

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



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLÁS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L. DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO”.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

HERNÁNDEZ PÉREZ YESSICA JAMILETH
LÓPEZ RIVERA MARÍA ISABEL
RECINOS RODRÍGUEZ KAREN ELIZABETH

PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

NOVIEMBRE DE 2014

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIA: DRA. ANA LETICIA ZA VALETA DE AMAYA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO: MSC. JOSÉ CIRIACO GUTIÉRREZ CONTRERAS

TRIBUNAL CALIFICADOR

LIC. ALFONSO LÓPEZ ORTIZ

LIC. DAVID MAURICIO LIMA JACO

ING. GILBERTO FIGUEROA TREJO (DOCENTE ASESOR)

NOVIEMBRE 2014

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias primeramente a Jehová por la fortaleza que me ha dado para superar aquellos obstáculos que me han hecho crecer como persona, por las bendiciones y alegrías en mi vida ya que únicamente con su guía y dirección logre conducirme por este difícil camino. A los pilares de mi vida, mis amados padres Clemencia Pérez de Hernández y Francisco Hernández Martínez para quienes tengo infinitas razones para expresar mi agradecimiento pero en estas líneas puedo decir que estoy inmensamente agradecida porque siempre me han brindado sus consejos, me han guiado por el mejor camino y sobre todo me han impulsado y apoyado a seguir mis sueños, es por eso que este logro profesional es la recompensa a su esfuerzo, dedicación y abnegación. A mis queridas hermanas Verónica y Lilian que siempre están ahí brindándome su cariño y alegría cuando más lo necesito. A mis cuñados Carlos y Misael por su disposición a ayudarme en todo momento; a mis compañeras Isabel López y Karen Recinos por luchar juntas hacia los mismos objetivos. Y a todos los demás amigos y familia que han contribuido a la feliz culminación de esta meta profesional que me impulsa a ser mejor persona cada día. *Jessica Jamileth Hernández Pérez*

Estoy muy agradecida con Dios por darme la fortaleza y sabiduría para culminar mis estudios también agradezco a mi mamá Albertina Rivera y a mi papá Celso López por todo el apoyo que me han brindado, ya que siempre han estado presentes en muchos momentos de mi vida, así como por todo el acompañamiento que me han dado en este proceso. Me siento muy agradecida con todos mis hermanos, hermanas, sobrinas que incondicionalmente me brindaron su apoyo, su cariño y su esfuerzo, pues ha sido muy valioso para que realmente pueda salir adelante. Al Ing. Gilberto Figueroa por habernos asesorado con paciencia y comprensión permitiendo de esta manera poder finalizar nuestro trabajo de graduación y por supuesto doy gracias a mi equipo de investigación por confiar en que juntas lograríamos esta meta también agradezco a todos mis amigos/as y demás personas que con sus consejos y palabras me daban ánimo para luchar por mis sueños. *Maria Isabel López Rivera*

Agradezco a Dios todopoderoso por haberme permitido llegar a esta etapa tan importante de mi vida en la que cumplo mi sueño de ser una profesional; agradezco a mi mamá Elizabeth Rodríguez Galeas y a mi papá Manuel Antonio Recinos a quienes amo profundamente y agradezco por enseñarme lo correcto en la vida, por sus consejos y apoyo incondicional en todo el desarrollo de mi carrera por el ánimo y perseverancia que siempre me infundieron; a mis compañeras de tesis Isabel López y Yessica Hernández por su apoyo ; a nuestro Docente Director Ing. Gilberto Figueroa Trejo por haber sido una excelente guía para la realización de nuestro trabajo de graduación; a mis hermanos Yancy, Norma, Felix y Manolo ;a mis amigas Nidia Grande y Karla Sánchez por su ayuda; a todos mis maestros por su gran labor los cuales me han dejado enseñanzas para mi vida profesional. *Karen Elizabeth Recinos Rodriguez*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	I
RESUMEN.....	III
CAPÍTULO I	
MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLÁS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L. DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.	
1.1 GENERALIDADES DEL COOPERATIVISMO EN EL ÀMBITO MUNDIAL.....	1
1.1.1 DEFINICIÓN DE COOPERATIVISMO	1
1.1.2 HISTORIA DEL COOPERATIVISMO.....	2
1.1.3 BASES COOPERATIVAS.....	5
1.2 GENERALIDADES DE LAS ASOCIACIONES COOPERATIVAS EN EL SALVADOR.....	8
1.2.1 DEFINICIÓN DE ASOCIACIÓN COOPERATIVA.....	8
1.2.2 ETAPAS DE COOPERATIVISMO EN EL SALVADOR	9
1.2.3 FINALIDAD DE LAS ASOCIACIONES COOPERATIVAS	10
1.2.4 CLASIFICACIÓN DE LAS ASOCIACIONES COOPERATIVAS.....	11
1.2.5 ENTIDAD RECTORA Y PROMOTORA DE LAS ASOCIACIONES COOPERATIVAS EN EL SALVADOR.	12
1.2.6 MARCO LEGAL	14
1.3 GENERALIDADES DEL COOPERATIVISMO EN EL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO	15
1.3.1 DATOS GENERALES DEL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO	15
1.4 GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE ARCATAO.....	16
1.4.1 ANTECEDENTES.....	16
1.4.2 GEOGRAFÍA.....	17
1.4.3 ECONOMÍA Y COMERCIO.....	17
1.5 ASPECTOS GENERALES DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLÁS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L. ..	18
1.5.1 ANTECEDENTES	18
1.5.2 DATOS GENERALES	20
1.5.3 SERVICIOS PROPORCIONADOS.....	21
1.5.4 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	22
1.5.5 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	23
1.6 MARCO TEÓRICO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	25
1.6.1 DEFINICIÓN DE PROYECTO	25
1.6.2 CLASIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS	25
1.6.3 CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS.....	26

1.6.4	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	27
1.7	COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	29
1.7.1	<i>Estudio de Mercado</i>	29
1.7.1.1	<i>Definición de mercado</i>	29
1.7.1.2	<i>Análisis de la oferta</i>	30
1.7.1.3	<i>Análisis de la demanda</i>	31
1.7.1.4	<i>Canales de distribución</i>	32
1.7.1.5	<i>Niveles de precio y calidad</i>	32
1.7.1.6	<i>La mezcla de la mercadotecnia (las cuatro "P")</i>	32
1.7.2	<i>Estudio Técnico</i>	35
1.7.2.1	<i>Definición</i>	35
1.7.2.2	<i>Localización del proyecto</i>	36
1.7.2.3	<i>Determinación del tamaño óptimo de la planta</i>	38
1.7.2.4	<i>Ingeniería del proyecto</i>	40
1.7.2.5	<i>Determinación de la organización humana y jurídica</i>	44
1.7.3	<i>Estudio Económico-Financiero</i>	44
1.7.3.1	<i>Determinación de costos</i>	44
1.7.3.2	<i>Inversión total inicial fija y diferida</i>	45
1.7.3.3	<i>Cronograma de inversiones</i>	46
1.7.3.4	<i>Capital de trabajo</i>	46
1.7.3.5	<i>Estados Financieros Proforma</i>	48
1.7.3.6	<i>Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)</i>	49
1.7.3.7	<i>Flujo de caja</i>	49
1.7.3.8	<i>Evaluación Económica</i>	50
1.7.3.9	<i>Evaluación social del proyecto</i>	52

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN "PADRE NICOLAS ALVARENGA" DE ARCATAO DE R.L., DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

IMPORTANCIA	54
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	54
A. GENERAL	54
B. ESPECÍFICOS	54
2.1 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	55
2.1.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	55
2.1.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	55
2.1.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	56
2.1.4 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	56
2.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	57

2.2.1 TÉCNICAS	57
a) <i>La encuesta</i>	57
b) <i>Entrevista</i>	57
c) <i>La observación directa</i>	57
2.2.2 INSTRUMENTOS	58
a) <i>Cuestionario</i>	58
b) <i>Guía de preguntas</i>	58
c) <i>Lista de cotejo y recursos audiovisuales</i>	58
2.3 UNIVERSO Y MUESTRA	59
2.3.1 UNIVERSO	59
2.3.2 <i>Muestra</i>	59
2.4 TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	61
2.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLAS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L., DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO	94
2.5.1 ÁREA DE MERCADO	94
2.5.2 ÁREA TÉCNICA.....	96
2.5.3 ÁREA ECONÓMICA-FINANCIERA	97
2.5.4 ANÁLISIS FODA	98
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES	100

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLÁS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L (ACOARCATAO), DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

IMPORTANCIA.....	101
OBJETIVOS	101
A. OBJETIVO GENERAL	101
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	101
3.1 ESTUDIO DE MERCADO	102
3.1.1 FILOSOFÍA EMPRESARIAL	102
3.1.2 DEFINICIÓN DEL SERVICIO	104
3.1.2.1 <i>Servicios veterinarios</i>	108
3.1.2.2 <i>Servicios de asesoría agrícola</i>	108
3.1.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO	109

3.1.3.1 Descripción del mercado consumidor	109
3.1.3.2 Características del mercado consumidor.....	110
3.1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	111
3.1.4.1 Proyección de la demanda potencial de insumos agrícolas.....	112
3.1.4.2 Proyección de la demanda potencial de productos veterinarios	113
3.1.4.3 Proyección de la demanda potencial de consulta veterinaria	115
3.1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	116
3.1.5.1 Tipo de la Oferta	116
3.1.5.2 Principales proveedores de insumos agropecuarios en El Salvador	117
3.1.6 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS.....	119
3.1.6.1 Competencia y precios.....	119
3.1.6.2 Estrategias para fijar precios.....	120
3.1.6.3 Método para fijar precios	121
3.1.7 COMERCIALIZACIÓN.....	122
3.1.7.1 Promoción.....	122
3.1.7.2 Plaza o Distribución	124
3.1.8 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	124
3.2 ESTUDIO TÉCNICO	125
3.2.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	125
3.2.1.1 Determinación del tamaño del proyecto	125
3.2.1.2 Localización óptima de las instalaciones	125
3.2.1.3 Ubicación y emplazamiento de las instalaciones	129
3.2.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	129
3.2.2.1 Descripción textual de la prestación del servicio	129
3.2.2.2 Descripción del proceso de la prestación del servicio por diagramas de bloques y cursograma analítico.....	130
3.2.2.3 Requerimientos de mobiliario y equipo	132
3.2.2.4 Requerimientos de mano obra y costos.....	135
3.2.2.5 Distribución de las instalaciones y otras áreas de trabajo necesarias.....	136
3.2.2.6 Requerimiento de insumos generales y costos	137
3.2.2.7 Mantenimiento que se aplicará en la agroveterinaria	138
3.2.2.8 Estructura Organizacional de la agroveterinaria La Frontera	138
3.2.2.9 Aspectos legales para el funcionamiento de la agroveterinaria La Frontera	143
3.2.3 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO.....	145
3.3 ESTUDIO ECONÓMICO	145
3.3.1 DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO.....	145
3.3.1.1 Gastos de administración y venta totales	146
3.3.1.2 Precios unitarios de venta.....	146
3.3.2 INVERSIONES DEL PROYECTO.....	149
3.3.2.1 Depreciación anual de mobiliario y equipo	150
3.3.2.2 Depreciación acumulada	150

3.3.2.3 Presupuesto de capital de trabajo	151
3.3.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	152
3.3.3.1 Presupuesto de ingresos por ventas	152
3.3.3.2 Fuente de Recursos	154
3.3.3.3 Flujo de caja del proyecto	154
3.3.3.4 Estado de pérdidas y ganancias pro-forma	155
3.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA	156
3.4.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	156
3.4.2 Valor Actual Neto	156
3.4.3 Índice de Rentabilidad	157
3.4.4 Tasa Interna de Rendimiento	157
3.4.5 Razones Financieras	157
3.4.6 Conclusión del Estudio Económico y Evaluación financiera	158
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	159
BIBLIOGRAFÍA	160

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°1: cuestionario dirigido a los habitantes del municipio de Arcatao que realizan actividades agropecuarias.

Anexo N°2: cuestionario dirigido a los asociados de ACOARCATAO de R.L

Anexo N°3: respuesta de entrevistas

Anexo N°4: requisitos y formularios para el establecimiento del agroservicio según Ministerio de Agricultura y Ganadería

Anexo N°5: glosario

Anexo N°6: cotizaciones

Anexo N°7: Estados Financieros de ACOARCATAO de R.L

INTRODUCCIÓN

En El Salvador la agricultura, ganadería y crianza de animales menores es la fuente principal de la alimentación de las familias incluso existen poblaciones completas dedicados a esta actividad, tal como es el caso del municipio de Arcatao, departamento de Chalatenango, en el cual esta es la principal actividad económica y de subsistencia de las personas.

De acuerdo a esto la presente investigación sobre un Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos, insumos y servicios agropecuarios es de gran interés ya que se busca contribuir a mejorar las condiciones de trabajo y económicas de los asociados así como de todo el municipio por ello se analizan los factores de mercado, técnicos, económicos, organizacionales y sociales que pueden impactar en el desarrollo del proyecto. Por medio de la siguiente estructura:

El Capítulo I comprende la base teórica referencial, partiendo de las generalidades del cooperativismo tanto en el ámbito mundial, en El Salvador, en el departamento de Chalatenango hasta llegar al municipio de Arcatao; además se presentan conceptos y definiciones básicas sobre el área de proyectos y los estudios de factibilidad así como las herramientas utilizadas para llevarlos a cabo las cuales son útiles para comprender el desarrollado de los capítulos II y III.

En el capítulo II se desarrolla la investigación de campo para proporcionar un diagnóstico de la situación actual de la comercialización de productos e insumos agropecuarios en el municipio de Arcatao y las posibilidades de éxito del proyecto. En la recolección de la información se utilizan tres técnicas que son la encuesta, entrevista y la observación directa, por medio de los cuales se obtuvieron datos de suma importancia para el desarrollo de la propuesta y además de gran peso en la decisión de llevar a cabo o no el proyecto.

El capítulo III contiene el estudio de factibilidad con sus tres componentes, primeramente se desarrolla el estudio de mercado cuya finalidad es comprobar si

existe un número suficiente de demandantes potenciales así como evaluar la oferta y comercialización para implementar el proyecto. Este estudio da paso para determinar si es factible continuar con el siguiente componente que es el estudio técnico en el que se detalla la localización óptima de las instalaciones, los equipos y procesos para la distribución, almacenamiento y comercialización de los productos. Además de la estructura organizacional del proyecto. Todas estas inversiones se pasan a cuantificar en el estudio económico detallando la proyección de gastos y ventas para conocer la rentabilidad que puede generar la implementación del proyecto, esto a través de la estructuración y análisis del estado de resultados, flujo de caja e indicadores financieros. Dicha información es fundamental porque determina si es factible la realización del proyecto en el corto plazo.

RESUMEN

ACOARCATAO DE R.L., es una Asociación Cooperativa que ayuda al crecimiento económico de la comunidad mediante el otorgamiento de créditos a sus asociados. Debido a ese crecimiento los miembros de la asociación han decidido utilizar parte de esos recursos para promover una iniciativa de servicios agropecuarios dentro del municipio que venga a ofrecer beneficios para los asociados y para toda la población en general.

Es por ello, que este trabajo de investigación ha estado orientado al apoyo de los esfuerzos realizados por dicha Asociación Cooperativa, mediante la elaboración de un estudio de factibilidad para creación de un agroservicio.

El desarrollo de la investigación se realizó por medio del Método Científico, ya que este permite que a partir de una necesidad planteada se pueda obtener información objetiva y secuencial a través de la síntesis, el análisis y la deducción de cada una de las partes de la investigación. El tipo de investigación utilizado fue el correlacional que permitió establecer la relación entre la factibilidad del proyecto y la decisión de inversión. Las técnicas utilizadas para recolectar la información fueron: la encuesta, entrevista y la observación directa con sus respectivos instrumentos como lo es el cuestionario, la guía de preguntas y la lista de cotejo y recursos audiovisuales.

La principal conclusión de la investigación es que debido a que la mayoría de la población se dedica a cultivar la tierra, ganadería y crianza de otros animales existe demanda de productos e insumos agropecuarios para el proyecto.

Por lo tanto se recomendó evaluar el mercado de productos agropecuarios en el municipio de Arcatao para conocer las características, usos y preferencias de los productos, y para la determinación de la oferta y demanda idónea.

Al realizar el análisis de cada uno de los componentes del estudio de factibilidad se determinó que existe factibilidad de mercado, técnica y económica financiera para el proyecto, por lo tanto se recomienda llevar a cabo el proyecto de creación del agroservicio en el municipio de Arcatao por que este beneficiará a los asociados y a toda la comunidad en general.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLÁS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L. DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

1.1 GENERALIDADES DEL COOPERATIVISMO EN EL ÁMBITO MUNDIAL

1.1.1 Definición de Cooperativismo

Para el Diccionario de la lengua española en su vigésima edición (2001) el Cooperativismo es una “tendencia o doctrina favorable a la cooperación en el orden económico y social”. A su vez la expresión cooperar significa “obrar juntamente con otro u otros para un mismo fin”.

“Es una forma de organizar empresas con fines económicos y sociales, que desarrolla en forma autónoma un grupo de personas naturales, que previamente han convenido asociarse solidariamente, fijando sus propias normas conforme a la ley, con la finalidad de generar empresa”.¹

En síntesis, el cooperativismo es una doctrina o tendencia socio-económica que promueve la organización de las personas en grupos con fines comunes, para satisfacer de manera conjunta sus necesidades, actuando de acuerdo a normas, principios y valores acordados previamente sobre la base de la solidaridad.

El Cooperativismo ataca uno de los conceptos en que se asientan las políticas individualistas, ya que trata de sustituir el incentivo de lucro individual por el concepto del servicio colectivo, es decir enseña a sumar esfuerzo a favor de beneficios comunes.

¹ <http://www.insafocoop.gob.sv/index.php/temas/cooperativismo/conceptos-generales.html>

1.1.2 Historia del Cooperativismo

El hombre como ser social por naturaleza ha necesitado de otras personas para sobrevivir, es así como históricamente la cooperación es un hecho que se ha manifestado en todas las funciones sociales y en todos los procesos de la cultura universal, así como en cada uno de los sistemas socioeconómicos que ha experimentado la humanidad, los cuales han impulsado al ser humano a asociarse para buscar alternativas de solución a problemas que los aquejan diariamente con el fin de mejorar su calidad de vida.

Como punto de partida de una visión histórica de la cooperación es preciso reconocer, aquellas personas que a partir del siglo XVIII, tanto en las ideas como en las obras, empiezan a precisar las características del sistema cooperativo y que en conjunto proporcionaron los elementos básicos que constituyen hoy la concepción cooperativa. Los considerados padres del cooperativismo moderno son Robert Owen y William King, pero también contribuyeron grandemente otros pensadores franceses y alemanes tales como: Charles Fourier, Louis Blanc, Phillipe Buchez, John Bellers y Friedrich Wilhelm Raiffeisen,

Sin embargo como marco de referencia para el surgimiento de la primera cooperativa como tal, se pueden señalar dos acontecimientos durante el siglo XVIII, que tuvieron grandes repercusiones para la humanidad, La Revolución Industrial y la Revolución francesa, la primera porque sentó las bases para el desarrollo tecnológico socioeconómico y cultural que experimentó la humanidad desde entonces, y, por las implicaciones sociales que se derivaron de la segunda.

Las consecuencias de la revolución industrial transformó a la sociedad, separándola en dos clases sociales: la Burguesía (dueños de las fábricas y los grandes comerciantes) y el proletariado (los obreros) que en su mayoría eran explotados. Esta situación generó un gran caos, en la clase trabajadora, que empezó una búsqueda de instrumentos legales que les favorecieran. Fue así que algunos tejedores influenciados por las ideas de Robert Owen pensaron que uniendo sus esfuerzos como obreros podrían convertirse en sus propios proveedores, organizándose de esa manera la formación de cooperativas de producción y de consumo.

De esta manera en el año de 1844 fue fundada la primera cooperativa que tuvo éxito definido en la historia del cooperativismo, la cual estaba formada por un grupo de 28 tejedores de la villa de Rochdale, Condado de Lancashire, Inglaterra. misma que era conocida con el nombre de “cooperativa de Rochdale” y sus fundadores como los “Justos Pioneros de Rochdale”. quienes se reunieron con el propósito de formar un capital común que les permitió comprar al por mayor alimentos para el consumo de sus familias.

"Los Justos Pioneros de Rochdale" crearon y heredaron un conjunto de normas que regularon sus actividades, estas normas son conocidas como "Los Principios Cooperativos de Rochdale" que originalmente eran los siguientes: ***libre ingreso y libre retiro, control democrático, neutralidad política, racial y religiosa, ventas al contado, devolución de excedentes, interés limitado sobre el capital y educación continúa.***²

Estos principios se fueron extendiendo progresivamente por el resto del mundo en las asociaciones cooperativas de las más diversas modalidades y han sido sometidos a diversas revisiones pero sin alterar los principios básicos de la solidaridad y la ayuda mutua.³

A partir de estos, las nuevas formas de cooperación aparecían casi simultáneamente en el campo económico y social, en todos los países de Europa Central y Oriental, las ideas y prácticas cooperativas se extendieron rápidamente; llegando a América del Norte durante los últimos años del siglo XIX y los primeros del XX.

Cooperativismo en América Latina⁴

El cooperativismo agrícola moderno surgió a principios del siglo XX en Honduras, México y Argentina. Sin embargo, no se desarrolló y extendió significativamente a otros países hasta los años de 1930 y, sobre todo, desde la Segunda Guerra Mundial hasta la década de 1960.

² <http://www.cooperar.galeon.com/pioneros.htm>

³ http://www.sanjoseobrero.coop/sanjoseobrero_archivos/Documentos/Libro.pdf

⁴ http://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/wcms_188087.pdf

Las tendencias históricas de las cooperativas en América Latina tienen sus orígenes en los inmigrantes europeos, la Iglesia católica y los gobiernos nacionales, como se muestra con mayor detalle en la siguiente tabla:

Tendencias históricas de las organizaciones cooperativas en América Latina

Influencia	Tipo
Inmigrantes Europeos	<p>Colonos rurales: Cooperativas de consumo (modelo Rochdale) y financieras (modelos Raiffeisen y Luzzati).</p> <p>Mutualistas urbanos: Origen vinculado al sindicalismo, inmigrantes procedentes de revoluciones europeas.</p>
Iglesia católica	Cooperativas de ahorro y crédito locales (región andina, México, Centroamérica)
Gobiernos Nacionales	<p>Cooperativas campesinas de trabajo asociado.</p> <p>Cooperativas agrarias de comercialización y otros servicios.</p> <p>Cooperativas de vivienda.</p>

Fuente: Coque, 2002.

En América Latina hubo dos marcadas tendencias que tuvieron un desarrollo distinto en cada país: las cooperativas agrarias y las de ahorro y crédito

En términos generales pueden señalarse dos grandes líneas históricas que caracterizan el desarrollo del cooperativismo en América Latina, con regiones geográficas claramente diferenciadas:

- Cono Sur (comprende Argentina, Chile, Uruguay y el sur de Brasil): se refiere a un modelo estrictamente europeo, con influencia ideológica “rochdaleana”, traído por la inmigración del siglo XIX y de las primeras décadas del siglo XX. Es el cooperativismo más antiguo y desarrollado, surgido en forma espontánea y por libre iniciativa.
- Resto de América Latina (América del Sur, excepto los países del Cono Sur; Centroamérica, México y el Caribe): es un modelo más reciente, cuyos orígenes

se caracterizan de forma decisiva por el fomento del Estado. Es influenciada por la tradición indígena local.

Es importante destacar que las cooperativas, desde sus inicios y en su proceso de desarrollo, establecieron diversas formas de integración y fue así como en 1895 se organizó en Europa la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), institución normadora del Cooperativismo Internacional, que en 1937 se encargó de revisar las reglas de los Pioneros de Rochadle y darles una redacción, hasta llegar a los 7 principios cooperativos que se conocen.

1.1.3 Bases cooperativas

Valores Cooperativos

El Cooperativismo como propuesta que busca el bien común de un grupo de personas que se asocian y se organizan en una empresa para el alcance de un objetivo, se orienta por los siguientes valores:

- Ayuda Mutua: El grupo que asume una cooperativa mantiene una interrelación de apoyo, de trabajo individual en función de la meta común.
- Responsabilidad: Todas las personas que conforman un grupo cooperativo están pendientes de cumplir siempre el trabajo que les corresponde. Nunca se permite que el logro del equipo se pare por haber pospuesto alguna tarea.
- Democracia: La máxima autoridad dentro de un grupo cooperativo es la reunión en Asamblea de todos sus integrantes. Las decisiones se toman entre todos.
- Igualdad: Todos los miembros de un grupo cooperativo tienen los mismos derechos y deberes. La asignación de cargos directivos tiene un fin cooperativo pero no existen privilegios especiales.
- Equidad: Los cooperativistas se comportan siempre de manera justa y equitativa, entendiendo que el reconocimiento del trabajo aportado por cada asociado es la base del buen funcionamiento de una empresa cooperativa.
- Solidaridad: El cooperativista siempre está dispuesto a dar apoyo a otras personas. Jamás es indiferente a la injusticia ni, al atropello de la dignidad humana.

Principios del cooperativismo

- 1. Membresía abierta y voluntaria:** Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía, sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.
- 2. Control democrático de los miembros:** Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros, quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros. En las cooperativas de base, los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro un voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos.
- 3. Participación económica de los miembros:** Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Al menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa. Usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membresía. Los miembros asignan excedentes para cualquier de los siguientes propósitos: el desarrollo de la cooperativa mediante la posible creación de reservas de la cual una parte debe ser indivisible; los beneficios para los miembros en proporción con sus transacciones con la cooperativa; el apoyo a otras actividades según lo apruebe la Asamblea General de Asociados.
- 4. Autonomía e independencia:** Las cooperativas son Organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus dirigentes electos, gerentes y empleados de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Las cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.
- 5. Educación, entrenamiento e información:** Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados de tal forma que contribuyan eficazmente al público en general,

particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

6. **Cooperación entre cooperativas:** Las cooperativas sirven a sus miembros eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo. Trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.
7. **Compromiso con la unidad:** La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.

Símbolo del Cooperativismo: Emblema de los Pinos



El emblema del cooperativismo consiste de dos pinos unidos entre sí y encerrados en un círculo verde sobre fondo amarillo. Las figuras y los colores de este emblema tienen un significado especial. Representan las ideas que dan razón de ser al cooperativismo como filosofía de vida en todo el mundo.

Este símbolo nació en los Estados Unidos en el año 1920, y posteriormente fue aceptado el resto del mundo. En la actualidad es el más conocido de todos los símbolos del cooperativismo.

El árbol del pino es el antiguo símbolo de inmortalidad, la perseverancia y la fecundidad, y estos tres son los pilares sobre los cuales descansa el cooperativismo.

Cuentan las viejas mitologías que el árbol de pino representa la vida y su perpetuación. El pino en su afán constante de ascender a los cielos, es idéntico al ideal cooperativista en su afán perseverante de escalar las alturas de la idea. En el emblema cooperativista para mostrar la necesidad de la acción unida y la mutua cooperación en vez de un pino se usan dos.

Los troncos de dichos pinos se pierden dentro de un círculo antes de enseñar sus raíces. El círculo es otro símbolo antiguo representativo de la eternidad de la vida, de lo que no tiene horizonte final. El círculo representa además el mundo que todo contiene

y todo lo abarca. Del mundo y de la vida, la cooperación es una parte esencial, no es posible concebir el mundo sin la existencia de la cooperación.

El color de los pinos es el verde oscuro, el color de las plantas de las hojas donde está el principio vital de la naturaleza. El fondo del círculo es de color oro, simbolizando el sol fuente de luz y vida.

1.2 GENERALIDADES DE LAS ASOCIACIONES COOPERATIVAS EN EL SALVADOR.

1.2.1 Definición de Asociación Cooperativa

Asociación Cooperativa: “Son grupos de personas cuyo objetivo es realizar en común actividades de ahorro, crédito, consumo, producción o venta, obteniendo un determinado beneficio como consecuencia de la eliminación de intermediarios y detallistas. Las cooperativas no persiguen fines de lucro sino de distribución de ventajas entre sus socios, y sus funciones no son solamente económicas sino también sociales. La Ley General de Asociaciones Cooperativas regula lo concerniente a esta materia. El Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo es la institución del Estado encargada de promover el cooperativismo en El Salvador”⁵.

“Es una asociación autónoma de personas que se han unido libremente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada”⁶

Tomando en cuenta las definiciones anteriores, como grupo de investigación podemos decir que una **Asociación Cooperativa** es un grupo de personas que se organizan de forma voluntaria, con el objetivo común de lograr bienestar colectivo y social, mejorando así la calidad de vida de cada persona.

⁵ http://www.isdem.gob.sv/index.php?option=com_glossary&id=17

⁶ <http://www.wisis.ufg.edu.sv/wwwisis/documentos/TE/657.452-A663d/657.452-A663d-Capitulo%20I.pdf>

1.2.2 Etapas de Cooperativismo en El Salvador⁷

Primera etapa “El Cooperativismo Embrionario” (1896-1949)

Se inicia esta etapa con el hecho de fundarse la cátedra de cooperativismo en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad de El Salvador en 1896.

En 1904, se promulga el Código de Comercio en el que se incluye la figura de Sociedades Cooperativas.

1914. Se forma la Cooperativa de Zapateros en la “Cuesta del Palo Verde”, fue combatida y liquidada porque sus enemigos liberales la interpretaron como un movimiento de liberación obrera.

1935. Se forma la Cooperativa de Paneleros de Cojutepeque y Valle de Jiboa. En los dos casos se fracasó por la incapacidad de sus Gerentes que fueron impuestos por el Gobierno de cada época.

En 1940, se funda la primera Caja de Crédito Rural en la ciudad de Izalco.

1943. Se constituye la Federación de Cajas de Crédito, amparada en la Ley de Crédito Rural publicada en los Diarios Oficiales de fechas 4 y 7 de Enero de 1943. Esto aconteció porque a esa fecha y a partir de 1940 existían varias Cajas de Crédito, 16 en total, que funcionaban en diferentes partes de la república.

Segunda etapa “Despegue del Cooperativismo” (1950-1979)

En esta etapa se destaca el surgimiento del cooperativismo de Ahorro y Crédito con financiamiento de la Iglesia Católica y el Programa CUNA-AID, de la Alianza para el Progreso.

En 1965, se organizan la Asociación Cooperativa de Ahorro y Crédito de Trabajadores de IUSA y Otras empresas, de responsabilidad Limitada CACTIUSA, Asociación

⁷ <http://www.insafocoop.gob.sv/index.php/institucion/marco-institucional/historia.html>

Cooperativa de Ahorro, Crédito y Servicios de los Mercados de Occidente, de Responsabilidad Limitada COOP-1 (Santa Ana), Asociación Cooperativa de Ahorro y Crédito Magisterial El Esfuerzo, de Responsabilidad Limitada ACACME (Sonsonate), Asociación Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina, de Responsabilidad Limitada ACCOVI (San Vicente), Asociación Cooperativa de Ahorro y Crédito de La Unión de, Responsabilidad Limitada ACACU (La Unión) y Asociación Cooperativa de Ahorro y Crédito Migueleña, de Responsabilidad Limitada ACOMI (San Miguel), productos del impulso del Programa CUNA-AID.

En 1966, se funda la Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito de El Salvador (FEDECACES), como organismo cooperativo de segundo nivel, producto del apoyo de la “Alianza por el Progreso” CUNA-AID.

En 1969, se crea el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP) como el Instituto Rector del Cooperativismo en el país, asimismo se promulga la Ley General de Asociaciones Cooperativas, estableciéndose la base legal e institucional para el desarrollo del sector de las Asociaciones Cooperativas. Empezando a operar el 1º De julio de 1971 cuando es asignado el primer presupuesto.

1.2.3 Finalidad de las Asociaciones Cooperativas

- a)** Procurar mediante el esfuerzo propio y la ayuda mutua, el desarrollo y mejoramiento social, económico y cultural de sus Asociados y de la comunidad, a través de la gestión democrática en la producción y distribución de los bienes y servicios.
- b)** Representar y defender los intereses de sus Asociados.
- c)** Prestar, facilitar y gestionar servicios de asistencia técnica a sus Asociados.
- d)** Contribuir con el INSAFOCOOP y demás organismos del estado relacionados con el movimiento cooperativo, en la formulación de los planes y políticas vinculadas en el Cooperativismo.

1.2.4 Clasificación de las Asociaciones Cooperativas⁸.

Podrán constituirse cooperativas de diferentes clases, tales como:

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

Cooperativas de Producción

Son cooperativas de Producción, las integradas con productores que se asocian para producir, transformar o vender en común sus productos. Las cooperativas de Producción, podrán ser entre otras de los siguientes tipos:

- a) Producción Agrícola;
- b) Producción Pecuaria;
- c) Producción Pesquera;
- d) Producción Agropecuaria;
- e) Producción Artesanal;
- f) Producción Industrial o Agro-Industrial.

Cooperativas de Vivienda

Son cooperativas de vivienda las que tienen por objeto procurar a sus asociados viviendas mediante la ayuda mutua y el esfuerzo propio.

Cooperativas de Servicios

Son cooperativas de Servicios, las que tienen por objeto proporcionar servicios de toda índole, preferentemente a sus asociados, con el propósito de mejorar condiciones ambientales y económicas, de satisfacer sus necesidades familiares, sociales, ocupacionales y culturales.

