS TIPICOS			
Maquina o accesorio	Cantidad	Costo US\$	Total US\$
Bascula	1	35.00	35.00
Mesas de acero inoxidable	6	163.00	978.00
Selladora de bolsas	5	34.00	170.00
Engomadora de cajas	4	80.00	320.00
Dispensador de cinta de embalaje	4	10.00	40.00
Cuarto frío ⁷⁴	1	8,000.00	8,000.000
Planta eléctrica ⁷⁵	1	13,500.00	13,500.00
Carretillas manuales	6	70.00	420.00
Etiquetadora manual	4	28.00	112.00
Estante de acero inoxidable	2	110.00	220.00
Extintores	3	35.00	105.00

⁷⁴ Ver anexo 32

⁷⁵ Ver anexo 33

Retrete	4	52.00	208.00
Lavabo	2	20.00	40.00
Deposito para basura	1	40.00	40.00
Pick up	1	5,000	5,000.00
Pick up con cámara refrigerante	1	20,000	25,000.00
Total planta empacadora			54,188.00
TOTAL			\$157,000.00

MANTENIMIENTO, REPUESTOS Y ACCESORIOS.

Se considera un porcentaje del 5% ⁷⁶del total de la inversión en maquinaria y equipo, en lo que a repuestos y accesorios concierne, por tanto se establece un monto de \$7,850.05

SUMINISTROS.

Se refiere a elementos que se necesitan para conservar los antojos típicos como son las bolsas, cajas, etc., a continuación se muestra a detalle:

Tabla 195: Suministros para la planta empacadora.

PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO US\$	COSTO MENSUAL US\$	COSTO ANUAL US\$
Cajas de cartón para empacar pupusas	23,000	0.11	2,530.00	30,360.00
Cajas de cartón para empacar tamales de elote	8,500	0.11	935.00	11,220.00
Cajas de cartón para empacar riguas	10,500	0.11	1,155.00	13,860.00
Cajas de cartón para empacar nuegos	1,330	0.11	146.30	1,755.60
Bolsas de polipropileno para empacar	41,900	0.08	3,352.00	40,224.00
Guantes de hule	16,000	8 caja de 100	1,280.00	15,360.00
Gabachas	700	4	2,800.00	33,600.00
Gorros	2,800	12 caja de 100	336.00	4,032.00
Mascarillas	8,000	10 caja de 50	1,600.00	19,200.00
Trapeadores	2 semestral	1	0.17	2.00

⁷⁶ FUENTE: MANUAL PARA FORMULACION, EVALUACION Y EJECUCION DE PROYECTOS, Balbino Cañas.

Escobas	2 semestral	1	0.17	2.00
Desinfectante para el piso	4	1.50	6.00	72.00
Basureros	10	3	30.00	30.00
TOTAL				169,717.60

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA.

A continuación se presenta la inversión necesaria en cuanto a mobiliario y equipo de oficina para la Red Empresarial.

Tabla 196: Inversiones de mobiliario y equipo de oficina.

MOBILIARIO Y EQUIPO	CANTIDAD	COSTO US\$	TOTAL US\$
Escritorio	5	85.00	425.00
Silla	5	25.00	125.00
Sillas de espera	18	15.00	270.00
Mueble para computadora	1	30.00	30.00
Computadora (Pentium 4 de 2.4 Ghz., 256MB memoria RAM, 80GB disco duro, tarjeta de audio, tarjeta de red, monitor de 15', teclado, Mouse, impresora cannon IP1000, bocinas, Windows XP profesional)	1	600.00	600.00
Mesa para maquina de escribir	1	30.00	30.00
Maquina de escribir	1	20.00	20.00
Archivero	4	60.00	240.00
Mesa para reuniones	1	75.00	75.00
Teléfono	5	15.00	75.00
Papelería ⁷⁷			60.00 mensual
TOTAL			1,950.00

⁷⁷ Incluye todo lo referente a papelería como es: tintas, fólderes, clicks, papel bond, engrapador, saca bocados, etc.

1.2 Inversión Fija Intangible.

Son todos los bienes que necesita la Red para asegurar su buen funcionamiento sin ser bienes materiales y que no están sujetos a depreciación u obsolescencia. A continuación se describe cada uno de ellos:

Gastos de Organización Legal.

Incluye los trámites para legalizar la empresa, registros de marca, gastos legales, notariales y de impuestos, honorarios de abogados, trámites de solvencias de inscripción en alcaldía, matrícula de comercio, pago de personal tramitador. Todo esto constituye un monto total aproximado de \$700.00

Investigaciones y Estudios Previos.

Estos son los costos asociados a la elaboración de la propuesta, que han aportado información necesaria para conformar una base para el diseño de la misma.

Tabla 197: Investigaciones y estudios previos.

CONCEPTO	TOTAL US\$
Consultoría	3,000.00
Viáticos	200.00
papelería y útiles	90.00
Impresiones	100.00
Teléfono	65.00
Internet	45.00
Electricidad	40.00
Agua	20.00
Copias	35.00
Sub-total	3,595.00
Imprevistos (5%)	179.75
Total	3,774.75

Capacitación de Personal.

Se necesita capacitación en todas las áreas de la Red, lo cual se detalla en el plan de capacitación y a continuación se presentan los costos en que incurrirá la Red en materia de adiestramiento para el personal, la capacitación se realizara para toda la Red, en esto se incluyen a todos los productores, ya que el Gobierno es participe de algunas de ellas, este brinda ventajas en cuanto a los costos, por tal razón son accesibles a los integrantes de la Red Empresarial de Los Nonualcos.

Tabla 198: inversión en capacitación.

CONCEPTO	DIRIGIDO A:	DURACIÓN	COSTO US\$
Higiene e inocuidad de los alimentos	Encargado de producción y calidad, y productores de antojos típicos	2 semanas	Gratis
Fundamentos administrativos	Productores de Antojos típicos	1 mes	\$1000.00*
Control de Calidad	Encargado de producción y calidad	3 Días	\$200.00
Cultura Organizacional	Todos Los integrantes de la Red	3 Días	Gratis
Asistencia técnica para conformación de grupos	Integrantes de la Red	9 meses	\$1,125.00**
Ejecución del proyecto	Integrantes de la Red	12	\$4,00.00***
TOTAL A APORTAR POR PARTE DE LA RED			\$1,625.00

* Los empresarios solamente cancelarán el 20% del Costo

** \$ 225.00 aportado por los empresarios y \$ 900.00 por el GOES

*** \$1,000.00 aportado por Los empresarios y \$ 3000.00 por el GOES

2. CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo esta constituido por el conjunto de recursos necesarios en forma circulante para solventar las necesidades a corto plazo y asegurar un buen funcionamiento y el inicio de operaciones hasta que se puedan solventar los gastos con los ingresos ya percibidos de la Red. El capital de trabajo para la propuesta se determina para un tiempo de tres meses y estará constituido por los siguientes rubros:

INVENTARIO DE PRODUCTOS PARA LA VENTA.

En la etapa de diseño de la propuesta se determino que los productores de antojos típicos que estén asociados a la Red Empresarial, no venderán sus productos a la planta empacadora, ya que pertenecerán a una misma empresa, se llevara un control de las cantidades de antojos típicos que perciba la planta empacadora de cada uno de los productores, tomando en cuenta el costo de producción, luego se creara un registro donde se detalle el aporte que hizo cada productor en materia de antojos típicos y al final de cada mes se le pagara por el aporte mas un porcentaje de la utilidad obtenida, lo cual se calculara mas adelante. El cálculo se realiza multiplicando la cantidad que se

almacena, la cual es el equivalente a tres días de producción, por el costo de producción de los antojos típicos, a continuación se presenta el cuadro donde se determina el costo de los antojos típicos:

Tabla 199: Inventario de productos para la venta.

PRODUCTO	CANTIDAD KG.	COSTO US\$/KG.	INVENTARIO INICIAL US\$
Pupusas	2,038.30	1.82	3,709.71
Tamales de elote	789.75	0.78	616.01
Nuegados	108.00	2.32	250.56
Riguas	907.20	0.75	680.40
TOTAL			5,266.68

EFFECTIVO.

Se divide en este caso en dos rubros: caja chica y pago de salarios que a continuación se detalla cada uno de ellos:

Caja chica.

Este es el dinero con el cual se debe contar en efectivo o en documentos para realizar operaciones cotidianas, siendo de estas las más importantes: realizar negocios de forma rápida, la precaución para contrarrestar posibles contingencias y aprovechar ofertas de ocasión. Por ello se destinaron \$500.00 para el inicio de las operaciones.

Pago de salarios.

Este rubro se refiere al pago de los salarios del personal que labora en la planta empacadora.

Tabla 200: Pago de salarios.

CARGO	NO DE EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL US\$ ⁷⁸	SUELDO ANUAL US\$
Gerente General	1	600.00	1,800.00
Secretaria	1	160.00	480.00
Jefe de Administración y Finanzas	1	400.00	1,200.00
Contador	1	300.00	900.00
Jefe de Producción	1	400.00	1,200.00
Jefe de Comercialización y Exportación.	1	400.00	1,200.00
Encargado de Higiene y Calidad	1	300.00	900.00
Operario	14	2,450.00	7,350.00
Personal de aseo	2	280.00	840.00
Motorista y auxiliar	4	600.00	1,800.00
TOTAL			17,670.00

⁷⁸ Dentro del sueldo mensual ya están incluidas las aportaciones a ISSS y AFP.

IMPLANTACION.

Se consideran los costos de la implantación del proyecto que durará alrededor de 13 meses. Para tener una visión más amplia, ver detalle en la sección de la implantación. El costo asciende a \$21,146.72

IMPREVISTOS.

Como en todo proyecto sujeto a las condiciones del ambiente en que se desarrolla, surgen inconvenientes durante la realización, lo cual justifica incluir una cuantía económica adicional en porcentaje de la inversión fija. Por el tamaño de la propuesta la duración se puede considerar de bajo riesgo y para ese propósito se le asigna un 2%⁷⁹ del valor de la inversión fija considerada.

2.1 Resumen De Inversiones.

Luego de estimar las inversiones para el establecimiento y el funcionamiento de la propuesta, se presenta el importe total de la inversión necesaria para la propuesta:

Tabla 201: Cuadro resumen de inversión de la propuesta.

CONCEPTO	TOTAL US\$
INVERSION FIJA	426,732.71
Compra de terreno	748.00
Obras civiles complementarias	75,000.00
Maquinaria y equipo	157,000.00
Repuestos y accesorios	7,850.05
Suministros	169,717.60
Mobiliario y equipo de oficina	1,950.00
Gastos de organización legal	700.00
Investigaciones y estudios previos	3,774.75
Capacitación de personal	1,625.00
2% de imprevistos a inversión fija	8,367.31
CAPITAL DE TRABAJO	23,436.68
Inventario de productos para la venta	5,266.68
Efectivo	
▪ Caja chica	500.00
▪ Pago de salarios	17,670.00
IMPLANTACIÓN	21,146.72
Pago salario Gerente del proyecto	9,240.00
Pago salario Gerente técnico	4,800.00
Pago salario Gerente administrativo	4,800.00
Promoción del proyecto	991.12
Puesta en marcha	1,315.60
INVERSION FIJA + CAPITAL DE TRABAJO + IMPLANTACION	471,316.11
TOTAL	471,316.11

⁷⁹ FUENTE: MANUAL PARA FORMULACION, EVALUACION Y EJECUCION DE PROYECTOS, Balbino Cañas.

3. COSTOS DE LA PROPUESTA.

Son necesarios para saber cuanto le cuesta a la Red gestionar el producto y poder determinar el precio de venta. Esta información se debe clasificar y ordenar de tal manera que permita ver los rubros y calcular así el monto total. A continuación se presenta el desarrollo para determinar el costo unitario por kg. de cada uno de los antojos típicos que la Red distribuirá.

3.1 Costo del producto.

El costo del producto es el costo en que incurrirá la Red como ente, para obtener los productos, empacarlos y de esta forma poder comercializarlos.

Tabla 202: Costos de fabricación⁸⁰.

			COSTO ANUAL US\$
Pupusas	Total kg.	163,064.57	296,777.52
	Costo US\$	1.82	
Tamales	Total kg.	63,180.00	49,280.00
	Costo US\$	0.78	
Nuegados	Total kg.	8,640.00	20,044.80
	Costo US\$	2.32	
Riguas	Total kg.	72,576.00	54,432.00
	Costo US\$	0.75	
TOTAL			420,534.32

Tabla 203: Salarios de personal de producción de la planta empacadora.

CARGO	NO DE EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL US\$⁸¹	SUELDO ANUAL US\$
Mano de obra indirecta.			
Jefe de Producción	1	400.00	4,800.00
Encargado de Higiene y Calidad	1	300.00	3,600.00
Mano de obra directa.			
Operario	6	175.00	12,600.00
TOTAL			21,000.00

Tabla 204: Suministros de empaque.

PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO US\$	COSTO MENSUAL US\$	COSTO ANUAL US\$
Cajas de cartón para empacar pupusas	23,000	0.11	2,530.00	30,360.00

⁸⁰ Ver anexo 34

⁸¹ Dentro del sueldo mensual ya están incluidas las aportaciones a ISSS y AFP.

Cajas de cartón para empacar tamales de elote	8,500	0.11	935.00	11,220.00
Cajas de cartón para empacar riguas	10,500	0.11	1,155.00	13,860.00
Cajas de cartón para empacar nuegos	1,330	0.11	146.30	1,755.60
Bolsas para empacar	41,900	0.08	3,352.00	40,224.00
			TOTAL	97,419.60

Tabla 205: Gasto de energía eléctrica.

CONCEPTO	COSTO MENSUAL US\$	COSTO ANUAL US\$
energía eléctrica	600.00	7,200.00

Resumen de los gastos de producción.

Tabla 206: Gastos de producción.

CONCEPTO	GASTO ANUAL US\$
Costos de fabricación	420,534.32
Salarios	21,000.00
Suministros de empaque	97,419.60
Gastos de energía eléctrica	7,200.00
TOTAL	546,153.92

3.2 Costo de comercialización.

Los costos de comercialización para los antojos típicos salvadoreños se distribuyen en los siguientes rubros:

Salarios.

La planilla para el área de comercialización y exportación de la Red Empresarial es la siguiente:

Tabla 207: Salarios de personal encargado de la comercialización.

CARGO	NO DE EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL US\$ ⁸²	SUELDO ANUAL US\$
Jefe de Comercialización y Exportación.	1	400.00	4,800.00
Motorista y auxiliar	4	600.00	7,200.00
TOTAL			12,000.00

⁸² Dentro del sueldo mensual ya están incluidas las aportaciones a ISSS y AFP.

Combustible.

El gasto de combustible en que se incurrirá al momento de distribuir los antojos típicos hacia los diferentes establecimientos de venta.

Tabla 208: Gasto de combustible.

CONCEPTO	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO US\$	COSTO TOTAL US\$
Diesel	400 galones	2.75	1,100.00
COSTO ANUAL US\$			13,200.00

Gastos de exportación.

Los gastos en concepto de exportación se detallan a continuación:

Tabla 209: Gastos de exportación.

CONCEPTO	GASTO MENSUAL US\$	GASTO ANUAL US\$
Gastos de exportación	9,000.00 ⁸³	108,000.00
Análisis de etiqueta	3,134.12	3,134.12
5% de imprevistos		5,556.71
TOTAL		116,690.83

Resumen de los gastos de comercialización.

Tabla 210: Gastos de comercialización.

CONCEPTO	GASTO ANUAL US\$
Salarios	12,000.00
Combustible	13,200.00
Gastos de exportación	116,690.83
TOTAL	141,890.83

3.3 Costos administrativos

Son los gastos en que se incurre para el área administrativa de la Red, se detallan a continuación:

Tabla 211: Costos administrativos.

CONCEPTO	GASTO ANUAL US\$
Salarios	12,720.00
Suministros de oficina	1,400.00

⁸³ FUENTE: TNT, Cargo Express

Energía eléctrica	250.00
Teléfono	275.00
Agua	192.00
TOTAL	14,837.00

4. COSTO UNITARIO.

Los costos unitarios del proceso se determinan dividiendo todos los costos incurridos en el proceso entre el volumen de producción, para obtener los costos por producto se determina el porcentaje a producir por producto y luego el costo se multiplica por ese porcentaje; por ejemplo, para las pupusas se divide \$163,064.57 que es el volumen de producción para el primer año, entre 307,460.57 que es el volumen total a producir; partiendo de esta operación se obtiene que la producción de pupusas representa un 53% del total, luego este porcentaje se multiplica por \$546,153.92 que es el costo de producción y se obtiene el monto de \$289,461.58 que representa el costo de elaborar las pupusas; de esta manera se realizan todos los cálculos que se presentan en la tabla 212.

Tabla 212: Determinación del costo unitario.

CONCEPTO	PUPUSAS	TAMALES	NUEGADOS	RIGUAS
Costo del producto	289,461.58	114,692.32	14,918.51	125,615.40
Costo de comercialización	75,202.14	29,797.07	4,256.72	32,634.89
Costo administrativo	7,863.61	3,115.77	415.44	3,442.18
Sub-total	372,527.33	147,605.16	19,590.67	161,692.47
Volumen de producción	163,064.57kg.	63,180.00kg.	8,640.00kg.	72,576.00kg.
Costo unitario	\$2.28	\$2.33	\$2.26	\$2.23

El costo unitario que se presenta es por cada kilogramo de cualquier antojo típico en estudio, para el caso de las presentaciones de 6 y 10 unidades, partiendo del peso se presenta a continuación el costo por presentación.

Tabla 213: Costo unitario por presentación.

PRODUCTO	COSTO US\$	
	6 unidades	10 unidades
Pupusas	1.24	2.07
Tamales	1.27	2.12
Nuegados	1.23	2.05
Riguas	1.21	2.03

5. DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA.

Factores determinantes.

Para determinar el precio de venta de los antojos típicos salvadoreños, es necesario considerar cuatro factores, los cuales se describen a continuación:

Mercado Consumidor.

En el estudio de mercado se establecieron precios de venta preliminares para los antojos típicos, tanto a nivel nacional como internacional, esta información servirá como parámetro para verificar si el precio de venta es adecuado.

Mercado Competidor.

Este factor puede definir el precio de venta de los productos si existe una alta competencia, en el caso de los antojos típicos, la competencia se concentra en las pupusas y los tamales de elote, ya que son los que se comercializan de esta manera; en lo que concierne a los nuegados y las riguas no hay competencia directa, por tanto se puede jugar con el precio.

Política Utilitaria de la Red Empresarial.

Se refiere al margen de utilidad que la Red debe fijar en cuanto al precio de venta, ya que se pretende ser competitivos y no caer en pérdidas.

Costo Unitario.

La base del costo unitario para establecer el precio de venta es la forma más precisa, ya que se tiene una visión completa de los costos que involucra todas las actividades concentradas en este aspecto.

En base a las consideraciones anteriores, se establece el precio de venta de la siguiente forma:

Tabla 214: Determinación del precio de venta para mercado nacional.

CONCEPTO	PUPUSAS		TAMALES		NUEGADOS		RIGUAS	
	6 u.	10 u.	6 u.	10 u.	6 u.	10 u.	6 u.	10 u.
Precios de estudio de mercado	\$2.28		\$2.28		\$1.03		\$1.51	
1.Costo unitario	\$1.24	\$2.07	\$1.27	\$2.12	\$1.23	\$2.05	\$1.21	\$2.03
2. Margen de utilidad (50%)	\$0.62	\$1.03	\$0.63	\$1.06	\$0.61	\$1.02	\$0.60	\$1.02
Precio de venta = 1 x 2	\$1.86	\$3.10	\$1.90	\$3.18	\$1.84	\$3.07	\$1.81	\$3.05

Tabla 215: Determinación del precio de venta para mercado internacional.

CONCEPTO	PUPUSAS		TAMALES		NUEGADOS		RIGUAS	
	6 u.	10 u.	6 u.	10 u.	6 u.	10 u.	6 u.	10 u.
Precios de estudio de mercado	\$6.90	\$10.89	\$6.21	\$9.81	\$5.70	\$9.00	\$7.12	\$11.25
1.Costo unitario	\$1.24	\$2.07	\$1.27	\$2.12	\$1.23	\$2.05	\$1.21	\$2.03
2. Margen de utilidad (100%)	\$1.24	\$2.07	\$1.27	\$2.12	\$1.23	\$2.05	\$1.21	\$2.03
Precio de venta = 1 x 2	\$2.48	\$4.14	\$2.54	\$4.24	\$2.46	\$4.10	\$2.42	\$4.06

6. ESTIMACION DE INGRESOS Y EGRESOS.

6.1 Estimación De Ingresos Por Ventas.

La estimación de las ventas futuras esta relacionada con el volumen de producción proyectado que se detalla en las tablas 44 y 45 y tomando en cuenta los precios de venta para cada uno de los mercados. Se realizan los cálculos para los siguientes cinco años.

Tabla 216: estimación de ingresos por ventas futuras en el mercado nacional.

Productos	Años					
	0	1	2	3	4	5
Pupusas	\$233,450.29	\$245,122.82	\$257,378.94	\$270,247.89	\$283,760.31	\$297,948.31
Tamales	\$2,211.30	\$2,321.87	\$2,437.96	\$2,559.87	\$2,687.86	\$2,822.23
Nuegados	\$72,938.88	\$76,585.82	\$80,415.11	\$84,435.88	\$88,657.65	\$93,090.54
Riguas	\$8,786.88	\$9,226.22	\$9,687.54	\$10,171.90	\$10,680.50	\$11,214.53
Total	\$317,387.35	\$333,256.74	\$349,919.54	\$367,415.53	\$385,786.32	\$405,075.60

Tabla 217: estimación de ingresos por ventas futuras en el mercado internacional.

Productos	Años					
	0	1	2	3	4	5
Pupusas	\$432,307.38	\$453,922.74	\$476,618.91	\$500,449.83	\$525,472.33	\$551,745.96
Tamales	\$291,474.61	\$306,048.34	\$321,350.76	\$337,418.30	\$354,289.22	\$372,003.65
Nuegados	\$229,630.46	\$241,111.99	\$253,167.60	\$265,825.95	\$279,117.28	\$293,073.14
Riguas	\$26,974.08	\$28,322.78	\$29,738.92	\$31,225.89	\$32,787.15	\$34,426.52
Total	\$980,386.54	\$1,029,405.85	\$1,080,876.18	\$1,134,919.96	\$1,191,665.98	\$1,251,249.26

6.2 Aportes Para El Fondo Común.

La Red Empresarial estará compuesta por 106 productores de antojos típicos de la zona, ya que estas personas son de bajos recursos, el aporte de cada uno a la Red será de \$5.00 mensuales desde el momento en que la Red entre en funcionamiento. Esto se hace con el objetivo de crear un capital común para imprevistos u otros gastos no considerados; acumulando una cantidad de \$6,360.00 anuales, que se añadirán a los ingresos por ventas.

Tabla 218: Total de ingresos.

Años	Ventas nacionales	Ventas internacionales	Total ventas	Fondo común	Ingresos totales
0	\$317,387.35	\$980,386.54	\$1,297,773.89	\$6,360.00	\$1,304,133.89
1	\$333,256.74	\$1,029,405.85	\$1,362,662.59	\$6,360.00	\$1,369,022.59
2	\$349,919.54	\$1,080,876.18	\$1,430,795.73	\$6,360.00	\$1,437,155.73

3	\$367,415.53	\$1,134,919.96	\$1,502,335.49	\$6,360.00	\$1,508,695.49
4	\$385,786.32	\$1,191,665.98	\$1,577,452.30	\$6,360.00	\$1,583,812.30
5	\$405,075.60	\$1,251,249.26	\$1,656,324.87	\$6,360.00	\$1,662,684.87

6.3 Estimación De Egresos Por Gastos Futuros.

La estimación de los egresos por gastos se deriva de las erogaciones debidas a los costos de los productos, costos de comercialización y costos administrativos.

Tabla 219: estimación de egresos por gastos.

Productos	Años					
	0	1	2	3	4	5
Pupusas	\$372,527.33	\$387,000.41	\$462,383.61	\$474,996.48	\$488,407.19	\$502,655.61
Tamales	\$147,605.17	\$153,339.78	\$183,208.60	\$188,206.15	\$193,519.83	\$199,165.43
Nuegados	\$21,086.45	\$21,905.68	\$26,172.66	\$26,886.59	\$27,645.69	\$28,452.20
Riguas	\$161,662.80	\$167,943.57	\$200,657.04	\$206,130.55	\$211,950.29	\$218,133.57
Total	\$702,881.75	\$730,189.45	\$872,421.90	\$896,219.78	\$921,523.00	\$948,406.81

7. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Llamado también Estado de Ingresos y Egresos o de Resultados. Es un instrumento que tiene como objetivo mostrar si el Proyecto es capaz de generar Utilidades o perdidas contables. El cálculo se efectúa sobre la base de los ingresos y costos proyectados. El estado de Ganancias y Pérdidas presenta una corriente de ingresos por concepto de la venta de la producción de la Empresa y de los pagos hechos por el uso de los factores y servicios productivos. Es ante todo un informe de los ingresos y egresos del Proyecto generados en su fase de funcionamiento.

Este instrumento de análisis sistematiza toda la información proveniente de:

- 1.- Los ingresos por la venta efectiva del bien o servicio producido por el Proyecto, cuyo monto corresponde al volumen de producción multiplicado por el precio de venta.
 - 2.- Los costos en que se incurre para producir esos volúmenes.
- En otras palabras, es un cuadro donde se registra año por año la relación ingreso-egreso. Con los datos referentes a los ingresos del Proyecto y a los costos totales de producción se elabora el Estado de Perdidas y Ganancias con el objetivo de calcular el Impuesto a las Utilidades. Para ello se considera el valor monetario de los ingresos y de los costos generados en el proceso productivo. Ambos conceptos (ingresos y costos) no incluye el IVA.

Tabla 220: Estado de pérdidas y ganancias de la red empresarial.

No	Detalle	Años					
		0	1	2	3	4	5
1	Ingreso total	1,304,133.89	1,369,022.59	1,437,155.73	1,508,695.49	1,583,812.30	1,662,684.87
	Ingresos por del venta del producto	1,297,773.89	1,362,662.59	1,430,795.73	1,502,335.49	1,577,452.30	1,656,324.87
	Otros ingresos	6,360.00	6,360.00	6,360.00	6,360.00	6,360.00	6,360.00
2	Costo total (a+b)	702,881.75	730,189.45	871,323.92	895,182.80	920,547.02	947,491.83
	a) costo fijo	156,727.83	156,727.83	269,189.22	262,941.37	256,693.51	250,445.66
	Costo administrativo	14,837.00	14,837.00	14,837.00	14,837.00	14,837.00	14,837.00
	Costo comercialización	141,890.83	141,890.83	141,890.83	141,890.83	141,890.83	141,890.83
	Costo financiero			112,461.39	106,213.54	99,965.68	93,717.83
	b) costo variable	546,153.92	573,461.62	602,134.70	632,241.43	663,853.51	697,046.17
	Costo producción	546,153.92	573,461.62	602,134.70	632,241.43	663,853.51	697,046.17
3	Utilidades antes de impuestos	601,252.14	638,833.14	565,831.81	613,512.69	663,265.28	715,193.04
	(1-2)						
4	Impuesto (13%)	78,162.78	83,048.31	73,558.14	79,756.65	86,224.49	92,975.10
5	Utilidades después de impuestos (3-4)	523,089.36	555,784.83	492,273.67	533,756.04	577,040.79	622,217.94
6	Impuesto utilidades (30%)	156,926.81	166,735.45	147,682.10	160,126.81	173,112.24	186,665.38
7	Utilidad neta (5-6)	366,162.55	389,049.38	344,591.57	373,629.23	403,928.56	435,552.56

8. BALANCE GENERAL

Es el estado financiero donde se muestra la estructura económica de la empresa en un momento dado.

El balance esta compuesto por activo, pasivo y capital propio.

A continuación se presenta el Balance General para la Red Empresarial:

Tabla 221: Balance general de la red empresarial.

BALANCE GENERAL / RED EMPRESARIAL DE PRODUCTORES DE ANTOJOS TÍPICOS SALVADOREÑOS			
NOMBRE DE LA EMPRESA: BALANCE GENERAL: AL: _____ DE: _____ DE: _____ (EN US\$)			
ACTIVOS			\$397,757.97
CIRCULANTE		\$359,674.56	
Caja o efectivo	\$500.00		
Inventario de materia prima y materiales	\$332,841.16		
Inventario de producto terminado	\$26,333.40		
FIJOS		\$38,083.41	
Activos tangibles			
Depreciación acumulada	\$31,400.00		
Activos intangibles			
Imprevistos	\$6,683.41	\$	
PASIVO			\$
CIRCULANTE		\$	
Cuentas por pagar	\$		
FIJO			
Bancos	\$		
CAPITAL			\$397,757.97
Capital social	\$31,595.42		
Utilidades	\$366,162.55		
PASIVO MAS CAPITAL			\$397,757.97

9. PUNTO DE EQUILIBRIO.

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios.

El punto de equilibrio representa el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

Los ingresos están calculados como el producto del volumen vendido por su precio, $\text{ingresos} = P \times Q$. se designa por costos fijos a CF, y los costos variables se designan por CV. En el punto de equilibrio los ingresos se igualan a los costos totales:

$$P \times Q = CF + CV$$

Pero como los costos variables siempre son un porcentaje constante de las ventas, entonces el punto de equilibrio se define matemáticamente como:

$$\text{Punto de equilibrio (volumen de ventas)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Volumen total de ventas}}}$$

$$\text{Punto de equilibrio (volumen de ventas)} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{PxQ}}}$$

Tabla 222: Clasificación de costos.

CONCEPTO	COSTOS US\$
Ingresos	1,304,133.89
Costos totales	702,881.75
Costos variables	546,153.92
Costos fijos	156,727.83

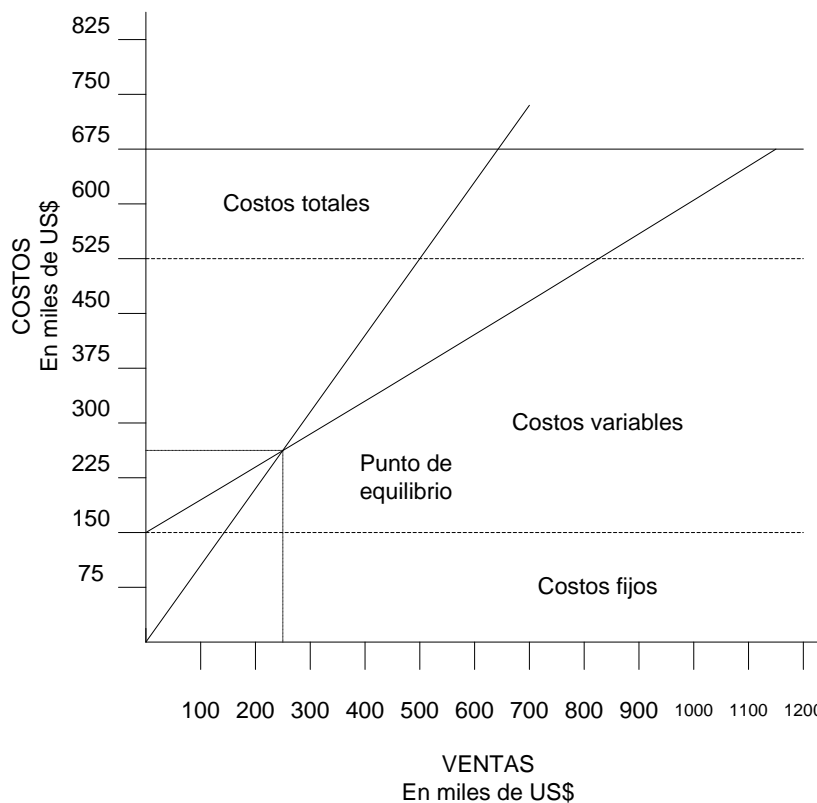
$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{156,727.83}{1 - \frac{546,153.92}{1,304,133.89}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 269,662.47$$

Gráficamente.

Se detalla en la grafica el resultado obtenido del cálculo anterior, representando el punto de equilibrio en \$269,662.47

Grafico 5: Punto de Equilibrio Red Empresarial.



10. FINANCIAMIENTO.

Ya que la inversión que se necesita para la propuesta es un monto grande para ser cubierto por la Red, se optará al financiamiento por parte de una entidad financiera (95%) y la GTZ aportará el restante (5%) como donación; para el caso se utilizarán fondos del BMI por medio del Banco Agrícola, los requisitos para optar a un préstamo por parte de esta entidad son los siguientes:

- ✓ Personas naturales o jurídicas dedicadas a actividades tales como: comercio, industria, servicio, transporte, etc.; con reconocida capacidad moral y empresarial y capacidad de pago determinada por sus estados financieros.
- ✓ Ventas anuales desde \$685,714.29 hasta \$4,571,428.57
- ✓ Montos de créditos desde \$150,000.00 hasta \$1,500,000.00

La inversión inicial es de \$471,316.11, de lo cual la cantidad aportada por la GTZ es de \$23,565.81 y el aporte de la entidad financiera es \$447,750.30, con un interés del 12.5% anual y a pagar en un periodo de 10 años, con 2 años de periodo de gracia; el detalle de los desembolsos se presenta a continuación:

Tabla 223: Desembolsos para pago de financiamiento.

Año	Interés	Pago a capital	Pago anual	Deuda después del pago
0				447,750.30
1				447,750.30
2	55,968.79	44,775.03	100,743.82	402,975.27
3	50,371.91	44,775.03	95,146.94	358,200.24
4	44,775.03	44,775.03	89,550.06	313,425.21
5	39,178.15	44,775.03	83,953.18	268,650.18
6	33,581.27	44,775.03	78,356.30	223,875.15
7	27,984.39	44,775.03	72,759.42	179,100.12
8	22,387.52	44,775.03	67,162.55	134,325.09
9	16,790.64	44,775.03	61,565.67	89,550.06
10	11,193.76	44,775.03	55,968.79	44,775.03
11	5,596.88	44,775.03	50,371.91	0.00

11. RAZONES FINANCIERAS.

Existen técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que propiamente no están relacionadas en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa.

El análisis de las tasas o razones financieras es el método que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Esto es válido, ya que los datos que toma para su análisis provienen de la hoja de balance general. Esta hoja contiene información de la empresa en un punto en el tiempo.

1. Tasas de apalancamiento. Miden el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda. Esta incluidas:
 - a. Razón de deuda total a activo total. También llamada tasa de deuda. Mide el porcentaje total de fondos provenientes de instituciones de crédito. La deuda incluye los pasivos circulantes. Su fórmula es:

$$\text{Tasa de deuda} = \text{deuda total} / \text{activo total}$$

$$\text{Tasa de deuda} = \$447,750.30 / \$397,757.97$$

$$\text{Tasa de deuda} = 1.12$$

- b. Numero de veces que se gana el interés. Se obtiene dividiendo las ganancias antes del pago de interés e impuestos. Mide el grado en que pueden disminuir las ganancias sin provocar un problema financiero a la empresa al grado de no cubrir los gastos anuales de interés. Su fórmula es:

Numero de veces que se gana el interés = ingreso bruto/cargos de interés

Numero de veces que se gana el interés = \$564,733.83 / \$100,743.82

Numero de veces que se gana el interés = 5.6

2. Tasas de actividad. Mide la efectividad de la actividad empresarial, la primera tasa es rotación de inventarios, y se obtiene dividiendo las ventas sobre los inventarios. Su formula es:

Rotación de inventario = ventas / inventarios

Rotación de inventario = \$1, 297,773.89 / \$359,174.56

Rotación de inventario = 3.6

- a. Rotación de activo total. Es la tasa que mide la actividad final de la rotación de todos los activos de la empresa. Su formula es:

Rotación de activos totales = ventas anuales / activos totales

Rotación de activos totales = \$1, 297,773.89 / \$397,757.97

Rotación de activos totales = 3.2

3. Tasas de rentabilidad. La rentabilidad es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones. En realidad, las tasas de este tipo revelan que tan efectivamente se administra la empresa.

- a. Tasa de margen de beneficio sobre ventas. Se calcula dividiendo el ingreso neto después de impuestos sobre las ventas. Su formula es:

Tasa de margen de beneficio = utilidad neta / ventas anuales

Tasa de margen de beneficio = \$366,162.55/ \$1, 297,773.89

Tasa de margen de beneficio = 0.28

B. EVALUACION ECONOMICA.

Para establecer si la propuesta es factible económicamente es necesario evaluar a través de las siguientes técnicas de medición, las cuales son: Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN), relación Beneficio/Costo y el Análisis Periodo de Recuperación de la inversión.

A continuación se determina cada uno de estos indicadores económicos.

1. TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO – TMAR –

Para poder conformar la Red Empresarial, es necesario invertir inicialmente en los factores productivos necesarios, para el establecimiento de la misma. El capital que integra esta inversión puede provenir de diversas fuentes, como lo son instituciones de cooperación internacional y las instituciones que otorgan créditos.

Tal como se había establecido, el capital constituye el monto de la inversión del cual el 95% será financiado por la Banca Comercial Salvadoreña, el otro 5% serán fondos aportados por la Cooperación Técnica Alemana GTZ, en estas condiciones es importante calcular y analizar la TMAR para ambas fuentes de financiamiento y establecer el costo de capital asociado a la inversión.

La tasa mínima atractiva de retorno se estima en 12.50%⁸⁴ como premio al riesgo $-r-$, la cual corresponde a la tasa pasiva promedio que pagaría un banco o financiera a un empresario, si este decidiera colocar su capital a plazo fijo durante un año. La tasa de inflación a considerar es de 5.6%, i , según datos del BCR al final del año 2005.

La TMAR para la inversión se calcula a partir de la formula siguiente:

$$TMAR_{RED} = i + r + (i \times r)$$

$$TMAR_{RED} = 5.6\% + 12.50\% + (5.6\% \times 12.50\%)$$

$$TMAR_{RED} = 18.8\%$$

La TMAR del Banco es simplemente el interés que la institución cobra por hacer un préstamo y asciende a 12.50%

$$TMAR_{banco} = 12.50\%$$

Por lo que la TMAR del capital, es calculada con una ponderación del porcentaje de aportación y la TMAR de cada una de las partes. La siguiente tabla presenta el resultado de la evaluación.

Tabla 224: Evaluación de TMAR

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	% DE APORTACIÓN	TMAR DE LAS PARTES	PONDERACIÓN
GTZ	5%	18.8%	0.94
Banca Comercial	95%	12.50%	11.875
TMAR total			12.82%

⁸⁴ Dato proporcionado por el Banco Multisectorial de Inversiones, BMI

2. VALOR ACTUAL NETO – VAN –

El valor actual neto – VAN – es la diferencia positiva o negativa entre los ingresos actualizados y los gastos actualizados, en otras palabras, el VAN compara en el tiempo cero las ganancias esperadas contra los egresos necesarios para producirlos, si este es cero, se recupera la inversión con solo obtener la TMAR; si es mayor de cero, entonces se obtienen ganancias extras por encima del valor de la TMAR; y si el resultado es negativo, la inversión produce pérdidas. Utilizando la TMAR como la tasa de actualización, debido a las consideraciones económicas explicadas en dicho apartado. La fórmula queda expresada así:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i}$$

Donde:

lo: inversión inicial.

F_i: flujo neto anual

t: tasa de actualización (TMAR)

n: años de duración del proyecto.

Utilizando los datos de ingresos y egresos futuros y la inversión inicial considerada y haciendo uso del programa de Microsoft Excel, se tiene:

VAN = \$941,041.94

Debido a que el resultado es mayor que cero, es posible afirmar que la propuesta resulta factible en términos económicos, y que si realizara la inversión, se tendría una ganancia neta en el presente de **\$941,041.94**

3. TASA INTERNA DE RETORNO – TIR –

La tasa interna de retorno es aquella tasa de rendimiento sobre un activo, la cual se calcula encontrando la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos futuros de entrada de efectivo al costo de la inversión.

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i} = 0$$

$$-I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+TIR)^i} = 0$$

Para decidir sobre el rechazo o aceptación de la propuesta, a través de este método, se utilizan los siguientes criterios:

Si $TIR \geq TMAR$: se acepta la propuesta

Si $TIR < TMAR$: se rechaza la propuesta

Utilizando la fórmula anterior, con la información de ingresos y egresos futuros y el valor de la inversión inicial requerida, se tiene:

$TIR = 77\%$

Por esta razón se acepta la propuesta, ya que la $TIR = 77\%$ es mayor que la $TMAR = 12.82\%$

4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO – B/C –

En la relación beneficio/costo, se determina por separado los valores actuales de los ingresos así como los valores actuales de los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.

Se pueden dar dos situaciones:

1. Relación $B/C > 1$

Indica que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio.

2. Relación $B/C < 1$

Indica que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio.

El valor de la relación beneficio/costo variara según la tasa de actualización elegida, es decir cuanto, mas elevada sea dicha tasa, menos será la relación B/C resultante.

La fórmula a utilizar es:

$$B/C = \frac{\sum \frac{V_i}{(1+i)}}{\sum \frac{C_i}{(1+i)}}$$

B/C = relación beneficio – costo.

V_i = valor de la producción (beneficio bruto)

C_i = egresos ($i = 0, 2, 3, 4, \dots, n$)

I = tasa de actualización (inflación 5.6%)

Sustituyendo los valores en la formula se tiene que la relación Beneficio/costo queda de la siguiente manera:

$$B/C = 1.75$$

Este dato representa que por cada dólar gastado se gana \$0.75 ctvs.

5. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN – TRI –

Para calcular el TRI, se utiliza la siguiente formula:

$$\text{TRI} = \frac{\text{inversión total}}{\text{Utilidad prom.}}$$

Inversión	= \$471,316.11
n	= 6 años
Ingreso total	= \$1, 304,133.89
Costo total	= \$702,881.75
Utilidad promedio	= \$1, 304,133.89 - \$702,881.75/6
	= \$100,208.69
TRI	= <u>\$471,316.11</u>
	\$100,208.69
TRI	= 4.7 años. = 56 meses

Es decir que la inversión se recupera en 56 **meses**.

6. ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

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

Para el caso de la Red Empresarial de los productores de antojos típicos de la Micro región Los Nonualcos, se realizará el AS variando los niveles de producción, ya que es una variable que esta fuera del control del empresario, por tanto es de vital importancia determinar que tanto afectaría una variación en dicho volumen.

Para realizar estos cálculos se retoman las tablas 44 y 45 donde se determinan los volúmenes de producción destinados a cada uno de los mercados en estudio, para el análisis se disminuirá en un 30% la producción que en estas tablas aparece y se puede apreciar a continuación:

Tabla 225: Volumen de producción para el mercado nacional con una reducción del 30%

Producto	Demanda estimada para el mercado Nacional (Kg./año)	Año				
		1	2	3	4	5
Pupusas	47,782.22	50,171.34	52,679.90	55,313.90	58,079.60	60,983.57
Tamal	442.26	464.37	487.59	511.97	537.57	564.45
Riguas	15,240.96	16,003.01	16,803.16	17,643.32	18,525.48	19,451.75
Nuegados	1,814.40	1,905.12	2,000.38	2,100.39	2,205.41	2,315.68

Tabla 226 : Volumen de producción para el mercado internacional con una reducción del 30%

Producto	Demanda estimada para el mercado Estadounidense (Kg./año)	Año				
		1	2	3	4	5
Pupusas	66,362.98	69,681.12	73,165.18	76,823.44	80,664.61	84,697.84
Tamales	43,783.74	45,972.93	48,271.57	50,685.15	53,219.41	55,880.38
Riguas	35,562.24	37,340.35	39,207.37	41,167.74	43,226.13	45,387.43
Nuegados	4,233.60	4,445.28	4,667.54	4,900.92	5,145.97	5,403.27

Teniendo los volúmenes de producción, se retoma la tabla 212 donde aparecen los costos de elaborar los antojos típicos.

Tabla 227: Costos de fabricación.

			COSTO ANUAL US\$
Pupusas	Total kg.	119,852.46	218,131.48
	Costo US\$	1.82	
Tamales	Total kg.	46,437.30	36,221.09
	Costo US\$	0.78	
Nuegados	Total kg.	6,350.40	14,732.93
	Costo US\$	2.32	
Riguas	Total kg.	53,343.36	40,007.52
	Costo US\$	0.75	
TOTAL			309,093.02

En lo que respecta a salarios del área de producción, estos se mantendrán, junto con los gastos de energía eléctrica, ya que el cuarto frío nunca se apaga ni se desconecta, únicamente en el costo de los suministros de empaque se aplicará la reducción del 30% respectivo al volumen de producción.

Tabla 228: Gastos de producción.

CONCEPTO	GASTO ANUAL US\$
Costos de fabricación	309,093.02
Salarios	21,000.00
Suministros de empaque	68,193.72
Gastos de energía eléctrica	7,200.00
TOTAL	405,486.74

En lo que concierne a gastos de comercialización, únicamente cambiara el costo de la exportación, ya que este se maneja por volumen, aplicándole la reducción a este costo, el valor es el siguiente: \$82,670.83

Los gastos administrativos serán iguales, el dato es el siguiente: \$14,837.00

Luego se calculan los ingresos por ventas, manteniendo los precios establecidos, los resultados se muestran a continuación:

Tabla 229: Estimación de ingresos por ventas mercado nacional.

Producto	Año					
	0	1	2	3	4	5
Pupusas	\$163,415.19	\$171,585.98	\$180,165.26	\$189,173.54	\$198,632.23	\$208,563.81
Tamal	\$1,547.91	\$1,625.30	\$1,706.57	\$1,791.90	\$1,881.50	\$1,975.58
Riguas	\$51,057.22	\$53,610.08	\$56,290.59	\$59,105.12	\$62,060.36	\$65,163.36
Nuegados	\$6,150.82	\$6,458.36	\$6,781.29	\$7,120.32	\$7,476.34	\$7,850.16

Tabla 230: Estimación de ingresos por ventas mercado internacional.

Producto	Año					
	0	1	2	3	4	5
Pupusas	\$302,615.19	\$317,745.91	\$333,633.22	\$350,314.89	\$367,830.62	\$386,222.15
Tamales	\$204,032.23	\$214,233.85	\$224,945.52	\$236,192.80	\$248,002.45	\$260,402.57
Riguas	\$160,741.32	\$168,778.38	\$177,217.31	\$186,078.18	\$195,382.11	\$205,151.18
Nuegados	\$18,881.86	\$19,825.95	\$20,817.23	\$21,858.10	\$22,951.03	\$24,098.58

Tabla 231: Aportes para el fondo común.

Años	Ventas nacionales	Ventas internacionales	Total ventas	Fondo común	Ingresos totales
0	\$222,171.13	\$686,270.60	\$908,441.73	\$6,360.00	\$914,801.73
1	\$233,279.72	\$720,584.09	\$953,863.81	\$6,360.00	\$960,223.81
2	\$244,943.70	\$756,613.28	\$1,001,556.98	\$6,360.00	\$1,007,916.98
3	\$257,190.88	\$794,443.97	\$1,051,634.85	\$6,360.00	\$1,057,994.85
4	\$270,050.42	\$834,166.21	\$1,104,216.63	\$6,360.00	\$1,110,576.63
5	\$283,552.90	\$875,874.49	\$1,159,427.39	\$6,360.00	\$1,165,787.39

Tabla 232: Estimación de egresos futuros.

Productos	Años					
	0	1	2	3	4	5
Pupusas	\$266,587.12	\$279,916.48	\$293,912.30	\$308,607.92	\$324,038.32	\$340,240.22
Tamales	\$105,628.86	\$110,910.30	\$116,455.82	\$122,278.61	\$128,392.54	\$134,812.16
Nuegados	\$15,089.84	\$15,844.33	\$16,636.55	\$17,468.37	\$18,341.79	\$19,258.88
Riguas	\$115,688.75	\$121,473.19	\$127,546.85	\$133,924.19	\$140,620.40	\$147,651.41
Total	\$502,994.57	\$528,144.30	\$554,551.50	\$582,279.09	\$611,393.06	\$641,962.67

Tabla 233: Estado de resultados.

No	Detalle	Años					
		0	1	2	3	4	5
1	Ingreso total	914,801.73	960,223.81	1,007,916.98	1,057,994.85	1,110,576.63	1,165,787.39
2	Costo total	502,994.57	528,144.30	554,551.50	582,279.09	611,393.06	641,962.67
3	Utilidades antes de impuestos (1-2)	411,807.16	432,079.51	453,365.48	475,715.76	499,183.57	523,824.72
4	Impuesto (13%)	53,534.93	56,170.34	58,937.51	61,843.05	64,893.86	68,097.21
5	Utilidades después de impuestos (3-4)	358,272.23	375,909.17	394,427.97	413,872.71	434,289.71	455,727.51
6	Impuesto utilidades (30%)	107,481.67	112,772.75	118,328.39	124,161.81	130,286.91	136,718.25
7	Utilidad neta (5-6)	250,790.56	263,136.42	276,099.58	289,710.90	304,002.79	319,009.25

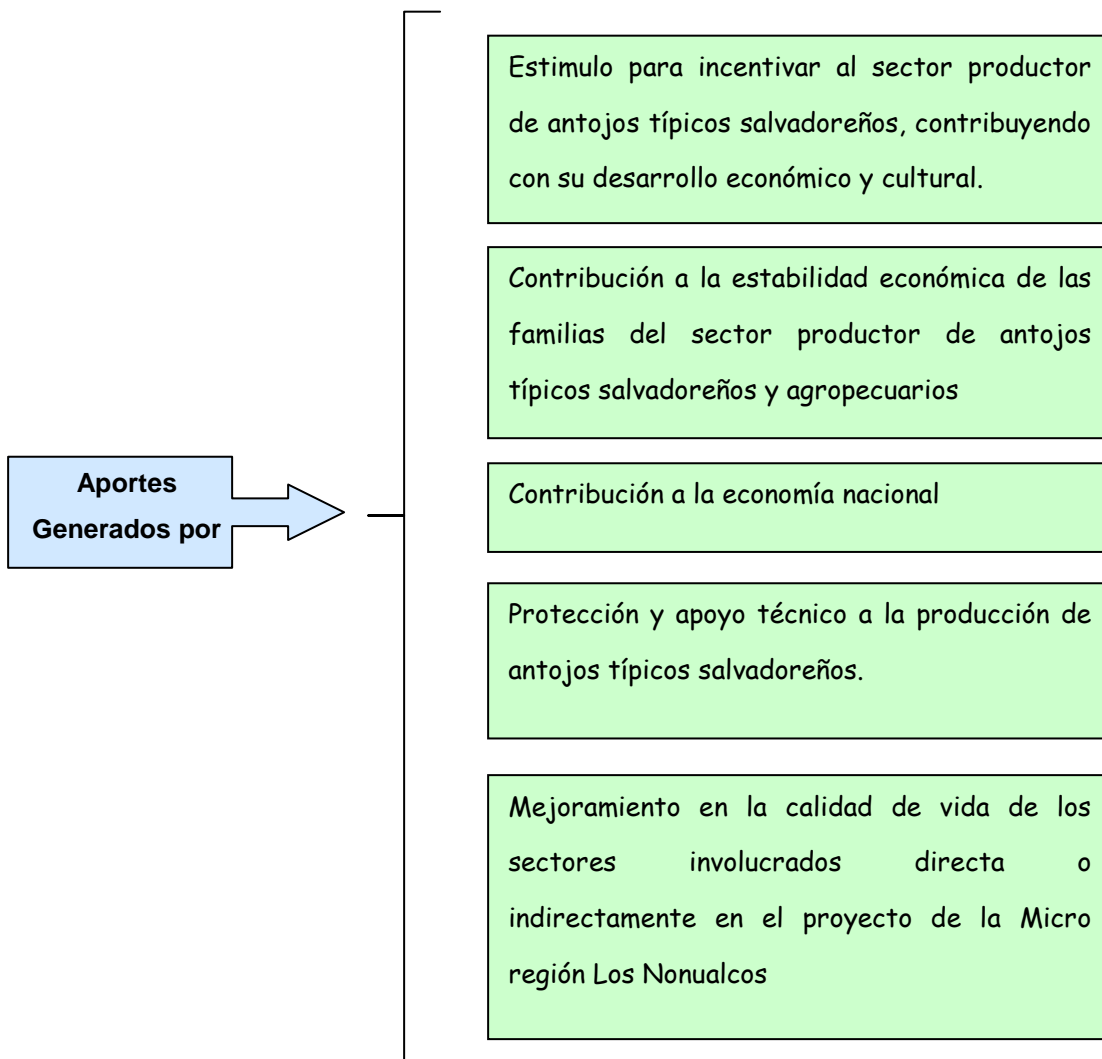
Con los datos presentados se calcula la Tasa Interna de Retorno (TIR), haciendo uso del programa Microsoft Excel y el resultado que arroja es una TIR del 52%, lo cual representa que el proyecto aun con la disminución en un 30% de la producción todavía sigue siendo rentable.

C. EVALUACIÓN SOCIAL

⊕ Objetivo :

El objetivo principal es evaluar el entorno Social, para medir el impacto que tendrá el proyecto en la economía y sistema social del sector donde se desarrollará o del país en general.

1. Aportes generados por el proyecto.



a. Estimulo para incentivar al sector productor de antojos típicos salvadoreños, contribuyendo con su desarrollo económico y cultural.

Actualmente El Salvador se encuentra en un periodo de transición económica y cultural, ya que el tratado de libre comercio puede representar una ventaja desde este punto de vista, impulsando la demanda de los productos étnicos y abriendo mercado en los Estados Unidos, por lo tanto esto representaría un incremento en las ventas para los interesados. Por otra parte se fortalecería de alguna manera la conservación de tradiciones manteniendo nuestra identidad cultural.

b. Contribución a la estabilidad económica de las familias del sector productor de antojos típicos salvadoreños y agropecuarios

Al implementar La Red Empresarial se estarían generando empleos directos e indirectos en La Micro Región Los Nonualcos. Generando estabilidad laboral a las familias involucradas, y por lo tanto salarios fijos que contribuirán a la seguridad económica de estas. Estableciendo un efecto positivo, aunque de menor incidencia, en la reducción de la pobreza en el sector mencionado. Logrando percibir ingresos con los que podrán suplir sus necesidades primarias

c. Contribución a la economía nacional

La producción de Antojos Típicos destinada a la demanda nacional e internacional, aportará un incremento al Producto Interno Bruto generado en el país.

d. Protección y apoyo técnico a la producción de antojos típicos salvadoreños.

Con la propuesta se brindará un apoyo técnico a la producción de Antojos Típicos Salvadoreños, ya que existe actualmente instituciones interesadas en brindar ayuda, tales como el GTZ, Las MYPES, Ministerio de Economía entre otras.

Con este tipo de ayuda se espera incentivar para que otras entidades brinden su apoyo al sector, propiciando con ello un despegue hacia nuevos retos comerciales y búsqueda de mejores condiciones de vida para los salvadoreños.

e. Mejoramiento en la calidad de vida de los sectores involucrados directa o indirectamente en el proyecto de la Micro región Los Nonualcos

La implementación de La Red empresarial traerá un mejoramiento en la calidad de vida de los interesados, ya que con su implementación presenta una alta tasa interna de retorno sobre la inversión de 68.0% . Beneficios que serán distribuidos entre sus integrantes, lo que representa un incremento adicional en sus ingresos. Además la propuesta espera generar 27 puestos de trabajos directos y otros indirectos.

D. EVALUACIÓN DE GÉNERO

Un aspecto muy importante hoy en día es la equidad de género, ya que todo hombre o mujer tienen los mismos derechos y deberes ante la sociedad. Al implementar el proyecto de la elaboración de Antojos Típicos Salvadoreños, el componente de género es muy importante, ya que no habrá diferencia en el trabajo desempeñado por un hombre con respecto a una mujer, por lo tanto "NO" estará excluida de ocuparse en forma directa o indirecta en este tipo de empresa.

La mujer tendrá oportunidad de involucrarse en todas las actividades de la Red, que ayudarán en gran medida al desarrollo de la empresa.

Se estima en base al número de productores y número de empleados actuales que el número de mujeres a trabajar en la Red es de 400, en puestos productivos y administrativos.

E. EVALUACIÓN AMBIENTAL

⊕ Introducción

Para determinar si un proyecto es factible desde el punto de vista ambiental, se deben analizar los factores que afectan directa o indirectamente el ecosistema, y los efectos que ocasiona, pero además, se deben tomar en cuenta; los factores del proyecto que contribuyen al ecosistema a obtener beneficios así como también las medidas a emplear para mantener una relación factible entre empresa-ambiente.

Se prevé que los efectos ambientales ocasionados por el proyecto, pueden ser mínimos, ya que los desechos que se generan en su mayor parte, son orgánicos y que podrían venderse para ser procesados como abono orgánico o harina para el alimento de animales. Evitando la utilización de abonos inorgánicos y la tala de árboles.

Como se había mencionado la Planta empacadora ubicada en el municipio de “Olocuilta” la que contará con una zona verde, que contribuirá a la filtración de agua, evitando el agotamiento de este recurso.

⊕ Definición

La Evaluación Ambiental puede definirse como la identificación y valoración de los impactos (efectos) potenciales de proyectos, planes, programas y acciones normativas relativos a los componentes físico – químicos, bióticos, culturales y socio económicos del entorno.

El propósito principal del proceso de Evaluación Ambiental es animar a que se considere al medio ambiente en la planificación y en la toma de decisiones para, en definitiva, acabar definiendo actuaciones que sean más compatibles con el medio ambiente.

⊕ Permisos Y Sanciones

a. Permisos

A continuación se presenta algunos de los permisos necesarios para lograr la instalación y funcionamiento de establecimientos industriales (ver **Anexo 35**):

- Permiso Ambiental de ubicación y construcción de la obra, proyecto o actividad y Permiso ambiental de funcionamiento; autoridad competente para su emisión y seguimiento el MARN.
- Permiso de instalación y funcionamiento; autoridad competente para su emisión el MSPAS.
- Permiso de instalación y funcionamiento; autoridad competente para su emisión es el Departamento Nacional de Previsión Social del Ministerio de Trabajo y Previsión Social.

De estos tres permisos sólo el primero es nuevo: el permiso ambiental. Para lograr la emisión del mismo se necesita la aprobación del estudio de impacto ambiental por parte del MARN, es decir que sólo los proyectos, obras y actividades que se realizaron después de la entrada en vigencia de la Ley del Medio Ambiente (LMA) tendrán este permiso. El permiso ambiental de ubicación y construcción sólo tendrá

vigencia durante el período que dure la construcción de la obra física, mientras que el permiso ambiental de funcionamiento tendrá vigencia por el tiempo de su vida útil y etapa de abandono.⁸⁵ El seguimiento de las condiciones del permiso ambiental las hará el MARN mediante auditorias de evaluación ambiental.

Para los procesos industriales que se encontraban funcionando antes de la entrada en vigencia de la LMA, se espera que ya cuenten con los permisos de instalación y funcionamiento tanto del MSPAS como del Ministerio de Trabajo y Previsión Social. Para obtener el permiso ambiental, que les hace falta, tendrán que elaborar un Diagnóstico ambiental, en un plazo máximo de dos años, y ejecutar un Programa de adecuación ambiental en un plazo máximo de tres años. Pero aquellas industrias que no cumplan lo anterior serán suspendidas hasta que cumplan las exigencias legales establecidas⁸⁶. Obtenido el permiso el seguimiento se hará de la misma forma que para las industrias nuevas.

Es interesante en este punto darse cuenta que esta coyuntura es favorable para introducir la producción más limpia y los SGA a las industrias; sólo habría que definir claramente el tipo de auditoria a realizar, por ejemplo auditorias de desechos y de energía, y el alcance de los impactos a medir.

Pasos a Seguir para Obtener el Permiso Ambiental⁸⁷

1. El titular debe consultar en la Ley de Medio Ambiente si su actividad, obra o proyecto requiere de permiso Ambiental.(Artículos 21, 60, 62, 63, 82)
2. Si su actividad, obra o proyecto requiere de permiso ambiental: solicitar el formulario Ambiental correspondiente en la Dirección de Gestión Ambiental del Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), debe de llenarlo correctamente y presentarlo con los anexos siguientes:
 - Plano de ubicación geográfica que indique claramente el acceso y reconocimiento del sitio del proyecto.
 - Documentación que pruebe la propiedad o tipo de tenencia del terreno en que se desarrollará la actividad, obra o proyecto.
 - Fotocopia del Documento Único de Identidad o escritura de constitución de sociedad, según si el titular es persona natural o jurídica, respectivamente.
3. El MARN notificará al titular el paso a seguir para obtener el permiso Ambiental, en un plazo no mayor de 20 días hábiles (artículo 22 del Reglamento General de la Ley del Medio Ambiente).
4. Si el proceso de aplicación del Artículo 22 del Reglamento General de la Ley del Medio Ambiente, se determina que para la ejecución del proyecto no se requiere de permiso ambiental, el titular recibirá la respectiva notificación; o bien, el titular recibirá los términos de referencia que deberá satisfacer el estudio de Impacto Ambiental cuando se requiera.

⁸⁵ Ley del Medio ambiente, Art. 19 y 20.

⁸⁶ Ley del medio Ambiente, Art. 110.