⁸<http://www.insafocoop.gob.sv/index.php/component/phocadownload/category/5-normativa.html?download=10%3Aley-general-de-asociaciones-cooperativas>

Las asociaciones Cooperativas de Servicios podrán ser entre otras de los siguientes tipos:

- a) Ahorro y Crédito;
- b) Transporte;
- c) Consumo;
- d) Profesionales;
- e) Seguros;
- f) Educación;
- g) Aprovechamiento;
- h) Comercialización;
- i) Escolares y Juveniles;

Las Cooperativas, en adición a sus actividades propias, podrán combinar simultáneamente varias o todas las actividades antes mencionadas.

1.2.5 Entidad rectora y promotora de las Asociaciones Cooperativas en El Salvador.

Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP)⁹

El Artículo 114 de la Constitución de la República de El Salvador establece: "El Estado protegerá y fomentará las asociaciones cooperativas facilitando su organización, expansión y financiamiento", en función de ello se creó el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP).

El INSAFOCOOP es una corporación de Derecho Público, con autonomía en los aspectos económico y administrativo, en el contexto de la LEY DE CREACIÓN DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DE FOMENTO COOPERATIVO, fue aprobada según Decreto Legislativo 560 Publicado en Diario Oficial 229 tomo 225 del 09 de diciembre de 1969, tal legislación define sus atribuciones y las acciones o actividades que debe realizar para cumplir tales atribuciones.

⁹ Norma de Información Financieras para Asociaciones Cooperativas de El Salvador – 2011

Entre las atribuciones del INSAFOCOOP están:

- La ejecución de la Ley General de Asociaciones Cooperativas;
- Iniciar, promover, coordinar y supervisar la organización y funcionamiento de las asociaciones cooperativas, federaciones y confederaciones de las mismas, y prestarles el asesoramiento y asistencia técnica que necesiten;
- Planificar la política de fomento y desarrollo del cooperativismo para lo cual podrá solicitar la colaboración de los organismos estatales, municipales y particulares interesados en estas actividades, a fin de que el movimiento cooperativista, se enmarque dentro de los programas de desarrollo económico del país;
- Conceder personalidad jurídica, mediante la inscripción en el Registro Nacional de Cooperativas, a las asociaciones cooperativas, federaciones de cooperativas, y la Confederación Nacional de Cooperativas;
- Ejercer funciones de inspección y vigilancia sobre las asociaciones cooperativas, federaciones de cooperativas y Confederación Nacional de Cooperativas, e imponer a las mismas las sanciones correspondientes;
- Divulgar los lineamientos generales de actividad cooperativista, en particular los relativos a la administración y legislación aplicables a aquella, con el objeto de promover el movimiento cooperativo.

El INSAFOCOOP tiene bajo su jurisdicción a todas las Asociaciones Cooperativas, excepto aquellas que desarrollen actividades técnicamente consideradas como agropecuarias, cuyo organismo rector es el Ministerio de Agricultura y Ganadería por medio del Departamento de Asociaciones Agropecuarias (DAA) y las Asociaciones Cooperativas de Ahorro y Crédito que están calificadas como Bancos Cooperativos, cuya normativa prudencial y contable está determinada por la Superintendencia del Sistema Financiero, en esta última condición también está la Cooperativa que comercializa Seguros.

1.2.6 Marco Legal

Las asociaciones cooperativas, son reguladas por las leyes que reglamentan su existencia y constituyen su régimen legal:

- **Constitución de la República**

La Constitución de la República de El Salvador emitida en 1983 en el artículo N°. 114 Establece: "El Estado protegerá y fomentará las asociaciones cooperativas, facilitándole su organización, expansión y financiamiento".

- **Ley General de Asociaciones Cooperativas.**

La Ley General de Asociaciones Cooperativas emitida el 6 de mayo de 1986, decreto N°. 86. Tomo N°. 291 de la fecha 14 de mayo del mismo año, define como objetivo regular la creación y funcionamiento de las asociaciones cooperativas para lograr que su actuación esté enmarcada en los principios del movimiento cooperativo.

- **Reglamento de Ley General de Asociaciones Cooperativas.**

Emitido por decreto ejecutivo N°. 62. De fecha 20 de agosto de 1986. El cual establece la forma de aplicación de la ley, dictando normas y procedimientos a seguir para la constitución, funcionamiento, administración y disolución de las Asociaciones Cooperativas.

- **Ley de Creación del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP).**

Responde a la necesidad de centralizar la dirección y coordinación de la actividad cooperativa, se emitió el 25 de noviembre de 1969, por decreto legislativo N°. 560. Publicado en el diario oficial N°. 229 de fecha 9 de diciembre del mismo año y establece las atribuciones y la forma en que el Instituto tiene que ser administrado, a fin de cumplir con sus objetivos de promover, coordinar y supervisar a las Asociaciones Cooperativas.

1.3 GENERALIDADES DEL COOPERATIVISMO EN EL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO

1.3.1 Datos generales del departamento de Chalatenango¹⁰

Chalatenango es un departamento ubicado al norte de El Salvador. Su cabecera departamental es Chalatenango. Su nombre en náhuatl significa Valle de Aguas y Arenas. Fue fundado el 14 de febrero de 1855, y está dividido en 33 municipios. Con una población de 267.201 habitantes según censo del año 2007. Las Asociaciones Cooperativas que se encuentran en Chalatenango son las siguientes:

Cooperativas en el departamento de Chalatenango

ACEUCA, DE R.L.	SERVICIOS FUTURO A.C., DE R.L.
ACOPACC, DE R.L.	ACOPA, DE R.L.
ACOOPEMINCA, DE R.L.	ACACRECOSC, DE R.L.
ACACEMIHA, DE R.L.	ACACEO, DE R.L.
ACACFAM, DE R.L.	ACOPLAC, DE R.L.
AGUA CALIENTE, DE R.L.	ACONFINGES, DE R.L.
NUEVA CONCEPCIÓN, DE R.L.	NUTRAVIA CON SOYA, DE R.L.
ACACTRAM, DE R.L.	COPIGAC, DE R.L.
ACOACCOMSA, DE R.L.	ACESISA, DE R.L.
ACACESPROMAC, DE R.L.	ACOCAYCO, DE R.L.
ACPAETE, DE R.L.	ACCHOFRAM, DE R.L.
ACODANAGE, DE R.L.	ACACCIBA, DE R.L.
ACEA, DE R.L.	ACOPPSEMDI, DE R.L.
HACIENDA LA CARRERA, DE R.L.	CAPCYSA, DE R.L.
ACOCANCRIS, DE R.L.	ACOPASCER, DE R.L.
LA SEMILLA DE DIOS, DE R.L.	ACOPEPES, DE R.L.
ACACEB, DE R.L.	ACOOOP-NOSOTRAS, DE R.L.
ACPAACS, DE R.L.	ACOOOPALL, DE R.L.
ACPAC, DE R.L.	COFARSAL, DE R. L.
TAZUMAL, DE R.L.	ACOISTU, DE R.L.
CETYA, DE R.L.	ACACECAL, DE R.L.
ACOARCATAO, DE R.L.	COBANFA, DE R.L.
ATAISI, DE R.L.	ACUDE, DE R.L.
LOS MANGOS, DE R.L.	ACOPRASJOM, DE R.L.
ACOTGUAY, DE R.L.	MAPILAPA LA PORTADA, DE R.L.
ACOTAXAM, DE R.L.	ACAPRODUSCA, DE R.L.
ACACCPS, DE R.L.	

Fuente: Ministerio de Economía (Permisos, Autorizaciones y Concesiones 2013)

¹⁰ <http://www.chalatenangosv.com/monografia-chalatenango>

Las Cooperativas artesanales en el departamento de Chalatenango¹¹

En el departamento de Chalatenango una de las cooperativas más notable es la comunidad artesanal de La Palma, muchos artesanos se unen en varios grupos para compartir ideas y para apoyarse. Cuatro de estos grupos son cooperativas legalmente establecidas. Los miembros de estas cooperativas trabajan juntos, compartiendo la empresa, sus ganancias, y el control. Estas son ACOPROARTE, La Semilla de Dios, Frutos de Dios, y Artesanos Unidos.

La Industria artesanal de La Palma tiene la posibilidad de ayudar con el desarrollo, la expansión, y la diversificación de la economía nacional, y también provee una economía auto-sostenible a La Palma. Hoy en día se ve alrededor de 100 talleres, la mitad de los cuales vende solo localmente. Esto resulta en un mercado local súper-saturado.

1.4 GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE ARCATAO

1.4.1 Antecedentes¹²

El origen de este municipio se remonta a la época precolombina, mucho antes de la llegada de los Españoles. En un principio fue llamado "Aguacao" como la llamaban los antiguos significaba según la antigua lengua quechua "Palma de Corozo". Y según la lengua Poton, "La Cueva de la Serpiente" arca = culebra, serpiente o sierpe. Y tao, o t'au = casa.

En el año de 1786 ingresó a lo que ahora es el departamento de Chalatenango y desde 1807 ha recibido el nombre de Arcatao. En 1922, obtuvo el título de villa. Durante la guerra civil que vivió El Salvador en la década de 1980, esta población fue afectada en gran parte, siendo desplazada totalmente, convirtiéndose en uno de tantos "Pueblos Fantasma de Chalatenango". Sus pobladores emigraron a poblaciones donde no afectaba mucho la guerra. Algunos se fueron a vivir a Honduras. Fue escenario de numerosos combates entre la guerrilla y el ejército durante la Guerra Civil. Por lo que

¹¹ <http://lapalma.gang.net/es/artesania/econ.shtml>

¹² <http://www.chalatenangosv.com/arcatao>

quedan muchas secuelas del conflicto en los alrededores de Arcatao, e incluso dentro del mismo pueblo. Tras el final de la guerra, fue rápidamente reconstruido y repoblado.

1.4.2 Geografía

Arcatao se encuentra ubicado a 32 kilómetros al este de Chalatenango y a 135 kilómetros de San Salvador. Es un pequeño y pintoresco pueblo situado muy cerca de la frontera con Honduras. El municipio tiene una extensión de 25 km². El pueblo está situado a aproximadamente a 618 metros sobre el nivel del mar, lo que sumado a la presencia de las montañas, hacen que su clima sea fresco. Esto permite también el desarrollo de una flora de clima templado (pinos, robles, cipreses). Actualmente es un pueblo extremadamente tranquilo, que por fortuna conserva mucho de su pasado colonial, como sus casas de adobe y tejas rojizas, y la hermosa y sencilla iglesia colonial pintada de suaves colores pastel que resaltan entre los árboles que la rodean.

1.4.3 Economía y comercio¹³

Agricultura

Su principal fuente de ingresos proviene del sector de la agricultura. Debido a su clima templado casi-fresco durante la mayor parte del año y las torrenciales lluvias durante la estación invernal, su tierra se mantiene rica en nutrientes, permitiendo de esa forma la facilidad para cultivar y cosechar hortalizas como: maíz blanco, maíz amarillo, maíz negrito, sorgo o maicillo, frijoles de diferente variedad como son: el rojo, blanco, mono, talete, pardo, negro y chilipucas . Asimismo, arroz, caña de azúcar, tomates, sandías, melones, güisquiles, pepinos, etc. frutales, como: mangos, marañones, jocotes de invierno y de verano, bananas, plátanos y guineos manzanitos. También cocos, paternas, pepetos, piñas de castilla y azúcarón entre otras.

¹³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Arcatao>

Ganadería

La ganadería tuvo su apogeo durante las primeras décadas del siglo XX. Así también algunos ganaderos viajaban a Honduras y compraban reses allá y las vendían en Arcatao o en los Tiangues de Cojutepeque y San Rafael Cedros. Durante esos años ya mencionados, también se ejercía el trueque. Los salvadoreños llevaban café en grano, arroz y maíz y estos productos eran intercambiados en Honduras por quesos, tabaco y ganado vacuno.

Actualmente la mayoría de la población solamente produce para el consumo local, por ejemplo los que poseen varias vacas generalmente se limitaban a vender leche y hacer queso en cantidades pequeñas, que también venden localmente. También es común la crianza de cerdos con fines de comercialización y de consumo local. Lo mismo sucede con aves de corral, generalmente gallinas.

Comercio

Pueden mencionarse la elaboración manual de esteras o petates hechos de una planta llamada tule, de cuyo corazón se elaboran también pequeñas alfombras o tapetes.

El curtido de pieles de res y de cabra es realizado por algunos pobladores, asimismo, la elaboración manual de colchonetas o mantillones para monturas (sillas de montar a caballo). Éstas son manualmente hechas de la fibra que se obtiene de los árboles de palma o de cocotero y a la vez del tallo seco de (huertas) las plantas de banana o guineos.

1.5 ASPECTOS GENERALES DE LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLÁS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L.

1.5.1 Antecedentes

La idea de colaboración mutua y bienestar siempre ha estado presente en los pobladores del municipio de Arcatao debido a los obstáculos que han enfrentado y superado gracias a la unión e iniciativa de las personas que habitan en el municipio y la

cooperación extranjera para el desarrollo del municipio. Una de estas iniciativas fue la que surgió en el año 1996 con la organización de un grupo de mujeres, quienes se reunían para identificar los principales problemas que afectaban a la población, fue así como se priorizó en dos grandes problemas que enfrentaban las mujeres de Arcatao los cuales eran el problema económico en la familia y la necesidad de formación en la mujer y para dar respuesta a dichos problemas se creó un comité de mujeres que luego se llamaría "banco de mujeres de Arcatao", el cual empezó con un donativo de la congregación NOTREDAME, dirigida por "Hermana Katy Arata". Este banco de mujeres estaba organizado por una directiva y comités quienes se reunían una vez al mes para dar respuesta a las solicitudes de créditos de las participantes y a la vez impartir la formación de género. Ante tal iniciativa surge la inquietud de un grupo de hombres con deseos de promover la cultura de ahorro entre ellos, y fue así que en el año 1999 comenzó a funcionar el banco comunal de hombres denominado "Padre Nicolás Alvarenga hombres cabales" iniciando con un préstamo de la parroquia "San Bartolomé Apóstol". Consolidándose así la motivación cooperativista y emprendedora de hombres y mujeres.

Sin embargo con el paso del tiempo y la solidez alcanzada por los bancos de hombres y mujeres, surge la necesidad de contar con personería jurídica, que les permitiera ampliar y formalizar las actividades de ahorro y crédito e incrementar los beneficios de sus ahorrantes y prestatarios, fue así que en el año 2006 con un estudio que realizó la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) en coordinación con la parroquia se inició un proceso para poder legalizar los bancos de hombres y mujeres, lo que incluyó alfabetización para los futuros asociados y formación en materia de cooperativismo impartida por el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP) y como resultado de este proceso el día 17 de octubre del 2009 se creó la Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovechamiento y Comercialización "Padre Nicolás Alvarenga" de Arcatao de Responsabilidad Limitada (ACOARCATAO) con domicilio en el barrio El Centro del municipio de Arcatao, departamento de Chalatenango, la fundación se llevó a cabo con veintiséis personas que provenían de los dos grupos comunitarios de hombres y mujeres que después

serían llamados asociados fundadores. Delegando como presidenta y secretaria a las señoras Dominga Córdova Orellana y Nelly Urbina de Trujillo respectivamente.¹⁴

La Asociación Cooperativa ACOARCATAO de R.L ha experimentado un crecimiento en el número de Asociados, a tal grado que ha llegado a un total de setenta personas beneficiadas como asociados hasta el año 2014.

1.5.2 Datos Generales

Naturaleza: Esta Asociación Cooperativa está constituida bajo el régimen de Responsabilidad Limitada, Capital Variable y Número ilimitado de Asociados.

Denominación: “Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovechamiento y Comercialización “Padre Nicolás Alvarenga” de Arcatao de Responsabilidad Limitada”, que se abrevia. “ACOARCATAO de R.L”

Logotipo:



Domicilio: La Cooperativa tiene su domicilio legal en el barrio El Centro del municipio de Arcatao, Departamento de Chalatenango.

Actividad principal: ahorro y crédito

¹⁴ Acta de Constitución, N° 13, folio 148, libro trigésimo quinto de registro e inscripción de Asociaciones Cooperativas de Ahorro y Crédito, 2009.

Requisitos para ingresar como asociado de ACOARCATAO de R.L:

- ◆ Ser mayor de dieciséis años
- ◆ Presentar solicitud por escrito ante el Consejo de Administración recomendado por dos miembros de la Cooperativa.
- ◆ Al fallecer un asociado tendrá derecho al ingreso, un beneficiario que satisfaga los requisitos legales establecidos en los estatutos, previo acuerdo del Consejo de Administración
- ◆ Pagar por lo menos, el valor de una aportación
- ◆ Pagar como cuota de ingreso la cantidad de veinte dólares de los Estados Unidos de América
- ◆ Haber recibido el curso básico de cooperativismo impartido por el comité de educación de la Cooperativa.

Las aportaciones y depósitos

Las aportaciones de los asociados es de un valor de dos dólares de los Estados Unidos, cada una. Las aportaciones, ahorros, excedentes y otros valores que los asociados tienen en la Cooperativa, se hacen constar de una libreta individual de cuentas que están en poder de cada uno de ellos.

1.5.3 Servicios proporcionados**a) Crédito de consumo**

Destinado a satisfacer las necesidades básicas individuales y las de un grupo familiar ofreciendo:

- Consolidación de deudas
- Gastos médicos
- Compra de herramientas de trabajo
- Gastos escolares, entre otros.

b) Crédito de vivienda

Mediante este crédito se financia:

- Compra de lotes
- Compra de vivienda nueva o usada
- Construcción, ampliación y remodelación de vivienda.

c) Cuenta de ahorro

“ACOARCATAO” está autorizada para la captación de fondos de las personas asociadas por lo que pueden depositar su dinero abriendo una cuenta de ahorro.

Además existe estímulo de ahorro sistemático por medio de las aportaciones mensuales de cada asociado, el cual será reintegrado cuando este decida retirarse definitivamente de la Asociación.

1.5.4 Filosofía Organizacional

Principios: La Cooperativa, se rige por los siguientes principios Cooperativos

- ✓ Membresía Abierta y Voluntaria
- ✓ Control Democrático de los Miembros
- ✓ Participación Económica de los Miembros
- ✓ Autonomía e Independencia
- ✓ Educación, Entrenamiento e Información
- ✓ Cooperación entre Cooperativas
- ✓ Compromiso con la Comunidad

Valores: La Cooperativa se basa en:

- ◆ Ayuda mutua
- ◆ Responsabilidad
- ◆ Democracia
- ◆ Igualdad
- ◆ Equidad
- ◆ Solidaridad.

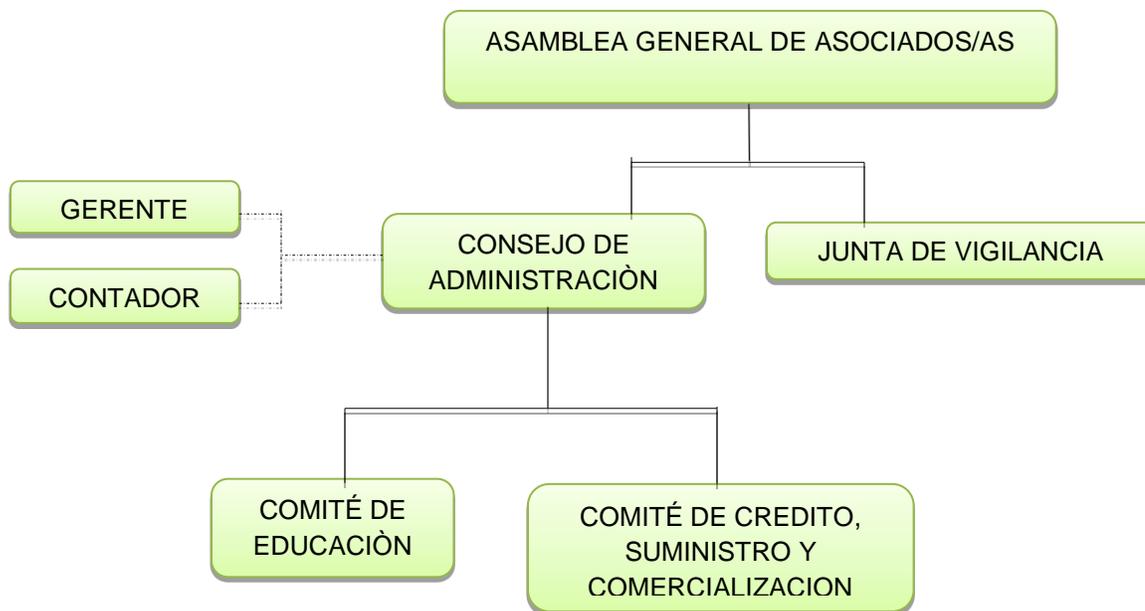
Los Objetivos fundamentales de la Cooperativa son:

- ❖ El mejoramiento socio-económico de sus asociados
- ❖ Una adecuada educación sobre los principios de ayuda mutua y técnicas de cooperación
- ❖ El estímulo del ahorro sistemático por medio de aportaciones
- ❖ La concesión de préstamos a intereses razonables y preferentemente no mayores a los que establece el sistema financiero
- ❖ La prestación de servicios complementarios a los anteriores y que vayan en beneficio de sus asociados y las familias de estos
- ❖ Contratar financiamiento a nivel nacional e internacional
- ❖ Adquirir bienes muebles e inmuebles
- ❖ Establecer contrataciones de compra y venta de producto, agroservicios y agrícolas
- ❖ Adquirir donaciones, subsidios, legados y comodatos
- ❖ Crear los establecimientos necesarios para la venta de productos agrícolas
- ❖ Desarrollar estrategias de comercialización de los productos dentro y fuera del país.

1.5.5 Estructura Organizativa

La conformación orgánica de la Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovisionamiento y Comercialización Padre Nicolás Alvarenga de Arcatao de R.L se encuentra plasmada en el organigrama de dicha institución.

Organigrama de ACOARCATAO de R.L.



Fuente: Información proporcionada por la Presidenta del Consejo de Administración

Breve descripción de las unidades administrativas

En esta parte se presenta una breve descripción de lo que comprenden las unidades orgánicas que conforma la Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovechamiento y Comercialización Padre Nicolás Alvarenga de Arcatao de R.L.

Asamblea General: La Asamblea constituye la autoridad máxima de la Asociación.

Junta de Vigilancia: Es el órgano supervisor de todas las actividades de la Asociación Cooperativa.

Consejo de Administración: Órgano responsable del funcionamiento administrativo de la Asociación Cooperativa.

Gerencia General: Le corresponde la correcta administración y funcionamiento de la Asociación Cooperativa. Es importante mencionar que el gerente es externo la remuneración es por sus servicios prestados al igual que el contador.

Comité de Créditos: Es el encargado de la aprobación de Créditos de los Asociados.

Comité de Educación: Es el órgano responsable de la organización, desarrollo y promoción de programas de educación cooperativa entre los Asociados y la comunidad de todo lo cual deberá informar periódicamente al Consejo de Administración.

1.6 MARCO TEÓRICO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1.6.1 Definición de proyecto

Según Baca Urbina, (2010)” un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana.”

Para Cañas Balbino, Sebastián (2001), proyecto “es una inversión planeada de una actividad con el objetivo de crear o ampliar una empresa o institución para producir bienes y servicios”.

1.6.2 Clasificación de los proyectos¹⁵

Existen diversas maneras de clasificar los proyectos, o de generar una tipología mediante la cual se logre dar orden o agrupar los proyectos de manera lógica y congruente entre los que podemos mencionar:

- Según su categoría: Industriales, servicios e infraestructura
- Según su carácter: económicos y sociales
- Según su actividad económica: manufactureros, agropecuarios, servicios, comerciales e infraestructura
- Según su finalidad del estudio: rentabilidad del proyecto, rentabilidad del inversionista, Capacidad de pago del proyecto.
- Según su objeto de inversión: creación de nuevo proyecto y proyecto de modernización el cual incluye:
 - ❖ Internalización
 - ❖ Internacionalización
 - ❖ Reemplazo
 - ❖ Ampliación
 - ❖ Abandono

¹⁵ Sapag Chain, Nassir, Proyectos de inversión, formulación y evaluación, pág.18-20, Pearson, 2007

1.6.3 Ciclo de vida de los proyectos¹⁶

El ciclo de desarrollo del proyecto es un conjunto de estados (fases) que se realizan a través del tiempo y son las que se describen a continuación:

Fase de Pre-inversión

Corresponde al proceso de elaboración de los estudios y análisis necesarios para la preparación (o formulación) y evaluación del proyecto que permite resolver el problema o atender la necesidad que le da origen. El resultado es una decisión de realizar o no un proyecto o inversión

En esta fase es posible definir las siguientes etapas:

- **Etapa de Idea:** corresponde a una primera aproximación al problema, necesidad, oportunidad y a su resolución
- **Etapa de Perfil:** en él se definen los antecedentes, marco histórico, objetivos e hipótesis del proyecto en estudio, verificando y sustentando ante las autoridades competentes el porqué del proyecto.
- **Etapa de Pre factibilidad:** en esta etapa se realiza una evaluación más completa y profunda de las alternativas identificadas en la etapa de perfil y de las posibles soluciones.

Como resultado de la etapa se puede: descartar las alternativas no factibles, seleccionar aquella alternativa que es técnica y económicamente mejor y pasar a la etapa de factibilidad o diseño, esperar o postergar mientras se adopta una cierta decisión por la autoridad.

- **Etapa de Factibilidad:** en esta etapa se perfecciona y precisa la mejor alternativa identificada en la etapa de pre-factibilidad, sobre la base de información primaria recolectada especialmente para este fin.

Como resultado de la etapa se puede: Pasar a la etapa de diseño en la fase de inversión del proyecto o postergar mientras se adopta una cierta decisión por la autoridad.

¹⁶http://www.munitel.cl/eventos/seminarios/html/documentos/2012/PREPARACION_Y_EVALUACION_DE_INICIATIVAS_DE_INVERSION_CON_RECURSOS_PUBLICOS/PPT07.pdf

Fase de inversión

Considera todas las acciones destinadas a materializar la solución formulada y evaluada como conveniente. Esta consta de dos etapas:

- Diseño (de arquitectura, ingeniería y/o especialidades según corresponda) y presupuesto detallado de obras.
- Ejecución de obras.

Fase de Operación

En esta fase el proyecto adquiere su realización objetiva, es decir, que la unidad productiva instalada inicia la generación del producto, bien o servicio, para el cumplimiento del objetivo específico orientado a la solución del problema.

1.6.4 Estudio de Factibilidad

Definiciones¹⁷

Viabilidad

Según el diccionario de la Real Academia Española Viabilidad se deriva de la palabra viable que significa: “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”.

Según el autor Baca Urbina es la “posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo”.

Este concepto está relacionado con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto.

Tipos de Viabilidad

La viabilidad está conformada por: aspectos técnicos, socioeconómicos, ambientales e institucionales.

¹⁷ <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

- **Viabilidad Técnica:** permite determinar la calidad y coherencia de la información relacionada con el objetivo mismo del proyecto, sus planteamientos básicos, la dimensión de las variables que intervienen, soluciones y actividades. Cuando se realiza la evaluación se debe revisar la identificación de la situación, las alternativas técnicas propuestas, las actividades y los costos.
- **Viabilidad Socioeconómica:** permite identificar y valorar los beneficios, con el fin de determinar si el proyecto genera efectivamente dichos beneficios y si su valoración se encuentra en rango aceptable.

Los criterios socioeconómicos se refieren al impacto económico del proyecto a nivel regional o local y a los efectos sociales sobre los grupos de personas afectadas.

- **Viabilidad Institucional:** Se refiere al análisis de los mecanismos de ejecución propuestos en el proyecto; la evaluación de la capacidad institucional para su ejecución, operación y seguimiento de los proyectos. Se relaciona al análisis de impacto ambiental, como las medidas planteadas para su mitigación, prevención o compensación, según sea el caso.

Estos criterios se aplican especialmente a los proyectos que involucran obras que tienen relación con infraestructuras y que pueden generar impactos en el ambiente tanto positivos como negativos.

Estudio de Factibilidad¹⁸

Según Varela, “se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”.

Por tanto podemos decir que el Estudio de Factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

¹⁸ *Ibíd.*

1.7 Componentes del Estudio de Factibilidad

Los componentes de un estudio de factibilidad son cuatro según el autor Baca Urbina (2010), pero es de señalar que para efectos de este estudio serán tres componentes debido a que la evaluación financiera estará inmersa en el Estudio económico y se detalla a continuación:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio Económico- Financiero

Por lo anterior se podrá evaluar si la idea empresarial es factible a no, es decir si se tomara la decisión final de seguir adelante o rechazar el proyecto en estudio.

1.7.1 Estudio de Mercado

Es la primera etapa de un estudio de factibilidad e indica si vale la pena producir un determinado bien o servicio. Por lo tanto, al llevarse a cabo, se podrá estimar la demanda potencial que existe.

El estudio de mercado es el instrumento que posibilita a la empresa conocer, donde va a ofrecer sus productos y servicios, acercarse al mismo para comprenderlo y luego desarrollar su estrategia para satisfacerlo. Además permite aproximarse a la determinación de la demanda esperada y conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de la misma. Es en el estudio de mercado donde se determina si tiene sentido continuar con la investigación.

En el estudio de mercado se determinará la demanda de los productos que se piensan ofrecer a los pobladores del municipio para conocer si vale la pena continuar con la investigación y si la idea de proyecto es la más adecuada para ser llevada a cabo por la Asociación Cooperativa como una fuente de inversión.

1.7.1.1 Definición de mercado

De acuerdo con Philip Kotler autor de “Dirección de Marketing” mercado se define como “un proceso social a través de individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios

valiosos con otros” otra definición es “el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.

En otras palabras el mercado es la relación que existe entre los compradores y vendedores, a los primeros se les satisface una necesidad existente ya sea por un bien o servicio y el segundo es el encargado de satisfacer dichas necesidades.

Principales componentes de un estudio de mercado:¹⁹

- ✚ Cantidad de Oferentes y productos o servicios
- ✚ Cantidad de demandantes
- ✚ Canales de distribución
- ✚ Niveles de precio y calidad.

1.7.1.2 Análisis de la oferta

Oferta es definida como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.²⁰

La oferta es entonces la cantidad de un producto o servicio que los fabricantes están dispuestos a llevar al mercado de acuerdo con los precios vigentes, con la capacidad de sus instalaciones y con la estructura económica de su producción, por lo que es necesario contar con:

- ▶ **Análisis de la oferta actual:** identificar si existen algún distribuidor de insumos agrícolas en la zona o algún otro negocio similar brindando productos actualmente en el municipio así como su respectiva capacidad instalada, localización, bienes ofertados, etc. El conocer los principales competidores, permitirá adelantarse a las posibles reacciones de ellos y definir estrategias.
- ▶ Es por esto que uno de los principales retos será el de establecer la forma actual de los productores para abastecerse de sus insumos. Con el objetivo de convertir el agroservicio en una excelente opción de suministros agrícolas en la zona.

¹⁹http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/estudio%20de%20mercado.pdf

²⁰ Baca Urbina, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; 6ta. Edición; McGraw-Hill; Mexico; 2010; Pág. 41

1.7.1.3 Análisis de la demanda

La gente tiene deseos casi ilimitados pero recursos limitados; por lo tanto, demandan productos que le proporcionan mayor valor y satisfacción a cambio de su dinero.

A través de la investigación, se deberá estimar la cantidad de productos o servicios que un usuario pueda consumir, utilizando la herramienta de la encuesta extrayendo datos de la realidad y de fuentes secundarias de información.

En otras palabras la demanda de un bien o servicios son aquellos compradores dispuestos a consumir un producto que satisface sus necesidades de acuerdo a su poder adquisitivo, con el análisis de la demanda se pretende determinar si existe o no el espacio de ofrecer un producto.

Es por ello que para determinar la demanda existente es de considerar:

► **Perfil del cliente potencial**

De ser posible habrá que definir el perfil del cliente al que se le ofrecerán los insumos agrícolas, identificando las características principales de las personas que requieran de estos productos. El perfil de los clientes estará determinado por la actividad económica a la que se dediquen, la edad, lugar de residencia, etc.

Conocer las preferencias y necesidades de los clientes permitirá a la asociación, diseñar eficazmente aspectos relacionados con los productos que el cliente espera que el agroservicio le ofrezca.

► **Segmento objetivo:**

Es importante definir el segmento objetivo, con el fin de realizar las respectivas proyecciones de ventas y orientar los esfuerzos de promoción y publicidad del establecimiento.

Las segmentaciones más comunes son por zonas geográficas, por edad, por actividad económica, ingresos, sexo, etc.

1.7.1.4 Canales de distribución

Se entiende generalmente como la actividad que realiza el productor de un bien o servicio, para hacer llegar éste al consumidor en el tiempo y lugar establecidos, con la finalidad de proporcionar satisfacción al cliente.

Según “Gabriel Baca Urbina” autor de “Evaluación de Proyectos” es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria.

En el caso del agroservicio el canal de distribución será el de distribuidor consumidor. Ya que se pretende tener una relación más cercana entre los proveedores de insumos agrícolas y los potenciales clientes.

1.7.1.5 Niveles de precio y calidad

Según “Gabriel Baca Urbina” es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Por lo tanto podemos definir el precio como el valor monetario otorgado a bienes y servicios.

El precio dentro del agroservicio será determinado por el costo del producto, la competencia y por los asociados de la cooperativa quienes determinarán el margen de ganancia en función de adquirir excedentes razonables por una parte y por otra que sean precios accesibles para que la población pueda adquirir los insumos agrícolas que serán comercializados.