⁸⁷ Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales

-
5. El titular deberá contratar un equipo multidisciplinario para la elaboración del estudio del Impacto Ambiental correspondiente, de acuerdo a los términos de referencia emitidos por el MARN (Artículo 23 de la Ley del Medio Ambiente)
 6. El titular tiene la responsabilidad de conocer el contenido del estudio del Impacto Ambiental y estar de acuerdo con él, previo a su presentación al MARN para su evaluación.
 7. El titular deberá hacer del conocimiento público la disponibilidad del Estudio del Impacto Ambiental para su análisis y observaciones. Y para aquellos estudios de Impacto Ambiental cuyos resultados reflejen la posibilidad de afectar la calidad de vida de la población o amenazar riesgos para la salud y bienestar humano y el medio ambiente se organizará por el Ministerio una consulta pública del proyecto (Artículo 25 de la Ley del Medio Ambiente; Artículo 32 del Reglamento General de la Ley).
 8. El MARN notificará la resolución derivada de su evaluación, pudiendo ser un dictamen técnico de observaciones o el requerimiento de rendir la fianza de cumplimiento ambiental que corresponda (Artículo 24 de la Ley de Medio Ambiente)
 9. En el primer caso, el titular debe satisfacer las observaciones a la brevedad posible, para continuar el proceso de obtención del Permiso Ambiental. En el segundo caso, deberá rendir la fianza correspondiente como paso final para la obtención del permiso. De acuerdo a la ley de Medio ambiente, la evaluación y aprobación del estudio del Impacto Ambiental deberá ser en un plazo máximo de 60 días, en los tiempos efectivos que corresponden al MARN.
 10. El titular debe conocer que el permiso Ambiental no constituye una autorización para el inicio de la ejecución del proyecto, ni excluye de obtener autorizaciones necesarias de otras instituciones competentes.

⊕ Sanciones

En el **Anexo 36** se muestran algunas de las sanciones que se podrían aplicar a las industrias que violen la legislación ambiental. La Ley del medio ambiente establece responsabilidad administrativa, civil y penal para quien o quienes por acción u omisión realicen emisiones, vertimientos o descargas que puedan afectar la salud humana o ponga en riesgo al ambiente o dañe los procesos ecológicos.⁸⁸

⊕ Propósito Del Estudio De Impacto Ambiental

Mostrar y verificar la viabilidad del proyecto antes de tomar las decisiones para la ejecución de las obras de instalación y la fase operativa.

⊕ Descripción Del Proyecto

El proyecto comprende la integración de empresas productoras de antojos típicos salvadoreños y la instalación de una planta empaquera, constituyendo una red empresarial. Las operaciones que tendrá la red serán desde el recibo de materia prima, procesamiento y comercialización del producto terminado.

⁸⁸ Ley del Medio Ambiente, Título XII.

⊕ **Aplicación De La Evaluación Ambiental Al Caso de La Red Empresarial para Productores de Antojos Típicos de La micro región Los Nonualcos.**

Se debe de seleccionar un grupo de personas que efectuará la evaluación del desempeño ambiental de la organización, luego se procede a llenar las listas de auto - evaluación y posteriormente se realiza la calificación para obtener así el desempeño ambiental.

Las listas se ha revisado inicialmente para poder excluir aquellas preguntas que no son aplicables en ningún aspecto a las actividades de la empresa, tal es el caso de las listas que comprenden Manejo de residuos peligrosos, Manejo de contenedores vacíos y Manejo de Materiales radioactivos, ya que estas actividades no forman parte de la labor de la Red empresarial. Las listas se muestran en el **Anexo 37**

Una vez llenadas las listas de auto - evaluación se procede a calcular el desempeño ambiental con los pasos que a continuación se describe:

1. Responder cada una de las preguntas contestando Sí, No, NA (no aplica, esto cuando la pregunta no tiene relación con la actividad de la empresa).
2. Efectuar la calificación:
 - i. Sumar el número total de preguntas que se han contestado
 - ii. Sumar el número de respuestas afirmativas.
 - iii. Sumar el número de preguntas no aplicables.
 - iv. Utilizar la Ecuación siguiente para obtener los porcentajes de desempeño ambiental:

$$\% \text{ De Desempeño Ambiental} = \frac{\text{Total De Respuestas Afirmativas}}{\text{Total De Preguntas} - \text{Total De Respuestas No Aplicables}} \times 100\%$$

- v. Colocar los porcentajes obtenidos en cada una de las secciones en la siguiente tabla y calcular el porcentaje de desempeño ambiental total.

Tabla 234: Tabla de calificación de desempeño ambiental.

Secciones	Porcentaje de Desempeño Ambiental	Calificación.
Producción		
Emisiones a la atmósfera		
Aguas residuales		
Residuos sólidos no peligrosos		
Residuos peligrosos		
Materiales peligrosos		
Registros medioambientales		
Relación con el entorno		
% de Desempeño Ambiental Total		

El porcentaje de Desempeño Ambiental total se calcula mediante la siguiente formula:

$$\% \text{ de Desempeño Ambiental Total} = \frac{\sum \text{Porcentaje De Desempeño Ambiental}}{\text{Número Total De Secciones}}$$

vi. Comparar los resultados con la tabla siguiente:

Tabla 235: Calificación del desempeño Ambiental.

Porcentaje de desempeño	Desempeño Ambiental	Significado
Mayor que 75%	Excelente	La empresa hace esfuerzos notables para desarrollar sus actividades de manera sostenible
Menor que 75% pero mayor que 50%	Bueno	La empresa realiza a menudo algún tipo de esfuerzo por producir sosteniblemente.
Menor que 50% pero mayor que 25%	Regular	La empresa realiza muy pocos esfuerzos para desarrollar su gestión ambiental.
Menor que 25%	Malo	La empresa tiene serios problemas en su gestión ambiental.

A manera de ejemplo en el **anexo 37** se realiza la auto evaluación de la lista y a continuación se describe el cálculo del desempeño ambiental en el área de producción:

Total de respuestas Afirmativas =		16
Total de preguntas	=	20
Total de respuestas no aplicables	=	2

$$\% \text{ De Desempeño Ambiental} = \frac{16}{20 - 2} \times 100\% = 88.89\%$$

El porcentaje obtenido se compara con la tabla de Calificación del Desempeño Ambiental (Tabla 235) establecido y se obtiene que para el área de producción la calificación es excelente.

En la tabla 236 se presentan los valores de desempeño ambiental obtenidos en cada área evaluada y sus respectivas calificaciones.

Tabla 236: Desempeño ambiental

Secciones	Total de preguntas contestadas	Respuestas Positivas	No aplicables	Desempeño	Calificación
Producción	20	16	2	88.89%	Excelente
Aguas residuales	18	7	8	70.00%	Buena
Manejo de residuos sólidos no peligrosos	14	3	10	75.00%	Buena
Manejo de emergencia químicas	11	5	5	83.33%	Excelente

El desempeño ambiental total se obtuvo realizando la siguiente operación:

$$\% \text{ de Desempeño Ambiental Total} = \frac{\sum \% \text{ Desempeño Ambiental}}{\# \text{ Total De Secciones}} = \frac{317.22}{4} = 79.31\%$$

Al comparar el porcentaje de desempeño ambiental total obtenido con la tabla de Calificación del Desempeño Ambiental (Tabla 235), se obtiene que el desempeño ambiental para la implantación del proyecto de Antojos Típicos es Excelente.

✦ **Identificación de los Aspectos Ambientales y Evaluación de los Impactos Asociados.**

Una vez realizada su auto-evaluación se debe de identificar los aspectos ambientales y evaluación de los impactos ambientales asociados a sus actividades o productos.

La identificación de los aspectos ambientales es un proceso dinámico que determina el impacto pasado, actual y futuro (positivo o negativo) de las actividades de la empresa sobre el medio ambiente.

Un impacto ambiental se refiere al cambio que ocurre en el medio ambiente como resultado del aspecto, por ejemplo: contaminación del agua, agotamiento de un recurso natural, etc.

La identificación de los aspectos ambientales y la evaluación de los impactos ambientales asociados es un proceso que se puede tratar en 4 etapas:

1. Descripción de la Actividad de la Empresa y su entorno.

i. Descripción del proceso productivo

- Diagramas de operaciones y flujos de proceso.
- Diagramas de recorrido y balance de materiales
- Planos de distribución en planta.

ii. Procedencia, cantidad y composición de las materias primas, materiales y elementos auxiliares utilizados.

Se debe identificar, todas las materias primas, materiales y elementos auxiliares que intervienen en el proceso productivo, su procedencia y cantidad, lo cual contribuirá a evaluar los impactos ambientales, como contaminación del agua, aire, suelo, sustancias peligrosas

iii. Flujo de materia

Se deben evaluar, las entradas y salidas de las distintas operaciones, para ello se utiliza los diagramas de balance de materiales.

iv. Análisis de la tecnología utilizada

Se debe de efectuar una descripción de toda maquinaria y equipo utilizado, vida útil, años de uso, condiciones actuales del funcionamiento, ventajas e inconvenientes desde el punto de vista ambiental debido a su utilización.

v. Recursos humano

Se debe de conocer la cantidad, calidad y distribución del recurso humano que forma parte del proceso, incluyendo operación, mantenimiento, administración, etc. A fin de evaluar los riesgos sobre la salud y seguridad ocupacional.

vi. Sistemas de control ambiental

Se debe de efectuar un inventario y análisis de todas las obras, instalaciones y/o, procedimientos implementados en la empresa para fines de control ambiental, como sistemas de separación de residuos, planta de tratamiento de aguas residuales, tratamiento de residuos sólidos, etc.

vii. Sistemas de control de riesgos

Se debe hacer un inventario y evaluación de los sistemas existentes para el control de riesgos, contingencias y prevención de accidentes, con énfasis en los aspectos de infraestructura y equipos destinados para tales fines, como recurso humano, organización y capacitación.

viii. Descripción del entorno que rodea a la empresa

Se debe de describir las condiciones en que se encuentran los alrededores de la red , tomando en cuenta las áreas relevantes que pueden sufrir algún tipo de impacto por la actividad de ésta.

2. Identificación de los aspectos ambientales de la red.

Consiste en identificar la mayor cantidad de aspectos ambientales, con el fin de facilitar la identificación de éstos, se propone seleccionar una actividad, operación ó área específica de la empresa, la cual sea suficientemente grande para permitir un examen significativo y lo suficientemente pequeña para que sea comprensible.

3. Identificación de los Impactos Ambientales.

Consiste en la identificación del mayor número posible de impactos ambientales, reales o potenciales, positivos y negativos, asociados a la actividad de la empresa, dando especialmente mayor énfasis a los impactos negativos.

4. Evaluación de los Impactos Ambientales.

Se deben evaluar los impactos ambientales identificados, utilizando (en este estudio) la técnica cuantitativa que se describe a continuación de manera ejemplificada:

a. Identificación de los aspectos ambientales de la Red.

Como se mencionó anteriormente, la empresa generará algunos contaminantes al ambiente, entre los aspectos que consideraremos se encuentran:

- ⊕ Desechos sólidos orgánicos, en un 95 % aproximadamente, el resto será parte de algunos insumos defectuosos, utilizados durante el proceso.
- ⊕ Otro aspecto ambiental a considerar es la contaminación del aire generado por la cocción cada Antojito típico.
- ⊕ La contaminación del aire ocasionado por los vehículos de transporte de materia prima y producto terminado a sus respectivos destinos.

b. Identificación de los impactos ambientales

Tabla 237: Identificación de los impactos ambientales

ACTIVIDAD	ASPECTO	IMPACTO
Operación de cocción de Antojos Típicos.	Liberación de calor y partículas de humo	Contaminación del aire
Manejo de desechos sólidos	Utilización del botadero incontrolado	Foco de infección, contaminación del agua y suelo.
Transporte de materia prima y producto terminado	Liberación de partículas de humo	Contaminación del aire

c. Evaluación de los impactos ambientales.

Se analizarán los tres impactos simultáneamente, ya que por la naturaleza de los mismos, solo afectan unos y otros no.

Para la valoración cuantitativa de impactos ambientales vamos a determinar el VIA (Valor índice ambiental). Para la realización de esta valoración ya se han establecido ciertos criterios, que se mencionan a continuación:

❖ Variación de la calidad ambiental:

Es una medida de los cambios experimentados por cada componente ambiental debido al impacto generado.

✓ Positivo: 0

Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en ganancias o beneficios para el medio ambiente.

✓ Negativo: 3

Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en pérdidas o costos para el medio ambiente.

❖ Escala del impacto:

Se considera en este criterio las cercanías a lugares protegidos, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o en el caso a poblaciones humanas

✓ Mínimo bajo: 0

El impacto es puntual dentro de los límites de la acción que lo genera..

✓ Medio y/o alto: 1

El impacto está dentro de la zona de la empresa.

✓ Notable o muy alto: 2

El impacto trasciende de la zona de la empresa y es de interés municipal.

✓ Total: 3

La zona del impacto trasciende a los límites normales y se convierte en peligro nacional.

❖ Gravedad del impacto:

Indica la utilización de recursos naturales, la cantidad y calidad de efluentes, emisiones y residuos que genera la empresa y la probabilidad de riesgo para la salud de la población humana.

✓ Intrascendente: 0

El impacto generado no produce cambios sobre el medio ambiente.

✓ Moderado: 1

El impacto produce cambios ya sea directos, como indirectos sobre el medio ambiente, pero no son trascendentes.

✓ Severo: 2

El impacto produce cambios tanto directos como indirectos sobre el medio ambiente que urgen se solución, pero están bajo los límites permisibles.

✓ Crítico: 3

Efecto cuya magnitud es superior al umbral y de urgencia extrema de solución, que requiere atención inmediata.

❖ Duración del Impacto.:

Tiempo de duración del impacto, considerando que no se apliquen medidas correctivas del impacto.

✓ Fugaz (< 1 año) : 0

✓ Temporal (1-3 años): 1

✓ Prolongado (4-10 años): 2

✓ Permanente (Alteración indefinida): 3

❖ Dificultad para cambiar el impacto:

Grado en que los efectos sobre el medio ambiente resulten polémicos o dudosos e involucren riesgos desconocidos. Es el grado de reversibilidad del impacto y tiempo requerido para su mitigación, a través de medidas naturales o inducidas por el hombre

✓ Recuperable : 0

Si se elimina la acción que causa el impacto y automáticamente éste desaparece.

✓ Mitigable: 1

Si al eliminar la causa del impacto hay que esperar un lapso de tiempo corto (1 a 6 meses) para que este desaparezca.

✓ Reversible: 2

Si elimina la acción causante del impacto, debe transcurrir un período largo de tiempo (6 meses en adelante) para que el impacto desaparezca.

✓ Irreversible: 3

Nunca desaparece el impacto aunque se apliquen medidas correctivas.

❖ Momento en que se manifiesta

Es la probabilidad de ocurrencia de un impacto como consecuencia de una actividad u operación industrial, esto en la búsqueda de su prevención.

✓ Inmediato: 0

Los efectos del impacto son inmediatos

✓ Corto plazo: 1

Los efectos se proveen en corto plazo (1 a 4 años)

✓ Mediano plazo:2

Debe de transcurrir un tiempo considerable (de 5 a 10 años) para que se observen los efectos.

✓ Largo plazo: 3

El tiempo para observar los efectos es de largo plazo (mayor de 10 años)

Priorización de Impactos (a través del cálculo del VIA)

El cálculo del Valor del Índice Ambiental (VIA), para cada impacto, se realizará utilizando la siguiente ecuación:

$$VIA = \frac{V + E + G + D + C + M}{6}$$

En donde:

V: Variación de la calidad ambiental.

E: Escala del Impacto

G: Gravedad del impacto

D: Duración del impacto

C: Dificultad para cambiar el impacto

M: Momento en que se manifiesta

iii. Evaluación de los Impactos Ambientales.

Para la evaluación de los impactos deberá compararse el VÍA obtenido con las categorías mostradas en la tabla 238.

Tabla 238: Calificaciones para la Evaluación de los Impactos Ambientales.

Categoría	Valores límites del VÍA Valor mínimo- Valor máximo	Calificación
1	0.00-0.60	Impacto Insignificante
2	0.61-1.20	Impacto Mínimo
3	1.21-1.80	Mediano Impacto
4	1.81-2.40	Impacto Considerable
5	2.41-3.00	Gran Impacto

La identificación de los aspectos ambientales y la evaluación de los impactos asociados a un proceso que de acuerdo al Artículo 23 de la Ley del medio Ambiente, debe realizarse por un equipo técnico multidisciplinario cuyos miembros deberán estar registrados en el MARN⁸⁹ como prestadores de servicios ambientales. De acuerdo a lo anterior, el personal de la empresa, ni los investigadores son las personas idóneas para realizar esta actividad, por lo cual es necesario que se subcontraten los servicios de un prestador de servicios ambientales.

Los datos que se presentan a continuación son un ejemplo de algunas de las partes que podría contener esta actividad.

Cada uno de los impactos deben de calificarse tomando en cuenta los criterios descritos anteriormente, esta calificación se anotará en la Matriz de calificación de Impactos que se muestra en el ejemplo siguiente:

Tabla 239: Ejemplo de Evaluación del VIA

IMPACTOS AMBIENTALES	CRITERIOS							CALIFICACIÓN
	V	E	G	D	C	M	VIA	
Deterioro de la calidad del aire	3	0	1	1	2	1	1.33	Mediano Impacto
Contaminación del agua	3	0	0	0	0	1	0.67	Impacto Mínimo
Contaminación del suelo	3	0	0	0	0	1	0.67	Impacto Mínimo
Efectos sobre la salud humana	3	0	1	1	2	1	1.33	Mediano Impacto
Efectos sobre la fauna, flora, la Ecología	3	0	1	1	2	1	1.33	Mediano Impacto

⁸⁹ Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales

Haciendo referencia al ejemplo anterior, se podría determinar según la evaluación ejemplificada que la contaminación del agua y la contaminación del suelo serían impactos mínimos y los que restan representarían mediano impacto, por lo tanto se deben tomar las medidas preventivas para ambos, pero haciendo más énfasis en el segundo respectivamente. Un ejemplo para evitar la contaminación del suelo podrían venderse los desechos sólidos para abono orgánico. Otra medida preventiva para evitar la contaminación del aire podría generarse con el uso eficiente de vehículos de transporte y eficientes procesos productivos con equipo que esté en mantenimiento preventivo para evitar la combustión de grasa y la contaminación del ambiente. En general se deben hacer uso eficiente de todos los recursos naturales y fortalecer las áreas con problemas, para reducir aún en mayor grado los efectos o eliminarlos completamente.

CAPITULO IX: PLAN DE IMPLANTACIÓN

A continuación se presentan detalladamente los objetivos que se persiguen para llevar a cabo la implantación de la propuesta realizada a la Micro Región Los Nonualcos, posteriormente se muestra la descripción de las actividades necesarias para el desarrollo adecuado de la implantación de las mismas.

OBJETIVOS.

General:

Determinar las actividades, programación y organización necesaria para llevar a cabo un desarrollo efectivo de la implantación de la propuesta realizada.

Específicos:

- √ Establecer el objetivo general de la implantación del proyecto de manera que se comprenda claramente el fin último del plan de ejecución.
- √ Determinar los diferentes subsistemas con sus respectivos paquetes de trabajo de manera que faciliten la ejecución del proyecto.
- √ Determinar la duración de cada actividad correspondiente a los diferentes paquetes de trabajo para lograr una secuencia lógica en el tiempo durante la ejecución del proyecto.
- √ Realizar la programación de los diferentes recursos para una adecuada implantación.
- √ Desarrollar una estructura organizativa responsable de llevar a cabo la implantación.
- √ Crear los lineamientos funcionales de la estructura organizativa.

GENERALIDADES DEL PLAN DE IMPLANTACIÓN.

La implantación es el período de inversión que comprende todas las actividades a realizar hasta que todo está listo para que empiece a funcionar la empresa.

El plan de implantación comprende tres apartados importantes:

1. Desglose analítico.
2. Programación.
3. Organización.

1. Desglose analítico.

En este apartado deben realizarse las siguientes actividades:

- √ Definir el objetivo de ejecución del proyecto.
- √ Establecer los subsistemas que reflejen los objetivos específicos, para la implantación.
- √ Identificar los paquetes de trabajo que son el conjunto de actividades a desarrollar para lograr tal objetivo.
- √ Diseñar las estrategias de ejecución o cursos de acción que den la pauta al logro del objetivo.

2. Programación.

Esta técnica se refiere al orden cronológico en que se han de realizar cada una de las actividades específicas para la implantación de la empresa, además considera la programación financiera, en donde se observan los montos asignados por subsistemas.

Cronograma de ejecución.

Se enlistan las actividades que intervienen en la propuesta, las cuales deben relacionarse y ordenarse de acuerdo a su ejecución. Teniendo esta lista, se establece una escala de tiempo representada en días; se estima la duración de cada actividad y se representa dicha duración con una barra horizontal, cuya longitud obedecerá a la duración estimada. Para llevar a cabo esta representación se puede utilizar La Gráfica de Gantt.

Diagrama de redes.

Esta técnica de programación y control del tiempo del proyecto permitirá involucrar todas las actividades establecidas anteriormente y lo que debe ejecutarse para cumplir con el desarrollo del proyecto, dado que la realización de las actividades de la propuesta están sujetas a un gran número de condiciones externas, el tiempo para realizarlas no es un dato que se pueda predecir fácilmente.

Programación financiera.

Al cabo de la programación de las actividades, se desarrollan las tareas de programación y presupuestación, de manera que se asignen los recursos financieros necesarios para cumplir con el buen desarrollo de la implantación.

Organización.

Este apartado se refiere a la asignación de personal que estará a cargo de la implantación del proyecto, también se le conoce como “Unidad Ejecutora del Proyecto”, ya que sus funciones terminarán cuando la empresa inicie sus operaciones.

A continuación se muestra el desarrollo de cada uno de los apartados que conforman el plan de implantación.

PLAN DE IMPLANTACIÓN PARA LA PROPUESTA.**A. DESGLOSE ANALÍTICO****A. *Objetivo General de Ejecución.***

El objetivo general de ejecución abarca toda la implantación del proyecto y debe estar planteado en términos de tiempo, dinero, alcance o meta y lugar.

Por lo tanto, el objetivo general de ejecución es el siguiente:

“Implantación y puesta en marcha inicial de una red empresarial constituida por productores de anteojos típicos salvadoreños y una planta empacadora, en el municipio de Olocuilta, en un periodo de 13.2 meses y bajo un monto de \$471,316.11”

B. *Descripción de Subsistemas.*

Los subsistemas de un plan de implantación representan los objetivos específicos que permitirán alcanzar el objetivo general de ejecución.

A continuación se presenta una descripción de los diferentes subsistemas que permitirán la ejecución del proyecto:

A. Promoción del proyecto.

En este subsistema se desarrolla un plan de promoción para dar a conocer el proyecto, previamente de haber buscado, evaluado y seleccionado los medios de comunicación a utilizar.

B. Conformación de la Red Empresarial.

Este subsistema, comprende todo el proceso de gestación y estructuración de la red, hasta la ejecución de los manuales propuestos.

C. Trámites iniciales.

Se refiere a las actividades relacionadas con la conformación legal de la empresa, es decir, aquellos aspectos legales necesarios para su constitución. Para lo cual se sugiere la contratación de los servicios de un abogado que efectúe todos los trámites de legalización de la empresa.

Incluye además, las actividades relacionadas a la búsqueda de financiamiento a través de instituciones nacionales e internacionales, para lo cual será necesario investigar los requisitos y procedimientos requeridos para el otorgamiento del financiamiento para seleccionar aquella opción que garantice una línea de crédito con la tasa de interés adecuada.

D. Construcción y redistribución de las instalaciones.

Se refiere a las actividades correspondientes a la compra del terreno para la construcción de la planta empacadora, solicitud de los servicios públicos necesarios e incluye la contratación de los servicios de construcción. Además incluye la redistribución en planta de las instalaciones de los productores de antojos típicos.

E. Equipamiento.

Incluye aquellas actividades referidas a la adquisición e instalación de equipo y maquinaria necesaria para el buen funcionamiento de la planta empacadora y las instalaciones de los productores, en la fase de operación, además incluye la adquisición de mobiliario y equipo de oficinas.

F. Abastecimiento de recursos.

Incluye las actividades de adquisición de todos los recursos de la planta empacadora tanto de personal como de materia prima y materiales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Para la contratación del personal se debe realizar una evaluación y selección del mismo.

G. Puesta en marcha.

Involucra actividades de revisión, evaluación y corrección de la operación preliminar del proyecto y así optimizar los recursos asignados y que funcione de la mejor manera.

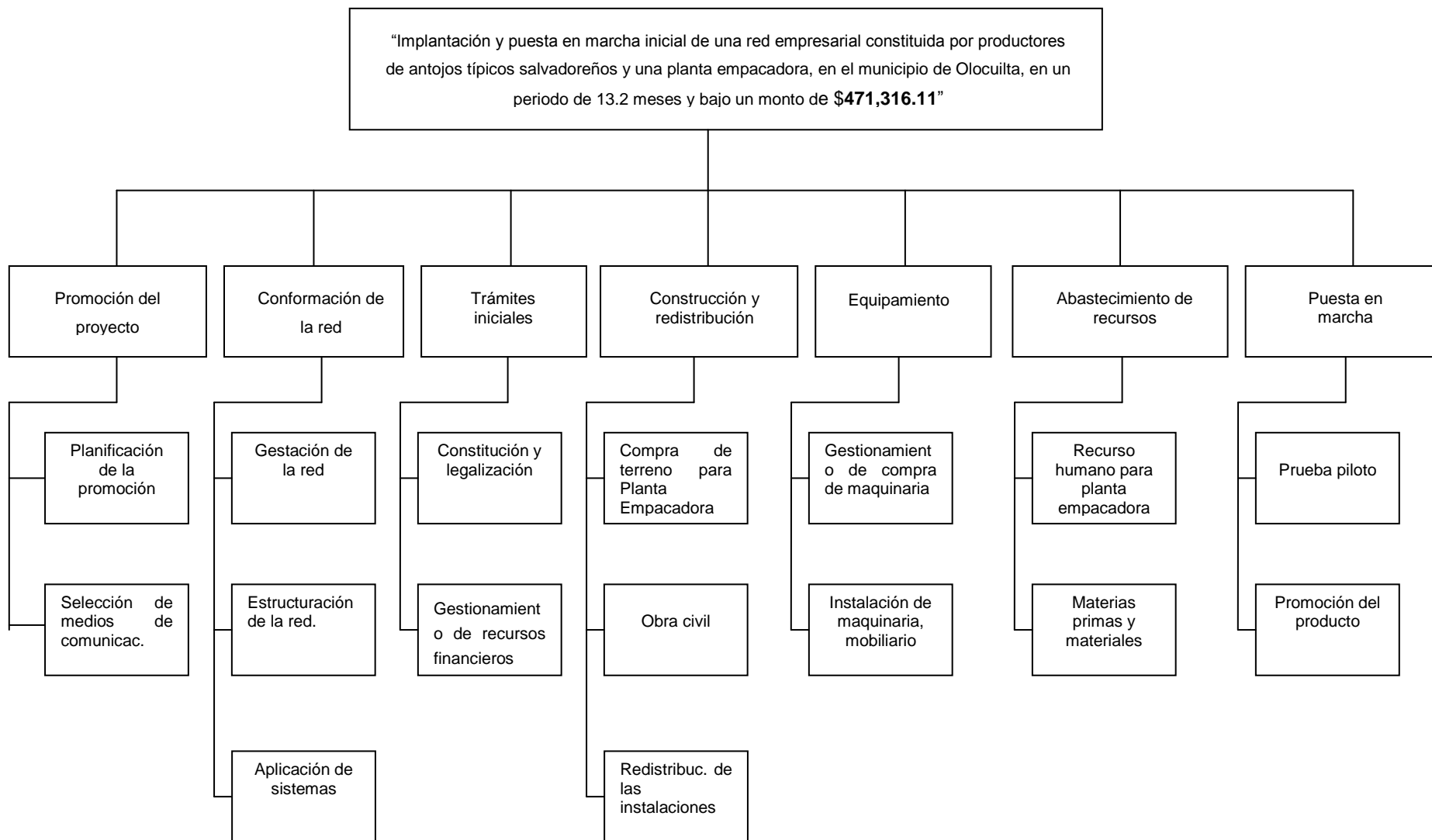
C. Paquetes de Trabajo.

En la tabla 240 se presentan las áreas de trabajo que permitirán el desarrollo integral del proyecto y el logro del objetivo de ejecución.

Tabla 240: Paquetes de trabajo.

SUBSISTEMA	PAQUETES DE TRABAJO
A. Promoción del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Planificación de la promoción. ◆ Selección de los medios de comunicación.
B. Conformación de la Red Empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Gestación de la red. ◆ Estructuración de la red. ◆ Aplicación de manuales.
C. Trámites iniciales.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Constitución y legalización. ◆ Gestionamiento de recursos financieros.
D. Construcción y redistribución de las instalaciones.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Compra del terreno para planta empacadora. ◆ Obra civil. ◆ Selección de empresa para redistribución de las instalaciones.
E. Equipamiento.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Gestionamiento de compra de maquinaria, mobiliario y equipo. ◆ Instalación de maquinaria, mobiliario y equipo.
F. Abastecimiento de recursos.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Recurso humano para planta empacadora. ◆ Materias primas y materiales.
G. Puesta en marcha.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Prueba piloto. ◆ Promoción del producto.

DESGLOSE ANALITICO DE OBJETIVOS



DESGLOSE ANALITICO DE ACTIVIDADES.

A continuación se describen las diferentes actividades que conforman cada paquete de trabajo del proyecto con sus respectivas precedencias y duración.

Tabla 241: Desglose analítico de actividades.

ID.	ACTIVIDAD	DURACION (DIAS)	INICIO	FINAL	ACT. PREDECESORA	ACT. SUBSECUENTE
A. PROMOCION DEL PROYECTO						
Planificación de la promoción		5 días				
a	Desarrollo de la promoción	5	1	5	-	b
Selección de los medios de comunicación		5 días				
b	Definir los medios de comunicación a emplear	2	6	7	a	c
c	Cotizar, evaluar y seleccionar la empresa	3	8	10	b	d
B. CONFORMACIÓN DE LA RED EMPRESARIAL.						
Gestión de la red.		15 días				
d	Búsqueda y elección de la institución prestadora de asesoría	10	11	20	c	e
e	Realización de convocatorias a reuniones de participación	5	21	25	d	f
Estructuración de la red		138 días				
f	Realización de reuniones informativas y organizativas	30	26	55	e	g

g	Creación de la carta de compromiso	3	56	58	f	h
h	Elaboración de diagnóstico de cada productor participante.	30	59	88	g	i
i	Realización de análisis FODA.	15	89	103	h	j
j	Diseño de sistemas	60	104	163	i	k,l,m,n,o,p,q,r
Aplicación de sistemas.		170 días				
k	Aplicación del Sistema de organización	20	164	183	j,kk	qq
l	Aplicación del Sistema de contabilidad	15	184	198	j	m
m	Aplicación del Sistema de costos	15	199	213	j,l	n
n	Aplicación del Sistema de información	15	214	228	j,m	o
o	Aplicación del Sistema de producción	60	229	288	j,n	p
p	Aplicación del Sistema de higiene	30	289	318	j,o	q
q	Aplicación del Sistema de comercialización y exportación	15	319	333	j,p	zz
C. TRÁMITES INICIALES.						
Constitución y legalización		58 días				
r	Contratación de servicios de abogado	1	334	334	j	s

s	Elaborar escritura de constitución de la empresa	2	335	336	r	t,u,v
t	Inscripción en el registro de comercio	5	337	341	s	y
u	Obtener solvencia municipal	3	342	344	s	z,dd
v	Tramitar el NIT en el Ministerio de Hacienda	8	345	352	s	w
w	Tramitar el número de registro de contribuyente (IVA).	8	353	360	v	x
x	Tramitar servicios básicos.	10	361	370	w	z
y	Inscripción en el registro de marca	21	371	391	t	z
Gestionamiento de recursos financieros		15 días				
z	Búsqueda de fuentes de financiamiento	3	392	394	u,x,y	aa
aa	Selección de la mejor opción de financiamiento	1	395	395	z	bb
bb	Tramitar el financiamiento.	10	396	405	aa	cc
cc	Obtención del crédito	1	406	406	bb	ee,ll,ss
D. CONSTRUCCIÓN Y REDISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES						
Compra de terreno para planta empacadora		5 días				

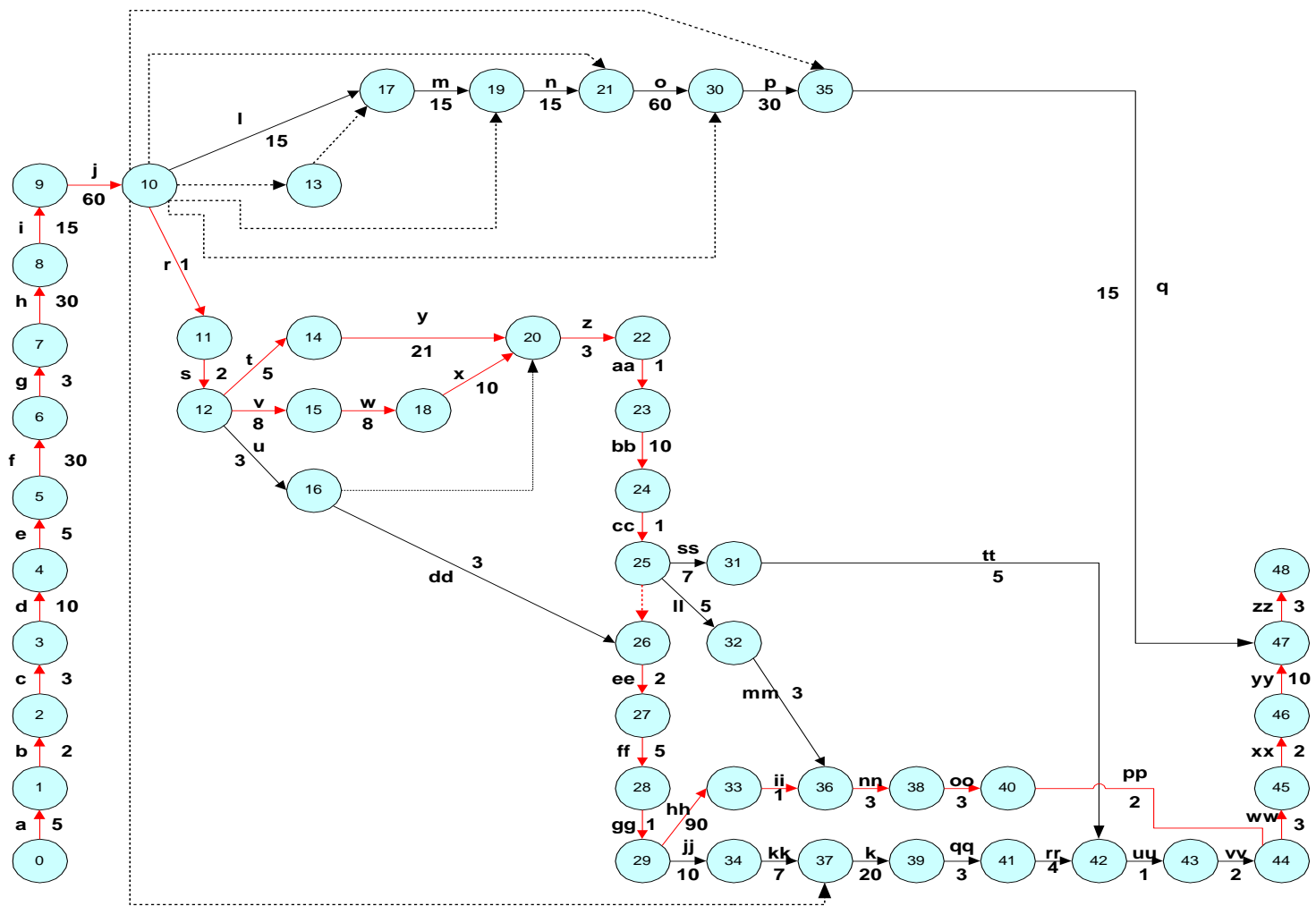
dd	Cotizar terrenos.	3	407	409	u	ee
ee	Adquisición del terreno	2	410	411	cc,dd	ff
Obra civil		114 días				
ff	Licitación de la construcción.	5	412	416	ee	gg
gg	Selección y contratación de la empresa constructora.	1	417	417	ff	hh,jj
hh	Construcción y supervisión de la planta empacadora	90	418	507	gg	ii
ii	Entrega de la planta empacadora	1	508	508	hh	nn
Redistribución de las instalaciones		17 días				
jj	Evaluación de las instalaciones actuales.	10	509	518	gg	kk
kk	Redistribución.	7	519	525	jj	k
E. EQUIPAMIENTO						
Gestionamiento de compra de maquinaria, mobiliario y equipo.		11 días				
ll	Cotizar precios de equipo.	5	526	530	cc	mm
mm	Evaluar, seleccionar y comprar.	3	531	533	ll	nn
nn	Recibir maquinaria, mobiliario y equipo comprado.	3	534	536	ii, mm	oo

Instalación de maquinaria, mobiliario y equipo		5 días				
oo	Adecuación e instalación maquinaria, mobiliario y equipo.	3	537	539	nn	pp
pp	Prueba preliminar de maquinaria y equipo	2	540	541	oo	ww
F. ABASTECIMIENTO DE RECURSOS						
Recurso humano para planta empacadora		7 días				
qq	Evaluar puestos y funciones.	3	542	544	k	rr
rr	Contratar personal	4	545	548	qq	uu
Materia prima y materiales		12 días				
ss	Búsqueda de proveedores de materia prima y materiales.	7	549	555	cc	tt
tt	Gestionamiento de compras.	5	556	560	ss	uu
G. PUESTA EN MARCHA						
Prueba piloto		8 días				
uu	Planificación de la prueba piloto.	1	561	561	rr,tt	vv
vv	Preparación de materiales.	2	562	563	uu	ww
ww	Ejecutar prueba piloto	3	564	566	pp,vv	xx
xx	Evaluar resultados de	2	567	568	ww	yy

	prueba y corregir					
promoción del producto		13 días				
yy	Afiliación SIEX y CENTREX, COEXPRO	10	569	578	xx	zz
zz	Planificación de la promoción de los productos.	3	579	581	q,yy	-

B. PROGRAMACIÓN.

Figura 58: Diagrama de redes.



Según el diagrama de redes aplicado, la duración del proyecto es de 332 días hábiles, es decir, aproximadamente 11 meses y 2 días.

A continuación se muestra una tabla resumen de los tiempos más próximos y más tardíos de cada actividad, así como las holguras en la ejecución de cada una de éstas.

Tabla 242: Tiempos más próximos, tiempos más tardíos y holguras de cada actividad.

ACT.	IMP	IMT	FMP	FMT	HT	HL	HI
a	0	0	5	5	0	0	0
b	5	5	7	7	0	0	0
c	7	7	10	10	0	0	0
d	10	10	20	20	0	0	0
e	20	20	25	25	0	0	0
f	25	25	55	55	0	0	0
g	55	55	58	58	0	0	0
h	58	58	88	88	0	0	0
i	88	88	103	103	0	0	0
j	103	103	163	163	0	0	0
k	232	284	252	304	52	0	52
l	163	179	178	194	16	0	16
m	178	194	193	209	16	0	16
n	193	209	208	224	16	0	16
o	208	224	268	284	16	0	16
p	268	284	298	314	16	0	16
q	298	314	313	329	16	16	16
r	163	163	164	164	0	0	0
s	164	164	166	166	0	0	0

t	166	166	171	171	0	0	0
u	166	189	169	192	23	0	23
v	166	166	174	174	0	0	0
w	174	174	182	182	0	0	0
x	182	182	192	192	0	0	0
y	171	171	192	192	0	0	0
z	192	192	195	195	0	0	0
aa	195	195	196	196	0	0	0
bb	196	196	206	206	0	0	0
cc	206	206	207	207	0	0	0
dd	169	204	172	207	35	35	35
ee	207	207	209	209	0	0	0
ff	209	209	214	214	0	0	0
gg	214	214	215	215	0	0	0
hh	215	215	305	305	0	0	0
ii	305	305	306	306	0	0	0
jj	215	267	225	277	52	0	52
kk	225	277	232	284	52	0	52
ll	207	298	212	303	91	0	91
mm	212	303	215	306	91	91	91
nn	306	306	309	309	0	0	0
oo	309	309	312	312	0	0	0
pp	312	312	314	314	0	0	0
qq	252	304	255	307	52	0	52

rr	255	307	259	311	52	0	52
ss	207	299	214	306	92	0	92
tt	214	306	219	311	92	0	92
uu	259	311	260	312	52	0	52
vv	260	312	262	314	52	52	52
ww	314	314	317	317	0	0	0
xx	317	317	319	319	0	0	0
yy	319	319	329	329	0	0	0
zz	329	329	332	332	0	0	0

Cronograma de ejecución.

La ejecución del proyecto se presenta a continuación a través de un Diagrama de Gantt para mostrar mejor el tiempo de duración de cada actividad y la secuencia entre ellas.

ID	Actividades	Duración	Jul 2007			Ago 2007				Sep 2007				Oct 2007				Nov 2007				Dec 2007				Ene 2008			Feb 2008	
			7/15	7/22	7/29	8/5	8/12	8/19	8/26	9/2	9/9	9/16	9/23	9/30	10/7	10/14	10/21	10/28	11/4	11/11	11/18	11/25	12/2	12/9	12/16	12/23	12/30	1/6	1/13	1/20
1	hh	Construcción y supervisión de la planta empacadora	[Barra azul continua desde 9/23 hasta 12/30]																											
2	ii	Entrega de la planta empacadora	[Barra azul vertical en 1/6]																											
3		Redistribución de las instalaciones	[Barra azul continua desde 9/23 hasta 12/30]																											
4	jj	Evaluación de las instalaciones actuales.	[Barra azul continua desde 9/23 hasta 9/30]																											
5	kk	Redistribución.	[Barra azul continua desde 10/7 hasta 10/14]																											
6		E. EQUIPAMIENTO																												
7		Gestionamiento de compra de maquinaria, mobiliario y equipo.																												
8	ll	Cotizar precios de equipo.	[Barra azul continua desde 8/26 hasta 9/2]																											
9	mm	Evaluar, seleccionar y comprar.	[Barra azul continua desde 9/9 hasta 9/16]																											
10	n.n	Recibir maquinaria, mobiliario y equipo comprado.	[Barra azul vertical en 1/6]																											
11		Instalación de maquinaria, mobiliario y equipo																												
12	oo	Adecuación e instalación maquinaria, mobiliario y equipo.	[Barra azul vertical en 1/13]																											
13	pp	Prueba preliminar de maquinaria y equipo	[Barra azul vertical en 1/20]																											
14		F. ABASTECIMIENTO DE RECURSOS																												
15		Recurso humano para planta empacadora																												
16	qq	Evaluar puestos y funciones.	[Barra azul vertical en 10/21]																											
17	rr	Contratar personal	[Barra azul continua desde 10/28 hasta 11/4]																											
18		Materia prima y materiales																												
19	s.s	Búsqueda de proveedores de materia prima y materiales.	[Barra azul continua desde 9/9 hasta 9/16]																											
20	tt	Gestionamiento de compras.	[Barra azul continua desde 9/16 hasta 9/23]																											
21		G. PUESTA EN MARCHA																												
22		Prueba piloto																												
23	u.u	Planificación de la prueba piloto.	[Barra azul vertical en 11/11]																											
24	vv	Preparación de materiales.	[Barra azul vertical en 11/18]																											
25	ww	Ejecutar prueba piloto	[Barra azul vertical en 1/13]																											
26	xx	Evaluar resultados de prueba y corregir	[Barra azul vertical en 1/20]																											
27		promoción del producto																												
28	yy	Afiliación SIEX y CENTREX, COEXPRO	[Barra azul continua desde 1/27 hasta 2/3]																											
29	zz	Planificación de la promoción de los productos.	[Barra azul vertical en 2/10]																											
		FIN																												

Programación financiera.

Con la ayuda de investigación de campo e información secundaria, se describen los siguientes costos para cada subsistema de trabajo.

Tabla 243: Costo de subsistemas en la implantación.

SUBSISTEMA	ASPECTOS CONSIDERADOS	COSTO (\$)
A. Promoción del proyecto.	Todo lo relacionado a la promoción del proyecto	991.12
B. Conformación de la Red Empresarial.	Capacitación de los miembros de la red: \$1,625.00 Investigación previa al proyecto: \$3,774.75 ⁹⁰ Salarios de la Unidad Ejecutora del Proyecto (siendo \$700/mes para el gerente general y \$400/mes para el gerente operativo y gerente administrativo): \$18,840.00 Imprevistos: \$8,367.31	32,607.06
C. Trámites iniciales.	Gastos de trámites realizados en las diferentes instituciones requeridas. ⁹¹	700.00
D. Construcción y redistribución de las instalaciones.	Compra del terreno: \$748.00 Construcción de la planta empacadora y redistribución de las instalaciones actuales de los productores: \$75,000.00 ⁹²	75,748.00
E. Equipamiento.	Maquinaria y equipo tanto de la planta empacadora como de cada uno de los productores: \$157,000.00 Mobiliario y equipo de oficinas: \$1,950.00 ⁹³ . Repuestos y accesorios: \$7,850.05	166,800.05
F. Abastecimiento de recursos.	Suministros: \$169,717.6 Capital de trabajo: \$23,436.68	193,154.28
G. Puesta en marcha.	Promoción del producto y trámites de exportación inicial.	1,315.60
TOTAL COSTO IMPLANTACION		\$471,316.11

⁹⁰ Ver Evaluación Económica

⁹¹ Ver Evaluación Económica

⁹² Ver Evaluación Económica

⁹³ Ver Evaluación Económica

Continuación de la tabla 244

ID	SUBSISTEMAS DE TRABAJO	2007					2008	
		AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB
	Inicio							
A	Promoción del proyecto							
B	Conformación de la red empresarial	2,508.24	2,508.24	2,508.24	2,508.24	2,508.24	2,508.24	
C	Trámites iniciales	233.33	233.33					
D	Constr. y redistrib. De las instalaciones	10,821.14	10,821.14	10,821.14	10,821.14	10,821.14	10,821.14	
E	Equipamiento		33,360.01	33,360.01	33,360.01	33,360.01	33,360.01	
F	Abastecimiento de recursos				64,384.76	64,384.76	64,384.76	
G	Puesta en marcha				328.90	328.90	328.90	328.90
	Final	13,562.71	46,922.72	46,689.39	111,403.05	111,403.05	111,403.05	328.90

C. ORGANIZACIÓN.

La organización se refiere a la asignación de personal que estará a cargo de la implantación del proyecto, también conocido como “Unidad ejecutora del proyecto”, ya que sus funciones terminarán cuando la empresa inicie sus operaciones.

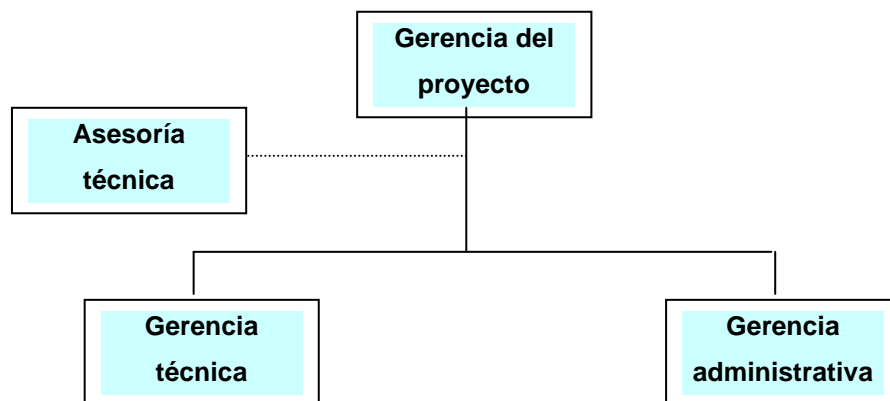
A. *Estilo de organización.*

Para la implantación del proyecto, se ha propuesto un estilo de organización EXCLUSIVO O DE PROYECTO, Ya que puede decirse que es un proyecto de tamaño intermedio por lo cual no podría aplicarse el tipo funcional, además la Asociación Los Nonualcos cuenta con recursos limitados para utilizar el tipo matricial; el proyecto lo que busca es ayudar a un grupo de personas a organizarse y producir, por lo que el estilo propuesto se cree que puede ser el más idóneo.

B. *Organigrama.*

En el diseño de la organización de la unidad ejecutora, se ha tomado en cuenta que sea lo más sencilla posible, quedando el organigrama de la siguiente manera.

Figura 59: Organización para la implantación



C. Manual de organización.

Manual de Organización Para la Unidad Ejecutora del Proyecto
<p style="text-align: center;">INTRODUCCION.</p> <p>El manual de organización es un instrumento administrativo que describe con detalle la estructura de la empresa, así como también la relación que existe entre las unidades para el logro de los objetivos.</p> <p>Todas las áreas que conforman la Unidad Ejecutora del Proyecto, tendrán una guía practica para desarrollar las actividades que les compete; ya que el Manual de Organización explica la jerarquía, los grados de autoridad y responsabilidad, funciones y actividades de cada uno de las unidades de la organización.</p> <p>Un aspecto fundamental que se obtiene con la implementación de este manual, es facilitar la toma de decisiones dentro de la Unidad.</p>

**Manual de Organización
Para la Unidad Ejecutora del Proyecto**

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL:

Establecer una guía que permita aclarar o dar a conocer los objetivos, la estructura y funciones de cada individuo que participa en la Unidad Ejecutora del Proyecto.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conocer los objetivos y niveles de autoridad de cada una de las áreas que conforman la Unidad Ejecutora del Proyecto.
- Especificar las responsabilidades y funciones de cada una las áreas que conforman la Unidad Ejecutora del Proyecto.
- Servir como guía e instrumento de consulta permanente para el personal que participa en la Unidad Ejecutora del Proyecto.

**Manual de Organización
Para la Unidad Ejecutora del Proyecto**

AMBITO DE APLICACIÓN.

El ámbito de aplicación del Manual de Organización abarca las distintas áreas que conforman la Unidad Ejecutora del Proyecto.

El documento podrá ser utilizado por todo el personal con previa autorización del Gerente del proyecto.

Manual de Organización
Para la Unidad Ejecutora del Proyecto

INSTRUCCIONES PARA EL USO Y APLICACIÓN.

A continuación se presentan algunas instrucciones con el fin de que el Manual de Organización pueda ser entendido por todos los usuarios:

El personal debe de conocer e interpretar adecuadamente el manual.

- √ No se deben de sacar las páginas del manual.
- √ No se pueden sustituir páginas con otras funciones sin previa autorización.

Manual de Organización Para la Unidad Ejecutora del Proyecto	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Gerencia del proyecto	PAGINA 1 DE 3
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Ninguno	UNIDADES SUBORDINADAS: Gerencia técnica Gerencia administrativa
OBJETIVOS DEL CARGO: Planificar, coordinar, dirigir y evaluar el desarrollo de todas las actividades que componen el plan de implantación del proyecto.	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
	FECHA DE REVISION: Agosto de 2006
	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Planificar, organizar, dirigir y controlar el desarrollo de cada actividad de la ejecución del proyecto. ⊕ Promocionar el proyecto. ⊕ Formular políticas y estrategias para la administración del proyecto. ⊕ Dar seguimiento y evaluar cada objetivo propuesto para la implantación del proyecto. ⊕ Establecer planes de asignación de recursos para cada unidad y controlar el cumplimiento de los mismos. ⊕ Coordinar los avances del plan de implantación de acuerdo a lo presupuestado. ⊕ Tomar decisiones en situaciones críticas que se presenten durante la implantación del proyecto. 	

Manual de Organización Para la Unidad Ejecutora del Proyecto	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Gerencia técnica	PAGINA 2 DE 3
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Gerencia del proyecto	UNIDADES SUBORDINADAS: Ninguna
OBJETIVOS DEL CARGO: Desarrollar las actividades relacionadas con el manejo de recursos, descritos en el plan de implantación del proyecto.	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
	FECHA DE REVISION: Agosto de 2006
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Gestionar y cotizar los equipos óptimos para el proyecto. ⊕ Dar lineamientos del personal idóneo para su unidad. ⊕ Capacitar personal de acuerdo a las necesidades requeridas. ⊕ Elaborar informes de gastos de los recursos manejados. ⊕ Establecer formas de pago a proveedores y definir condiciones de servicio post-venta. ⊕ Elaborar informes del avance del proyecto en el área de compras. ⊕ Elaborar la planificación de la prueba piloto. ⊕ Coordinar las actividades de la prueba piloto. ⊕ Elaborar el plan general de trabajo. ⊕ Controlar inventarios de equipo y personas. ⊕ Informar al Gerente del proyecto del avance del proyecto sobre equipamiento y puesta en marcha. 	

Manual de Organización Para la Unidad Ejecutora del Proyecto	
NOMBRE DE LA UNIDAD: Gerencia administrativa	PAGINA 3 DE 3
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Gerencia del proyecto	UNIDADES SUBORDINADAS: Ninguna
OBJETIVOS DEL CARGO: Colaborar con gerencia de proyecto en cuanto a actividades de tipo administrativas con el fin de optimizar recursos y alcanzar los objetivos del plan de implantación del proyecto.	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
	FECHA DE REVISION: Agosto de 2006
	FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Realizar trámites para la legalización de la empresa. ⊕ Establecer paquetes de prestaciones a ofrecer al personal a contratar. ⊕ Capacitar al personal contratado. ⊕ Controlar los resultados de la capacitación. ⊕ Formular y mantener los planes de trabajo. ⊕ Preparar presupuestos operativos. ⊕ Preparar informes de avances en su área. ⊕ Colaborar con el establecimiento de políticas para el proyecto en cuanto a lo referente al área de personal y finanzas. 	

**Manual de Puestos
Para la Unidad Ejecutora del Proyecto**

INTRODUCCION.

El manual de puestos es un instrumento administrativo que describe con detalle las responsabilidades de cada puesto dentro de la organización, así como también la relación que existe entre ellos para el logro de los objetivos.

Todos los puestos que conforman la Unidad Ejecutora del Proyecto, tendrán una guía practica para desarrollar las actividades específicas que les compete a cada uno; ya que el Manual de Puestos explica la jerarquía, los grados de autoridad y responsabilidad, funciones y actividades de cada uno de los puestos de la organización.

Manual de Puestos
Para la Unidad Ejecutora del Proyecto

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL:

Establecer una guía que permita aclarar o dar a conocer los objetivos, la estructura y funciones de cada puesto desempeñado dentro de la Unidad Ejecutora del Proyecto.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conocer los objetivos y niveles de autoridad de cada uno de los que conforman la Unidad Ejecutora del Proyecto.
- Especificar las responsabilidades y funciones de cada uno los puestos que conforman la Unidad Ejecutora del Proyecto.
- Servir como guía e instrumento de consulta permanente para el personal que participa en la Unidad Ejecutora del Proyecto.

Manual de Puestos
Para la Unidad Ejecutora del Proyecto

AMBITO DE APLICACIÓN.

El ámbito de aplicación del Manual de Puestos abarca los distintos cargos que conforman la Unidad Ejecutora del Proyecto.

El documento podrá ser utilizado por todo el personal con previa autorización del Gerente del proyecto.

Manual de Puestos
Para la Unidad Ejecutora del Proyecto

INSTRUCCIONES PARA EL USO Y APLICACIÓN.

A continuación se presentan algunas instrucciones con el fin de que el Manual de Puestos pueda ser entendido por todos los usuarios:

El personal debe de conocer e interpretar adecuadamente el manual.

- √ No se deben de sacar las páginas del manual.
- √ No se pueden sustituir páginas con otras funciones sin previa autorización.

Manual de Puestos Para la Unidad Ejecutora del Proyecto	
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente del proyecto	PAGINA 1 DE 6
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Ninguno	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
SUBORDINADOS: Gerente técnico Gerente administrativo	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar las actividades necesarias para la realización del proyecto. 2. Coordinar de manera conjunto con los asesores técnicos todos los planes en cuanto a la implantación de la red empresarial. 3. Organizar y asignar los recursos para la ejecución del proyecto. 4. Dirigir y controlar las operaciones de ejecución para que el conjunto de acciones a realizar se junten en tiempo, costo y calidad. 5. Mantener contacto con los interesados en el proyecto. 6. Representar a los interesados de la red por establecerse ante terceros. 7. Tomar decisiones sobre cambios relevantes en situaciones especiales durante la ejecución de los sistemas de trabajo. 8. Tomar acciones de contingencia ante las desviaciones que surjan. 	

Manual de Puestos Para la Unidad Ejecutora del Proyecto	
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente del proyecto	PAGINA 2 DE 6
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Ninguno	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
SUBORDINADOS: Gerente técnico Gerente administrativo	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO EDUCACIÓN: Ingeniero industrial o administrador de empresas EXPERIENCIA: Por lo menos 3 años en puestos similares.	
PERFIL DE CONTRATACIÓN EDAD: Más de 25 años SEXO: Indiferente	
APTITUDES 1. Capacidad de liderazgo. 2. Conocimientos técnicos en lo referente al proyecto a implantar. 3. Capacidad de toma de decisiones. 4. Conocimientos del proceso administrativo. 5. Integridad en su actuación 6. Habilidad en el manejo de conflictos. 7. Capacidad en dirección de personal. 8. Capacidad de comunicación	

Manual de Puestos Para la Unidad Ejecutora del Proyecto	
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente técnico	PAGINA 3 DE 6
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Gerente del proyecto	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
SUBORDINADOS: Ninguno	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar contactos y evaluar cotizaciones de proveedores de maquinaria, equipo, y mobiliario. 2. Negociar, establecer condiciones de pago, asesoramientos y adiestramientos ofrecidas por los proveedores. 3. Recibir y revisar las instalaciones físicas del proyecto. 4. Recibir y supervisar la instalación de materiales, maquinaria, equipo y mobiliario para el proyecto. 5. Supervisar y controlar la recepción de suministros. 6. Elaborar y actualizar el banco de proveedores. 7. Presentar informes al gerente del proyecto sobre los avances realizados en su área. 8. Coordinar actividades relacionadas al plan piloto. 9. Colaborar con los asesores técnicos en cuanto a la aplicación de la red empresarial. 	

Manual de Puestos Para la Unidad Ejecutora del Proyecto	
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente técnico	PAGINA 4 DE 6
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Gerente del proyecto	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
SUBORDINADOS: Ninguno	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO EDUCACIÓN: Ingeniero industrial EXPERIENCIA: 3 años en puestos similares.	
PERFIL DE CONTRATACIÓN EDAD: Más de 25 años SEXO: Indiferente	
APTITUDES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de liderazgo. 2. Conocimientos técnicos en lo referente al proyecto a implantar y conocimientos en técnicas de compra. 3. Capacidad de toma de decisiones. 4. Habilidad en el manejo de conflictos. 5. Capacidad en dirección de personal. 6. Experiencia práctica en las funciones de producción, almacén, contabilidad, ventas y finanzas. 7. Capacidad de comunicación 	

Manual de Puestos Para la Unidad Ejecutora del Proyecto	
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente administrativo	PAGINA 5 DE 6
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Gerente del proyecto	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
SUBORDINADOS: Ninguno	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Colaborar con los asesores técnicos en cuanto a la implantación de la red. 2. Revisar la elaboración de los nuevos estatutos y reglamentos de la red. 3. Realizar la constitución e inscripción de la organización 4. Tramitar la instalación de los servicios públicos a utilizar por el proyecto 5. Aperturar las cuentas bancarias. 6. Gestionar el financiamiento del proyecto apoyando al gerente de éste en los trámites legales necesarios para su aprobación. 7. Programar y coordinar los desembolsos necesarios para la ejecución del proyecto. 8. Elaborar los contratos de construcción, suministro de maquinaria, equipo y mobiliario. 9. Reportar resultados al gerente del proyecto. 10. Realizar estudios de puestos de selección de personal. 11. Seleccionar y contratar personal a elaborar en la organización 	

Manual de Puestos Para la Unidad Ejecutora del Proyecto	
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente administrativo	PAGINA 6 DE 6
DEPENDENCIA JERARQUICA DIRECTA: Gerente del proyecto	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
SUBORDINADOS: Ninguno	FECHA DE ELABORACION: Agosto de 2006
REQUISITOS MINIMOS DEL PUESTO	
EDUCACIÓN: Ingeniero industrial o administrador de empresas EXPERIENCIA: 3 años en puestos similares.	
PERFIL DE CONTRATACIÓN	
EDAD: Más de 25 años SEXO: Indiferente	
APTITUDES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de liderazgo. 2. Conocimientos financieros y contables. 3. Habilidad de negociación 4. Capacidad de toma de decisiones. 5. Habilidad en el manejo de conflictos. 6. Capacidad en dirección de personal. 7. Capacidad de comunicación 	

CONCLUSIONES

- En la actualidad, los productores de antojos típicos salvadoreños de la zona de la Micro región los Nonualcos se encuentran en su mayoría sin ningún tipo de organización formal y manejando improvisadamente los aspectos importantes como inventario, costos de producción, higiene, etc.
- Después de establecer, valorar y evaluar los criterios para seleccionar de manera preliminar, los Antojos Típicos Salvadoreños, los productos que resultaron con mayor puntaje fueron las pupusas, los tamales de elote, las empanadas, las riguas y los nuegados, de tal manera que en la etapa de diagnóstico fueron investigados todos ellos.
- La Micro Región Los Nonualcos cuenta con 108 productores, de los cuales el 65% conforman pequeñas empresas y el 35% restante, microempresas⁹⁴. Además, el 95% de los productores están dispuestos a asociarse para constituir una nueva empresa (106 productores), y el 95% no tiene una organización formal como tal.
- Para recolectar la información primaria del mercado consumidor se elaboró una encuesta personal, de manera que contuviera los aspectos necesarios que sirvieran para llevar a cabo el análisis de dicho mercado. También se elaboró una guía de entrevista destinada a los productores actuales de Antojos Típicos Salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos, con el objetivo de recolectar la información suficiente para realizar el diagnóstico pertinente.
- Los productos en estudio son aceptados en importante porcentaje por la población tanto salvadoreña como estadounidense, lo que constituye un mercado potencial al cual apostarle.
- Los productos seleccionados después de la investigación de campo fueron: las pupusas de maíz rellenas de queso, los tamales de elote sin ningún relleno (solos), las empanadas rellenas de leche, las riguas sin relleno (solas) y los nuegados de yuca, éstos según las preferencias de la población. Sin embargo, en la investigación en cuanto a conservación de dichos productos, se determinó que para conservar las empanadas se requiere de procesos de congelamiento de mayor costo (congelamiento rápido a base de CO₂ e

⁹⁴ Según la clasificación de la DIGESTIC

hidrogeno) y que los canales de distribución no cuentan con ellos, por lo cual este producto ya no fue considerado para las siguientes etapas del estudio.

- Las materias primas requeridas para el proyecto: harina de maíz, elote, yuca y arroz, pueden ser abastecidas por los productores del departamento de La Paz según la investigación realizada. En el caso del quesillo, resulto ser insuficiente para abastecer el proyecto, por lo cual se sugiere adquirir lo necesario en zonas principalmente productoras de lácteos como Sonsonate. En cuanto a plátano y leche, ya que no se poseen datos estadísticos por departamento pudo verificarse que de la producción nacional solo se requiere un 0.6%.
- En total son 43 empresas competidoras directas legalmente establecidas y 372 empresas consideradas como competencia indirecta (solo las registradas). Entre las principales empresas competidoras que se tendrían son Río Grande, CRIO Inversiones SA. de CV., Del Tropic Food, entre otras.
- Luego de la investigación realizada y el análisis pertinente, pudo determinarse que la constitución de una “Red Empresarial” es la mejor solución para crear el modelo de empresa que se propone para los productores de antojos típicos salvadoreños de la Micro Región Los Nonualcos.
 - Con la investigación realizada y el análisis requerido, se determinó que la mejor forma de asociación legal que le conviene a la red empresarial de Los Nonualcos, es la Cooperativa, con el fin de obtener mayores beneficios en cuanto a costos, financiamiento, capacitaciones, etc. generando así productos competitivos en el mercado global.
 - Con los tres sistemas que se han diseñado dentro del proyecto: Sistema Administración y Finanzas, Producción y Comercialización, se abarcan todos los sectores de una empresa de una manera clara y sencilla, ya que son los productores de la Micro región Los Nonualcos los encargados del manejo de la Red luego del periodo de estructuración, en cada uno de estos sistemas se detallan los formatos necesarios, la manera de realizar los cálculos y los requisitos que cada productor debe de cumplir.
 - Los subsistemas que se plantean dentro del sistema de Administración y Finanzas, se han creado con el objeto de controlar costos, realizar balances generales, estados de perdidas y ganancias, y los manuales de organización; donde se detalla las funciones de cada una de las personas que laboran, así como las dependencias de los departamentos y un

sistema de información donde se detallan una serie de formatos útiles para la recolección de información interna y externa requerida. Todos estos subsistemas están creados para la Red Empresarial integrada como tal.

- En el área de producción se detalla una manera sencilla de calcular los pronósticos de ventas, de producción, cálculos de inventario de materia prima y productos terminados, además se describe un manual de higiene, en el cual se detallan los requisitos mínimos para la producción de antojos típicos y el empaqueo de los mismos; esto con el propósito de evitar inconvenientes al momento de comercializar los productos, tanto en el país como en los Estados Unidos.
- Los canales de distribución se detallan en el manual de Comercialización y Exportación, en lo que respecta al mercado nacional, los antojos típicos se distribuirán en los supermercados mas importantes del país, en las ciudades consideradas mas desarrolladas; en cuanto al mercado extranjero, la distribución se realizará por medio de un agente en los Estados Unidos.
- Con el diseño de la propuesta se ha pretendido detallar de manera específica el concepto y la relación que debe existir entre cada elemento componente de la Red Empresarial de manera que cada integrante de ésta conozca cual será su desempeño dentro ella.
- La implantación del proyecto tendrá un costo de \$471,316.11, la cual incluye la ejecución de cada subsistema de trabajo desde la promoción del proyecto hasta la puesta en marcha. Además la duración de dicha implantación será de 13.2 meses.
- Para el control de la ejecución del proyecto se ha presentado el cronograma respectivo y el diagrama de redes, de los cuales se identifican la duración de cada actividad a desarrollar y la secuencia que existe entre ellas. Además, se ha determinado el camino de ejecución crítico para el mejor control de las actividades que lo conforman.
- Se detalló cada uno de los rubros con el propósito de determinar la inversión inicial necesaria para llevar a cabo la propuesta que se desarrolla para los productores de antojos típicos de la Micro región Los Nonualcos, para obtener una visión amplia del monto necesario y la dirección que tomará esta inversión, dicha inversión es de \$471,316.11.

-
- Teniendo los egresos necesarios para la elaboración de los antojos típicos, se determina el costo unitario del producto, que representa el costo de elaborar cada uno de los productos que abarca el proyecto; con la obtención del costo unitario, se determina el precio de venta donde va integrado el costo unitario mas un margen de utilidad que se detalla en el desarrollo del producto; para el mercado nacional se pretende obtener un 50% de utilidad y para los productos a exportar, se espera percibir un 100% de utilidad, estos porcentajes se calculan partiendo de los precios que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar, así como los precios que se manejan en el mercado por parte de la competencia.
 - Se aplica el análisis bajo la técnica del punto de equilibrio donde se determina los niveles mínimos de producción o de ventas para no incurrir en pérdidas, en el caso del proyecto se desarrolla planteando el nivel mínimo de ventas el cual representa \$269,662.47, y representa el valor que tiene que ser vendido para que los ingresos sean iguales a los egresos.
 - Se propone una combinación de financiamiento, el 5% aportado por la Cooperación técnica Alemana con sus iniciales en alemán GTZ, lo cual representa \$23,565.81 que será entregado como donación; el 95% restante será aportado por el Banco Multisectorial de Inversiones BMI a través de una entidad financiera a un interés del 12.5% anual lo que representa \$447,750.30 y este préstamo se cancelara en 10 años otorgando 2 años de periodo de gracia.
 - Se hace uso de herramientas financieras como la Tasa Mínima Atractiva de Retorno para cada una de las entidades involucradas en el financiamiento del proyecto; Valor Actual Neto que representa una comparación entre los ingresos y egresos que percibirá el proyecto a lo largo de un periodo estipulado, el cual es \$941,041.94; Tasa Interna de Retorno que determina la tasa que iguala los flujos futuros de entrada de efectivo a los costos de inversión y cuya tasa es de 77%; análisis Beneficio Costo que detalla cuanto se gana por cada dólar invertido, en este caso se ganaría \$0.75 y el Tiempo de Recuperación de la inversión el cual determina que la inversión se recuperará en 4.7 años.
 - Como otra manera de realizar una evaluación más al proyecto, se utilizó el análisis de sensibilidad, por medio del cual se puede determinar cuanto se afecta (que tan sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto, del cual pudo verificarse que el proyecto sigue siendo rentable aun cuando pudiese disminuir la producción en un 30%.

RECOMENDACIONES

- √ Incentivar al consumo de productos típicos nacionales, a través de ferias o espacios que garanticen el conocimiento del producto.
- √ Incentivar al sector agrícola del departamento de La Paz, para el cultivo de las diferentes materias primas e insumos utilizados en la producción de antojos típicos, a través de financiamiento, subsidios y capacitaciones.
- √ Para la realización de este proyecto se requerirá de apoyo técnico y financiero, por lo que se invita a la participación de entidades gubernamentales y no gubernamentales de manera directa o indirecta, ya que es un proyecto que aportará al desarrollo económico y social de la zona en estudio.
- √ Existen elementos que cambian de manera constante, como el precio de insumos, requisitos para comercializar y otros; por lo que deben actualizarse en su momento.
- √ Se debe insistir en la creación de normas de calidad específicas que garanticen la inocuidad en la fabricación de los alimentos propios de nuestro país.
- √ En cada uno de los subsistema que compone la solución, se presenta una guía de cómo se ejecutará el procedimiento para determinada área y los datos que aparecen en ellos solo son para ejemplificar.
- √ Deben tenerse muy en cuenta cada elemento de la propuesta realizada, ya que cada uno de éstos es parte de una integración total.
- √ A medida que el proyecto se vaya desarrollando en el tiempo y el mercado lo requiera, debe pensarse en diversificar a un más los productos.

BIBLIOGRAFIA

Libros:

- ✓ OPORTUNIDADES EN EL MERCADO INTERNACIONAL.
 - Casos De El Salvador Y México.
 - Miriam Cruz, Carlos López Y Claudia Achatan
 - Naciones Unidas, CEPAL.

- ✓ ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y LAS OPERACIONES
 - Everett E. Adam. Jr.
 - Cuarta edición.
 - Prentice Hall

- ✓ CONSUMO SALVADOREÑO DE PRODUCTOS ÉTNICOS EN ESTADOS UNIDOS, CONAMYPE, MINISTERIO DE ECONOMIA.

- ✓ UNA PUERTA DE ENTRADA A LOS PRODUCTOS SALVADOREÑOS AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, "ALIMENTOS PROCESADOS ", MINEC

- ✓ MANUAL DE INGENIERÍA Y ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL
 - H.B. MAYNARD
 - MCGRAW-HILL, INC.

- ✓ PRODUCCION, UN ENFOQUE ADMINISTRATIVO
 - Del Rio Gonzalez
 - Editorial ECASA

- ✓ GILDABERTO BONILLA, "CÓMO HACER UNA TESIS DE TRABAJO DE GRADUACIÓN CON TÉCNICAS ESTADÍSTICAS". Colección Textos Universitarios Volumen 18, Universidad José Simeón CAÑAS. CUARTA EDICIÓN. UCA Editores.

- ✓ "INTRODUCCIÓN A LA INGENIERÍA Y AL DISEÑO EN INGENIERÍA" E. V. KRICK, , Lafayette College Easton, Pennsylvania, E.U.A. LIMUSA, Noriega Editores.

- ✓ "EVALUACIÓN DE PROYECTOS" Gabriel Baca Urbina,, Tercera Edición, Mc Graw Hill, 1995.

-
-
- ✓ “CÓDIGO DE COMERCIO DE EL SALVADOR”, 2002, Lic. Ricardo Mendoza Orantes.
 - ✓ ESTUDIO DEL TRABAJO, INGENIERÍA DE MÉTODOS; Roberto García Criollo; McGraw – Hill; México D.F.
 - ✓ PRESUPUESTOS, PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE UTILIDADES; Glenn A. Welsh; 5ª Edición; México D.F.
 - ✓ PRODUCCIÓN “UN ENFOQUE ADMINISTRATIVO”; Del Río González Editorial ECASA , 4ª Edición, México DF
 - ✓ ORGANIZACIÓN Y MÉTODOS, UN ENFOQUE COMPETITIVO; Benjamín Franklin, Guillermo Gómez Ceja; McGraw – Hill; México D.F.
 - ✓ EVALUACIÓN DE PROYECTOS; Gabriel Baca Urbina; 4ª edición; McGraw – Hill; México D.F.
 - ✓ GUÍA DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS A LOS ESTADOS UNIDOS; SUBDIRECCIÓN DE INTELIGENCIA COMPETITIVA; dirección desarrollo competitivo empresarial; Ministerio de Economía; Lic. Alicia Urquilla; San Salvador, Noviembre 2005.
 - ✓ MANUAL PARA FORMULACION, EVALUACION Y EJECUCION D EPROYECTOS; Balbino Cañas, tercera edición.

Tesis:

- ✓ DIAGNOSTICO PROPUESTA DE SOLUCIÓN PARA EL APROVECHAMIENTO AGROINDUSTRIAL, DEL LIMÓN PÉRSICO EN EL SALVADOR Marcia Cecilia García Ventura , 2002
- ✓ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA SEMILLA DE ACHIOTE EN EL SALVADOR, BAIRES FLORES, KARLA BEATRIZ, 2005
- ✓ PROPUESTA DE AGRO INDUSTRIALIZACIÓN DEL COCO COMO ESTRATEGIA PARA LA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA AL DESARROLLO RURAL DE LA COMUNIDAD DE

LA ISLA EL ESPÍRITU SANTO, PUERTO EL TRIUNFO EN EL DEPARTAMENTO DE USULUTÁN; Julio Ortega, José Reyes, José Torres; Tesis Ingeniería Industrial; Septiembre 2005.

- ✓ PROPUESTA DE UN MODELO COMPETITIVO PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE DULCES, CONSERVAS Y JALEAS TRADICIONALES DE EL SALVADOR; Ernesto Portillo, Edwin Rivas, Cesia Viscarra; Tesis Ingeniería Industrial; Marzo 2005.

Sitios Web:

www.minec.gob.sv

www.bcr.gob.sv

www.superep.com.mx/productos.htm

www.colombiapack.com

www.mercadolibre.com.ar/santferi

www.gruporeimse.com.mx

www.tiendanautica.net

www.elcompas.com

www.foex.gob.sv

www.tradepointelsalv.com

www.conamype.gob.sv

www.camarasal.com

www.coexport.com

www.fda.gov/oc/spanish/

www.ups.com

www.pci204.cindoc.csi.es

www.panalimentos.org

www.sice.oas.org

www.elsalvadortrade.com

www.centromype.com.sv/empresas

www.elsalvador.com

www.gestiopolis.com

www.gratisweb.com

<http://es.wikipedia.org/wiki/Zacatecoluca>

Entrevista realizadas:

- Ing. Verónica Cea Rivera.
Ejecutiva de Promoción de Exportaciones.
Corporación de Exportadores de El Salvador COEXPORT.
- Luís Guzmán.
Técnico
División de Agro negocios Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)
- Ing. Mario Mazariago
Unidad Socio-economica del CENTA.
- Ing. Betancur
Agencia de CENTA en Zapotitán.
- Licda. Ana Graciela G. de Letona
Dirección de investigación
CONCLUTURA
- René Omar Bonilla (Sindico Municipal del Municipio : San Rafael Obrajuelo)
- Rosa María Ponce (Jefe de Registro y Control Tributario del Municipio El Rosario)
- Rafael Chorro (2º. Concejel Propietario del Municipio de Cuyultitan)
- Lic. Ricardo Teos (Gerente Administrativo de la Alcaldía Municipal de Olocuilta)
- Sonia del Carmen Jovel (Grupo gastronómico de San Rafael Obrajuelo)
- Laura Revelo (Grupo gastronómico de Santiago nonualco)
- Sra. Imelda de Méndez (Alcaldía Municipal de Santiago Nonualco)
- Sr. Roberto Antonio Calzada (Alcalde Municipal San Juan Talpa)
- Sra. Yamileth de Guillen (Secretaria de Alcalde San Luis Talpa)
- Sr. Oscar René Ramírez (Encargado de Relaciones Públicas y Turismo de la alcaldía de San Pedro Masahuat).
- Sra. Rosa Escobar (Secretaria del Alcalde de San Antonio Masahuat).
- Sr. Francisco García (Presidente del GET de San Juan Nonualco).
- Lic. Juan Henríquez
DEMASAL
- Lic. Carlos
Representante de ASILECHE en las oficinas de PROLECHE.
ASILECHE.

GLOSARIO TÉCNICO

Actitud: Predisposición aprendida a responder ante un objeto o clase de objetos de modo uniformemente positivo o negativo.

Activo: significa cualquier pertenencia material o inmaterial.

Activo circulante: se compone básicamente de tres rubros; valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar.

Activo fijo: son los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, equipo de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

AID: Agencia para el Desarrollo Internacional

Alboroto: Bocado esférico, elaborados de Maicillo tostado con miel

Alianzas estratégicas: acuerdos de cooperación entre dos o más organizaciones en la cual cada parte busca agregar a sus competencias los factores objeto de la cooperación, con una visión de largo plazo.

Anglosajón: Se aplica en general a los individuos y pueblos de procedencia y habla inglesa.

Antojos típicos: Alimento ligero, característico de una región.

Área funcional: son las actividades más importantes en la empresa, por medio de las cuales se alcanzan las metas y objetivos, entre estas las más comunes son; área de finanzas, área de mercadeo, área de producción y área de personal.

Balance de materiales: método para determinar los requerimientos de materiales, materias primas e insumos requeridos para elaborar una cantidad determinada de productos.

Balance general: muestra la posición financiera de una empresa completa en un momento dado.

Bienes étnicos: Son productos propios o característicos de una Región

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM): son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación; son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos, y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación; contribuyen al aseguramiento de una producción de alimentos seguros, saludables e inocuos para el consumo humano; son indispensables para la aplicación del sistema HACCP, de un programa de gestión de calidad total o de un sistema de calidad ISO 9000; se asocian con el control a través de inspecciones del establecimiento.

Buñuelo: Bocado esférico, elaborado a base de harina y huevo, aderezado con miel.

Calidad: Es el conjunto de rasgos característicos de un producto o servicio, que lo hacen más o menos adecuado para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario.

Cambio Tecnológico: Introducción generalizada de nuevos métodos de producción, que reducen el coste y mejoran la producción, elevando la productividad.

Canal de Distribución: Ruta o camino que recorre el producto desde el fabricante

Capacidad instalada: Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad. Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de capital que la industria posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado. Normalmente la capacidad instalada no se usa en su totalidad: hay algunos bienes que se emplean sólo en forma limitada puesto que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de capital que intervienen en forma conjunta en la producción de un bien determinado. Cuando hay situaciones de recesión o de crisis el porcentaje de la capacidad instalada utilizado tiende a disminuir, aumentando la capacidad ociosa o no utilizada.

Capacitación: Es complementar la educación académica del "empleado" o prepararlo para emprender trabajos de más responsabilidad.

Capital: es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, en otras palabras es el monto de dinero con el que hay que contar para empezar a trabajar.

Capital de trabajo: es la diferencia del pasivo circulante y activo circulante en una empresa.

Características organolépticas: son las características que poseen los alimentos y que las podemos percibir por medio de los cinco sentidos, por ejemplo, el aroma lo percibimos por medio del olfato, el sabor por medio del gusto, etc.

Carta de actividades relacionadas: constituye un instrumento práctico y eficaz para preparar el planteamiento, es un cuadro organizado en diagonal, en el que aparecen las relaciones entre cada actividad y las demás.

CENTREX: Centro de Trámites para la Exportación de Productos.

Centro de acopio: son centros encargados de la recolección, almacenamiento, selección y empaque de productos procesados, provenientes de productores artesanales o Industriales, y que luego los derivaran a los mercados interno o externo; están constituidos por individuos o grupos asociativos, preparados para el manejo de productos terminados y con capacidad de gestión en la comercialización y exportación de los productos. Sólo sirven de intermediarios entre el productor y el cliente.

CENTROMYPE: Fundación Promotora de la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa.

CIU: Código Industrial Internacional Uniforme

Cliente: Individuo u organización que toma una decisión de compra.

Cluster: conjunto o grupo de empresas pertenecientes a diversos sectores, ubicadas en una zona geográfica limitada, interrelacionadas mutuamente en los sentidos vertical, horizontal y colateral en torno a unos mercados, tecnologías y capitales productivos que constituyen núcleos dinámicos del sector industrial, formando un sistema interactivo en el que, con el apoyo decidido de la administración, pueden mejorar su competitividad.

Codex alimentarius: La Comisión del Codex Alimentarius fue creada en 1963 por la FAO y la OMS para desarrollar normas alimentarias, reglamentos y otros textos relacionados tales como códigos de prácticas bajo el Programa Conjunto FAO/OMS de Normas Alimentarias. Las materias principales de este Programa son la protección de la salud de los consumidores, asegurar unas prácticas de comercio claras y promocionar la coordinación de todas las normas alimentarias acordadas por las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

COEXPORT: Corporación de Exportadores de El Salvador.

Comercialización: Proceso de planificación y ejecución de la concepción del producto y de la fijación del precio, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y de las organizaciones.

CONAMYPE: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.

Congelamiento rápido: es la tecnología idónea para procesar alimentos y conservarlos por largo tiempo sin que estos pierdan sus propiedades nutritivas y organolépticas; en este sistema de congelamiento se utiliza hielo seco (CO₂) y nitrógeno líquido.

Consumidor: Es la persona que compra o utiliza los bienes o servicios ofrecidos en el mercado.

Contaminación cruzada: es la transferencia de bacterias peligrosas de un alimento a otro. Las bacterias que generalmente se encuentran en los alimentos son eliminadas en su mayoría durante la cocción o el lavado en el caso de las frutas y verduras. Pero si estos alimentos una vez cocidos y lavados se ponen en contacto con alimentos crudos (carnes, pescados) o sin lavar (vegetales, frutas, etc.) se pueden recontaminar.

Costeo directo: método de costeo en el cual solo los costos que tienden a variar con el volumen de producción se cargan como costos del producto.

Costeo estándar: método de costeo en el cual todos los costos asociados a los productos se basan en cifras estándares o predeterminadas.

Costeo por absorción: método de costeo en el cual todos los costos indirectos y directos de producción, incluidos los costos indirectos fijos de fabricación, se cargan a los costos del producto.

Costo Beneficio: es la relación que se determina por separado, los valores actuales de los ingresos; así como los valores actuales de los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.

Costo primo: son los materiales directos y la mano de obra directa. Estos costos se relacionan en forma directa con la producción.

Costo unitario: costo total de los bienes manufacturados dividido por el numero de unidades producidas. Esta cifra puede expresarse en términos del costo por toneladas, galón, pie o cualquier otra base de medición.

Costos de distribución: son todos aquellos costos que no son de producción; es decir, que no pueden ser asignados al producto en forma específica, por lo que se distribuyen en función del objeto de costos. La existencia es tan real como la de los costos de producción y los paga, en último termino, el consumidor; una distribución costosa encarece el producto. La distribución comprende todas las actividades necesarias para convertir en dinero el efecto manufacturado y abarca los gastos de venta, los gastos de administración y los gastos financieros conectados a esta actividad distribuidora.

Costos de producción: son todos los costos que intervienen en la elaboración del producto.

Costos fijos: son aquellos costos que en total permanecen constantes a lo largo de un rango relevante de producción en tanto que el costo por unidad varía en forma inversa con la producción.

Costos variables: son aquellos costos que varían en su total, en proporción directa a los cambios en el volumen y cuyo costo unitario permanece constante dentro del rango relevante.

Cultura organizacional: es el conjunto de normas, hábitos y valores, que practican los individuos de una organización, y que hacen de esta su forma de comportamiento.

Datos: Información que se organiza de forma apropiada para análisis manual o por ordenador.

Datos primarios: Información no recopilada o publicada, se puede obtener con ayuda de personal o de técnicas especiales.

Datos Secundarios: Es todo tipo de información disponible y valida para desarrollar el tema de investigación, se encuentra recopilada tanto internamente como externamente.

Demanda: se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda esta determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

Desarrollo Econ.-social: Es el progreso de una región reflejada en una mejor calidad de vida, se puede medir a través de índices.

Descuento: Reducción del precio de una mercancía que ofrece el vendedor a los compradores durante un tiempo determinado.

Diagnostico: Proceso que se realiza en un objeto determinado, generalmente para solucionar un PROBLEMA. En el proceso de diagnóstico dicho problema experimenta cambios cuantitativos y cualitativos, los que tienden a la solución del problema. Consta de varias etapas, dialécticamente relacionadas, que son: - Evaluación - Procesamiento mental de la información - Intervención - Seguimiento.

Diagrama de actividades relacionadas: se deriva de la carta de actividades; donde las actividades se llevan al grafico en función de los objetivos de proximidad valorados en la carta.

Diagrama de bloques: consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo.

Diagrama de bloques: todas las actividades del diagrama, se agrupan en cuadrados enumerados en forma ascendente; además, contiene los grados de cercanía y la relación entre las actividades, hasta llegar al arreglo final.

Diagrama de flujo: es una representación gráfica de los pasos que se siguen en una secuencia de actividades, dentro de un proceso o un procedimiento, identificándolos mediante símbolos de acuerdo con su naturaleza; incluye, además, toda la información que se considere necesaria para el análisis, tal como distancias recorridas, cantidad considerada y tiempo requerido.

Diagrama de procesos: es una representación gráfica de los puntos en los que se introducen materiales en el proceso y del orden de las inspecciones y de todas las operaciones, excepto las incluidas en la manipulación de los materiales; puede además comprender cualquier otra información que se considere necesaria para el análisis.

Diseño: Un proceso para originar una solución conceptual a partir de un requerimiento, y expresarlo de forma que pueda elaborarse un producto o suministrarse un servicio.

Distribución: Canal formado entre el productor y consumidor para distribuir un producto.

Economía de escala: se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza el nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor costo, es decir, a medida que la producción en una empresa crece sus costos por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad. Las economías de escalas pueden ser internas o externas. A la primera categoría pertenecen las que se producen dentro del interior de una firma como producto de la ampliación de la escala de producción, tales como las que surgen de la indivisibilidad de ciertos equipos o procedimientos técnicos, que tienen una escala donde la eficiencia es mayor; las que devienen de la especialización o división del trabajo entre el personal de la firma; las que se producen cuando hay significativos costos fijos de diseño, investigación y desarrollo de productos, etc. Las economías de escala externas son las que se producen cuando, al integrarse diversas firmas, caen los costos de financiamiento o de obtención de materias primas, o cuando es posible hacer economías debido a que se comparten ciertos procesos tecnológicos que obligan a utilizar materias primas o servicios técnicos semejantes.

Eficiencia: Indicador de menor costo de un resultado, por unidad de factor empleado y por unidad de tiempo. Se obtiene al relacionar el valor de los resultados respecto al costo de producir esos resultados.

Empanada: Torta elaborada de plátano y relleno de atole de arroz o frijoles

Empaque: Envoltura o forma en la que está diseñado la protección de un artículo para hacerlo más atractivo y agradable al consumidor.

Emprendedurismo: el espíritu emprendedor “Se trata de un concepto multidimensional, que incluye valores personales, tales como la creatividad, la disposición positiva para la innovación y el cambio, la confianza en uno mismo, el liderazgo, la aceptación del fracaso como fuente de experiencia, las actitudes de cooperación y de trabajo en equipo”.

Encuestas: Técnica de obtención de información que consiste en un cuestionario por escrito, por medio del cual desea obtener información de los hábitos de consumo, gustos y preferencias de los clientes.

Entrevista: Comunicación interpersonal, utilizada para recopilar información, método para obtener información, cara a cara.

Estados de resultados: es un ejercicio contable donde se detallan las entradas y salidas de dinero, también se le llama estado de pérdidas y ganancias.

Estados financieros: son la base para las decisiones de inversión de los accionistas, para las decisiones de préstamos de los bancos y de otras instituciones financieras y para las decisiones de crédito de los vendedores.

Estrategia: Aplicación práctica o desarrollo de procedimientos que conduzcan a conseguir los objetivos fijados.

Estrategias de mercados: Aplicación práctica o desarrollo de procedimientos que conduzcan a conseguir los objetivos de marketing fijados por la empresa

Estructura organizativa: es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de una empresa.

Estudio de mercado: Conjunto de operaciones destinadas a conocer hechos y circunstancias de interés particular que afectan a un mercado, en cuanto a la composición del mismo, necesidades de los consumidores, competencia y otras variables. Es el diseño, recolección y análisis sistemático de información con relación a las características de un mercado específico.

Etiqueta: Es uno de los elementos adicionales más importantes de los artículos que incluye la información de las características de uso, manejo, ingredientes y recomendaciones.

Evaluación ambiental: es el proceso de análisis técnico e interdisciplinario que se realiza sobre el medio físico, biológico y socio económico de una actividad o proyecto de desarrollo propuesto, con el fin de conservar, proteger, recuperar y/o mejorar los recursos naturales, culturales y el medio ambiente en general, así como la salud y calidad de vida de la población.

Evaluación Social: es la que mide los efectos indirectos sociales con la implementación de proyectos.

Evaluar El Proceso: A partir de la comprensión de la misión, los requerimientos de los clientes y los resultados de los indicadores, evaluar el proceso identificando las ayudas y barreras existentes en el entorno y los puntos fuertes y áreas de oportunidad del proceso en sí. El resultado de la evaluación nos permitirá detectar las áreas de mejora a contemplar.

Exportación: Envío de un producto a otro país.

Factores: Elementos que hacen posible o que intervienen en la decisión, ejecución o elaboración de un bien o servicio.

FATmype: Fondo de Asistencia Técnica para la Micro y Pequeña Empresa

FDA: Food and Drugs Administration/Administración de Alimentos y Drogas.

FEDISAL: Fundación para la Educación Integral Salvadoreña.

Festival gastronómico: El Festival Gastronómico es un emprendimiento lleno de belleza, buen gusto y detalles de calidad que lo convierten en algo más que una degustación, es una delicada combinación de lo que todos deseamos encontrar en una propuesta de esta naturaleza: una cocina exquisita y bebidas incomparables.

FISDL: Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local

Flujo de información: En sentido estricto, el flujo de información es la capacidad para relacionar, organizar y estructurar la circulación y el acceso de información en una autopista de información. De igual manera, el volumen del flujo de información está determinado por la producción de información que se realiza y por la capacidad del canal por el cual se moviliza, es decir, la capacidad que posee Internet como autopista de la información.

Formulación de un propósito duradero que distingue a la entidad de otras y le confiere identidad. Incorpora las estrategias, revela su principal producto y las necesidades de la población objetivo a quien se debe satisfacer. Unificar a la institución en torno a “su razón de ser” y al logro de sus objetivos y metas. Describe sus valores y prioridades. Expresa el verdadero sentido de la institución proyectando a la vez una imagen clara de sus actividades esenciales.

Fuentes de información: Son los lugares, documentos o fuentes en donde se puede obtener información, tales como los registros, catálogos, mayoristas, competencia, clientes, institutos, etc.

FUSADES: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social.

Gestión de Calidad Total (TQM): Proceso de mejora continua de la calidad por un mejor conocimiento y control de todo el sistema de forma que el producto recibido por los consumidores esta constantemente en correctas condiciones para su uso, además de mejorar todos los procesos internos de forma tal de producir bienes sin defectos a la primera, implicando la eliminación de desperdicios para reducir los costos, mejorar todos los procesos y procedimientos internos, la atención al cliente y proveedores, los tiempos de entrega y los servicios post-venta.

Grado académico: Nivel de estudio alcanzado por una persona.

GTZ: Cooperación Técnica Alemana

Importación: Es la introducción a un país de mercancías procedentes del extranjero

Incoterms: Son una serie de términos estandarizados que se utilizan en los contratos de compra-venta internacional y que sirven para determinar los pagos que corresponden a cada parte en el contrato.

Industrialización: es la aplicación de procedimientos industriales a una actividad. Para fines del estudio: se entenderá” Al proceso eficiente, mediante el cual se busca la aplicación de algún medio de transformación mecánica, física y/o química, de materia prima e insumos necesarios, para la elaboración de los productos con fines alimenticios, inquiriendo calidad y productividad de los mismos”

Innovación: es un proceso complejo que tiene como bases al análisis, la observación, la síntesis y el trabajo. Las personas y las empresas innovadoras dedican bastantes recursos para obtener resultados de sus nuevos diseños, productos, procesos o servicios

Inocuidad: la certeza práctica de que un alimento o ingrediente utilizado en una cantidad o de una manera acostumbrada y razonable no será causa de una lesión o un daño en el consumidor.

Investigación de mercados: Es la actividad de investigar las características de los artículos que desean los clientes tales como precio, calidad y cantidad.

ISDEM: Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal.

Jerarquía: es la disposición de personas, animales o cosas, en orden ascendente o descendente, según criterios de clase, poder, oficio, categoría, autoridad o cualquier otro asunto que conduzca a un sistema de clasificación.

Libro mayor: recoge los movimientos de la totalidad de las cuentas de la empresa durante un ejercicio económico. En cada una de las hojas del Mayor está representada una cuenta contable. De esta forma, el Mayor contiene todas las operaciones realizadas por la empresa durante un ejercicio económico, ordenadas cuenta por cuenta.

Logística: Se trata de una filosofía que coloca al cliente en el centro del negocio, reorientando el modelo de gestión de canales hacia el desarrollo de nuevas relaciones proveedor-cliente, con mutuo beneficio en valor.

Logotipo: Es un diseño con elementos visuales como el color, tipo de letra, dibujo, etc.

Lucro: Utilidad obtenida por la venta de un bien o servicio.

Manual de organización: documento que muestra la estructura orgánica y funciones de las dependencias de la empresa, y se utilizan para formalizar su organización y asignar responsabilidades.

Manuales: herramientas administrativas para transmitir conocimientos y experiencias, para documentar la tecnología acumulada sobre un tema específico.

Marca: Es el nombre, símbolo, logotipo o diseños especiales usados para facilitar la distinción de los artículos y está constituido por el nombre que el fabricante da al artículo para anunciarlo.

Margen de contribución: el excedente de cada dólar de venta, una vez satisfecha la proporción de costos variables, para cubrir costos fijos y utilidades.

Materia prima: Componente indispensable para la elaboración de un producto y se caracteriza por sufrir una transformación.

Mercados: el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacción de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Metodología: es el estudio del método y método es el procedimiento para lograr los objetivos. Es la parte del proceso de investigación que sigue a la propedéutica y permite sistematizar los

métodos y las técnicas necesarios para llevarla a cabo. “Los métodos –dice Martínez Miguélez (1999) – son vías que facilitan el descubrimiento de conocimientos seguros y confiables para solucionar los problemas que la vida nos plantea”.

MINEC: Ministerio de Economía.

Misión: Enunciado corto que describe el propósito fundamental y la razón de existir de una dependencia, entidad o unidad administrativa; define el beneficio que pretende dar y las fronteras de responsabilidad, así como su campo de especialización.

Modelo de Empresa: Es la búsqueda de la virtud o de la excelencia o la ejecución excelente dentro de una organización coherente. Donde se relaciona la estructura, capacidades, estilo, personas, sistemas, estrategia, cultura de la empresa y los valores compartidos.

Muestra: es un conjunto de casos o individuos procedente de una población estadística que cumple las siguientes características:

1. La muestra debe ser representativa de la población de estudio. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo.
2. El número de sujetos que componen la muestra suele ser inferior que el de la población, pero suficientes para que la estimación de los parámetros determinados tenga un nivel de confianza adecuado. Para que el tamaño de la muestra sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo.
3. El conjunto de individuos de la muestra son los sujetos realmente estudiados.

Nuegados: Empanadillas elaboradas con harina de yuca y queso, aderezados con miel de panela.

Oferta: la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

Organigrama: es la representación gráfica de la línea gerencial y operativa de la empresa. Refleja cómo se intercomunican las distintas funciones empresariales y, dentro de ellas, las diferentes subfunciones. El objetivo del organigrama es poner en evidencia los siguientes aspectos:

- La articulación de las diferentes funciones realizadas
- Los puestos de trabajo y las necesidades existentes
- Los puestos de trabajo y las necesidades existentes

A través de los organigramas, se sientan las bases que permitirán el planteamiento de un orden jerárquico y el establecimiento de las relaciones entre los diferentes escalones que lo configuran.

Organización funcional: Se caracteriza por la agrupación del trabajo en unidades de tipo funcional, o lo que es lo mismo, los trabajos similares se adjudican a una sección dependiente de

un centro de coordinación. Cada función principal es coordinada por un nivel superior en el organigrama

Organización y métodos: es una forma de consulta ideada para proveer asesoramiento sobre como dividir las actividades, como agrupar las tareas, como disponer procedimientos y como llevar trabajos administrativos mecánicos con la mayor economía de esfuerzo y con el máximo de eficacia en los resultados"

Inversión: costos iniciales que corresponden a la ejecución del proyecto.

Inversiones fijas: formadas por bienes que no están sujetas a transacciones, se adquieren durante la etapa de instalación y se utilizan durante la vida útil del proyecto.

Pasteles: Empanada elaborada de harina de maíz rellena de verduras y carne de res, cerdo o pollo.

PIB: Producto Interno Bruto (es la suma de todos los bienes generados en una región, expresados en términos monetarios)

Planificación de la producción: consiste en definir el volumen y el momento de fabricación de los productos, establecimientos un equilibrio entre la producción y la capacidad a los distintos niveles, en busca de la competitividad deseada. Para ello, se requiere un proceso concatenado de planes que vinculen los distintos niveles jerárquicos de la organización.

Política de compra: Ciertos puntos de referencia que se revisan y consideran para tomar una decisión.

Precio: Cantidad de dinero o de otros elementos con utilidad que se requieren para comprar un producto.

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

Producción artesanal: en este nivel todas las actividades en el desarrollo del proceso de producción son realizadas sin la utilización de ninguna clase de maquinaria o equipo especializado.

Productividad: (Técnico) Es la relación que existe entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos En términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo, dado se obtiene el máximo de productos.

Producto: Conjunto de atributos tangibles e intangibles, como el empaque, color, precio, calidad y marca, junto con los servios y la reputación del vendedor. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar o una idea.

Productos de nostalgia: Son aquellos productos típicos de una región, que son recordados y añorados por personas que se encuentran fuera.

Promoción: Actividades necesarias para influir en la gente de tal manera que compren la mercancía. Son ejemplos de promociones los regalos, rifas, descuentos.

Proyecto: Es un conjunto de acciones que son necesarias realizar para alcanzar un objetivo previamente establecido, limitado por parámetros temporales, tecnológicas, políticas, institucionales, económicas y ambientales.

Publicidad: Todas las actividades que se requieren para presentar ante una audiencia un mensaje impersonal, pagado por un patrocinador acerca de un producto u organización determinado.

Punto de equilibrio: se realiza para determinar los niveles mas bajos de producción o ventas a los cuales puede funcionar un proyecto sin poner en peligro la viabilidad financiera.

Red empresarial: Son alianzas estratégicas entre un grupo determinado de empresas que comparten objetivos comunes de negocio y trabajan juntas para alcanzarlos (apertura de mercados, reducción de costos, entre otros). En esta alianza prevalece la independencia jurídica.

Rentabilidad: Capacidad del título de producir intereses u otro tipo de rendimientos al adquirente.

Riguas: Torta de maíz a la plancha, cocida con hojas de plátano que puede ser rellena con frijoles fritos o queso precocido.

Salario: Precio del trabajo efectuado por cuenta y orden de un patrono.

Segmentación de mercado: es un proceso mediante el cual se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir, se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores. Los elementos de cada submercado son similares en cuanto a preferencias necesidades y comportamiento

Segmento de mercado: un grupo de personas, empresas u organizaciones con características homogéneas en cuanto a deseos, preferencias de compra o estilo en el uso de productos, pero distintas de las que tienen otros segmentos que pertenecen al mismo mercado. Además, este grupo responde de forma similar a determinadas acciones de marketing; las cuales, son realizadas por empresas que desean obtener una determinada rentabilidad, crecimiento o participación en el mercado

SICEX: Sistema Integrado de Comercio Exterior.

Sistema: Un sistema es un conjunto de elementos organizados que interactúan entre sí y con su ambiente, para lograr objetivos comunes, operando sobre información, sobre energía o materia u organismos para producir como salida información o energía o materia u organismos. Un sistema aislado no intercambia ni materia ni energía con el medio ambiente.

Sistema abierto: Se caracteriza porque su estado original se modifica constantemente por la acción retroalimentadora del ambiente, desde su nacimiento hasta su extinción. Su vida Útil depende de su adaptabilidad a las exigencias del ambiente (homeostasis).

Sistema De Calidad: Estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar la gestión de la calidad.

Sistema de calidad ISO 9000: es un conjunto de normas orientadas a ordenar la gestión de la empresa que han ganado reconocimiento y aceptación internacional debido al mayor poder que

tienen los consumidores y a la alta competencia internacional acentuada por los procesos integracionistas. Algunas de estas normas especifican requisitos para sistemas de calidad (ISO 9001, 9002, 9003) y otras dan una guía para ayudar en la interpretación e implementación del sistema de calidad (ISO 9000-2, ISO 9004-1)

Sistema de información (SI): conjunto de funciones y procedimientos encaminados a la captación, desarrollo, recuperación, almacenamiento, etc., de información en el seno de una organización.

Sistema HACCP (análisis de peligros y puntos críticos de control)

Son una forma de colaboración entre dos o más empresas que contribuyen al desarrollo del negocio de las mismas, y los motivos están ligados a los cambios en el entorno económico que se ha experimentado en los últimos años como la internacionalización de las empresas, el alto grado de avance tecnológico, la creciente integración entre sectores y la entrada de nuevos competidores

Tamal: Empanadas de masa de harina de maíz envuelta en hojas de plátano o de maíz y rellena de diferentes condimentos.

Tasa Interna de Retorno (TIR): es aquella que reduce el VAN a cero, o es la tasa de interés en la cual quedan reinvertidos los fondos generados en el proyecto.

Técnica: es el procedimiento o el conjunto de procedimientos que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, de las artesanías o en otra actividad.

Tecnología: Es el conjunto de recursos físicos e informativos mediante los cuales las personas pueden producir sistemáticamente algún resultado que se busca

Tiempo de Recuperación de la Inversión (TRI): es la inversión total entre la utilidad promedio.

TLC: Tratado de libre Comercio

Tortas: Pastel de forma circular elaborada a base de masa de maíz, aderezada con azúcar.

Unidades buenas a planificar producir: son las unidades que resultan luego de quitar los desperdicios.

Universo: o población, es el conjunto de entidades u objetos que satisfacen una definición común y en los que interesa analizar una o varias características. Aquí el término población tiene un significado mucho más amplio que el usual, ya que puede referirse a personas, cosas, actos, áreas geográficas e incluso al tiempo.

USAID: United States Agency for International Development.

USDA: Departamento de Agricultura de los Estados Unidos

Valor Actual Neto (VAN): es el valor obtenido actualizado separadamente para cada año, extrayendo la diferencia entre todas las entradas y salidas de efectivo que suceden durante la vida de un proyecto a una tasa de interés fija predeterminada. También incluye las inversiones las cuales deben ser rescatadas del flujo neto de ingresos y egresos.

Valor agregado: Es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.

Valor FOB: Es el valor de venta de los productos en su lugar de origen más el costo de los fletes, seguros y otros gastos necesarios para hacer llegar la mercancía hasta la aduana de salida.

Visión: es la descripción de como se vería la Institución si se llevan a cabo con éxito sus estrategias de desarrollo y alcanza su mayor potencial. Al interior de esa descripción se deben encontrar la misión, las estrategias básicas, los criterios de desempeño, las más importantes normas para la toma de decisiones y los estándares éticos y técnicos que se esperan de todos los funcionarios.

ANEXOS

Anexo 1

Exportadores salvadoreños a los Estados Unidos 2000-004

EXPORTADORES
ALVARENGA DE RODEZNO, MARIA ERMELICIA
PRODUCTOS ALIMENTICIOS DIANA S.A. DE C.V.
GARMOL, S.A. DE C.V.
EXPORTADORA RIO GRANDE S.A. DE C.V.
ROCELI CONSULTORES, S.A. DE C.V.
PINTO DE ALVARENGA, MARIA ISABEL
PRODUCTOS LA CANASTA, S.A. DE C.V.
PRODUCTOS SALVADOREÑOS, S.A. DE C.V.
CHINCHILLA HERRERA, EDGARDO JOSE
GUTIERREZ HERNANDEZ, HERBETH ERNESTO
HEALTHCO PRODUCTS, S.A. DE C.V.
PAHNAS, S.A. DE C.V.
FLORIDA ENTERPRISES, S.A. DE C.V.
MASEY FOODS, S.A. DE C.V.
GOTERA, S.A. DE C.V.
FERNANDEZ HERRERA, JOSE EDUARDO
ALVAREZ, OSCAR RENE
RUBALLO RIVERA, CORALIA DEL CARMEN
DROGUERIA HERMEL, S.A. DE C.V.
SARAVIA AYALA, ROSA ELVA
SABORES COSCO DE CENTROAMERICA, S.A. DE C.V.
PROINCA, S.A. DE C.V.
VASQUEZ RAMOS, OSCAR ARMANDO
MELENDEZ GARCIA, ZOILA IDALIA
INDUSTRIAS RACOR, S.A. DE C.V.
GUEVARA ALVAYELO, PEDRO ALFONSO
EXPORTADORA CANALES RODRIGUEZ, S.A. DE C.V.
MORAN URBINA, CARLOS EUSEBIO
PROMOTORA CINCO, S.A. DE C.V.
PRODUCTOS ALIMENTICIOS BOCADELI S.A. DE C.V.
MONTANA MELARA, ELBA
DEL TROPIC FOODS, S.A. DE C.V.
ARROCERA SAN FRANCISCO, S.A. DE C.V.
CASA BAZZINI, S.A. DE C.V.
ALIMENTOS CUSCATLAN, S.A. DE C.V.
EXPORTACIONES AGRICOLAS, S.A. DE C.V.
AGUILERA OSEGUEDA, ORLANDO ERNESTO
ALAS ERAZO, NICOLAS
SABORES INSTANTANEOS SALVADOREÑOS, S.A. DE C.V.
ALVARADO DE SIRIA, IRIS MARJORE
CRIO INVERSIONES, S.A. DE C.V.

Fuente: BCR-CENTREX

Anexo 2

ESTRATEGIA NACIONAL DE APOYO A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

la meta general es: "Mejorar las oportunidades para el desarrollo de la productividad y la competitividad de las empresas y sus trabajadores, así como mejorar su posición en los mercados nacionales e internacionales, y fortalecer la capacidad del sector para generar empleos de calidad." La estrategia incluye los siguientes programas y proyectos:

- 1) **Desarrollo y Fortalecimiento Institucional:** Este programa fue creado para eliminar las barreras de entrada y salida de empresas, así como para crear un ámbito empresarial más amigable. La estrategia incluye proyectos de Simplificación Administrativa para la Formalización de las empresas del sector, y el proyecto para coordinar las instituciones nacionales y cooperadores internacionales.
- 2) **Fortalecimiento e Incentivos para la Cultura Empresarial:** Este programa tiene el objetivo principal de impulsar valores, actitudes y prácticas de buena gestión, generando responsabilidad social en las empresas.
- 3) **Grupos de Promoción Empresarial:** Su objetivo principal es promover la competitividad de las empresas a través de la formación de grupos como eje fundamental del sector. La estrategia considera el desarrollo de modelos de asociación que consolidan y fortifican los grupos de asociación, el fortalecimiento de los servicios de abastecimiento y de apoyo económico para responder a las demandas de los servicios de asociación.
- 4) **Mejora del acceso de emprendedores y trabajadores a los servicios financieros:** La estrategia de este programa apunta a promover y mejorar el acceso de emprendedores empresariales y trabajadores a los servicios financieros de acuerdo con las características y necesidades del sector. Los desarrollos de herramientas innovadoras incluyen: programas para aumentar la cobertura de micro-financiamiento, arrendamiento, Sociedades de Garantía Mutua, administración de recursos financieros, y la Ley de Instituciones Financieras no bancarias.
- 5) **Mejora del acceso de emprendedores a los Servicios No Financieros de Desarrollo Empresarial:** Su principal objetivo es contribuir al desarrollo del sector a través de la facilitación de servicios empresariales de desarrollo de calidad que permitan la incorporación de nuevas técnicas y tecnologías por parte de compañías, así como mejorar la productividad y competitividad del sector. Los proyectos incluidos en este programa que utiliza el mecanismo de Subsidios Paralelos son: Fondo de Asistencia Técnica, bonos de capacitación para micro y pequeñas empresas, centros para el desarrollo artesanal, TRADEPOINT, y el proyecto para fomentar las exportaciones: FOEX.

Anexo 3

Clasificación de las Empresas por su Tamaño

Entidad	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
FUSADES	1 a 10 personas	11 a 19 personas	20 a 99 personas	> 99 personas
AMPES	1 a 5 personas	6 a 20 personas	21 a 50 personas	> 50 personas
DIGESTYC	1 a 4 personas	5 a 19 personas	20 a 49 personas	> 49 personas
CONACYT	1 a 4 personas	5 a 19 personas	20 a 100 personas	> 100 personas
CONAMYPE	1 a 10 personas	11 a 50 personas		

Fuente: FUSADES, AMPES, DIGESTYC, CONACYT y CONAMYPE

Anexo 4

GUIA DE ENTREVISTA A PRODUCTORES

ANTECEDENTES GENERALES DE LA EMPRESA:	
Nombre de la empresa:	Dirección:
Mes y Año de fundación:	Teléfono:
Nombre del propietario:	e-mail:
Cargo:	Grupo gastronómico al que pertenece:

PARTE I:

1. Estaría dispuesto a asociarse?:
2. Número total de empleados:

3. Ha recibido capacitaciones?:	Que tipo de capacitaciones?, mencione:
Si ____ No ____	

4. ANTECEDENTES DE PRODUCCIÓN		
Productos que elabora:	Producción por día:	Precio de venta

5. ANTECEDENTES DE MERCADO	
<i>Tipo de mercado:</i>	
-LOCAL	
-REGIONAL	
-NACIONAL	
-EXPORTADOR*	
* Cantidad que exporta:	
* País Destino:	

PARTE II:

ÁREAS A EVALUAR
COMERCIALIZACION
<p>1. En su negocio, están definidos los procedimientos y las personas que los ejecutan que le asegure un buen servicio a su cliente?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No 2. A medias y no están escritos 3. Se tienen y están por escrito y las personas los conocen
<p>2. Se llevan controles de ventas?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No se llevan 2. Se llevan deficientes y/o insuficientes 3. Los que se llevan cubren las necesidades y se tiene registro estadístico
<p>3. Considera ud. Que sus vendedores están capacitados, motivados y son competentes al vender sus productos?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No 2. A medias 3. Excelente
<p>4. Toma en cuenta los comentarios y sugerencias que su clientes le hacen con respecto al producto?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No los considera 2. En algunas ocasiones 3. Los considera siempre

<p>5. Posee servicio de entrega a domicilio?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se tiene con muchos problemas 2. Si se tiene distribución, pero la manera es sencilla. 3. Se utilizan todos los canales posibles.
<p>ADMINISTRACION Y CONTROL.</p>
<p>6. Manejo de costos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No se controlan costos. 2. Se tienen controles básicos. 3. Se controlan eficientemente.
<p>7. Se hace planificación de pago a proveedores?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No se hace. 2. Algunas veces se han hecho. 3. Se lleva alguna programación en forma manual y para el tamaño de la empresa es suficiente.
<p>8. Rentabilidad de la actividad</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No hay rentabilidad. 2. Modesta. 3. Aceptable.
<p>9. Se cuantifican los resultados periódicamente? Ej. Resultados en producción, ventas, etc.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No. 2. Algunas veces. 3. Se cuantifican, pero no se lleva un archivo de esto.
<p>ORGANIZACIÓN.</p>
<p>10. Estructura Organizativa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No se tiene. 2. Se tiene, pero no actualizada. 3. Se cuenta con una estructura que cubre las necesidades actuales.
<p>11. Cual es el grado de conocimiento que tiene el personal sobre sus funciones?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No tienen muy claro quien debe hacer tal función. 2. Cada uno sabe los aspectos básicos a conocer en su puesto. 3. Se tiene un conocimiento amplio de las funciones y responsabilidades encomendadas
<p>RECURSOS HUMANOS.</p>
<p>12. Cuenta con procedimientos para reclutar, seleccionar y contratar personal?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No se tiene. 3. Se cuenta con los procedimientos mínimos necesarios. 4. Se tiene un sistema para contratar personal.
<p>13. Existe un reglamento interno de trabajo?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No. 2. Hay uno, pero no está autorizado y no se tienen los contratos individuales con trabajadores. 3. Está en proceso de autorización, en el ministerio de trabajo y se están elaborando contratos.
<p>14. Que tan equitativa es su escala salarial?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Algunos empleados no ganan ni siquiera el mínimo. 2. No existe un escalafón. 3. Se cuenta con un escalafón y una escala salarial justa.
<p>PRODUCCION.</p>

<p>15. Existe una planificación de la producción?</p> <ol style="list-style-type: none"> Se planifica de manera informal. Se tiene alguna planificación, pero no se respeta mucho. Si se planifica
<p>16. Los procesos productivos están definidos?</p> <ol style="list-style-type: none"> El dueño conoce el procedimiento y él lo enseña. Las operaciones son del conocimiento de todos. Se tiene algunos procedimientos por escrito..
<p>17. Cuál es la capacidad utilizada de producción?</p> <ol style="list-style-type: none"> Del 0 al 40% Del 40 al 60% Del 60 o más.
<p>18. Cómo se manejan las compras de materia prima, materiales e insumos?</p> <ol style="list-style-type: none"> Se planifican de manera informal. Se lleva alguna planificación por escrito de las compras. Si se planifican las compras de acuerdo a la demanda del mercado.
<p>19. Cómo se manejan los inventarios de materia prima, materiales e insumos, producto terminado?</p> <ol style="list-style-type: none"> No se cuenta con un lugar apropiado para guardarlo. Si se tiene un espacio para materia prima, pero no hay una persona para su debido control. Se lleva algún control de las materias primas.
<p>OPERACION</p>
<p>20. Cómo es su servicio al cliente?</p> <ol style="list-style-type: none"> Se tienen problemas de actitud con los empleados. Se tienen políticas de atención al cliente, pero no son seguidas por los empleados. Se brinda un servicio aceptable para los clientes.

PARTE III

#	1. Que Antojo típico elabora?	2. Qué Materiales utiliza, para su elaboración?	3. Cual es la Procedencia de la materia prima utilizada?	4. Cada cuanto tiempo se abastece de cada una?.	5. Qué Cantidades compran de cada una de ellas?	6. Cual es el proceso Para la elaboración ?	7. Qué equipo utiliza para cada operación?
		1.	1.	1.	1.	1.	1.
		2.	2.	2.	2.	2.	2.
		3.	3.	3.	3.	3.	3.
		4.	4.	4.	4.	4.	4.
		5.	5.	5.	5.	5.	5.
		6.	6.	6.	6.	6.	6.
		7.	7.	7.	7.	7.	7.
		8.	8.	8.	8.	8.	8.
		9.	9.	9.	9.	9.	9.
		10.	10.	10.	10.	10.	10.
Observaciones:							
Higiene y seguridad:							

Anexo 5

Tabulación y análisis de la información recopilada en la guía de entrevista a productores de la Micro región Los Nonualcos

Después de haber realizado la toma de información directamente de los productores, ya que el tipo de preguntas de la guía de entrevistas es un poco compleja, el grupo realizo la guía, formulando las preguntas directamente a cada uno de los productores y a continuación se presentan los resultados de dichas entrevistas:

GUIA DE ENTREVISTA A PRODUCTORES

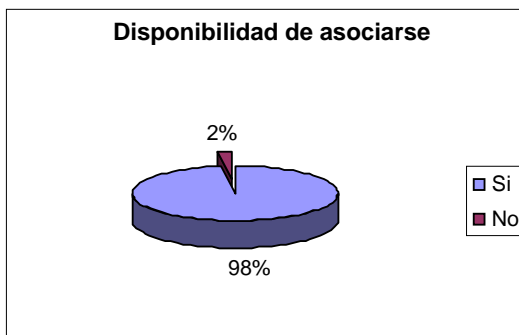
PARTE I:

1. Estaría dispuesto a asociarse?:

Objetivo: Conocer la disponibilidad de asociación de los productores de la Micro región Los Nonualcos.

Disponibilidad de Asociación	Frecuencia
Si	42
No	1

Grafico 6



Análisis: En el grafico 1 se observa que el 98% de los integrantes de los grupos gastronómicos de la Micro región Los Nonualcos, está dispuesto a asociarse, para conformar una empresa de alimentos típicos.

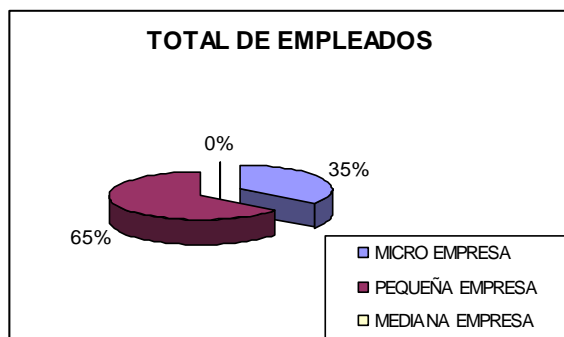
2. Número total de empleados:

Objetivo: Conocer el numero promedio de empleados, con los que cuentan los grupos gastronómicos de la Micro región, y determinar el tamaño de la empresa que constituyen. para considerarlo en la evaluación.

Total de empleados ⁹⁵	Tipo de empresa	Frecuencia
1-4	MICRO EMPRESA	15
5-19	PEQUEÑA EMPRESA	28
20-49	MEDIANA EMPRESA	0

⁹⁵ Según Clasificación de DIGESTYC

Grafico 7

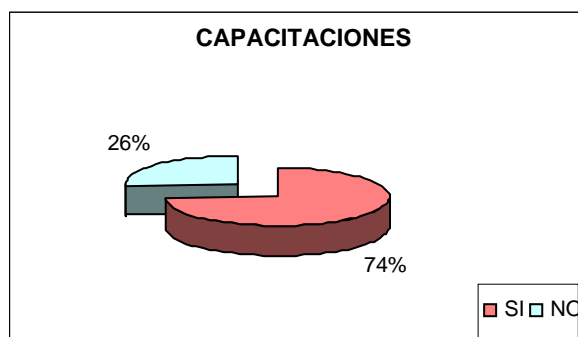


Análisis: Tal como se muestra en el gráfico, el 35% son microempresas, con 2 y 3 empleados por cada una de ellas, el 65% lo constituyen pequeñas empresas con un rango de 5-8 empleados. El total de empleados promedio para la micro y pequeña empresa asciende a 95 y 456 empleados respectivamente, haciendo un total de 551 empleados.

3. Ha recibido capacitaciones?:

Objetivo: Conocer los tipos de capacitaciones que han recibido los grupos gastronómicos, con el fin de comprobar de alguna manera que existen los conocimientos básicos en manipulación de alimentos por parte de las empresas. Y tomarlo en cuenta en la evaluación.

Capacitación	Frecuencia
SI	32
NO	11



Análisis: El gráfico 3 muestra que el 74% ha recibido algunas capacitaciones referentes a Manipulación de Alimentos, Manejo de desechos vegetales, controles administrativos, y Atención al cliente, impartidas por La Alcaldía Municipal de cada municipio, La GTZ, Ministerio de Salud, CONAMYPE, entre otras.

Grafico 8

4. Antecedentes de producción

Objetivo: Determinar la cantidad de productos elaborados en la Micro región, con el fin de establecer un porcentaje aproximado de la demanda potencial que se podría cubrir.

Productos que elaboran en mayor cantidad	Frecuencia
Pupusas	32
Tamales de elote	4
Empanadas	2
Riguas	3
Nuegados	2

Producto	Unidades/ año	Kg/Año
Pupusas	12,183,750	1,096,537.50
Tamales de elote	702,000	63,180
Empanadas	48,000	4,320
Riguas	806,400	72,576.00
Nuegados	96,000	8,640

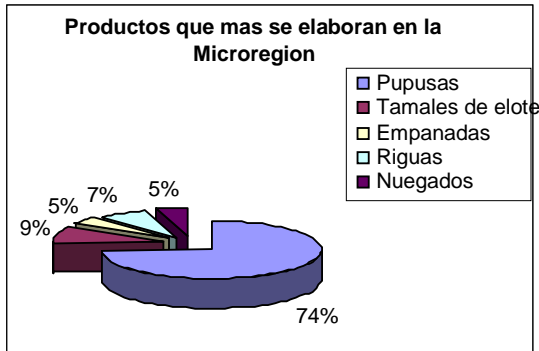


Grafico 9

Análisis: El Grafico muestra que el 74% de las empresas encuestadas produce en su mayoría pupusas, el 9% tamales de elote, un 7% riguas, 5% nuegados y otro 5% empanadas. Los antojos típicos que se producen en mayores volúmenes anuales son las pupusas, en segundo lugar están las riguas, en tercero, cuarto y quinto lugar se encuentran los tamales, nuegados y empanadas respectivamente.

5. Antecedentes de Mercado

Objetivo: Determinar si las ventas de las empresas de la Micro región son locales, regionales, nacionales, o internacionales, con el fin de conocer el tipo de mercado que se esta cubriendo actualmente.

Tipo de mercado	Frecuencia
LOCAL	41
REGIONAL	2
NACIONAL	0

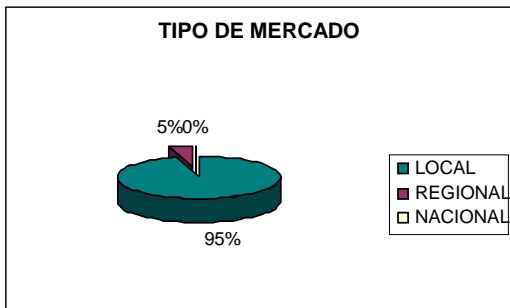


Grafico 10

Análisis : El 95% de las empresas encuestadas venden sus productos localmente, el otro 5% tiene sucursales en otras regiones el país.