1.7.1.6 La mezcla de la mercadotecnia (las cuatro “P”)²¹

La mezcla de la mercadotecnia (en inglés marketing mix) son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de mercadeo y alcanzar los objetivos establecidos. Estas herramientas son conocidas también como las P del mercadeo.

²¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia>

Muchos autores no llegan a un acuerdo respecto al número de elementos que componen la mezcla. Así por ejemplo Philip Kotler y Gary Armstrong exponen que se trata de cuatro variables mercadológicas; sin embargo, autores más recientes han adoptado diferentes estructuras teóricas que cambia las cuatro "P" tradicionales (Precio, Distribución ["Place" en inglés], Promoción, y Producto), tomando en cuenta más aspectos como las personas y los procesos, los cuales poseen aspectos íntegramente administrativos, pero forman parte en las decisiones mercadológicas tal como se muestra en la siguiente figura:



Fuente: www.wikipedia.org

Producto: cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad. La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

1. La cartera de productos.
2. La diferenciación de productos.
3. La marca.
4. La presentación.

- ◆ **Precio:** es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.
 - Es el elemento de la mezcla que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia.
 - Se distingue del resto de los elementos de la mezcla de la mercadotecnia porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costos.
 - Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:
 - Los costos de producción, distribución, y otros.
 - El margen que se desea obtener.
 - Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
 - Las estrategias de mercadotecnia adoptadas.
 - Los objetivos establecidos.

- ◆ **Distribución/Plaza ("Place"):** elemento de la mezcla que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:
 1. Canales de distribución: los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
 2. Planificación de la distribución: la toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
 3. Distribución física: formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
 4. Merchandising.: técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

- ◆ **Promoción:** la comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- La mercadotecnia directa.

1. **Personas:** una empresa cuenta con personal que atiende a sus clientes. La satisfacción de estos se ve afectada por el buen o mal servicio que reciban de la empresa.
- ◆ **Procesos:** los procesos tienen que ser estructurados correctamente, ya sea que hablemos de un servicio o de la creación de un producto, esto nos llevará a la logística de la empresa para reducir costos y aumentar ganancias.

1.7.2 Estudio Técnico

1.7.2.1 Definición

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005).

El estudio técnico es aquel que “presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”. (Baca Urbina, 2010).

En síntesis, el objetivo del estudio técnico es “llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. De la selección del proceso óptimo se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias; de la determinación de su disposición en la planta y de los requerimientos del personal que los operen, así como de su movilidad, podrían definirse las necesidades de espacio y obras físicas”. (Sapag Chain, Nassir y Reynaldo 2008).

Componentes del estudio técnico

Diversos autores proponen de distinta manera los componentes esenciales que conforman el estudio técnico de un proyecto de inversión. A continuación se detalla la estructura básica de la que está compuesto un estudio técnico según Baca Urbina (2010):

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos
- Identificación y descripción del proceso
- Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

1.7.2.2 Localización del proyecto

La localización de las instalaciones es el proceso de elegir un lugar geográfico para realizar las operaciones del proyecto.

“El objetivo que sigue la ubicación de un proyecto es lograr una situación de competencia basada en menores precios, mejor capacidad de transporte y rapidez en el servicio. Esta parte es elemental y de resultados a largo plazo, ya que una vez creada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio la localización de un proyecto”²²

²² <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-7.htm>

La localización de la planta debe realizarse en función de:

- La necesidad de producir cerca del cliente como consecuencia de la competencia, los acuerdos comerciales y los costos de envío.
- La necesidad de ubicarse cerca de la fuente apropiada de mano de obra para aprovechar los bajos costos laborales o la alta capacidad técnica:

Sin embargo la decisión del lugar geográfico, es decir, la localización depende del tipo de negocio, que para el caso específico de la investigación se trata de un agroservicio, por lo tanto deben considerarse factores específicos para este tipo de negocios.

En la localización de proyectos, dependiendo su naturaleza, se consideran dos aspectos:

- Localización a nivel macro: es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto. Entre los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro se encuentran: costo de transporte de insumos y productos, disponibilidad de insumos y del recurso humano.
- Localización a nivel micro: se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados. Entre los factores a considerar están: vías de acceso, transporte de mano de obra, servicios públicos y calidad de mano de obra.

Factores que afectan las decisiones de localización:

- Proximidad con los clientes
- Clima en los negocios
- Costos totales
- Infraestructura
- Calidad de la mano de obra
- Proveedores
- Otras instalaciones
- Normas ambientales

Métodos para evaluar alternativas de localización ²³

- ❖ Método de calificación de factores: permite seleccionar las instalaciones combinando diversos conjuntos de factores. Se establecen escalas de puntos para cada criterio.

El método de calificación de factores consta de seis pasos:

1. Desarrollar una serie de los factores relevantes denominados factores críticos de éxito.
 2. Asignar un peso a cada factor que refleje su importancia relativa en cuanto a los objetivos de la compañía
 3. Desarrollar una escala para cada factor (por ejemplo, de 1 a 10 o de 1 a 100 puntos)
 4. Hacer que la administración califique cada factor para cada localización
 5. Multiplicar la calificación por los pesos de cada factor y sumar los puntos de cada localización
 6. Hacer una recomendación basada en la calificación de mayor puntaje, considerando también los resultados de los enfoques cuantitativos.
- ❖ Análisis de punto de equilibrio: consiste en el uso del análisis de costo-volumen para hacer una comparación económica entre alternativas de localización.
 - ❖ Método del centro de gravedad (centroide): técnica matemática que se usa para encontrar la localización de un centro de distribución que minimice los costos de distribución, toma en cuenta la ubicación de los mercados, y los costos de embarque a fin de encontrar la mejor localización de un centro de distribución.
 - ❖ Modelo de transporte: este método es útil para resolver problemas que tiene que ver con productos de transporte de varias fuentes a diversos destinos.

1.7.2.3 Determinación del tamaño óptimo de la planta

El tamaño de un proyecto “es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”. ²⁴

²³ Render Barry, Principios de administración de operaciones, 5^{ta} edición, editorial Pearson 2004.

Mide la relación de la capacidad productiva durante un periodo considerado normal para las características de cada proyecto. El tamaño está íntimamente ligado con los aspectos de demanda y oferta del producto y con los demás aspectos del proyecto. En términos óptimos la demanda no debería ser mayor que la demanda actual y esperada del proyecto ni la cantidad demandada menor que el tamaño mínimo económico del proyecto. Al diferenciar el tamaño como una función de la capacidad, se hace necesario explicar que es capacidad y los diferentes tipos que existen en el proyecto tal como se muestra a continuación:

Técnicamente, la capacidad es el máximo de unidades (bienes o servicios) que se puede obtener de unas instalaciones productivas en la unidad de tiempo. Se define también de igual manera como el volumen de producción posible de alcanzar con una combinación dada de los factores fijos de producción en un cierto tiempo, en cada una de las funciones y centros de actividad en los que se puede dividirse una unidad económica. Sus determinantes son los recursos físicos que se poseen y que surgen del proyecto de inversión. La capacidad podrá ser expresada según el tipo de actividad en términos de tiempo y de productos obtenidos por unidad de tiempo o productividad técnica.

- **Capacidad de diseño:** es la producción teórica máxima de un sistema en un período dado y bajo condiciones ideales. “es aquel volumen de producción, que con técnicas óptimas permite operar al mínimo costo unitario”.²⁵
- **Capacidad Efectiva:** es la capacidad que una empresa espera alcanzar dada las restricciones operativas actuales.
- **Capacidad Real:** es la cantidad real de producto obtenido en un período determinado (volumen de producción).

Dos conceptos importantes en la medición de la capacidad son la utilización y eficiencia:

Utilización: medida de la utilización de la capacidad actual o planeada de las instalaciones, centro de trabajo o máquina. La utilización se calcula como sigue:

²⁴ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 6ª edición, pág. 75

²⁵ Preparación y Evaluación de Proyectos, Sapag Chain Nassir, Editorial Mc Graw Hill, 2ª Ed. pág.128-129

$$\text{Utilización} = \frac{\text{Producción Real (horas planedas a usar)}}{\text{Capacidad de diseño (total horas disponibles)}}$$

Eficiencia: medida de que tan bien se desempeña una instalación o máquina cuando es utilizada calculándose de la siguiente manera:

$$\text{Eficiencia} = \frac{\text{Producción real}}{\text{Capacidad efectiva}}$$

Factores determinantes o condicionantes en el tamaño de una planta

Entre los factores determinantes están:

- **Demanda:** el tamaño del proyecto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea superior, se lo contrario sería muy riesgoso. Se recomienda que este sea ligeramente menor que la demanda en un 10% siempre y cuando haya mercado libre.
- **Suministros o insumos:** el abastecimiento y disponibilidad suficiente en cantidad y calidad es un aspecto vital.
- **Tecnología y equipo:** estos influirán en la relación entre tamaño, inversión y costos de producción. Además tiende a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesarios para ser aplicable.
- **Financiamiento:** si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible.
- **La organización:** se refiere a todo el personal técnico de cualquier nivel.

1.7.2.4 Ingeniería del proyecto

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca Urbina, 2010). En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

Proceso de Producción

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.

La selección del proceso productivo depende de factores tales como: la tecnología, requerimiento de capital, demanda del producto en el mercado, disponibilidad de mano de obra, disponibilidad de la materia prima y capacidad administrativa. La descripción del proceso se puede hacer a través de las siguientes técnicas:

- 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.
- Cursograma analítico: técnica que consiste en hacer un análisis muy detallado del proceso, básicamente con la intención de reducir el tiempo, la distancia o ambos parámetros dentro de un proceso que ya está en funcionamiento.
- Diagrama de hilos y diagrama de recorrido: básicamente son lo mismo, excepto por la forma en que se presenta. Ambos muestran con una gráfica la ruta que recorre la materia prima, desde que sale del almacén hasta que se convierte en producto final.
- Diagrama sinóptico del proceso: este diagrama solo utiliza los símbolos internacionales de operación y transporte, es un diagrama sintetizado de un proceso. Se utiliza para representar procesos complejos que puedan tener decenas o cientos de actividades.

Selección y adquisición de maquinaria y equipo

Al momento de decidir sobre la compra de equipo y maquinaria se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección:

- ◆ Proveedores
- ◆ Precio

- ◆ Dimensión
- ◆ Capacidad
- ◆ Flexibilidad
- ◆ Mano de obra necesaria
- ◆ Costo de mantenimiento
- ◆ Costo de energía eléctrica, otro tipo de energía o ambas
- ◆ Infraestructura necesaria
- ◆ Equipos auxiliares
- ◆ Costos de fletes y seguros
- ◆ Costos de instalación y puesta en marcha
- ◆ Existencia de refacciones en el país (repuestos)

Balances de equipos, obras físicas, personal y materiales²⁶

Balance de Equipos: se refiere a todos los activos físicos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento operativo, administrativo y comercial del proyecto. Con la información del balance de equipos se determinará el total de inversiones previas a la puesta en marcha.

Balance de obras físicas: aquí se determinan los requerimientos de espacios para la instalación de los equipos, así como los lugares para bodegaje, baños, estacionamiento, etc

Balance de personal: permite sistematizar la información referida a la mano de obra y calcular el monto del periodo. El balance de personal se deberá repetir tantas veces sea necesario, de acuerdo con la variedad y la magnitud de las actividades que se deberán desarrollar.

Balance de materiales y materia prima: en aquellos casos en los que los insumos son de uso general y no pueden agruparse en torno a una variable común, se recurre a un balance general con insumos de carácter heterogéneo.

²⁶ Proyectos de inversión, Formulación y Evaluación, Nassir Sapag Chain, Editorial Person, 2ª Ed. pág.125-134

Distribución de la planta

Es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

- ◆ **Integración total:** sirve para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor
- ◆ **Mínima distancia de recorrido:** se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
- ◆ **Utilización del espacio cúbico:** aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima
- ◆ **Seguridad y bienestar para el trabajador:** éste debe ser uno de los objetivos principales de toda distribución.
- ◆ **Flexibilidad:** se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio.

Existen tres tipos básicos de distribución:

1. Distribución orientada al proceso: agrupa a las personas y al equipo que realizan funciones similares y hacen trabajos rutinarios en bajos volúmenes de producción. El trabajo es intermitente y guiado por órdenes de trabajos individuales.
2. Distribución orientada al producto: agrupa a los trabajadores y al equipo de acuerdo con la secuencia de operaciones realizadas sobre el producto o usuario. El trabajo es continuo y se guía por instrucciones estandarizadas.
3. Distribución por componente fijo: Este tipo de distribución es apropiada cuando no es posible mover el producto debido a su peso, tamaño, forma, volumen o alguna característica particular que lo impida.

Los métodos para realizar la distribución de la planta son:

1. Método del diagrama de recorrido: es un procedimiento de prueba y error que busca reducir al mínimo posible los flujos no adyacentes colocando en la posición central a los departamentos más activos.
2. Método SLP: utiliza una técnica poco cuantitativa al proponer distribuciones con base en la conveniencia de cercanía entre los departamentos.

1.7.2.5 Determinación de la organización humana y jurídica

Aquí se elabora un organigrama de jerarquización, para mostrar cómo quedarán, los puestos y jerarquías dentro de la empresa. Además si la empresa, no está constituida legalmente, deberá conformarse de acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal vigente en sus diferentes índoles: fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal. (Baca Urbina, 2010).

1.7.3 Estudio Económico-Financiero

Estudio Económico es la parte del análisis económico que pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de las plantas (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica (Baca Urbina, 2010). Por otro lado, las partes que componen este estudio son:

1.7.3.1 Determinación de costos.

Según el autor Baca Urbina, Gabriel (2010) costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual. Los costos se clasifican como:

a) Costos de producción

Son todas las erogaciones o desembolsos de efectivo necesarias para realizar la producción. Dentro del cual se encuentran: costos de materia prima, mano de obra, empaque, energía eléctrica, agua, combustible, de control de calidad, mantenimiento, depreciación y amortización entre otros.

b) Costos de Administración.

Son los costos que provienen de realizar la función administrativa de la empresa, como son: sueldo y gastos de oficina. También, debe incluirse los gastos por depreciación y amortización correspondientes. (Baca Urbina, 2010).

c) Costos de venta.

Son todas aquellas erogaciones o desembolsos de efectivo que se realizan con el fin de hacer llegar el producto al intermediario o directamente al consumidor, así como también de los diferentes estudios o investigaciones de nuevos productos, de nuevos mercados y de las necesidades de los consumidores.

d) Costos financieros.

Son los intereses que se deben pagar por los capitales obtenidos en préstamos para llevar a cabo el proyecto. (Baca Urbina, 2010).

1.7.3.2 Inversión total inicial fija y diferida.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. (Baca Urbina, 2010).

a. Inversión en activos fijos.

“Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que servirán de apoyo a la operación normal del proyecto. Constituyen activos fijos los terrenos, edificios, vías de acceso, vehículos entre otros”. (Sapag Chain, Nassir y Reinaldo, 2008).

b. Inversiones en activos intangibles.

“Son todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Los ítems que figuran esta inversión son los gastos de organización, las patentes de invención y licencias, los gastos de la puesta en marcha, capacitación, las bases de datos entre otros”. (Sapag Chain, Nassir y Reinaldo, 2008).

1.7.3.3 Cronograma de inversiones

Según Baca Urbina 2010 es necesario construir un cronograma de inversiones o un programa de instalación del equipo. Éste es simplemente un diagrama de Gantt, en el que tomando en cuenta los plazos de entrega ofrecidos por los proveedores, y de acuerdo con los tiempos que se tarde en instalar como en poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable.

1.7.3.4 Capital de trabajo.

Según Sapag Chain, Nassir y Reinaldo (2008), “el capital de trabajo constituye el conjunto de los recursos necesarios, en la forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinados. Los métodos principales para calcular el monto de la inversión en capital de trabajo son el contable, periodo de desfase y el del déficit acumulado máximo”.

El capital de trabajo consiste en garantizar los recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa como son el pago de empleados, agua, luz, teléfono, es decir que existan los fondos suficientes para que el negocio opere normalmente por un periodo de tiempo que puede ser como mínimo dos meses.

Los métodos principales para calcular el monto de la inversión en capital de trabajo son el contable, el periodo de desfase y el déficit acumulado máximo.

Método contable

Una forma comúnmente usada para proyectar los requerimientos de capital de trabajo es la de cuantificar la inversión requerida en cada uno de los rubros del activo corriente. Los rubros que componen el activo circulante son:

- **Los valores e inversiones:** Es el efectivo que siempre debe tener la empresa para afrontar los gastos cotidianos e imprevistos. Existen varios modelos para calcular el dinero que se debe tener disponible, como el Modelo Baumol, que

es determinístico; supone que se puede programar con exactitud las fechas y necesidades de dinero en efectivo, más una cantidad extra como seguridad.

- **Inventario:** se pretende sólo presentar un modelo que le ayude al evaluador a determinar de manera aproximada cual será la inversión en inventarios que tendrían que hacer los promotores del proyecto al iniciar las operaciones de la empresa. El modelo que se presenta es el llamado lote económico, el cual se basa en la consideración de que existen ciertos costos que se aumentan mientras más inventarios se tiene, y que existen otros que disminuyen cuanto mayor es la cantidad existente en inventarios. El costo mínimo se encuentra comprando cierta cantidad de inventario y se calcula como:

- $$\text{Lote económico} = LE = \sqrt{\frac{2FU}{CP}}$$

LE= la cantidad óptima que será adquirida

F= costos fijos de colocar y recibir orden de compra

U= consumo en unidades de materia prima

C= costos para mantener el inventario

P= Precio de compra unitario.

- **Cuentas por cobrar:** calculan cual es la inversión necesaria como consecuencia de vender al crédito, lo cual depende, por su puesto, de las condiciones del crédito, es decir, del periodo promedio en que la empresa recupera su capital. La fórmula contable es la siguiente:

$$Cx C = \text{cuentas por cobrar} = \frac{\$ \text{ventas anuales}}{365} x PPR$$

PPR= periodo promedio de recuperación.

Método del periodo de desfase

Según Sapag Chain, Reynaldo y Nassir “este método consiste en determinar la cuantía de los costos de operación que debe financiarse desde que se efectúa el primer pago por la adquisición de la materia prima hasta que se recauda el ingreso por la venta de los productos, que se destinará a financiar el periodo de desfase siguiente. El cálculo de la inversión en capital de trabajo (ICT) se determina por la expresión:

$$ICT = \frac{Ca}{365} \times nd$$

ITC = Inversión en capital de trabajo

Ca = costo anual

nd = nº de días de desfase(duración del ciclo)”

Método del déficit Acumulado máximo

El cálculo de la inversión en capital de trabajo por este método supone calcular para cada mes los flujos de ingresos y egresos proyectados y determinar su cuantía como el equivalente al déficit acumulado máximo

1.7.3.5 Estados Financieros Proforma

Estado de resultados

El estado de resultados presenta las pérdidas o ganancias generadas por la empresa, en un periodo de tiempo determinado. En estas proyecciones, se detallan las ventas netas, el costo de los artículos o servicios vendidos, los gastos administrativos, los costos de venta, los gastos financieros de los préstamos, los impuestos sobre la renta y las utilidades netas de la empresa.

Los cálculos hechos en el estado de resultados servirán para conocer los márgenes sobre ventas, la carga administrativa expresada como porcentaje de las ventas y la utilidad neta sobre ventas. Será importante realizar comparaciones periódicas entre lo proyectado y lo real, a fin de hacer las correcciones necesarias o ajustar las nuevas proyecciones.

Balance General.

El balance proyectado muestra los activos y pasivos totales de la empresa.

Los activos representan las propiedades de la empresa con el propietario que aportó el capital inicial. La igualdad fundamental del balance:

Activo = Pasivo + Capital

A diferencia del estado de resultados, el balance refleja lo que existe en la empresa el día del cierre contable. El balance junto con el estado de resultados, será utilizado para realizar las estimaciones de algunos índices financieros

1.7.3.6 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).

El capital que forma la inversión inicial puede provenir de varias fuentes: solo personas físicas (inversionistas), de otras empresas o de instituciones de crédito, o de una mezcla de inversionistas. No obstante, antes de invertir una persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta llamada Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR). (Baca Urbina, 2010).

La TMAR que un inversionista le pedirá a una inversión debe de calcularse sumando dos factores: Primero debe ser tal su ganancia que compense los efectos inflacionarios, y en segundo término, debe ser un premio o sobretasa por arriesgar su dinero en determinada inversión (Baca Urbina 2010) Por lo que se define a la TMAR como:

$$TMAR = i + f + if;$$

Donde i = premio al riesgo; f = inflación.

1.7.3.7 Flujo de caja.

El flujo de caja es una proyección de liquidez de la empresa, que registra las entradas y salidas de efectivo antes y después de operaciones. La proyección de un flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar esta proyección está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico y económico.

El objetivo de un flujo de caja es determinar la disponibilidad futura de efectivo, a fin de modificar las políticas de manejo de inventarios, de cuentas por pagar, de cuentas por cobrar o programar uso de créditos bancarios rotativos en determinadas épocas.

El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: a) Los egresos iniciales de fondos, b) los ingresos y egresos de operación, c) momento en que ocurren estos ingresos y egresos, y d) el valor de desecho o salvamento del proyecto. La estructura de un flujo de caja según Nassir y Reynaldo Sapag Chain (2008) es:

$$\begin{array}{r}
 + \text{ Ingresos afectos a impuestos} \\
 - \text{ Egresos afectos a impuestos} \\
 - \text{ Gastos no desembolsables} \\
 \hline
 = \text{ Utilidad antes de impuesto} \\
 - \text{ Impuesto} \\
 \hline
 = \text{ Utilidad después de impuesto} \\
 \\
 + \text{ Ajustes por gastos no desembolsables} \\
 - \text{ Egresos no afectos a impuestos} \\
 \\
 + \text{ Beneficios no afectos a impuestos} \\
 \hline
 = \text{ Flujo de caja}
 \end{array}$$

1.7.3.8 Evaluación Económica

La evaluación económica describe los métodos actuales que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa de rendimiento, el valor presente neto en el cual se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

Hasta este punto se habrá determinado si existe un mercado, si se cuenta con los recursos técnicos para la implementación del agroservicio, si se tiene un lugar óptimo y si no hay alguna restricción en el medio que impida su apertura.

Es por ello que determinada la factibilidad económica y técnica en un estudio de factibilidad se llega a la parte final del proyecto que consiste en su evaluación económica y como es sabido que el dinero pierde valor a través del tiempo a una tasa aproximadamente igual al nivel de inflación vigente es necesario evaluarlo conforme a ciertos métodos como son: el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rendimiento (TIR).

Valor Actual Neto (VAN)

Según Baca Urbina (2010) “El Valor Actual Neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.

La ecuación para calcular el VPN para el periodo de cinco años.

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

Según Sapag Chain, Nassir y Reynaldo (2008), “El proyecto debe aceptarse si su VAN es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”.

Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Baca Urbina, (2010). “La Tasa Interna de Rendimiento es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.

Su fórmula es $VPN = \frac{\sum FNE_n}{(1+i)^n} = 0$

El criterio de aceptación que emplea el método de la TIR es que si esta es mayor que la TMAR, se acepta la inversión es decir, si el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente aceptable.

Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo (Razones Financieras).²⁷

Los métodos de evaluación que no toman el valor del dinero en el tiempo, es de mencionar que no están relacionados con la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa entre las que están las razones financieras que se detallan a continuación:

- **Razones de liquidez:** Miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones (pagos) a corto plazo entre ellas figuran:
 1. Razón circulante = $\text{Activo Circulante} / \text{Pasivo Circulante}$
 2. Tasa de la prueba del ácido = $(\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}) / \text{Pasivo circulante}$
- **Tasas de apalancamiento:** Miden el grado en el que la empresa se ha financiado a través de la deuda. Están incluidas:
 1. Tasa de deuda = $\text{Deuda total} / \text{Activo total}$
 2. N° de veces que se gana el interés = $\text{Ingreso Bruto} / \text{Cargos de interés}$
- **Tasas de rentabilidad:** es la tasa que revela que tan efectivamente se administra una empresa. Entre la que se pueden mencionar:

Tasa de margen del beneficio = $\text{Utilidad neta después de pagar impuestos} / \text{ventas totales anuales}$

1.7.3.9 Evaluación social del proyecto

“La evaluación social pretende determinar los costos y beneficios pertinentes del proyecto para la comunidad, comparando la situación con proyecto, respecto de la situación sin proyecto, en términos de bienestar social”.²⁸

En la evaluación social del proyecto se miden los efectos indirectos de su implementación. El criterio social persigue maximizar los beneficios (no solo utilidades), crear ocupación, nivelar la balanza comercial, aumentar el valor agregado [...]. Para determinar la factibilidad social de un proyecto debe cuantificarse el impacto que tendrá

²⁷ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 6ª edición, pág. 189-191

²⁸ Sapag Chain Nassir, & Sapag Chain Reinaldo, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Editorial Mc Graw Hill, México 2003, pág. 399.

sobre la economía, el mercado económico social, en la evaluación de proyectos se consideran las siguientes situaciones:²⁹

- Empleo: se mide el efecto del impacto que repercute en el empleo la ejecución del proyecto, tanto empleo directo como indirecto. Además, puede dar lugar a la creación de otros proyectos que proporcionan más ocupación en zonas del interior del país, mas producción y, con ello, más ingresos que incrementan la demanda de servicios privados.
- Distribución: lo que se pretende es distribuir beneficios a las personas, seleccionado anticipadamente el tipo de tecnología que ocuparía mayor cantidad de mano de obra y así, dar mayor prioridad al proyecto que genere mayores ingresos de remuneración.
- Divisas: la evaluación económica se hace a través de un análisis de los efectos de divisas en el país, donde se debe considerar tanto la balanza de pagos y la sustitución de importaciones. La escasez de divisas es un obstáculo para el desarrollo de un país, por lo cual la creación de proyectos que aprovechan los insumos nacionales y que elaboren productos que se importan, contribuye a mejorar la balanza de pagos del país.
- Competencia internacional: es importante investigar si los productos de un proyecto orientado a la exportación, serán internacionalmente competitivos. Esta investigación deberá llevarse a cabo para proyectos cuya escala económica de producción es mayor de lo que el mercado interno puede absorber. También, eso contribuye a mantener una mayor producción en la zona, estabilizando así el comercio y el mercado entre productores y compradores.

En síntesis, los efectos directos e indirectos que generan los proyectos, se concretizan en mejores condiciones de vida, salud, educación, disminución del índice de desempleo y analfabetismo, entre otras. Por lo tanto, los beneficios logrados con la ejecución de un proyecto, se miden por los efectos directos e indirectos que repercuten en el desarrollo económico y social de la zona.

²⁹ Cañas Balbino Sebastián, "Manual para formulación, evaluación y ejecución de proyectos", 4ta edición, El Salvador, 2006.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLAS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L., DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

IMPORTANCIA

Se pretende dar un aporte a la Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovechamiento y Comercialización “Padre Nicolás Alvarenga” de Arcatao de R.L. mediante un estudio de factibilidad para la creación de un agroservicio; beneficiando de manera económica a los asociados y a su familia, contribuyendo además al desarrollo agropecuario del municipio.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

A. GENERAL

- ✓ Conocer la situación actual sobre la comercialización de productos e insumos agropecuarios en el municipio de Arcatao con el propósito de efectuar un diagnóstico que contribuya a determinar la apertura de un agroservicio en la Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovechamiento y Comercialización “Padre Nicolás Alvarenga” de Arcatao de R.L. departamento de Chalatenango

B. ESPECÍFICOS

- ✓ Recolectar información sobre la oferta y demanda de insumos agropecuarios en el municipio de Arcatao a través del instrumento del cuestionario y otras técnicas de investigación.
- ✓ Identificar las características del mercado así como la disponibilidad de recursos técnicos y económicos para la creación de un agroservicio en el municipio de Arcatao.
- ✓ Analizar la información recolectada con el propósito de brindar conclusiones de la situación actual que permita recomendar las acciones y estrategias a seguir para la creación del agroservicio.

2.1 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

2.1.1 Método de Investigación

El método utilizado es el Científico porque se pretendía obtener información relevante y secuencial que guiara la decisión sobre la apertura de un agroservicio en La Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovisionamiento y Comercialización “Padre Nicolás Alvarenga” de Arcatao de R.L (ACOARCATAO). Por lo que la investigación se realizó con base en los siguientes métodos:

Analítico: ya que fue necesario descomponer la situación general de la actividad agropecuaria para identificar y estudiar cada uno de sus elementos tanto de mercado, como de recursos técnicos y económicos para establecer las relaciones entre cada uno.

Sintético: porque se procedió a reunir los diversos elementos que se habían analizado por separado tanto en las encuestas, como en las entrevistas y observación directa, por lo que al final se logró establecer las conclusiones adecuadas sobre la actividad agropecuaria como fenómeno investigado.

Deductivo: debido a que se utilizó el razonamiento lógico, suposiciones previamente establecidas y principios ya establecidos en los diferentes materiales bibliográficos y fuentes consultadas lo que sirvió para aplicarlo en el estudio de la actividad agropecuaria en el municipio de Arcatao y así comprobar la validez del estudio para crear una empresa dedicada a la distribución y venta de productos e insumos agropecuarios, concretando así un diagnóstico que permitió realizar las conclusiones de la investigación.

2.1.2 Tipo de Investigación

Para la realización del estudio, el tipo de investigación utilizado fue el correlacional, ya que permitió conocer el comportamiento y la relación de las variables en estudio, es decir concluir como el estudio de factibilidad determina la creación de un agroservicio.

2.1.3 Diseño de la investigación

La investigación se realizó a través del diseño no experimental, porque no se manipularon intencionalmente las variables en estudio, sino que se observó el fenómeno tal y como ocurren en su contexto natural, lo que permitió analizarlo. Y además se utilizó el diseño transversal debido a que la información se obtuvo de forma simultánea a través de las encuestas.

2.1.4 Fuentes de Información.

Para realizar la investigación se consultaron diferentes fuentes que se detallan a continuación:

► Fuentes Primarias

La información necesaria para el desarrollo de la investigación fue facilitada por las personas Asociadas a la Cooperativa así como por los pobladores del municipio que se dedican a actividades agrícolas y pecuarias, a quienes se les realizó una encuesta siendo el número de ellos 40 y 85 personas respectivamente. Además se entrevistó a las personas con el cargo de Presidenta, Contador y Gerente.

► Fuentes Secundarias

Esta información fue obtenida a través de boletines informativos, brochures, revistas y sitios web proporcionados por las instituciones externas tales como Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP), Ministerio de Economía (MINEC), Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), e información establecida en libros, trabajos de investigación, entre otros.

2.2 Técnicas e instrumentos de recolección de información

2.2.1 Técnicas

a) La encuesta

Esta técnica se utilizó para la recopilación de información sobre las opiniones, expectativas y sugerencias que tienen los clientes potenciales con respecto a la comercialización de productos agropecuarios y la creación de un agroservicio. También se utilizó para obtener información necesaria que permitió conocer los recursos técnicos y financieros de la cooperativa por parte de los asociados para la puesta en marcha del agroservicio. Por lo que se diseñaron dos cuestionarios uno dirigido a los clientes potenciales y otro a los miembros Asociados de la Cooperativa.

b) Entrevista

La entrevista se realizó con ayuda de una guía de preguntas dirigida a la Presidenta del Consejo de Administración, Contador y Gerente de la Cooperativa ACOARCATAO, DE RL, dicha entrevista fue relacionada con las áreas de mercado, técnica y económica, la entrevista fue de carácter semiestructurada debido que se apoyó en la guía de preguntas pero también se introdujo preguntas adicionales cuando era necesario ampliar alguna información.

c) La observación directa

Se utilizó esta técnica durante toda la investigación, debido a que mediante ella, se obtuvo gran cantidad de datos e información valiosa para la investigación. Entre los instrumentos utilizados con esta técnica podemos mencionar: lista de cotejo y recursos audiovisuales, los cuales siempre fueron portados por el equipo investigador al momento de realizar las visitas de campo.

2.2.2 Instrumentos

a) Cuestionario

El primer cuestionario se dirigió a los clientes potenciales del agroservicio, es decir a las personas que se dedican a actividades agropecuarias mayores de 18 años residentes en los diferentes cantones del municipio de Arcatao, departamento de Chalatenango. Se estructuró con 20 preguntas cerradas en su mayoría de opción múltiple lo que permitió obtener información relevante para formular el respectivo diagnóstico de la situación del mercado de los productos e insumos agropecuarios (VER ANEXO 1).

El segundo cuestionario fue dirigido a los asociados/as de ACOARCATAO de RL. a fin de conocer la disposición y expectativas de los asociados con respecto al proyecto del agroservicio. Dicho cuestionario fue estructurado con 13 preguntas en su mayoría cerradas (VER ANEXO 2)

b) Guía de preguntas

Se utilizó una guía de preguntas semiestructurada con el propósito de conocer sobre la disponibilidad de recursos técnicos y económicos de la Asociación Cooperativa. Por lo que se entrevistó a la Presidenta del Consejo de Administración Sra. Dominga Córdova Orellana, Gerente Sr. Ramón Franco Franco y Contador Sr. Félix Enrique Menjivar Córdova. (VER ANEXO 3)

c) Lista de cotejo y recursos audiovisuales

En la lista de cotejo se definieron aspectos importantes para la investigación como la existencia de negocios similares, ubicación de las instalaciones de la Asociación Cooperativa, tipo de comercio del área entre otras que se determinaron en las visitas de campo. Con respecto a los recursos audiovisuales el grupo investigador portaba una cámara fotográfica y dispositivos móviles que permitieron retroalimentar la información recopilada.

2.3 UNIVERSO Y MUESTRA

2.3.1 Universo

Para llevar a cabo la investigación se determinaron dos universos de estudio.

El primer universo estuvo compuesto por los habitantes del municipio de Arcatao que se dedican a actividades agropecuarias que de acuerdo al Ministerio de Agricultura y Ganadería ascienden a un total de 752 personas distribuidas en el área urbana y cantones³⁰. Y como segundo universo se consideró a los Asociados de la Cooperativa siendo un total de 70 personas.

2.3.2 Muestra

Fue necesario determinar dos tamaños de muestra para cada uno de los universos identificados, tanto de personas que se dedican a actividades agropecuarias como del número de asociados/as

Se utilizó el muestreo aleatorio simple ya que cada uno de los seleccionados de la población finita tiene igual probabilidad de ser incluidos en la muestra.

La fórmula que se utilizó para calcular el tamaño de la muestra fue:

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

Dónde:

Z = Nivel de confianza;

N = Población

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Porcentaje de error

³⁰ Padrón oficial de entrega de paquetes agrícolas 2014-semilla de maíz y frijol. Gobernaciones. Pdf.

n = Tamaño de la muestra.

Para el primer universo se tomó una población finita de 752 personas, que fueron considerados como clientes potenciales debido a que se dedican a actividades agropecuarias.

Asignando valores y considerando un intervalo de confianza del 95% debido a que el tamaño de la población es finito, y un error de estimación de 10% se obtuvieron los siguientes datos:

$Z = 1.96$; $N = 752$ personas; $p = 50\%$; $q = 50\%$; $e = 10\%$; $n = ?$

Sustituyendo los datos en la fórmula se obtuvo:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(752)}{(0.10)^2(752 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 85 \text{ personas}$$

Para el segundo universo se consideró una población finita de 70 personas, los cuales son asociados de la cooperativa.

Asignando valores y considerando un intervalo de confianza del 95% debido a que el tamaño de la población es finito, y un error de estimación de 10% se obtuvieron los siguientes datos:

$Z = 1.96$; $N = 70$ personas; $p = 50\%$; $q = 50\%$; $e = 10\%$; $n = ?$

Sustituyendo los datos en la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(70)}{(0.10)^2(70 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 40 \text{ personas}$$

2.4 TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Cuestionario No.1

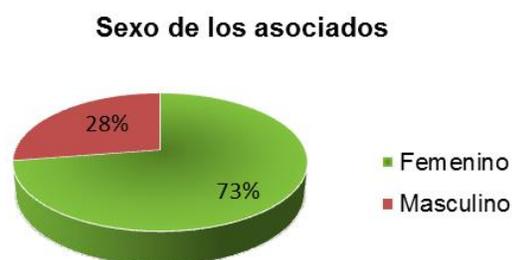
Los datos e interpretación presentados a continuación corresponden a la información obtenida a través del cuestionario dirigido a los asociados de ACOARCATAO.

DATOS GENERALES

1. Sexo.

Objetivo: Identificar el sexo de las personas asociadas a ACOARCATAO DE R.L.

Sexo		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	29	73
Masculino	11	28
Total	40	100



Interpretación:

Del total de asociados la mayor parte son del sexo femenino representando un sector muy importante en las decisiones que se llevan a cabo en la Asociación Cooperativa

2. Edad

Objetivo: Conocer las diferentes edades de los asociados de ACOARCATAO DE R.L.

Edad		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18 a 22	5	13
23 a 27	5	13
28 a 32	3	8
Más de 32	27	68
Total	40	100



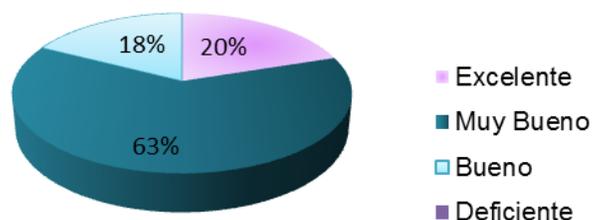
Interpretación:

La mayor parte de las personas asociadas están en el rango de más de 32 años lo que indica que la edad influye en el compromiso de trabajo en conjunto ya que a esta edad la mayoría de personas poseen un núcleo familiar a su cargo.

CONTENIDO**1. ¿Cómo califica el desempeño de la cooperativa hasta esta fecha?**

Objetivo: conocer la satisfacción de los asociados/as con respecto al desempeño de la Cooperativa.

Desempeño de la Asociación Cooperativa		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	8	20
Muy Bueno	25	63
Bueno	7	18
Deficiente	0	0
Total	40	100

Desempeño de ACOARCATAO de R.L**Interpretación:**

La mayoría de los asociados se encuentran satisfechos con los servicios proporcionados y con todo el conjunto de políticas administrativas establecidas que les ha permitido alcanzar la solidez necesaria para depositar la confianza en dicha organización. Por lo tanto el proyecto de creación del agroservicio cuenta con el mismo respaldo de las personas.

2. ¿Cuánto tiempo tiene de ser miembro de la cooperativa?

Objetivo: conocer el tiempo de permanencia de los asociados en la Cooperativa

Tiempo de ser miembro de la Asociación cooperativa		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	3	8
1 - 2 años	17	43
Más de 3 años	20	50
Total	40	100



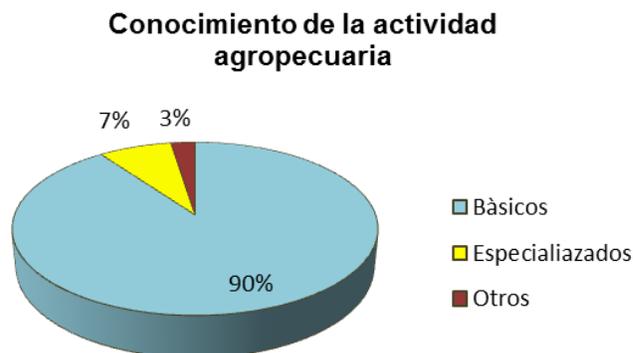
Interpretación:

La mayoría de los asociados sobrepasan los tres años de permanencia dentro de la Asociación lo que nos indica la solidez y confianza con la cuenta ACOARCATAO DE R.L. como Institución financiera dispuesta a ayudar a los pobladores con sus proyectos personales.

3. ¿Posee conocimientos de la actividad agropecuaria?

Objetivo: conocer el grado de conocimientos agropecuarios que tienen los asociados.

Conocimiento de la actividad agropecuaria		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Básicos	36	90
Especializados	3	8
Otros	1	3
Total	40	100



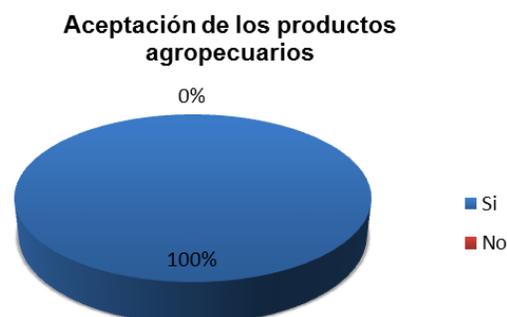
Interpretación:

Como muestran los datos los asociados tienen un conocimiento básico de la agricultura esto se debe a que la mayoría de las personas aprenden a realizar estas actividades agrícolas porque les sirve como medio de subsistencia debido a la falta de fuentes de ingresos a esto podemos agregarle que muchos de estos conocimientos son transmitidos de una generación a otra. Lo que nos ayuda a reforzar la idea de la necesidad de contar con ayuda técnica para desarrollar de mejor manera la labor productiva.

4. ¿Considera que los productos agropecuarios tienen buena aceptación por parte de los consumidores?

Objetivo: conocer la percepción que tienen los asociados con respecto a la aceptación de los productos agropecuarios.

Aceptación de los productos agropecuarios		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100
No	0	0
Total	40	100



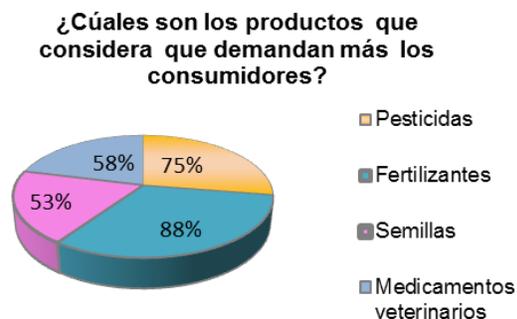
Interpretación:

De acuerdo a la percepción de los asociados los productos agropecuarios cuentan con una amplia aceptación entre los pobladores esto es debido a la vocación agrícola de la zona tanto para consumo de las familias como para comercializarse en el mercado. Esta amplia y contundente respuesta nos ayuda a reforzar la idea de la necesidad de que exista un agroservicio dentro del municipio de Arcatao.

5. ¿Cuáles son los productos que considera que demandan más los consumidores?

Objetivo: identificar el grupo de productos agropecuarios que los asociados consideran que tienen mayor demanda.

Apreciación de productos Agropecuarios que más se demandan		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Pesticidas	30	75
Fertilizantes	35	88
Semillas	21	53
Medicamentos veterinarios	23	58
n = 40		



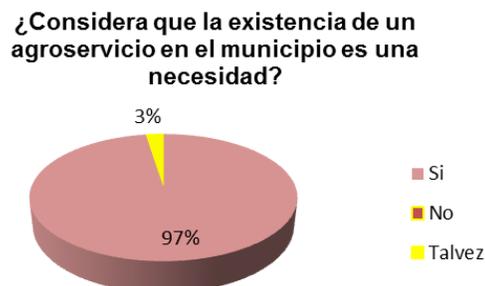
Interpretación:

Un alto porcentaje de los asociados consideran que son los fertilizantes y pesticidas los insumos más ampliamente utilizados por los pobladores lo que nos indica que la mayoría de los habitantes se dedican a la agricultura con excepción de la semillas que aunque es un alto porcentaje el que considera que es un insumo necesario no es el más primordial esto debido a que el gobierno como parte de su ayuda a la agricultura proporciona una cierta cantidad de semilla a los agricultores de la zona. Otro dato importante es que ninguno de los productos presentados en la encuesta obtuvo menos de la mitad de su apreciación lo que nos puede indicar que la mayoría de los asociados considera importante la existencia de cada uno de estos insumos como parte del agroservicio.

6. ¿Considera que la existencia de un agroservicio en el municipio es una necesidad?

Objetivo: verificar si los asociados consideran primordial la creación de un agroservicio en el municipio.

¿Considera que la existencia de un agroservicio en el municipio es una necesidad?		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	97
No	0	0
Talvez	1	3
Total	40	100

**Interpretación:**

Los asociados consideran que la apertura de un agroservicio es una necesidad para el municipio y sus habitantes. Porque así podrían adquirir sus productos agrícolas ahorrándose tiempo y dinero debido a que ya no tendrían que trasladarse a otros municipios para poder comprar dichos productos. Razón por la cual el proyecto de la creación del agroservicio les parece muy atractivo.

7. ¿Estaría dispuesto a apoyar la iniciativa de la creación de un agroservicio en el municipio?

Objetivo: determinar la disposición que tienen los asociados hacia la creación del agroservicio.

Disposición de apoyo a la iniciativa del agroservicio		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100
No	0	0
Total	40	100



Interpretación:

El total de los asociados consultados está de acuerdo en la creación del agroservicio dentro del municipio de Arcatao, lo que le da un gran impulso al proyecto ya que cuenta con la aprobación y apoyo de todos los miembros para impulsar este proyecto de negocio que vendría a beneficiar a muchas familias dedicadas a la agricultura, ganadería y otras actividades relacionadas.

8. ¿Cuál sería su aporte para la creación de un agroservicio en el municipio?

Objetivo: identificar los recursos que están dispuestos a brindar los asociados para apoyar la creación del agroservicio.

Aporte para la creación del agroservicio		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Recursos económicos	3	8
Recursos materiales	1	3
Conocimientos en el área	3	8
Tiempo	23	58
Otros	14	35
n = 40		



Interpretación:

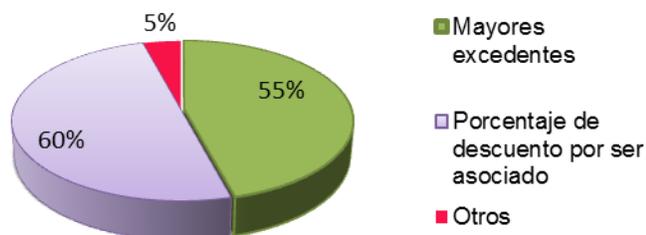
Los asociados cuentan con toda la voluntad para impulsar el proyecto, lo que vemos reflejado en sus respuestas ya que en su gran mayoría están dispuestos a dar de su tiempo en diferentes actividades que se irán desarrollando para la creación del agroservicio. Ese sentimiento de compromiso es importante y se ve reflejado en que todos están dispuestos a colaborar para poder llevarlo a cabo.

9. ¿Cuál sería el principal beneficio que le gustaría recibir con el establecimiento de un agroservicio?

Objetivos: determinar el principal beneficio que esperan recibir los asociados con la creación del agroservicio.

Principal beneficio esperado		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mayores excedentes	22	55
Porcentaje de descuento por ser asociado	24	60
Otros	2	5
n = 40		

Principal beneficio que les gustaria recibir

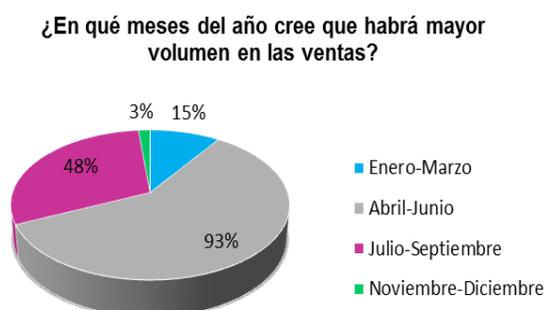
**Interpretación:**

Más de la mitad de los asociados prefieren obtener los productos a precios bajos por eso optan por descuentos en los insumos agrícolas, pero otra parte también considerable desean obtener mayores excedentes lo que representa una motivación para seguir con la iniciativa de creación del agroservicio.

10. ¿En qué meses del año cree que habrá mayor volumen en las ventas?

Objetivo: determinar los meses que los asociados consideran que habrá mayor demanda de productos agropecuarios.

Meses en los que se cree habrá mayores ventas		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Enero-Marzo	6	15
Abril-Junio	37	93
Julio-Septiembre	19	48
Noviembre-Diciembre	1	3
n = 40		



Interpretación:

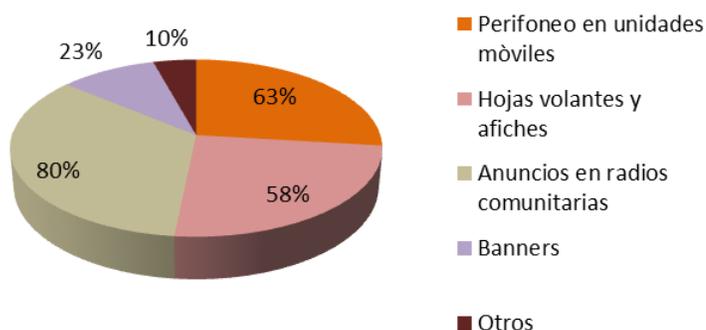
Gran parte de los asociados considera que la época de invierno influye para que en los meses de abril a junio la demanda de los productos agrícolas se incremente así también los tipos de cultivos que se dan en esta temporada como lo es el maíz, el frijol, el maicillo y el arroz. Sin embargo la situación es diferente para las personas que se dedican a la ganadería ya que el ganado y otros animales de crianza necesitan de alimentos y medicamentos constantemente. Por lo tanto será importante diseñar estrategias de venta para incentivar a los consumidores durante los otros meses.

11. ¿Qué actividades considera adecuadas para promocionar el agroservicio?

Objetivo: identificar la forma adecuada de promocionar el agroservicio.

Actividades adecuadas para promocionar el agroservicio		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Perifoneo en unidades móviles	25	63
Hojas volantes y afiches	23	58
Anuncios en radios comunitarias	32	80
Banners	9	23
Otros	4	10
n = 40		

Actividades consideradas adecuadas para promocionar el agroservicio



Interpretación:

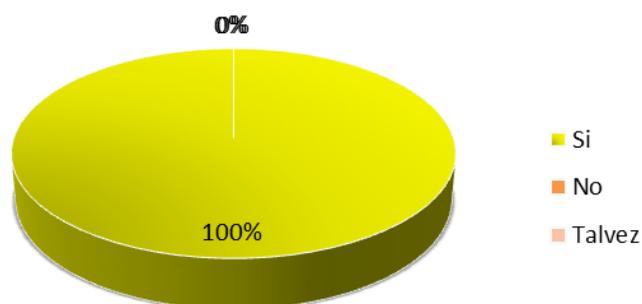
Gran parte de los asociados manifestaron que la mejor forma para realizar la promoción del agroservicio es a través de anuncios en radios comunitarias esto debido a que están bastante identificados con las radios que transmiten en las zonas aledañas tales como la radio Sumpul que transmite desde Guarjila y la radio de Arcatao. Pero también opinan que se debe hacer publicidad por medio de perifoneo en unidades móviles para llegar a las personas que no utilizan la radio como medio de comunicación o que en su caso no pueden leer. Además las personas consideran que las hojas volantes y afiches serian una buena alternativa para llamar la atención de los clientes potenciales.

12. ¿Considera que tendrá algún beneficio para la comunidad la creación del agroservicio?

Objetivo: conocer la opinión de los asociados sobre los beneficios sociales del proyecto.

Beneficio para la comunidad		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100
No	0	0
Talvez	0	0
Total	40	100

¿Considera que tendrá algún beneficio para la comunidad la creación del agroservicio?



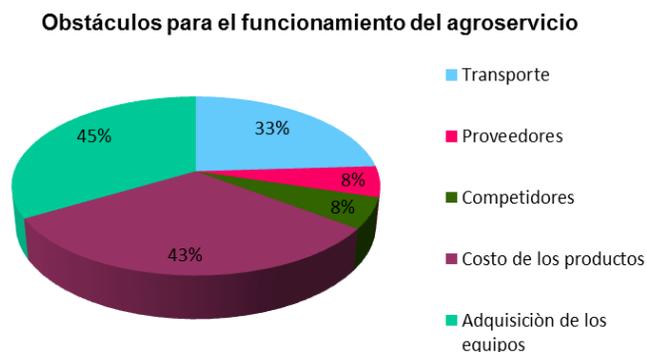
Interpretación:

El total de los asociados está de acuerdo en que la creación del agroservicio representa un beneficio para todo el municipio ya que en primer lugar promoverá el desarrollo económico de Arcatao incentivando a la producción así también disminuirá los riesgos y los costos de adquirir los productos en otros municipios ya que con esta alternativa de negocio los insumos los tendrán de forma oportuna y a precios justos.

13. ¿A su criterio que obstáculos piensa que existirían para el funcionamiento del agroservicio?

Objetivo: conocer los obstáculos que los asociados visualizan para el funcionamiento del proyecto.

Obstáculos para el funcionamiento del agroservicio		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Transporte	13	33
Proveedores	3	8
Competidores	3	8
Costo de los productos	17	43
Adquisición de los equipos	18	45
n = 40		



Interpretación:

La adquisición de equipo puede representar el mayor obstáculo para la puesta en marcha del agroservicio por la inversión monetaria de los equipos e instalaciones ya que el proyecto es totalmente nuevo y diferente a la actividad que desarrolla la Cooperativa, además tomando en cuenta que costo del equipo veterinario es alto. El otro obstáculo considerado por los asociados como uno de los mayores inconvenientes para la creación del agroservicio es el costo de los productos debido a que se requiere de gran inversión económica para almacenar y abastecer de productos que demanden los clientes por la naturaleza y precios de cada uno de estos

Cuestionario No. 2:

A continuación se presentan la tabulación, análisis e interpretación de los datos obtenidos con las encuestas realizadas a los clientes potenciales del agroservicio, es decir las personas que se dedican a las actividades agropecuarias del municipio de Arcatao.

DATOS GENERALES

1. Sexo.

Objetivo: conocer el sexo de las personas dedicadas a las actividades agropecuarias del municipio de Arcatao.

Sexo		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	10	12
Masculino	75	88
Total	85	100



Interpretación:

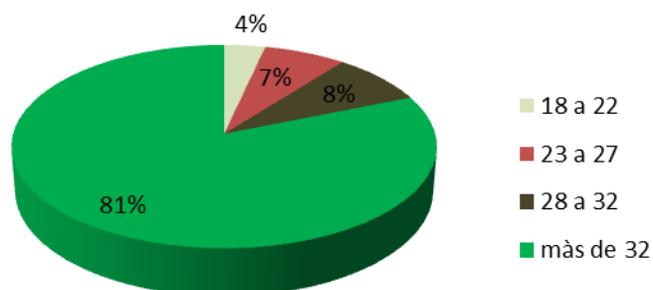
Según los datos obtenidos la mayoría de los que se dedican a la agricultura son del sexo masculino ya que son los hombres como cabeza de hogar los encargados de desarrollar este tipo de actividades de la tierra y las mujeres se dedican principalmente a la crianza de animales domésticos y a tareas del hogar.

2. Edad

Objetivo: conocer las diferentes edades de las personas que se dedican a las actividades agrícolas y pecuarias del municipio.

Edad de Agricultores/as en años

Edad		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18 a 22	3	4
23 a 27	6	7
28 a 32	7	8
más de 32	69	81
Total	85	100



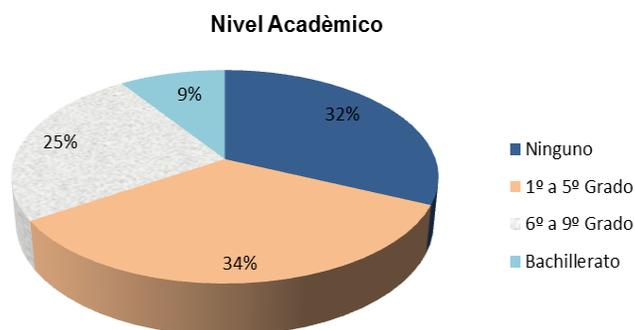
Interpretación:

El mayor porcentaje de los agricultores entrevistados tienen más de 32 años de edad por lo que se pudo observar que en su gran mayoría son personas con experiencia en los procesos de siembra y con conocimiento de los insumos que se necesitan para llevar a cabo su trabajo. Lo que también llama la atención es el hecho de que existe un porcentaje mínimo de jóvenes involucrados actualmente en actividades agropecuarias.

3. Nivel Académico

Objetivo: conocer el nivel académico de la población dedicada a la agricultura y a actividades pecuarias.

Nivel Académico		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	27	32
1º a 5º Grado	29	34
6º a 9º Grado	21	25
Bachillerato	8	9
Total	85	100



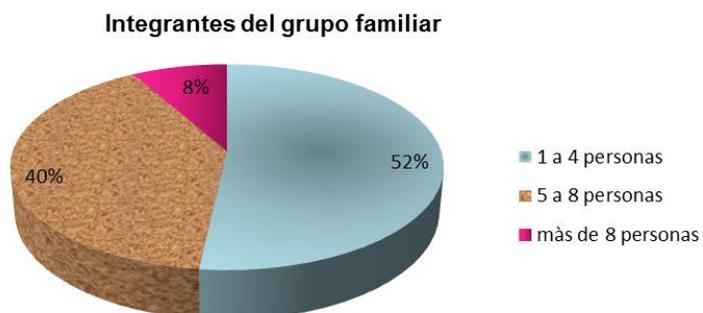
Interpretación:

La mayoría de las personas encuestadas posee un nivel de estudio relativamente bajo esto se puede asociar con la edad ya que como se mostró en el gráfico anterior la mayoría de los agricultores son de edad avanzada por esta razón ellos no tuvieron acceso a la educación por factores como la escasez de recursos económicos, conflictos sociales, falta y distancia de centros educativos en el municipio. Sin embargo vale la pena mencionar que más de la mitad de los encuestados si posee algún grado de estudio y que por lo tanto puede leer y escribir.

4. ¿Cuántas personas integran su grupo familiar?

Objetivo: conocer la cantidad de personas promedio que integran un grupo familiar.

Integrantes del grupo familiar		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1 a 4 personas	44	52
5 a 8 personas	34	40
más de 8 personas	7	8
Total	85	100



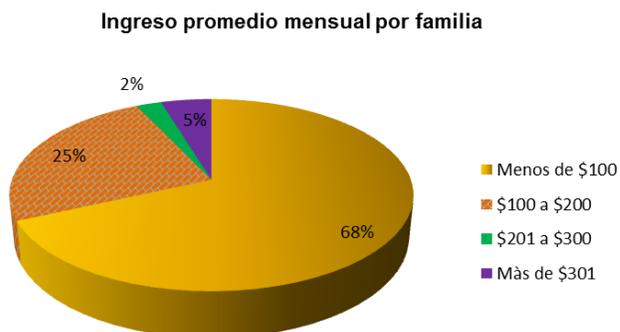
Interpretación:

La gran mayoría de los hogares cuenta con un promedio de 4 integrantes en las familias muchas de ellas debido a que los hijos han crecido y han migrado del municipio. Además el otro porcentaje significativo de familias están integradas por más de 5 personas en parte porque se forman nuevas familias que deciden permanecer juntas en el hogar.

5. Ingreso familiar mensual (promedio)

Objetivo: conocer la capacidad adquisitiva de los clientes potenciales del agroservicio.

Ingreso		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$100	58	68
\$100 a \$200	21	25
\$201 a \$300	2	2
Más de \$301	4	5
Total	85	100



Interpretación:

Según los datos obtenidos la mayoría de las familias en el municipio de Arcatao obtienen como ingreso mensual para solventar sus gastos menos de \$100 puesto que dependen principalmente de la agricultura, ganadería y crianza de animales menores. Sin embargo se debe considerar que este nivel de ingreso no es fijo durante todo el año ya que durante la temporada de cosecha estos se ven incrementados con la venta de los diferentes cultivos y además el gastos en alimentación, transporte y otros gastos no son tan significativos por el nivel de vida de la población, ya que tienen a su alcance los granos básicos producto de la siembra para consumo así como beneficios estatales como lo es el programa de comunidades solidarias y la pensión para el adulto mayor. Es importante mencionar que gran número de familias también reciben ayudas de familiares que residen en el extranjero aunque de forma irregular.

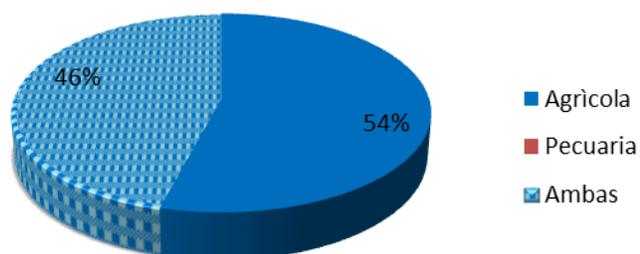
CONTENIDO

1. ¿A qué actividad agropecuaria se dedica?

Objetivo: conocer la actividad productiva a la que más se dedican los pobladores del municipio de Arcatao.

Actividad Agropecuaria

Actividad agropecuaria		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Agrícola	46	54
Pecuaria	0	0
Ambas	39	46
Total	85	100



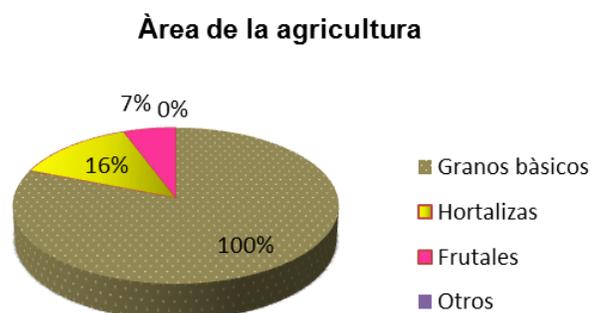
Interpretación:

Es importante destacar que el total de los encuestados se dedican a la agricultura pero no todos tienen ganado y animales de crianza menores; aunque los que se dedican a ambas actividades representan un porcentaje significativo particularmente con vacas, cerdos, cabras que son utilizados en su mayoría para alimentación de las familias así mismo poseen caballos los cuales representan casi una necesidad en el municipio debido a que sirven de medio de transporte.

2. ¿A qué área de la agricultura se dedica?

Objetivo: conocer que área de la agricultura desarrollan más los clientes potenciales del agroservicio y así contar con una idea de los insumos requeridos.

Área de la agricultura		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Granos básicos	85	100
Hortalizas	14	16
Frutales	6	7
Otros	0	0
n = 85		



Interpretación:

Los granos básicos como frijol, maíz y maicillo representan los cultivos más comunes en el municipio esto se debe a que son la base alimenticia en la dieta de la población por lo que poseen gran demanda tanto para su consumo como para la venta. Además de contar con un clima propicio para este tipo de cultivos. En cuanto a hortalizas y frutales los porcentajes son bajos mucho de esto se debe a que no cuentan con los conocimientos e insumos necesarios para desarrollar estas áreas es por eso con el agroservicio se pretende incentivar a los agricultores.

3. ¿Qué tipo de insumos usa con mayor frecuencia?

Objetivo: determinar los insumos que más utilizan los agricultores para trabajar la tierra.

Tipo de insumos		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Pesticidas	79	93
Fertilizantes	75	88
Abonos Orgánicos	11	13
n = 85		



Interpretación:

Casi el total de los encuestados mencionó que los insumos básicos para desarrollar su actividad agropecuaria están representados por los pesticidas que sirven para preparar la tierra antes de la siembra y para la eliminación de plagas; así como los fertilizantes que son necesarios para abonar el cultivo.

4. ¿Con qué frecuencia compra los insumos?

Objetivo: identificar el comportamiento de compra de los clientes potenciales.

Frecuencia de compra de los insumos		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cada 8 días	0	0
Cada 15 días	0	0
Mensual	8	9
Trimestral	16	19
Otros	61	72
Total	85	100

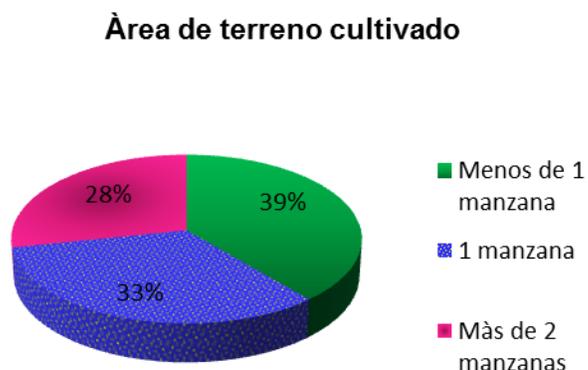
**Interpretación:**

La compra de los insumos agrícolas más utilizados como los pesticidas y fertilizantes se lleva a cabo unas dos a tres veces en el año precisamente en la época de la siembra que son aproximadamente entre los meses de marzo hasta agosto, por esta razón la opción otros representa el mayor porcentaje de las opiniones de los pobladores encuestados. Es importante mencionar que los agricultores compran dichos insumos en una cantidad considerable para que les alcance para todo el periodo de siembra, esto tomado en cuenta factores como el transporte, tiempo y la distancia (principalmente a los que realizan sus compras en Chalatenango) por eso prefieren comprar de una vez aunque esto afecte su economía. Mientras que si existiera un lugar más cerca para realizar sus compras ellos tendrían la oportunidad de programar mejor sus compras y sus gastos.

5. ¿Cuál es el área de terreno que cultiva?

Objetivo: estimar la posible demanda de insumos agrícolas respecto a la medida de terreno cultivado por los clientes potenciales.

Área de terreno que cultiva		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 manzana	33	39
1 manzana	28	33
Más de 2 manzanas	24	28
Total	85	100



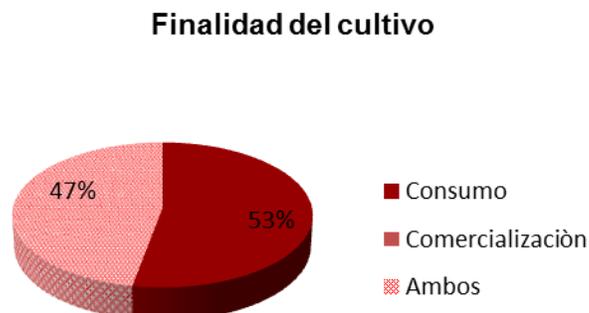
Interpretación:

El área de terreno cultivado en su mayoría es de menos de una manzana, esto debido a que la mayoría no puede ocuparse de mucho más terreno pues en gran parte a la avanzada edad que poseen algunos de ellos y la falta de ayuda de parte de algún otro familiar que pueda encargarse de las tareas de la siembra lo cual demanda tiempo y cuidados. Del otro porcentaje significativo el terreno que se trabaja es mucho mayor a dos manzanas lo que podemos interpretar que son los agricultores que siembran no solo para su consumo sino también para poder comercializarlo. Es importante destacar que la distribución de los porcentajes no representa una gran diferencia entre una opción y otra por lo tanto no hay una tendencia marcada a una área definida de terreno. Lo que sí es importante es que todos los habitantes están activos en las actividades agrícolas y por lo tanto compran productos e insumos agropecuarios, es decir, todos tienen terrenos en los cuales realizan las siembras.

6. ¿Con que finalidad cultiva?

Objetivo: conocer el propósito del trabajo agrícola realizado por los clientes potenciales para tener una idea de la cantidad de insumos y productos agrícolas demandados.