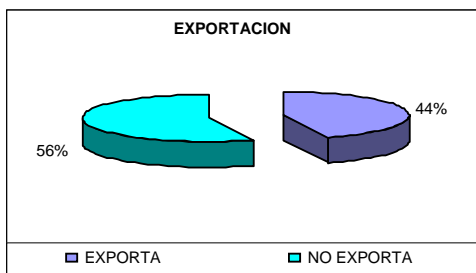


Grafico 11

Variable	Frecuencia
EXPORTA	19
NO EXPORTA	24

Análisis: El 56% de las empresas encuestadas no exporta, el 44% actualmente exporta informalmente y en ocasiones hacia los Estados Unidos, España, Costa Rica y Canadá. El producto que mayormente se exporta, son las pupusas en un promedio de 4000 unidades por semana.

PARTE II:

Objetivo: Conocer aspectos referentes a cada área de la empresa, con el fin de determinar las fortalezas y debilidades, para tomarlos en cuenta en la evaluación y en la propuesta del modelo.

COMERCIALIZACIÓN

1. En su negocio, están definidos los procedimientos y las personas que los ejecutan que le asegure un buen servicio a su cliente?

Respuestas	Frecuencia
1.No	14
2.A medias y no están escritos	27
3. Se tienen y están por escrito y las personas los conocen	2

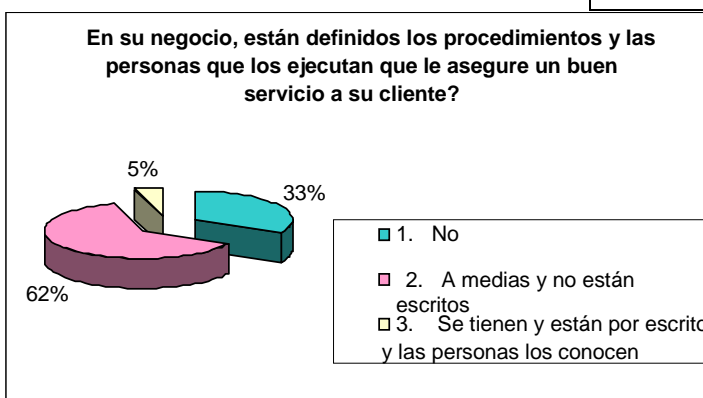


Grafico 12

Análisis: El 62% de la población tienen definidos los procedimientos a medias y no por escrito para la atención al cliente, el 33% los desconoce y el otro 5% tienen procedimientos bien definidos.

2. Se llevan controles de ventas?

Respuesta	Frecuencia
1. No se llevan	8
2. Se llevan deficientes y/o insuficientes	33
3. Los que se llevan cubren las necesidades y se tiene registro estadístico	2

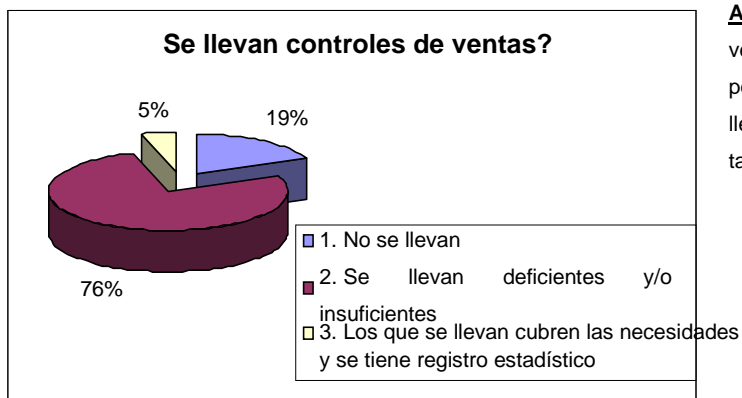


Grafico 13

Análisis: Como se observa en el gráfico los controles de venta deficientes y/o insuficientes corresponde al 76% de la población encuestada, el 19% no los llevan y el otro 5% los llevan y cubren las necesidades de la empresa, contando también con un registro estadístico.

3. Considera ud. Que sus vendedores están capacitados, motivados y son competentes al vender sus productos?

Respuestas	Frecuencia
1. No	10
2. A medias	28
3. Excelente	5

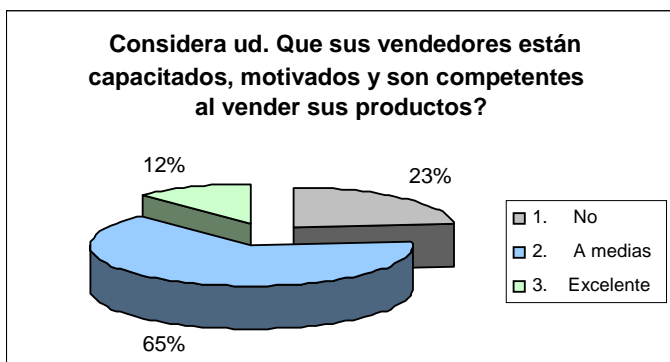


Grafico 14

Análisis: El 65% de las empresas encuestadas considera que el personal esta capacitado a medias para la venta de sus productos, el 23% opina que no está capacitado y el otro 12% asegura que la motivación, la capacidad y la competitividad de los empleados es excelente.

4. Toma en cuenta los comentarios y sugerencias que su clientes le hacen con respecto al negocio?

Respuestas	Frecuencia
1. No los considera	4
2. En algunas ocasiones	27
3. Los considera siempre	12

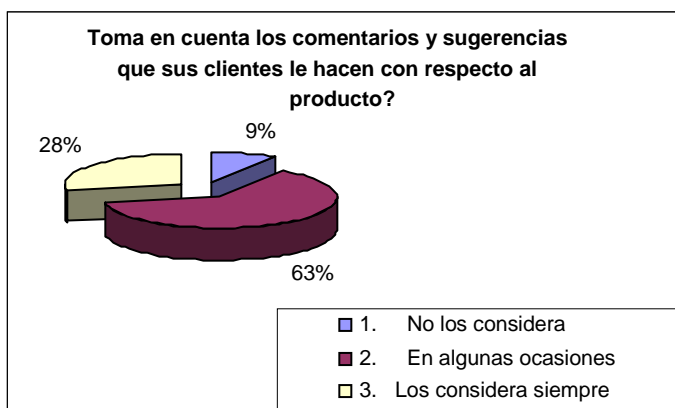


Grafico 15

Análisis: El 63% de las empresas considera las sugerencias de los clientes en algunas ocasiones, 28% las considera siempre y un 9% no las considera.

5. Posee servicio de entrega a domicilio?

Respuestas	Frecuencia
1. No se posee	27
2. Si se tiene distribución, pero la manera es sencilla.	16
3. Si se utilizan todos los canales posibles.	0

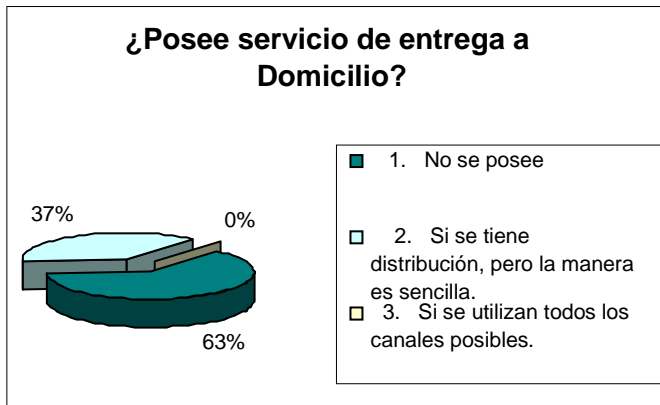


Gráfico 16

Análisis: Un 63% de las empresas no posee servicio a domicilio, el otro 37% si tiene servicio a domicilio y la manera es sencilla.

ADMINISTRACION Y CONTROL.

6. Manejo de costos

Respuestas	Frecuencia
1. No se controlan costos.	13
2. Se tienen controles básicos.	28
3. Se controlan eficientemente.	2

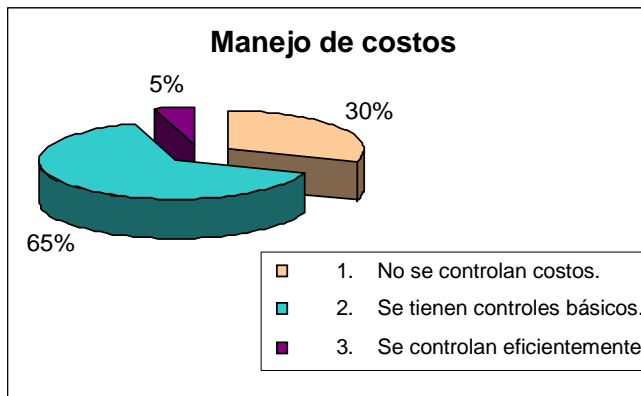


Gráfico 17

Análisis: En el 65% de las empresas tienen controles básicos de costos, en el 30 % de ellas, no controlan los costos y solamente en un 5% se controlan eficientemente.

7. Se hace planificación de pago a proveedores?

Respuestas	Frecuencia
1. No se hace.	17
2. Algunas veces se han hecho.	24
4. Se lleva alguna programación en forma manual y para el tamaño de la empresa es suficiente.	2

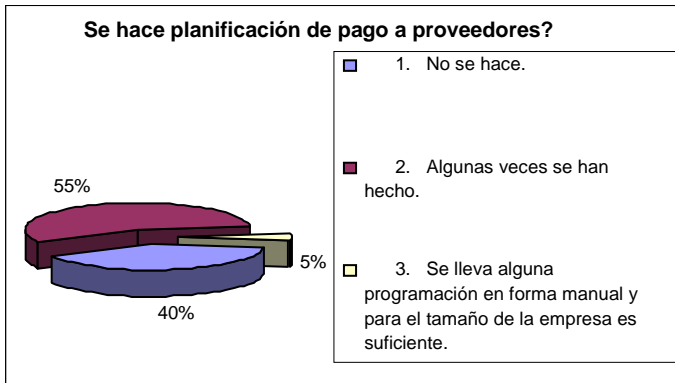


Gráfico 18

Análisis: Un 55% de las empresas, algunas veces han planeado el pago a proveedores, el 40% nunca los han hecho, y solamente el 5% afirma que se lleva alguna programación en forma manual y para el tamaño de la empresa es suficiente.

8. Rentabilidad de la actividad

Respuestas	Frecuencia
1. No hay rentabilidad.	1
2. Modesta.	16
3. Aceptable.	26

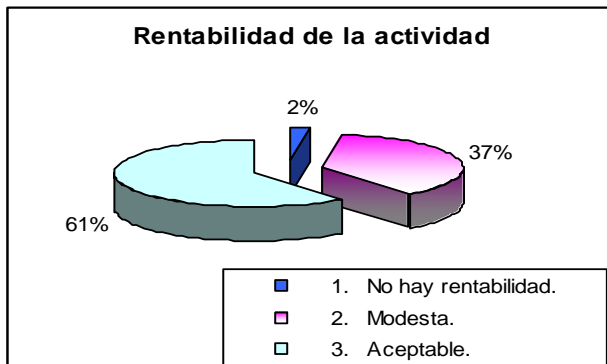


Gráfico 19

Análisis: El 61% de las empresas afirma que la rentabilidad es aceptable, otro 37% precisa que la rentabilidad es modesta y solo un 2% expresa que no existe rentabilidad.

9. Se cuantifican los resultados periódicamente? Ej. Resultados en producción, ventas, etc.

Respuestas	Frecuencia
1. No.	14
2. Algunas veces.	23
3. Se cuantifican, pero no se lleva un archivo de esto.	6

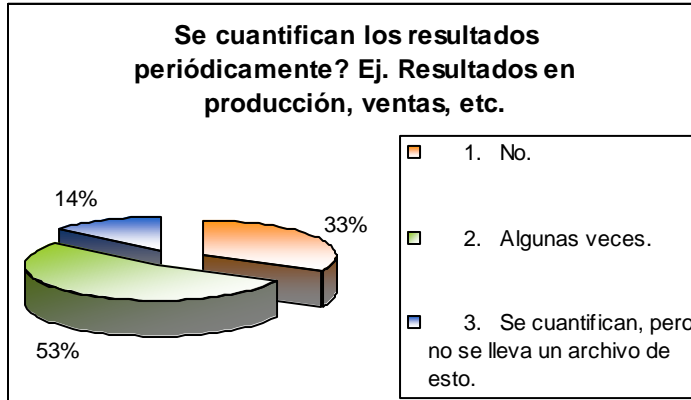


Grafico 20

Análisis: El 53% de las empresas algunas veces han cuantificado los resultados de producción y de ventas, un 33% nunca los ha cuantificado, y el 14% los cuantifica pero no se lleva un registro.

ORGANIZACIÓN.

10. Estructura Organizativa

Respuestas	Frecuencia
1. No se tiene.	41
2. Se tiene, pero no actualizada.	0
4. Se cuenta con una estructura que cubre las necesidades actuales.	2

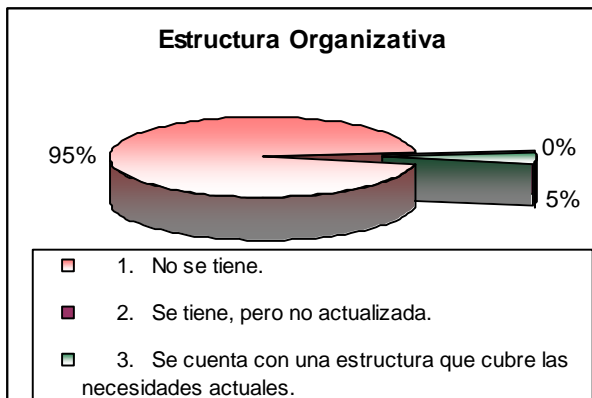
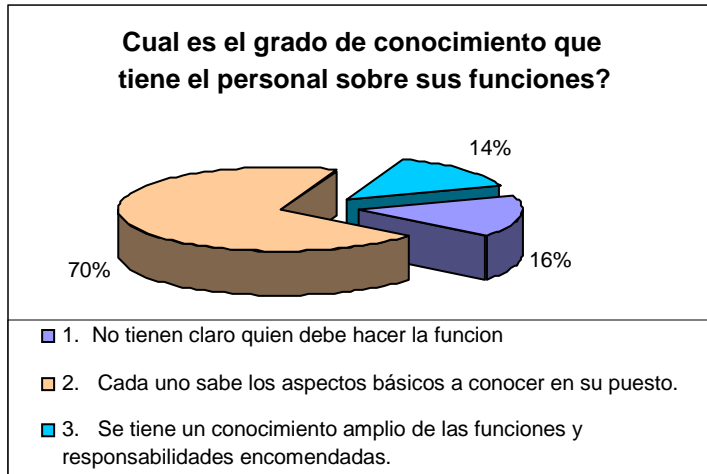


Grafico 21

Análisis: El 95% de las empresas no tienen una estructura organizativa y el otro 5% cuenta con una, que cubre las necesidades actuales.

11. Cual es el grado de conocimiento que tiene el personal sobre sus funciones?

Respuestas	Frecuencia
1. No tienen claro quien debe hacer la función	7
2. Cada uno sabe los aspectos básicos a conocer en su puesto.	30
4. Se tiene un conocimiento amplio de las funciones y responsabilidades encomendadas.	6



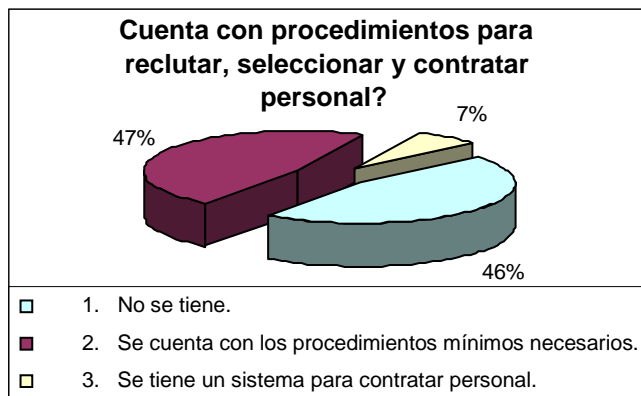
Análisis: En el 70% de las empresas, los empleados saben los aspectos básicos de su puesto, un 16% afirma que no se tienen claras las funciones y el 14% expresa que se tiene un conocimiento amplio de las funciones y responsabilidades asignadas.

Grafico 22

RECURSOS HUMANOS.

12. Cuenta con procedimientos para reclutar, seleccionar y contratar personal?

Respuestas	Frecuencia
1. No se tiene.	20
2. Se cuenta con los procedimientos Mínimos necesarios.	20
3. Se tiene un sistema para contratar personal.	3

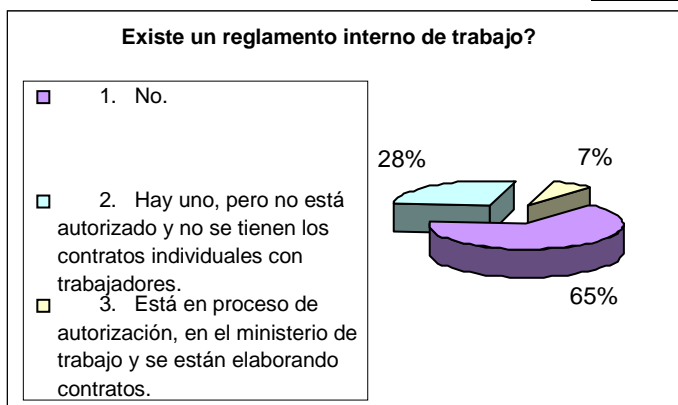


Análisis: El 47% de las empresas, cuenta con los procedimientos mínimos para reclutar, seleccionar y contratar personal, el 46% no cuenta con ellos y solamente un 7% tiene un sistema para contratar personal.

Grafico 23

13. Existe un reglamento interno de trabajo?

Respuestas	Frecuencia
1. No.	28
2. Hay uno, pero se aplica deficientemente	12
3. Se aplica de manera eficiente	3

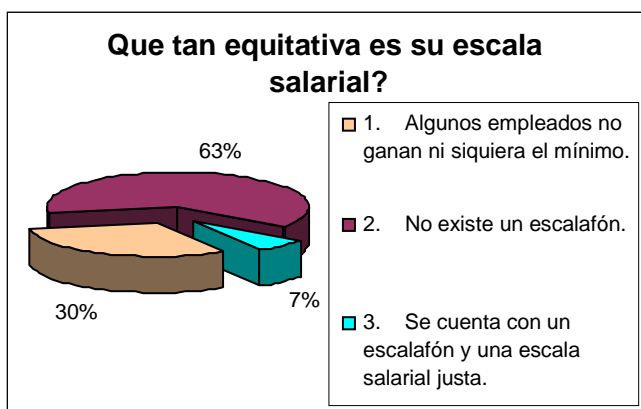


Análisis: El 65% de las empresas entrevistadas, no tiene un reglamento interno de trabajo, el 28% tiene uno, pero no está autorizado y además no se tienen los contratos individuales con los trabajadores. Y solo un 7% asegura que el reglamento interno está en proceso de autorización, en el ministerio de trabajo y se están elaborando contratos.

Grafico 24

14. Que tan equitativa es su escala salarial?

Respuestas	Frecuencia
1. Algunos empleados no ganan ni siquiera el mínimo.	13
2. No existe un escalafón.	27
3. Se cuenta con un escalafón y una escala salarial justa.	3



Análisis: En un 63 % de las empresas no existe un escalafón, en un 30% no se gana ni siquiera el mínimo y solamente un 7% afirma que se cuenta con un escalafón y una escala salarial justa.

Grafico 25

PRODUCCION.

15. Existe una planificación de la producción?

Respuestas	Frecuencia
1. Se planifica de manera informal.	38
2. Se tiene alguna planificación, pero no se respeta mucho.	3
3. Si se planifica	2

Grafico 26

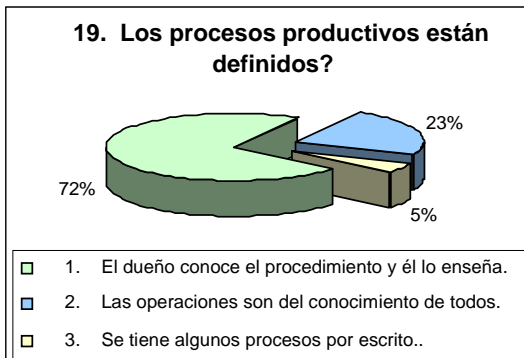


Análisis: El 88% de las empresas planifica de manera informal, un 7% tiene una planificación de la producción, pero no se respeta mucho, y solamente un 5%, planifica formalmente.

16. Los procesos productivos están definidos?

Respuestas	Frecuencia
1. El dueño conoce el procedimiento y él lo enseña.	31
2. Las operaciones son del conocimiento de todos.	10
3. Se tiene algunos procesos por escrito..	2

Grafico 27

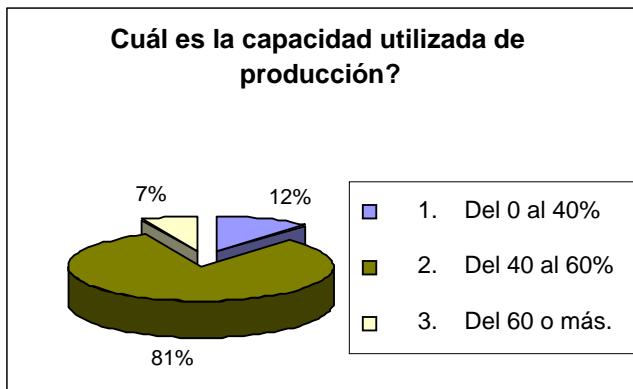


Análisis: En el 72% de las empresas, el dueño conoce el procedimiento y él lo enseña, en un 23% los procesos son conocimiento de todos y en el 5% de las empresas, se tienen algunos procesos por escrito.

17. Cuál es la capacidad utilizada de producción?

Respuestas	Frecuencia
1. Del 0 al 40%	5
2. Del 40 al 60%	35
3. Del 60 o más.	3

Grafico 28

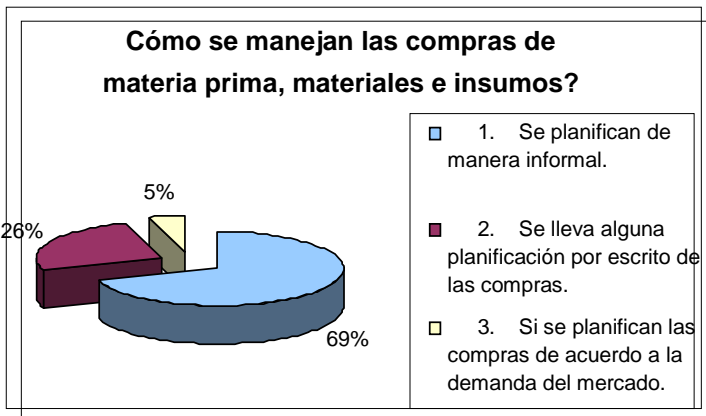


Análisis: El 81% de las empresas utiliza solamente de un 40 al 60% de capacidad instalada, el 12% utiliza menor a 40%, y solamente un 7% utiliza su capacidad en más del 60%.

18. Cómo se manejan las compras de materia prima, materiales e insumos?

Respuestas	Frecuencia
1. Se planifican de manera informal.	30
2. Se lleva alguna planificación por escrito de las compras.	11
3. Si se planifican las compras de acuerdo a la demanda del mercado.	2

Grafico 29

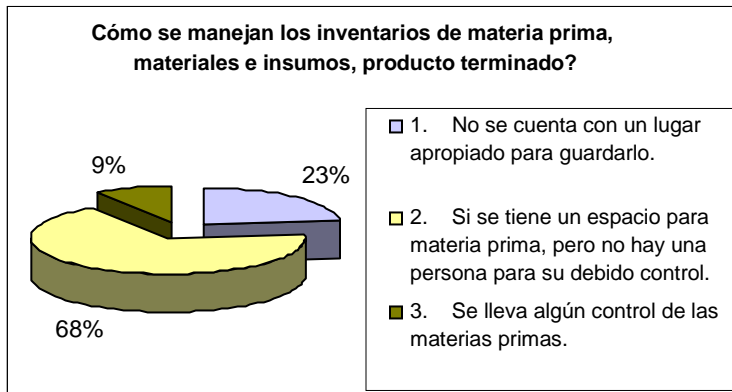


Análisis: Un 69 % de la población, expone que las compras de materia prima se planifican de manera informal, un 26% lleva alguna planificación escrita y un 5% planifican las compras de acuerdo a la demanda del mercado.

19. Cómo se manejan los inventarios de materia prima, materiales e insumos, producto terminado?

Respuestas	Frecuencia
1. No se cuenta con un lugar apropiado para guardarlo.	10
2. Si se tiene un espacio para materia prima, pero no hay una persona para su debido control.	29
3. Se lleva algún control de las materias primas.	4

Grafico 30



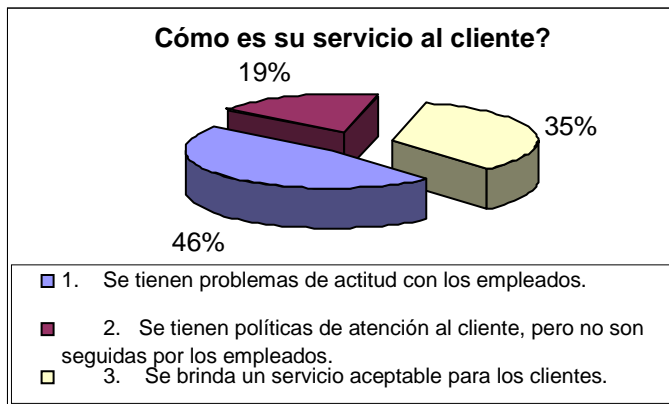
Análisis: El 68% tiene un espacio para materia prima, pero no hay una persona para su debido control, un 23% no cuenta con un lugar apropiado para guardar el inventario, y solamente un 9% lleva algún control de las materias primas.

OPERACIÓN

20. Cómo es su servicio al cliente?

Respuestas	Frecuencia
1. Se tienen problemas de actitud con los empleados.	20
2. Se tienen políticas de atención al cliente, pero no son seguidas por los empleados.	8
3. Se brinda un servicio aceptable para los clientes.	15

Grafico 31



Análisis: El 46% de las empresas, manifiestan que se tiene problemas con la actitud de los empleados, el 35% expone que se brinda un servicio aceptable, y el 19% afirma que se tienen políticas de atención al cliente pero no son seguidas por los empleados

Anexo 6

Encuesta preliminar para mercado consumidor nacional

Por favor, responda el siguiente cuestionario en forma clara y sincera:

1. ¿Le gustan los antojos típicos salvadoreños?

Si _____ **No** _____

2. ¿Cuales son los que más prefiere?

3. ¿Donde los ha comprado, mencione el nombre del establecimiento si lo recuerda?

Cafetín _____ **En la calle** _____
Supermercado _____ **En** _____ **un** _____ **Restaurante** _____
Otros _____

4. ¿Cada cuanto tiempo los compra?

5. ¿De los siguientes niveles de ingreso mensuales, que se mencionan a continuación en cual se ubica su familia?

\$ 300 o menos **\$301- \$400** **\$ 401 ò más**

Encuesta preliminar para mercado consumidor Estadounidense

Cuestionario

Por favor, responda el siguiente cuestionario en forma clara y sincera:

1. ¿Le gustan los antojos típicos salvadoreños?

Si _____ **No** _____

2. ¿Cuales son los que más prefiere?

3. ¿Donde los ha comprado, mencione nombre del establecimiento si lo recuerda?

Cafetín _____ **En la calle** _____
Supermercado _____ **En** _____ **un** _____ **Restaurante** _____
Otros _____

4. ¿Cada cuanto tiempo los compra?

5. ¿De los siguientes niveles de ingreso semanales, que se mencionan a continuación en cual se ubica su familia?

\$ 300 o menos **\$301- \$400** **\$ 401 ò más**

TABULACION Y ANALISIS DEL SONDEO PRELIMINAR DEL MERCADO CONSUMIDOR.

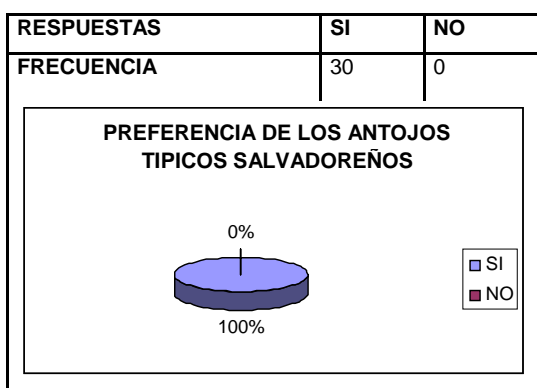
A continuación se presenta la tabulación y el análisis de los resultados preliminares que se obtuvieron de la encuesta dirigida a consumidores de antojos típicos salvadoreños. Se destinaron 30 cuestionarios al mercado salvadoreño y 20 al mercado estadounidense. Para dicho análisis se utilizará la tabulación de cada pregunta realizada junto a su respectiva gráfica, de la cual se puede observar mejor el resultado obtenido.

MERCADO SALVADOREÑO.

Pregunta 1.

¿Le gustan los antojos típicos salvadoreños?

OBJETIVO: Identificar la degustación de los antojos típicos salvadoreños por parte de la población salvadoreña.



ANALISIS:

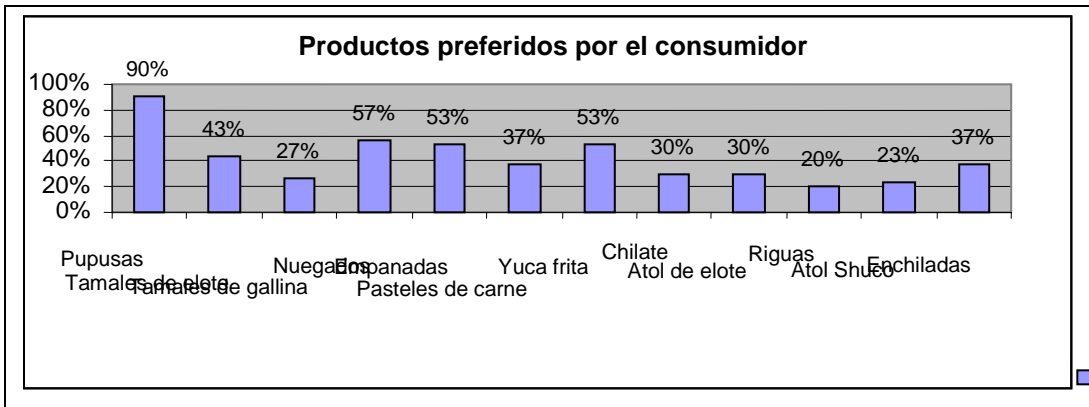
De acuerdo a la tabulación y el gráfico, puede notarse que al 100% de los encuestados les gustan los antojos típicos salvadoreños.

Pregunta 2.

¿Cuáles son los que más prefiere?

OBJETIVO: Establecer una lista específica de los antojos típicos salvadoreños de mayor preferencia por los encuestados.

Producto	Frecuencia	%
Pupusas	27	90%
Tamales de elote	13	43%
Tamales de gallina	8	27%
Nuegados	17	57%
Empanadas	16	53%
Pasteles de carne	11	37%
Yuca frita	16	53%
Chilate	9	30%
Atol de elote	9	30%
Riguas	6	20%
Atol Shuco	7	23%
Enchiladas	11	37%



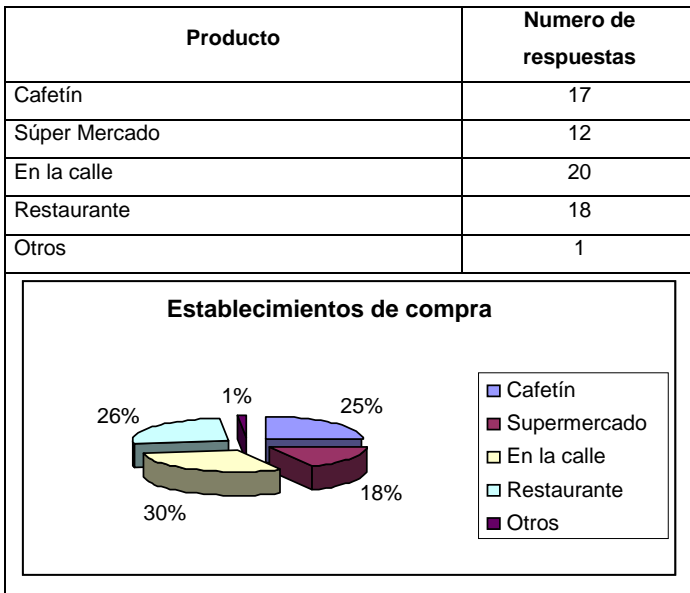
ANALISIS:

Los cinco productos de mayor preferencia por los encuestados resultaron ser en primer lugar las pupusas, luego en orden descendente: nuegados, empanadas, yuca frita y los tamales de elote. Puede verificarse de los datos, que las pupusas rebasan considerablemente a los productos.

Pregunta 3.

¿Dónde los ha comprado, mencione el nombre del establecimiento si lo recuerda?

OBJETIVO: Identificar los principales lugares que el encuestado salvadoreño visita para realizar sus compras, así mismo, verificar los establecimientos que actualmente venden los antojos típicos salvadoreños.



ANALISIS:

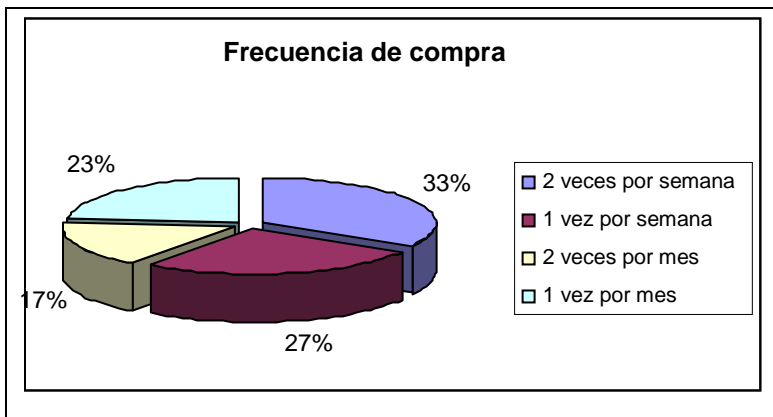
Los principales lugares de compra a los que acuden los encuestados para adquirir los productos en estudio coincidieron con los lugares propuestos. En orden descendente de preferencia son: En la calle, restaurantes, cafeterías, supermercados y otros. Es importante mencionar que el principal lugar de compra es la calle.

Pregunta 4

¿Cada cuanto tiempo los compra?

OBJETIVO: Determinar la frecuencia con que los encuestados salvadoreños compran los productos.

Frecuencia de compra	Número de respuestas
2 veces por semana	10
1 vez por semana	8
2 veces por mes	5
1 vez por mes	7



ANALISIS:

La frecuencia de compra que mayor porcentaje obtuvo fue la de dos veces por semana y la que menos porcentaje obtuvo fue la compra de dos veces por mes. Puede notarse como las mayores proporciones son ocupadas por compras mas frecuentes en el tiempo.

Pregunta 5.

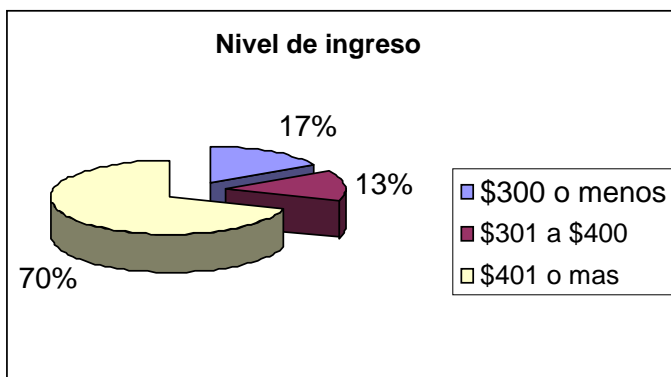
¿De los siguientes niveles de ingreso mensuales, que se mencionan a continuación en cual se ubica su familia?

OBJETIVO: Verificar el nivel salarial del mercado consumidor nacional de los anteojos típicos salvadoreños.

Niveles de ingreso	Numero de respuestas
\$300 o menos	5
\$301 a \$400	4
\$401 o mas	21

ANALISIS:

El mayor número de encuestados que consumen los anteojos típicos salvadoreños pertenecen a familias que se ubican en un salario mayor de \$400 mensuales.

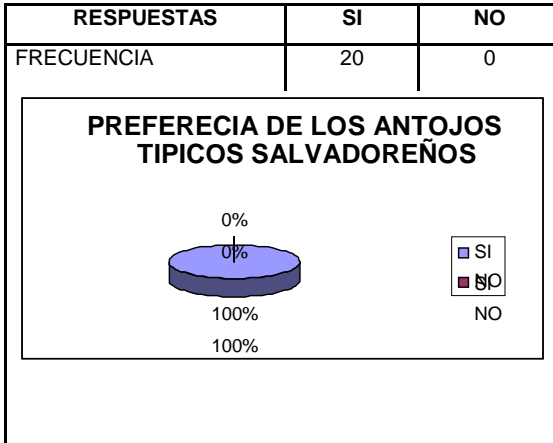


MERCADO ESTADOUNIDENSE.

Pregunta 1.

¿Le gustan los antojos típicos salvadoreños?

OBJETIVO: Identificar la degustación de los antojos típicos salvadoreños por parte de la población salvadoreña residente en Estados Unidos.



ANALISIS

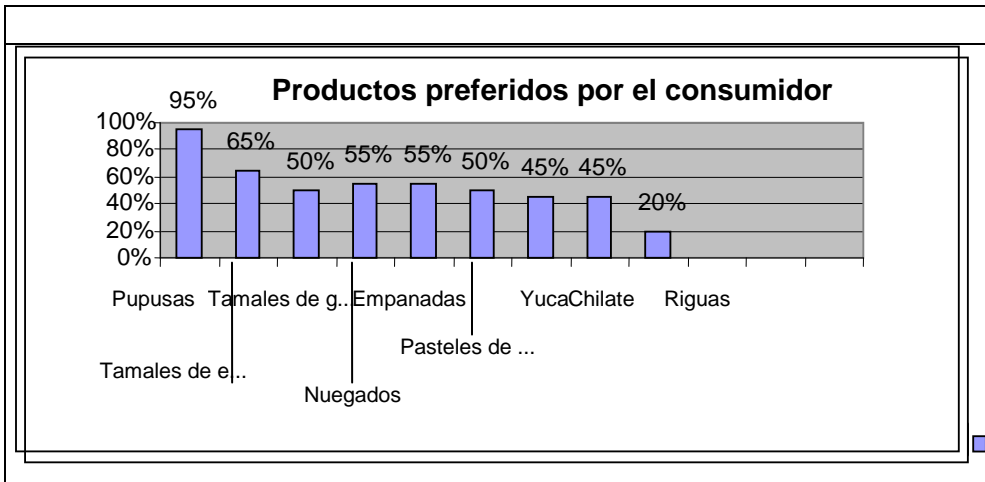
De acuerdo a la tabulación y el gráfico, puede notarse que al 100% de los encuestados residentes en Estados Unidos les gustan los antojos típicos salvadoreños.

Pregunta 2.

¿Cuáles son los que más prefiere?

OBJETIVO: Establecer una lista específica de los antojos típicos salvadoreños de mayor preferencia por los encuestados residentes en los Estados Unidos.

Producto	Numero de respuestas	%
Pupusas	19	95%
Tamales de elote	13	65%
Tamales de gallina	10	50%
Nuegados	11	55%
Empanadas	11	55%
Pasteles de carne	10	50%
Yuca frita	9	45%
Chilate	9	45%
Riguas	4	20%



ANALISIS:

Los seis productos de mayor preferencia por los encuestados resultaron ser en primer lugar las pupusas, luego en orden descendente: los tamales de elote, nuegados, empanadas, tamales de gallina y pasteles de carne. Puede verificarse de los datos, que las pupusas rebasan, al igual que en el mercado nacional, considerablemente a los productos.

Pregunta 3.

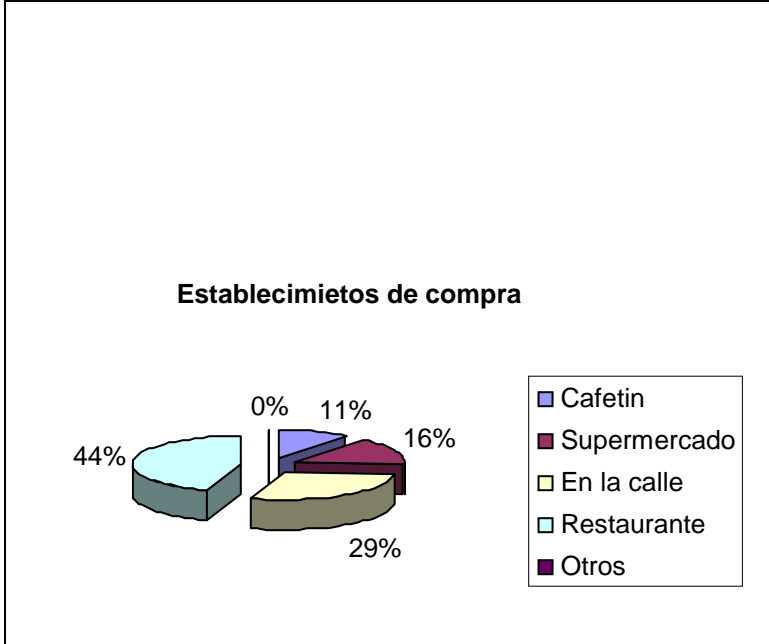
¿Dónde los ha comprado, mencione el nombre del establecimiento si lo recuerda?

OBJETIVO: Identificar los principales lugares que el encuestado salvadoreño residente en Estados Unidos, visita para realizar sus compras, así mismo, verificar los establecimientos que actualmente venden los antojos típicos salvadoreños en ese país.

Producto	Numero de respuestas
Cafetin	4
Supermercado	6
En la calle	11
Restaurante	17
Otros	0

ANALISIS:

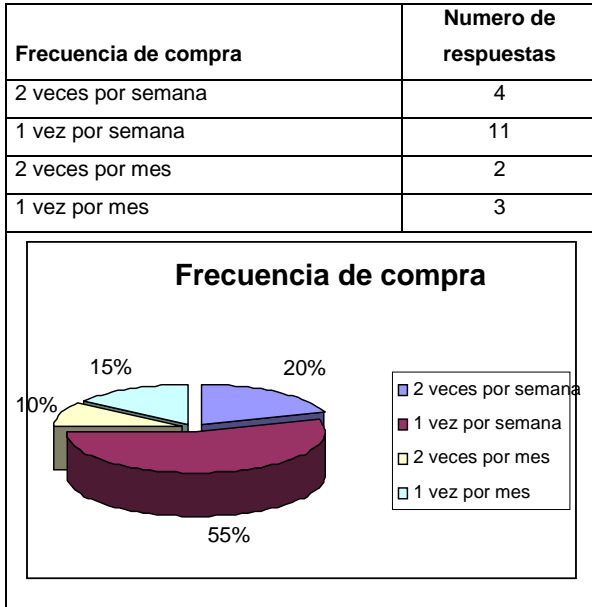
Los principales lugares de compra a los que acuden los encuestados para adquirir los productos en estudio coincidieron con los lugares propuestos. En orden descendente de preferencia son: En restaurantes, la calle, supermercados y cafeterías. Es importante mencionar que el principal lugar de compra son los restaurantes salvadoreños establecidos en los Estados Unidos.



Pregunta 4

¿Cada cuanto tiempo los compra?

OBJETIVO: Determinar la frecuencia con que los encuestados salvadoreños residentes en Estados Unidos, compran los antojos típicos salvadoreños.



ANALISIS:

La frecuencia de compra que mayor porcentaje obtuvo fue la de unas veces por semana y la que menos porcentaje obtuvo fue la compra de dos veces por mes. Puede notarse como las mayores proporciones son ocupadas por compras más frecuentes en el tiempo, al igual que el mercado nacional.

Anexo 7

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

ENCUESTA MERCADO SALVADOREÑO

1. ¿Cuáles de estos productos consume?
Enumere en orden de preferencia.

__Pupusas. __Empanadas. __Nuegados.
__Tamales de elote. __Riguas. __Ninguno.

Nota: si consume cualquiera de los productos, por favor pase a la pregunta 3.

2. ¿Por qué no consume ninguno de los productos que se mencionan?:

3. ¿Qué variedades prefiere?, mencione:
Marque con una X en la variedad de su preferencia.

Pupusas de arroz	<input type="checkbox"/> queso	<input type="checkbox"/> chicharrón	<input type="checkbox"/> revueltas	<input type="checkbox"/> otros _____
Pupusas de maíz	<input type="checkbox"/> queso	<input type="checkbox"/> chicharrón	<input type="checkbox"/> revueltas	<input type="checkbox"/> otros _____
Tamales de elote	<input type="checkbox"/> con frijoles	<input type="checkbox"/> con chicharrón		<input type="checkbox"/> otros _____
Empanadas	<input type="checkbox"/> con frijoles	<input type="checkbox"/> con leche		<input type="checkbox"/> otros _____
Riguas	<input type="checkbox"/> con frijoles	<input type="checkbox"/> con queso	<input type="checkbox"/> revueltas	<input type="checkbox"/> otros _____
Nuegados	<input type="checkbox"/> de yuca	<input type="checkbox"/> de trigo		<input type="checkbox"/> otros _____

4. De las siguientes características, ¿Cuáles considera que deben tener los productos?

__Sabor agradable __Presentación __ Gran Tamaño
__Aroma agradable __Precio accesible __ Consistencia
__Marca __Higiene __ Otros, mencione: _____

5. ¿Dónde ha comprado los productos?

__ Supermercados. __ Restaurantes.
__ Cafeterías. __ La calle.
__ Automarket __ otros, Mencione: _____

Nota: Especifique el nombre del establecimiento donde lo compró.

Si no mencionó haberlo comprado en Automarket o Supermercados, pase a la pregunta 8

6. ¿Qué marcas ha comprado?

Pupusas _____
Tamales de elote _____
Empanadas _____
Riguas _____
Nuegados _____

7. ¿Qué fue lo que no le gustó del producto?
 Pupusas _____
 Tamales de elote _____
 Empanadas _____
 Riguas _____
 Nuegados _____

8. ¿Ha visto o escuchado publicidad de los productos?

Si ____ No ____

Nota: Si su respuesta fue no, pase a la pregunta 10

9. ¿En cuáles medios de publicidad?, menciónelos:
- _____

10. ¿Consumiría estos productos empacados, si conservaran sus características?

Pupusas _____
 Tamales de elote _____
 Empanadas _____
 Riguas _____
 Nuegados _____

Nota: Si su respuesta es no, gracias por su colaboración.

11. ¿Dónde le gustaría comprar los productos?

Supermercados. Restaurantes.
 Cafeterías. Kioscos.
 Automarket otros, Mencione: _____

12. ¿Cómo le gustaría que fuese la presentación de los productos?

Bolsa plástica Empaque de aluminio
 Caja de cartón Otros, _____

13. ¿En qué cantidades compraría el producto?

Marque con una X la opción que prefiere.

Producto.	6 unidades	10 unidades	Otros, mencione.
Tamales de elote			
Pupusas			
Empanadas			
Nuegados			
Riguas			

14. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

Producto.	6 unidades	10 unidades	Otros, mencione.
Tamales de elote			
Pupusas			
Empanadas			
Nuegados			
Riguas			

15. ¿Cada cuánto tiempo compraría el producto?

Marque con una X en la casilla de frecuencia de compra que prefiere de acuerdo a los productos que consumiría.

PRODUCTO	1 VEZ POR SEMANA	2 VECES AL MES	1 VEZ AL MES
Tamales de elote			
Pupusas			
Empanadas			
Nuegados			
Riguas			

16. De los siguientes niveles de ingresos mensuales que se plantean a continuación, ¿En cuál se ubica su familia?

\$250 - \$300

\$301 - \$400

\$401 - \$500

más de \$500

17. Además del producto en mención, ¿qué otros antojos típicos salvadoreños prefiere?

ENCUESTA MERRCADO ESTADOUNIDENSE

1. ¿Cuales de estos productos consume?
Enumere en orden de preferencia.

__Pupusas. __Empanadas. __Nuegados.
__Tamales de elote. __Riguas. __Ninguno.

Nota: si consume cualquiera de los productos, por favor pase a la pregunta 3.

2. ¿Por qué no consume ninguno de los productos que se mencionan?:

3. ¿Qué variedades prefiere?, mencione:
Marque con una X en la variedad de su preferencia.

Pupusas de arroz	<input type="checkbox"/> queso	<input type="checkbox"/> chicharrón	<input type="checkbox"/> revueltas	<input type="checkbox"/> otros _____
Pupusas de maíz	<input type="checkbox"/> queso	<input type="checkbox"/> chicharrón	<input type="checkbox"/> revueltas	<input type="checkbox"/> otros _____
Tamales de elote	<input type="checkbox"/> con frijoles	<input type="checkbox"/> con chicharrón		<input type="checkbox"/> otros _____
Empanadas	<input type="checkbox"/> con frijoles	<input type="checkbox"/> con leche		<input type="checkbox"/> otros _____
Riguas	<input type="checkbox"/> con frijoles	<input type="checkbox"/> con queso	<input type="checkbox"/> revueltas	<input type="checkbox"/> otros _____
Nuegados	<input type="checkbox"/> de yuca	<input type="checkbox"/> de trigo		<input type="checkbox"/> otros _____

4. De las siguientes características, ¿Cuáles considera que deben tener los productos?

__Sabor agradable __Presentación __ Gran Tamaño
__Aroma agradable __Precio accesible __ Consistencia
__Marca __Higiene __ Otros, mencione: _____

5. ¿Dónde ha comprado los productos?

__ Supermercados. __ Restaurantes.
__ Cafeterías. __ La calle.
__ Automarket __ otros, Mencione: _____

Nota: Especifique el nombre del establecimiento donde lo compró.

Si no mencionó haberlo comprado en Automarket o Supermercados, pase a la pregunta 7

6. ¿Qué marcas ha comprado?

Pupusas _____
Tamales de elote _____
Empanadas _____
Riguas _____
Nuegados _____

7. ¿Qué precios ha pagado por unidad?

Pupusas _____
Tamales de elote _____
Empanadas _____
Riguas _____
Nuegados _____

8. ¿Qué fue lo que no le gustó de los productos?

Pupusas _____

Tamales de elote _____

Empanadas _____

Riguas _____

Nuegados _____

9. ¿Ha comprado los productos en alguna promoción?

Producto.	Si	No	Mencione la promoción.
Tamales de elote			
Pupusas			
Empanadas			
Nuegados			
Riguas			

10. ¿Ha visto o escuchado publicidad de los productos?

Si _____ No _____

Nota: Si su respuesta fue no, pase a la pregunta 12

11. ¿En cuáles medios de publicidad?, méncionelos:

12. ¿Consumiría estos productos empacados, si conservaran sus características?

Pupusas _____

Tamales de elote _____

Empanadas _____

Riguas _____

Nuegados _____

Nota: Si su respuesta es no, gracias por su colaboración.

13. ¿Dónde le gustaría comprar los productos?

___ Supermercados.

___ Restaurantes.

___ Cafeterías.

___ Kioscos.

___ Automarket

___ otros, Mencione: _____

14. ¿Cómo le gustaría que fuese la presentación de los productos?

___ Bolsa plástica

___ Empaque de aluminio

___ Caja de cartón

___ Otros, _____

15. ¿En qué cantidades compraría el producto?

Marque con una X la opción que prefiere.

Producto.	6 unidades	10 unidades	Otros, mencione.
Tamales de elote			
Pupusas			
Empanadas			
Nuegados			
Riguas			

16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

Indique en la casilla correspondiente a las unidades que prefiere, el precio que pagaría.

Producto.	6 unidades	10 unidades	Otros, mencione.
Tamales de elote			
Pupusas			
Empanadas			
Nuegados			
Riguas			

17. ¿Cada cuánto tiempo compraría el producto?

Marque con una X en la casilla de frecuencia de compra que prefiere de acuerdo a los productos que consumiría.

PRODUCTO	1 VEZ POR SEMANA	2 VECES AL MES	1 VEZ AL MES
Tamales de elote			
Pupusas			
Empanadas			
Nuegados			
Riguas			

Anexo 8

TABULACION Y ANALISIS DE LAS ENCUESTAS (Mercado Nacional).

A continuación se presenta la tabulación y el análisis de los resultados que se obtuvieron de la encuesta dirigida a consumidores de antojos típicos salvadoreños en los departamentos de San Salvador, Santa Ana y San Miguel. Para dicho análisis se utilizará la tabulación de cada pregunta realizada junto a su respectiva gráfica, de la cual se puede observar mejor el resultado obtenido.

Pregunta 1.

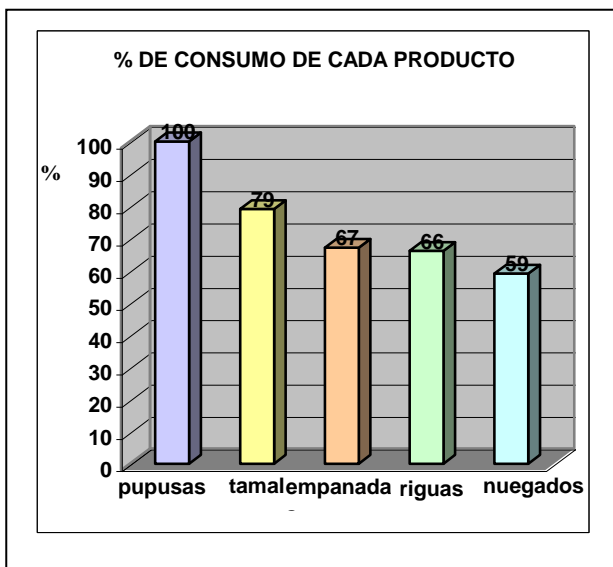
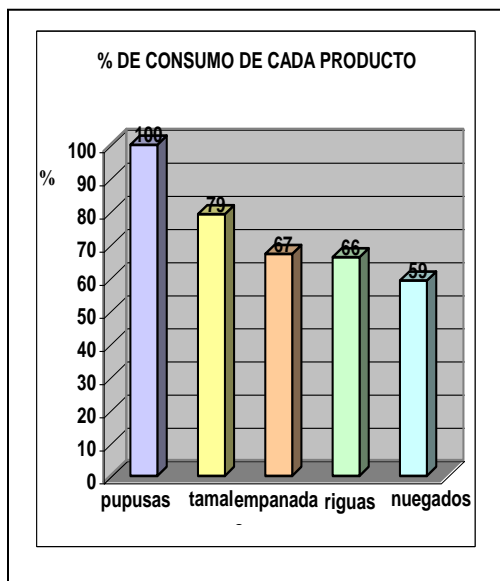
¿Cuáles de estos productos consume?

OBJETIVO: Identificar si en la alimentación de los encuestados se tiene el consumo de antojos típicos salvadoreños y bajo que nivel de consumo los ubican a cada uno de estos productos.

Esta pregunta se ha analizado en dos partes con el fin de interpretar mejor los resultados.

A. CONSUMO.

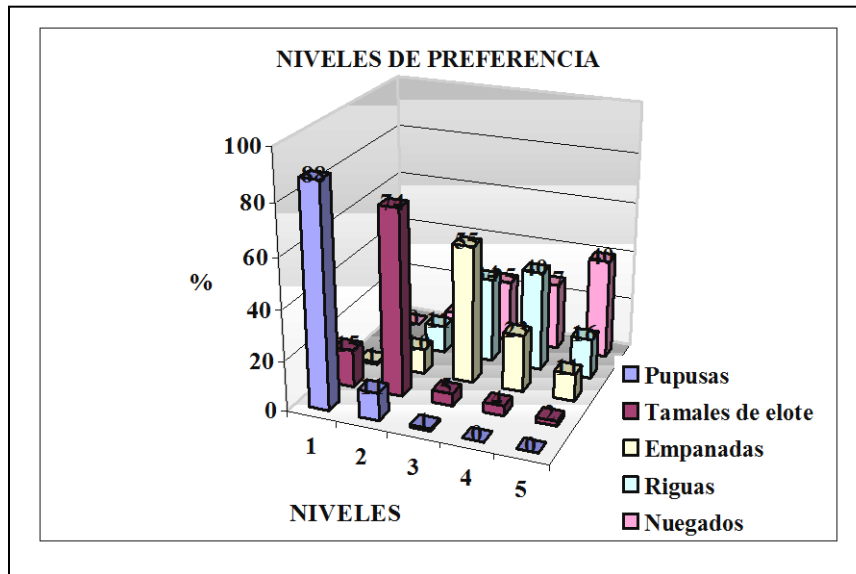
	OPCIONES		%
A. Consumo	Pupusas	137	100
	Tamales de elote	108	79
	Empanadas	92	67
	Riguas	90	66
	Nuegados	81	59
	Ninguno	2	1
		139	100



De esta parte de la pregunta se han obtenido dos importantes resultados: El primero, que el 99% de la población encuestada consume por lo menos uno de los antojos típicos salvadoreños en estudio, esto significa que 137 familias de la muestra de 139 son consumidoras de dichos productos. El 1% se deshecha ya que no forma parte de la investigación requerida, es decir, que 2 encuestas no se tomarán en cuenta. El segundo resultado, de los 137 consumidores de los productos, se determinó que el mayor consumo es de pupusas con un 100%, es decir, todos las consumen; el segundo porcentaje es el de tamales de elote con un 79% y un tercer porcentaje es el de empanadas con un 67%. En las últimas posiciones se encuentran las riguas con un 66% y los nuegados con un 59%.

B. NIVEL DE PREFERENCIA.

REFERENCIA	OPCIONES		FRECUENCIA	%
Nivel de preferencia	Pupusas	Nivel 1	120	88
		Nivel 2	15	11
		Nivel 3	2	1
		Nivel 4	0	0
		Nivel 5	0	0
	Tamales de elote	Nivel 1	16	15
		Nivel 2	80	74
		Nivel 3	5	5
		Nivel 4	4	4
		Nivel 5	3	2
	Empanadas	Nivel 1	1	1
		Nivel 2	9	10
		Nivel 3	51	55
		Nivel 4	21	23
		Nivel 5	10	11
	Riguas	Nivel 1	0	0
		Nivel 2	10	11
		Nivel 3	31	34
		Nivel 4	36	40
		Nivel 5	13	16
Nuegados	Nivel 1	0	0	
	Nivel 2	7	8	
	Nivel 3	20	25	
	Nivel 4	22	27	
	Nivel 5	32	40	



De esta segunda parte de la pregunta, se determinó el nivel en que el consumidor prefiere cada producto, así: El 88% de las familias encuestadas ubica a las pupusas en un nivel 1, es decir, las prefieren antes que cualquier otro de los productos en mención.

De esta manera, se toman los porcentajes mayores para ubicar cada producto en el respectivo nivel de consumo. El 74% ubica en segundo nivel los tamales de elote, tomando así la segunda opción de consumo. Las empanadas son consideradas como tercera opción de consumo en un 55%, las riguas toman una cuarta posición de consumo en un 40% y finalmente los nuegados son considerados como quinta opción de consumo en un 40%.

Pregunta 2.

¿Por qué no consume ninguno de los productos que se mencionan?

OBJETIVO: Conocer las razones más importantes de por qué no se consumen los antojos típicos.

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Por motivos de salud	2	100

El 1% de los encuestados no consumen los productos por motivos de salud, ya que según lo manifestaron contienen mucha grasa o son muy dulces.

Este 1%, es decir, las dos encuestas serán desechadas del análisis.

Pregunta 3.

¿Qué variedades prefiere?, mencione.

OBJETIVO: Definir las principales variedades de cada uno de los productos, que el encuestado prefiere.

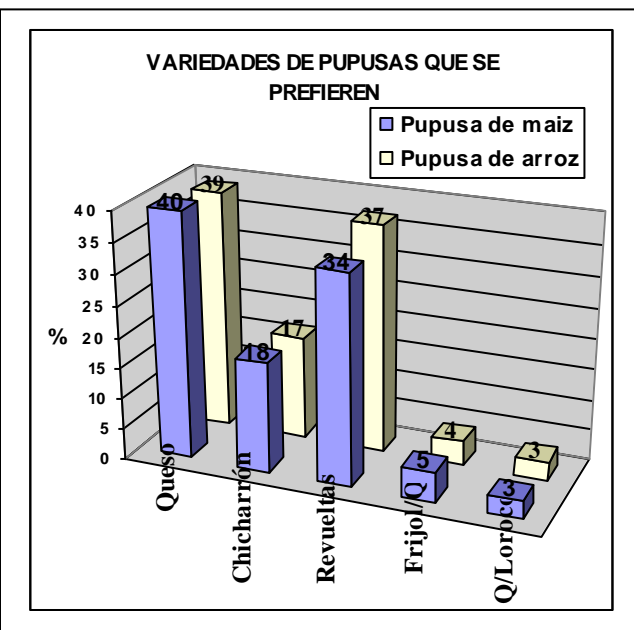
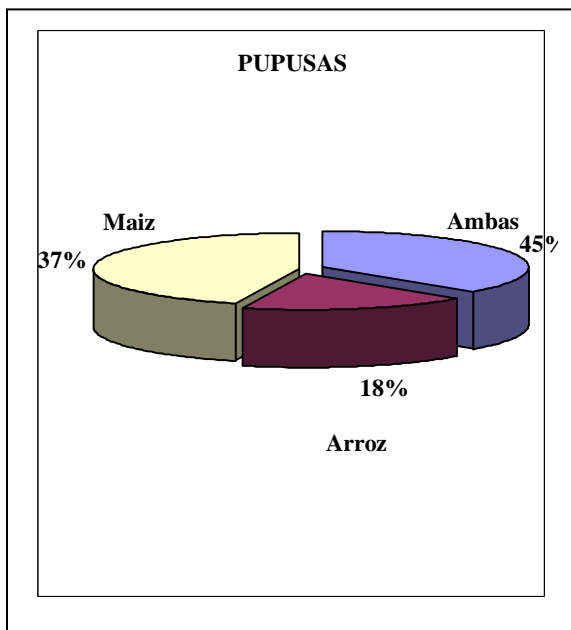
Para que dicho análisis sea más detallado, esta pregunta se analiza por producto.

A. PUPUSAS.

De estos resultados que se obtuvieron, se obtienen dos importantes interpretaciones:

1. Que los encuestados optaron por pupusas de arroz, de maíz o ambas.
2. Que los encuestados pudieron elegir entre las variedades de cada una de las alternativas antes mencionadas.

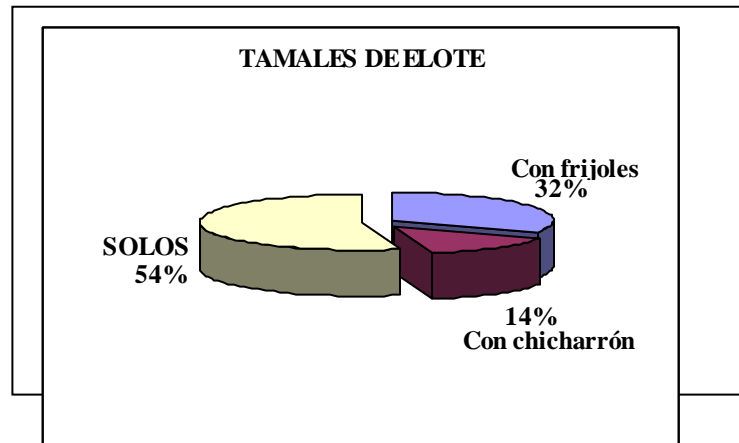
PRODUCTO		FRECUENCIA	%	
Pupusas		Solo de maíz	51	37
		Solo de arroz	24	18
		Ambas	62	45
Pupusas	Maiz	Queso	79	40
		Chicharrón	36	18
		Revueltas	68	34
		Otros:		
		Frijol/Queso	10	5
		Queso/Loroco	6	3
		Arroz		
	Arroz	Queso	56	39
		Chicharrón	24	17
		Revueltas	53	37
		Otros:		
		Frijol/Queso	6	4
		Queso/Loroco	5	3



Luego, se preguntó que variedades prefieren de cada alternativa antes mencionada, de lo cual se obtuvo lo siguiente: Para ambas alternativas, se prefieren las pupusas de queso en mayor porcentaje, se continúa con las pupusas revueltas, las de chicharrón en menor escala y dentro de la opción otros, se prefieren las de frijol con queso y las de queso con loroco, siendo éstas dos últimas preferidas en menor porcentaje .

B. TAMALES DE ELOTE.

	FRECUENCIA	%
Con frijoles	42	32
Con Chicharrón	19	14
Otros:		
Sin relleno	72	54
TOTAL	133	100

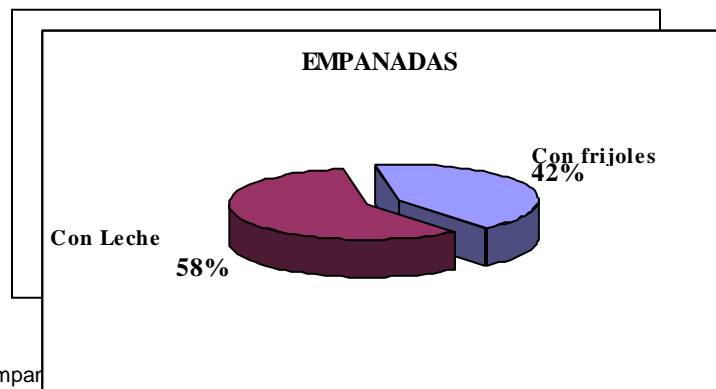


Los resultados muestran que de los 108 encuestados que consumen tamales de elote, un 54% los prefiere sin ningún tipo de relleno, es decir, solos. Esta variedad fue sugerida por los encuestados, ya que no se presentaba dentro del cuestionario.

Un 32% los prefieren rellenos de frijoles y un 14%, rellenos de chicharrón.

C. EMPANADAS

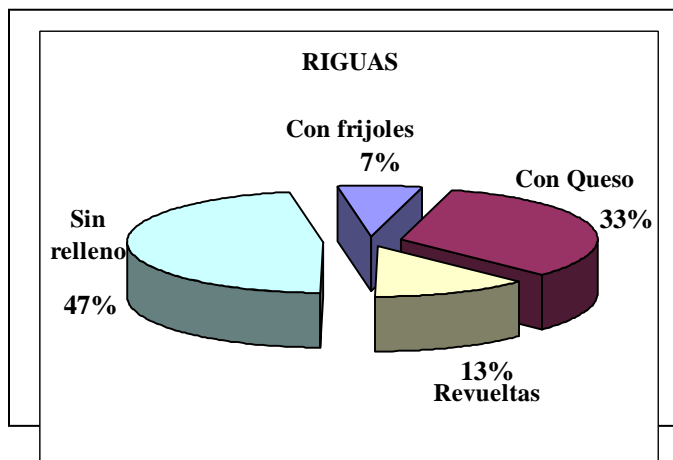
	FRECUENCIA	%
Con frijoles	47	42
Con leche	64	58
TOTAL	111	100



De los 92 encuestados consumidores de empanadas como complemento, 42%, las prefieren rellenas con frijoles. En este caso no fue sugerida ninguna otra variedad.

D. RIGUAS.

	FRECUENCIA	%
Con frijoles	8	7
Con queso	40	33
Revueltas	15	13
Otros:		
Sin relleno (solas)	56	47
TOTAL	119	100

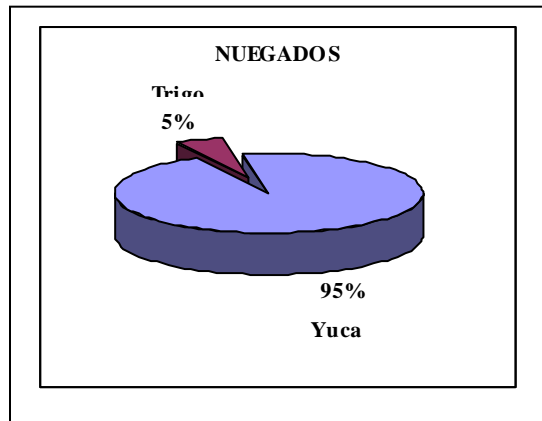


Este producto es preferido en la siguiente proporción: De los 90 consumidores de éste, el 47% las prefiere rellenas con queso.

La variedad sugerida por los encuestados y que toma el segundo lugar en consumo, son las riguas sin relleno o solas, con un 33%. En tercera posición se ubican las riguas revueltas, es decir, las rellenas con queso y frijoles con un 13% y en último lugar con 8 encuestados que las eligieron, están las riguas rellenas con frijoles, esto es un 7%.

E. NUEGADOS.

	FRECUENCIA	%
Yuca	80	95
Trigo	4	5
TOTAL	84	100



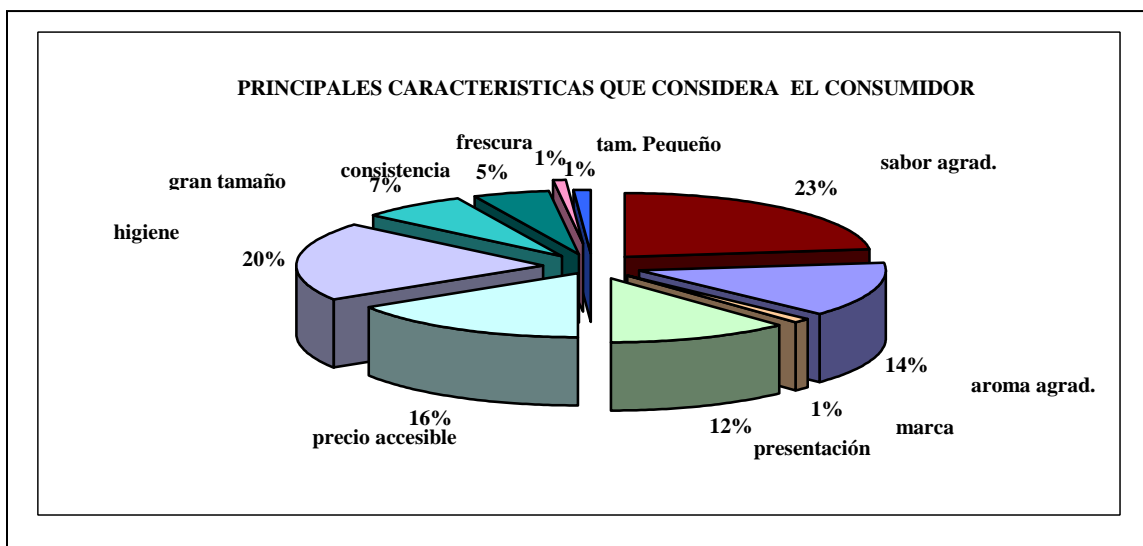
Este producto es preferido por 81 encuestados, de éstos un 95% prefiere los nuegados de yuca y un 5% los prefiere de trigo, puede notarse la diferencia significativa entre ambas variedades. Para este producto no existieron sugerencias de otras variedades.

Pregunta 4.

De las siguientes características, ¿Cuáles considera que deben tener los productos?

OBJETIVO: Determinar las principales características que motivan al encuestado a la hora de comprar y consumir los antojos típicos salvadoreños.

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Sabor agradable	132	23
Aroma agradable	83	14
Marca	2	1
Presentación	70	12
Precio accesible	95	16
Higiene	118	20
Gran tamaño	42	7
Consistencia	31	5
Otros:		
Frescura	2	1
Tamaño pequeño	2	1
TOTAL	577	100



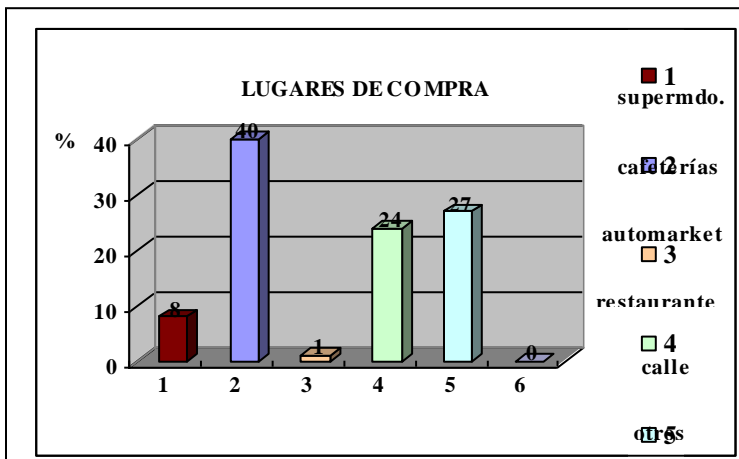
Del 100% de respuestas que se obtuvieron para esta pregunta, el mayor porcentaje fue del 23% que corresponde a la característica: sabor agradable, lo que significa que es la principal característica que el encuestado toma en cuenta al momento de consumir los antojos típicos. Como segunda selección resultó ser la higiene con 20% y la tercera característica el precio accesible con 16%. Estas con las tres principales características. Luego, se ubican en orden descendente las siguientes: aroma agradable con 14%, presentación del producto con 12%, gran tamaño del producto con 7%, consistencia con 5% y en último lugar con 1% fresca, marca y el tamaño pequeño del producto.

Pregunta 5.

¿Dónde ha comprado los productos?

OBJETIVO: Determinar los lugares específicos a los que el encuestado acude al momento de comprar los productos en mención.

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Supermercados	22	8
Cafeterías	104	40
Automarket	2	1
Restaurantes	63	24
En la calle	69	27
Otros	0	0
TOTAL	260	100



Del total de respuestas obtenidas en esta pregunta, el 40% coinciden que el lugar de compra es en las cafeterías, convirtiéndose de esta manera en el primer lugar de compra que el consumidor visita. El segundo lugar de compra más frecuentado es el comercio informal, la calle, con un 27%; le siguen los restaurantes con 24%, los supermercados con el 8% y finalmente con el 1%, los automarket.

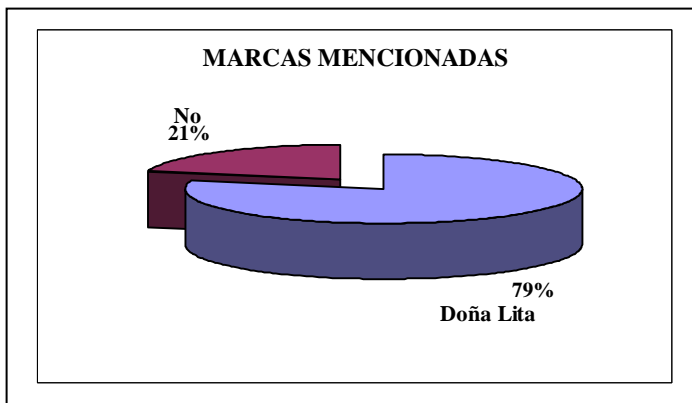
En esta pregunta no hubo otros lugares de compra fuera de los mencionados.

Pregunta 6.

¿Qué marcas ha comprado?

OBJETIVO: Identificar las marcas que están presentes en la memoria del encuestado.

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Doña Lita	19	79
No recuerda	5	21
TOTAL	24	100



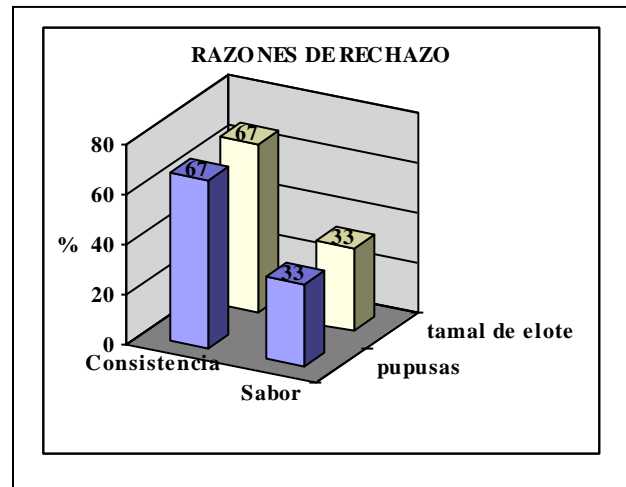
De los 24 encuestados que contestaron haber comprado alguna vez tamales de elote o pupusas en el supermercado y en el automarket, 19 recuerdan la marca "Doña Lita", lo que constituye un 79% de las respuestas y el 21% restante, no recuerdan la marca que compraron.

Pregunta 7.

¿Qué fue lo que no le gustó del producto?

OBJETIVO: Conocer las principales razones que tiene el encuestado para rechazar el producto.

OPCIONES		FRECUENCIA	%
Pupusas	Consistencia	8	67
	Sabor	4	33
	TOTAL	12	100
Tamal de elote	Consistencia	6	67
	Sabor	3	33
	TOTAL	9	100



Las razones por las que no gustaron los productos: tamal de elote y pupusas, son específicamente dos: la consistencia y el sabor, obteniendo ambas para los dos productos los antes mencionados el mismo porcentaje 67% y 33% respectivamente.

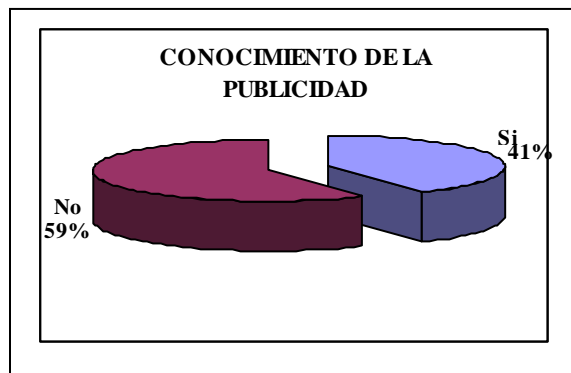
En esta pregunta, solo dos productos han sido comprados en los lugares mencionados anteriormente

Pregunta 8.

¿Ha visto o escuchado publicidad de los productos?

OBJETIVO: Establecer si los encuestados conocen la publicidad realizada a los productos en mención.

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si	56	41
No	81	59
TOTAL	137	100



De los 137 encuestados, 81 no han escuchado ni visto ningún tipo de publicidad a cerca de los antojos típicos salvadoreños, lo que constituye el 59% de las respuestas obtenidas; mientras que el resto, 41% manifestaron haber captado de alguna forma por lo menos un medio de publicidad.

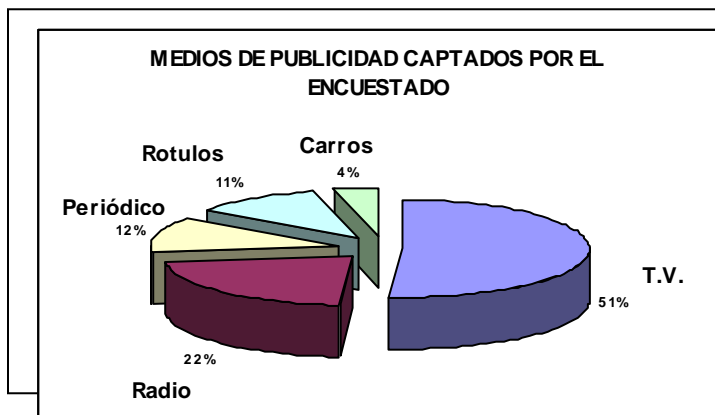
Pregunta 9.

¿En cuales medios de publicidad?, menciónelos

OBJETIVO: Determinar los medios de publicidad captados por el encuestado.

Esta pregunta se efectuó de manera abierta, de tal forma que el encuestado es el que nombró los medios publicitarios que el mismo ha captado. Con las opiniones de éstos se obtuvo un listado de dichos medios.

OPCIONES	FRECUENCIA	%
T.V.	39	51
Radio	17	22
Periódico	9	12
Rótulos	8	11
Carros	3	4
TOTAL	76	100



Del 41% (56 encuestados) que manifestaron haber escuchado o visto por algún medio de publicidad promocionar cualquiera de los antojos típicos salvadoreños, el 51% de estas respuestas coinciden que ha sido a través de la televisión en primer lugar.

El segundo medio de publicidad escuchado es la radio con un 22%, el tercer medio visto es el periódico con un 12%, le sigue con la mínima diferencia los rótulos publicitarios y finalmente en último lugar con 4% los carros sonoros. Concluyendo que la televisión es el medio de mayor audiencia.

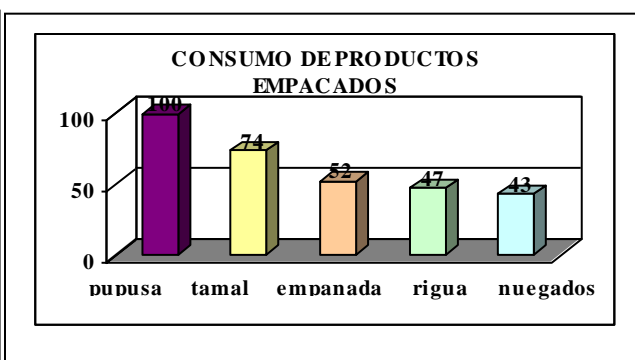
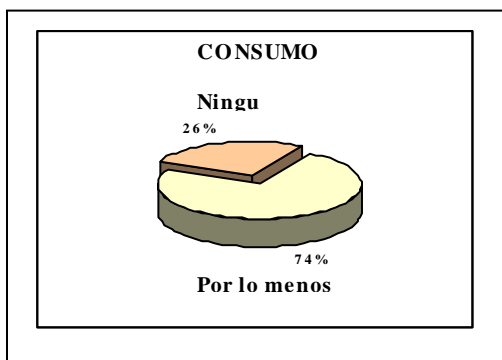
Pregunta 10.

¿Consumiría estos productos empacados, si conservaran sus características?

OBJETIVO: Conocer el porcentaje de aceptación de los antojos típicos salvadoreños de forma empacada .

Esta pregunta es analizada en dos partes, primero se determina el consumo de por lo menos uno de los antojos típicos salvadoreños de manera empacada. En segundo lugar, en base al consumo anteriormente mencionado, se determina específicamente en que porcentaje se consumiría cada producto.

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Pupusas	102	100
Tamales de elote	75	74
Empanadas	53	52
Riguas	48	47
Nuegados	44	43
No	35	34
TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	137	100



En primer lugar, de los 137 encuestados 102 afirmaron que podrían consumir por lo menos un producto de los anteriormente mencionados, este número constituye el 74%. Mientras que el 26%, es decir, 35 encuestados no los consumirían, por lo cual éstas son desechadas porque ya no forman parte de la investigación y solo las 102 encuestas de los que si los consumirían son tomadas en cuenta.

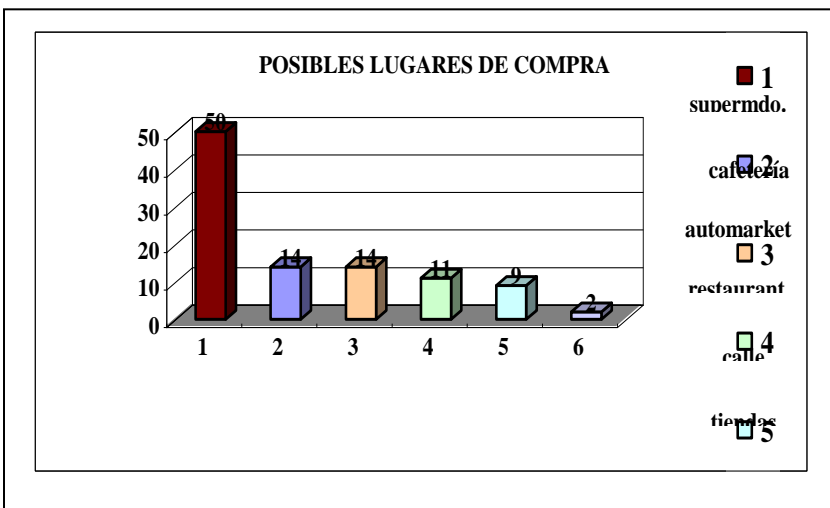
En segundo lugar, de los 102 posibles consumidores de los antojos típicos salvadoreños de manera empacada, el 100% consumiría las pupusas. El 74% consumiría tamales de elote, el 52% empanadas, 47% riguas y en último lugar los nuegados con un 43%. Siendo las pupusas el producto de mayor consumo posible.

Pregunta 11.

¿Dónde le gustaría comprar los productos?

OBJETIVO: Determinar los lugares de compra, que el posible consumidor de los productos en estudio, sugiere por conveniencia.

OPCIONES	FRECUE NCIA	%
Supermercados	87	50
Cafeterías	25	14
Automarket	25	14
Restaurantes	20	11
En la calle	14	9
Otros		
Tiendas al	4	2
TOTAL	175	100



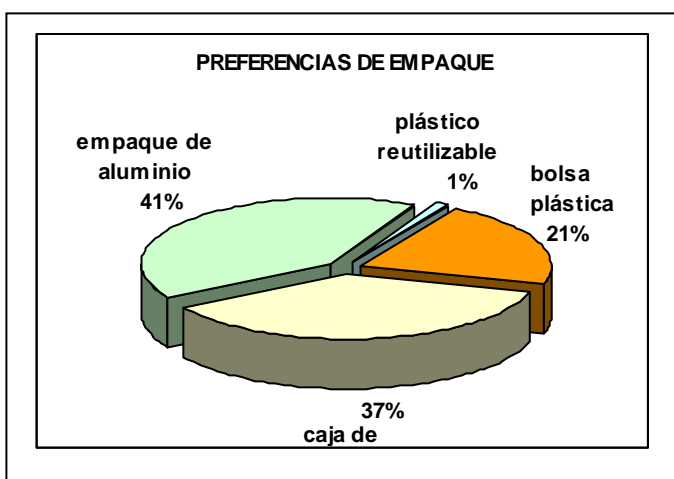
Los encuestados manifestaron en esta pregunta, que el primer lugar en el que les gustaría encontrar el producto es el supermercado, tanto así que esta opción la ocupa el 50% del total de las respuestas obtenidas. Con porcentajes mucho más bajos que la opción supermercado, se encuentran las cafeterías y los automarket con un 14%, le sigue en tercera posición los restaurantes, en cuarta posición al consumidor le gustaría comprarlos en el comercio informal: La calle, con un 9% y finalmente la última posición con un 2% en tiendas al detalle, que fue una opción sugerida por el encuestado.

Pregunta 12.

¿Cómo le gustaría que fuese la presentación de los productos?

OBJETIVO: Identificar el tipo de empaque de los productos que el encuestado prefiere.

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Bolsa	24	21
Caja de	43	37
Empaque de	47	41
Otros:		
Plástico	2	1
TOTAL	116	100



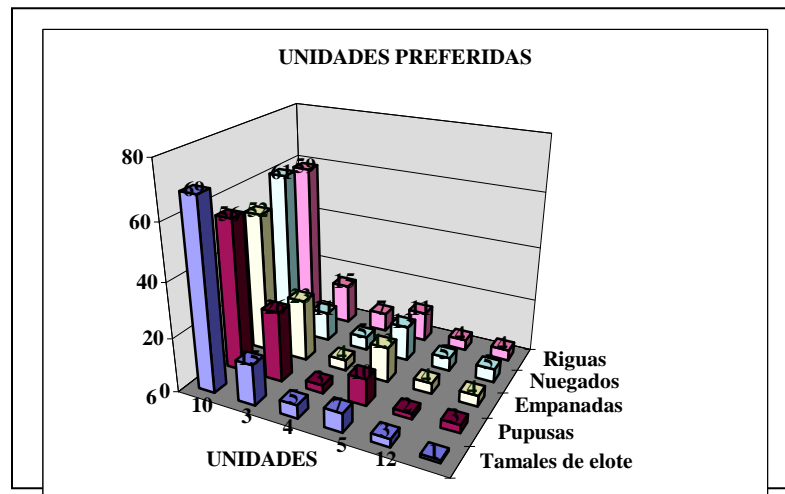
De las 116 respuestas que se obtuvieron en esta pregunta, el 41% sugirió un empaque de aluminio, un 37% sugirió que el producto se vendiera en caja de cartón y un 21% propuso en bolsa plástica. En la opción otros, hubo un 1% que sugirió un empaque de plástico reutilizable. En conclusión, el empaque de aluminio fue el que obtuvo mayor preferencia.

Pregunta 13.

¿En qué cantidades compraría el producto?

OBJETIVO: Determinar el número de unidades de cada producto que el encuestado prefiere.

PRODUCTO	OPCIONES	FRECUENCIA	%
Tamales de elote	6 unidades	52	69
	10 unidades	11	15
	Otros:		
	3 unidades	4	5
	4 unidades	5	7
	5 unidades	2	3
	12 unidades	1	1
	TOTAL	75	100
Pupusas	6 unidades	57	56
	10 unidades	27	26
	Otros:		
	3 unidades	3	3
	4 unidades	10	10
	5 unidades	2	2
	12 unidades	3	3
	TOTAL	102	100
Empanadas	6 unidades	28	52
	10 unidades	12	23
	Otros:		
	3 unidades	2	4
	4 unidades	7	13
	5 unidades	2	4
	12 unidades	2	4
	TOTAL	53	100
Nuegados	6 unidades	27	61
	10 unidades	5	11
	Otros:		
	3 unidades	2	5
	4 unidades	6	13
	5 unidades	2	5
	12 unidades	2	5
	TOTAL	44	100
Riguas	6 unidades	27	59
	10 unidades	7	15
	Otros:		
	3 unidades	3	7
	4 unidades	5	11
	5 unidades	2	4
	12 unidades	2	4
	TOTAL	46	100



Como puede verse, para todos los productos: Pupusas, Tamales de elote, empanadas, nuegados y riguas; el número de unidades preferidas por el encuestado es el 6 con un porcentaje mayor del 50%, en segundo lugar se prefieren los productos en unidades de 10 a excepción de los nuegados que se prefieren en unidades de 4. En tercera posición se prefieren en unidades de 4 a diferencia de los nuegados que son de 10 unidades.

En las tres últimas posiciones si existen desigualdades en las preferencias.

Pregunta 14.

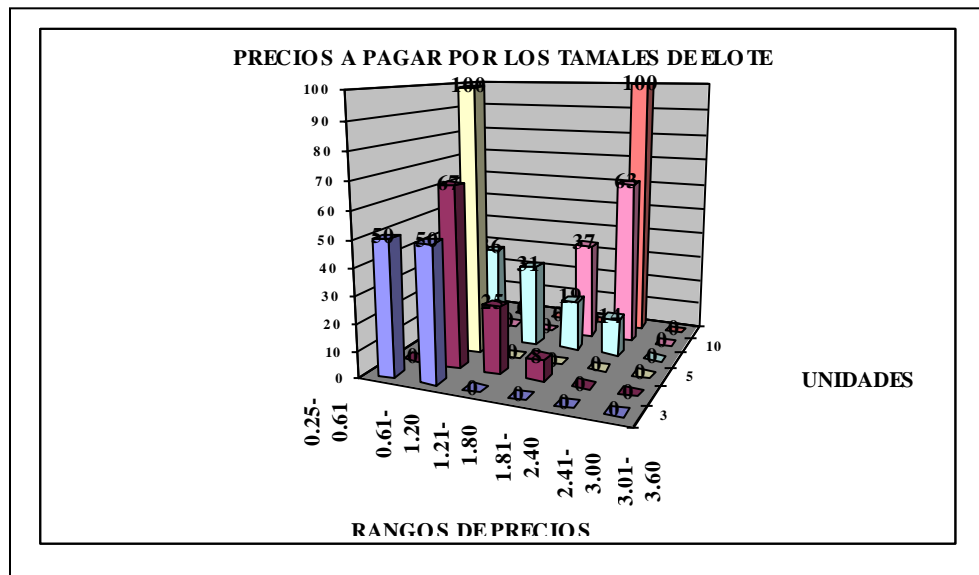
¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

OBJETIVO: Determinar el precio que el encuestado pagaría por producto de acuerdo al número de unidades.

Esta pregunta se analiza por cada producto para su mejor interpretación y se consideran los dos primeros rangos de mayor porcentaje si su diferencia es de 5 puntos, sino solo se tomará el de mayor porcentaje de preguntas. El análisis se realiza de esta manera para limitar la cantidad de datos manejados.

A. TAMALES DE ELOTE

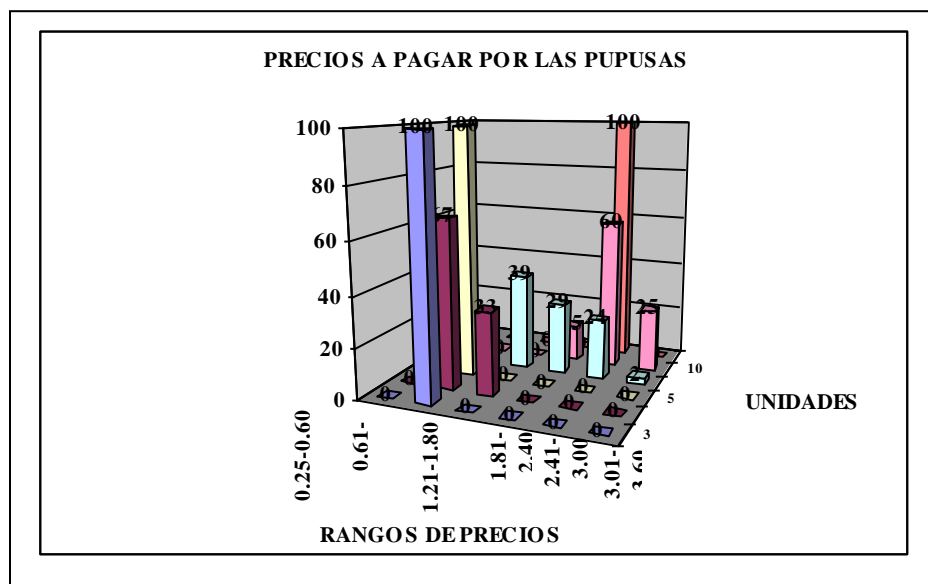
UNIDADES	OPCIONES (Rangos en \$)	FRECUENCIA	%
3	0.25 - 0.60	1	50
	0.61 - 1.20	1	50
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 - 2.40	0	0
	2.41 - 3.00	0	0
	3.01 - 3.60	0	0
	TOTAL		2
4	0.25 - 0.60	0	0
	0.61 - 1.20	8	67
	1.21 - 1.80	3	25
	1.81 - 2.40	1	8
	2.41 - 3.00	0	0
	3.01 - 3.60	0	0
	TOTAL		12
5	0.25 - 0.60	0	0
	0.61 - 1.20	1	100
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 - 2.40	0	0
	2.41 - 3.00	0	0
	3.01 - 3.60	0	0
	TOTAL		1
6	0.25 - 0.60	0	0
	0.61 - 1.20	15	36
	1.21 - 1.80	13	31
	1.81 - 2.40	8	19
	2.41 - 3.00	6	14
	3.01 - 3.60	0	0
	TOTAL		42
10	0.25 - 0.60	0	0
	0.61 - 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 - 2.40	3	37
	2.41 - 3.00	5	63
	3.01 - 3.60	0	0
	TOTAL		8
12	0.25 - 0.60	0	0
	0.61 - 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 - 2.40	0	0
	2.41 - 3.00	1	100
	3.01 - 3.60	0	0
	TOTAL		1



Los precios para las 3 unidades oscilan en dos rangos, los cuales tienen 50% y 50% de respuestas cada uno, de esta manera puede decirse que sus precios varían entre \$0.25 y \$1.20. Las 4 unidades varían en 3 rangos, de los cuales el de mayor porcentaje de respuestas los tiene el que va desde \$0.61 a \$1.20 con un 67%. Las 5 unidades tienen su 100% de respuestas en el rango de \$0.61- \$1.20. Las 6 unidades tienen una dispersión de precios en 4 rangos, de éstos los de mayor porcentaje son: \$0.61-\$1.20 y \$1.21-\$1.80. En el caso de las 10 unidades sus precios se dispersan en 2 rangos pero el de mayor porcentaje es el que oscila entre \$2.41 y \$3.00, finalmente el precio de las 12 unidades está en un solo rango de \$2.41 y \$3.00.

B. PUPUSAS

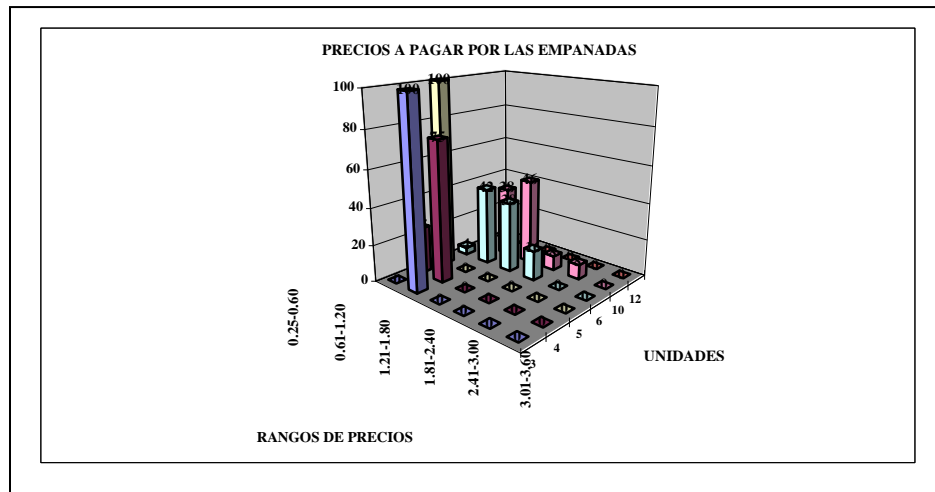
UNIDADES	OPCIONES (Rangos en \$)	FRECUENCIA	%
3	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	2	100
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
4	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	6	67
	1.21 - 1.80	3	33
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
5	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	1	100
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
6	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	3	6
	1.21 - 1.80	20	39
	1.81 – 2.40	15	29
	2.41 – 3.00	12	24
	3.01 – 3.60	1	2
10	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	3	15
	2.41 – 3.00	12	60
	3.01 – 3.60	5	25
12	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	1	100
	3.01 – 3.60	0	0



Para las pupusas, los precios varían de la siguiente manera: La 3 y 5 unidades oscilan en un solo rango \$0.61-\$1.20, ubicándose un 100% de respuestas en él. Las 4 unidades varían en dos rangos pero el de mayor porcentaje (67%) es el mismo que el de 3 y 5 unidades. Las 6 unidades oscilan en tres rangos, pero el de mayor porcentaje es el de \$1.21-\$1.80, con un 39%; las 10 y 12 unidades de pupusas ubican sus precios en el mismo rango, el de \$2.41-\$3.00, pero en diferente proporción: 60% y 100% respectivamente.

C. EMPANADAS

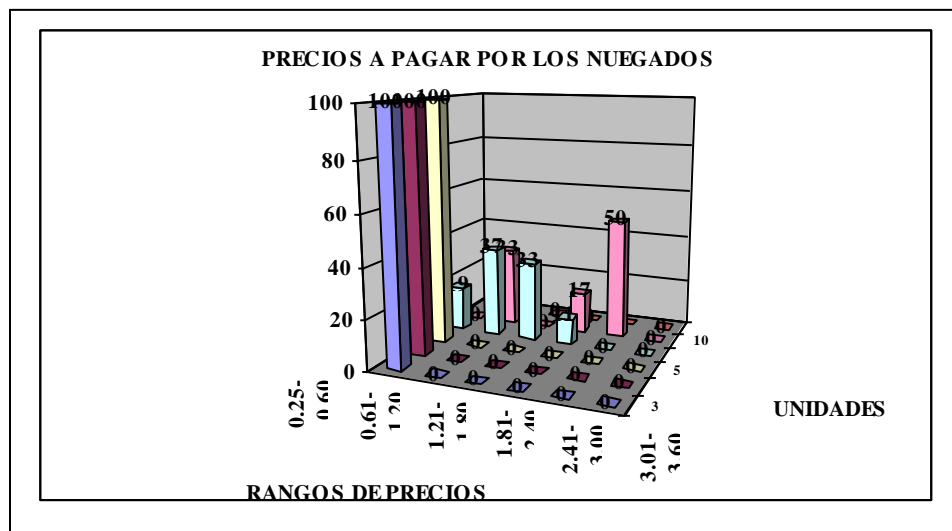
UNIDADES	OPCIONES (Rangos en \$)	FRECUENCIA	%
3	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	1	100
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
4	0.25 – 0.60	1	25
	0.61 – 1.20	3	75
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
5	0.25 – 0.60	1	100
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
6	0.25 – 0.60	1	4
	0.61 – 1.20	10	42
	1.21 - 1.80	9	38
	1.81 – 2.40	4	16
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
10	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	5	38
	1.21 - 1.80	6	46
	1.81 – 2.40	1	8
	2.41 – 3.00	1	8
	3.01 – 3.60	0	0
12	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0



Para las empanadas, los precios están más limitados en pocos rangos, así para las 3 y 4 unidades el precio oscila en el rango: \$0.61-\$1.20, con porcentajes de 100% y 75% respectivamente. Las 5 unidades de empanadas ubican su precio en el rango de \$0.25-\$0.60 en un 100%. Las 6 unidades varían su precio en 4 rangos, pero los de mayor porcentaje (42%, 38%) están en los rangos de \$0.61-\$1.80, las 10 unidades se ubican en el rango de precios de \$1.21-\$1.80 en un 46%. Para las 12 unidades de empanadas no hubo respuestas.

D. NUEGADOS

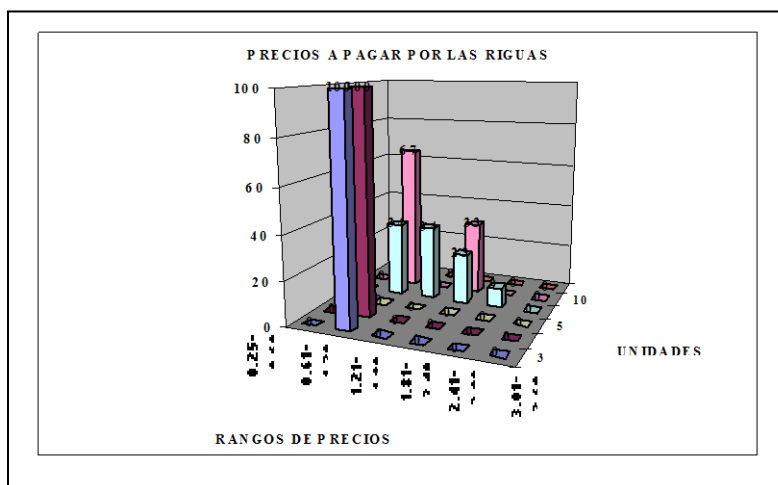
UNIDADES	OPCIONES (Rangos en \$)	FRECUENCIA	%
3	0.25 – 0.60	1	100
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
4	0.25 – 0.60	1	100
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
5	0.25 – 0.60	1	100
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
6	0.25 – 0.60	5	19
	0.61 – 1.20	10	37
	1.21 - 1.80	9	33
	1.81 – 2.40	3	11
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
10	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	2	33
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	1	17
	2.41 – 3.00	3	50
	3.01 – 3.60	0	0
12	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0



En el caso de este producto, tanto para unidades de 3, 4 y 5 el rango de precios coincide en el primero: \$0.25-\$0.60, el cual tiene el 100% de las respuestas obtenidas; no así para 6 unidades de nuegados, los precios oscilan en cuatro rangos siendo el segundo rango el de mayor porcentaje de respuestas con 37%, quedando un precio entre \$0.61-\$1.20. Para las 10 unidades de producto, su precio tiene mayor porcentaje en el quinto rango: \$2.41-\$3.00, con el 50%. Para las 12 unidades no hubo respuesta.

E. RIGUAS

UNIDADES	OPCIONES (Rangos en \$)	FRECUENCIA	%
3	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	3	100
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
4	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	9	100
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
5	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
6	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	12	34
	1.21 - 1.80	12	34
	1.81 – 2.40	8	23
	2.41 – 3.00	3	9
	3.01 – 3.60	0	0
10	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	2	67
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	1	33
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0
12	0.25 – 0.60	0	0
	0.61 – 1.20	0	0
	1.21 - 1.80	0	0
	1.81 – 2.40	0	0
	2.41 – 3.00	0	0
	3.01 – 3.60	0	0



Al igual que en los nuegados, para las riguas se tienen rangos limitados ya que no se obtuvieron respuestas para todas las unidades de producto.

Para unidades de 3, 4 y 10, el precio oscila en el mismo rango: \$0.61-\$1.20, para 3 y 4 la proporción de respuestas es del 100% y para 10 unidades de riguas el porcentaje de respuestas en este rango es del 67%.

Para unidades de 5 y 12 no se obtuvieron respuestas.

Las unidades de 6 dispersan sus precios en 4 rangos, siendo los rangos \$0.61 a \$1.80 los de mayor e igual proporción de respuestas, 34%.

Pregunta 15.

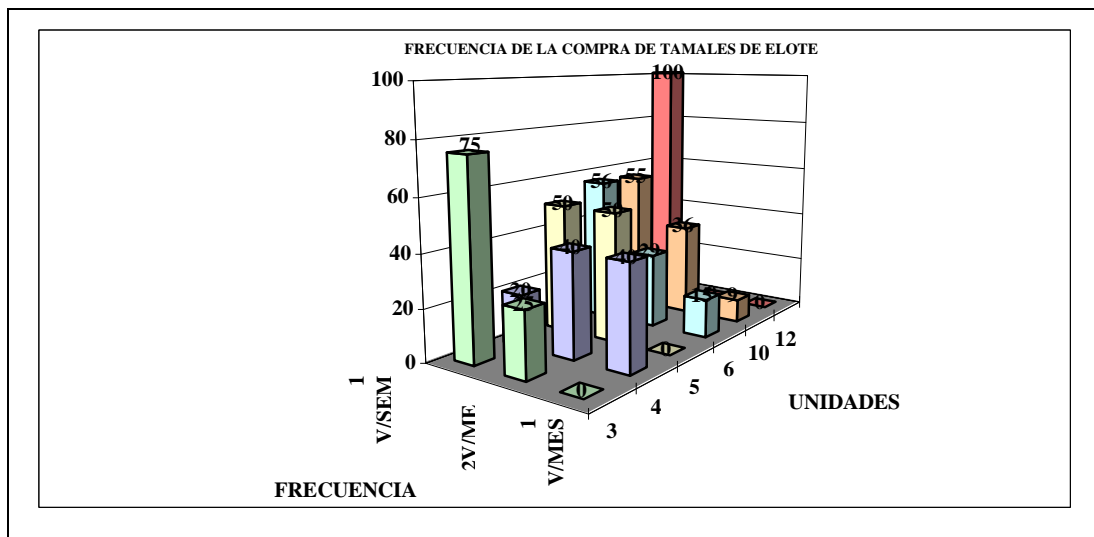
¿Cada cuánto tiempo compraría el producto?

OBJETIVO: Determinar la frecuencia de la compra de cada uno de los productos de acuerdo al número de unidades preferidas por el encuestado.

Al igual que la pregunta anterior, ésta se analiza por producto para su mejor interpretación.

A. TAMALES DE ELOTE

UNIDADES	OPCIONES	FRECUENCIA	%
3	1 vez por semana	3	75
	2 veces por mes	1	25
	1 vez por mes	0	0
4	1 vez por semana	1	20
	2 veces por mes	2	40
	1 vez por mes	2	40
5	1 vez por semana	1	50
	2 veces por mes	1	50
	1 vez por mes	0	0
6	1 vez por semana	29	56
	2 veces por mes	15	29
	1 vez por mes	8	15
10	1 vez por semana	6	55
	2 veces por mes	4	36
	1 vez por mes	1	9
12	1 vez por semana	1	100
	2 veces por mes	0	0
	1 vez por mes	0	0

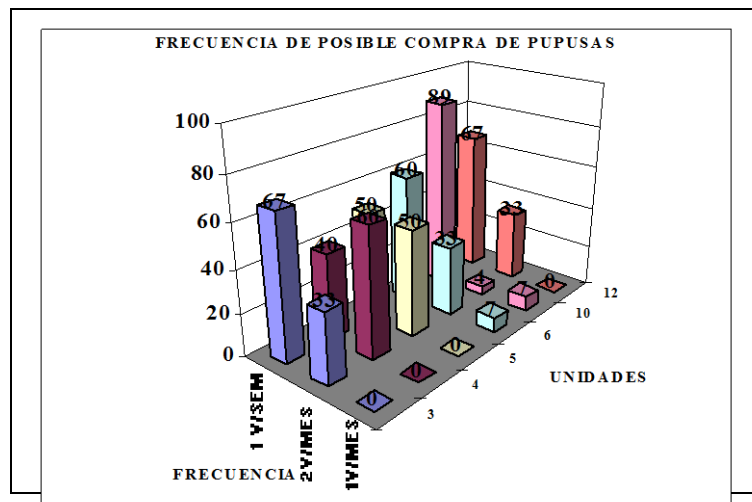


De la tabulación y el gráfico puede notarse como varía la frecuencia de compra de los tamales de elote de acuerdo a las unidades de producto.

Para unidades de 3, 6, 10 y 12, la frecuencia de compra con mayor porcentaje corresponde a la opción de una vez por semana, con las proporciones siguientes: 75%, 56%, 55% y 100% respectivamente. Para unidades de 4, la frecuencia de compra se comparte en mayor proporción dos y una vez al mes, con 40% cada una. Las 5 unidades se comprarían una vez por semana y dos veces por mes, con 50% cada una de respuestas.

B. PUPUSAS

UNIDADES	OPCIONES	FRECUENCIA	%
3	1 vez por semana	2	67
	2 veces por mes	1	33
	1 vez por mes	0	0
4	1 vez por semana	4	40
	2 veces por mes	6	60
	1 vez por mes	0	0
5	1 vez por semana	1	50
	2 veces por mes	1	50
	1 vez por mes	0	0
6	1 vez por semana	34	60
	2 veces por mes	19	33
	1 vez por mes	4	7
10	1 vez por semana	24	89
	2 veces por mes	1	4
	1 vez por mes	2	7
12	1 vez por semana	2	67
	2 veces por mes	1	33
	1 vez por mes	0	0

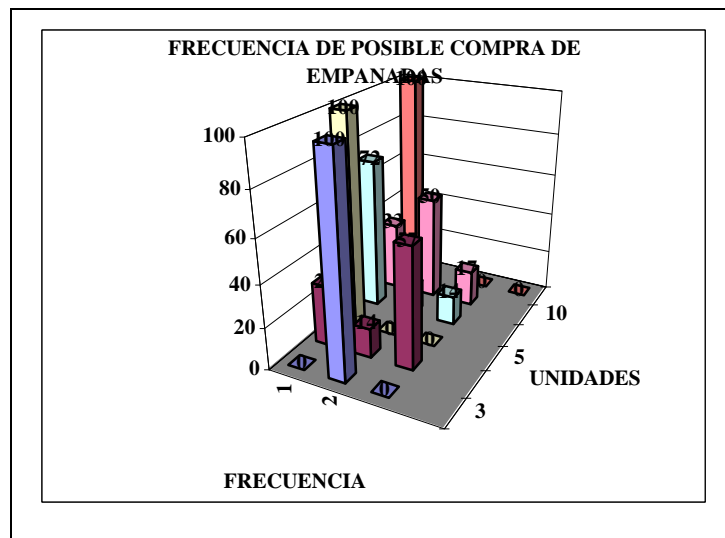


La frecuencia para la compra de pupusas queda de la siguiente manera: Unidades de 3, 6, 10 y 12, tienen su mayor porcentaje de respuestas en la opción una vez por semana en las proporciones que a continuación se mencionan: 67%, 60%, 89% y 67%, respectivamente.

Para unidades de 4 pupusas, la frecuencia de compra es dos veces al mes con un 60% de respuestas. Para unidades de 5 pupusas, las proporciones de respuestas se comparten 50% y 50% en las opciones: una vez por semana y una vez por mes.

C. EMPANADAS

UNIDADES	OPCIONES	FRECUENCIA	%
3	1 vez por semana	0	0
	2 veces por mes	2	100
	1 vez por mes	0	0
4	1 vez por semana	2	29
	2 veces por mes	1	14
	1 vez por mes	4	57
5	1 vez por semana	2	100
	2 veces por mes	0	0
	1 vez por mes	0	0
6	1 vez por semana	20	72
	2 veces por mes	4	14
	1 vez por mes	4	14
10	1 vez por semana	4	33
	2 veces por mes	6	50
	1 vez por mes	2	17
12	1 vez por semana	2	100
	2 veces por mes	0	0
	1 vez por mes	0	0



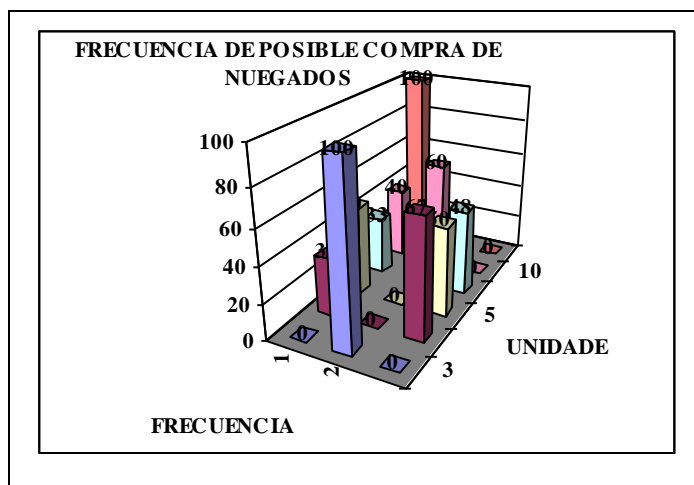
NUEGADOS

La frecuencia de compra para las empanadas, también varía de acuerdo a las unidades.

Para 3 unidades de empanadas, el 100% de las respuestas esta ubicado en la opción dos veces por mes, así mismo las unidades de 10 tienen una frecuencia de compra igual con un proporción del 50%. Unidades de 4, tienen una frecuencia de compra de una vez por mes con una proporción del 57%. Las unidades de 5, 6 y 12, se ubican en la misma opción: una vez por semana, con proporciones del 100%, 72% y 100% respectivamente.

D. NUEGADOS

UNIDADES	OPCIONES	FRECUENCIA	%
3	1 vez por semana	0	0
	2 veces por mes	2	100
	1 vez por mes	0	0
4	1 vez por semana	2	33
	2 veces por mes	0	0
	1 vez por mes	4	67
5	1 vez por semana	1	50
	2 veces por mes	0	0
	1 vez por mes	1	50
6	1 vez por semana	9	33
	2 veces por mes	5	19
	1 vez por mes	13	48
10	1 vez por semana	2	40
	2 veces por mes	3	60
	1 vez por mes	0	0
12	1 vez por semana	2	100
	2 veces por mes	0	0
	1 vez por mes	0	0

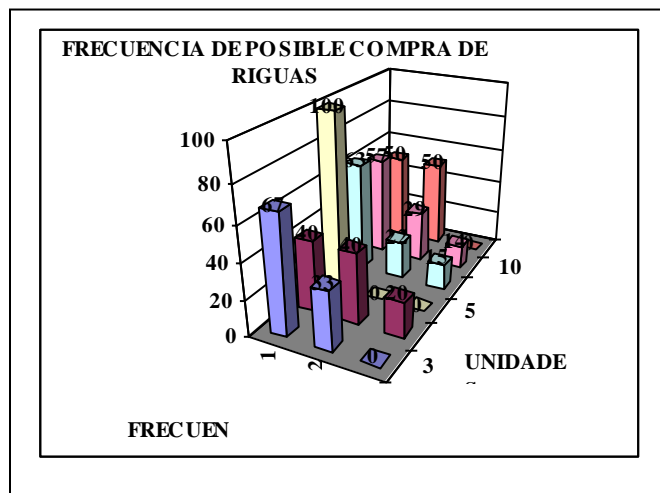


Los nuegados tienen una distribución similar a los otros productos. Unidades de 3 y 10 nuegados, tienen una frecuencia de dos veces al mes con proporciones del 100% y 60% respectivamente. 4 y 6 unidades del producto, tienen una frecuencia de una vez por mes, en las siguientes proporciones: 67% y 48% respectivamente. Las unidades de 5 nuegados pueden comprarse en dos opciones, una vez por semana y una vez por mes, en iguales porcentajes: 50 cada una. Y las 12 unidades tienen una frecuencia de una vez por semana con el 100% de respuestas.

E. RIGUAS

UNIDADES	OPCIONES	FRECUENCIA	%
3	1 vez por semana	2	67
	2 veces por mes	1	33
	1 vez por mes	0	0

	1 vez por semana	2	40
	2 veces por mes	2	40
	1 vez por mes	1	20
5	1 vez por semana	2	100
	2 veces por mes	0	0
	1 vez por mes	0	0
6	1 vez por semana	17	63
	2 veces por mes	6	22
	1 vez por mes	4	15
10	1 vez por semana	4	57
	2 veces por mes	2	29
	1 vez por mes	1	14
12	1 vez por semana	1	50
	2 veces por mes	1	50
	1 vez por mes	0	0



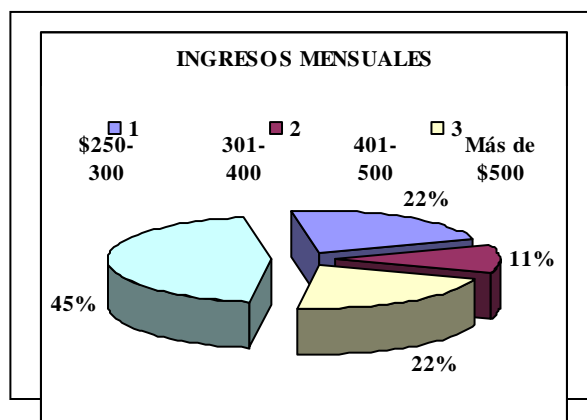
Para este producto, la frecuencia de compra está distribuida de la siguiente manera: Unidades de 3, 5, 6 y 10 riguas, tienen una frecuencia de una vez por semana, en proporciones de 67%, 100%, 63% y 57% , respectivamente. Unidades de 4 y 12 riguas están igualmente distribuidas en la misma proporción en dos opciones, una vez por semana y una vez por mes, 50% en cada una de ellas.

Pregunta 16.

De los siguientes niveles de ingresos mensuales que se plantean a continuación, ¿en cuál se ubica su familia?

OBJETIVO: Verificar el nivel de ingreso del encuestado para comprobar su clasificación dentro de las familias no pobres.

OPCIONES (\$)	FRECUENCIA	%
250 – 300	22	22
301 – 400	11	11
401 – 500	23	22
Más de 500	46	45



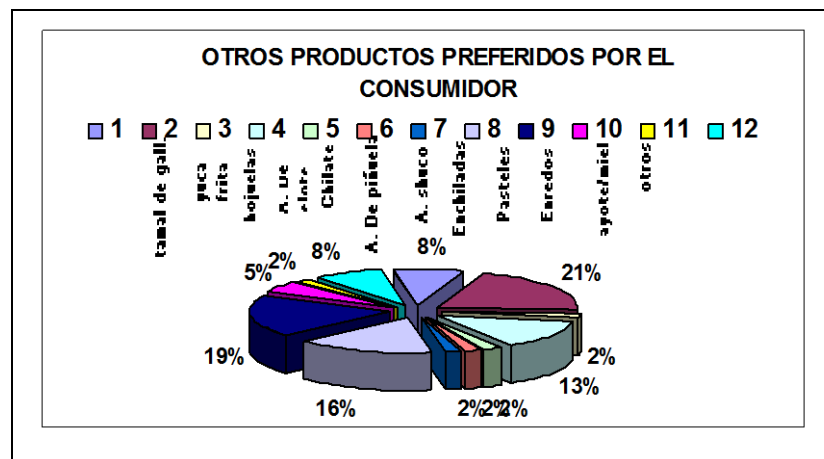
De la tabulación y el gráfico puede verificarse como el porcentaje mayor del ingreso de los encuestados se encuentra en el rango de \$500 o más, con un 45%; seguido del nivel de ingreso de \$205-\$300 y \$401-\$500, con igual proporción: 22%. Finalmente, en último lugar se encuentra el rango de ingreso de \$301-\$400 con un 11%.

Pregunta 17.

Además de los productos en mención, ¿qué otros antojos típicos salvadoreños prefiere?

OBJETIVO: Conocer que otros productos prefiere el encuestado para futuro estudio.

PREFERENCIAS	FRECUENCIA	%
Tamal de gallina	10	8
Yuca frita	28	21
Hojuelas	2	2
Atol de elote	17	13
Atol de maiz tostado	1	1
Atol de piñuela	2	2
Atol shuco	3	2
Enchiladas	20	16
Pasteles de maiz con carne	24	19
Enredos	7	5
Tostadas	1	1
Panes con pollo	1	1
Tortas de elote	1	1
Atol de coco	1	1
Tamal pisque	1	1
Chilate	3	2
Elote loco	1	1
Ayote en miel	2	2
Plátano en dulce	1	1



En esta pregunta, el encuestado respondió de manera abierta, dando como resultado una lista de los principales productos, de los cuales los primeros tres lugares quedan de la siguiente manera: yuca frita con 22%, pasteles de maíz con el 19% y enchiladas con 16%. Las siguientes posiciones, de manera descendente, son: Atol de elote 13%, tamal de gallina 8%, otros 8%, enredos 5% y ayote en miel, atol shuco, atol de piñuela, chilate y las hojuela con el 2% cada uno.

Tabulación e interpretación de los resultados obtenidos (Mercado Estadounidense)

1. ¿Cuales de estos productos consume?, Enumere en orden de preferencia

✚ **Objetivo:** Verificar cuales de los antojos típicos en estudio consume la población, para conocer el nivel de aceptación y preferencia.