Finalidad del cultivo		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Consumo	45	53
Comercialización	0	0
Ambos	40	47
Total	85	100



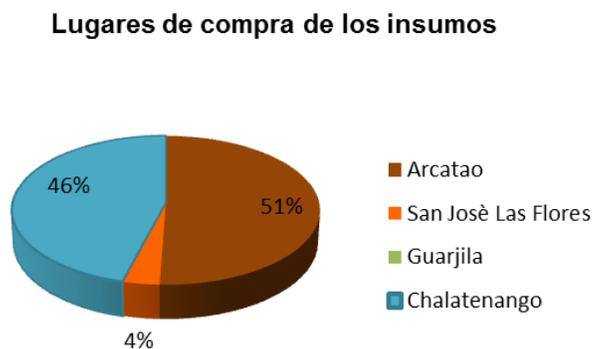
Interpretación:

Según los datos obtenidos más de la mitad de los agricultores utilizan sus cosechas únicamente para el consumo familiar, pero también otro alto porcentaje realiza las siembras agrícolas con el propósito de comercializar el resultado de esta, es decir siembran en mayor cantidad para poder obtener primeramente el sustento de su familia y en segundo lugar lo destinado para la venta y así poder obtener ingresos que les sirve para comprar más insumos y poder sembrar nuevamente.

7. ¿En qué lugares compra sus productos agropecuarios?

Objetivo: conocer el comportamiento de compra de los agricultores con respecto a la cercanía de los lugares de abastecimiento.

Lugares de compra de los insumos		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Arcatao	43	51
San José Las Flores	3	4
Guarjila	0	0
Chalatenango	39	46
Total	85	100



Interpretación:

Según los datos obtenidos la gran mayoría de los agricultores adquieren sus insumos agrícolas dentro del mismo municipio de Arcatao y otro alto porcentaje se desplaza hasta Chalatenango a realizar sus compras, los que lo hacen en Arcatao es debido a la cercanía del lugar ya que de esta manera se evitan inconvenientes de tiempo y transporte principalmente, aunque no siempre encuentran las cantidades o marcas que necesitan por lo tanto otro buen porcentaje de los agricultores prefieren pagar transporte hasta Chalatenango, donde encuentran más variedad de insumos.

8. ¿Cuándo compra los insumos que características toma en cuenta?

Objetivo: identificar las características de compra que son determinantes para los agricultores a la hora de adquirir sus productos.

Características de compra de los insumos		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	52	61
Precio	40	47
Cantidad	2	2
Marca	29	34
Otros	0	0
n = 85		

**Interpretación:**

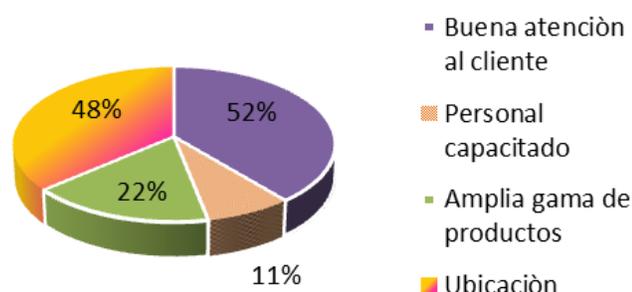
La calidad es uno de los principales atributos que los agricultores buscan a la hora de adquirir sus insumos esto puede ser explicado por la efectividad del producto al momento de ser utilizado ya que le ahorra tiempo y dinero al agricultor. Así como la calidad de los insumos es importante para el buen desarrollo de la siembra también lo es el precio y la marca ya que dichos insumos esencialmente deben contar con un precio accesible a los compradores y a la vez que sea de una marca reconocida en el mercado.

9. ¿En qué aspectos se basa para elegir el lugar donde realizar su compra?

Objetivo: conocer los aspectos más valorados por los clientes potenciales para elegir el lugar donde realizar la compra.

Aspectos para elegir el lugar de compra		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena atención al cliente	44	52
Personal capacitado	9	11
Amplia gama de productos	19	22
Ubicación	41	48
n = 85		

Aspectos para elegir el lugar de compra



Interpretación:

La buena atención es uno de los aspectos fundamentales que los agricultores toman en consideración a la hora de elegir el lugar donde realizar sus compras, ya que de acuerdo a las mismas opiniones de las personas encuestadas aspectos como la comprensión, rapidez, amabilidad e interés son parte de la buena atención que les gusta recibir por parte de las personas que los atiende. Por otra parte la ubicación también forma parte fundamental en la decisión de compra en un lugar específico debido a que como se explicó anteriormente las personas prefieren evitarse gastos de transporte por tener que movilizarse a grandes distancias fuera del municipio.

10. ¿Qué tipo de ganado posee?

Objetivo: identificar cuáles son las especies de ganado más comunes entre los agricultores para tener una idea de las posibles necesidades de productos e insumos.

Tipo de ganado		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Bovino	23	27
Equino	20	24
Porcino	9	11
Caprino	5	6
n = 85		



Interpretación:

Un buen porcentaje de los agricultores también cuentan con ganado bovino y equino principalmente. Tanto las vacas como los caballos representan una gran ayuda para los habitantes ya que como se explicó anteriormente por ser un pueblo que su actividad económica está representada por la agricultura y ganadería, el ganado equino (caballos) son utilizados como transporte para desplazarse en el municipio así como el ganado bovino les brinda productos derivados para su comercialización como leche y otros, así como la misma venta del ganado.

11. ¿Con que frecuencia adquiere productos para el ganado?

Objetivo: conocer la frecuencia de compra de acuerdo a las necesidades del ganado que poseen los potenciales clientes.

Frecuencia de adquisición de productos para el ganado		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	3	4
Quincenal	1	1
Mensual	5	6
Otros	25	29
n = 85		



Interpretación:

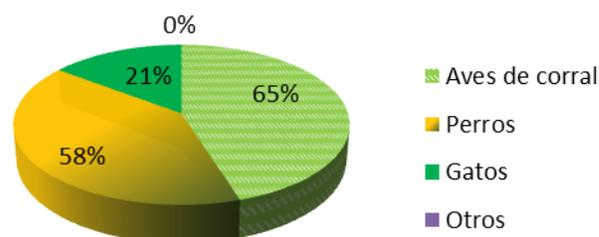
Según estos datos y lo comentado por los encuestados la gran mayoría de dueños de ganado principalmente bovino adquiere los concentrados solo en la época de verano cuando no hay vegetación para alimentarlos, pero en el caso de las vacas que están produciendo leche a estas si se les compra alimento durante todo el año. Sin embargo el ganado no solo demanda alimento sino también medicinas, vitaminas y otros suplementos que se van adquiriéndose de acuerdo a la necesidad. Es por eso que los encuestados están de acuerdo que un agroservicio sería útil para cubrir estas necesidades del ganado.

12. ¿Para qué tipo de animales domésticos compra medicina o alimentos?

Objetivo: conocer los hábitos de compra de los pobladores y la importancia que representa el cuidado de los animales domésticos en sus hogares.

Tipo de animales domésticos para los que compra medicamentos y alimentos		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Aves de corral	55	65
Perros	49	58
Gatos	18	21
Otros	0	0
n = 85		

Tipo de animales domésticos para los que se compra medicamentos y alimentos



Interpretación:

Las aves de corral representan junto con los caninos los principales animales domésticos que existen en la mayoría de los hogares de los encuestados. Las aves de corral principalmente las gallinas forman parte importante como alimento y productoras de derivados como el huevo además de ser comercializadas, por lo cual su cuidado con la alimentación así como con sus medicinas es necesario y es un gasto que realizan los que poseen estos animales.

13. ¿Qué hace cuando su ganado o animales domésticos se enferman?

Objetivo: conocer las acciones que realizan comúnmente los habitantes del municipio cuando su ganado y animales domésticos se enferman.

¿Qué hace cuando su ganado o animales domésticos se enferman?		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ayuda veterinaria	59	69
Remedios casero	17	20
Sacrificarlos	1	1
Otros	8	9
Total	85	100



Interpretación:

Más de la mitad de los encuestados considera que buscar la ayuda veterinaria para el ganado y animales domésticos es la mejor opción ante cualquier emergencia por enfermedad o accidentes. A la vez expresaron que es importante que exista un lugar donde puedan hacer sus consultas veterinarias oportunas así como contar con visitas a domicilio para tratar aquellos animales que por su tamaño o enfermedad es indispensable que sean tratados personalmente por el médico veterinario. La importancia de los animales domésticos (perros, gallinas y otros) así como el ganado (vacas, caballos, cerdos y otros) es grande debido a que forman parte de la vida cotidiana de los pobladores del municipio como medios de transporte, comercialización y consumo.

14. En caso de que existiera asistencia veterinaria en el agroservicio ¿acudiría cuando un animal se le enferma o accidenta?

Objetivo: conocer la disposición de los clientes potenciales para utilizar los servicios veterinarios que proporcionará el agroservicio.

Disposición a utilizar asistencia veterinaria		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	86
No	0	0
Talvez	12	14
Total	85	100



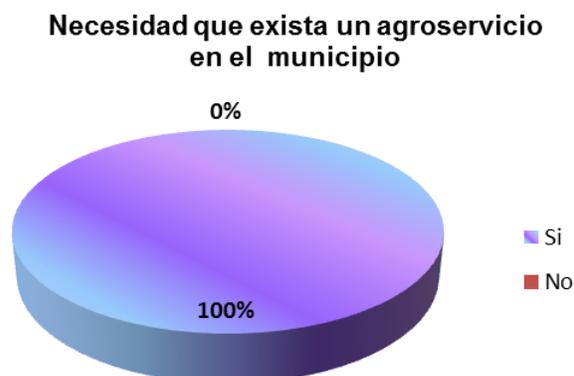
Interpretación:

Como se mencionó en la interpretación anterior la importancia del ganado y los animales domésticos es fundamental para la subsistencia de los pobladores ya que son fuente de alimento, transporte e ingresos. Por lo tanto la existencia de los servicios veterinarios dentro del agroservicio será de mucha ayuda ya que del total de los consultados la mayoría están dispuestos a acudir cuando se presente una emergencia que requiera asistencia veterinaria, y, el porcentaje restante dijo que Talvez acudiría valorando aspectos como la efectividad del servicio, atención al cliente entre otros, estos datos indican que ninguno de los encuestados se cierra totalmente a la posibilidad de acudir de ser necesario.

15. ¿Cree que es necesario que exista un agroservicio dentro del municipio?

Objetivo: conocer si la población en estudio está de acuerdo con la creación de un agroservicio en el municipio.

¿Cree que es necesario que exista un agroservicio dentro del municipio?		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	100
No	0	0
Total	85	100



Interpretación:

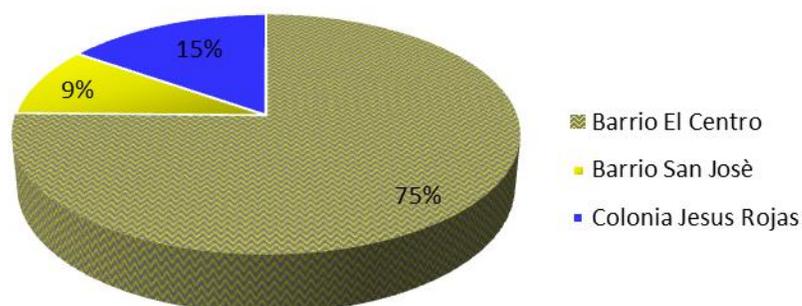
Los pobladores consideran totalmente necesario que exista un agroservicio en la zona. Esto debido a que ya no tendrán que movilizarse a otros municipios o la cabecera departamental (Chalatenango) para poder adquirir sus insumos agropecuarios donde actualmente para viajar deben gastar en pasajes, perder un día completo de trabajo y pagar alimentación lo que les perjudica ya que les aumenta el costo de los productos que adquieren. Con la instalación del agroservicio cerca de sus viviendas los habitantes tendrán un beneficio tanto en ahorro de transporte, alimentación y tiempo así como el beneficio extra de las consultas veterinarias que se piensa estarán en el mismo establecimiento.

16. ¿En qué lugar del municipio le gustaría que estuviera ubicado el agroservicio?

Objetivo: determinar la mejor ubicación geográfica para instalar el agroservicio.

¿En qué lugar del municipio le gustaría que estuviera ubicado el agroservicio?		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Barrio El Centro	64	75
Barrio San José	8	9
Colonia Jesús Rojas	13	15
Total	85	100

Lugar del municipio que les gustaría estuviera ubicado el agroservicio



Interpretación:

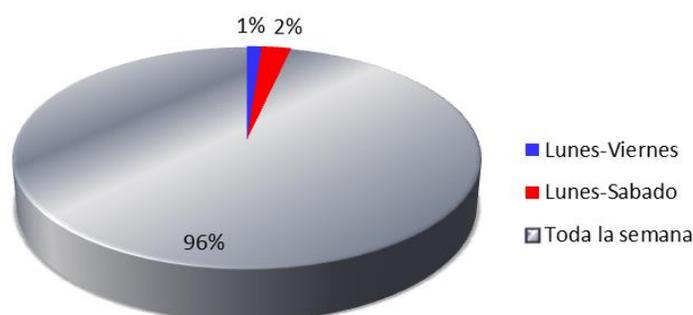
La ubicación del agroservicio dentro del municipio es de gran importancia ya que gran parte de las personas encuestadas consideran que el Barrio El Centro es el lugar más indicado para su instalación esto debido en gran parte a que se encuentra cerca de la Iglesia y la Alcaldía que son los lugares más frecuentados y conocidos por los pobladores, y es además el lugar donde convergen las demás colonias del municipio. Es necesario mencionar que también las oficinas de ACOARCATAO DE R.L. están instaladas en barrio El Centro.

17. ¿Cuál sería el horario más factible para realizar sus compras en el agroservicio?

Objetivo: identificar el horario más adecuado para que los potenciales clientes realicen sus compras.

Horario más factible para realizar las compras		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Lunes-Viernes	1	1
Lunes-Sábado	2	2
Toda la semana	82	96
Total	85	100

Horario más factible para realizar compras



Interpretación:

En cuanto a los horarios la mayoría de las personas encuestadas considera necesario que exista atención de lunes a domingo con el fin de poder adquirir sus insumos agropecuarios y productos veterinarios cuando más los necesiten. Esto es debido a que algunos pobladores viven más alejados en los diferentes cantones y colonias por lo que solo los fines de semana asisten al centro del municipio para realizar sus compras por lo tanto ven importante la posibilidad de abrir de lunes a domingo aunque sea en ciertas horas y cuando algún poblador lo requiera en caso de alguna emergencia veterinaria. Los horarios serán para facilitar la adquisición de los insumos agropecuarios y los demás servicios que se pretenden ofrecer a los pobladores con el fin de que llenar todas sus expectativas.

18. ¿Qué otros servicios le gustaría que le brindaran en el agroservicio?

Objetivo: determinar que otros servicios agropecuarios consideran los clientes potenciales que deben ofrecerse en el agroservicio, debido a la necesidad que tienen de adquirirlos.

¿Qué otros servicios le gustaría que le brindaran en el agroservicio?		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Consultoría veterinaria	76	89
Asesoría Técnica	76	89
Otros	1	1
n = 85		



Interpretación:

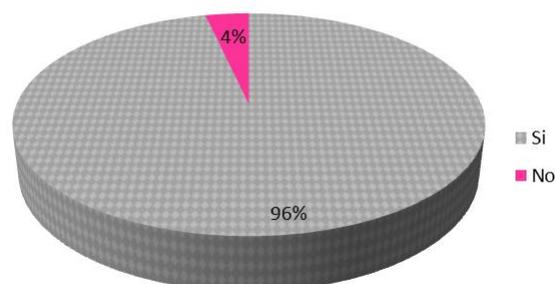
En cuanto a los servicios complementarios los pobladores están claros que necesitan la consulta veterinaria para sus animales domésticos y ganado, pero también consideran que la asistencia técnica brindada por una persona que tenga amplios conocimientos en el área agrícola para mejorar sus cultivos así como para conocer el mejor funcionamiento de los productos que actualmente utilizan es también igual de importante y necesario como un servicio complementario. La asesoría técnica beneficiaría en gran manera pues ayudaría a cultivar de manera más eficiente y a la diversificación de los cultivos. Es importante mencionar que ante la falta de un agroservicio tampoco existen estos tipos de servicios, razón por la cual los pobladores tienen que trasladarse hasta Chalatenango para poder obtener un poco de asesoría la cual no les satisface totalmente, por lo tanto el agroservicio vendría a cubrir estas necesidades.

19. ¿Le gustaría que el área veterinaria contara con servicio a domicilio?

Objetivo: conocer la aceptación y demanda del servicio veterinario a domicilio como un complemento a la venta de insumos y productos agropecuarios.

¿Le gustaría que tuviera servicio a domicilio el área veterinaria?		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	82	96
No	3	4
Total	85	100

¿Le gustaría que tuviera servicio a domicilio el área veterinaria?



Interpretación:

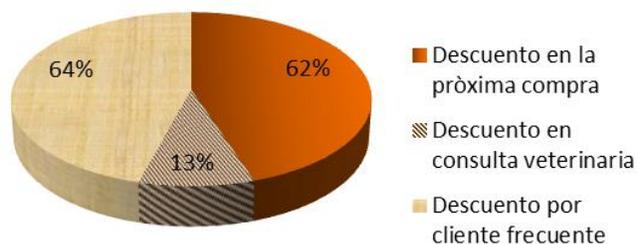
En el caso de contar con asistencia veterinaria en el agroservicio los encuestados opinan que si les gustaría que existiera servicio a domicilio para la atención principalmente de aquellos animales de gran tamaño los cuales es necesario sean atendidos personalmente por el médico veterinario y diagnosticados correctamente. Algunos pobladores comentan que actualmente cuando buscan dicha asistencia deben hacer las consultas por teléfono pero este método no es el más adecuado debido a que pueden confundirse los síntomas y agravar el problema. Por lo tanto se considera que es necesario que la consulta veterinaria además de ser brindada de manera personal en el agroservicio también sea brindada a domicilio en casos de emergencia. El otro porcentaje que mencionó que no requiere del servicio a domicilio en el área veterinaria se debe en gran medida al hecho de no poseer animales grandes como caballos, vacas y otros, por lo tanto no necesitan de estos servicios específicamente o se dedican exclusivamente a la agricultura.

20. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que hubieran por la compra de sus productos?

Objetivo: determinar el tipo de beneficio que más les gustaría recibir a los clientes potenciales por la compra de sus productos.

Promociones en las compras de productos		
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Descuento en la próxima compra	53	62
Descuento en consulta veterinaria	11	13
Descuento por cliente frecuente	54	64
n = 85		

Promociones por compra de productos



Interpretación:

El mayor porcentaje de los encuestados considera que los descuentos que más les beneficiarían son los aplicados a sus compras de insumos agrícolas esto debido a que son los más básicos para la siembra y por lo tanto un ahorro en cada uno de ellos les permitiría en alguna medida tener la posibilidad de comprar más semilla, fertilizantes o algún otro insumo que ellos consideren necesario. La mayoría de los pobladores consultados explicaban que debido a que los precios de los insumos ya están establecidos ellos no pueden más que comprar a esos costos establecidos por el mercado pero que si en el agroservicio que se pretende ubicar en el municipio encontraran lo necesario, más cerca de sus casas y con algunos incentivos de descuentos en las compras estarían dispuestos a adquirirlos con agrado. Por lo que el agroservicio debe contar con precios competitivos y descuentos por compras realizadas por los pobladores como una manera de beneficiar a los que prefieran adquirir sus productos en el agroservicio, premiando la preferencia y dando a conocer la calidad de los insumos que serán ofrecidos.

2.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLAS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L., DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

Para contar con un análisis más completo es necesario clasificarlo en las áreas básicas de un estudio de factibilidad como lo son: área de mercado, técnica y económica.

2.5.1 Área de mercado

En esta área se han identificado aspectos relacionados a la mezcla de marketing: producto, precio, plaza y promoción; para lo cual se ha tomado en cuenta la información obtenida a través de las entrevistas y encuestas.

a) Mercado Meta

El mercado meta estará comprendido por hombres y mujeres con edades de 32 años en adelante que realizan actividades agrícolas, ganadería y crianza de animales domésticos, con ingresos mínimos mensuales de \$100.

b) Producto

Con base a las necesidades de los habitantes el agroservicio ofrecerá productos como fertilizantes, herbicidas, insecticidas, funguicidas, alimentos balanceados para animales domésticos, concentrados para animales de granja y ganado. De igual manera pondrá a disposición servicios complementarios como asesoría técnica por parte de un agrónomo y consulta veterinaria tanto en el local como a domicilio cuando sea necesario. Con esto se pretende beneficiar a los agricultores y ganaderos por que podrían adquirir los productos a precios competitivos y de calidad permitiendo con ello ahorrar tiempo y dinero.

c) Precio

Las personas que se trasladan a Chalatenango a comprar sus productos lo hacen en gran medida por que los precios son más bajos en comparación con los que se ofrecen en Arcatao ya que los que venden estos productos dentro de este municipio se aprovechan de la poca competencia para incrementar los precios hasta un 35% del precio sugerido. Por lo tanto en situaciones de emergencia las personas se ven obligadas a adquirirlos a precios elevados es por eso que como se muestra en los resultados de la pregunta No.8 del cuestionario dirigido a los clientes potenciales el precio es una de las características que consideran importantes para elegir los productos. Por lo que los precios del nuevo agroservicio deben ser competitivos y justos dentro del mercado agropecuario.

d) Plaza o Distribución

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta dirigida a los clientes potenciales el lugar considerado como la mejor ubicación para el establecimiento del agroservicio es el barrio El centro ya que sería más accesible para que la mayoría de los pobladores realicen sus compras. El local debe estar distribuido adecuadamente con espacios suficiente tanto para la sala de ventas donde las personas puedan observar la variedad de productos así como un lugar adecuado para almacenarlos. En cuanto a la forma de hacer llegar los productos y servicios al cliente será directamente al consumidor final es decir que el cliente llegará hasta el establecimiento para realizar la compra y solo en el caso del área veterinaria existirá el servicio a domicilio cuando el cliente así lo solicite.

e) Promoción

De acuerdo a la opinión de los asociados la mejor forma de realizar la publicidad para el agroservicio es por medio de anuncios en las radios comunitarias esto debido a que es un medio de comunicación muy escuchado por los habitantes del municipio y que está al alcance de todas las personas sin importar su nivel académico también se considera adecuado dar a conocer los servicios por medio de perifoneo en unidades

móviles y publicidad impresa a través de hojas volantes y afiches distribuidas en todos barrios, colonias, cantones y caseríos del municipio

2.5.2 Área técnica

Para el desarrollo de la investigación y en lo correspondiente al área técnica se tomó de base las visitas de campo realizadas en el municipio de Arcatao y en las instalaciones de ACOARCATAO de R.L. en las cuales se recopiló información en cuanto a terrenos, instalaciones, equipo, mobiliario y otros recursos disponibles para el funcionamiento del agroservicio.

a) Localización de la planta

Actualmente la Asociación Cooperativa realiza sus actividades en un local que se encuentra ubicado en el barrio El Centro del municipio este local es utilizado a través de un comodato acordado para diez años, pero debido a que dicha instalación no es amplia para considerarlo como posible alternativa para ubicar el agroservicio por lo que se debe buscar un lugar separado a la cooperativa tomando en cuenta que la opinión de la mayoría de los encuestados considera que el negocio debería también estar ubicado en el Barrio El Centro por tener accesibilidad y estar cerca de lugares importantes como Alcaldía Municipal, iglesia, farmacia y casa comunal donde concurren muchas personas por lo tanto debe ser un lugar amplio con las condiciones necesarias para almacenar y distribuir los productos.

b) Tamaño de la planta

De acuerdo al comportamiento que se pudo percibir de los clientes potenciales la demanda de los agroquímicos tiene periodos de alza principalmente en la temporada de invierno donde los agricultores aprovechan para sembrar sus cultivos, actualmente el comportamiento de compra es guardar provisiones de estos agroquímicos debido a la distancia y la dificultad para obtenerlos, pero con el agroservicio los agricultores están dispuestos a distribuir sus compras para el cuidado de los cultivos manteniéndose así más estable la demanda durante esta época.

Por otra parte en el caso de los que se dedican a la ganadería, crianza de aves de corral y tienen animales domésticos la situación es diferente ya que tienen que invertir en alimentos, medicamentos e insumos para mantener los terrenos con pastos limpios de maleza y plagas por lo tanto el agroservicio debe proveer productos de calidad y a precios accesibles durante todo el año. Por lo tanto la capacidad del proyecto será determinada por la cantidad de productos a ofrecer.

c) Ingeniería del proyecto

Ya identificadas las necesidades de los clientes potenciales en cuanto a productos agropecuarios será necesario realizar las negociaciones respectivas con los proveedores adecuados quienes provean productos de calidad y a un precio razonable para ofrecerlo al mercado, una vez se tengan los productos listos y debidamente almacenados los clientes tendrán que llegar hasta el agroservicio para efectuar sus respectivas compras quienes además podrán recibir asesoría técnica y veterinaria así como atendidos por el personal idóneo. Como se mencionó anteriormente en la localización la actual planta donde funcionan ACOARCATAO de R.L solamente esta reducido a un pequeño espacio donde está la oficina equipada con el mobiliario más básico como computadora, escritorio, archivero, mesa y sillas.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los asociados de la cooperativa se identificó que existen personas con conocimientos especializados en el área agrícola y pecuaria dispuestos a brindar parte de su tiempo para apoyar la iniciativa de creación del agroservicio.

2.5.3 Área económica-financiera

Por medio de las entrevistas realizadas se conoció que ACOARCATAO de R.L posee liquidez económica para cumplir con sus obligaciones. Además se conoció que los gastos de la cooperativa son bajos porque solo incluye los servicios básicos de agua y luz y honorarios.

2.5.4 Análisis FODA

MATRIZ FODA DE LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN ACOARCATAO DE R.L.	
FACTORES EXTERNOS	
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ACOARCATAO tiene prestigio y aceptación en la población de Arcatao por lo tanto tienen credibilidad en sus proyectos. ▶ La Asociación cooperativa cuenta con el apoyo total de sus asociados para impulsar el proyecto y llevarlo a cabo. ▶ Es un proyecto con enfoque social porque pretende beneficiar tanto a los asociados como a los usuarios del agroservicio con precios razonables. ▶ Se cuentan con los recursos económicos y humanos para llevar a cabo el proyecto de la creación de un agroservicio.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ▶ La Asociación Cooperativa no cuenta con un local propio para ubicar el agroservicio ▶ No se cuenta con bienes muebles y equipo disponibles para utilizarlos en el agroservicio ▶ Falta de experiencia en la comercialización de productos e insumos agropecuarios ▶ Pocas personas con conocimientos especializados en la agricultura y ganadería.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Es un municipio dedicado en gran medida a la agricultura, crianza de animales domésticos y ganado. ▶ Existe una gran aceptación del proyecto de parte de la población del municipio. ▶ La alimentación de los pobladores depende en gran parte de sus propios cultivos. ▶ Hay pocos lugares en el municipio que vendan insumos agrícolas y los que hay no cuentan con todo lo necesario ▶ Existen lugares idóneos para la ubicación del agroservicio dentro del municipio. ▶ Poca competencia de agroservicios en los municipios aledaños.
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cada vez se vuelve menos la cantidad de personas que cultivan la tierra por diferentes factores que afectan este trabajo tan digno e importante para la alimentación de la población. ▶ El aspecto climatológico que afecta a los agricultores ya que algunos optan por no cultivar para no tener pérdidas. ▶ Algunos precios de insumos difícilmente se pueden mejorar debido a que los productos en algunos casos son importados y por lo tanto se paga impuestos. ▶ Dotación de paquetes agrícolas por parte del gobierno y Alcaldía Municipal. ▶ Falta de interés de las nuevas generaciones por los trabajos agropecuarios.

CONCLUSIONES

- A. La mayoría de la población se dedica a cultivar la tierra, ganadería y crianza de otros animales por lo que existe una gran demanda de productos e insumos agropecuarios. Sin embargo los lugares de venta de productos agropecuarios que existen en el municipio no satisfacen la demanda de las personas, pues solo se dedican a la comercialización de productos en pequeñas cantidades y con poca diversidad, únicamente en la época de siembra lo que repercute en el precio de estos productos e insumos.
- B. Para el establecimiento de un negocio que se dedique a la venta de productos agrícolas y veterinarios es necesario cumplir con requisitos técnicos como el tamaño, localización, ingeniería y organización humana y jurídica.
- C. Los agricultores en su mayoría se limitan a cultivar en el área de granos básicos ya que no cuentan con el apoyo y asesoría técnica para desarrollar las otras áreas de la agricultura. Además los habitantes poseen también aves de corral y animales domésticos, que se preocupan por el cuidado de estos, ya que cuando un animal se enferma su reacción es buscar ayuda veterinaria pero esto lo hacen con personas con conocimientos empíricos y que no siempre pueden satisfacer su necesidad lo que provoca en algunos casos el deterioro de la salud del animal así como pérdidas económicas para los propietarios.
- D. La Asociación Cooperativa cuenta con el total apoyo de sus asociados, los cuales están dispuestos a brindar el tiempo para contribuir a la iniciativa del agroservicio, por otra parte la población en general ve positiva esta idea, además ACOARCATAO posee disponibilidad de los recursos económicos lo que dará un impulso al proyecto.

RECOMENDACIONES

- A. Evaluar el mercado de productos agropecuarios en el municipio de Arcatao que permita conocer las características, usos y preferencias de los productos, y a la vez que contribuya en la determinación de la oferta y demanda idónea.

- B. Realizar un estudio técnico que comprenda las áreas de tamaño, localización, ingeniería y organización humana y jurídica para el adecuado funcionamiento del agroservicio.

- C. Estudiar las posibilidades de obtener el personal especializado como un agrónomo o médico veterinario para capacitar e incentivar a los agricultores a diversificar sus cultivos y mejorar las opciones de salud de sus animales.

- D. Realizar un estudio económico para determinar los costos, gastos e inversiones que generará la puesta en marcha del proyecto de creación del agroservicio, así como evaluar el beneficio y rentabilidad del mismo.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN AGROSERVICIO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE AHORRO, CRÉDITO, APROVISIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN “PADRE NICOLÁS ALVARENGA” DE ARCATAO DE R.L (ACOARCATAO), DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

IMPORTANCIA

En el mundo cambiante en que vivimos las oportunidades de negocio deben ser cada vez más analizadas desde el punto de vista del inversionista, debido a ciertos factores que rodean los proyectos de inversión como por ejemplo la disponibilidad de recursos, demanda y necesidades del mercado y los efectos que estos tendrán en una población determinada, es por ello que los estudios de factibilidad han tomado mayor relevancia en el área proyectos ya que el inversionista tiene una perspectiva más amplia de las posibilidades de éxito y de las estrategias a seguir para que dicho proyecto sea sostenible y rentable en el horizonte del tiempo. Y de esta manera complementar sus expectativas con la realidad.

OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad que permita evaluar los aspectos de mercado, técnicos y económicos para contribuir a la creación de un agroservicio en el municipio de Arcatao.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar las variables producto y precio así como la oferta y demanda de los productos e insumos agropecuarios a través de un estudio de mercado.
- ✓ Determinar los recursos técnicos necesarios para la creación de un agroservicio tales como localización, capacidad, distribución de la planta, equipos y tecnología así mismo el recurso humano.
- ✓ Cuantificar el monto de los recursos a utilizar en la realización del proyecto del agroservicio así como su rentabilidad

3.1 ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1 Filosofía Empresarial

Nombre Comercial: AGROVETERINARIA “LA FRONTERA”

Lema: “Calidad y confianza en familia”

Logotipo:



Misión:

“Satisfacer las necesidades de productos y materiales de uso agropecuario destinados a la sanidad y alimentación de los animales y cultivos de nuestros clientes, ofreciéndoles servicios agrícolas y veterinarios de calidad además de una excelente atención”

Visión:

“Ser una empresa líder en la provisión de productos, materiales y servicios agropecuarios de la zona norte de El Salvador, que ayude a sus clientes a obtener la mayor eficiencia productiva agropecuaria, brindando asesoramiento agrícola y veterinario de excelencia, trabajando con enfoque ético y profesional en el desarrollo de todas las actividades”.

Valores:

- ▶ Respeto
- ▶ Amabilidad
- ▶ Responsabilidad
- ▶ Honestidad
- ▶ Trabajo en equipo
- ▶ Compromiso con la Comunidad y Empleados.
- ▶ Justicia y Equidad.
- ▶ Ética
- ▶ Proactividad.

Políticas:

- ▶ Brindar a los clientes un servicio profesional y eficaz, a través de la comprensión e interés en sus necesidades.
- ▶ Proveer en cada puesto de trabajo al recurso humano mejor preparado haciendo prevalecer siempre el interés de los clientes.
- ▶ Mantener los precios de los insumos agropecuarios accesibles y justos.
- ▶ Garantizar que los empleados conozcan las actividades y responsabilidades que el puesto amerite.
- ▶ Desarrollo continuo al recurso humano de la empresa a través de programas de capacitación.
- ▶ Establecer relaciones con los proveedores que brinden productos de calidad, variedad y a precios razonables
- ▶ El servicio veterinario a domicilio será principalmente en casos de emergencia en los cuales exista dificultad para trasladar el animal hasta La Agroveterinaria.
- ▶ Los incentivos por las compras serán descuentos por clientes frecuentes, considerando como cliente frecuente aquel que realice como mínimo tres compras al mes con un monto de \$5.00 en adelante cada una.