✚ Productos consumidos por los encuestados

Producto	Si	No
Pupusas	35	0
Tamales de elote	30	5
Empanadas	29	6
Nuegados	22	13
Riguas	13	22

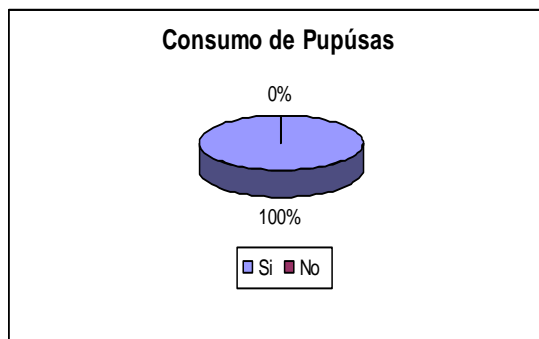


Grafico32

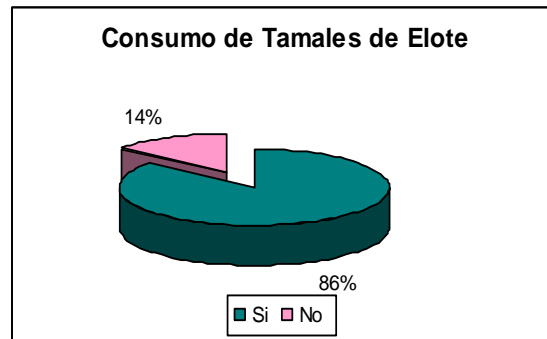


Grafico 33

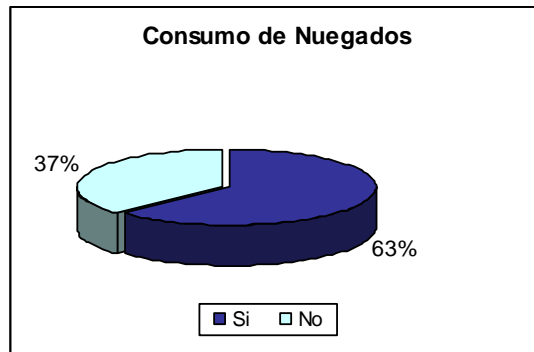


Grafico 34

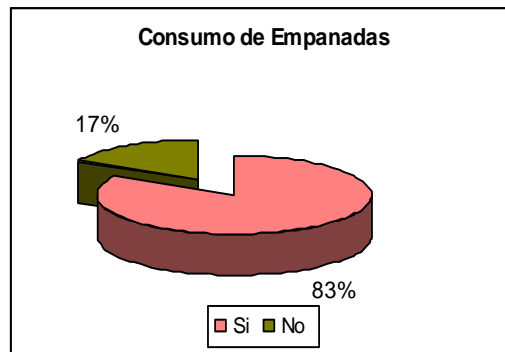


Grafico 35

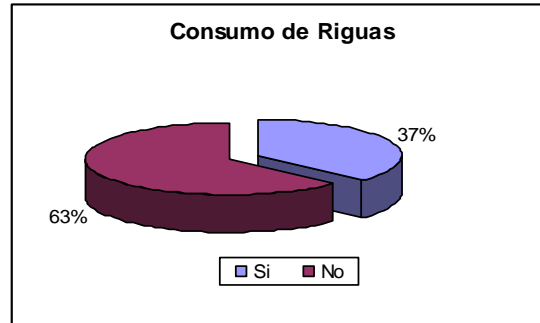


Grafico 36

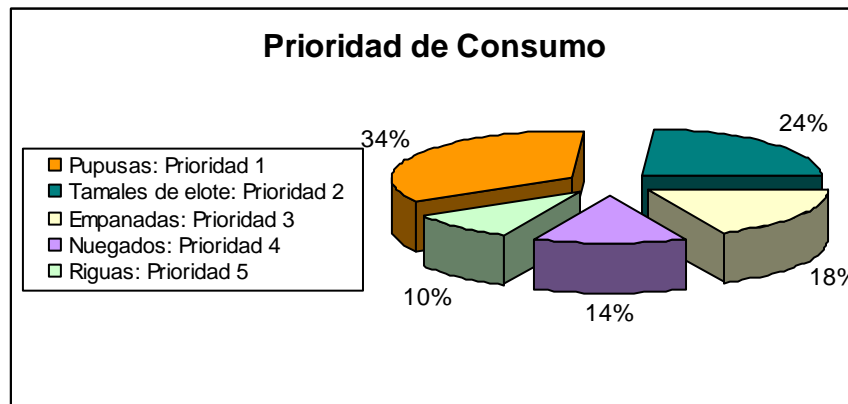
Análisis

De los 35 encuestados el 100% consume pupusas, indicando que es uno de los antojos típicos preferidos por los salvadoreños radicados en los Estados Unidos, Los tamales de elote son consumidos por el 86% de la población por lo que se considera un producto de gran aceptación, similar a las empanadas que las consume el 83%. En cuanto a los nuegados y riguas son requeridos en menor escala, un 63% y un 37% de la población respectivamente los consume.

✚ Prioridad de consumo

Producto	Prioridad 1	Prioridad 2	Prioridad 3	Prioridad 4	Prioridad 5
Pupusas	32	7	0	2	0
Tamales de elote	3	22	2	0	0
Empanadas	0	5	17	8	0
Nuegados	0	0	10	13	0
Riguas	0	0	0	2	9

Grafico 37



Análisis

La población tiene como preferencia Numero 1 a las pupusas, seguido por los tamales de elote, en un menor porcentaje las empanadas, nuegados y riguas.

2. ¿Por qué no consume ninguno de los productos que se mencionan?:

Objetivo: Conocer los aspectos importantes del ¿por que? La población no consume ninguno de los productos, para tomarlos en cuenta en las estrategias de mercado.

Análisis :

Considerando que en la pregunta numero 1, no se obtuvo por respuesta Ninguno, la respuesta dos fue obviada.

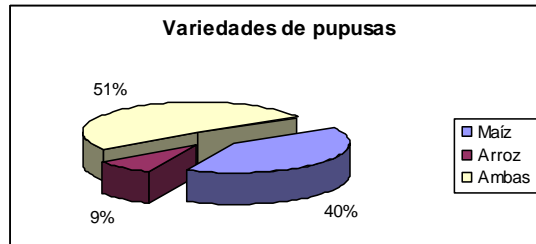
3. ¿Qué variedades prefiere?, mencione:

Objetivo: Determinar las variedades preferidas por el consumidor, para considerar las clases o variedades a producir.

a. Variedades de pupusas (incluye solamente la harina para su elaboración)

Variedades	Numero de respuestas
Maíz	14
Arroz	3
Ambas	18

Grafico 38



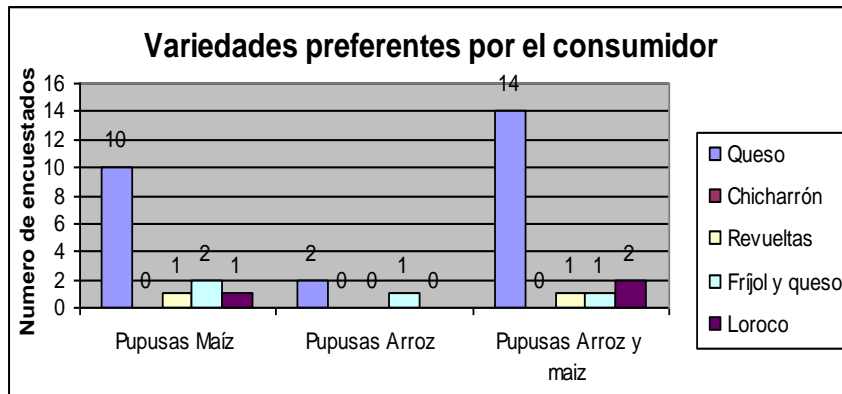
Análisis

Un 51% de los entrevistados prefiere las pupusas de arroz y maíz, aunque solamente un 40% le gustan de maíz, y un 9% de arroz.

b. Variedades de pupusas(Incluye los ingredientes de relleno)

Variedades	Pupusas Maíz	Pupusas Arroz	Pupusas Arroz y maíz
Queso	10	2	14
Chicharrón	0	0	0
Revueltas	1	0	1
Fríjol y queso	2	1	1
Loroco	1	0	2

Grafico 39



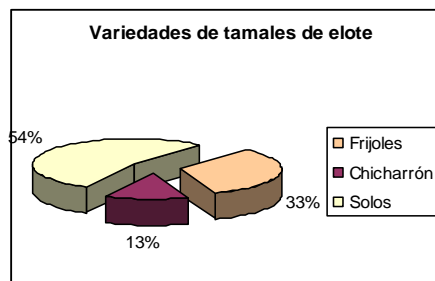
Análisis

Se observa en el grafico 8, que las pupusas de queso son las que mayormente prefiere la población, seguidas, aunque en menor escala por las de frijol con queso y loroco.

c. Variedades de tamales de elote (incluye los ingredientes de relleno)

Variedades	Numero de respuestas
Frijoles	10
Chicharrón	4
Solos	16

Grafico 40



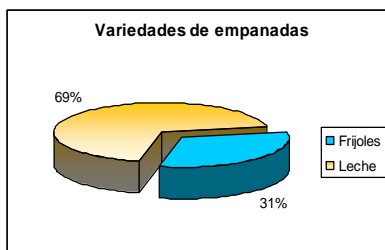
Análisis

El grafico 9 indica que un 54% de la población que consume tamales de elote, los prefiere sin ningún relleno (solos), a un 33% le gustan los rellenos de frijoles y 13% los prefiere con chicharrón.

d. Variedades de empanadas (incluye los ingredientes de relleno)

Variedades	Numero de respuestas
Frijoles	9
Leche	20

Grafico 41



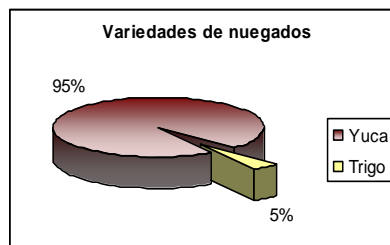
Análisis

El 89% de la población que consume empanadas, las prefiere rellenas de leche y un 31% de frijoles.

e. Variedades de Nuegados (incluye la clase de harina para la preparación)

Variedades	Numero de respuestas
Yuca	21
Trigo	1

Grafico 42



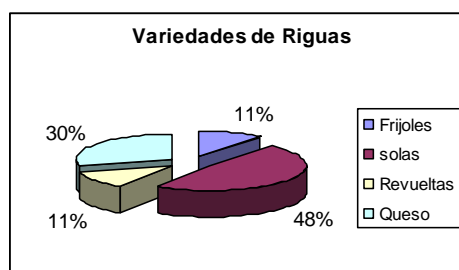
Análisis

De la población que respondió que consumía nuegados, un 95% los prefiere de yuca y solamente un 5% le gustan de trigo.

f. Variedades de Riguas

Variedades	Numero de respuestas
Frijoles	3
Solas	13
Revueltas	3
Queso	8

Grafico 43



Análisis

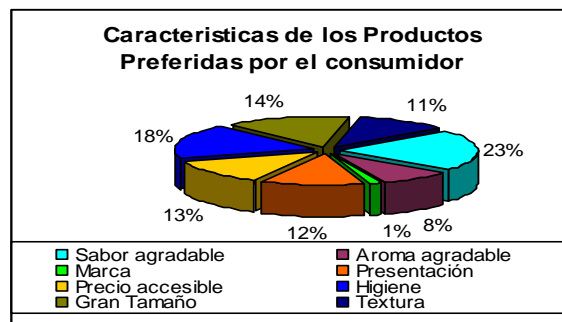
El grafico 12 muestra las diferentes variedades de riguas preferidas por la población que respondió positivamente al consumo de éstas, donde un 48% las prefiere solas (sin relleno), un 30% le gustan rellenas de queso y un 11% las prefiere rellenas de frijoles y de igual manera a otro 11% le gustan revueltas (de frijol y queso).

4. De las siguientes características, ¿Cuáles considera que deben tener los productos?

Objetivo: Conocer las características consideradas por el consumidor para la compra del producto, para tomarlas en cuenta en su elaboración.

Características	Numero de respuestas
Sabor agradable	32
Aroma agradable	12
Marca	2
Presentación	18
Precio accesible	19
Higiene	27
Gran Tamaño	21
Textura	16

Grafico 44



Análisis

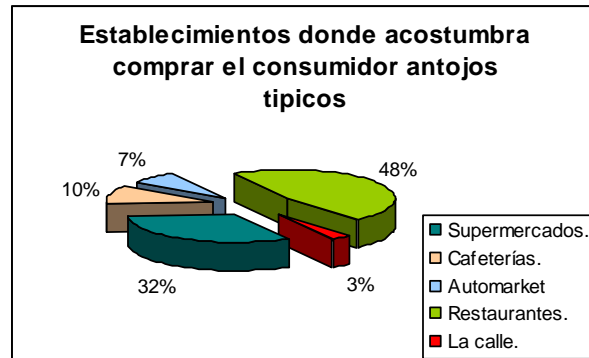
En el grafico 13 se observa que la mayor parte de la población encuestada considera que el sabor, es una de las características principales tomadas en cuenta para la compra del producto, seguida por la higiene y en menor escala el tamaño, precio, presentación y textura, se observa también en un mínimo porcentaje las características del aroma agradable y marca.

5. ¿Dónde ha comprado los productos?

Objetivo: Conocer los canales de distribución utilizados por la competencia, para buscar el mejor canal de distribución para vender los productos.

Establecimientos	Numero de respuestas
Supermercados.	22
Cafeterías.	7
Automarket	5
Restaurantes.	32
La calle.	2

Grafico 45



Análisis

Un 48% de la población encuestada ha comprado los productos en restaurantes, un 32% en supermercados, en un mínimo porcentaje en cafeterías, automarket y en la calle. De lo que se concluye que los consumidores adquieren el producto por medio de Restaurantes y supermercados.

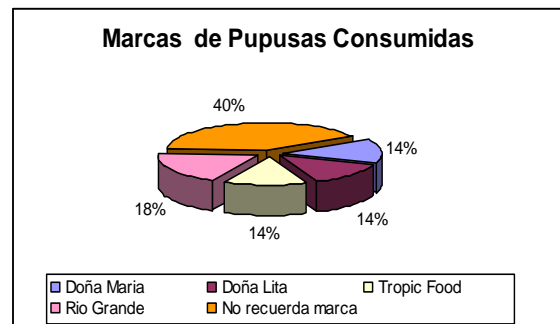
6. ¿Qué marcas ha comprado?

Objetivo: Conocer las marcas y productos distribuidos en los Estados Unidos por la competencia y determinar al mismo tiempo la fijación de las mismas en la mente del consumidor, para buscar las mejores estrategias.

a. Pupusas

Marcas	Numero de respuestas
Doña Maria	3
Doña Lita	3
Tropic Food	3
Río Grande	4
No recuerda marca	9

Grafico 46



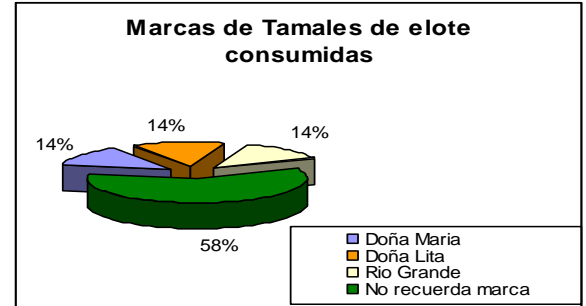
Análisis

El 40% de la población que respondió haber comprado productos en el supermercado, no recuerda marca, un 18% ha comprado Pupusas de la marca Río grande, y un 14% ha consumido Doña Lita, Tropic Food y Doña Maria. De lo que se concluye que algunas marcas están fijadas en la mente del consumidor.

b. Tamales de elote

Marcas	Numero de respuestas
Doña Maria	3
Doña Lita	3
Río Grande	3
No recuerda marca	13

Grafico 47



Análisis

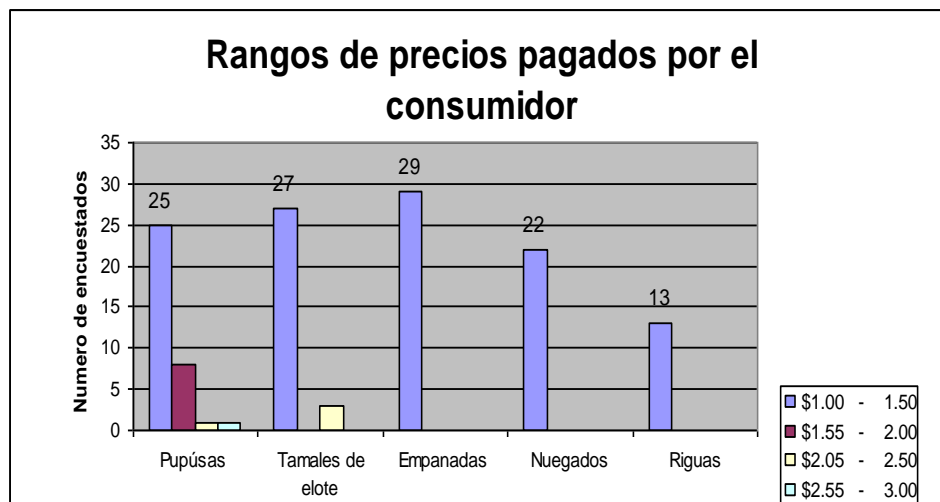
En el gráfico se observa que un 58% de la población que respondió comprar productos en el supermercado, no recuerda la marca de los tamales de elote, pero un 14% ha comprado Doña Maria, Doña Lita y Río Grande. Concluyendo que para los tamales de elote, no está muy fijada la marca en la mente del consumidor. Es de mencionar además que los nuegados, empanadas y riguas no se están vendiendo empacados en los supermercados bajo ninguna marca. Por lo que representa una oportunidad de mercado.

7. ¿Qué precios ha pagado por unidad?

Objetivo: Conocer los precios establecidos por la competencia, con el fin de tener un parámetro para la estimación de precios a los productos en estudio.

Precios	Pupusas	Tamales de elote	Empanadas	Nuegados	Riguas
\$1.00 - 1.50	25	27	29	22	13
\$1.55 - 2.00	8	0	0	0	0
\$2.05 - 2.50	1	3	0	0	0
\$2.55 - 3.00	1	0	0	0	0

Grafico 48



Análisis: La mayor parte de la población encuestada ha pagado de \$1.00 a \$ 1.50 por cada unidad de los productos en estudio y un mínimo porcentaje ha pagado \$1.55 a \$3.00 por unidad. Algunos han especificado que los nuegados, empanadas y riguas son compradas en restaurantes, ya que no se manejan bajo ninguna marca comercial en supermercados, y su precio radica alrededor de un dólar, para empanadas y nuegados.

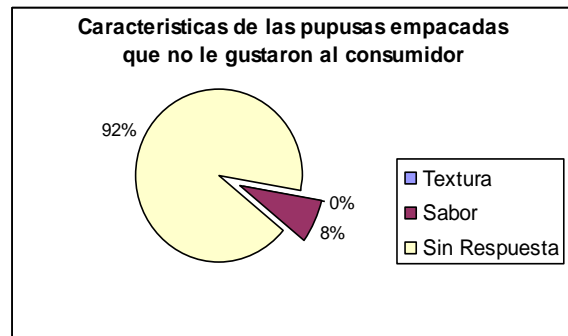
8. ¿Qué fue lo que no le gustó de los productos?

Objetivo: Determinar aspectos o características poco agradables para el consumidor, y así conocer parte de las debilidades de la competencia, con el fin de tomarlas en cuenta en la elaboración del producto y mejorar la calidad de los mismos.

a. Pupusas

Características	Numero de respuestas
Textura	0
Sabor	3
Sin Respuesta	33

Grafico 49



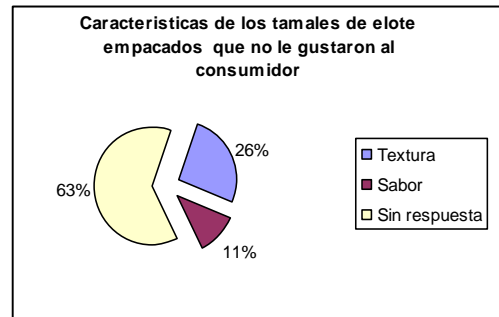
Análisis:

El 8% de la población que aseguró comprar productos empacados, no le gusto el sabor de las pupusas. Aunque el 92% no respondió. De Lo que puede concluirse que actualmente la competencia está cumpliendo en gran parte con las expectativas requeridas por el consumidor.

b. Tamales de elote

Características	Numero de respuestas
Textura	9
Sabor	4
Sin respuesta	22

Grafico 50



Análisis:

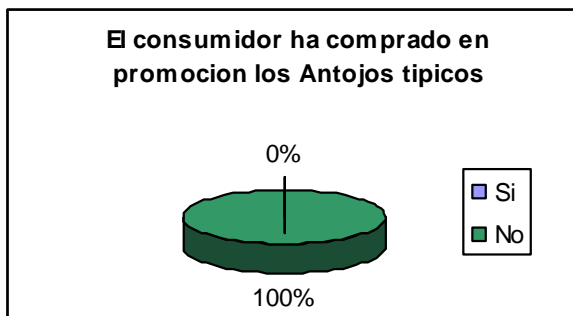
Un 26% de la población se queja de la textura de los tamales de elote empacados, afirmando que son demasiados duros, un 11% se refiere a que tienen mal sabor, y un 63% no respondió, por lo que se concluye que un 63% de la población está satisfecha con el producto, aunque podría mejorarse.

9. ¿Ha comprado los productos en alguna promoción?

Objetivo: Conocer las promociones que maneja la competencia en los Estados Unidos, para diseñar las mejores estrategias.

Variable	Numero de respuestas
Si	0
No	35

Grafico 51



Análisis:

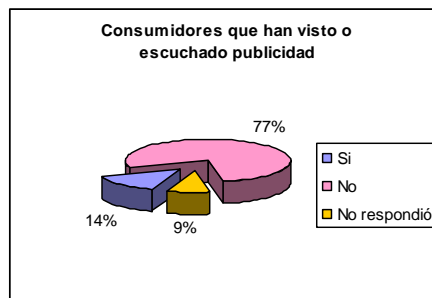
El 100% de los encuestados afirma no haber comprado productos en ninguna promoción.

10. ¿Ha visto o escuchado publicidad de los productos?

Objetivo: Conocer si la competencia utiliza algún medio de publicidad, para poder determinar las mejores estrategias.

Variable	Numero de respuestas
Si	5
No	27
No respondió	3

Grafico 52



Análisis:

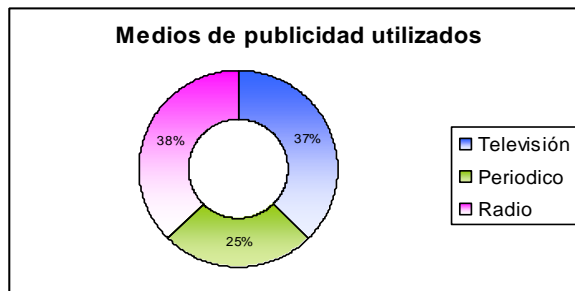
El 77% de la población respondió que no ha visto o escuchado publicidad de los productos. Aunque un 14% asegura lo contrario, pero afirmando que la publicidad vista y escuchada es relativa a los restaurantes locales.

11. ¿En cuáles medios de publicidad?, menciónelos:

Objetivo: Conocer los medios de publicidad utilizados por la competencia, para diseñar las mejores estrategias.

Medios	Numero de respuestas
Televisión	3
Periódico	2
Radio	3

Grafico 53



Análisis:

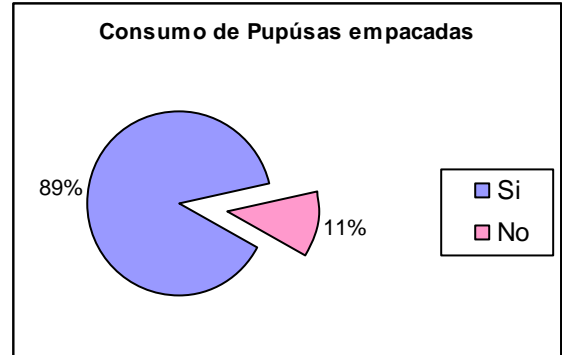
Un 38% de la población que respondió que vio o escucho publicidad en algún medio de comunicación, afirma que escucho publicidad en radio, un 37% vio en televisión y un 25% lo vio en periódicos. Pero reafirmando que la publicidad solamente compete a restaurantes locales.

12. ¿Consumiría estos productos empacados, si conservaran sus características?

Objetivo: Conocer el grado de aceptación de los antojos típicos salvadoreños empacados, para poder determinar la demanda potencial de los mismos.

Producto	Si	No
Pupusas	31	4
Tamales de elote	29	6
Empanadas	26	9
Nuegados	19	16
Riguas	14	21

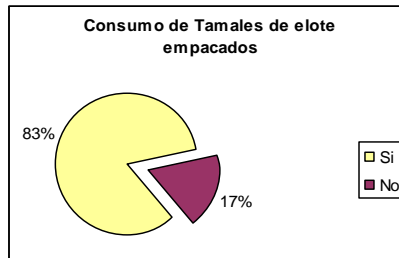
Grafico 54



Análisis:

El 89% de la población encuestada afirmo que consumiría las pupusas empacadas, un 11 % expresó lo contrario. De lo que se concluye que las pupusas tienen gran aceptación.

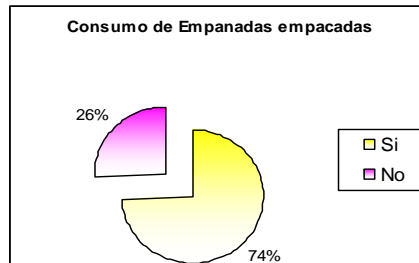
Grafico 55



Análisis:

Un 83% de la población encuestada Si desea consumir los tamales de elote empacados. En cambio un 17% afirma lo contrario. Concluyendo que los tamales de elote son de gran aceptación por la población salvadoreña, radicada en los Estados Unidos.

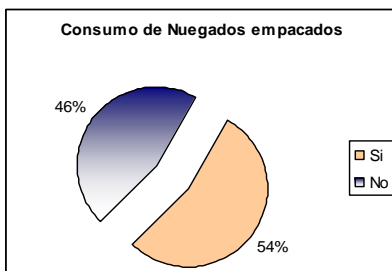
Grafico 56



Análisis:

Las empanadas desean ser consumidas empacadas por un 74% de la población, aunque un 26% asegura lo contrario. Concluyendo también que puede ser un producto de gran aceptación, aunque menor que los primeros dos.

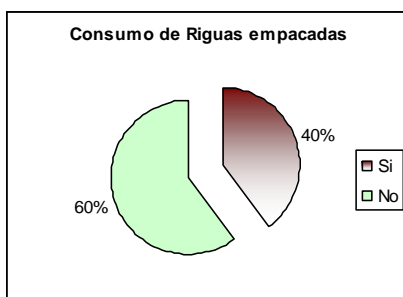
Grafico 57



Análisis:

Los nuegados empacados son aceptados por un 54% de la población, el resto no los prefiere. Dejando ver que el grado de aprobación es menor que los tres productos anteriores.

Grafico 58



Análisis:

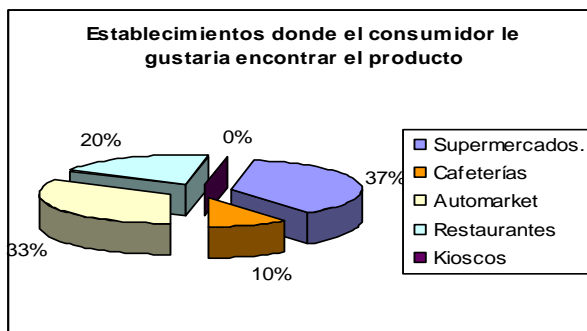
Las riguas son aceptadas empacadas en solamente un 40% de la población, dejando concluir que tiene poca admisión en el mercado estadounidense.

13. ¿Dónde le gustaría comprar los productos?

Objetivo: Conocer los establecimientos donde el consumidor le gustaría comprar el producto, con el fin de poder establecer los canales de distribución mas eficientes.

Establecimiento	Numero de respuestas
Supermercados.	26
Cafeterías	7
Automarket	23
Restaurantes	14
Kioscos	0

Grafico 59



Análisis:

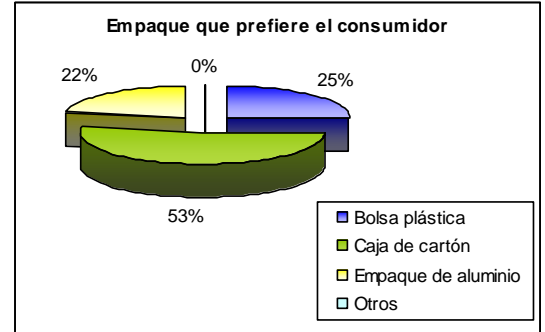
Un 37% de los encuestados afirmo que le gustaría comprar los productos en el supermercado, un 33% expresó que en automarket, un 20% y un 10% respondió que en restaurantes y cafeterías respectivamente. Concluyendo que los consumidores consideran los supermercados y los automarket los establecimientos más viables para comprar el producto, aunque no se descartan los restaurantes.

14. ¿Cómo le gustaría que fuese la presentación de los productos?

Objetivo: Conocer el tipo de empaque que le gustaría al consumidor, con el fin de determinar la mejor presentación del producto.

Tipo de empaque	Numero de respuestas
Bolsa plástica	9
Caja de cartón	19
Empaque de aluminio	8
Otros	0

Grafico 60



Análisis:

Un 53 % de la población prefiere el empaque de caja de cartón, un 25% le gustaría que fuese bolsa plástica y un 22% opta por el de aluminio. Tal como se observa en el gráfico la presentación preferida por la población es la de caja de cartón.

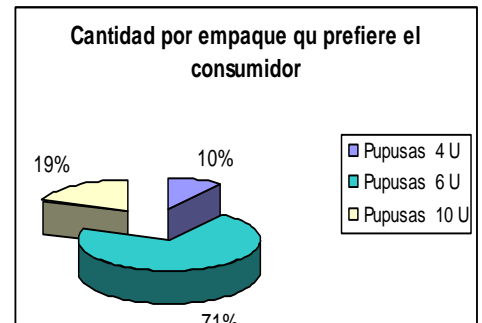
15. ¿En qué cantidades compraría el producto?

Objetivo: conocer el numero de unidades por caja, preferidas por el consumidor, para determinar la mejor presentación.

Producto	Unidad	Numero de respuestas
Pupusas	4 U	3
	6 U	22
	10 U	6
Tamales de elote	4 U	3
	6 U	14
	10 U	12
Empanadas	4 U	0
	6 U	21
	10 U	5
Nuegados	4 U	0
	6 U	16
	10 U	3
Riguas	4 U	0
	6 U	10
	10 U	4

a. Pupusas

Grafico 61

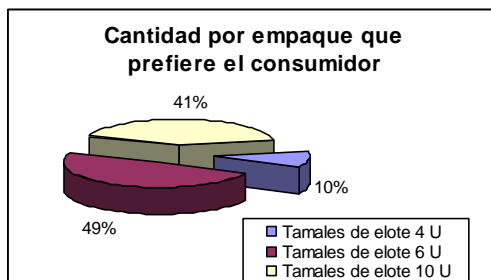


Análisis:

El 71% de la población que consumiría productos empacados, opta por la presentación de 6 unidades, un 19% lo requiere de 10 unidades y un 10% prefiere el empaque con 4 unidades de pupusas. Concluyendo que la presentación de 6 unidades es la que tiene mayor aceptación.

b. Tamales de elote

Grafico 62

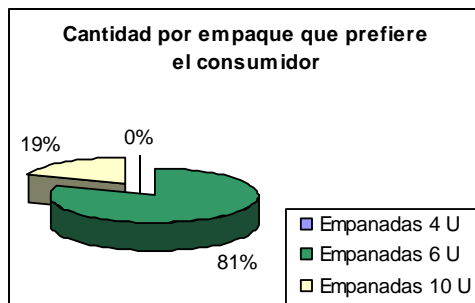


Análisis:

En el gráfico se observa que los tamales de elote son preferidos en la presentación de 6 y 10 unidades. Dejando un porcentaje mínimo de aceptación para la presentación de 4 unidades.

c. Empanadas

Grafico 63

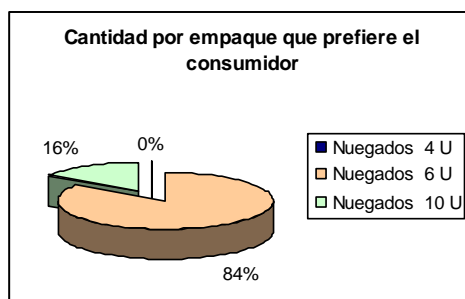


Análisis:

El 81% de la población que respondió que le gustaría consumir las empanadas empacadas, las prefiere en empaques de 6 unidades, el resto opta por el de 10 unidades.

d. Nuegados

Grafico 64

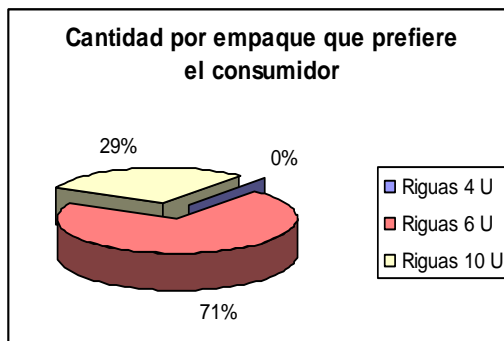


Análisis:

De la población que respondió afirmativamente al consumo de nuegados empacados, un 84% asegura que le gustaría el empaque con 6 unidades, el resto los prefiere de 10 unidades.

e. Riguas

Grafico 65



Análisis:

Un 71 % de la población que afirmó el consumo de riguas empacadas, prefiere la presentación de 6 unidades, el resto las compraría en 10 unidades.

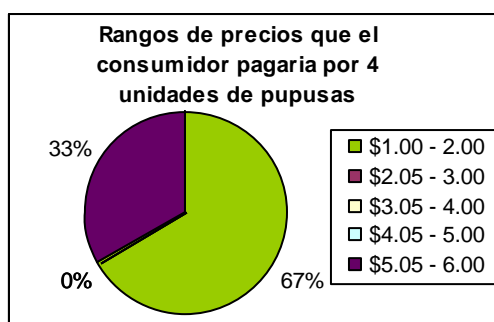
16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

Objetivo: Conocer el precio que el consumidor estaría dispuesto a pagar, para considerarlo en las estrategias de mercado y en la fijación de precio.

a. Pupusas

Precios para 4 unidades de pupusas	Numero de respuestas	Precios para 6 unidades de pupusas	Numero de respuestas	Precios para 10 unidades de pupusas	Numero de respuestas
\$1.00 - 2.00	2	\$2.00 - 3.00	4	\$7.05 - 8.00	5
\$2.05 - 3.00	0	\$3.05 - 4.00	0	\$9.05 - 10.00	0
\$3.05 - 4.00	0	\$4.05 - 5.00	2	\$10.05 - 11.00	0
\$4.05 - 5.00	0	\$5.05 - 6.00	7	\$11.05 - 12.00	1
\$5.05 - 6.00	1	\$6.05 - 7.00	8	-	-

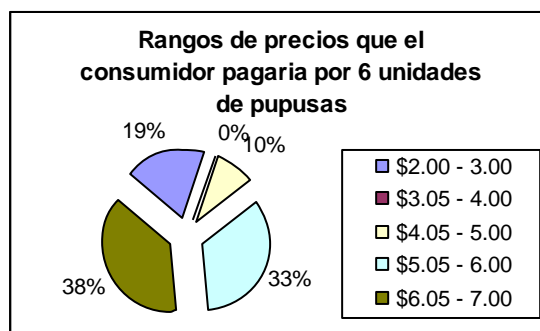
Grafico 66



Análisis:

El 67% de los encuestados que prefiere la presentación de 4 unidades de pupusas, pagaría de \$1.00 a \$2.00 por esta presentación, el resto pagaría de \$2.05 a \$ 3.00

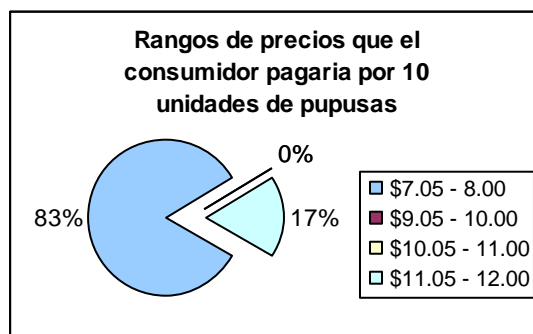
Grafico 67



Análisis:

El 38% de la población que prefiere la presentación de 6 unidades, pagaría de \$6.05 a \$7.00, un 33% daría de \$5.05 a \$6.00, otro 19% y 10% pagaría de \$2.00 - \$3.00 y \$4.05 a \$5.00 respectivamente. Por lo tanto se concluye que los precios con los que la mayoría de consumidores podría estar de acuerdo radica entre \$5.00 a \$7.00.

Grafico 68



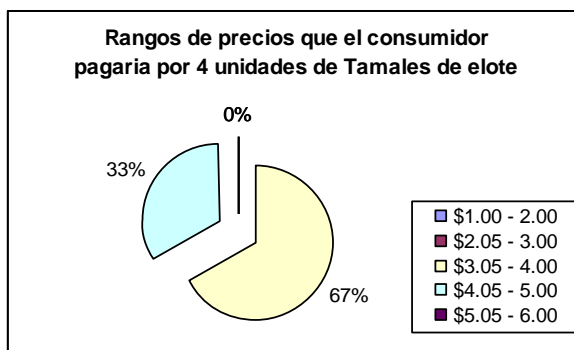
Análisis:

El 83% de la población que respondió que gustaría la presentación de 10 unidades, afirma que pagaría de \$7.05 a \$8.00 y el resto esta dispuesto a pagar de \$11.05 a \$12.00.

b. Tamales de elote

Precios para 4 unidades de Tamales de elote	Numero de respuestas	Precios para 6 unidades de Tamales de elote	Numero de respuestas	Precios para 10 unidades de Tamales de elote	Numero de respuestas
\$1.00 - 2.00	0	\$2.00 - 3.00	3	\$7.05 - 8.00	5
\$2.05 - 3.00	0	\$3.05 - 4.00	0	\$9.05 - 10.00	6
\$3.05 - 4.00	2	\$4.05 - 5.00	1	\$10.05 - 11.00	1
\$4.05 - 5.00	1	\$5.05 - 6.00	7	\$11.05 - 12.00	0
\$5.05 - 6.00	0	\$6.05 - 7.00	3		

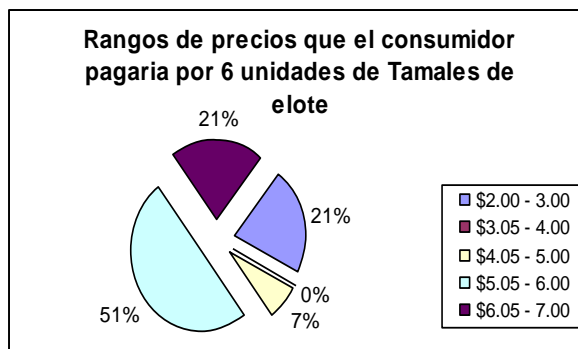
Grafico 69



Análisis:

De la población que afirmó que le gustaría la presentación de 4 unidades de tamales de elote, un 67% pagaría de \$3.05 a \$4.00, en cambio el otro 33% daría de \$ 4.05 hasta \$5.00.

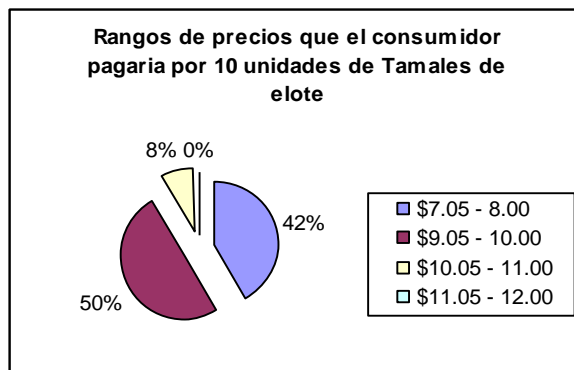
Grafico 70



Análisis:

La población que respondió afirmativamente al consumo de tamales de elote y que además le gustaría la presentación de 6 unidades, manifiesta en un 51% que pagaría de \$5.05 a \$6.00, otras dos partes del 21% cada una pagaría de \$2.00 a \$3.00 y \$6.05 a \$7.00, y por ultimo un 7% pagaría de \$4.05 a \$5.00. Se concluye que más del 70% de la población estaría dispuesto a pagar de \$5.05 a \$7.00.

Grafico 71



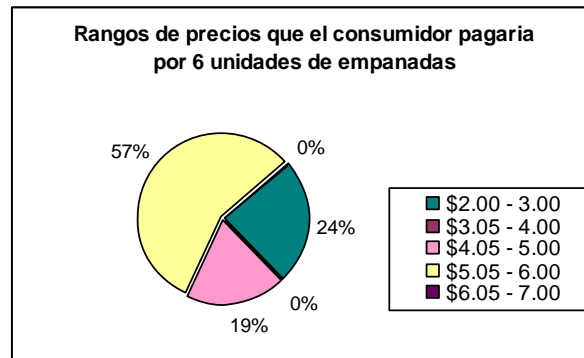
Análisis:

De la población que prefiere la presentación de 10 unidades, un 50% pagaría de \$9.05 a \$10.00 otro 42% esta dispuesto a pagar de \$7.05 a \$8.00 y solamente un 8% pagaría \$10.05 a \$11.00, de donde se concluye que mas de un 90% de la población estaría dispuesta a cancelar por el producto desde \$7.05 a \$10.00.

c. Empanadas

Precios para 6 unidades de Empanadas	Numero de respuestas	Precios para 10 unidades de Empanadas	Numero de respuestas
\$2.00 - 3.00	5	\$7.05 - 8.00	3
\$3.05 - 4.00	0	\$9.05 - 10.00	0
\$4.05 - 5.00	4	\$10.05 - 11.00	0
\$5.05 - 6.00	12	\$11.05 - 12.00	2
\$6.05 - 7.00	0	-	-

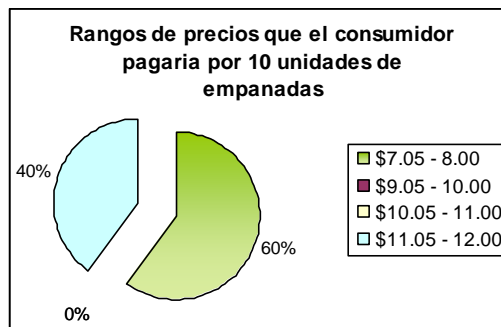
Grafico 72



Análisis:

57% de la población que compraría empanadas de 6 unidades, pagaría desde \$5.05 a \$6.00, un 24% de \$2.00 a \$3.00, y un 19% estaría dispuesto a pagar de \$4.05 a \$5.00. por lo que se concluye que mas del 75% estaría dispuesto a pagar desde \$4.00 a \$6.00.

Grafico 73



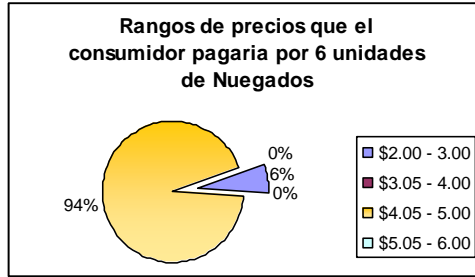
Análisis:

La población que consumiría empanadas de 10 unidades esta dispuesta a pagar de \$7.05 a \$8.00 lo que representa un 60%, el resto podría llegar a pagar desde \$11.05 a \$12.00.

d. Nuegados

Precios para 6 unidades de Nuegados	Numero de respuestas	Precios para 10 unidades de Nuegados	Numero de respuestas
\$2.00 - 3.00	1	\$7.05 - 8.00	0
\$3.05 - 4.00	0	\$9.05 - 10.00	3
\$4.05 - 5.00	15	\$10.05 - 11.00	0
\$5.05 - 6.00	0	\$11.05 - 12.00	0

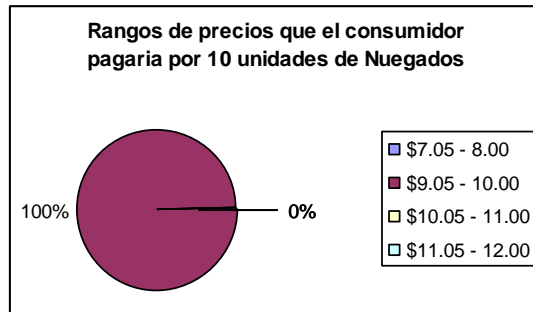
Grafico 74



Análisis:

Un 94% de la población que consumiría nuegados en presentación de 6 unidades esta dispuesta a pagar desde \$4.05 a \$5.00, el resto que equivale al 6% pagaría de \$2.00 a \$3.00.

Grafico 75



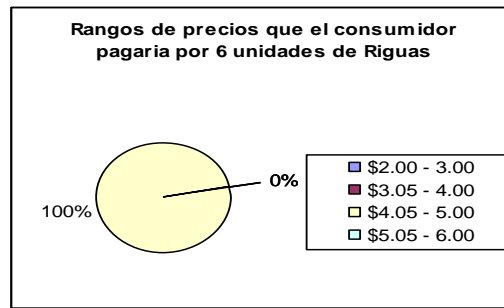
Análisis:

El 100% de la población que prefiere los nuegados en presentación de 10 unidades, estaría dispuesta a pagar desde \$9.05 a \$10.00.

e. Riguas

Precios para 6 unidades de Riguas	Numero de respuestas	Precios para 10 unidades de Riguas	Numero de respuestas
\$2.00 - 3.00	0	\$7.05 - 8.00	0
\$3.05 - 4.00	0	\$9.05 - 10.00	4
\$4.05 - 5.00	10	\$10.05 - 11.00	0
\$5.05 - 6.00	0	\$11.05 - 12.00	0

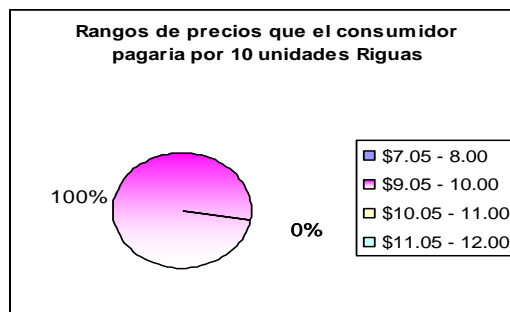
Grafico 76



Análisis:

El 100% de la población que prefiere las riguas en presentación de 6 unidades esta dispuesta a cancelar desde \$4.05 a \$5.00.

Grafico 77



Análisis:

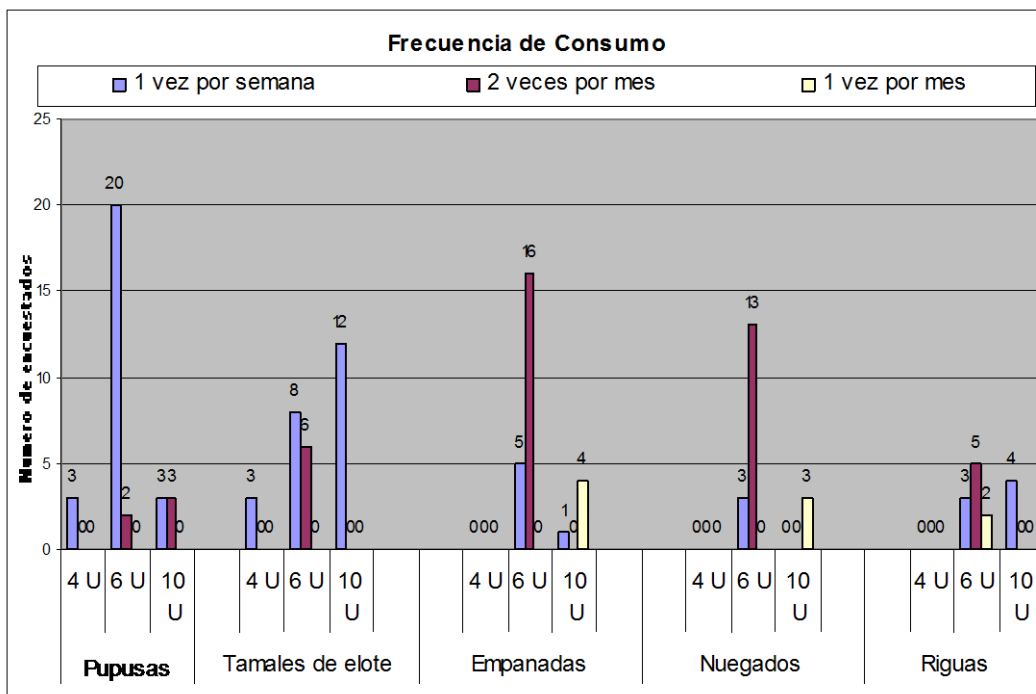
El 100% de la población esta dispuesta a pagar desde \$9.05 a \$10.00 por el paquete de 10 unidades de riguas.

17. ¿Cada cuánto tiempo compraría el producto?

Objetivo: Conocer la frecuencia de compra del consumidor, con el fin de establecer la demanda potencial de los productos en estudio.

Producto	Unidad	1 vez por semana	2 veces por mes	1 vez por mes
Pupusas	4 U	3	0	0
	6 U	20	2	0
	10 U	3	3	0
Tamales de elote	4 U	3	0	0
	6 U	8	6	2
	10 U	12	0	0
Empanadas	4 U	0	0	0
	6 U	5	16	0
	10 U	1	0	4
Nuegados	4 U	0	0	0
	6 U	3	13	0
	10 U	0	0	3
Riguas	4 U	0	0	0
	6 U	3	5	2
	10 U	4	0	0

Grafico 78



Análisis:

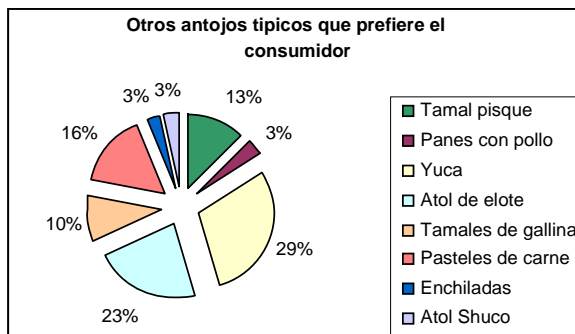
La población manifestó que las pupusas y los tamales de elote los compraría con mas frecuencia, es decir una vez por semana, en cambio las empanadas, riguas y nuegados los consumiría mayormente dos veces por mes y una vez al mes.

18. Además del producto en mención, ¿qué otros antojos típicos salvadoreños prefiere?

Objetivo: Conocer que antojos típicos pueden ser sustitutos de los productos en estudio, con el fin de considerarlo en el análisis de mercado.

Producto	Numero de respuestas
Tamal pisque	4
Panes con pollo	1
Yuca	9
Atol de elote	7
Tamales de gallina	3
Pasteles de carne	5
Enchiladas	1
Atol Shuco	1

Grafico 79



Análisis:

Un 29% de la población opta por la Yuca en sus dos variedades, el 23% prefiere el atole de elote, el 16% los pasteles de carne, un 13% y 10% el tamal pisque de gallina respectivamente, y un 3% las enchiladas, el atole shuco y los tradicionales panes con pollo o rellenos.

Anexo 9

Porcentaje de hogares respecto al total por zona del país

El total de población por departamento se ha obtenido de las proyecciones realizadas por la DIGESTYC, a partir de la población del año 1992. El porcentaje se calcula sobre la base de la suma de la población total por zona. En la tabla siguiente se muestran los cálculos realizados.

Hogares de El Salvador por departamento

ZONA	DEPARTAMENTO	HOGARES	%
Occidental	Ahuachapán	78,009	22.96
	Santa Ana	146,354	43.08
	Sonsonate	115,324	33.96
	Total	339,687	100
Central	Chalatenango	47,717	4.92
	La Libertad	181,994	18.75
	<i>San Salvador</i>	<i>551,290</i>	<i>56.82</i>
	Cuscatlán	46,401	4.78
	La Paz	72,509	7.47
	Cabañas	31,166	3.21
	San Vicente	39,124	4.03
	Total	1,649,575	100
Oriental	Usulután	82,090	25.96
	San Miguel	123,543	39.07
	Morazán	39,427	12.47
	La Unión	71,088	22.48
	Total	3,615,298	100

FUENTE: Resultado de Hogares de Propósitos Múltiples, DIGESTYC.

Anexo 10

Hogares no pobres por departamento seleccionado

El número de hogares no pobres por departamento seleccionado se obtuvo de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples de la DIGESTYC. En la siguiente tabla se presentan los departamentos seleccionados del criterio anterior, con su respectivo número de hogares no pobres. Limitando así, aun mas el universo, teniendo en cuenta que el producto está dirigido a éste tipo de hogares.

Hogares no pobres de El Salvador por departamento seleccionado

ZONA	DEPARTAMENTO	HOGARES NO POBRES
Occidental	<i>Santa Ana</i>	<i>83,475</i>
Central	<i>San Salvador</i>	<i>396,184</i>
Oriental	<i>San Miguel</i>	<i>70,364</i>
TOTAL		<i>550,023</i>

FUENTE: Resultado de Hogares de Propósitos Múltiples, DIGESTYC.

Anexo 11

Conceptos utilizados para la fijación del precio del producto en Estados Unidos

Con el objetivo de lograr una mejor comprensión de la representación gráfica de la estructura de precios de exportación, se presenta a continuación los conceptos indicados en el proceso:

Costo Variable del producto: se refiere a los costos asociados directamente al proceso de producción y cuyo comportamiento es directamente proporcional al volumen de bienes o servicios producidos, esto nos permite establecer el costo por unidad de producción. Los gastos asociados a la gestión, administración y venta no están incluidos en este costo.

- √ Costos materiales
- √ Costos de mano de obra
- √ Costos directos de producción (energía y fuerza, insumos para operación de la maquinaria y equipo, entre otros)
- √ Depreciación de maquinaria y equipo (aquí se busca incorporar el costo por la depreciación de maquinaria y equipo)

A la sumatoria de estos costos se le llama Costo Variable Bruto, este también representa el Costo Unitario del Producto Bruto.

Devoluciones de la Administración Pública: las devoluciones de la Administración Pública, se refiere a los incentivos que un país otorga a sus empresas para la exportación, en este caso se debe tener el cuidado necesario para su interpretación: Si una empresa produce bienes para la exportación, pero las facturas se hacen a nombre de una empresa intermediaria local, en realidad no ha existido exportación por parte de la empresa productora, ese tipo de negocio se contabiliza como venta local y ordinaria quedando fuera de obtener los incentivos mencionados. Para hablar de exportación, es preciso que haya reconocimiento de venta hacia el exterior, para ello es necesario facturar a la empresa de destino, o por lo menos a la empresa de transporte que asume la responsabilidad de los bienes. Una vez realizada la deducción de obtienen el Costo Variable Neto (Costo unitario del producto).

Determinación Del Margen De Contribución (Ganancia): aquí se manifiesta cual es el margen de expectativa de ganancia del empresario sobre el producto, expresado en términos porcentuales, es preciso tener en cuenta, que dentro de este se incluye la cobertura de gastos de gestión, administración y venta. Un parámetro rápido de análisis surge al restar los gastos, entonces el margen restante debe ser sustancialmente mayor a la tasa promedio de depósitos a plazo fijo del sistema financiero.

Una vez incorporado el margen, se obtiene el **Precio Empresa** base de negociación y sobre el cual la empresa tiene control, cualquier adición a partir de este punto, en la mayoría de los casos estará bajo el control de los transitarios (agentes aduaneros, transportistas y otros). Sobre estos costos, obviamente la empresa tiene muy poco control.

Cálculo del Precio de Exportación en fábrica: al precio de empresa (precio del producto), se deben añadir los costos de ponerlo a disposición del comprador, entre ellos se mencionan:

- √ Comisión agente vendedor
- √ Embalaje (Costo de preparación del producto para ser transportado en optimas condiciones: caja de transporte "peso no mayor a 70 libras", cubierta y protección del conjunto de cajas, paletizado, entre otros).
- √ Documentación de exportación: implica la preparación de todos los documentos requeridos por el proceso de exportación: Factura Proforma, Parking list⁹⁶, B/L o bill of lading⁹⁷, etc.

⁹⁶ Documento comercial, que tiene por objeto detallar el contenido de las mercancías que contiene cada bulto, se debe usar preferentemente cuando se trate de bultos con mercancía surtida.

⁹⁷ Conocimiento de embarque: documento de carácter comercial por medio del cual, el capitán de la nave o el cargador reconocen el embarque de cierta mercancía, bajo ciertas condiciones.

√ Adecuación del producto al mercado de destino: Dependiendo del mercado destino, muchas veces se requiere de hacer modificaciones o ajustes en el producto para su internacionalización, como ejemplo: necesidad de modificar las cajas que contienen al producto para incorporar ventana, factores nutricionales, peso y otros.

El resultado de esta operación nos determina el precio Ex Works.

Cálculo de Precio Free Alongside Ship (FAS): en este rubro se incorpora el costo de la manipulación del producto, desde el momento en que ha sido empacado, hasta dejarlo cargado en el medio de transporte interno, así como el costo de contratación del transporte y descarga en el puerto de salida.

Cálculo precio Free on Board (FOB) : El precio FAS se convierte en FOB cuando se le agregan los siguientes costos:

- √ Costos tramites aduanas de exportación: que también se le conoce como de aduanaje, que implica el pago de aranceles de salida.
- √ Costos tasas puerto de salida: Son los costos portuarios de manejo (Descarga, estiba, desestiba, carga).

Cálculo Precio Cost Insurance & Freight (CIF): El precio CIF incorpora los costos del transporte internacional (buque, aerolínea, ferrocarril, y terrestre) y además el valor del seguro por la mercancía.

Delivered Duty Unpaid (DDU): Supone añadir al precio CIF los costos con los derechos, gastos de desestiba, almacenamiento y los derivados del transporte hasta el punto de entrega convenido con el importador.

Delivered Duty Paid (DDP): Es el costo DDU, mas los costos por retirar de aduanas la mercancía, así como el pago de los aranceles y tasas de importación en el país destino. Con la sumatoria de estos costos, se puede tener una noción acerca del Precio al Mayorista.

Calculo del Precio de Venta al Público: supone añadir al precio de venta al distribuidor, los márgenes de los diferentes intermediarios existentes en el sistema de distribución (que normalmente se aplican como porcentaje)

- √ Margen mayorista
- √ Margen detallista.

Para establecer el precio, hay que considerar algunos costos como se han detallado anteriormente, dependiendo del contrato de entrega del producto que solicite el cliente. Pero en esta etapa solamente se hace mención, para tener un conocimiento básico de las implicaciones de costos que incurre la exportación. El precio preliminar se basará en la investigación de campo, tal como se describe en el siguiente apartado.

Anexo 12

Composición del maíz por cada 100 gr.

	Seco	Fresco
Agua	10, 3 gr.	75, 9 gr.
Energía	365 Kcal	86 Kcal
Grasa	4, 7 gr.	1,18 gr.
Proteína	9, 4 gr.	3, 22 gr.
Hidratos de carbono	74, 2 gr.	19, 02 gr.
Fibra	1 gr.	2,7 gr.
Potasio	287 mg	270 mg
Fósforo	210 mg	89 mg
hierro	2,7 mg	0, 52 mg
Sodio	35 mg	15 mg
Manganeso	0,48 mg	0, 16 mg
Magnesio	127 mg	37 mg
Calcio	7 mg	2 mg
Cinc	2, 21 mg	0,45 mg
Selenio	15,5 mcg	0, 6 mcg
Vitamina C	0	6,8 mg
Vitamina A	469 UI	281 UI
Vitamina B1 (Tiamina)	0, 38 mg.	0, 20 mg
Vitamina B2 (Riboflavina)	0, 20 mg	0, 06 mg
Vitamina E	0, 78 mg	0, 090 mg
Niacina	3, 62 mg	1, 7 mg

Composición del plátano por cada 100 gr.

	Maduro fresco
Agua	74, 2 gr.
Energía	92 Kcal
Grasa	0, 48 gr.
Proteína	1. 03 gr.
Hidratos de carbono	23, 43 gr.
Fibra	2, 4 gr.
Potasio	396 mg
Fósforo	20 mg
hierro	0, 31 mg
Sodio	1 mg
Magnesio	29 mg
Calcio	6 mg
Cinc	0,16 mg
Selenio	1,1 mg
Vitamina C	9,1 mg
Vitamina A	81 IU
Vitamina B1 (Tiamina)	0, 045 mg.
Vitamina B2 (Riboflavina)	0,10 mg
Vitamina E	0,27 mg
Niacina	0.54 mg

Anexo 13

Modelos comunes para pronósticos

PRONÓSTICO		Descripción	Ventajas	Desventajas
Cuantitativos	Simplista	Asume que la demanda del siguiente período es justamente igual a la demanda en el período más reciente, ofreciendo un punto de partida sobre el que se puede comparar los modelos más sofisticados.	Fácil aplicación cuando no se poseen datos históricos suficientes, ya que utiliza un mínimo de datos. Su aplicación es de bajo costo.	Solo en algunas líneas de producto, es eficiente en cuanto a costo y objetividad.
	Promedio Móvil Simple	Se promedia un periodo que contiene varios puntos de datos, dividiendo la suma de los valores de los puntos entre el número de puntos. Así, cada punto tiene la misma influencia.	Por considerar varios registros estadísticos, la confiabilidad es mayor que el Enfoque Simplista. Su aplicación es sencilla.	Todos los registros pesan igualmente, por lo que no refleja la importancia que a veces existe en ciertos datos. Requiere de por lo menos algunos registros estadísticos para poder aplicarse. Es más objetivo para períodos de corto plazo. Puesto que son promedios, siempre se mantendrá dentro de niveles pasados, y no predecirá un cambio a mayor nivel o menor nivel.
	Promedio Móvil Ponderado	Ciertos puntos se ponderan más o menos que otros, según se considere conveniente de acuerdo con la experiencia.	A los registros de mayor importancia puede darseles mayor peso. Su aplicación es sencilla.	Requiere de por lo menos algunos registros estadísticos para poder aplicarse. Es más objetivo para períodos de corto plazo. Puesto que son promedios, siempre se mantendrá dentro de niveles pasados, y no predecirá un cambio a mayor nivel o menor nivel.
	Suavizamiento o Exponencial	Los puntos de datos más recientes tienen mayor peso; este peso se reduce exponencialmente cuantos más antiguos son los datos.	Requiere de poca información pasada. Su aplicación es sencilla	Requiere de pronósticos que se hayan realizado anteriormente para comparar con lo sucedido en la realidad. Es más objetivo para períodos de corto plazo.
	Métodos de pronóstico causal	Generalmente consideran algunas variables que están relacionadas con la variable que se predice. Una vez que estas variables relativas se han encontrado, se construye y utiliza un modelo estadístico para pronosticar la variable de interés.	Es un intento más poderoso que los métodos de series de tiempo anteriores que únicamente utilizan datos históricos para pronosticar la variable. Es confiable para largo plazo.	Se necesita tener algún conocimiento de la relación entre las variables a estudiar. Requiere de mucha información pasada.
	Proyección de Tendencias	Ajusta una línea de tendencia matemática a puntos de datos y la proyecta hacia el futuro.	Es una de las técnicas más objetivas. Muestra la tendencia del comportamiento de los datos en el tiempo, utilizando el pasado y proyecta hacia el futuro. Es confiable para largo plazo.	Requiere de mucha información pasada.

Anexo 14

CALCULOS DE PROYECCIONES DE MATERIA PRIMA.

ELOTE.

Tabla 245: Producción de elote en el departamento de La Paz.

Año	SUPERFICIE SEMBRADA (Mz)	PRODUCCION			
		Rendimiento (qq/mz)	Producción (qq)	Producción (Kgs.)	
1	2004	25.12	135	3,391.20	153,824.83
2	2005	77.62	135	10,478.70	475,313.83

Fuente: Datos preliminares, Unidad de hortalizas, D.G.E.A - M.A.G

Como se poseen pocos datos estadísticos de producción de elote, se utilizarán una combinación de técnicas de pronóstico a manera de obtener una ecuación que mejor describa la curva de comportamiento de dichos datos.

Inicialmente, se tomará para el año 2005 un pronóstico de 153,824.83 kgs. A manera de poder aplicar posteriormente la técnica de pronóstico de suavización exponencial simple. A continuación se presentan los cálculos.

Suavizacion Exponencia simple.

Donde:

$$F_t = F_{t-1} + \alpha(A_{t-1} - F_{t-1})$$

F_t : el pronóstico Nuevo

F_{t-1} : el pronóstico anterior

α : constante de suaviazación ($0 \leq \alpha \leq 1$)

A_{t-1} : registro real del periodo anterior

En este caso:

F_{3-1} : 153,824.83 kgs

α : 0.90. Aunque es difícil seleccionar la adecuada constante de suavización, para este caso particular se ha considerado el siguiente criterio: Proceso de cambio⁹⁸, debido a que la producción de elote en los últimos años se ha visto incrementada y se estima que lo siga haciendo en el marco de los TLC. Bajo este criterio se desea dar mayor ponderación a los registros más recientes, por ello se ha asignado un valor alto.

A

3-1:

475,313.83

kgs.

⁹⁸ Fuente: Admon. De la Producción y las Operaciones, Evertt E. Adam Jr., Ronald J. Ebert, Cuarta edición.

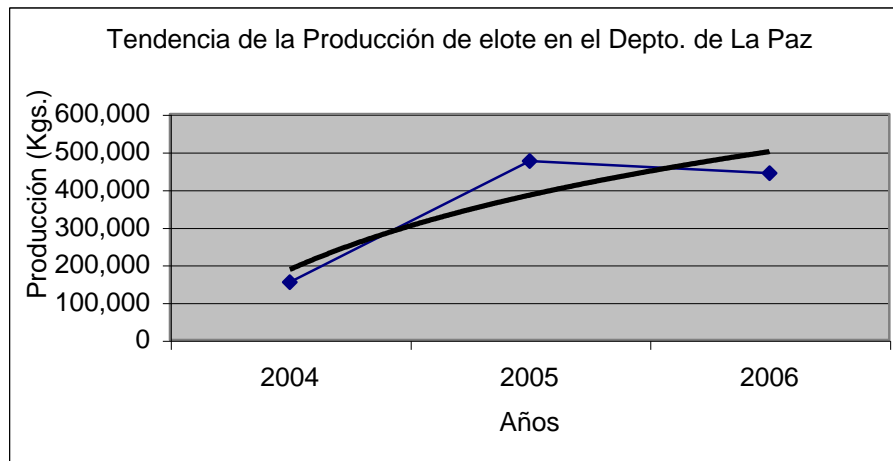
Tabla 246: Pronóstico de Producción de elote en el departamento

de La Paz para el año 2006.

Año		Producción real (Kgs.)	Producción pronosticada (Kgs.)
1	2004	153,824.83	-
2	2005	475,313.83	153,824.83
3	2006	-	443,164.93

Utilizando el programa Excell, se obtiene la ecuación que mejor describe el comportamiento de los datos.

Gráfico 247: Tendencia de la producción de elote en el Depto. De La Paz



Con la ecuación encontrada: $y = 284,953\ln(x) + 187,246$, se utiliza la proyección de tendencias. La tendencia que se describe por la curva de aproximación es una tendencia logarítmica.

A continuación se presentan estos datos en una tabla.

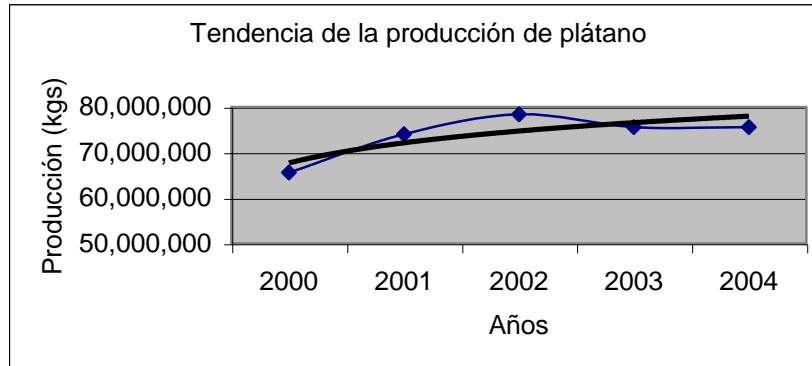
Tabla 3: Cálculos de proyección de elote

A	Año	X	Ln X	A*Ln x	B	Y=A*Ln x + B
284953	2007	4	1.386294361	395,028.74	187246	582,274.74
284953	2008	5	1.609437912	458,614.16	187246	645,860.16
284953	2009	6	1.791759469	510,567.24	187246	697,813.24
284953	2010	7	1.945910149	554,492.93	187246	741,738.93
284953	2011	8	2.079441542	592,543.11	187246	779,789.11

PLÁTANO.

Utilizando el programa Excell, se obtiene la curva y la ecuación que mejor describe el comportamiento de los datos.

Gráfico 2: Tendencia de la producción de plátano en El salvador



La ecuación que el programa arroja es: $y = 6,000,000 \ln(x) + 70,000,000$, ésta se utiliza para encontrar la proyección de la producción. La tendencia que se describe por la curva de aproximación es una tendencia logarítmica.

A continuación se presentan estos datos en una tabla.

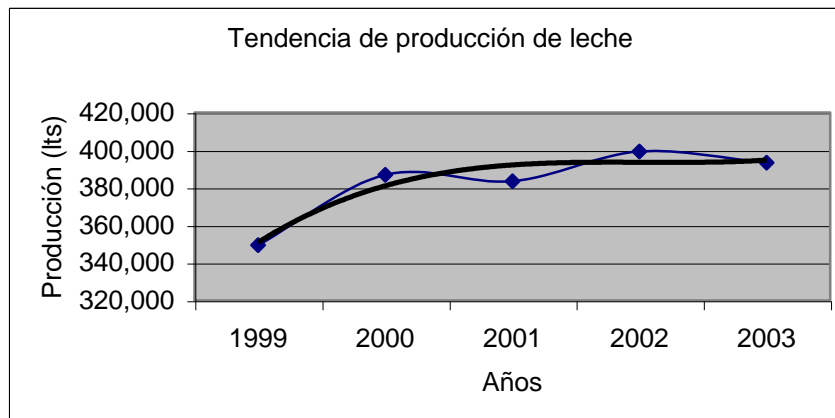
Tabla 4: Cálculos de proyección de plátano

A	Año	X	Ln X	A*Ln x	B	Y=A*Ln x + B
6000000	2007	8	2.079441542	12476649.25	70000000	82,476,649.25
6000000	2008	9	2.197224577	13183347.46	70000000	83,183,347.46
6000000	2009	10	2.302585093	13815510.56	70000000	83,815,510.56
6000000	2010	11	2.397895273	14387371.64	70000000	84,387,371.64
6000000	2011	12	2.48490665	14909439.9	70000000	84,909,439.90

LECHE.

Utilizando el programa Excell, se obtiene la curva y la ecuación que mejor describe el comportamiento de los datos.

Gráfico 3: Tendencia de la producción de leche en El salvador



La ecuación que el programa arroja es: $y = 1,566.7X^3 - 18,938X^2 + 76,022X + 292,178$, ésta se utiliza para encontrar la proyección de la producción. La tendencia en este caso, es una polinómica de tercer orden. A continuación se presentan estos datos en una tabla.

Tabla 5: Cálculos de proyección de leche

A	Año	X	X2	X3	A*X3	B	B*X2	C	C*X	D	$y=(A*X3)-(B*X2)+(C*X)+D$
1566.7	2007	9	81	729	1142124.3	-18938	-1533978	76022	684198	292178	584,522.30
1566.7	2008	10	100	1000	1566700	-18938	-1893800	76022	760220	292178	725,298.00
1566.7	2009	11	121	1331	2085277.7	-18938	-2291498	76022	836242	292178	922,199.70
1566.7	2010	12	144	1728	2707257.6	-18938	-2727072	76022	912264	292178	1,184,627.60
1566.7	2011	13	169	2197	3442039.9	-18938	-3200522	76022	988286	292178	1,521,981.90

ARROZ

Producción de arroz en El Salvador.

A continuación se presenta la retrospectiva de la producción de arroz en El Salvador.

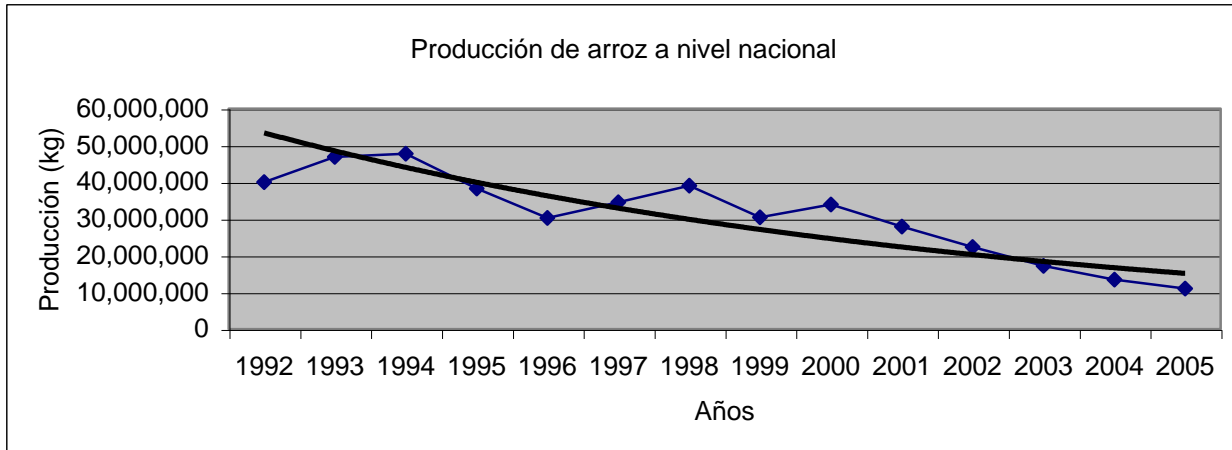
Tabla 6: Producción de arroz en El Salvador

AÑO		Producción (qq) oro	Producción (kgs.)
1	1992	881500	39,984,840.00
2	1993	1032500	46,834,200.00
3	1994	1052350	47,734,596.00
4	1995	843100	38,243,016.00
5	1996	666600	30,236,976.00
6	1997	760866	34,512,881.76
7	1998	861583	39,081,404.88
8	1999	670140	30,397,550.40
9	2000	748230	33,939,712.80
10	2001	616020	27,942,667.20
11	2002	492254	22,328,641.44
12	2003	379725	17,224,326.00
13	2004	297196	13,480,810.56
14	2005	243701	11,054,277.36

Fuente: Encuestas Agropecuarias, D.G.E.A - M.A.G

Utilizando el programa Excell, se obtiene la curva y la ecuación que mejor describe el comportamiento de los datos de la producción de arroz a nivel nacional.

Gráfico 4: Tendencia de la producción de arroz en El Salvador



Siendo

la ecuación determinada por el programa con tendencia exponencial, ésta es: $y = 60,000,000e^{-0.0968x}$. Obteniendo con ella las proyecciones siguientes:

Tabla 7: Cálculos de proyección de arroz en El Salvador

Años	X	A	B	B*X	e(BX)	A*e(BX)
2007	16	60000000	-0.0968	-1.5488	0.212502824	12,750,169.46
2008	17	60000000	-0.0968	-1.6456	0.19289679	11,573,807.40
2009	18	60000000	-0.0968	-1.7424	0.175099657	10,505,979.41
2010	19	60000000	-0.0968	-1.8392	0.158944531	9,536,671.85
2011	20	60000000	-0.0968	-1.936	0.144279917	8,656,795.00

Producción de arroz en el departamento de La Paz.

Tabla 8: Producción de arroz en el departamento de La Paz.

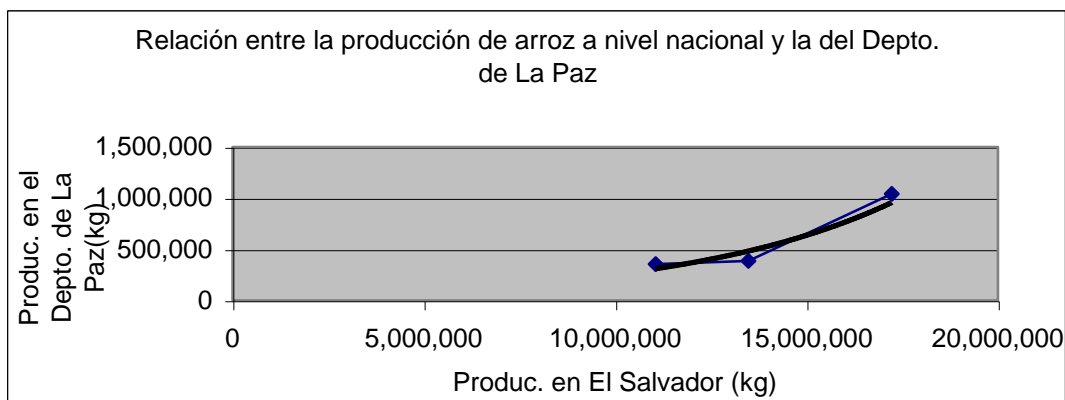
Año	PRODUCCION		
	Quintales (arroz oro)	Kgs.	
1	2003	22,995.0	1,043,053.20
2	2004	8,549.0	387,782.64
3	2005	7818.3	354,638.09

Fuente: Encuestas Agropecuarias, D.G.E.A - MAG y centro de divulgación del MA

Aplicación del método de proyección.

Una vez que se conocen ambas variables (producción nacional y producción en La Paz), se procede a verificar la relación existente entre ellas. El gráfico siguiente muestra dicha relación y la curva de ajuste que mejor se adapta.

Gráfico 5: Relación existente entre la producción de arroz a nivel nacional y la del departamento de La Paz



La ecuación, $y = 41295e^{2E-07x}$, que el programa proporciona posee una tendencia exponencial. Esta se utiliza para proyectar la producción de arroz en el departamento en estudio, al retomar la proyección a nivel nacional como variable independiente (x). La tabla siguiente muestra los cálculos realizados.

Tabla 9: Cálculos de proyección de arroz en el departamento de La Paz

Años	X	A	B	B*X	e(BX)	A*e(BX)
2007	12,750,169.46	41295	2E-07	2.55003389	12.81	528,887.28
2008	11,573,807.40	41295	2E-07	2.31476148	10.12	418,008.98
2009	10,505,979.41	41295	2E-07	2.10119588	8.176	337,625.51
2010	9,536,671.85	41295	2E-07	1.90733437	6.735	278,126.43
2011	8,656,795.00	41295	2E-07	1.731359	5.648	233,247.57

YUCA.

La fórmula a utilizar en Promedio Móvil Ponderado es la siguiente:

$$PMP = \frac{\sum (\text{Peso para el periodo } n) (\text{registro para el periodo } n)}{\sum \text{Pesos}}$$

Donde:

PMP: Promedio Móvil Ponderado

n: Periodos en estudio

Como solo se poseen 2 registros reales de producción, se dará mayor énfasis a éstos. Los pesos a asignar serán:

Tabla 10: Pesos asignados a cada periodo a

Pronosticar de producción de yuca.

Pesos aplicados	Período
2	2004
1	2005
3	Suma de los pesos

Utilizando la información del mercado abastecedor, y la tabla anterior, se procede a proyectar.

Proyección para el año 2006:

$$\text{PMP} = [(9, 410,414.18 \times 2) + (6, 135,013.03 \times 1)] / 3 = \mathbf{8, 318,613.80}$$

Proyección para el año 2007:

$$\text{PMP} = [(6, 135,013.03 \times 2) + (8, 318,613.80 \times 1)] / 3 = \mathbf{6, 862,879.95}$$

Proyección para el año 2008:

$$\text{PMP} = [(8, 318,613.80 \times 2) + (6, 862,879.95 \times 1)] / 3 = \mathbf{7, 833,369.18}$$

Proyección para el año 2009:

$$\text{PMP} = [(6, 862,879.95 \times 2) + (7, 833,369.18 \times 1)] / 3 = \mathbf{7, 186,376.36}$$

Proyección para el año 2010:

$$\text{PMP} = [(7, 833,369.18 \times 2) + (7, 186,376.36 \times 1)] / 3 = \mathbf{7, 617,704.91}$$

Proyección para el año 2011:

$$\text{PMP} = [(7, 186,376.36 \times 2) + (7, 617,704.91 \times 1)] / 3 = \mathbf{7, 330,152.54}$$

Anexo 15

Modelo de carta de compromiso

CONAMPYME, FUNDAPYME Y EMPRESARIOS

La presente carta convenio se realiza en el marco del Proyecto de Consultoría y apoyo al proceso Asociativo de la Pequeña y Mediana Empresa CONAMPYME, por medio del cual FUNDAPYME, proporcionará los Servicios de Consultoría Grupal, Asistencia Técnica y Formación empresarial a los Señores(as) representantes de I _____

1. PROPÓSITO DEL CONVENIO

En el presente convenio se establecen los acuerdos entre FUNDAPYME, y él (la) señor(a) del grupo asociativo: Red Empresarial, para la contratación de servicios al grupo asociativo, en lo que respecta a la asesoría y acompañamiento que se proporcionará durante un periodo de 9 meses.

2. COMPROMISOS DE FUNDAPYME

FUNDAPYME, se compromete a trabajar coordinadamente con los (las) empresarios (as) para realizar las siguientes actividades:

- a) Elaboración de un Diagnóstico Individual (visitas a cada empresa)
- b) Elaboración de un Diagnóstico Grupal, para identificar las fuerzas competitivas (Oportunidades, Amenazas, cadena de Valores, fortalezas y debilidades)
- c) Facilitar las reuniones de trabajo semanales
- d) Brindar asesoría en la elaboración de proyectos puntuales
- e) Construcción de un reglamento interno
- f) Apoyo en negociaciones con (instituciones, proveedores)
- g) Elaboración del plan individual
- h) Apoyo actividades y promoción para la Red
- i) Formación Empresarial (capacitaciones)
- j) Construcción y elaboración del Plan de Negocio

k) Talleres de construcción de la Visión, Misión, Objetivos estratégicos y Medición de indicadores

3. Compromiso de los EMPRESARIOS E INTEGRANTES DEL GRUPO en la Red Empresarial.

- a) Aportar el ___ % del costo de la consultoría
- b) Participar y colaborar en las actividades planificadas y coordinadas con los mismos.
- c) Asistir a las convocatorias que se les haga a través de la Junta Directiva y de la institución asesora seleccionada.
- d) Proporcionar información necesaria para efectos del diagnóstico y desarrollo de los talleres para construcción del Plan de Negocio.
- e) Apoyar y coordinar con otros empresarios afines con su actividad.
- f) Apoyar y colaborar en las actividades grupales en las diferentes áreas de trabajo grupal.
- g) Comprometerse en acompañar las actividades de manera conjunta entre las empresas, con el objetivo de encontrar conjuntamente alternativas de solución a problemas empresariales.
- h) Fortalecer el grupo con ideas prepositivas que sean de beneficio para todos.
- i) Otras actividades que sean de beneficios para los participantes en el grupo.

4. Ambas partes aceptan el presente convenio que firmamos en:

_____ a los _____ del mes de _____ de _____

Nombre y Firma del Empresario(a)
Presidente(a)

Gerente de Negocios
FUNDAPYME

Nombre y Firma del Empresario(a)
Tesorero

Anexo 16

ESTATUTOS DE LA COOPERATIVA.

A continuación se presenta un modelo de estatutos que pueden servir a la cooperativa:

TITULO I

DENOMINACION, DOMICILIO Y OBJETO SOCIAL

Artículo 1º.- Con la denominación de Asociación Cooperativa..... (Nombre de la cooperativa)..... se constituye el día.....del mes de.....de 200.... Una entidad de desarrollo comunal, con domicilio legal en la Ciudad de Olocuilta, La Paz.

Artículo 2º.- Los fines de la Cooperativa serán:

Incentivar, organizar y coordinar a todos los micro y pequeños productores de antojos típicos salvadoreños, de manera de crear la Red Empresarial propuesta, organizarla y dirigirla. Impulsar el trabajo en equipo hacia la consecución de objetivos comunes, fomentando la búsqueda de productos de calidad. Incentivar la agregación de nuevos socios a la Red, con el fin de crear nuevos empleos y fuentes de ingreso. Promover la necesidad a estarse capacitando continuamente en las áreas requeridas, otras.

TITULO II

CAPACIDAD, PATRIMONIO Y RECURSOS.

Artículo 3º.- La asociación está capacitada para adquirir bienes y contraer obligaciones. Podrá en consecuencia operar con Instituciones Bancarias, Públicas y Privadas.

Artículo 4º.- El patrimonio se compone de los bienes que posee en la actualidad y de los que adquiera en lo sucesivo por cualquier título y de los recursos que obtenga por:

- 1) las cuotas ordinarias y extraordinarias que abonan los asociados; 2) las rentas de sus bienes; 3) las donaciones, herencias, legados y subvenciones; 4) el producto de beneficios, rifas, festivales y de toda otra entrada que pueda obtener lícitamente de conformidad al carácter de la Institución.

TITULO III

ASOCIADOS. CONDICIONES DE ADMISION. REGIMEN DISCIPLINARIO

Artículo 5º.- Se establecen las siguientes categorías de asociados: a) Activos: los que tengan más de 18 años y sean aceptados por el Comité Directivo; b) Honorarios: los que en atención a los servicios prestados a la asociación o a determinadas condiciones personales, sean designados por la Asamblea, a propuesta del Junta Directiva o de un 20% de los asociados con derecho a voto. La pertenencia a esta categoría es una mera mención honorífica y, por lo tanto, no implica reconocer derechos ni imponer obligaciones. Los asociados honorarios que deseen tener los mismos derechos que los activos deberán solicitar su admisión en esta categoría, a cuyo efecto se ajustarán a las condiciones que el presente estatuto exige para la misma.; c) Vitalicios: que serán los asociados activos que alcancen una antigüedad ininterrumpida en la Asociación de 30 años; d) Adherentes: que serán los que no reúnan las calidades para ser socio activo, pagará cuota social y tendrá derecho a voz, pero no a voto, ni podrán ser elegidos para integrar los órganos sociales; e) Cadete: serán los menores de 18 años de edad, deberán acompañar su solicitud de ingreso con la autorización de sus padres o representantes legales, abonarán cuota social, no tendrán voz ni voto en las asambleas.

Artículo 6º.- Los asociados activos tienen las siguientes obligaciones y derechos: 1) abonar las contribuciones ordinarias y extraordinarias que establece la Asamblea; 2) cumplir las demás obligaciones que impongan este estatuto, reglamento y las resoluciones de Asamblea y de la Junta Directiva; 3) participar con voz y voto en las asambleas y ser elegidos para desempeñar cualquier cargo en la asociación; 4) gozar de los beneficios que otorga la entidad.

Artículo 7º.- Perderá su carácter de asociado el que hubiere dejado de reunir las condiciones requeridas por este estatuto para serlo. El asociado que se atrase en el pago de tres cuotas o de cualquier otra contribución establecida, será notificado fehacientemente de su obligación de ponerse al día con la Tesorería. Pasado un mes de la notificación sin que hubiera regularizado su situación la Comisión Directiva podrá declarar la cesantía del socio moroso. Se perderá también el carácter de asociado por fallecimiento, renuncia o expulsión.

Artículo 8º.- El Junta Directiva podrá aplicar a los asociados las siguientes sanciones: a) amonestaciones; b) suspensión, cuyo plazo máximo no podrá exceder de un año; c) expulsión, las que se graduarán de acuerdo a la gravedad de la falta y a las circunstancias del caso por las siguientes causas: 1) Incumplimiento de las obligaciones impuestas por el estatuto, reglamento o resoluciones de las asambleas y el Comité Directivo; 2) Inconducta notoria; 3) hacer voluntariamente daño a la asociación, provocar desórdenes graves en su seno u observar una conducta que sea notoriamente perjudicial a los intereses de la Cooperativa.

Artículo 9º.- Las sanciones disciplinarias a que se refiere el artículo anterior serán resueltas por el Junta Directiva previa defensa del inculpado. En todos los casos, el afectado podrá interponer dentro del término de 30 días de notificado de la sanción el recurso de apelación ante la primera asamblea que se celebre. La interposición del recurso tendrá efecto suspensivo. En cuando a sus derechos de asociado en el supuesto de ejercer el socio sancionado un cargo dentro del área Administrativa o Fiscalización, podrá ser suspendido por dicha área en ese carácter, hasta tanto resuelva su situación la asamblea respectiva.

TITULO IV

JUNTA DIRECTIVA

Artículo 10º.- La asociación será dirigida por un Junta Directiva y compuesta generalmente de 5 miembros titulares, que desempeñarán los siguientes cargos: Presidente, Secretario, Tesorero y 2 Vocales. El mandato de los mismos durará 2 años. Habrá además 2 Vocales suplentes, cuyos mandatos también durarán 2 años. En todos los casos los mandatos son únicamente revocables por la asamblea. Los miembros de cada área de la cooperativa podrán ser reelegidos.

Artículo 11º.- Para integrar las áreas de la asociación se requiere pertenecer a la categoría de socio activo con una antigüedad de 2 años y ser mayor de edad.

Artículo 12º.- En caso de Licencia, renuncia, fallecimiento o cualquier otra causa que ocasione la vacancia transitoria o permanente de un cargo titular, entrará a desempeñarlo quien corresponda por orden de lista. Este reemplazo se hará por el término de la vacancia y siempre que no exceda el mandato por el que fuera elegido dicho suplente.

Artículo 13º.- Si el número de miembros del Junta Directiva quedara reducido a menos de la mayoría absoluta del total, habiendo sido llamados todos los suplentes a reemplazar a los titulares los restantes deberán convocar a asamblea dentro de los 15 días para celebrarse dentro de los 30 días siguientes, a los efectos de su integración.

Artículo 14º.- El Junta Directiva se reunirá una vez por mes el día y hora que determine en su primera reunión anual y además toda vez que sea citada por el Presidente o a pedido de dos de sus miembros, debiendo en éstos últimos casos celebrarse la reunión dentro de los 7 días. La citación se hará por Circulares y con 5 días de anticipación. Las reuniones se celebrarán válidamente con la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros, requiriéndose para las resoluciones el voto de igual mayoría de los presentes salvo para las reconsideraciones que requerirán el voto de las dos terceras partes en sesión de igual o mayor número de asistentes de aquella en que se resolvió el tema a reconsiderar.

Artículo 15º.- Son atribuciones y deberes de Junta Directiva:

- a) Ejecutar las resoluciones de las asambleas, cumplir y hacer cumplir este Estatuto y los Reglamentos, interpretándolos en caso de duda con cargo de dar cuenta a la asamblea más próxima que se celebre;
- b) Ejercer la administración de la asociación;
- c) Convocar a asambleas;
- d) Resolver la admisión de los que solicitan ingresar como socios;
- e) Cesantear o sancionar a los asociados;
- f) Nombrar al personal necesario para el cumplimiento de la finalidad social, fijarle sueldo, determinarle las obligaciones, sanciones y despedirlo;
- g) Presentar a la asamblea general ordinaria la Memoria, Balance General, Inventario, Cuenta de Gastos y Recursos e Informes. Todos estos documentos deberán ser puestos en conocimiento de los socios con la anticipación requerida.

TITULO V

DEL PRESIDENTE

Artículo 16º.- Corresponde al Presidente o a quien lo reemplace estatutariamente:

- a) Ejercer la representación de la asociación;

- b) Citar a las asambleas y convocar a las sesiones de la Junta Directiva y presidirla;
- c) Tendrá derecho a voto en las sesiones del Junta Directiva al igual que los demás miembros del cuerpo y, en caso de empate votará nuevamente para desempatar;
- d) Firmar con el Secretario las actas de las asambleas y de la Junta Directiva, la correspondencia y todo documento de la asociación;
- e) Autorizar con el Tesorero las cuentas de gastos, firmando los recibos y demás documentos de la Tesorería de acuerdo con lo resuelto con la Junta Directiva. No permitirá que los fondos sean invertidos en objetos ajenos a lo prescripto por este estatuto;
- f) Dirigir las discusiones, suspender y levantar las sesiones del Junta Directiva y asambleas cuando se altere el orden y falte el respeto debido;
- g) Velar por la buena marcha y administración de la asociación, observando y haciendo observar el estatuto, reglamento, las resoluciones de las asambleas y de la Junta Directiva;
- h) Sancionar a cualquier empleado que no cumpla con sus obligaciones y adoptar las resoluciones en los casos imprevistos. En ambos supuestos será "ad referendum" de la primera reunión del Comité Directivo.

TITULO VI

DEL SECRETARIO

Artículo 17º.- Corresponde al Secretario o a quien lo reemplace estatutariamente:

- a) Asistir a las asambleas y sesiones de la Junta Directiva, redactando las actas respectivas, las que asentará en el libro correspondiente y firmará con el Presidente;
- b) Firmará con el Presidente la correspondencia y todo documento de la asociación;
- c) Citar a las sesiones del Junta Directiva de acuerdo a lo prescripto en el art. 14;
- d) Llevar el Libro de Actas, y conjuntamente con el Tesorero, el Registro de Asociados.

TITULO VII

DEL TESORERO

Artículo 18º.- Corresponde al Tesorero o a quien lo reemplace estatutariamente:

- a) Asistir a las sesiones del Junta Directiva y a las asambleas;
- b) Llevar conjuntamente con el Secretario el Registro de Asociados, será responsable de todo lo relacionado con el cobro de las cuotas acordadas;
- c) Llevar los libros de contabilidad;
- d) Presentar a la Junta Directiva balances mensuales y preparar anualmente, el Balance General y Cuenta de Gastos y Recursos e Inventario correspondiente al ejercicio vencido, que previa aprobación del Junta Directiva serán sometidos a la asamblea ordinaria;
- e) Firmar con el Presidente los recibos y demás documentos de Tesorería efectuando los pagos resueltos por la Junta Directiva;
- f) Depositar en una institución bancaria a nombre de la asociación y a la orden conjunta del Presidente y Tesorero, los fondos ingresados a la Caja, pudiendo retener en la misma hasta la suma que el Junta Directiva determine;
- g) Dar cuenta del estado económico de la entidad al Junta Directiva toda vez que se le exija.

TITULO VIII

DE LOS VOCALES TITULARES Y SUPLENTES

Artículo 19º.- Corresponde a los Vocales Titulares:

- a) Asistir a las asambleas y sesiones del Junta Directiva con voz y voto;
- b) Desempeñar las comisiones y tareas que el Junta Directiva les confíe; Corresponde a los Vocales Suplentes:
 - a) Entrar a formar parte del Junta Directiva en las condiciones previstas en estos estatutos;
 - b) Podrán concurrir a las sesiones del Junta Directiva con derecho a voz pero no a voto. No será computable su asistencia a los efectos del quorum.

TITULO IX

ASAMBLEAS

Artículo 20º.- Habrá dos clases de asambleas generales: Ordinarias y Extraordinarias. Las Asambleas Ordinarias tendrán lugar una vez al año, dentro de los primeros cuatro meses posteriores al cierre del ejercicio cuya fecha de clausura será el 31 de diciembre de cada año y en ellas se deberá:

- a) Considerar, aprobar o modificar la Memoria, Balance General, Inventario Cuenta de Gastos y Recursos.
- b) Fijar la cuota que aportará cada asociado y determinar las pautas para su actualización, las que serán instrumentadas por el Comité Directivo;
- c) Tratar cualquier otro asunto incluido en el Orden del Día;
- d) Tratar los asuntos propuestos por un mínimo del 5% de los socios y presentados al Junta Directiva dentro de los 30 días de cerrado el ejercicio anual;

Artículo 21º.- Las Asambleas Extraordinarias serán convocadas siempre que el Junta Directiva lo estime necesario, o el 5% de los socios con derecho a voto. Estos pedidos deberán ser resueltos dentro de un término de 10 días y celebrarse la asamblea dentro del plazo de 30 días.

Artículo 22º.- Las asambleas se convocarán por circulares remitidas al domicilio de los socios con 20 días de anticipación. Con la misma antelación deberá ponerse a consideración de los socios la Memoria, Balance General, Inventario, Cuenta de Gastos y Recursos. Cuando se sometan a consideración de la asamblea reformas al estatuto o reglamentos, el proyecto de las mismas deberá ponerse a disposición de los socios con idéntico plazo. En las asambleas no podrán tratarse otros asuntos que los incluidos expresamente en el Orden del Día salvo que se encontrare presente la totalidad de los asociados con derecho a voto y se votare por unanimidad la incorporación del tema.

Artículo 23º.- Las asambleas se celebrarán válidamente, aun en los casos de reforma de estatutos y de disolución social, sea cual fuere el número de socios concurrentes, media hora después de la fijada en la convocatoria, si antes no se hubiera reunido ya la mayoría absoluta de los socios con derecho a voto. Serán presididas por el Presidente de la entidad, o en su defecto, por quien la asamblea designe por mayoría simple de votos emitidos. Quien ejerza la Presidencia solo tendrá voto en caso de empate.

Artículo 24º.- Las resoluciones se adoptarán por mayoría absoluta de votos emitidos, salvo cuando éste estatuto se refiera expresamente a otras mayorías. Ningún socio podrá tener más de un voto y los miembros del Junta Directiva no podrán votar en asuntos relacionados con su gestión. Los socios que se incorporen una vez iniciado el acto solo tendrán voto en los puntos aún no resueltos.

Artículo 25º.- Con la anticipación prevista por el art.22 se pondrá a exhibición de los asociados el padrón de los que están en condiciones de intervenir, quienes podrán efectuar reclamos hasta 5 días antes del acto, los que deberán resolverse dentro de los 2 días siguientes. No se excluirá del padrón a quienes, pese a no estar al día con la Tesorería, no hubieren sido efectivamente cesanteados. Ello sin perjuicio de privársele de su participación en la asamblea si no abonon la deuda pendiente, hasta el momento del inicio de la misma.

Anexo 17

Maquinaria y equipo.



Dosificadora manual



Bascula



Cajas plásticas



Olla de acero inoxidable



Mesa de acero inoxidable



Marmita



Molino manual



Molino eléctrico

Anexo 18
Cotización de etiquetas

FUSADES

PRESUPUESTO DE ANALISIS

Laboratorio de Calidad Integral
CONSUMIDOR FINAL

COTIZACION N° 8758

Antiquo Cuscatlan. 08 de Septiembre de 2006

TO :

Tenemos el agrado de cotizarle los siguientes Servicios :

CANT	CODIGO	SERVICIO	UNITARIO	TOTAL
4	C01E	Grasa Total para Etiquetado	10.00	40.00
4	C02E	Sodio para Etiquetado	4.00	16.00
4	C03E	Ceniza para Etiquetado	4.80	19.20
4	C04E	Humedad para Etiquetado	4.80	19.20
4	C05E	Fibra Dietética para Etiquetado	76.00	304.00
4	C06E	Proteínas para Etiquetado	6.40	25.60
4	C07E	Vitamina C para Etiquetado	40.00	160.00
4	C08E	Calcio para Etiquetado	8.00	32.00
4	C09E	Hierro para Etiquetado	6.40	25.60
4	C10E	DISEÑO ETIQUETA	10.00	40.00
4	R01E	GRASA SATURADA PARA ETIQUETADO	44.00	176.00
4	R02E	COLESTEROL PARA ETIQUETADO	76.00	304.00
4	R03E	AZÚCARES PARA ETIQUETADO	80.00	320.00
4	R04E	VITAMINA A PARA ETIQUETADO	48.00	192.00
4	R05E	GRASA TRANS PARA ETIQUETADO	275.00	1,100.00
			SUMA	\$2,773.60
			IVA	\$360.52
			TOTAL	\$3,134.12

Observaciones :

GRASAS TRANS* Análisis subcontratado al Centro de Evaluación de Alimentos (CEA), Honduras, bajo la supervisión técnica del LCI. PAGO: ANTICIPADO, CON CHEQUE A NOMBRE DE FUSADES. Cantidad por muestra dos Bolsas de 500g c/u + 1000g PUPUSAS, TAMPLES, RIGUAS, N.

Es un honor contar con su preferencia y esperamos poder servirle

NOTA: Se asegura a nuestros clientes el manejo confidencial de toda la información proporcionada y producida por el Laboratorio



José Paredes.

Anexo 19

Ley de Reactivación de las Exportaciones

DECRETO No. 460

DIARIO OFICIAL NO. 88

TOMO 307

FECHA 18/04/90

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR,

CONSIDERANDO:

- I. Que dentro del gradual esquema de liberalización económico, es necesario facilitar a los exportadores la utilización de los recursos en los cuales el país tiene ventajas, en relación a otros mercados;
- II. Que es necesario dictar disposiciones jurídicas que contribuyan a la competitividad de los productos nacionales tanto en los mercados regionales como en los extrarregionales;

Que los instrumentos jurídicos vigentes relacionados con el comercio exterior, no están acordes con la tendencia actual del comercio internacional, y que es función del Estado establecer un mecanismo que permita la utilización adecuada de los recursos, a fin de alcanzar el desarrollo económico, un adecuado nivel de empleo y la promoción del bienestar social de todos los habitantes; POR TANTO,

En uso de sus facultades constitucionales y a iniciativa del Presidente de la República por medio de los Ministros de Economía y Hacienda,

DECRETA LA SIGUIENTE:

LEY DE REACTIVACION DE LAS EXPORTACIONES

Art.1*.- La presente Ley tiene por objeto la exportación de bienes y servicios, que permitan a los titulares de empresas exportadoras, la eliminación gradual del sesgo antiexportador generado por la estructura de protección a la industria de sustitución de importaciones.

Art. 2*.- Gozarán de los beneficios establecidos en la presente Ley, las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras titulares de empresas que exporten bienes y servicios. Se exceptúan las exportaciones de los siguientes productos tradicionales: café, azúcar y algodón.

Art.3*.- Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, titulares de empresas que sean exportadoras de bienes, servicios o comercializadoras de los mismos, podrán gozar de:

- a. Devolución del 8% del valor libre a bordo o valor FOB, como compensación, tanto sobre los impuestos de importación, como de otros indirectos generados por la actividad exportadora. En el caso de la exportación de

- b. servicio, la devolución a que se refiere el inciso anterior se hará en base al valor facturado. En ningún caso tal devolución excederá del 8% y la hará efectiva el Ministerio de Hacienda en un plazo no mayor de cuarenta y cinco días calendario, una vez comprobado el ingreso de las correspondientes divisas, mediante la presentación de los respectivos formularios.
- c. Exención total del impuesto de timbres sobre las exportaciones y de cualquier otro impuesto indirecto que tenga como hecho generador exportar.

Art. 4*.- Los titulares de las empresas que exporten el 100% de su producción o se dediquen exclusivamente a la comercialización internacional, estarán exentos, además, del pago del impuesto sobre el patrimonio.

Art.5*.- No obstante lo dispuesto en el Art. 2 de la presente Ley, tendrán derecho a la devolución a que se refiere el Art. 3, las personas que exporten productos tradicionales que hayan sido sometidos a un proceso de transformación que incorpore como mínimo un 30% del valor agregado nacional al que poseían antes de dicho proceso, previa calificación de los Ministerios de Economía y Hacienda.

El interesado deberá presentar solicitud al Ministerio de Economía y probar el requisito exigido en tal precepto. El ministerio calificará petición dentro de un plazo que no exceda de diez días hábiles y resolverá, concediendo o no lo solicitado.

Si la solicitud fuere denegada, el interesado podrá interponer dentro de tres días hábiles, recurso de reconsideración ante el Ministro, Este recurso deberá ser resuelto dentro de un plazo no mayor de cinco días hábiles a partir de la fecha de su admisión.

Art. 6*.- No se tendrá derecho a gozar de lo establecido a que se refiere el Art. 3 de esta Ley, por la exportación temporal de bienes, para recibir operaciones de reparación, mantenimiento o similares, o cuando sean reexportados definitivamente.

Art. 7*.- Si una empresa se dedicare parcial o temporalmente al ensamble o maquila, podrá solicitar el régimen de admisión temporal para la importación de bienes, sin perjuicio de la devolución del 8% a la que tiene derecho conforme a esta Ley.

Art.8.- Quedan facultados los Ministerios de Economía y de Hacienda, para emitir los instructivos, órdenes y demás disposiciones necesarias para desarrollar los principios establecidos en la presente ley, a efecto de facilitar la aplicación de la misma.

Art. 9.- El Ministerio de Economía, en coordinación con el Banco Central de Reserva de El Salvador, podrá establecer y reglamentar sistemas especiales de intercambio comercial cuando las circunstancias lo requieran. Dentro de dichos sistemas entre otros, podrá autorizar operaciones de trueque, compensación, triangulación y ventas en consignación.

El Banco Central de Reserva de El Salvador y el Ministerio de Hacienda enviarán Economía, la información que por éste le fuere requerida, relacionada con esta Ley.

Art.10.- Para la aplicación e interpretación de la presente Ley, se atenderá de preferencia al fin de la misma y a la propia naturaleza económica de ella. Solo cuando no sea posible fijar por la letra o por el espíritu el sentido y alcance de las normas, conceptos o términos de las disposiciones antes dichas, podrá recurrirse a las normas, conceptos y términos del derecho común.

Art.II*.- Los titulares de las empresas calificadas de conformidad con la Ley de Fomento de Exportaciones que se deroga por el presente decreto, se trasladarán de pleno derecho a gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, siempre que reúnan los requisitos establecidos en atención a la actividad que se dediquen.

Art.12*.- Las autoridades del Órgano Ejecutivo a cuya competencia ha correspondido el otorgamiento de los beneficios e incentivos fiscales conforme la Ley de Fomento de Exportaciones que se deroga, deberán armonizar los Acuerdos Ejecutivos aprobados, con las presentes disposiciones, emitiendo las modificaciones respectivas o la revocatoria de los beneficios e incentivos otorgados, dentro del plazo de noventa días calendario contado a partir de la vigencia del presente decreto.

Art. 13.- Derogase la Ley de Fomento de Exportaciones contenida en el Decreto Legislativo No. 315 de fecha 13 de marzo de 1986, publicado en el Diario Oficial No. 55, Tomo 290 del 21 de marzo de 1986.

Art.14.- El presente decreto entrará en vigencia ocho días después de su publicación en el Diario Oficial.

III. DADO EN EL SALON AZUL DEL PALACIO LEGISLATIVO: San Salvador, a los quince días del mes de marzo de mil novecientos noventa.

REFORMAS A LA LEY DE REACTIVACION DE EXPORTACIONES

DECRETO No.749

DIARIO OFICIAL No.95

TOMO 311

FECHA 27/05/91

Art.I.- Sustituyese el Art. 1 por el siguiente:

"Art.I.- La presente Ley tiene por objeto promover la exportación de bienes y servicios, fuera del área centroamericana, a través de instrumentos adecuados que permitan a los titulares de empresas exportadoras la eliminación gradual del sesgo antiexportador generado por la estructura de protección a la industria de sustitución de importaciones".

Art.2.- Sustituyese el Art.2 por el siguiente:

"Art.2.- Gozarán de los beneficios establecidos en la presente Ley, las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, titulares de empresas que exporten bienes y servicios. Se exceptúan las exportaciones de los siguientes productos tradicionales: café, azúcar y algodón."

Art. 3.- Adicionase al literal a) del Art.3 el inciso siguiente:

"Dicha devolución estará exenta del Impuesto sobre la Renta".

Art. 4.- Sustituyese el literal b) del Art. 3 por el siguiente:

"Exención total del impuesto de timbres aplicables a la factura de venta sobre las exportaciones".

Art. 5.- Sustituyese el Art. 4 por el siguiente:

"Art.4.- Los titulares de las empresas que exporten, comercialicen, maquilen parcial o temporalmente bienes o servicios, gozarán además de la exención del impuesto sobre el patrimonio en un porcentaje igual al valor exportado de conformidad a lo establecido por esta Ley, para cada uno de los tipos de calificación. Dicha exención surtirá efecto, a partir de la fecha de presentación de su solicitud de beneficios.

Esta exención se aplicará también a los socios en el caso de sociedades, por el capital invertido en la misma, o por la inversión afecta a la actividad incentivada, cuando fuera empresa individual.

Los titulares de empresas que exporten menos del cien por ciento y que hayan sido calificadas mediante sus respectivos acuerdos y asimismo, les hayan sido concedidos sus beneficios, gozarán además de la exención proporcional del impuesto sobre el patrimonio, a partir de la vigencia de este decreto".

Art. 6.- Sustituyese el inciso primero del Art. 5, por el siguiente:

"Art.5.-No obstante lo dispuesto en el Art.2 de la presente Ley, tendrán derecho a los beneficios concedidos en los artículos 3 y 4, las personas naturales o jurídicas que exporten productos tradicionales que hayan sido sometidos a un proceso de transformación que incorpore como mínimo un 30% del valor agregado de origen nacional al que poseían antes de dicho proceso, previa calificación de los Ministerios de Economía y de Hacienda".

Art. 7.- Sustituyese el Art.6 por el siguiente:

"Art.6.- No se tendrá derecho a gozar de los beneficios a que se refieren los artículos 3 y 4 de esta Ley, por la exportación temporal de bienes o cuando éstos sean reexportados definitivamente".

Art. 8.- Sustituyese el Art. 7 por el siguiente:

"Art. 7.- Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que se dedicaren parcial o temporalmente al ensamble o maquila, podrán solicitar el régimen de admisión temporal para la importación de bienes amparados por un contrato de maquila o ensamble.

Asimismo, gozarán del beneficio de 8% de devolución sobre el monto del valor agregado de origen nacional en el proceso de ensamble o maquila.

De igual manera tendrán derecho a la exención del impuesto sobre el patrimonio en un porcentaje igual al que representa el valor agregado de origen nacional en sus exportaciones, por concepto de maquila o ensamble.

Las personas a las que se hace referencia en el inciso primero, tendrán derecho a los beneficios a que se refieren los artículos 3 y 4 de esta ley, por aquellas exportaciones propias que no sean de ensamble o maquila."

Art. 9.- Adicionase al Art. 11, el inciso siguiente:

"Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que al momento de entrar en vigencia la presente Ley, posean saldos de materias pendientes de liquidación, habiendo sido internadas al amparo de la mencionada Ley de Fomento de Exportaciones, podrán gozar del beneficio del 8%, siempre y cuando hagan efectivo el valor de los gravámenes aplicables a los saldos de aquellas materias primas que participen de la devolución del 8% solicitado;

debiendo obtener la cancelación de las pólizas de admisión temporal en el Departamento de Auditoría de la Dirección General de la Renta de Aduanas."

Art.10.- El presente decreto entrará en vigencia ocho días después de su publicación en el Diario Oficial.

DADO EN EL SALON AZUL DEL PALACIO LEGISLATIVO: San Salvador, a los diecinueve días del mes de abril de mil novecientos noventa y uno.

REFORMAS A LA LEY DE REACTIVACION DE EXPORTACIONES

DECRETO No.381

DIARIO OFICIAL No.225

TOMO 317

FECHA: 07/12/92

Art. 1.- Se sustituye el literal a) del Art. 3 por el siguiente;

"a) Devolución del 6% del valor libre a bordo o valor FOB como compensación por los impuestos de importación que hayan tenido que pagar sobre aquellos bienes necesarios para llevar a cabo la actividad exportadora. En el caso de la exportación de servicios, la devolución se hará con base en el valor facturado. En ningún caso tal devolución excederá del 6% y la hará efectiva el Ministerio de Hacienda en un plazo no mayor de 45 días calendario, mediante la presentación de los siguientes requisitos:

1. Comprobación de que ha efectuado la exportación en los términos que establece la presente Ley y demás disposiciones aplicables;
2. Comprobación del ingreso de divisas;
3. Comprobación de que el beneficio cumple con las exigencias que establecen las diferentes Leyes Tributarias, así como el efectivo pago de los impuestos correspondientes cuando se introduzcan al país, bienes provenientes de otros países, y que serán empleados en la actividad exportadora".

Art. 2.- TRANSITORIO.- Las exportaciones que se hayan efectuado antes de la vigencia de este decreto, gozarán de la devolución del 8%. Para determinar la fecha de exportación, se tomará como base la Póliza de Exportación o el Formulario Aduanero y en los casos de ventas a Recintos Fiscales, se tomará la fecha de ingreso de los bienes a los mismos según factura certificada por el Departamento de Auditoría de la Dirección General de la Renta de Aduanas.

DADO EN EL SALON AZUL DEL PALACIO LEGISLATIVO: San Salvador, a los veintiséis días del mes de noviembre de mil novecientos noventa y dos.

REFORMAS A LA LEY DE REACTIVACION DE LAS EXPORTACIONES

DECRETO No. 598

DIARIO OFICIAL No. 148

TOMO No. 320

FECHA: 12/08/93

Art. 1.- Intercalase entre los Arts. 9 y 10, el Art. 9-A cuyo texto es el siguiente:

“Art. 9-A.- Créase el Centro de Trámites de Exportación, que podrá abreviarse “CENTREX”, con el objeto de centralizar, agilizar y simplificar los trámites administrativos a que se refiere la actividad exportadora.

Las oficinas del CENTREX estarán ubicadas en el Banco Central de Reserva de El Salvador, institución que será la encargada de la administración de aquél.”

Art. 2.- Intercalase entre los Arts. 12 y 13, el Art. 12-A, cuyo texto es el siguiente:

“Art. 12-A.- El Presidente de la República emitirá los reglamentos necesarios para facilitar y asegurar la aplicación de la presente Ley.”

Art. 3.- El presente decreto entrará en vigencia ocho días después de su publicación en el Diario Oficial.

DADO EN EL SALON AZUL DEL PALACIO LEGISLATIVO: San Salvador, a los catorce días del mes de julio de mil novecientos noventa y tres.

REFORMAS A LA LEY DE REACTIVACION DE LAS EXPORTACIONES

DECRETO No. 181

DIARIO OFICIAL No. 239

TOMO No. 337

FECHA: 22/12/97

Art. 1.- Sustituyese el Art. 2, por el siguiente:

“Art.2.- Gozarán de los beneficios establecidos en la presente Ley, las personas Naturales o Jurídicas, Nacionales o extranjeras titulares de empresas que exporten bienes y servicios salvadoreños fuera del área Centroamericana, exceptuando las exportaciones de productos minerales metálicos y no metálicos provenientes de la explotación del subsuelo, así como los de los productos tradicionales como el café, azúcar y algodón.

Podrán gozar de tales beneficios el café y el azúcar cuando partiendo de su forma tradicional incorporen como mínimo un 30% de valor agregado de origen nacional, al que poseían antes de dicho proceso, previa calificación de los Ministerios de Hacienda y de Economía.

Para fines de la presente Ley, no se considerará café en su forma tradicional los conocidos en el comercio internacional como Orgánico y Gourmet, los cuales gozarán del beneficio, previa autorización de la autoridad competente”.

Art. 2- Sustituyese el Art. 3, por el siguiente:

“Art. 3.- Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, titulares de empresas que sean exportadoras o comercializadoras de bienes o servicios, de origen salvadoreño podrán gozar de la devolución del 6% del valor libre a bordo o valor FOB; previa autorización del Ministerio de Economía y el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- a. Presentación de la solicitud de devolución del 6% del valor FOB exportado y documentación respectiva ante el Ministerio de Economía, dentro de los 90 días calendario siguientes a la fecha de la exportación.
- b. Comprobación de que se ha efectuado la exportación de los términos que establece la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables”

Art.3.- Sustituyese el Art. 4, por el siguiente:

“Art.4.- La devolución a que hace referencia el artículo anterior, se hará efectiva por el Ministerio de Hacienda dentro de los 45 días calendario siguientes de recibida la documentación y la autorización del Ministerio de Economía.

El ingreso obtenido producto de la devolución a que se refiere el artículo anterior, no es gravable para los efectos del Impuesto sobre la Renta.

En caso de las sociedades, el anterior beneficio fiscal se aplicará, tanto a la sociedad titular como a los socios individualmente considerados, respecto a las utilidades o dividendos provenientes de la actividad favorecida.

En caso que el socio sea una persona jurídica, este derecho será exclusivo de ésta, entendiéndose que ésta no podrá trasladarlo sucesivamente a sus socios.

El Ministerio de Hacienda podrá compensar los saldos acreedores con las deudas de impuestos internos, intereses y multas de conformidad al Reglamento de esta Ley, conservando el derecho conferido por la ley respectiva, de gozar de plazos escalonados por el pago de Impuesto de Renta”.

Art. 4.- Derógase el Art. 5.

Art. 5.- Sustituyese el Art. 6, por el siguiente:

“Art.6.- No se tendrá derecho a gozar de los beneficios a que se refiere el Art. 3 de esta Ley, por la exportación temporal de bienes o cuando éstos sean reexportados definitivamente”.

Art. 6.- Sustituyese el Art. 7, por el siguiente:

Anexo 20

Solicitud de inscripción para exportar



**Banco Central de Reserva
de El Salvador**

Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte
Apartado Postal 106, San Salvador, El Salvador, C.A.
Tel. (503) 281-8000; Fax. (503) 281-8113
Contactenos: comunicaciones@bcr.gob.sv
http://www.bcr.gob.sv

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE EXPORTADOR (Llenar a máquina)



Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte,
San Salvador, El Salvador, C.A. Tels. (503) 281-8087 al 90
281-8131, 8287, 8435 y 8436; Fax. (503) 281-8086
Contactenos: webmaster@centrex.gob.sv
http://www.centrex.gob.sv y http://www.elsalvadortrade.com.sv

NOMBRE SEGÚN NIT		CÓDIGO	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	
NIT <input type="text"/>		FECHA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE COMERCIO (si es persona jurídica)	
DIRECCIÓN EXACTA		MUNICIPIO	DEPARTAMENTO
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>
TELÉFONOS	FAX	DIRECCIÓN DE SU SITIO WEB	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
¿OPERA EN ZONA FRANCA?	¿ESTÁ CALIFICADO PARA LA DEVOLUCIÓN DEL 6%?	¿OPERA EN DEPÓSITO PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO (DPA)?	¿ESTÁ EXENTO DEL IVA?
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
Nombre: _____	Acuerdo N° _____ Fecha _____	Acuerdo N° _____ Fecha _____	
NÚMERO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTE (NRC)	GIRO O ACTIVIDAD SEGÚN EL NRC	ACTIVIDAD ECONÓMICA PRIMARIA	SECTOR ECONÓMICO
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

FUNCIONARIOS AUTORIZADOS POR LA EMPRESA PARA FIRMAR DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN Y AUTORIZACIONES EN EL SISTEMA INTEGRADO DE COMERCIO EXTERIOR (SICEX)				
NOMBRE	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	FIRMA	ACCESO AL SICEX
1 _____				SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
2 _____				SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
3 _____				SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
4 _____				SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
5 _____				SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
PERSONA A QUIEN CONTACTAR PARA ASUNTOS DE EXPORTACIÓN		REPRESENTANTE LEGAL		
Nombre: _____		Nombre: _____		
Correo electrónico: _____		Correo electrónico: _____		
Observaciones:		Productos de exportación		
Uso exclusivo del CENTREX		Bajo juramento declaro que los datos proporcionados son expresión fiel de la verdad, por lo que asumo la responsabilidad correspondiente.		
Firma, fecha y sello de autorizado		Firma del Representante Legal o Persona Natural y sello de la empresa		

Anexo 21

Requisitos por producto a exportar

BANCO CENTRAL DE RESERVA
DE EL SALVADOR
CENTRO DE TRAMITES DE EXPORTACION



REQUISITOS POR PRODUCTO
(CUADRO No.1)

PRODUCTOS <small>Para todos los casos y dependiendo el país hacia el cual se realice la exportación, debe anexar Certificado de Origen (Verifique los países en cuadro 2)</small>	SOLICITUD DE EXPORTACION	COPIA DE FACTURA COMERCIAL	RESOLUCION MINISTERIO HACIENDA Y TRABAJO (2)	RESOLUCION EMITIDA POR CONSAA (2)	ORIGINAL CERTIFIC. DE SALUD EXTENDIDO POR MEDICO VETERINAR. (4)	CONSTANCIA INSPECCION DE PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL (IPOA) (2)	ORIGINAL Y COPIA PERMISO DE EXPORTACION DEL CONSEJO SALV. DEL CAFE (2)	CERTIFICADO GITES ORIGINAL Y COPIA (2)	ORIGINAL CONSTANCIA DE TRATAMIENTO QUIMICO (2)	FOTOCOPIA CERTIFICADO DE USO Y LIBRE VENTA DEL MAG	CARNE DE AUTORIZACION (CENDEPESCA)	PRECERTIFICACION (MAG)
ANIMALES VIVOS (1)	•	•			•							
Excepciones:												
Fauna Silvestre	•	•			•			•				
PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL	•	•			•							
Excepciones:												
Carne Bovina y porcina	•	•			•	•						
Productos lacteos (4)	•	•			•	•						
Carnes de aves	•	•			•	•						
Despojos comestible de aves de corral muertas	•	•			•	•						
PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL	•	•										
Excepciones:												
Plantas ornamentales	•	•						•	•			
Flora silvestre	•	•										
Azúcar	•	•			•							
Café	•	•					•					
Cereales: Arroz, frijol, Maíz	•	•										•
PRODUCTOS PESQUEROS	•	•			•						•	
MAQUINARIA Y EQUIPO												
Re-exportaciones, devoluciones y Prod. que clasifican en el Cap. 84	•	•	•									
TEXTILES												
Maquila	•	•										
Maquila con Cuota (5)	•	•										
Agroquímicos y químicos biológicos (6)	•	•								•		
OTROS PRODUCTOS	•	•										

h publico.doc - Centrex

- (1) En caso de animales que salgan del país para ser exhibidos en Ferias, será necesario presentar la carta de invitación.
- (2) Deberá presentarse en original, copia o fotocopia.
- (3) Cuando el producto tuviere tratamiento químico.
- (4) Se necesita análisis microbiológico de laboratorio para exportaciones hacia los U.S.A. En el cual deberá aparecer que el producto esta libre de Salmonella spp, Staphylococcus aureus, E.coli, Coliformes fecales. Los productos elaborados con leche sin proceso de pasteurización, esterilización o equivalente, deberán tener un mínimo de 60 días de maduración (quesos). Los productos deben estar debidamente empacados y etiquetados, con el objeto de mantener la calidad y poder deducir responsabilidades, y, los que ameriten mantenerse en cadena fría, tendrán que ser transportados higiénicamente.
- (5) Deberá anexar original y dos copias o fotocopias de factura comercial y presentar la Resolución de la Oficina de Cuotas de EXPORTEX (solo para primera vez).
- (6) Deberá anexar original de factura comercial para colocar el visado y Copia de Certificado de Uso y Libre Venta del MAG.

Anexo 22

Requisitos por país a exportar



Centro de Trámites de Exportación

REQUISITOS POR PAÍS

(Cuadro 2)

PAIS DESTINO	CERTIFICADO DE ORIGEN ALADI	CERTIFICADO DE ORIGEN FORMA "A" SGP(1) CBI(2)	CERTIFICADO DE ORIGEN AMPLIACIÓN DEL CBI	CERTIFICADO DE ORIGEN TLC EL SALVADOR - MÉXICO	CERTIFICADO DE ORIGEN TLC EL SALVADOR - REP.DOMINICANA	CERTIFICADO DE ORIGEN TLC EL SALVADOR - CHILE	CERTIFICADO DE ORIGEN BCR-CENTREX
Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela	X						
Australia, Austria, Canadá, Finlandia, Japón, Nueva Zelanda, Noruega, Suiza, Suecia, Estados Unidos de América, Unión Europea (Bélgica, Dinamarca, Francia, República Federal de Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Portugal, España, Reino Unido), Rep. Belarus, Bulgaria, República Checa, Hungría, Polonia, Eslovaquia, Federación Rusa. (29 países)		X					
Estados Unidos de América, Puerto Rico y las Islas Vírgenes. Para los productos que califican en La Iniciativa para la Cuenca del Caribe (CBI).		X	X				
República Dominicana					X		
MEXICO				X			
CHILE						X	
Para países que lo exigen o aquellos productos a exportar que, están excluidos del SGP, CBI y ALADI.							X

SGP = Sistema Generalizado de Preferencias, validez 10 meses (1)

CBI = Iniciativa para la Cuenca del Caribe, validez 60 días (2)

ALADI = Asociación Latinoamericana de Integración (no tiene vencimiento).