3.1.2 Definición del servicio

AGROVETERINARIA “LA FRONTERA” pretende iniciar con algunos de los productos agropecuarios debido a que será un negocio nuevo en esta área, para ofrecer variedad de productos, presentaciones y marcas será necesario con el tiempo adaptarse a las necesidades de los clientes hasta lograr ampliar su gama de productos.

AGROVETERINARIA LA FRONTERA iniciará comercializando los siguientes productos:

Productos agropecuarios
Fertilizantes
Fertilizantes 16-20-0 y sulfato de amonio
Fertilizantes Líquidos (Bayfolan Forte)
Plaguicidas
Insecticidas (Monarca)
Herbicidas (Paraquat)
Fungicidas (Mancozeb)
Productos veterinarios
Antibacterianos (Oxitetraciclina)
Antiparasitarios (Ivermectina)
Antiinflamatorios (flunixin)
Antidiarreicos (Kaovet)
Vitaminas (warit-b)
Alimento para ganado
Alimento para mascotas y aves

Formula quimica grado 16-20-0



Es utilizada en las etapas iniciales del cultivo, ya que promueve la formación de raíces y el crecimiento de las plantas, lo cual es ideal para los cultivos de cereales como el Maíz y el Frijol. También ayuda al crecimiento de los frutos de estos cereales, por lo que también se recomienda su uso en la etapa inicial del crecimiento.

Sulfato de amonio



Es un fertilizante nitrogenado que contiene 21% de Nitrógeno y 24% de Azufre. Su composición garantiza un crecimiento vigoroso y verdor intenso en los cultivos donde se utiliza bajo condiciones recomendadas para su uso.

Fertilizantes líquidos (Bayfolan Forte)



Es una fórmula especial concentrada de nutrimentos que contiene vitaminas y fitohormonas, actúa estimulando los procesos metabólicos de las plantas, vigorizándolas al proporcionarles los nutrimentos indispensables para su buen desarrollo, la planta los aprovecha íntegramente y su efecto se manifiesta en cultivos vigorosos y cosechas más abundantes y de calidad.

Insecticidas (Monarca)



Monarca ® 112,5 SE es una mezcla de dos ingredientes activos con acción sistémica y de contacto, de largo efecto residual, para el control de cuncunillas, minahojas, áfidos y langostinos en remolacha.

Herbicidas (Paraquat)



El paraquat es un herbicida químico que se utiliza para el control de una amplia variedad de malas hierbas (plantas no deseadas) en más de 100 cultivos, entre ellos los cereales, las oleaginosas, las frutas, las verduras y las hortalizas, en todos los climas.

El paraquat ha hecho posibles muchas innovaciones en sistemas de agricultura sostenible, puesto que simplifica la producción de cultivos mediante el control eficaz de las malas hierbas y, al hacerlo, elimina la necesidad de arar para enterrarlas.

Fungicidas (Mancozeb)



Mancozeb 80. Fungicida de multiacción ya que trabaja en diferentes sitios vitales de la célula de los hongos, haciendo prácticamente imposible que estos microorganismos puedan desarrollar resistencia al producto. Mancozeb 80 es un fungicida de contacto que impide la germinación de las esporas e inhibe el desarrollo del tubo germinativo del hongo.

Antibacterianos (Oxitetraciclina)



Oxitetraciclina Calox, antibiótico de amplio espectro con acción prolongada bacteriostático, eficaz contra todas las enfermedades bacterianas de importancia que afectan al ganado, Control y tratamiento de enfermedades infecto contagiosas como: Carbón sintomático, carbón bacteridiano, edema maligno, septicemia hemorrágica, leptospirosis, actinomicosis, infecciones del ombligo, glándula mamaria, piel o las pezuñas y en general cualquier infección de los aparatos respiratorio, digestivo o genitourinario en bovinos, ovinos, caprinos, equinos, porcinos y caninos

Antiparasitario (Ivermectina)



Ectoparasiticida y endoparasiticida sistémico y de contacto. **Eficacia principal contra:** miasis, gusaneras, piojos, ácaros, garrapatas, moscas, helmintos nematodos. Es usada como antiparasitario, únicamente por orden médica y bajo control médico profesional.

Antiinflamatorios (Flunixin)



En équinos, el producto está indicado para el alivio de la inflamación asociada a trastornos musculoesqueléticos agudos. En bóvinos, el producto está indicado como adyuvante de la terapia antibacteriana para reducir los signos clínicos de la inflamación aguda en casos de enfermedad respiratoria infecciosa. En cerdos MMA, inflamaciones

agudas y crónicas del aparato locomotor. Y en caninos en lesiones antiinflamatorias del aparato locomotor, miositis, osteítis, artritis, tendinitis, sinovitis. Shock endotóxico. Coadyuvante de parvovirus canina.

Antidiarreico (Kaovet)



Antidiarreico, quimioterápico, protector de mucosas.

Vitaminas (Warit-B)



El complejo vitamínico B forma un grupo de muchas vitaminas heterogéneas que son componentes de cofermentos, los cuales actúan como reguladores en los procesos asimilativos generales.

Alimento para ganado



Concentrado alimenticio para ganado bovino de engorde, para mezclar con granos, forrajes y melaza de caña. El alimento de inicio se ofrece los primeros 15 días de llegados los animales al corral de engorda. El alimento de mitad de engorde se ofrece hasta que los animales alcancen 370 kg de peso vivo, esto puede ocurrir dependiendo de la raza en 50 días, de iniciar con el alimento de mitad de engorda. El alimento de finalización se ofrece después de los 370 kg hasta el sacrificio.

Alimento para mascotas y aves

Los tres tipos principales de alimentos para mascotas son: productos secos, semi-húmedos y enlatados. Estos varían en un número de características como la humedad, el costo, el sabor y la cantidad de nutrición brindada por kilo de alimento. La evaluación de una dieta alimenticia para mascotas debe comprender la consideración de todos estos factores.



Además de la venta de productos agropecuarios AGROVETERINARIA “LA FRONTERA” ofrecerá:

3.1.2.1 Servicios veterinarios:

- Servicios clínicos: tratamiento de animales enfermos y control de enfermedades que limitan la producción.
- Servicios preventivos de enfermedades.
- Suministro de medicamentos, vacunas y otros productos.
- Servicio a domicilio en el área veterinaria.

3.1.2.2 Servicios de asesoría agrícola:

- Prestación de asesoría para la implementación de buenas prácticas agropecuarias.
- Diseño e implementación de planes y mecanismos para el manejo sanitario y fitosanitario.
- Diseño e implementación de planes y mecanismos para el manejo de cosecha y post cosecha.

3.1.3 Definición del mercado:

3.1.3.1 Descripción del mercado consumidor

A través de la historia, el agro ha desempeñado un papel fundamental en la economía del país, debido a su gran aporte al producto Interno Bruto (PIB) que para el año 2013-2014 es del 3% ³¹, en donde las exportaciones de productos agrícolas (café, algodón, maíz, caña de azúcar) son una fuente importante de ingresos y además contribuye a la generación de empleos, principalmente en el área rural.

Una de las prioridades de los gobiernos más recientes ha sido la reactivación del agro, la apuesta del MAG-CENTA, incluye la mejora de las condiciones de vida de los productores, a través de la competitividad de negocios rurales y el encadenamiento agro productivo el cual sienta las bases para el logro de una agricultura rentable, sostenible, moderna y competitiva, e incluye a todos los sectores del campo, en donde el individuo es el centro al que se dirige todo el esfuerzo público y privado. En el caso de Chalatenango esto se pretende lograr a través de las agencias de extensión, ubicadas en La Palma, Chalatenango, Nueva Concepción y Las Pilas, el MAG-CENTA brinda los servicios de extensión y transferencia de tecnologías, así como los beneficios del PAF-seguridad alimentaria y nutricional, así como cadenas productivas, a todo el departamento.³²

En este contexto la existencia de un agroservicio dentro del municipio de Arcatao es una necesidad para los habitantes ya que mediante el recorrido realizado se pudo constatar que no existe ninguno en el municipio. Y la mayoría de los pobladores se dedica a labores agrícolas, a la ganadería y crianza de animales domésticos los cuales son de suma importancia como medio de subsistencia.

Mercados a los cuales se quiere ingresar con el proyecto de Instalación de un Agroservicio:

Mercado Potencial: por medio de AGROVETERINARIA LA FRONTERA, se pretende llegar a aquellos clientes que se dediquen a la agricultura principalmente y que posean

³¹ Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador.

³² Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

ganado o animales de crianzas menores, pero también a los que requieran productos para jardinería, atención y medicinas para mascotas.

Mercado Objetivo: compuesto por los consumidores de insumos agrícolas y veterinarios por ser la principal actividad productiva a la que se dedican. Dentro de este mercado debemos considerar dos tipos específicos:

- a) **Primario:** son aquellos clientes directos, que tienen la decisión de compra y que realizan las actividades de selección y evaluación del establecimiento. Serán los clientes que prefieran comprar por fidelidad.
- b) **Secundario:** conjunto de clientes que, a pesar de utilizar los productos o insumos no se deciden a utilizar el establecimiento para adquirirlos.

3.1.3.2 Características del mercado consumidor

Para poder identificar a los usuarios de insumos agrícolas en el municipio de Arcatao es necesario tener algunas bases para la segmentación de mercados que permitan establecer su perfil, considerando las respuestas del consumidor a los servicios ofrecidos como beneficios buscados, marcas y lealtad, las principales características para este tipo de segmentación son:

► Segmentación geográfica

El mercado para AGROVETERINARIA LA FRONTERA, estará dirigido a la población del departamento de Chalatenango, específicamente para el municipio de Arcatao, estableciéndola como el área geográfica de destino de dicho establecimiento.

► Segmentación demográfica

Para AGROVETERINARIA LA FRONTERA la segmentación demográfica de acuerdo a nuestro estudio será:

- La edad del consumidor: entre el rango de 18 años en adelante, de acuerdo a la información recolectada en las encuestas.
- Género: tomando como referencia el dato recopilado en las encuestas podemos decir, que AGROVETERINARIA LA FRONTERA, no es exclusivamente para

venta de insumos a algún género en específico pero debido a que la agricultura es considerada como tarea pesada la mayoría de los agricultores son del sexo masculino.

- Ingresos: debe existir la preferencia de los clientes a adquirir los insumos en el establecimiento por razones de calidad, buen precio y excelente atención. Por lo tanto los ingresos no son únicamente lo que determina el éxito del negocio ya que si una persona tiene los ingresos para comprar pero no la fidelidad esto afectaría las ventas del agroservicio por eso se tratará de mantener los aspectos de atención al cliente como confianza y fidelidad del mercado real.

► Segmentación conductual

Tasa de consumo: En el caso de los insumos agrícolas con los resultados de las encuestas podemos determinar que existe un alto porcentaje de personas que adquieren sus insumos por lo menos dos veces al año en época de siembra; pero en otras líneas de productos como alimentos y medicinas para ganado y animales domésticos es durante todo el año.

3.1.4 Análisis de la Demanda

Para la proyección de la demanda no se utilizó ningún método estadístico ya que por ser un proyecto completamente nuevo no se contaban con datos e información histórica, por lo tanto el cálculo se realizó con base a fuentes secundarias como lo son Instituciones externas tales como Ministerio de Agricultura y Ganadería quienes proporcionaron el número de personas que se dedican a las actividades agropecuarias en el municipio de Arcatao así como El Banco Central de Reserva y otros.

Además es necesario mencionar que las encuestas proporcionaron información fundamental para proyectar la demanda por ejemplo con base a la pregunta N° 4 del cuestionario dirigido a las personas que se dedican a las actividades agropecuarias se determinó la frecuencia de consumo anual cuyo porcentaje permitió conocer el consumo total de fertilizantes y plaguicidas.

3.1.4.1 Proyección de la demanda potencial de insumos agrícolas

Años	Agricultores	% crecimiento ³³	crecimiento	Total Agricultores
2014				752
2015	752	0,006	5	757
2016	757	0,006	5	761
2017	761	0,006	5	766
2018	766	0,006	5	770
2019	770	0,006	5	775
2020	775	0,006	5	779

Demanda potencial para año 2015

N. de agricultores	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
757	12	9	817
757	4	19	575
757	3	50	1135
757	2	22	333
Total			2860

Demanda potencial para año 2016

N. de agricultores	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
761	12	9	822
761	4	19	578
761	3	50	1142
761	2	22	335
Total			2877

Demanda potencial para año 2017

N. de agricultores	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
766	12	9	827
766	4	19	582
766	3	50	1148
766	2	22	337
Total			2894

³³ <http://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/563211861.pdf>

Demanda potencial para año 2018

N. de agricultores	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
770	12	9	832
770	4	19	585
770	3	50	1155
770	2	22	339
Total			2911

Demanda potencial para año 2019

N. de agricultores	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
775	12	9	837
775	4	19	589
775	3	50	1162
775	2	22	341
Total			2929

3.1.4.2 Proyección de la demanda potencial de productos veterinarios

Para determinar el total de personas que se dedican a la actividad pecuaria se utilizó el 46% obtenido en la pregunta N°1 de contenido dirigido a las personas que se dedican a las actividades agropecuarias. Y para determinar consumo total se realizó de acuerdo a la pregunta N° 11 de donde se conoció la frecuencia de consumo anual en porcentaje.

	Total Agricultores	% Actividad Pecuaria	Total Actividad Pecuaria
2014	752	46%	346
2015	757	46%	348
2016	761	46%	350
2017	766	46%	352
2018	770	46%	354
2019	775	46%	356
2020	779	46%	359

Demanda potencial para año 2015

N. de personas	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
348	52	4%	724
348	24	1%	84
348	12	6%	251
348	4	29%	404
Total			1462

Demanda potencial para año 2016

N. de personas	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
350	52	4%	728
350	24	1%	84
350	12	6%	252
350	4	29%	406
Total			1470

Demanda potencial para año 2017

N. de personas	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
352	52	4%	733
352	24	1%	85
352	12	6%	254
352	4	29%	409
Total			1479

Demanda potencial para año 2018

N. de personas	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
354	52	4%	737
354	24	1%	85
354	12	6%	255
354	4	29%	411
Total			1488

Demanda potencial para año 2019

N. de personas	Frecuencia de consumo anual	% obtenido	Consumo Total
356	52	4%	741
356	24	1%	86
356	12	6%	257
356	4	29%	413
Total			1497

3.1.4.3 Proyección de la demanda potencial de consulta veterinaria

Para determinar la demanda de personas que solicitarán consulta veterinaria se utilizaron los resultados de la pregunta N°13 dirigida a personas que se dedican a las actividades agropecuarias del cual se tomó el 69% de las personas que actualmente utilizan servicios veterinarios. Al total de las personas que se dedican a la actividad agropecuaria se le obtuvo el 69% resultando el número de consultas veterinarias proyectadas para cada año.

Años	Total agricultores	Actividad pecuaria	Total actividad pecuaria	Número de consultas
2014	752	46%	346	
2015	757	46%	348	240
2016	761	46%	350	242
2017	766	46%	352	243
2018	770	46%	354	244
2019	775	46%	356	246
2020	779	46%	359	247

3.1.5 Análisis de la Oferta

3.1.5.1 Tipo de la Oferta

El tipo de oferta es competitiva o de mercado libre debido a que “la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ninguno domina el mercado”³⁴

Entre los agroservicios ubicados en las zonas aledañas al municipio de Arcatao se encuentran:

Agroservicio	Ubicación
Rio Sumpul	San José Las Flores
San José	San José Las Flores
Monterrey	Guarjila
El campesino	Chalatenango
El caballo	Chalatenango

Dichos agroservicios están ubicados estratégicamente en áreas céntricas de los pueblos volviéndose accesible para agricultores y para personas que se dedican a las actividades pecuarias. El tipo de productos que ofrecen a los clientes son los siguientes: Plaguicidas, Fertilizantes, semillas para hortalizas, alimentos para ganado y mascotas entre otros. Pero debido a que en Arcatao no existe un lugar donde se distribuyan productos e insumos agropecuarios así como tampoco existe un lugar donde se brinden asesorías técnicas y consultas veterinarias por lo que la mayoría de personas que necesitan de estos productos y servicios se ven obligadas a desplazarse de Arcatao hasta Chalatenango para realizar las consultas veterinarias y las compras de productos veterinarios y agrícolas.

³⁴ Evaluación de proyectos, Gabriel Baca Urbina, Editorial Mc Graw Hill, 6ª edición, pág. 41

3.1.5.2 Principales proveedores de insumos agropecuarios en El Salvador

BAYER EL SALVADOR



Ofrece productos y servicios de calidad, que abarcan los campos de la salud, la alimentación, los productos químicos especiales y los plásticos. Teléfono(s): (503) 2248-5200 Fax(s): (503) 2248-5229, página Web: www.bayer-ca.com/

DISAGRO, S.A DE C.V.



Ofrecen el más completo portafolio de insumos agrícolas y otros suministros para la agricultura y la agroindustria, incluyendo: fertilizantes agrícolas, productos para protección de cultivos, productos para la nutrición animal, maquinaria y equipo agrícola y agroindustrial. Teléfono: 503 2241 5900, Fax: 503 2241 5926

SAGRISA



Ofrecen tecnologías actualizadas en nutrición y conceptos fitosanitarios para generar utilidades en los diferentes campos de la agricultura. Y además brindan soluciones a problemas específicos relacionados con la salud y nutrición animal. PBX: (503) 22052700, sitio Web: www.sagrisa.com

PROTECNO, S.A. DE C.V.



PRODUCTOS TECNOLOGICOS S.A. DE C.V., fabricante y líder nacional en la distribución de Rociadores Manuales para la Agricultura. Domicilio: km 29, carretera Panamericana, col. sitio del niño, Tel: (503) 2319 1820 fax: (503) 2319-1853, web: www.protecno.com.sv

ALIANSA

Ofrece una amplia línea de productos entre los que se encuentran alimentos para aves de engorde, aves de postura, cerdos, ganado lechero, ganado de engorde, conejos, camarones, tilapia, caballos, mascotas. Adicionalmente ofrecemos pollito de un día y materia prima.

Tel: 2200-0303, Web: <http://www.concentradosaliansa.com>

DUWEST EL SALVADOR S.A.

Ofrece sus productos en dos líneas de ventas las cuales son:

Salud vegetal: Bactericidas, Desinfectantes, Emulsificantes y Adherentes, Equipos, Fungicidas, Herbicidas. Insecticidas, Nematicidas, Nutrición Vegetal, Semillas, Veterinaria.

Salud animal: antibióticos, antiparasitarios, desinfectantes y antisépticos, desparasitantes, fungicidas, vitaminas y minerales.

Dirección: Calle El Progreso frente a Ex Hospital de ANTEL, Colonia Roma, San Salvador.

Teléfono: (503) 2245-3388 Fax: (503) 2223-6234

GRUPO FERTICA

Produce y comercializa una línea de fertilizantes foliar y la fertirrigación (fertilizantes hidrosolubles diluidos en el agua de riego). Además de la distribución de productos fitosanitarios y productos industriales.

Dirección oficina central: 5a. Ave. Norte y 19 Calle Poniente Edificio Fertica, Centro de Gobierno. San Salvador.

Teléfono: (503) 2234-0444, Ventas: (503) 2234-0404, Fax: (503) 2226-1289

AGROSERVICIO EL SURCO



Distribuidora de prestigiosas marcas para el uso de pequeños, medianos y grandes agricultores con una amplia gama de insumos agropecuarios y otras líneas afines con el sentido ético y cantidades justas a sus

necesidades.

Dirección: Calle Daniel Hernández 3-4, Santa Tecla, La Libertad, El Salvador, CA.

Teléfono: PBX: (503) 2207-6868 Fax: 2228-4546, info@elsurco.com.sv

AGROSERVICIO EL RANCHO II

Distribuidores de insumos y productos agropecuarios a nivel nacional y Centroamérica. Dirección: Barrio El Centro Av Central No 6, en la ciudad de Aguilares. Teléfono. 23314069.

3.1.6 Análisis de los precios.

3.1.6.1 Competencia y precios

Considerando como competidores potenciales a todos aquellos agroservicios existentes en Chalatenango principalmente en la zona noreste de dicho departamento entre los que se encuentran: Agroservicio Sumpul, San José, Monterrey, El Campesino, Casalute y otros que distribuyen la misma variedad de productos con diferentes marcas y precios. Sin embargo el objetivo de este proyecto no es competir con estos negocios dedicados a este giro sino principalmente abastecer a los agricultores del municipio de Arcatao y a la vez contribuir al desarrollo económico del mismo.

La Agroveterinaria La Frontera será un negocio que distribuirá productos de uso agropecuario así mismo ofrecerá los servicios de consulta veterinaria y asesoría técnica, por lo que se considera que es de gran relevancia conocer los precios promedio establecidos para algunos de los productos. (Véase tabla)

Debido a la gran variedad de productos y presentaciones de los mismos fue necesario identificar los productos más comunes y utilizados en el municipio seleccionando una presentación para facilitar los cálculos de los precios.

Respecto a los precios en agroservicios existentes en los municipios más cercanos a Arcatao se puede concluir que están moderadamente accesibles así como se muestran a continuación.

Productos	Precio Promedio	Unidad de medida
Fertilizantes		
Fertilizantes Granulados o en polvo	\$25,00	saco 100 lbs
Fertilizantes Líquidos(Bayfolan Forte)	\$8,58	0.5 litro
Plaguicidas		
Insecticidas (Monarca)	\$27,00	0.5 litro
Herbicidas(Paraquat)	\$35,00	Galón
Fungicidas(Mancozeb)	\$10,00	kg
Productos veterinarios		
Antibacterianos(Oxitetraciclina)	\$7,00	50ml
Antiparasitarios(Ivermectina)	\$9,00	50ml
Antiinflamatorios(flunixin)	\$15,00	30ml
Antidiarreicos(Kaovet)	\$3,00	120ml
Vitaminas(wuarit-b)	\$20,00	100ml
Alimento para ganado	\$26,00	saco 100 lbs
Alimento para mascotas y aves	\$40,00	saco 100 lbs

3.1.6.2 Estrategias para fijar precios

- ❖ En la Agroveterinaria se tomaran como referencia los precios de la competencia más cercana al municipio de Arcatao para establecer un adecuado margen de ganancia que nos permita ser competitivos.
- ❖ La oferta de productos será de acuerdo a las principales y reconocidas marcas que soliciten los clientes.
- ❖ La comercialización de los productos será utilizando un canal directo, es decir sin intermediarios lo que disminuirá el precio de venta al público.

- ❖ La negociación del producto se realizará de forma directa con las principales casas distribuidoras en El Salvador, permitiéndonos acoplar a su mínimo de compras para obtener descuentos por volumen de compras.
- ❖ El margen de ganancia será del **17%** sobre del costo total del producto.

3.1.6.3 Método para fijar precios

La Agroveterinaria busca proveer de insumos a precios accesibles del mercado, es decir que los precios serán más bajos con relación a los ofrecidos por los diferentes agroservicios más cercanos. Por lo que se considera a bien fijar los precios de venta a través del método de margen sobre costo. Para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$Pv = \frac{Cu}{1 - j}$$

Donde:

Pv = Precio unitario de venta

j = Margen sobre el precio

Cu= Costo Unitario

La aplicación de la fórmula se realizará con el producto Fertilizante Bayfolan Forte a manera de ejemplo pero de igual forma se obtendrán para cada uno de los productos. Por lo tanto sustituyendo valores tenemos:

$$Pv = \frac{\$5.09}{1 - 0.17} = \$6.13$$

Como se observa resulta un precio de venta de \$6.13 lo que incluye el cargo por concepto de flete del producto. Pero a este se debe agregar el 13% de Impuesto a la Transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (IVA) estableciendo un precio de \$ 6.93.

3.1.7 Comercialización

3.1.7.1 Promoción

Con respecto a esta área, para dar a conocer agroveterinaria La Frontera se pondrá en práctica algunos elementos de la promoción tal como la publicidad, venta personal y la promoción de ventas.

Con respecto a la publicidad se pretende dar a conocer la AGROVETERINARIA creando hojas volantes en las que se especifique el servicio que ofrece y sus características distintivas y particulares, además de colocar la ubicación exacta para que las personas puedan ir a adquirir sus insumos; estas hojas volantes se repartirán en la zona de Arcatao y sus alrededores para que las personas tengan conocimiento de dicho establecimiento, además la creación de una grabación de audio en la que se incentive a las personas a visitar y comprar en el establecimiento dando a conocer también la dirección del local en cuestión, esta grabación será presentada al público por medio de la radio comunitaria y a través de unidades móviles en las calles de Arcatao y sus alrededores, además de promocionarlo durante las reuniones y asambleas de los habitantes del municipio.

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

La promoción de ventas se llevará a cabo de la siguiente manera, se estimulará al cliente a comprar el producto ofreciéndole cierto incentivo como descuentos en sus próximas compras si llega a realizar un mínimo de compras al mes, crear una tarjeta sencilla de cliente frecuente en la que el portador de la tarjeta cada vez que compre sus insumos y lo cancele se le colocará un sello, al reunir 3 sellos tendrá derecho a un descuento presentado su tarjeta con los sellos.

Hoja volante propuesta:

AGROVETERINARIA
"LA FRONTERA"

AGROVETERINARIA
La Frontera
Calidad y Atención en Familia

CALIDAD, PRECIOS BAJOS
Y EXCELENTE ATENCIÓN

OFRECIENDO PRODUCTOS E INSUMOS AGROPECUARIOS:
*Plaguicidas, Fertilizantes, Herbicidas,
y de todo para el buen desarrollo de
sus cultivos, además encontrará
concentrados y alimento para ganado,
aves y mascotas.

!!!TAMBIÉN SERVICIOS DE CONSULTA
VETERINARIA Y ASISTENCIA TÉCNICA
PARA SUS CULTIVOS!!!

Tel: 2301-8441 Barrio el centro a un costado de iglesia católica

Tarjeta de cliente frecuente propuesta:

AGROVETERINARIA
La Frontera
Calidad y Atención en Familia

AGROVETERINARIA LA FRONTERA

TARJETA DE CLIENTE FRECUENTE

Compra 1	Compra 2	Compra 3

CONFIANZA Y CALIDAD
EN FAMILIA

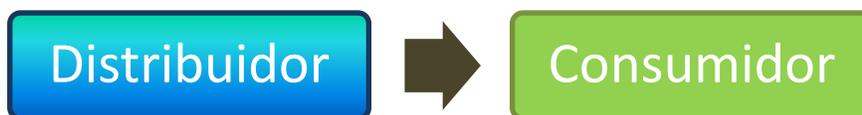
3.1.7.2 Plaza o Distribución

Generalmente la venta y distribución de insumos agrícolas se realiza en establecimientos adecuados para la comercialización de este tipo de productos donde exista suficiente espacio y ventilación adecuada para cada producto, lo cual será tomado muy en cuenta para el establecimiento del agroservicio contando con medidas de seguridad e higiene.

El local estará ubicado en el Barrio el Centro dentro del municipio de Arcatao departamento de Chalatenango, por ser este según la información de las encuestas el lugar más adecuado para su ubicación. Ya que se encuentra en el centro del municipio y por estar cerca de la actividad comercial y tránsito de personas.

Este es el canal de distribución que será utilizado debido a que la mayoría de insumos que se venden no son producidos en el país sino que son importados.

Canal Corto



Se espera mantener una relación buena de trabajo con los proveedores ya que serán parte fundamental para ofrecer insumos de calidad a todos los clientes. Por lo tanto se buscare contactar con los distribuidores en el país de las marcas de productos más reconocidas por los agricultores para contar con alianzas estratégicas y además obtener buenos precios para favorecer a los clientes.

3.1.8 Conclusión del estudio de mercado

Por medio de la investigación de mercado se logró identificar que existe factibilidad del proyecto en el área de mercado, ya que hay demanda potencial para los insumos agropecuarios así como para los servicios veterinarios y técnico. Y ante tal demanda también existen varios proveedores que conforman la oferta y que están dispuestos a proporcionar los productos con beneficios de precios y cantidades.

Por otra parte existe poca competencia en el municipio por lo que no se considera una amenaza para ingresar al mercado. Así también el canal de comercialización directo es el adecuado ya que al eliminar los intermediarios se pueden ofrecer mejores condiciones de producto a los clientes.

3.2 ESTUDIO TÉCNICO

3.2.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

3.2.1.1 Determinación del tamaño del proyecto

Debido a que es un proyecto totalmente nuevo y diferente a la actividad de ahorro y crédito que actualmente realiza ACOARCATAO no se poseen datos de la capacidad real de la agroveterinaria en cuanto a número de clientes atendidos ni del servicio en general prestado. Por lo tanto únicamente se puede especificar los aspectos indispensables con que debe de cumplir el negocio para atender a la demanda proyectada en el estudio de mercado, entre dichos aspectos están las instalaciones óptimas que brinden la oportunidad de tener en buen estado los productos agropecuarios y que el cliente se sienta cómodo al realizar su compra, así como el mobiliario y equipo ideal para hacer llegar los productos hasta los clientes, entre otros aspectos que se detallan en el desarrollo del estudio técnico, y de esta manera sea un servicio eficiente, de calidad y oportuno que satisfaga las necesidades de los clientes potenciales. Es por ello que cada uno de dichos factores debe contribuir a satisfacer como mínimo esa demanda proyectada.

3.2.1.2 Localización óptima de las instalaciones

Macrolocalización: La ubicación del proyecto será en el municipio de Arcatao, departamento de Chalatenango, debido a que actualmente este es el domicilio donde realiza sus operaciones la Asociación Cooperativa y además la mayoría de sus asociados residen en el mismo lugar, razón por la cual la decisión de ubicar las instalaciones del nuevo negocio se ha tomado como asociación, pero se considera que es adecuada porque de esta manera se beneficiaría a toda la población de esta zona.

La ubicación a nivel macro es la siguiente:



Fuente: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1089551&page=4>

Microlocalización: Para la selección de la ubicación de la agroveterinaria La Frontera, se considera necesario ubicar el local en una zona específica donde sea accesible para clientes y proveedores también que cuente con los servicios básicos como electricidad, agua potable, teléfono entre otros. Por estas razones se identificaron dos posibles alternativas las cuales son:

Alternativa A: Ubicada en El Barrio el Centro del municipio de Arcatao , calle principal, contiguo a tienda comunal y salón de usos múltiples, cerca de Iglesia Católica y Alcaldía Municipal.



Alternativa B: Colonia Jesús Rojas, sector #1, posee espacio para diseñarle parqueo, amplias instalaciones, y cercanía al parque de dicha colonia.



Para elegir cuál de las dos alternativas anteriores es la más indicada para la apertura de la nueva agroveterinaria se ha realizado por medio de una serie de factores que son importantes para el buen funcionamiento de dicho proyecto entre los cuales están:

Principales factores de Localización

Factores de localización	
1	Servicios básicos
2	Seguridad
3	Cercanía al mercado consumidor
4	Amplitud de instalaciones
5	Vías de acceso

1. Servicios básicos

Los servicios públicos y privados como agua, electricidad y telefonía son fundamentales para la empresa debido a la naturaleza del servicio pues debe ser higiénico y seguro tanto para las personas como para los productos y equipos, por ello debe tener un buen suministro de agua, fuentes de energía seguras y contar con una

línea telefónica exclusiva para mantener una excelente comunicación con proveedores y clientes.

2. Seguridad

Este factor aunque no es preocupante en la población de Arcatao es necesario considerarlo para un futuro ya que puede influir en la demanda potencial del servicio por eso el local seleccionado debe garantizar éxito y confianza a sus propietarios, clientes y proveedores.

3. Cercanía del mercado consumidor

El local debe estar ubicado en un punto estratégico en el cual los clientes potenciales, tengan fácil acceso y no incurran en costos adicionales para llegar a este lugar. Por otra parte que permita incrementar las ventas y a la vez reducir costos con los proveedores.

4. Amplitud de las instalaciones

El negocio debe tener espacio suficiente para que se pueda definir cada área específica de este como bodega, sala de ventas, consultorio veterinario, parqueo entre otros.

5. Vías de acceso

Tanto para los clientes como para los proveedores es indispensable que se pueda llegar hasta el negocio por más de una calle o carretera, ya que de presentarse un inconveniente en el acceso principal se tendrían otras alternativas en las rutas para adquirir los productos y servicios.

Aplicación del método cualitativo por puntos

Factores de Localización	Peso Asignado	A		B	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Servicios básicos	0,25	9	2,25	8	2
Seguridad	0,10	8	0,8	8	0,8
Cercanía de mercado consumidor	0,25	10	2,5	9	2,25
Amplitud de instalaciones	0,25	9	2,25	8	2
Accesibilidad	0,15	9	1,35	9	1,35
Total	1,00		9,15		8,4

3.2.1.3 Ubicación y emplazamiento de las instalaciones

Con base a los resultados anteriores proporcionados por el método cualitativo por puntos se selecciona la Alternativa A (Barrio El centro). Ya que representa el mayor puntaje con una calificación de 9.15, es decir 0.75 más que la alternativa B (colonia Jesús Rojas). Esta alternativa es la mejor evaluada ya que cuenta con los servicios básicos necesarios para el negocio, además de contar con la cercanía a los clientes potenciales y accesibilidad para los proveedores. También es un lugar estratégico en el municipio de Arcatao, ya que es ahí donde se da la mayor afluencia de personas permitiendo con ello incrementar las ventas

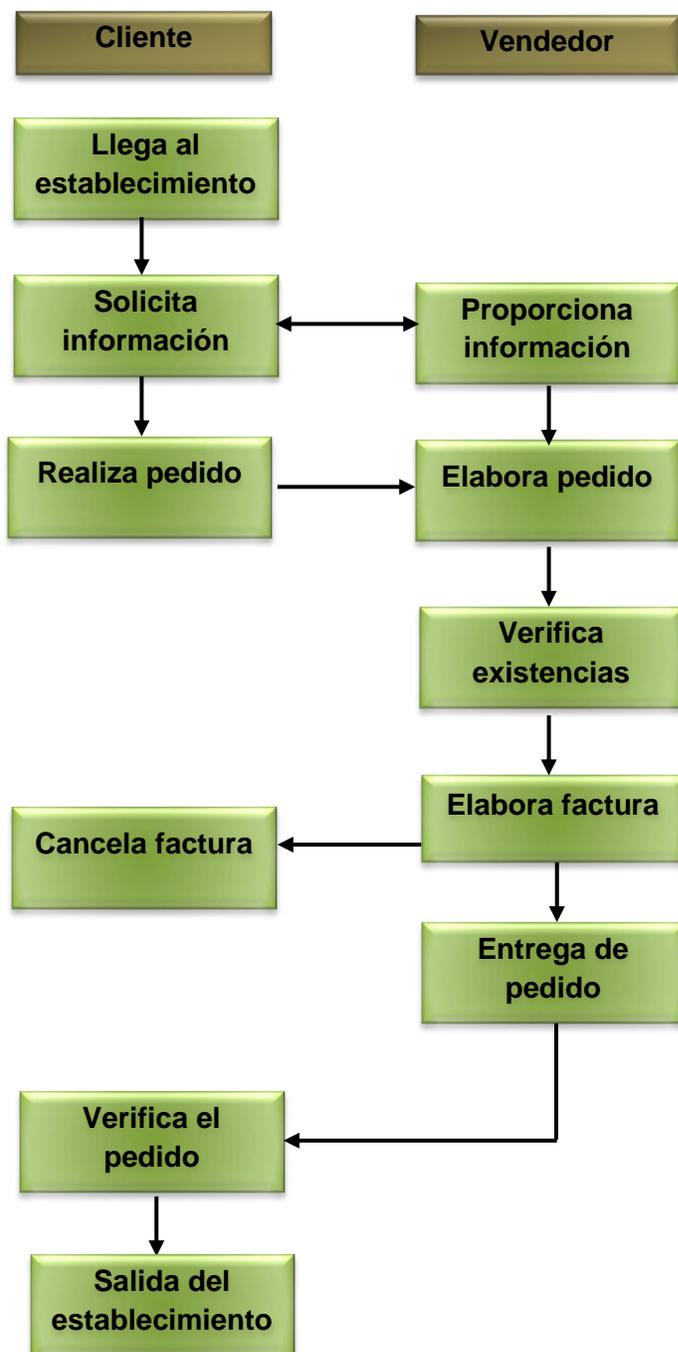
3.2.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

3.2.2.1 Descripción textual de la prestación del servicio:

1. La persona llega al negocio y solicita información
2. El cliente solicita el producto que desea
3. El vendedor recibe el pedido
4. El vendedor verifica las existencias
5. El vendedor elabora factura
6. El cliente cancela el valor de la factura
7. Encargado de ventas entrega el producto
8. El cliente verifica el pedido
9. El cliente abandona el establecimiento

3.2.2.2 Descripción del proceso de la prestación del servicio por diagramas de bloques y cursograma analítico

Descripción por diagrama de bloques



3.2.2.3 Requerimientos de mobiliario y equipo

Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil depreciable(años)
Área de ventas				
Refrigeradora	1	\$ 450,00	\$ 450,00	5
Vitrinas	2	\$ 75,00	\$ 150,00	2
Mostrador de madera	1	\$ 85,00	\$ 85,00	2
Estante metálico	2	\$ 109,00	\$ 218,00	2
Sillas plásticas	5	\$ 5,00	\$ 25,00	2
Contometro	1	\$ 74,50	\$ 74,50	2
Extintor	1	\$ 90,40	\$ 90,40	2
Báscula	1	\$ 130,00	\$ 130,00	2
Subtotal			\$ 1.222,90	
Área administrativa				
Computadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00	2
Escritorio	1	\$ 75,00	\$ 75,00	2
Impresora	1	\$ 55,00	\$ 55,00	2
Archivador	1	\$ 100,00	\$ 100,00	2
Silla de oficina	1	\$ 45,00	\$ 45,00	2
Subtotal			\$ 775,00	
Área de bodega				
Escalera	1	\$ 15,00	\$ 15,00	2
Estante metálico	2	\$ 109,00	\$ 218,00	2
Tarimas	2	\$ 25,00	\$ 50,00	2
Subtotal			\$ 283,00	
Consultorio veterinario				
Escritorio	1	\$ 75,00	\$ 75,00	2
Silla de oficina	1	\$ 45,00	\$ 45,00	2
Mesa de madera	1	\$ 50,00	\$ 50,00	2
Subtotal			\$ 170,00	
TOTAL DE REQUERIMIENTOS			\$ 2.450,90	

Descripción del equipo y mobiliario requerido

El tipo de equipo y mobiliario utilizado para el almacenamiento correcto de los insumos tanto veterinarios como agrícolas es un aspecto clave para el buen funcionamiento del proyecto pero siempre teniendo en cuenta la capacidad económica de la Asociación para la inversión inicial.

a) Estantes



Los estantes serán de metal, ayudaran a tener todos los productos agrícolas y veterinarios de manera adecuada y a la vista de todos los clientes. Serán dos estantes de las siguientes medidas: alto 2.40 mtsx frente 0.91 mts x fondo 0.46mts, 5 anaqueles se compraran a empresa D'metal . A un precio unitario de \$109.00 con garantía de un año.

b) Vitrinas



Se utilizarán dos vitrinas de vidrio para colocar la mercadería de menor tamaño, esto con el propósito de resguardar de manera adecuada los productos y tener una mejor presentación al público. Las medidas son: 0.95 mts alto x 1.00 mts frente x 0.46 fondo. Su costo será de \$75.00 cada una y se cotizaron en OLX.

c) Mostrador de madera



Se utilizará para colocar el contómetro, las bolsas para empacar los productos y es donde se encontrará el encargado de la tienda para poder cobrar la mercadería. El mueble será de madera el cual ha sido cotizado en empresa LA ORIENTAL con las siguientes medidas: Alto 1.10 mts x Frente 1.00 mts x fondo 0.94mts a un costo de \$85.00.

d) Contómetro



Se adquirirá un contómetro para que el encargado de la tienda pueda llevar control de las ventas al realizar las operaciones que necesite. La cotización del contómetro marca CASIO modelo DR 210 TM se realizó en ARANDA, S.A. DE C.V. a un precio de \$74.50.

e) Silla secretarial



Se utilizará una silla secretarial para el área de oficina para realizar algunas funciones de manera adecuada como revisar documentación y facturas. Se cotizó en Walmart El Salvador. Silla operativa con tapiz en tela color negro, apoyabrazos ajustables y sistema de control de doble acción. Dimensiones: ancho: 25 ½ " x profundidad: 30 " x Altura: 44 ½ " a un precio de \$45.00

f) Archivador metálico



Además se necesita contar con un archivador para guardar todos los documentos de la AGROVETERINARIA como facturas de clientes y proveedores con sus respectivas fechas de pago, recibos de servicios básicos y otra documentación de interés para el negocio. El Archivador será elaborado por la empresa **D'metal** con unas dimensiones de: 1.20mts alto x 0.50 frente x 0.75 mts de fondo. A un precio de \$90.00

g) Refrigeradora



Se utilizará un congelador o refrigeradora para mantener los medicamentos veterinarios en buen estado debido a que necesitan de cierta temperatura para no perder su efectividad, cotizada en Omnisport a precio de contado siendo la siguiente opción la más cercana a las necesidades de la Agroveterinaria.: frio húmedo marca IEM, de una puerta de 7 pies cúbicos, color gris \$288.99.

h) Extintores



Será instalado un extintor en la sala de ventas de AGROVETERINARIA LA FRONTERA para uso en caso de emergencias. De 10 libras polvo seco ABC multipropósito \$80.00 más IVA.

Además de este mobiliario y equipo descrito anteriormente será necesario la compra de una báscula, guantes, mascarillas, overol, palas y cubetas para el adecuado funcionamiento de la agroveterinaria.

Todo este mobiliario y equipo debe ser al inicio de las operaciones, pero posteriormente se deben adquirir otros implementos y equipos para mejorar el funcionamiento como por ejemplo una mesa de acero para el área veterinaria.

3.2.2.4 Requerimientos de mano obra y costos

El recurso humano necesario para la puesta en marcha del proyecto se detalla a continuación en el balance de personal. Para los cargos de vendedor y gerente se ha considerado una jornada laboral de 44 horas semanales en un horario de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. incluyendo en remuneración mensual los respectivos aportes patronales, y en el caso del contador este será externo, únicamente se le pagarán por los servicios profesionales de contabilidad.

Es importante aclarar que para los servicios profesionales del médico veterinario y técnico agrónomo se han realizado tomando como días laborales solamente un día a la semana con una remuneración de \$20 el día para el médico veterinario y \$15 para el técnico agrónomo, quien solamente brindará asesoría sobre los tipos de productos a utilizar para cada cultivo que el cliente lo solicite.

Cargo	Nº de puestos	Remuneración mensual en \$	Remuneración anual en \$
Gerente	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Vendedor	1	\$ 252,10	\$ 3.025,20
Médico veterinario	1	\$ 80,00	\$ 960,00
Técnico agrónomo	1	\$ 60,00	\$ 720,00
Contador	1	\$ 142,00	\$ 1.704,00
Total		\$ 834,10	\$ 10.009,20

3.2.2.5 Distribución de las instalaciones y otras áreas de trabajo necesarias



3.2.2.6 Requerimiento de insumos generales y costos

Presupuesto de energía eléctrica

Equipo	Unidades	Consumo mensual Kw/h	Precio por kw	Consumo anual	Costo Total
Refrigeradora	1	50	\$ 0.10	600	\$ 62.39
Computadora	1	40	\$ 0.10	480	\$ 49.91
Impresor	1	5	\$ 0.10	60	\$ 6.24
Iluminación	1	5	\$ 0.10	60	\$ 6.24
Total					\$ 124.77

Presupuesto de Impuestos municipales

Servicios municipales	Monto mensual	Monto anual
Alumbrado público	\$ 1.14	\$ 13.68
Aseo	\$ 0.34	\$ 4.08
Pavimentado	\$ 0.40	\$ 4.80
Fiestas Patronales	\$ 0.10	\$ 1.20
Funcionamiento del negocio	\$ 0.75	\$ 9.00
Total	\$ 2.73	\$ 32.76

Presupuesto de insumos totales

Insumo	Unidad de medida	Costo unitario	Consumo mensual	Costo mensual	Costo anual
Papel Bond	Resmas	\$ 4.50	0.25	\$ 1.13	\$ 13.50
Tóner impresor	Cartuchos	\$ 24.00	0.25	\$ 6.00	\$ 72.00
Otra papelería	-	-	-	\$ 3.00	\$ 36.00
Agua	m ³	\$ 0.50	6	\$ 3.00	\$ 36.00
Energía Eléctrica	Kwh	\$ 0.10	100	\$ 10.40	\$ 124.77
Alquiler de local	Mes	\$ 150.00	1	\$150.00	\$ 1,800.00
Teléfono/Internet	Mes	\$ 35.00	1	\$ 35.00	\$ 420.00
Total					\$ 2,502.27

En cuanto al costo por concepto de teléfono e internet se ha realizado tomando en cuenta las tarifas vigentes que ofrece la compañía telefónica Claro El Salvador,

considerando un paquete que incluya línea fija y red de internet, ya que se estima que será indispensable el servicio de Internet pues debido a la distancia con la mayoría de los proveedores de esta manera sería más viable la comunicación y a la vez sería una ventaja para los mismos clientes. Por otra parte el rubro de otra papelería incluye: cinta para contometro, útiles o facturas, realizando un estimado anual de dichos gastos.

3.2.2.7 Mantenimiento que se aplicará en la agroveterinaria

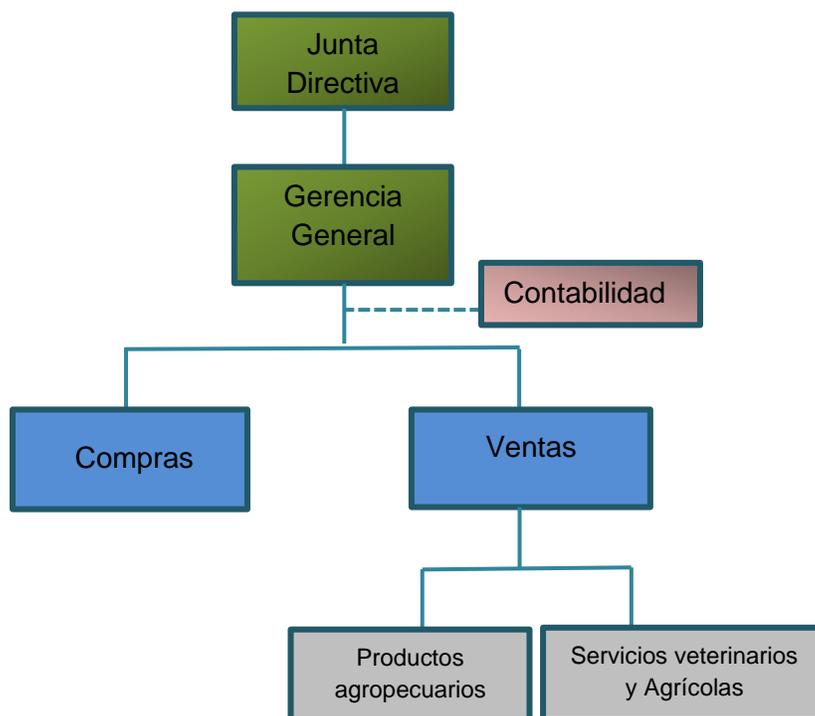
El mobiliario y equipo que se utilizará para las operaciones del negocio no depende de un gasto constante en mantenimiento para su buen funcionamiento, pues en su mayoría es mobiliario de metal, madera, vidrio u otro material que es duradero. Es por ello que no se ha considerado un monto por separado para dicho mantenimiento. Sin embargo si es importante que se mantenga limpio y con buena presentación todo el mobiliario y equipo de lo cual se encargará la persona que desempeñe el cargo de vendedor como parte de sus funciones cotidianas.

3.2.2.8 Estructura Organizacional de la agroveterinaria La Frontera

El equipo directivo estará compuesto por algunos de los asociados de la cooperativa que son parte del comité de crédito, suministro y comercialización, las decisiones se tomaran por voto democrático según participación de cada uno de ellos.

La gerencia tendrá bajo su cargo la supervisión del departamento de ventas y compras y a la vez el departamento de ventas estará dividido en área de productos agropecuarios y área de servicios especializados, que comprenden las consultas veterinarias brindadas por un médico veterinario y la asesoría técnica por un agrónomo, aclarando que estos últimos serán externos al personal del negocio y prestarán sus servicios únicamente por horas.

Organigrama de agroveterinaria La Frontera



Fuente: elaborado por el equipo de investigación

MANUAL DE FUNCIONES
AGROVETERINARIA “LA FRONTERA”



GERENTE

Unidad: NIVEL EJECUTIVO

Cargo: Gerente General

Naturaleza del cargo: Tendrá una amplia incidencia en la toma de decisiones del agroservicio.

El Gerente General es el encargado de dirigir los procesos administrativos del negocio

Reporta a: Junta Directiva.

Funciones:

- ◆ Convocar a reuniones ordinarias y extra ordinarias a la Junta Directiva.
- ◆ Dirigir la elaboración del plan estratégico del negocio
- ◆ Remover a cualquier trabajador al encontrar actos dolosos, de mala fe o que vayan en contra de la ética o moral
- ◆ Realizar una evaluación anual a los trabajadores y comunicar a la Junta Directiva para que se tomen medidas correctivas si fuere necesario.
- ◆ Comunicar a los trabajadores los objetivos y valores de la organización
- ◆ Dirigir a los trabajadores del negocio para el cumplimiento de los objetivos.
- ◆ Resolver problemas de tipo operativo dentro de la organización.
- ◆ Estimular la correcta atención al cliente por parte de los trabajadores del agroservicio.
- ◆ Manejar efectivamente los recursos de la agroveterinaria.
- ◆ Actuar como secretario en las reuniones generales de la Junta Directiva y suscribir las actas.
- ◆ Hacer cumplir todas las disposiciones legales y tributarias a las que este sujeto el agroservicio.
- ◆ Asegurar la gestión de cada una de las áreas

- ◆ Firmar y autorizar desembolsos de dinero en las cuentas bancarias.
- ◆ Participar en la selección y evaluación del personal
- ◆ Implementar sistemas administrativos viables, organizando y supervisando al equipo administrativo para mejorar su eficiencia y cumplir las normas que exige el negocio
- ◆ Elaborar informes de la gestión realizada

Perfil:

- ◆ Apto para cumplir disposiciones legales fijadas por la ley
- ◆ Tener cualidades de liderazgo, capacidad para negociar y facilidad de comunicación
- ◆ Capacidad para resolver problemas de complejidad y trabajar bajo presión.
- ◆ Responsabilidad de representar al negocio.

Requisitos:

- ◆ Nivel Académico: Licenciatura en Administración de Empresas o carreras afines.
- ◆ Experiencia: Un año en labores similares
- ◆ Especialización: haber recibido cursos de mercadeo, comercialización, recursos humanos y/o informática.

MANUAL DE FUNCIONES
AGROVETERINARIA “LA FRONTERA”



VENDEDOR

Unidad: NIVEL OPERATIVO

Cargo: Vendedor

Naturaleza del cargo: Responsable de la atención al cliente utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que el cliente adquiera el producto y servicio ofrecido.

Reportar a: Gerente General

Funciones:

- ◆ Atender de la mejor manera a los clientes del agroservicio
- ◆ Organizar los documentos que soporten la venta
- ◆ Sugerir al cliente la calidad y tipo de productos y servicios que ofrece el negocio
- ◆ Cumplir puntualmente con los pedidos realizados por los clientes
- ◆ Realizar otras actividades dispuestas por la Gerencia General u organismos directivos, de acuerdo al ámbito de su competencia.
- ◆ Elaborar informes cuantitativos que recogen su actividad y resultados
- ◆ Atender correctamente las incidencias que se produzcan con respecto al producto.
- ◆ Analizar las expectativas de los clientes
- ◆ Entregar toda la información requerida para satisfacer las preguntas del cliente
- ◆ Elaborar un informe sobre los clientes atendidos y sus sugerencias.
- ◆ Verificar la limpieza y aseo del mobiliario y equipo

Perfil:

- ◆ Responsabilidad de comercializar los productos del negocio con iniciativa, creatividad para cerrar las ventas
- ◆ Excelentes relaciones con el público

Requisitos:

- ◆ Nivel académico: Bachiller agrícola, comercial o general
- ◆ Experiencia: un año en labores afines.
- ◆ Conocimientos básicos en informática y ventas

3.2.2.9 Aspectos legales para el funcionamiento de la agroveterinaria La Frontera

En este apartado se mencionarán primeramente las leyes que regulan la actividad agropecuaria y posteriormente los pasos legales y formales para el establecimiento de Agroservicios en El Salvador.

Ley de sanidad vegetal y animal³⁵

Esta ley tiene por objeto establecer las disposiciones fundamentales para la protección sanitaria de los vegetales y animales. También establece las acciones que le competen desarrollar al Ministerio de Agricultura y Ganadería como ente rector de las actividades agropecuarias en El Salvador las cuales deberán estar en armonía con la defensa de los recursos naturales, la protección del medio ambiente y la salud humana.

Ley sobre control de Pesticidas, Fertilizantes y Productos para uso agropecuario³⁶

Esta ley tiene por objeto regular la producción, comercialización, distribución, importación, exportación, y el empleo de: pesticidas, fertilizantes, herbicidas, enmiendas o mejoradores, defoliantes y demás productos químicos y químico-biológicos para uso agrícola, pecuario o veterinario y sus materias primas. También especifica las condiciones ambientales necesarias que debe cumplir los establecimientos que se dediquen a la producción, venta, distribución e importación de productos agropecuarios y así como las sanciones correspondientes al incumplimiento de las disposiciones de esta ley.

³⁵ <http://www.asamblea.gob.sv/eparlamento/indice-legislativo/buscador-de-documentos-legislativos/ley-de-sanidad-vegetal-y-animal>

³⁶ <http://www.asamblea.gob.sv/eparlamento/indice-legislativo/buscador-de-documentos-legislativos/ley-sobe-control-de-pesticidas-fertilizantes-y-productos-para-uso-agropecuario>

Legislación que rige el ejercicio de la Medicina Veterinaria³⁷

- El código de Salud establece en el Título Preliminar, Capítulo Único, artículo 5 y Título I Capítulo III artículo 17 en su literal c) que La Junta de Vigilancia de la Profesión Médico Veterinaria, tiene como finalidad vigilar el buen ejercicio de todos los profesionales Médicos Veterinarios que ejercen dicha profesión en el país, con el fin de garantizar la buena salud de los habitantes.

Los pasos a seguir para el establecimiento de la AGROVETERINARIA son los siguientes:

- ◆ Verificación de la disponibilidad del nombre del negocio
- ◆ Obtención de Número de Identificación Tributaria (NIT): es una tarjeta que contiene un número de identificación con el cual se otorga la calidad de contribuyente al fisco. Este se obtiene en el Ministerio de Hacienda específicamente en la dirección general de impuestos internos.
- ◆ Solicitud de registro único de contribuyente (IVA): este documento se debe utilizar en toda transacción de compraventa de bienes muebles o la prestación de servicios.
- ◆ Número de Identificación Patronal (NIP): se obtiene en la sección de afiliación del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS) para que el patrono adquiera los compromisos de la seguridad social a que está sujeto.
- ◆ Centro de trabajo: El objetivo es supervisar en las empresas el cumplimiento de las normas laborales con los trabajadores. Este certificado se obtiene en el Ministerio de Trabajo.
- ◆ Autorización de Ministerio de Agricultura y Ganadería para la venta de productos agrícolas y veterinarios (VER ANEXO N°4).
- ◆ Permisos de Alcaldía Municipal de Arcatao.

³⁷ <http://www.asamblea.gob.sv/eparlamento/indice-legislativo/buscador-de-documentos-legislativos/codigo-de-salud>

3.2.3 Conclusión del estudio técnico.

Se identificó para agroveterinaria La Frontera instalaciones que cumplen con los requisitos óptimos para su funcionamiento, de igual forma existe disponibilidad en el mercado para adquirir el mobiliario y equipo necesario para poder llevar a cabo el proyecto, los fabricantes están dispuestos a proporcionarlo de acuerdo a las necesidades. Con respecto a la mano de obra esta debe ser calificada para realizar sus actividades de la mejor forma y esto no representa un obstáculo para el proyecto ya que existe entre la población dicha mano de obra. Por lo tanto el proyecto cumple con las condiciones técnicas para poder llevar a cabo el proyecto y para poder cuantificarlas en el estudio económico.

3.3 ESTUDIO ECONÓMICO

3.3.1 DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO

Los gastos de operación están comprendidos por los gastos de administración y venta que son necesarios para el desarrollo de las actividades de la Agroveterinaria, los insumos como agua, luz eléctrica, teléfono/internet, alquiler del local, sueldos e impuestos municipales se retoman del estudio técnico. Y los que no se encuentran en dicho estudio se detallan a continuación:

Presupuesto de aseo y limpieza

Aseo y limpieza	Mensual	Anual
Desinfectante	\$ 1.00	\$ 12.00
Papel higiénico	\$ 5.00	\$ 60.00
Otros implementos	\$ 2.00	\$ 24.00
Total	\$ 8.00	\$ 96.00

Presupuesto de gastos de publicidad

Publicidad	Anual
Anuncios en radio	\$ 25.00
Afiches	\$ 23.00
Hojas volantes	\$ 2.00
Banners	\$ 25.00
Total	\$ 75.00

Presupuesto de gastos de empaques

Empaques	Mensual	Anual
Bolsas mini	\$ 0.67	\$ 8.00
Bolsas medianas	\$ 1.00	\$ 12.00
Bolsas grandes	\$ 1.25	\$ 15.00
Total	\$ 2.92	\$ 35.00

3.3.1.1 Gastos de administración y venta totales

Agrupando cada uno de los gastos detallados anteriormente de acuerdo a su naturaleza administrativa o de venta se presenta los gastos totales proyectados para la Agroveterinaria La Frontera:

Gastos de administración		\$ 7.935,03
Energía Eléctrica	\$ 124,77	
Agua	\$ 36,00	
Sueldo del gerente y contador	\$ 5.304,00	
Alquiler del local	\$ 1.800,00	
Impuestos municipales	\$ 32,76	
Teléfono	\$ 420,00	
Aseo y limpieza	\$ 96,00	
Papelería	\$ 121,50	
Gastos de venta		\$ 4.835,20
Sueldos del personal	\$ 4.705,20	
Publicidad	\$ 75,00	
Empaques	\$ 35,00	
Varios	\$ 20,00	
Total gastos de operación		\$ 12.770,23

*Papelería incluye los gastos en papel bond, tóner impresor y otra papelería detallados en el estudio técnico.

3.3.1.2 Precios unitarios de venta

Los precios de venta que se han considerado para realizar el presupuesto de ventas serán precios promedio ya que debido a la variedad de presentaciones y marcas dentro de cada grupo de insumos agropecuarios por lo que no era viable realizarlo para cada producto

Además se utilizaron precios de venta netos pues lo que le interesa al inversionista es conocer su ganancia neta para ello se han tomado en cuenta el costo del producto, el flete respectivo y el margen de ganancia considerado, como se muestra a continuación:

Producto	Precio de distribuidor	Flete	Precio de compra	Precio de venta neto
Fertilizantes				
Formula Química 16-20-0	\$ 20,50	\$ 1,06	\$ 21,56	\$ 25,98
Sulfato de amonio-chino	\$ 9,00	\$ 1,06	\$ 10,06	\$ 12,12
Promedio granulados y en polvo			\$ 15,81	\$ 19,76
Nutriplan Plus (Bayfolan)	\$ 4,06	\$ 0,50	\$ 4,56	\$ 5,49
Promedio total			\$ 10,19	\$ 12,63
Plaguicidas				
Monarca	\$ 16,74	\$ 0,50	\$ 17,24	\$ 20,78
Gramoxone (Paraquat)	\$ 25,44	\$ 0,50	\$ 25,94	\$ 31,26
Mancozeb	\$ 6,19	\$ 0,50	\$ 6,69	\$ 8,07
Promedio			\$ 16,63	\$ 20,03
Productos veterinarios				
Uniciclina 100 mg (Oxitetraciclina)	\$ 3,72	\$ 0,50	\$ 4,22	\$ 5,08
Unimectine (Ivermectina)	\$ 5,10	\$ 0,50	\$ 5,60	\$ 6,74
Flunixin (Antiinflamatorios)	\$ 8,85	\$ 0,50	\$ 9,35	\$ 11,26
Kaovet (Antidiarreico)	\$ 1,40	\$ 0,50	\$ 1,90	\$ 2,29
Warit B (Vitamina)	\$ 12,39	\$ 0,50	\$ 12,89	\$ 15,53
Alimento para ganado	\$ 15,93	\$ 0,75	\$ 16,68	\$ 20,10
Alimento para aves de crecimiento	\$ 26,55	\$ 0,75	\$ 27,30	\$ 32,89
Alimento para aves de engorde	\$ 26,55	\$ 0,75	\$ 27,30	\$ 32,89
Alimento para mascotas	\$ 17,70	\$ 0,50	\$ 18,20	\$ 21,93
Promedio			\$ 13,71	\$ 16,52

Sin embargo al momento de vender al cliente el precio debe de llevar el impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (IVA) ya que los productos ya lo incluyen al momento de la compra por lo tanto debe ser recuperado y transferido por la vía fiscal.

Producto	Precio de distribuidor	IVA Crédito	Flete	Precio total de compra	Precio de venta	Precio de venta con IVA
Fertilizantes						
Formula Química 16-20-0	\$ 20,50	\$ 2,67	\$ 1,06	\$ 24,23	\$ 29,19	\$ 32,98
Sulfato de amonio-chino	\$ 9,00	\$ 1,17	\$ 1,06	\$ 11,23	\$ 13,53	\$ 15,29
Promedio granulados y en polvo		\$ 1,92		\$ 17,73	\$ 21,36	\$ 24,14
Nutriplan Plus (Bayfolan)	\$ 4,06	\$ 0,53	\$ 0,50	\$ 5,09	\$ 6,13	\$ 6,93
Promedio total		\$ 1,22		\$ 11,41	\$ 13,74	\$ 15,53
Plaguicidas						
Monarca	\$ 16,74	\$ 2,18	\$ 0,50	\$ 19,42	\$ 23,40	\$ 26,44
Gramoxone (Paraquat)	\$ 25,44	\$ 3,31	\$ 0,50	\$ 29,25	\$ 35,24	\$ 39,82
Mancozeb	\$ 6,19	\$ 0,81	\$ 0,50	\$ 7,50	\$ 9,04	\$ 10,21
Promedio		\$ 2,10		\$ 18,72	\$ 22,56	\$ 25,49
Productos veterinarios						
Uniciclina 100 mg (Oxitetraciclina)	\$ 3,72	\$ 0,48	\$ 0,50	\$ 4,70	\$ 5,66	\$ 6,40
Unimectine (Ivermectina)	\$ 5,10	\$ 0,66	\$ 0,50	\$ 6,26	\$ 7,54	\$ 8,52
Flunixin (Antiinflamatorios)	\$ 8,85	\$ 1,15	\$ 0,50	\$ 10,50	\$ 12,65	\$ 14,30
Kaovet (Antidiarreico)	\$ 1,40	\$ 0,18	\$ 0,50	\$ 2,08	\$ 2,51	\$ 2,83
Warit B (Vitamina)	\$ 12,39	\$ 1,61	\$ 0,50	\$ 14,50	\$ 17,47	\$ 19,74
Alimento para ganado	\$ 15,93	\$ 2,07	\$ 0,75	\$ 18,75	\$ 22,59	\$ 25,53
Alimento para aves de crecimiento	\$ 26,55	\$ 3,45	\$ 0,75	\$ 30,75	\$ 37,05	\$ 41,86
Alimento para aves de engorde	\$ 26,55	\$ 3,45	\$ 0,75	\$ 30,75	\$ 37,05	\$ 41,86
Alimento para mascotas	\$ 17,70	\$ 2,30	\$ 0,50	\$ 20,50	\$ 24,70	\$ 27,91
Promedio		\$ 1,71		\$ 15,42	\$ 18,58	\$ 21,00

En cuanto a la consulta veterinaria tendrá un precio por consulta de \$3.00

3.3.2 INVERSIONES DEL PROYECTO

Inversiones	Monto
Equipo	
Refrigeradora	\$ 450.00
Vitrinas	\$ 150.00
Mostrador de madera	\$ 85.00
Estante metálico	\$ 436.00
Contometro	\$ 74.50
Mesa de madera	\$ 50.00
Extintor	\$ 90.40
Bascula	\$ 130.00
Subtotal	\$1,465.90
Mobiliario y equipo de oficina	
Computadora	\$ 500.00
Escritorio	\$ 150.00
Impresora	\$ 55.00
Archivador	\$ 100.00
Silla de oficina	\$ 90.00
Subtotal	\$ 895.00
Otros equipos	
Escalera	\$ 15.00
Tarimas	\$ 50.00
Sillas plásticas	\$ 25.00
Subtotal	\$ 90.00
Total inversión	\$2,450.90

3.3.2.1 Depreciación anual de mobiliario y equipo

Equipo	Valor a depreciar	Años				
		1	2	3	4	5
Refrigeradora	\$ 450.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00
Vitrinas	\$ 150.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ -	\$ -	\$ -
Mostrador de madera	\$ 85.00	\$ 42.50	\$ 42.50	\$ -	\$ -	\$ -
Estante metálico	\$ 436.00	\$ 218.00	\$ 218.00	\$ -	\$ -	\$ -
Sillas plásticas	\$ 25.00	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ -	\$ -	\$ -
Extintor	\$ 90.40	\$ 45.20	\$ 45.20	\$ -	\$ -	\$ -
Bascula	\$ 130.00	\$ 65.00	\$ 65.00	\$ -	\$ -	\$ -
Computadora	\$ 500.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ -	\$ -	\$ -
Escritorio	\$ 150.00	\$ 37.50	\$ 37.50	\$ -	\$ -	\$ -
Impresora	\$ 55.00	\$ 27.50	\$ 27.50	\$ -	\$ -	\$ -
Archivador	\$ 100.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ -	\$ -	\$ -
Silla de oficina	\$ 90.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ -	\$ -	\$ -
Contometro	\$ 74.50	\$ 37.25	\$ 37.25	\$ -	\$ -	\$ -
Escalera	\$ 15.00	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ -	\$ -	\$ -
Tarima	\$ 50.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ -	\$ -	\$ -
Mesa de madera	\$ 50.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ -	\$ -	\$ -
Total depreciación anual	\$ 2,450.90	\$ 1,052.95	\$ 1,052.95	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00

3.3.2.2 Depreciación acumulada

Equipo	Años					
	0	1	2	3	4	5
Refrigeradora	\$ -	\$ 90.00	\$ 180.00	\$ 270.00	\$ 360.00	\$ 450.00
Vitrinas	\$ -	\$ 75.00	\$ 150.00	\$ -	\$ -	\$ -
Mostrador de madera	\$ -	\$ 42.50	\$ 85.00	\$ -	\$ -	\$ -
Estante metálico	\$ -	\$ 218.00	\$ 436.00	\$ -	\$ -	\$ -
Sillas plásticas	\$ -	\$ 12.50	\$ 25.00	\$ -	\$ -	\$ -
Extintor	\$ -	\$ 45.20	\$ 90.40	\$ -	\$ -	\$ -
Báscula	\$ -	\$ 65.00	\$ 130.00	\$ -	\$ -	\$ -
Computadora	\$ -	\$ 250.00	\$ 500.00	\$ -	\$ -	\$ -
Escritorio	\$ -	\$ 37.50	\$ 75.00	\$ -	\$ -	\$ -
Impresora	\$ -	\$ 27.50	\$ 55.00	\$ -	\$ -	\$ -
Archivador	\$ -	\$ 50.00	\$ 100.00	\$ -	\$ -	\$ -
Silla de oficina	\$ -	\$ 45.00	\$ 90.00	\$ -	\$ -	\$ -
Contometro	\$ -	\$ 37.25	\$ 74.50	\$ -	\$ -	\$ -
Escalera	\$ -	\$ 7.50	\$ 15.00	\$ -	\$ -	\$ -
Tarima	\$ -	\$ 25.00	\$ 50.00	\$ -	\$ -	\$ -
Mesa de madera	\$ -	\$ 25.00	\$ 50.00	\$ -	\$ -	\$ -
Total depreciación acumulada	\$ -	\$ 1,052.95	\$ 2,105.90	\$ 270.00	\$ 360.00	\$ 450.00

3.3.2.3 Presupuesto de capital de trabajo

El capital de trabajo estimado corresponde al periodo de un mes y se incluye en este las necesidades de efectivo inmediatas para hacer frente a compromisos de corto plazo así como el valor en mercadería necesaria para iniciar la venta de productos agropecuarios y el pago correspondiente al recurso humano. Debido a que la venta de los productos será al contado se proyecta que un mes es suficiente para que el efectivo proveniente de las ventas comience a cubrir los gastos y genere ganancias para reinvertirlas.