Anexo 23 Solicitud de exportación



BANCO CENTRAL DE RESERVA
 Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte,
 San Salvador, El Salvador, C.A.
 Tels: (503) 281-8087 al 8091, Fax: (503) 281-8086
 Correo electrónico: centrex@bcr.gob.sv
 www.centrex.gob.sv, www.elsalvadortrade.com.sv

SOLICITUD DE EXPORTACION
 (Instrucciones al reverso)
 Consignar los valores en US\$

No. _____

1. Exportador		8. Nacionalidad del medio de transporte	
NIT		9. Aduana de destino	
Contacto		10. Aduana de salida	
Tel.		11. Fecha de embarque	
2. Tipo de exportación (Ver definiciones al reverso)		12. Consignatario (Nombre, dirección exacta y país)	
<input type="checkbox"/> Definitiva <input type="checkbox"/> Definitiva con compras locales (CPA) <input type="checkbox"/> Devolución <input type="checkbox"/> Maquila <input type="checkbox"/> Reentrio Fiscal <input type="checkbox"/> Re-exportación <input type="checkbox"/> Re-exportación en el marco selecto proveniente de importación temporal <input type="checkbox"/> Re-exportación proveniente de agotamiento temporal después de reparación de la mercancía <input type="checkbox"/> Re-exportación proveniente de depósito <input type="checkbox"/> Sin valor comercial <input type="checkbox"/> Temporal con reimportación en el mismo estado <input type="checkbox"/> Temporal para perfeccionamiento pasivo		13. Importador (Nombre, dirección exacta y país)	
3. País de destino de la(s) mercancía(s)		14. País de primer destino	
4. País de origen de la(s) mercancía(s) (ver reverso si son varios países)		15. Término de comercio internacional (Ver reverso)	
5. Forma de pago		<input type="checkbox"/> FOB <input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> CF <input type="checkbox"/> Otro	
6. Medio de pago		16. Aduana de registro	
<input type="checkbox"/> Carta de crédito <input type="checkbox"/> Cobranza bancaria <input type="checkbox"/> Cobranza directa		17. Número(s) de la(s) facturación de exportación	
7. Medio de transporte		18. Código arancelario	
<input type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/> Terrestre/Aéreo <input type="checkbox"/> Marítimo <input type="checkbox"/> Terrestre/Marítimo		19. Descripción de las mercancías	
20. Criterio de origen para exp. a C.A.		21. Número y clase de bulto	
22. Cantidad y unidad de medida		23. Peso neto en kilogramos	
24. Peso bruto en kilogramos		25. Valor de la materia prima (si es maquila)	
26. Valor FOB		27. Total materia prima nacional (si es maquila)	
28. Total materia prima exportada (si es maquila)		29. Total otros honorarios	
30. Total peso neto en kilogramos		31. Total peso bruto en kilogramos	
32. Total valor de la materia prima (si es maquila)		33. Total valor FOB	
34. Requiere certificado de origen?		35. Flete	
ALADI <input type="checkbox"/> Ampliación ICC no fiscal <input type="checkbox"/> Asociación ICC fiscal <input type="checkbox"/> CENTREX <input type="checkbox"/> ICC CBI <input type="checkbox"/> SGP <input type="checkbox"/> TLC con Chile <input type="checkbox"/> TLC con México <input type="checkbox"/> TLC con Panamá <input type="checkbox"/> TLC con República Dominicana <input type="checkbox"/>		36. Seguro	
39. Información adicional		37. Otros gastos	
40. Bajo protesta de decir la verdad, declaro que los datos de esta solicitud son ciertos y por la misma me sujeto a las disposiciones vigentes.		38. Valor Total	
Nombre, Cargo y firma de la persona autorizada		Solo	

Anexo 24

Hoja de afiliación al Sistema Integrado de Comercio Exterior



BANCO CENTRAL DE RESERVA DE EL SALVADOR
http://www.centrex.gob.sv http://www.elsalvadortrade.com.sv
Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte, San Salvador
Teléfonos: 281-8087/88/89/90 Fax: 281-8086
infosicex@elsalvadortrade.com.sv

HOJA DE AFILIACION AL SISTEMA INTEGRADO DE COMERCIO EXTERIOR (SICEX)

Yo, _____, en Representación Legal
de la Empresa/Persona Natural _____
RAZON SOCIAL
registrada/o con el N.I.T. _____, ubicada en: _____

DETALLAR DIRECCION COMPLETA

Especifique si esta autorizado para operar en:

Zona Franca: Depósito para Perfeccionamiento Activo:

DETALLAR NUMERO DE ACUERDO

Atentamente solicito, se califique para operar dentro del Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX).

De ser aprobada mi solicitud, nos comprometemos a acatar todas las Normas y Disposiciones que el Banco Central de Reserva dicte al respecto.

_____ de _____ de _____.

SELLO

FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL

REQUERIMIENTOS MINIMOS DE OPERACIÓN

1. Contar con personal capacitado en el uso de Internet
2. Procesador Pentium 90 MHZ o Procesador rápido (faster processor).
3. 64 MB en memoria RAM y 75 MB libre en disco duro permanente.
4. Enlace conmutado o dedicado de 56K a Internet. Versión 5.5 Internet Explorer.
5. Impresor Lasser o Injek
6. Modem de 56K y/ o tarjeta de Ethernet, según lo requiera el proveedor de servicio de Internet.

Anexo 25

Formulario Aduanero Único Centroamericano

Banco Central de Reserva de El Salvador Centro de Trámites de Exportación		FORMULARIO ADUANERO UNICO CENTROAMERICANO		Hoja No. 1 de 1	Total			
No. BCR-0500085713								
1. Exportador (Nombre, Dirección, País) DERIVADOS DE MAIZ DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V. KM. 39 1/2, CARRETERA A COMALAPA.		2. Identificación Tributaria Exp. 96001310931014		3. No. de Factura	4. Registro No. 2005/09/1/17907			
		5. Código de Exportador 1177		6. Licencia No. 0500085713				
7. Consignatario/Importador/Internador (Nombre, Dirección, País) DERIVADOS DE MAIZ DE HONDURAS, S.A. DE C.V. KM. 13 AUTOPISTA PUERTO CORTEZ, ALDEA SAN ANTONIO, CHOLOMA HONDURAS.		8. Identificación Tributaria		9. Tipo de Exportación DEFINITIVA				
				10. Modalidad de Pago/Medio de Pago COBRANZA BANCARIA				
11. Agente o Representante del País de Origen (Nombre, Dirección, País) 002		12. Forma de Pago CREDITO		13. País de Origen de la Mercancía EL SALVADOR				
14. Medio de Transporte TERRESTRE		15. País de Procedencia EL SALVADOR		16. País de Destino de la Mercancía HONDURAS				
16. Aduana de Destino GOASCORAN		17. Puerto de Embarque EL AMATILLO		18. País de Origen de la Mercancía HONDURAS				
19. Redestino		20. Fecha de Embarque 08/07/2005		21. Aduana de Salida EL AMATILLO				
22. No. de Item	23. Marcas Num., Sellos, Dim.	24. Número y Clase de Bultos, Descripción de las Mercancías	25. Código Arancelario	26. Cantidad y Unidad de Medida	27. Peso Neto (en Kgs.)	28. Valor F.O.B. \$ C.A.		
1	S/M	900.00 SACOS HARINA DE MAIZ	11022000 000	20,412.00 KILOGRAMO	20,412.00	7,144.47		
Peso Bruto Total :		20,412.00 Kgs.		Peso Neto Total :		20,412.00 Kgs.		
29. No. de Item	30. Método para Determinar Origen			31. Permisos y Observaciones Factura (s): 000143		32. Valor F.O.B. Total \$ C.A. 7,144.47		
	30.1 Criterio para Certificar Origen	30.2 Método Utilizado VCR	30.3 Otras Instancias			33. Fletes \$ C.A. 627.83		
1	A		NO	37. Firma y Sello del Funcionario Autorizado de la Dirección General de Aduana o de la Aduana de Salida		34. Seguros \$ C.A. 46.94		
39. Lugar y Fecha de Emisión EL SALVADOR 08/07/2005			41. Autorización Banco Central/Ventanilla Unica SICEX-CENTREX-BCR			35. Otros \$ C.A. 0.00		
40. Válido Hasta 07/08/2005					36. Valor Total \$ C.A. 7,819.24		38. Impuestos Internos	
					Total a Pagar:		No. BCR-0500085713	
42. El suscrito DECLARA que las mercancías declaradas son originarias de _____ y que los valores, gastos de transporte, seguro y demás datos consignados en este formulario son verdaderos. Nombre: Empresa: Cargo:				43. El suscrito CERTIFICA que las mercancías declaradas son originarias de EL SALVADOR y que los valores, gastos de transporte, seguro y demás datos consignados en este formulario son verdaderos. Nombre: Empresa: DERIVADOS DE MAIZ DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V. Cargo:				
Firma Productor				Firma Productor/Exportador				

Anexo 26

Declaración de mercancías

República de El Salvador		DECLARACION DE MERCANCIAS		1) No. 2005/09/1/1860Y	
Ministerio de Hacienda		No. BCR-0500088864		2) Número de Página 1 de 1	
Dirección General de la Renta de Aduanas					
3) Código Revisor:	4) Fecha Aceptación:	5) Código Aduana:	6) Código Régimen:	7) No. Manifiesto	8) Fecha Manif.:
06142803961035	15/07/2005	009	EX 1000000		
9) Documento de Transporte:	10) Cód. Bodega y Ubicación:	11) Cód. Despachante:	12) Nombre o Razón Social del Declarante:		
		002	EDITORIAL SANTILLANA, S.A. DE C.V.		
13) NIT Declarante:	14) NRC Declarante:	15) Cód. País Proc./Dest.:	16) Cód. Transporte:	17) Cód. Dep. Aduanas:	
06142803961035	93319-8	340	1		
18) No. Declaración Valor:	19) Total Peso Bruto (Kgs.):	20) Total No. Bultos:	21) Cód. de Bultos Utilizados:		
	86.80	8	CS		
22) Total FOB US\$:	23) Total Flete US\$:	24) Total Prima Seguro US\$:	25) Total Otros Gastos US\$:	26) Total CIF US\$:	
180.00	100.00	19.67	100.00	399.67	
27) Números y Fechas de Facturas:			28) Códigos de Documentos Adjuntos:		
00427 (15/07/2005)			002		
			29) Número Certificado Verificación:		
30) No. de Item	31) Código Arancelario:	32) Descripción Comercial de la Mercancía:			
1	49019900 000	150.00 UNIDADES			
33) Peso Neto en Kgs.:	34) Peso Bruto en Kgs.:	LIBROS			
80.00	86.80				
35) Cód. País Origen:	36) Cód. Unid. Med.:	37) Cantidad:	38) FOB en US\$:	39) Flete en US\$:	40) Seguro en US\$:
170	111	150.00	180.00	100.00	19.67
41) Otros Gtos. US\$:	42) CIF en US\$:	43) %DAI:	44) Monto DAI (en US\$):	45) Monto DAI (Colones):	46) Monto IVA (en US\$):
100.00	399.67	0.00	0.00	0.00	0.00
47) Declaración Anterior:		Código Aduana:	55) Protesto Bajo Juramento que lo Declarado es Verdad:		56) Legalización de Aduanas:
<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> O Régimen: No. Declaración: Fecha Aceptación:					
48) Liquidación:	No.	Fecha:	49) T/C:	Firma y Sello Contador Vista	
50) Tributo	51) Valor a Pago - US\$	52) Monto en Garantía - US\$	53) Monto Exento - US\$	Nombre, Firma y Sello, Declarante o Despachante de Aduanas	
D.A.I.				57) Reservado Entidad Colectora:	
Específicos				Monto Interés	
I.V.A.					
Tasas					
I.V.A. Serv.				Total Recaudado (Dólares)	
Multas:					
Otros					
54) TOTAL					
RESERVADO BCR			58) Control de Pagos:		
Registro No. 0500088864			No.		
Fecha de Emisión: 15/07/2005			Fecha:		
SICEX			59) Observaciones:		
			Firma y Sello		

DUPLICADO - CLIENTE

Anexo 27

Página No. 1 de 1

**DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA
REPUBLICA DE EL SALVADOR, C.A.**

**CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA LA EXPORTACION
DIVISION DE CUARENTENA AGROPECUARIA**

No. Reg.: 0100046814

PARA ORGANIZACION DE PROTECCION FITOSANITARIA DE ESTADOS UNIDOS (U.S.A.)
DE ORGANIZACION DE PROTECCION FITOSANITARIA DE EL SALVADOR

I. DESCRIPCION DEL ENVIO

Nombre y Dirección del Exportador : TEFEX, S.A. DE C.V. - BLVD.ORDEN DE MALTA #460,URB.SANTA ELENA.ANT.CUSCATLAN
SAN SALVADOR

Nombre y Dirección declarados del Destinatario : FOLIAGE IMPORTS, C.A. - P.O. BOX 567, ASTOR, FL. 32102, USA

Número y Descripción de los Bultos : 150 MANOJOS

Marcas Distintivas : Tefex

Lugar de Origen : EL SALVADOR

Medios de Transporte Declarado : AEREO

Punto de Salida Declarado : AEROP.INT.EL SALVADOR, EL SALVADOR

Nombre del Producto	Nombre Botánico de las Plantas	Cantidad Declarada
PLANTA ORNAMENTALES		1,500.00 UNIDADES

Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.
Se considera que están sustancialmente libres de otras plagas.

II. DECLARACION ADICIONAL

III. TRATAMIENTO DE DESINFESTACION O DESINFECCI

Fecha: _____

Tratamiento : _____

Producto Químico : _____

Dureción y Temperatura : _____

Concetración : _____

Información Adicional : _____

Lugar y Fecha de Expedición : LA LIBERTAD, 22/05/2001

Nombre del Funcionario Autorizado :

ESTA ES UNA PRUEBA NO ES VALIDO PARA EFECTOS ADUANALES

(Sello de la Organización)

(Firma)

Esta Organización, División de Cuarentena Agropecuaria de la Dirección de Sanidad Vegetal y Animal del Ministerio de Agricultura y Ganadería, de la República de El Salvador, y sus funcionarios y representantes, declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado.

Anexo 28

Página No. 1 de 1

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA
DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL
REPUBLICA DE EL SALVADOR, C.A.

CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA LA REEXPORTACION
DIVISION DE CERTIFICACION FITOZOOSANITARIA PARA EL COMERCIO

No. Reg.: 0500113142

PARA ORGANIZACION DE PROTECCION FITOSANITARIA DE HONDURAS
DE ORGANIZACION DE PROTECCION FITOSANITARIA DE EL SALVADOR

I. DESCRIPCION DEL ENVIO

Nombre y Dirección del Exportador : LA SULTANA, S. A. DE C. V. - PLAN DE LA LAGUNA, ANTIGUO CUSCATLAN

Nombre y Dirección declarados del Destinatario : GRANEL, S.A. - ALDEA RIO BLANQUITO, 5 KM. DESPUES DE BIJAO, CHOLOMA, HONDURAS

Número y Descripción de los Bultos : 420 SACOS

Marcas Distintivas : S/M

Lugar de Origen : ESTADOS UNIDOS

Medios de Transporte Declarado : TERRESTRE

Punto de Salida Declarado : EL POY, EL SALVADOR

Nombre del Producto	Nombre Botánico de las Plantas	Cantidad Declarada
HARINA DE SOYA		20,407.00 KILOGRAMO

Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos más arriba se importaron en (parte contratante de reexportación) desde EL SALVADOR (parte contratante de origen) amparados por el Certificado Fitosanitario No. _____ original/copia fiel certificada del cual se adjunta al presente certificado; que están empacados/reempacados en recipientes originales/nuevos, que tomando como base el Certificado Sanitario original y la inspección adicional, se considera que se ajustan a los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, y que durante el almacenamiento en EL SALVADOR (parte contratante de reexportación) el envío no estuvo expuesto a riesgos de infestación o infección.

II. DECLARACION ADICIONAL

III. TRATAMIENTO DE DESINFESTACION O DESINFECCION

Fecha: _____ Tratamiento: _____

Producto Químico : _____

Duración y Temperatura : _____

Concentración : _____

Información Adicional : _____

Lugar y Fecha de Expedición : SAN SALVADOR, 08/09/2005

Nombre del Funcionario Autorizado :

(Sello de la Organización)

(Firma)

Esta Organización, División de Certificación Fitozoosanitaria para el Comercio de la Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal del Ministerio de Agricultura y Ganadería, de la República de El Salvador, y sus funcionarios y representantes, declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado.

Anexo 29

Página No. 1 de 1

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA
DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL
REPUBLICA DE EL SALVADOR, C.A.

CERTIFICADO ZOOSANITARIO PARA LA EXPORTACION
DIVISION DE CERTIFICACION FITOZOOSANITARIA PARA EL COMERCIO

No. Req. : 0500121561

PARA LA ORGANIZACION DE PROTECCION ZOOSANITARIA DE GUATEMALA
DE ORGANIZACION DE PROTECCION ZOOSANITARIA DE EL SALVADOR

DESCRIPCION DEL ENVIO

Nombre y Dirección del Exportador : INCUBADORA SALVADOREÑA, S.A. DE C.V. - KM. 1, BOULEVARD DEL EJERCITO NACIONAL, SAN SALVADOR
Nombre y Dirección del Consignatario : AVES REPRODUCTORAS DE CENTROAMERICA, S.A. - CALZADA AGUILAR BATRES 35-35 ZONA 12 GUATEMALA
Descripción y Número de Bultos : 45 CAJAS
Marcas Distintivas : S/M
Medio de Transporte Declarado : TERRESTRE
Punto de Salida Declarado : SAN CRISTOBAL, EL SALVADOR
País de Origen : EL SALVADOR
País de Procedencia : EL SALVADOR

Nombre del Producto	Nombre Científico	Cantidad Declarada
HUEVOS FERTILES DE GALLINA		16,200.00 UNIDADES

Por la presente se certifica que los animales, productos y/o subproductos de estos, arriba descritos se han inspeccionado de acuerdo con los procedimientos adecuados y se consideran exentos de plagas cuarentenarias, y prácticamente exentos de otras plagas nocivas y que se considera que se ajustan a las disposiciones zoosanitarias vigentes en el país importador.

Observaciones :

EL INFRASCRITO MEDICO VETERINARIO CERTIFICA: QUE HA INSPECCIONADO UN LOTE DE HUEVO FERTIL PARA INCUBACION DE POLLO DE ENGORDE: Y PROCEDEN DE GRANJAS LAS CUALES, SE ENCUENTRAN LIBRES DE ENFERMEDADES INFECCOCONTAGIOSAS ESPECIALMENTE DE SALMONELLA PULLORUM, COLIFECAL, LISTERIA MONOCITOGENES, STAFI LOCOCCUS AUREUS, CLOSTRIDIUM PERFRINGES, VIBRIO CHOLERA, ESCHERICHIA COLI, MYCOPLASMOSIS, ENFERMEDAD DE GUMBORO Y ENCEFALOMIELITIS AVIAR. ASI MISMO NO SE DETECTO NINGUN BROTE DE ENFERMEDADES INFECCOCONTAGIOSAS PROPIAS DE LA ESPECIE EN LOS SEIS MESES ANTERIORES A ESTA FECHA. VELOGENICA VISCEROTROPICA, ENFERMEDADES NEOPLASICAS, LARINGOTRAQUEITIS INFECC 76, INFLUENZA AVIAR DE BAJA Y ALTA PATOGENIDAD, HEPATITIS CON CUERPOS DE TEMATICOS DE CONTROL PARA MICOPLASMOSIS (M.GALLINARUM).

Médico Veterinario : DR. JOSE TOMAS GAVIDIA PANIAGUA.

Total Peso Neto : 1,134.08 KILOGRAMOS

Lugar y Fecha de Expedición : SAN SALVADOR, 27/09/2005

(Sello)

Inspector de Certificación Fitozoosanitaria para el Comercio

Oficina de Certificación Fitozoosanitaria para el Comercio de _____,
medio de transporte _____ matrícula, placa _____,
licencia _____. Los productos y/o subproductos de origen animal indicados en el
presente certificado fueron encontrados _____.

Fecha :

(Sello)

Inspector de Certificación Fitozoosanitaria para el Comercio

La validez del presente certificado es de 15 días a partir de la fecha de su extensión y solo podrá ser prorrogado mediante nueva inspección. Esta Organización, División de Certificación Fitozoosanitaria para el Comercio de la Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal del Ministerio de Agricultura y Ganadería, de la República de El Salvador, sus funcionarios o representantes, declinan toda responsabilidad financiera mediante este certificado.

Anexo 30

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA
DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL
REPUBLICA DE EL SALVADOR, C.A.

CERTIFICADO ZOOSANITARIO PARA LA REEXPORTACION
DIVISION DE CERTIFICACION FITOZOOSANITARIA PARA EL COMERCIO

No. Reg. :0500118764

PARA LA ORGANIZACION DE PROTECCION ZOOSANITARIA DE CHILE
DE ORGANIZACION DE PROTECCION ZOOSANITARIA DE EL SALVADOR

DESCRIPCION DEL ENVIO

Nombre y Dirección del Exportador : NESTLE EL SALVADOR, S.A. DE C.V. -PRODECAFE - KM.11 CARRETERA AL PTO.DE LA L. ANTIGUO CUSCATLAN, L

Nombre y Dirección del Consignatario : NESTLE CHILE, S.A. - ROGER DE FLOR 2800, COMUNA LAS CONDES, SANTIAGO

Descripción y Número de Bultos : 2 BOLSAS, 1 LATA

Marcas Distintivas : AUSTRALIAN, MILEX, RIO GRANDE

Medio de Transporte Declarado : AEREO

Punto de Salida Declarado : AEROP.INT,EL SALVADOR, EL SALVADOR

País de Origen : DINAMARCA, AUSTRALIA

País de Procedencia : EL SALVADOR

Nombre del Producto	Nombre Científico	Cantidad Declarada
LECHE EN POLVO EN ENVASES INFERIOR A 5 KG.NET		2.50 KILOGRAMO
LECHE EN POLVO EN ENVASES INFERIOR A 5 KG.NET		2.50 KILOGRAMO
LECHE EN POLVO EN ENVASES INFERIOR A 5 KG.NET		2.50 KILOGRAMO

Por la presente se certifica que los animales, productos y/o subproductos de estos amparados por el certificado zoosanitario número _____, han sido inspeccionados y que durante su permanencia en el país no han estado expuestos a riesgos de infestación o infección.

Observaciones :

Médico Veterinario : DR. RENE ARMANDO IBARRA CRISTALES

Total Peso Neto : 7.50 KILOGRAMOS

Lugar y Fecha de Expedición : SAN SALVADOR, 21/09/2005

(Sello) Inspector de Certificación Fitozoosanitaria para el Comercio

Oficina de Certificación Fitozoosanitaria para el Comercio de _____,
medio de transporte _____ matrícula, placa,
licencia _____. Los productos y/o subproductos de origen animal indicados en el
presente certificado fueron encontrados _____.

Fecha :

(Sello) Inspector de Certificación Fitozoosanitaria para el Comercio

La validez del presente certificado es de 15 días a partir de la fecha de su extensión y solo podrá ser prorrogado mediante nueva inspección. Esta Organización, División de Certificación Fitozoosanitaria para el Comercio de la Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal del Ministerio de Agricultura y Ganadería, de la República de El Salvador, sus funcionarios o representantes, declinan toda responsabilidad financiera mediante este certificado.

Anexo 31

Certificado de origen

ALADI /CR / ACUERDO 25

CERTIFICADO DE ORIGEN

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
ASSOCIACAO LATINO-AMERICANA DE INTEGRACAO

PAIS EXPORTADOR

PAIS IMPORTADOR

No. de orden (1)	NABALALC	DENOMINACION DE LA MERCADERIA		
Valor US\$	Peso Neto:	(Kgs.)	Peso Bruto:	(Kgs.)

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondiente a la Factura Comercial No. cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de conformidad con el siguiente desglose:

No. de Orden	NORMAS (3)
Razón social, sello y firma de exportador o productor	

OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN	
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de	
Nombre, sello y firma entidad certificadora:	

- NOTAS (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidos en el presente certificado . En caso de ser insuficiente se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
(2) Especificar si se trata de un acuerdo de alcance regional o de alcance parcial. Indicando número de registro .
(3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.

**BANCO CENTRAL DE RESERVA
DE EL SALVADOR**

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C. A.
www.elsalvadortrade.com.sv

CENTRO DE TRAMITES
DE EXPORTACION
(CENTREX)

**CERTIFICADO DE ORIGEN
ORIGIN CERTIFICATE**

<p>1. Nombre del Exportador Exporter's Name</p>	<p>2. Nombre del Importador Buyer's Name</p>
<p>NIT:</p>	
<p>3. Dirección del Exportador Exporter's Address</p>	<p>4. Dirección del Importador Buyer's Address</p>
<p>5. Número y Fecha de Factura Number and Date of Invoice</p>	<p>6. Medio de Transporte y Nombre de la Empresa Means of Transport and Agency</p>
<p>7. Marcas, Clase y Número de Paquetes Marks, Kind and Number of Packages</p>	<p>8. Volumen en Kg., Descripción del Producto y Valor Total en Dólares Volume (Kg.), Description of Goods and Amount in Dollars</p>

El Centro de Trámites de Exportación (CENTREX), por este medio certifica que los productos arriba detallados son originarios de El Salvador.

The Centro de Trámites de Exportación (CENTREX), hereby certifies that the above detailed goods are of El Salvador origin.

Emitido en San Salvador, El Salvador, Centro América.

Issued at San Salvador, El Salvador, Central América.

Fecha: / Date:

FIRMA Y SELLO DE LA AUTORIDAD QUE CERTIFICA
SIGNATURE AND STAMP OF CERTIFYING AUTHORITY

FIRMA Y SELLO DEL EXPORTADOR
SIGNATURE AND STAMP OF EXPORTER

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)		Reference No.			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)		GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A			
		Issued in (country)			
3. Means of transport and route (as far as known)		<small>See notes overleaf</small>			
		4. For official use			
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.		12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to (importing country)			



Centro de Trámites de Exportación
<http://elsalvadortrade.com.sv>
 Banco Central de Reserva de El Salvador
 Alameda Juan Pablo II y 17 Av. Nta., San Salvador
 Teléfonos 2281-8087/91 Fax 2281-8086
 E mail: info@elsalvadortrade.com.sv

COMO COMPLETAR EL CERTIFICADO DE ORIGEN FORMA "A" DEL SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS (SGP) Y DE LA INICIATIVA DE LA CUENCA DEL CARIBE (CBI)

¿QUÉ ES EL SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS (SGP)?

Es un sistema que nace en 1961, a iniciativa del Primer Decenio de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNCTAD), a fin de favorecer una mejor cooperación de los países industrializados a los países en vías de desarrollo.

¿CUÁL ES SU OBJETIVO PRINCIPAL?

Tiene como objetivo fundamental, dar exoneraciones arancelarias a las importaciones en los países industrializados, de los productos originarios de los países en vías de desarrollo, sin ninguna reciprocidad por parte de éstos últimos, para fomentar la industrialización, diversificación de las exportaciones y el aumento de los ingresos a los países beneficiarios:

¿QUÉ PAISES OTORGAN PREFERENCIAS ARANCELARIAS DEL SGP?

Alemania	Canadá	Reino Unido
Australia	Estados Unidos	República de Bulgaria
Austria	Finlandia	República de Belarus
Dinamarca	Japón	República de Hungría
Eslovaquia	Luxemburgo	República de Polonia
España	Noruega	República Checa
Federación Rusa	Nueva Zelanda	Suecia
Francia	Portugal	Suiza
Grecia	Irlanda	Italia
Holanda		

¿QUÉ PRODUCTOS NO GOZAN DE LAS PREFERENCIAS ARANCELARIAS DEL SGP?

- ➡ Los artículos textiles y de vestir sujetos a los acuerdos textiles
- ➡ Relojes, incluyendo sus correas o brazaletes
- ➡ Artículos electrónicos susceptibles de resultar afectados por las importaciones
- ➡ Artículos de acero, susceptibles de resultar afectados por las importaciones
- ➡ Calzado, bolsos de mano, maletas de viaje, artículos "planos", guantes de trabajo y prendas de vestir de cuero
- ➡ Productos de vidrio semimanufacturado, susceptibles de resultar afectados por las importaciones.

¿QUÉ ES LA INICIATIVA DE LA CUENCA DEL CARIBE (CBI)?

Es un programa que nace mediante la Ley para la Recuperación Económica de la Cuenca del Caribe, en 1983, contiene medidas arancelarias y de comercio, destinadas a promover la revitalización económica y a expandir las oportunidades del sector privado de la Región de la Cuenca del Caribe. Esta entró en vigencia el 1 de enero de 1984.

¿CUÁL ES SU OBJETIVO PRINCIPAL?

Otorga entrada libre de impuestos a Estados Unidos de América, de los productos originarios de Centroamérica y las Islas del Caribe. Sin embargo, debe tomarse en cuenta que los productos elegibles para la entrada exenta de los impuestos aduanales, pueden estar sujetos a impuestos federales sobre el consumo.

¿QUÉ PAÍSES OTORGAN PREFERENCIAS ARANCELARIAS PARA EL CBI?

- ⇒ Estados Unidos
- ⇒ Puerto Rico
- ⇒ Islas Vírgenes

PARA GOZAR DE LOS BENEFICIOS DE AMBOS PROGRAMAS DEBERA COMPLETAR EL CERTIFICADO DE ORIGEN FORMA "A" PARA LO CUAL LE AGRADECEREMOS TOMAR EN CUENTA LO SIGUIENTE:

- ⇒ Deberá llenarse únicamente en dos idiomas: inglés o francés, debido a que son los idiomas oficiales definidos por los países otorgantes de las preferencias.
- ⇒ La nomenclatura arancelaria utilizada, será la del Sistema Armonizado (H.S.). Esta consta de 6 dígitos (que son los primeros 6 números del Sistema Arancelario Centroamericano SAC).
- ⇒ No debe presentar borrones, tachaduras ni enmendaduras
- ⇒ Consta de doce casillas numeradas y una sin numerar. Las casillas 4 y 11, son para uso oficial, por lo que no deben completarse
- ⇒ La información que deberá detallar en cada casilla es la siguiente:

En la casilla ubicada al lado superior derecho, sin numerar, a continuación de REFERENCE NO. DEBE COLOCAR EL NÚMERO COMPLETO DE REGISTRO AUTORIZADO, POR ESTE DEPARTAMENTO. SI LA EXPORTACIÓN ES CON EL CBI (HACIA LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA), DEBE TESTAR LA LEYENDA GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES Y ESCRIBIR A MÁQUINA "CARIBBEAN BASIN INITIATIVE". PARA AMBOS CASOS, DONDE DICE ISSUED IN DEBE ESCRIBIR: EL SALVADOR.

DATOS QUE DEBE ESCRIBIR EN CASILLAS NO.

1. Exportador (nombre, dirección, ciudad y país exportador)
2. Destinatario (nombre, dirección, ciudad y país importador)
3. Medio de transporte y ruta (lo mas conocido de la ruta), debe colocar el medio de transporte, puntos aduaneros y nombres de los países por donde pasará el producto hasta llegar a su destino final.
4. Para uso oficial únicamente (dejar en blanco)
5. Número correlativo en que son descritos los diferentes productos que ampara el Certificado (1,2,3 según el caso)
6. Marcas y números de paquetes.

7. Número, clase de paquetes, cantidad y descripción de las mercancías. En esta casilla debe consignarse la clasificación arancelaria del sistema armonizado (H.S.) de cada producto a exportar. Cuando la exportación se realiza bajo el CBI, a continuación de la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado (H.S.), colocar una letra "C", ejemplo 0901.11C.
8. Criterio de origen, si es producto originario de El Salvador, colocar una "P", si es elaborado con materias primas importadas deberá seguir las siguientes indicaciones:

PAÍSES HACIA LOS CUALES EXPORTA BAJO EL ESQUEMA DE PREFERENCIAS	CRITERIO DEL PORCENTAJE	CAMBIO DE PARTIDA ARANCELARIA ENTRE LOS MATERIALES IMPORTADOS Y EL PRODUCTO QUE SE EXPORTA	PRODUCTOS CUYOS MATERIALES SEAN DE PAÍSES MIEMBROS DE UNA REGIÓN (EJ.: C.A.)
Australia y Nueva Zelandia	NO LO REQUIERE		
Canadá	"G" o "F", seguido del porcentaje de VA >= 60%		
Unión Europea (Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido, Francia, Suecia, Austria)		"W" seguido de la partida arancelaria	
Noruega, Suiza, Japón		"W" seguido de la partida arancelaria	
Bulgaria, República Checa, Eslovaquia, Hungría, Polonia, Federación Rusa (antes de URSS)	"Y" seguido del porcentaje de VA >= 50%		"PK"
Estados Unidos	"Y" seguido del porcentaje de VA >= 35%		"Z" seguida del porcentaje de materiales de países de la región VA >= 35%

Nota: Entiéndase VA = Valor Agregado, que incluye costos directos de elaboración de un producto más materia prima nacional o materia prima de la región en su efecto.

9. Peso neto y bruto, detallado en kilogramos
10. Número y fecha de la factura
11. No utilizar, para uso oficial, espacio para autorización del CENTREX
12. Declaración del exportador: El que suscribe declara que las mercancías señaladas, son exactas y que todos estos productos fueron producidos en ...(debe escribir el nombre del país de origen);
- Y que cumplen con las condiciones de origen requeridas para las mercancías en el Sistema Generalizado de Preferencias, para ser exportadas con destino a:(escribir el nombre del país importador).

Lugar, fecha, firma y sello del exportador (original y dos copias)

En la última hoja (copia 2), al reverso escribir: lugar, fecha, firma y sello del exportador.

Mayor información sobre ambos programas, puede obtenerla en nuestro sitio web de Comercio e Inversión, en las siguientes direcciones:
 Para el SGP: <http://www.elsalvadortrade.com.sv/tratados/html/sgp.html>
 Para el CBI: <http://www.elsalvadortrade.com.sv/tratados/html/cbi.html>

Anexo 32

Cotización de cuarto frío

DISTRIBUIDORA GRANADA S.A DE C.V.

AIRE ACONDICIONADO Y REFRIGERACION

25 Av. Sur # 765. San Salvador, El Salvador, C.A.

TEL. (503) 271-3999, FAX. (503)222-2068, E-MAIL: granada@navegante.com

San Salvador. Viernes 24 de Mayo del 2002.

Señores:

IICA

Presente.

ATT. : SRTA. MELISA

DOMINGUEZ

Estimados señores :

Por este medio me dirijo a ustedes para cotizarles el suministro y la instalacion del cuarto frio prefabricado y equipos para cuarto frio que se detallan a continuacion :

7.5 *1 Cuarto frio prefabricado tipo MANTENEDOR con piso incluido de 12 x 12 x pies (Medidas externas) . El cuarto comprende paneles de poliestireno de 4 pulgadas de espesor . con acabado en lamina de aluminio galvanizado tipo stucco embossed tanto interior como exteriormente . Incluye ademas una puerta de 34 x 78 pulgadas , con mecanismo de abertura por medio de bisagras . El cuarto tambien incluye una lampara a prueba de humedad , termometro y switch de iluminacion con luz piloto .*

*1 Unidad Condensadora COPELAND de 3HP
Aplicacion : Media Temperatura .Refrigerante : 404a/507
Voltaje : 230V. Monofasico . 60 Hz*

*1 Evaporador BOHN con deshielo natural
Voltaje : 120V. Monofasico . 60 Hz*

Accesorios de refrigeracion para la instalacion a una distancia, no mayor de siete metros entre evaporador y condensador.

Control de temperatura digital programable.

PRECIO : \$ 8,000.00

** Este precio considera instalacion en el area de San Salvador.*

INCLUSIONES :

- *Incluye instalacion mecanica del cuarto frio prefabricado y equipos para cuarto frio .*
- *Puesta en funcionamiento de los mismos.*

EXCLUSIONES:

- No incluye acometida electrica para la alimentacion de los equipos
- La caja termica para la alimentacion de los equipos debera ser proporcionada por el cliente , con los datos termicos adecuados y debera estar situada a una distancia no mayor de tres metros de la ubicacion de los equipos .
- No incluye elaboracion de bases de concreto para ubicacion de equipos o cuarto frio , ni cualquier otro trabajo de albanileria o carpinteria .
- El cliente debera proporcionar un adecuado suministro de energia para los equipos .

Condiciones Generales de Suministro :

Precio No Incluye IVA

Forma de Pago : 50% de anticipo y 50% contra/entrega del trabajo .
Tiempo de entrega : Para el cuarto frio en tres semanas, despues de cancelado el anticipo .
Garantia : 1 ano .
Validez de la oferta : 30 dias

* NOTA : La garantia no cubre danos en los equipos provocados por factores ajenos a la instalacion .

En espera de su pronta respuesta ,

Atentamente.

ING. MAURICIO REYES

Cotización de una Planta eléctrica



COMPAÑIA GENERAL DE EQUIPOS, S.A. DE C.V.

Importación y Venta de Maquinaria Industrial, Agrícola, Vehículos,
Repuestos y Servicios para los mismos.

CASA MATRIZ: Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo, Km. 5. San Salvador, El Salvador, C.A.
Tel.: 223-2323 / 298-3333 Fax: 224-3743 (Administración), 245-3934 (Créditos),
298-2892 (Repuestos), 298-2609 (Servicio), 245-3311 (Ventas).
<http://www.general-de-equipos.com>

Cotización: 2236.03

San Salvador, 26/Mayo/2003

Sr.(es)

SR. EDILBERTO MIRANDA

Presente.

Estimado cliente:

A continuación sirvase encontrar nuestra oferta por el suministro del siguiente equipo:

Una (1) PLANTA ELECTRICA marca Olympian-Caterpillar, modelo GEP 83-3, capacidad de 75 KW/83 KVA en aplicación stand by, 45 KW / 81 KVA en aplicación prime; con un factor de potencia de 0.8, trifásica, 60 hertz, 1800 rpm., voltaje 120/240 voltios

GENERADOR

Marca Olympian, de campo rotativo de cuatro polos autoexcitado de estado sólido sin escobillas. Aislamiento clase H para ambientes tropicales y abrasivos. Regulador de voltaje con monitoreo de los voltajes (línea - línea o línea - neutro)

MOTOR

Diesel de cuatro tiempos marca Perkins, modelo 1004TSA de cuatro cilindros en línea, turbo cargado, enfriado por agua a través de radiador tropicalizado, gobernador mecánico clase A1. Consumo de combustible de 21.06 litros/hora al 100% de carga.

SISTEMA DE ESCAPE

Silenciador de servicio pesado tipo hospitalario (crítico), suministrado suelto.

SISTEMA ELECTRICO

Sistema de 12 voltios con alternador de carga para la batería, motor de arranque tipo axial, batería libre de mantenimiento y de gran capacidad de arranque, soporte de la batería incorporado en la base del grupo electrógeno.



CAMECO.





COMPAÑÍA GENERAL DE EQUIPOS, S.A. DE C.V.

Importación y Venta de Maquinaria Industrial, Agrícola, Vehículos,
Repuestos y Servicios para los mismos.

CASA MATRIZ: Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo, Km. 5, San Salvador, El Salvador, C.A.
Tel.: 223-2323 / 298-3333 Fax: 224-3743 (Administración), 245-3934 (Créditos),
298-2892 (Repuestos), 298-2609 (Servicio), 245-3311 (Ventas).
<http://www.general-de-equipos.com>

Cotización: 2236.03

Página. 2

SISTEMA DE COMBUSTIBLE

Tanque de combustible montado en la sub – base (de fábrica) con capacidad de 176 litros (47 galones) aproximadamente, el cual se suministra con indicador de contenido, tapa de llenado con válvula de respiración y filtro, líneas de retorno y suministro de combustible al motor y tapón de drenaje.

PANEL DE CONTROL ELECTRONICO

Modelo 2001 en gabinete de acero aislado de vibraciones y sellado al medio ambiente con las siguientes características:

Indicadores:

- Voltímetro
- Amperímetro
- Medidor de horas de operación
- Tacómetro y frecuencímetro
- Temperatura del refrigerante
- Presión de aceite
- Voltímetro de estado de batería

Controles:

- Botón de parada de emergencia
- Interruptor de Run/Off/Auto
- Interruptor selector de 7 posiciones para diferentes lecturas de voltaje
- Interruptor selector de 4 posiciones para diferentes lecturas de corriente

Protecciones:

- Alta temperatura del refrigerante
- Baja presión de aceite
- **Circuit breaker** de 3 polos montado en el grupo electrógeno en una caja de acero, aislado contra vibraciones y fácil acceso para salida y entrada de cables

ACCESORIOS Y OPCIONES INCLUIDAS

La planta eléctrica se suministrará en el puesto de operación de la misma, lo cual incluye:

- Mantenedor cargador de baterías de 5 amperios
- Filtro primario de combustible
- Manual de operación y partes así como su certificado de garantía.
- Refrigerante y aceites lubricantes
- Servicio de pre-entrega y arranque inicial



COMPAÑÍA GENERAL DE EQUIPOS, S.A. DE C.V.

Importación y Venta de Maquinaria Industrial, Agrícola, Vehículos,
Repuestos y Servicios para los mismos.

CASA MATRIZ: Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo, Km. 5. San Salvador, El Salvador, C.A.
Tel.: 223-2323 / 298-3333 Fax: 224-3743 (Administración), 245-3934 (Créditos),
298-2892 (Repuestos), 298-2609 (Servicio), 245-3311 (Ventas).
<http://www.general-de-equipos.com>

Cotización: 2236.03

Página: 3

PRECIO EN SUS BODEGAS -----U.S. **\$13,500.00**

NOTA: Este precio no incluye el IVA.

Forma de pago: Contado

La entrega es: INMEDIATA, SUJETA A PREVIA VENTA.

Esta oferta es válida hasta: 25/Junio/2003

GARANTIA

El presente equipo goza de una garantía de fábrica por el periodo de un año a partir de la fecha de puesta en marcha de la planta eléctrica. Dicha cobertura comprende mano de obra y repuestos, siempre y cuando el equipo haya sido instalado y recibido el respectivo mantenimiento preventivo según las políticas y recomendaciones del fabricante. No se incluyen los problemas y fallas derivadas de catástrofes naturales, mal mantenimiento preventivo, sabotajes, reparaciones y/o modificaciones realizadas por personal ajeno a COGESA y uso indebido del equipo (combustible contaminado, mala operación, etc).

RESPALDO AL PRODUCTO

Con 70 años de representar y distribuir la marca CATERPILLAR, COMPAÑÍA GENERAL DE EQUIPOS S.A. DE C.V., ofrece el servicio completo de repuestos y taller mecánico con el cual proporciona un respaldo completo de los equipos que distribuye, el cual incluye:

- Taller de servicio con áreas de especialización en motores, Laboratorio de inyección, transmisiones, hidráulica, componentes eléctricos.
- Una flota de vehículos para efectuar revisiones y reparaciones en el lugar de trabajo.
- Asesoría técnica sobre la utilización de los equipos
- Consultoría en el lugar de trabajo, para solucionar cualquier problema técnico que se presente.

Para COGESA, el entrenamiento en servicio es una parte muy importante del soporte al producto, de manera que la actualización y desarrollo de técnicos es considerada. Un

Anexo 34

Cálculos de Costos de fabricación de lo antojos típicos salvadoreños

PUPUSAS.

Costo de Mano de Obra Directa (US\$)							
Nombre del puesto	Numero de empleados	Salario mensual	Salario diario	ISSS	AFP	Total diario / empleado	Total
Operario	6	\$175.00	\$7.95	\$0.23	\$0.47	\$7.25	\$43.50

Mano de Obra Directa: \$0.06

Costo de Materia Prima y Materiales Directos (US\$)			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Harina de maiz	0.28 Kg.	1 arroba \$6.00	0.15
Agua	0.30lt.	1lt \$0.03	0.009
Quesillo	0.44kg.	1lb \$1.20	1.15
Costo total de materia prima y materiales			1.31

Costo variable total = 0.06 + 1.31 = 1.37

Costos fijos = 0.009

Costo unitario = 1.40

Costo para planta empacadora = 1.82

TAMALES

Costo de Mano de Obra Directa (US\$)							
Nombre del puesto	Numero de empleados	Salario mensual	Salario diario	ISSS	AFP	Total diario / empleado	Total
Operario	4	\$175.00	\$7.95	\$0.23	\$0.47	\$7.25	\$29.00

Mano de Obra Directa: \$0.11

Costo de Materia Prima y Materiales Directos (US\$)			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Elote	0.80kg.	100kg. 28.00	0.22
Sal	0.007kg.	11.5kg. 3.50	0.002
Azucar	0.06kg.	11.5kg. 7.75	0.04
Leche	0.11lt.	1lt 0.85	0.09
Margarina	0.06kg	0.46kg. 0.85	0.11
Costo total de materia prima y materiales			0.46

Costo variable total = 0.11 + 0.46 = 0.57

Costos fijos = 0.02

Costo unitario = 0.60

Costo para planta empacadora = 0.78

RIGUAS.

Costo de Mano de Obra Directa (US\$)							
Nombre del puesto	Numero de empleados	Salario mensual	Salario diario	ISSS	AFP	Total diario / empleado	Total
Operario	4	\$175.00	\$7.95	\$0.23	\$0.47	\$7.25	\$29.00

Mano de Obra Directa: \$0.09

Costo de Materia Prima y Materiales Directos (US\$)			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Elote	0.80kg.	100kg. 28.00	0.22
Sal	0.007kg.	11.5kg. 3.50	0.002
Azucar	0.06kg.	11.5kg. 7.75	0.04
Leche	0.11lt.	1lt 0.85	0.09
Margarina	0.06kg	0.46kg. 0.85	0.11
Costo total de materia prima y materiales			0.46

Costo variable total = 0.09 + 0.46 = 0.55

Costos fijos = 0.02

Costo unitario = 0.57

Costo para planta empacadora = 0.75

NUEGADOS

Costo de Mano de Obra Directa (US\$)							
Nombre del puesto	Numero de empleados	Salario mensual	Salario diario	ISSS	AFP	Total diario / empleado	Total
Operario	2	\$175.00	\$7.95	\$0.23	\$0.47	\$7.25	\$14.50

Mano de Obra Directa = \$0.44

Costo de Materia Prima y Materiales Directos (US\$)			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Yuca	1 Kg.	\$0.21	\$0.21
Dulce de panela	1 atado de dulce	\$0.60	\$0.60
Aceite vegetal	0.3 lt.	\$1.25	\$0.35
Costo total de materia prima y materiales			\$1.16

Costo Variable Total = 0.44 + 1.16 = 1.60

Costo fijo = 0.18

Costo unitario = 1.78

Costo para planta empacadora = 2.32

Anexo 35
Permisos Ambientales

Ley y/o Reglamento	Artículo	Comentario
Ley del Medio Ambiente (1998)	<p>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.</p> <p>Art. 20. La validez del Permiso Ambiental de ubicación y construcción será por el tiempo que dure la construcción de la obra física; una vez terminada la misma, incluyendo las obras de o instalaciones de tratamiento y atenuación de los impactos ambientales, se emitirá el Permiso de Ambiental de Funcionamiento por el tiempo de su vida útil y etapa de abandono, sujeto al seguimiento y fiscalización del Ministerio.</p> <p>Art. 27. Para asegurar el cumplimiento de las condiciones fijadas en el permiso ambiental, por el titular de las obras o proyectos, el Ministerio, realizará auditorias de evaluación ambiental.</p> <p>Art. 28. El control y seguimiento de la evaluación Ambiental es función del Ministerio, y contará con el apoyo de las unidades ambientales.</p>	<p>El Permiso ambiental tiene dos etapas la primera para la ubicación y construcción, de la obra, proyecto o actividad; y la segunda, posterior, para el funcionamiento. La autoridad responsable de emitir y dar seguimiento a los permisos es el MARN.</p>
Código de Salud (1988)	<p>Art. 109. Corresponde al Ministerio:</p> <p>c) Autorizar la instalación y funcionamiento de las fabricas y demás establecimientos industriales, de tal forma que no constituyan un peligro para la salud de los trabajadores y la población en general y se ajusten al reglamento respectivo.</p> <p>d) Cancelar las autorizaciones correspondientes y ordenar la clausura de los establecimientos industriales cuando su funcionamiento constituya un grave peligro para al salud y no se hubieren cumplido con las exigencias de las autoridades de salud, de acuerdo con el reglamento respectivo.</p> <p>Art. 67. Se prohíbe descargar residuos de cualquier naturaleza, aguas negras ... a menos que el Ministerio conceda permiso especial para ello.</p>	<p>El permiso es de instalación y funcionamiento y la autoridad competente para emitirlo es el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.</p> <p>No existe el reglamento respectivo al que se refiere este artículo.</p> <p>El permiso especial para verter aguas negras y servidas emitirlo es el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.</p>
Reglamento general sobre Seguridad e Higiene en los Centros de Trabajo (1971)	<p>Art. 76. En todo nuevo establecimiento deberá contarse con los correspondientes permisos de instalación y funcionamiento debidamente aprobados por el Departamento Nacional de Previsión Social. Solo con dictamen favorable de dicho Departamento podrán iniciarse las actividades.</p>	<p>El permiso es de instalación y funcionamiento y la autoridad competente de emitirlo es el Departamento Nacional de Previsión Social del Ministerio de Trabajo y Previsión Social</p> <p>Implica que para obtener el permiso debe cumplir con todo lo establecido en este reglamento.</p>

Anexo 36

Infracciones Ambientales

De acuerdo a la Ley del Medio Ambiente

Clasificación	INFRACCIÓN	MULTAS
Menos graves	<p>No rendir, en los términos y plazos estipulados, las fianzas que establece la ley.</p> <p>La negativa del concesionario para el uso o aprovechamiento de los recursos naturales a prevenir, corregir o compensar los impactos ambientales negativos que produce la actividad...</p> <p>Emitir contaminantes que violen los niveles permisibles establecidos reglamentariamente</p> <p>Omitir aviso oportuno a la autoridad competente, sobre derrame de sustancias, productos, residuos o desechos peligrosos, o contaminantes, que pongan en peligro la vida e integridad humana.</p> <p>No cumplir las obligaciones que impone esta ley</p>	Dos a cien salarios mínimos
Graves	<p>Iniciar actividades, obras o proyectos sin haber obtenido el permiso ambiental correspondiente.</p> <p>Suministrar datos falsos en los estudios de impacto ambiental, diagnósticos ambientales,...</p> <p>Incumplir las obligaciones contenidas en el permiso ambiental.</p> <p>Autorizar actividades, obras, proyectos o concesiones, que por ley requieran permiso ambiental, sin haber sido este otorgado por el Ministerio.</p> <p>Otorgar permisos ambientales a sabiendas de que el proponente... no ha cumplido con los requisitos legales para ello.</p> <p>Violar las normas técnicas de calidad ambiental y de aprovechamiento racional y sostenible del recurso.</p> <p>Impedir lo obstaculizar la investigación de los empleados debidamente identificados, o no prestarles la colaboración... para realizar inspecciones o auditorias ambientales en las actividades, plantas...</p>	Ciento uno a cinco mil salarios mínimos

De acuerdo a al Código de Salud y el Decreto 50

INSTRUMENTO JURIDICO	Clasificación	INFRACCION	SANCIÓN
Código de Salud	Graves	<p>No cumplir con las medidas adoptadas por las autoridades correspondientes destinadas a impedir la contaminación del ambiente que pueda dañar la vida y la salud.</p> <p>Descargar los desechos sólidos y líquidos de origen doméstico o industrial en los cauces naturales de los ríos, lagos y otros similares, sin el permiso correspondiente.</p>	<p>Amonestación verbal</p> <p>Amonestación escrita</p> <p>Multa de mil a cien colones, según la gravedad de la infracción.</p> <p>Suspensión del ejercicio profesional, desde un mes hasta cinco años.</p> <p>Clausura temporal desde un mes hasta el cierre definitivo</p>
	Menos Graves	<p>Impedir el ingreso e inspección de los delegados del ministerio.</p> <p>No obtener la autorización del Ministerio para la construcción, instalación y funcionamiento de fabricas.</p> <p>No proporcionar al Ministerio los informes solicitados por este en el plazo que se establezca</p>	
	Leves	Ninguna que aplique	
Decreto 50 Reglamento sobre la calidad del agua, el control de vertidos y las zonas de protección	Graves	<p>Verter aguas inficcionadas.</p> <p>Verter residuos cloacales y aguas servidas de cualquier clase que contravengan lo establecido en este reglamento.</p> <p>Entorpecer o encubrir por cualquier medio el cumplimiento de los niveles de calidad de agua que fija este reglamento.</p> <p>Efectuar descargas sin la autorización de la de la Autoridad Competente.</p> <p>Usar medios fraudulentos para obtener la autorización de vertidos.</p>	Multas desde los mil hasta los tres mil colones
	Menos Graves	<p>No llevar el libro de control de la operación del sistema de tratamiento.</p> <p>No permitir el acceso de los delegados, empleados, inspectores de la Autoridad competente en los inmuebles propiedad privada para el cumplimiento de sus labores.</p> <p>El cumplimiento parcial de las condiciones fijadas en la autorización de vertido.</p> <p>Cualquier otra infracción al presente reglamento no considerada en los literales anteriores.</p>	Multas desde los cincuenta hasta los dos mil colones

Anexo 37

Listas de Auto Evaluación Ambiental

PRODUCCIÓN	SI	NO	NA ⁹⁹
¿Tiene la empresa bien definidas todas las operaciones y actividades para la fabricación de los productos?	X		
¿Cuenta la empresa con diagramas de operaciones, balance de materiales y diagramas de flujo?	X		
¿Se actualizan o revisan por lo menos una vez al año estos diagramas?			X
¿Se lleva un registro actualizado de estos diagramas?			X
¿Se tienen identificado todos los productos y las cantidades producidas de cada uno?	X		
¿Tiene identificada la empresa todos los tipos y cantidades de subproductos que tengan valor comercial?	X		
¿Tiene identificada la empresa todos los tipos y cantidades de subproductos que tengan valor comercial?	X		
¿Conoce la empresa el ciclo de vida de sus productos?	X		
MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES			
¿Se conocen todas las materias primas y las cantidades utilizadas?	X		
¿Se tiene bien definidas las características requeridas de cada materia prima?	X		
¿Se tiene definidos todos los materiales y las cantidades consumidas?	X		
¿Se tienen definidos todos los elementos auxiliares (envases, etiquetas,) y las cantidades consumidas?	X		
¿Tiene la empresa identificados los tipos de combustible y las cantidades utilizadas de cada uno, así como su procedencia?	X		
¿Tiene identificada la empresa todos los procesos y actividades que consumen energía eléctrica y el consumo mensual de esta?	X		
¿Se tiene conocimiento sobre las fuentes de donde se obtiene el agua y la cantidad que se consume?	X		
MAQUINARIA Y EQUIPO			
¿Se tiene identificada toda la maquinaria y equipo utilizado?	X		
¿Se tiene identificada en un plano o diagrama la ubicación de cada máquina o equipo?	X		
¿Se conoce la vida útil y los años de uso de cada máquina y equipo?	X		
¿Se le da algún tipo de mantenimiento a la maquinaria y equipo?		X	
¿Se lleva algún registro sobre el mantenimiento?		X	
TOTAL DE PREGUNTAS	16	2	2
INVENTARIO DE AGUAS RESIDUALES			
¿Se Tienen identificados todos los tipos de efluentes?	X		
¿Tiene el personal de la planta identificados todos los procesos y las actividades que generan aguas residuales?	X		
¿Tiene LA PLANTA identificada la localización de cada proceso/actividad que genera agua residual?	X		
¿Conoce la empresa la composición de las aguas residuales?	X		
¿Tiene la planta determinados los tipos y las cantidades estimadas de contaminantes vertidos en las aguas residuales?	X		
¿Se tienen los medios de vertidos bien identificados?		X	
¿Se tiene algún procedimiento para determinar si se requiere permiso, registro o aprobación o bien, si ha sido decretada alguna norma técnica sobre niveles permitidos de contaminantes en aguas residuales?		X	
REQUERIMIENTOS REGULATORIOS			
Las AGUAS RESIDUALES ¿exceden los límites permitidos?		X	
¿Si a planta ha tenido accidentes o ha excedido los límites permitidos¿ Se han tomado los pasos para que no vuelva a ocurrir esto?			X
¿Ha desarrollado las plantas procedimientos para investigar las quejas de la comunidad?			X
CONTROL DE CONTAMINACIÓN			
¿Tiene la planta algún tipo de tecnología para el control de la contaminación por aguas residuales?	X		
¿Incorpora la planta esfuerzos para minimizar el impacto en la calidad del agua cuando elige diseños de nuevos procesos de producción, tecnologías o materias primas?			X
¿Hace la planta inspecciones para asegurarse de que se tienen las mejores condiciones de operación de estos equipos?			X
¿Se le da algún tipo de mantenimiento a los equipos?			X
REGISTROS			
La planta mantiene registros para lo siguiente:			
La información de todos los inventarios de vertidos			X
Planos y especificaciones			X
Mantenimiento preventivo	X		
Quejas, inspecciones regulares, incidentes y su investigación/acciones correctivas			X
TOTAL DE PREGUNTAS	7	3	8

⁹⁹ NA= No aplica



LISTA DE EVALUACIÓN SOBRE EL MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS NO PELIGROSOS

IDENTIFICACIÓN DE RESIDUOS	SI	NO	NA
¿TIENE LA PLANTA caracterizados, cuantificados apropiadamente los residuos , determinado cuales se pueden calificar como peligrosos?	X		
¿Esta la determinación de residuos documentada?			X
RECICLAJE, REUSO Y ALMACENAJE EN PLANTA			
¿Se han tomado los pasos necesarios para minimizar la cantidad de residuos no peligrosos generados?	X		
¿Se reciclan o se reutilizan todos cuando es posible los residuos no peligrosos?			X
MANEJO Y ALMACENAJE EN PLANTA			
¿Se ha asignado un área específica y exclusiva para la acumulación de residuos no peligrosos?	X		
¿Están los residuos no peligrosos separados por reciclables y no reciclables y de los materiales reciclables en general?			X
¿Están siendo las áreas de acumulación de residuos no peligrosos inspeccionadas periódicamente para asegurarse de que ningún residuo peligroso haya sido enviada a ellos?			X
¿Se han tomado precauciones durante el manejo y almacenaje que asegure que asegure que no hay mezcla entre los residuos peligrosos y no peligrosos?			X
¿Son los contenedores de los residuos no peligrosos fácilmente manejables?		X	
TRATAMIENTO Y DISPOSICIÓN DE RESIDUOS			
¿Están siendo usados para la disposición final de residuos únicamente aquellos rellenos que tienen todas las aprobaciones de operación necesarias?			X
¿Se han tomado las medidas para asegurarse que los transportistas comerciales están llevando los residuos directamente a su destino?			X
¿Se le da preferencia a las operaciones de reciclado locales de papel, vidrio y metal?			X
¿Se tienen en la planta incineradores apropiadamente diseñados y aceptados por las autoridades?			X
REGISTROS			
¿Están todos los registros Relacionados con la disposición final de residuos no peligrosos mantenidos por el periodo de tiempo especificado por la administración			X
TOTAL DE PREGUNTAS	3	1	10

LISTA DE AUTO-EVALUACIÓN SOBRE EL MANEJO DE EMERGENCIAS QUÍMICAS

EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL	SI	NO	N/A
¿Los Químicos que se están usando o generando en los procesos o como subproductos de la planta, han sido identificados Y CUANTIFICADOS	X		
¿Tiene la planta identificados los riesgos ambientales asociados con cada proceso u operación, incluyendo las descargas potenciales al agua, suelo o aire??	X		
Han sido el diseño o la operación de la planta revisado al fin de minimizar los impactos adversos en la salud humana y en el medio ambiente?	X		
PROCEDIMIENTO PARA EL MANEJO DE INCIDENTES			
¿Los procedimientos para el manejo de incidentes en la planta efectivamente alcanzan lo mínimo recomendado?			X
¿Existen los recursos externos necesarios en el lugar, para responder a un incidente químico a tiempo y de manera efectiva?	X		
¿Existen los recursos internos necesarios en el lugar para responder a un incidente químico a tiempo y de manera efectiva?	X		
ENTRENAMIENTO DE EMPLEADOS EN EMERGENCIAS QUÍMICAS			
¿La planta ha determinado quien necesita ser entrenado en áreas específicas?		X	
¿Han sido los empleados entrenados apropiadamente en los últimos meses; y ha sido documentado ese entrenamiento?			X
¿Hay un procedimiento para determinar si los empleados entrenados se han reunido?			X
SIMULACION DE INCIDENTES			
¿Tiene la empresa una agenda para hacer simulacros de incidentes?			X
¿Si se han hecho simulacros ¿ha respondido la planta Adecuadamente a cualquier deficiencia notada durante los simulacros, y se acodo algún ajuste en el procedimiento de manejo de incidentes?			X
TOTAL DE PREGUNTAS	5	1	5