Detalle	Monto
Necesidades de efectivo	
Servicios básicos	\$ 48,40
Impuestos municipales	\$ 2,73
Alquiler	\$ 150,00
Aseo y limpieza	\$ 8,00
Empaques	\$ 2,92
Papelería	\$ 10,13
Enseres	\$ 40,00
Subtotal	\$ 222,17
Necesidades de inventario	
Inventario de productos	\$ 7.491,05
Necesidades de mano de obra	
Sueldos del personal	\$ 834,10
Capital de trabajo	\$ 8.547,32

La manera anterior de determinar el capital de trabajo es forma detallada en cada uno de los rubros principales. Sin embargo también existen métodos para su cálculo, unos de estos es el método del periodo de desfase el cual toma en cuenta el costo total anual entre los 365 días del año así como se muestra en la fórmula siguiente:

$$CT = \frac{Ca}{365} * 30$$

Aplicando la fórmula considerando un costo de los productos \$89,892.58 y gastos totales de operación de \$12,770.23 se tiene:

$CT = \frac{\$102,662.81}{365} (30) = \$8,438.04$; como se observa comparando las dos formas de cálculo la diferencia es mínima por lo que para las siguientes proyecciones se opta por la primera forma.

3.3.3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

3.3.3.1 Presupuesto de ingresos por ventas

Para determinar los ingresos por ventas es necesario utilizar la demanda anual proyectada en el estudio de mercado sin embargo esta se encuentra en forma de consumo global para los productos agrícolas pero para calcular cuantas unidades se necesitan por cada uno de los principales insumos agrícolas como fertilizantes y plaguicidas se utilizó los porcentajes obtenidos en la pregunta **Nº3** del cuestionario dirigido a los clientes potenciales que son de 88% y 93% respectivamente tal como se muestra a continuación:

Proyección de unidades a vender de fertilizantes

Año	Demanda proyectada	% Fertilizantes	Unidades a vender
1	2860	0,88	2516
2	2877	0,88	2532
3	2894	0,88	2547
4	2911	0,88	2562
5	2929	0,88	2577

Proyección de unidades a vender de plaguicidas

Año	Demanda proyectada	% Plaguicidas	Unidades a vender
1	2860	0,93	2659
2	2877	0,93	2675
3	2894	0,93	2691
4	2911	0,93	2708
5	2929	0,93	2724

Lo anterior es para los productos agrícolas sin embargo para el caso de los productos veterinarios estos ya fueron determinados en el estudio de mercado por lo que solamente se retomaron dichas cantidades.

Una vez establecidas las unidades a vender se procedió a multiplicarlas por el precio de venta de cada uno de los grupos de productos, los precios utilizados son netos y estos se muestran en este mismo estudio económico. Primeramente se obtienen las ventas por separado de cada grupo y luego se consolidan en el presupuesto de ventas totales.

Fertilizantes					
Año	1	2	3	4	5
Unidades	2516	2532	2547	2562	2577
Precio unitario	\$ 12,63	\$ 12,63	\$ 12,63	\$ 12,63	\$ 12,63
Ingreso total	\$ 31.778,47	\$ 31.969,15	\$ 32.160,96	\$ 32.353,93	\$ 32.548,05

Plaguicidas					
Año	1	2	3	4	5
Unidades	2659	2675	2691	2708	2724
Precio unitario	\$ 20,03	\$ 20,03	\$ 20,03	\$ 20,03	\$ 20,03
Ingreso total	\$ 53.274,86	\$ 53.594,51	\$ 53.916,07	\$ 54.239,57	\$ 54.565,01

Productos veterinarios					
Año	1	2	3	4	5
Unidades	1462	1470	1479	1488	1497
Precio unitario	\$ 16,52	\$ 16,52	\$ 16,52	\$ 16,52	\$ 16,52
Ingreso total	\$ 24.149,74	\$ 24.294,64	\$ 24.440,41	\$ 24.587,05	\$ 24.734,57

Consulta veterinaria					
Año	1	2	3	4	5
Unidades	240	242	243	244	246
Precio unitario	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Ingreso total	\$ 720,35	\$ 724,67	\$ 729,02	\$ 733,39	\$ 737,80

Presupuesto de ventas totales

Año	1	2	3	4	5
Fertilizantes	\$ 31.778,47	\$ 31.969,15	\$ 32.160,96	\$ 32.353,93	\$ 32.548,05
Plaguicidas	\$ 53.274,86	\$ 53.594,51	\$ 53.916,07	\$ 54.239,57	\$ 54.565,01
Productos veterinarios	\$ 24.149,74	\$ 24.294,64	\$ 24.440,41	\$ 24.587,05	\$ 24.734,57
Consulta Veterinaria	\$ 720,35	\$ 724,67	\$ 729,02	\$ 733,39	\$ 737,80
Total ventas	\$109.923,42	\$ 110.582,96	\$111.246,46	\$111.913,94	\$112.585,42

3.3.3.2 Fuente de Recursos

Capital propio

De acuerdo a los análisis realizados la inversión del proyecto en mobiliario y equipo asciende a un monto de \$ 2,450.90 y el capital de trabajo es de \$ 8,547.32. Los cuáles serán financiados con recursos propios provenientes de la actividad de ahorro y crédito que lleva acabo ACOARCATAO. Por lo que no es necesario recurrir a fuentes externas de financiamiento

3.3.3.3 Flujo de caja del proyecto

El flujo de caja está compuesto primeramente por los ingresos obtenidos en el presupuesto de ventas, los costos de los productos son determinados multiplicando las unidades de cada grupo de productos por su costo promedio obteniendo un monto total para las compras.

	Años				
Unidades	1	2	3	4	5
Fertilizantes	2516	2532	2547	2562	2577
Plaguicidas	2659	2675	2691	2708	2724
Productos veterinarios	1462	1470	1479	1488	1497
Costo promedio unitario					
Fertilizantes	\$ 10,19	\$ 10,19	\$ 10,19	\$ 10,19	\$ 10,19
Plaguicidas	\$ 16,63	\$ 16,63	\$ 16,63	\$ 16,63	\$ 16,63
Productos veterinarios	\$ 13,71	\$ 13,71	\$ 13,71	\$ 13,71	\$ 13,71
Compras por producto	1	2	3	4	5
Fertilizantes	\$ 25.630,16	\$ 25.783,94	\$ 25.938,65	\$ 26.094,28	\$ 26.250,84
Plaguicidas	\$ 44.218,13	\$ 44.483,44	\$ 44.750,34	\$ 45.018,84	\$ 45.288,96
Productos veterinarios	\$ 20.044,29	\$ 20.164,55	\$ 20.285,54	\$ 20.407,25	\$ 20.529,70
Total compras	\$ 89.892,58	\$ 90.431,93	\$ 90.974,52	\$ 91.520,37	\$ 92.069,49

Además se consideran los gastos no desembolsables, los cuales representan el gasto anual por depreciación calculado en el estudio técnico.

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 109.923,42	\$ 110.582,96	\$ 111.246,46	\$ 111.913,94	\$ 112.585,42
Costos de productos		\$ 89.892,58	\$ 90.431,93	\$ 90.974,52	\$ 91.520,37	\$ 92.069,49
Gastos de administración y venta		\$ 12.770,23	\$ 12.770,23	\$ 12.770,23	\$ 12.770,23	\$ 12.770,23
Total Egresos		\$ 102.662,81	\$ 103.202,16	\$ 103.744,76	\$ 104.290,60	\$ 104.839,73
Gastos no desembolsables		\$ 1.052,95	\$ 1.052,95	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Flujo de caja antes de impuesto		\$ 6.207,66	\$ 6.327,85	\$ 7.411,71	\$ 7.533,34	\$ 7.655,70
Impuesto		\$ 1.551,92	\$ 1.581,96	\$ 1.852,93	\$ 1.883,33	\$ 1.913,92
Flujo de caja después de impuesto		\$ 4.655,75	\$ 4.745,89	\$ 5.558,78	\$ 5.650,00	\$ 5.741,77
Ajustes por gastos no desembolsables		\$ 1.052,95	\$ 1.052,95	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Inversión inicial	\$ -2.450,90					
Capital de trabajo	\$ -8.547,32					
Flujo de caja	\$ -10.998,22	\$ 5.708,70	\$ 5.798,84	\$ 5.648,78	\$ 5.740,00	\$ 5.831,77

3.3.3.4 Estado de pérdidas y ganancias pro-forma

	1	2	3	4	5
Ventas	\$109.923,42	\$110.582,96	\$111.246,46	\$111.913,94	\$112.585,42
Costo de ventas	\$ 89.892,58	\$ 90.431,93	\$ 90.974,52	\$ 91.520,37	\$ 92.069,49
Utilidad bruta	\$ 20.030,85	\$ 20.151,03	\$ 20.271,94	\$ 20.393,57	\$ 20.515,93
Gastos de venta y administración	\$ 12.770,23	\$ 12.770,23	\$ 12.770,23	\$ 12.770,23	\$ 12.770,23
Depreciación	\$ 1.052,95	\$ 1.052,95	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Utilidad antes de reserva e impuesto	\$ 6.207,66	\$ 6.327,85	\$ 7.411,71	\$ 7.533,34	\$ 7.655,70
Impuesto sobre la renta	\$ 1.551,92	\$ 1.581,96	\$ 1.852,93	\$ 1.883,33	\$ 1.913,92
Reserva legal	\$ 434,54	\$ 442,95	\$ 518,82	\$ 527,33	\$ 535,90
Utilidad neta	\$ 4.221,21	\$ 4.302,94	\$ 5.039,96	\$ 5.122,67	\$ 5.205,88
Depreciación	\$ 1.052,95	\$ 1.052,95	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Utilidad del ejercicio	\$ 5.274,16	\$ 5.355,89	\$ 5.129,96	\$ 5.212,67	\$ 5.295,88

3.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

Para realizar la evaluación económica del proyecto y que esta guie la decisión de puesta en marcha del mismo primero se determinarán la rentabilidad a través de los métodos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo como el valor actual neto (VAN) para conocer el valor del proyecto durante los 5 años de evaluación, así como también el indicador de la Tasa Interna de Retorno (TIR) en la cual se determinará la tasa a la que se deben invertir los flujos de efectivo para que estos iguallen a la inversión inicial convirtiendo en cero al VAN y este en un punto donde el inversionista no obtenga ganancias pero alcance a cubrir la inversión inicial.

3.4.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Para realizar el cálculo del Valor Actual Neto es necesario determinar la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) en la que se debe tomar en cuenta la tasa de inflación con el propósito que se mantenga el poder adquisitivo del dinero en la inversión y además se considera un porcentaje de riesgo por colocar su dinero en la inversión. Definiendo la TMAR de la siguiente manera: $TMAR = i + f + i f$

Dónde: i = premio al riesgo; f = inflación Calculando la TMAR:

TMAR	16%
Premio al riesgo (i)	0.15
Tasa de inflación (f)	0.0080
if	0.0012

Considerando un riesgo medio del 15% y una tasa de inflación del 0.8% se obtuvo una tasa de rendimiento mínima sobre la inversión del 16% tomando en cuenta este dato se calcula el VAN.

3.4.2 Valor Actual Neto

Este criterio de rentabilidad consiste en sumar los flujos descontados en el presente y luego restarle la inversión inicial. Para determinar el VAN es necesario establecer el perfil del proyecto de inversión con los flujos de caja proyectados:

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJOS DE CAJA	\$ -10.998,22	\$ 5.708,70	\$ 5.798,84	\$ 5.648,78	\$ 5.740,00	\$ 5.831,77

Mediante una función financiera de Excel se determinó el Valor Actual Neto el cual es de \$ 7.833,42 Esto representa la ganancia neta del proyecto a valor actual o tiempo cero. Por lo tanto bajo este criterio se acepta el proyecto ya que las ganancias son mayores que los desembolsos necesarios para llevarlo a cabo.

3.4.3 Índice de Rentabilidad

Para complementar el criterio de aceptación a través del VAN se calculará el Índice de Rentabilidad (**IR**) El cual se obtiene dividiendo el valor presente de los flujos de caja entre la inversión inicial:

$$IR = \frac{\$18,831,64}{\$10,998.22} = 1.71$$

Lo que significa que el proyecto es aceptable ya que por cada dólar invertido a valor presente se recupera \$0.71 ctvs. como ganancia.

3.4.4 Tasa Interna de Rendimiento

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial que es de \$10,998.22. Si la TIR es mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) se acepta el proyecto de lo contrario se rechaza.

Después de realizar los cálculos por medio de la función financiera de Excel resulta que la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de **44%**.

Por lo tanto una TIR del 44% nos indica que la tasa de recuperación de la inversión es mayor que la tasa mínima aceptable exigida por el inversionista (TMAR=16%). Esto significa que se acepta el proyecto porque si se reciben los ingresos esperados se obtendrá el rendimiento requerido sobre la inversión.

3.4.5 Razones Financieras

Entre los métodos evaluación económica que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo se encuentran las razones financieras de las cuales se evalúan solamente dos para evaluar la rentabilidad que es la tasa de margen de beneficio bruto y neto sobre las ventas:

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas totales}}$$

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\$20,030.85}{\$109,923.42} = \mathbf{0.18}$$

Después de pagar el costo de los productos se obtienen de beneficio \$0.18 ctvs por cada dólar vendido.

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas totales}}$$

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\$5,274.16}{\$109,923.42} = \mathbf{0.05}$$

Se puede considerar que el beneficio de las ventas que en realidad se mantiene como ganancia es del 5% después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos.

3.4.6 Conclusión del Estudio Económico y Evaluación financiera

Los resultados de la evaluación financiera del proyecto de la creación de una Agroveterinaria en el municipio de Arcatao muestra un VAN de \$7,833.42 y una TIR de 44%, lo cual indica que el proyecto es rentable desde el punto de vista privado, razón por la cual se recomienda tomar la decisión de ejecutar el proyecto en el corto plazo.

BIBLIOGRAFIA

Libros:

- Baca Urbina Gabriel, evaluación de proyectos, 6^{ta} edición, editorial McGraw-Hill, 2010.
- Cañas Balbino Sebastián, Manual para formulación, evaluación y ejecución de proyectos, 4^{ta} edición, El Salvador, 2006.
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado y Baptista Lucio, Metodología de la investigación, 4^{ta} edición, editorial McGraw-Hill, 2006.
- Lawrence J. Gitman, Principios de Administración Financiera, 11^{va} edición, editorial Pearson, 2010.
- Render Barry, Principios de administración de operaciones, 5^{ta} edición, editorial Pearson 2004.
- Nassir Sapag Chain Y Reinaldo Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, 5^{ta} edición, editorial McGraw-Hill, 2008.
- Sapag Chain Nassir, Proyectos de inversión, formulación y evaluación, 2^{da} edición, editorial Pearson, 2011.

Trabajos de investigación:

- Calderón Susan, Flores Ana, Fuentes José, “Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de galletas para el grupo de mujeres emprendedoras de San José La Majada. Universidad de El Salvador, 2005.
- Escobar Juan, Quintanilla Rodrigo, Lucero Edgar, “Estudio de factibilidad técnico-económico, para la creación de una sucursal de la caja de crédito de San Ignacio en el municipio de Tejutla, departamento de Chalatenango”, Universidad de El Salvador, 2006.

Leyes:

- Ley General de Asociaciones Cooperativas y su reglamento, DL N° 339 de fecha 6 de mayo de 1996, publicado en el Diario Oficial N° 86, Tomo 291, del 14 de mayo de 1996.
- Constitución de la Republica de El Salvador, Decreto Constituyente N° 38, de fecha 15 de diciembre de 1983, publicada en el Diario Oficial N° 234, Tomo No. 281 de fecha 16 de diciembre de 1983.

- Ley sobre control de pesticidas, fertilizantes y productos para uso agropecuario, DL N° 315 de fecha 25 de abril de 1973, publicado en el Diario Oficial N° 85, Tomo 239, del 10 de mayo de 1973, modificada el 30 de septiembre de 2011.
- Ley de sanidad vegetal y animal, DL N° 524 de fecha 30 de noviembre de 1995, publicado en el Diario Oficial N° 234, Tomo 329, del 18 de diciembre de 1995, modificada el 27 de marzo de 2014.
- Código de Salud, D.L. N° 955, de fecha 28 de abril de 1988, publicado en el Diario Oficial. N° 86, Tomo 299, del 11 de Mayo de 1988.
- Ley del Impuesto sobre la Renta. D.L. N° 134, de fecha 18 de diciembre 1991, publicado en el Diario Oficial. N° 242, Tomo 313, del 21 de diciembre de 1991.

Documentos:

- Acta de Constitución, N° 13, folio 148, libro trigésimo quinto de registro e inscripción de Asociaciones Cooperativas de Ahorro y Crédito, 2009.
- Guía de precios de insumos agropecuarios 2014
- Padrón oficial de la entrega de paquetes agrícolas 2014-semilla de maíz y frijol. Gobernaciones.pdf.

Páginas Web:

- <http://www.insafocoop.gob.sv/>
- <http://villarcatao.blogspot.com/p/historia.html>
- <http://www.chalatenangosv.com/arcatao>
- http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/estudio%20de%20mercado.pdf
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia>
- <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-7.htm>
- www.asamblea.gob.sv
- <http://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/563211861.pdf>
- <http://www.mag.gob.sv>

ANEXOS

ANEXO N° 1

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LAS
PERSONAS QUE SE DEDICAN A
ACTIVIDADES AGROPECUARIAS



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



Cuestionario dirigido a los habitantes del municipio de Arcatao que realizan actividades agropecuarias.

Objetivo: Realizar un estudio que permita conocer las necesidades de adquirir productos e insumos agropecuarios que tienen los pobladores del municipio de Arcatao, a fin de obtener información útil para la creación de un agroservicio.

Indicaciones: Indique su respuesta con una "X" en la casilla que usted considere adecuada. Favor especificar o explicar en las preguntas que se requieren.

A. DATOS GENERALES

1. **Sexo:** Femenino Masculino

2. **Edad:**

- a) 18 a 22 años
- b) 23 a 27 años
- c) 28 a 32 años
- d) Más de 32 años

3. **Nivel Académico:**

- a) Ninguno
- b) 1º a 5º grado
- c) 6º a 9º grado
- d) Bachillerato

4. **¿Cuántas personas integran su grupo familiar?**

- a) 1 a 4 personas
- b) 5 a 8 personas
- c) Más de 8 personas

5. **Ingreso familiar mensual (promedio)**

- a) Menos de \$100
- b) \$100 a \$200
- c) \$201 a \$300
- d) Más de \$301

B. CONTENIDO

1. **¿A qué actividad agropecuaria se dedica?**

- a) Agrícola
- b) Pecuaria
- c) Ambas

Si su respuesta fue "Pecuaria" por favor pasar a la pregunta N° 7

2. ¿A qué área de la agricultura se dedica?

- a) Granos básicos
- b) Hortalizas
- c) Frutales
- d) Otros Especifique_____

3. ¿Qué tipo de insumos usa con mayor frecuencia?

- a) Pesticidas
- b) Fertilizantes
- c) Abonos orgánicos

4. ¿Con qué frecuencia compra los insumos?

- a) cada 8 días
- b) cada 15 días
- c) mensual
- d) trimestral
- e) Otros Especifique_____

5. ¿Cuál es el área de terreno que cultiva?

- a) Menos de 1 manzanas
- b) 1 manzana
- c) Más de 2 manzanas

6. ¿Con que finalidad cultiva?

- a) Consumo
- b) Comercialización
- c) Ambos

7. ¿En qué lugares compra sus productos agropecuarios?

- a) Arcatao
- b) San José Las Flores
- c) Guarjila
- d) Chalatenango

8. ¿Cuándo compra los insumos que características toma en cuenta?

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Cantidad
- d) Marca
- e) Otros Especifique_____

9. ¿En qué aspectos se basa para elegir el lugar donde realizar su compra?

- a) Buena atención al cliente
- b) Personal capacitado
- c) Amplia gama de productos
- d) Ubicación

10. ¿Qué tipo de ganado posee?

- a) Bovino
- b) Equino
- c) Porcino
- d) Caprino(cabras, venados y otros)

11. ¿Con que frecuencia adquiere productos para el ganado?

- a) Semanal
- b) Quincenal
- c) Mensual
- d) Otros Especifique_____

12. ¿Para qué tipo de animales domésticos compra medicina o alimentos?

- a) Aves de Corral
- b) Perros
- c) Gatos
- d) Otros Especifique_____

13. ¿Qué hace cuando su ganado o animales domésticos se enferman?

- a) Ayuda veterinaria
- b) Remedios caseros
- c) Sacrificarlos
- d) Otros Especifique_____

**14. En caso de que existiera asistencia veterinaria en el agroservicio
¿acudiría cuando un animal se le enferma o accidenta?**

- a) Si
- b) No
- c) Talvez

15. ¿Cree que es necesario que exista un agroservicio dentro del municipio?

- a) Si
- b) No

Si su respuesta fue "Si", favor contestar las siguientes preguntas. Si su respuesta fue "No" muchas gracias por su colaboración.

16. ¿En qué lugar del municipio le gustaría que estuviera ubicado el agroservicio?

- a) Barrio El Centro
- b) Barrio San José
- c) Colonia Jesús Rojas

17. ¿Cuál sería el horario más factible para realizar sus compras en el agroservicio?

- a) Lunes –viernes
- b) Lunes – sábado
- c) Toda la semana

18. ¿Qué otros servicios le gustaría que le brindaran en el agroservicio?

- a) Consulta veterinaria
- b) Asesoría Técnica
- c) Otros

Especifique _____

19. ¿Le gustaría que tuviera servicio a domicilio el área veterinaria?

- a) Si
- b) No

20. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que hubieran en la compra de sus productos?

- a) Descuento en próxima compra
- b) Descuento en consulta veterinaria
- c) Descuento por cliente frecuente

“MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

ANEXO N° 2

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS
ASOCIADOS



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



Cuestionario dirigido a las personas que forman parte de La Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovechamiento y Comercialización “Padre Nicolás Alvarenga” de Arcatao de R.L (ACOARCATAO).

Objetivo: Conocer la disposición y expectativas de los asociados, a fin de obtener información útil para la creación de un agroservicio.

Indicaciones: Indique su respuesta con una “X” en la casilla que usted considere adecuada. Favor especificar o explicar en las preguntas que se requieren.

C. DATOS GENERALES

6. **Sexo:** Femenino Masculino

7. **Edad:**

- e) 18 a 22 años
- f) 23 a 27 años
- g) 28 a 32 años
- h) Más de 32 años

D. CONTENIDO

1. **¿Cómo califica el desempeño de la cooperativa hasta esta fecha?**

- a) Excelente (10 puntos)
- b) Muy Bueno (8-9 puntos)
- c) Bueno (6-7 puntos)
- d) Deficiente (menos de 5 puntos)

2. **¿Cuánto tiempo tiene de ser miembro de la cooperativa?**

- a) Menos de 1 año
- b) 1 a 2 años
- c) Más de 3 años

3. **¿Posee conocimientos de la actividad agropecuaria?**

- a) Básicos
- b) Especializados
- c) Otros Especifique_____

4. **¿Considera que los productos agropecuarios tienen buena aceptación por parte de los consumidores?**

- a) Si b) No

5. **¿Cuáles son los productos que considera que demandan más los consumidores?**

- a) Pesticidas
b) Fertilizantes
c) Semillas
d) Medicamentos veterinarios

6. **¿Considera que la existencia de un agroservicio en el municipio es una necesidad?**

- a) Si b) No c) Talvez

Por qué: _____

7. **¿Estaría dispuesto a apoyar la iniciativa de la creación de un agroservicio en el municipio?**

- a) Si b) No

Por qué: _____

8. **¿Cuál sería su aporte para la creación de un agroservicio en el municipio?**

- a) Recursos económicos
b) Recursos materiales (local, estantes, etc.)
c) Conocimientos en el área
d) Tiempo
e) Otros

Especifique _____

9. **¿Cuál sería el principal beneficio que le gustaría recibir con el establecimiento de un agroservicio?**

- a) Mayores excedentes
b) Porcentaje de descuento por ser asociado
c) Otros

Especifique _____

10. **¿En qué meses del año cree que habrá mayor volumen en las ventas?**

- a) Enero-Marzo
b) Abril-Junio
c) Julio-Septiembre
d) Noviembre-Diciembre

11. ¿Qué actividades considera adecuadas para promocionar el agroservicio?

- a) Perifoneo en unidades móviles
- b) Hojas volantes y afiches
- c) Anuncios en radios comunitarias
- d) Banners
- e) Otros

Especifique_____

12. ¿Considera que tendrá algún beneficio para la comunidad la creación del agroservicio?

- a) Si b) No c) Talvez

13. ¿A su criterio que obstáculos piensa que existirían para el funcionamiento del agroservicio?

- a) Transporte
- b) Proveedores
- c) Competidores
- d) Costo de los productos
- e) Adquisición de equipos

ANEXO N° 3

ENTREVISTAS

Resultados de las entrevistas realizadas a la presidenta del consejo de administración, Gerente y Contador de La Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovechamiento y Comercialización “Padre Nicolás Alvarenga” de Arcatao de R.L (ACOARCATAO).

1. ¿Cuáles son algunos de los requisitos para el otorgamiento de los créditos?

Primeramente debe tener como mínimo tres meses de estar asociado a la cooperativa y luego poseer solvencia moral, es decir responsabilidad y excelente record crediticio comprobable así como contar con un fiador y estar dispuesto a firmar letra de cambio correspondiente. El crédito máximo al que puede acceder es de \$5000.00

2. ¿Poseen un dato de los principales destinos de los créditos otorgados?

Formalmente no existe un registro específico de la finalidad de los créditos otorgados a los asociados, sin embargo por lo que indican las solicitudes que llenan al momento tramitar el crédito la mayoría son para la crianza de animales, reparación de vivienda así como para mejora de negocios.

3. ¿Cuántos de los créditos solicitados son con fines agrícolas?

De igual forma que la respuesta anterior no se tiene un dato certero, pero lo que sí es una realidad es que existen créditos con finalidad de compraventa de ganado y para mejoras de cultivos.

4. ¿En qué meses tienen mayor demanda los servicios financieros de la asociación cooperativa?

La tendencia del otorgamiento de los créditos es variable ya que estos se solicitan cuando surge alguna necesidad o emergencia y estas son poco predecibles, aunque en el mes de julio se presenta un leve incremento de solicitudes de créditos por parte de los asociados para diferentes fines.

5. ¿Con qué bienes muebles e inmuebles cuenta la asociación cooperativa?

No se poseen bienes inmuebles únicamente mobiliario y equipo entre los que se puede mencionar: sillas, mesa, una computadora, impresora y un archivador los cuales son utilizados para el desarrollo de las actividades de ahorro y crédito de la Asociación.

6. En caso de llevar a cabo el proyecto ¿Tienen un posible local?

La zona donde está ubicada las oficinas de ACOARCATAO DE R.L. es en el barrio el centro de este municipio por tal razón sería conveniente que ambas estuvieran ubicadas en el mismo lugar y tentativamente se podrían mencionar el local de La micro región así como otro que está cercano al salón de usos múltiples. Estas solamente son algunas posibilidades pero de no ser así existen otras alternativas, es decir este aspecto no representa obstáculo porque existe disponibilidad de instalaciones en el municipio.

7. ¿Cuentan en la asociación con recursos económicos, técnicos y humanos para este tipo de inversiones?

El recurso económico es principalmente lo que tiene a disposición inmediata la cooperativa ya que posee un capital líquido para esta inversión de hasta veinte mil dólares, en cuanto al recursos técnico este se tendría que comprar casi en su totalidad ya que como se mencionó anteriormente no se poseen bienes inmuebles solamente mobiliario y equipo que es escaso pero que se está en la disposición de utilizarlo de la mejor manera y finalmente con respecto al personal solamente trabajan cuatro personas que son remuneradas según las horas trabajadas o por honorarios.

8. ¿Estarían dispuestos a llevar a cabo una campaña de mercado para dar a conocer los nuevos servicios que ofrecerían?

Si, como asociación se esta con la mayor disposición de apoyar la iniciativa de creación del agroservicio para lo cual se piensa utilizar todos los recursos que estén al alcance de la asociación y para ello se cuenta con la aprobación de los asociados porque igual que todos los comités que forman parte de la dirección ellos también

desean que este proyecto de negocio llegue a realizarse, crezca y sea sostenible en el tiempo.

9. ¿Cuenta la asociación cooperativa actualmente con algunos contactos para abastecerse de los insumos requeridos para el agroservicio?

ACOARCATAO DE R.L., no tiene contactos con proveedores de insumos y productos agropecuarios ya que como el proyecto solo está en idea no se ha buscado la forma de comunicarse con estos proveedores.

10. ¿Consideran que es necesario llevar a cabo este proyecto como una alternativa de inversión?

Si la asociación considera que ha alcanzado la solides suficiente como para ampliar sus actividades y este proyecto es muy importante para ello, porque se identifica con los valores de la cooperativa de buscar el bien colectivo beneficiando económicamente a los asociados y a la población en general a través de ofrecerles los productos agropecuarios a precios accesibles y en el mismo municipio.

11. ¿Cuentan con el apoyo de todos los asociados para implementar el proyecto de inversión?

En su mayoría los asociados están dispuestos a apoyar el nuevo proyecto ya que es una realidad y necesidad para ellos porque todos utilizan insumos agropecuarios para los cultivos y ganado, por eso les resulta atractiva la idea de un agroservicio.

12. ¿Quiénes son los encargados de tomar decisiones en los nuevos proyectos?

Los asociados que integran el consejo de administración y el comité de vigilancia son los encargados de la aprobación de las decisiones que se han tomado por consenso de todos los asociados.

13. ¿Conoce usted si la cooperativa cuenta con otros proyectos a futuro?

Siempre con el interés de beneficiar a sus asociados y a la comunidad en general se tienen otras ideas en el largo plazo como de un mini-supermercado o proveer de un medio de transporte para realizar excursiones turísticas al municipio.

14. ¿Qué tipo de beneficios ofrece la cooperativa a asociados o comunidad?

Se brinda los servicios de acceso a créditos a tasas de interés adecuadas y depósitos en cuentas de ahorro.

15. Con el nuevo proyecto, ¿Qué otros beneficios ofrecerían a sus asociados/as?

Se tendría que discutir como asociación pero podrían ser descuentos en las compras de productos lo que les ayudaría en su economía, además de abastecerlos de insumos y productos a precios accesibles.

16. ¿Estaría dispuesto a integrarse o participar en la dirección del agroservicio?

En el caso del gerente está totalmente de acuerdo con esta iniciativa, sin embargo no se compromete a participar directamente en la dirección del mismo debido a que considera que su fuerza de laboral está disminuyendo por aspectos personales y sugiere que se le brinden oportunidades a los jóvenes con nuevos conocimientos pero si está dispuesto en capacitar y asesorar a la nueva administración. En cuanto a la Presidenta y Contador dejan abierta la posibilidad de colaborar siempre y cuando lo autorice el responsable que es el consejo de administración y los comités conformados por los mismos asociados.

ANEXO N° 4

REQUISITOS Y FORMULARIOS PARA EL
ESTABLECIMIENTO DEL
AGROSERVICIO SEGÚN MINISTERIO DE
AGRICULTURA Y GANADERÍA

REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS

Según el Art. 26 de la Ley sobre control de Pesticidas, Fertilizantes y Productos para uso Agropecuario (DECRETO 315): Los productos y materias primas a que se refiere esta ley sólo podrán ser vendidos en establecimientos especialmente autorizados por la División de Registro y Fiscalización, de la Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal, del Ministerio de Agricultura y Ganadería, cuyos propietarios serán los responsables de su calidad y uso dañoso por la falta de información necesaria.

Entre los requisitos para el Registro de las Empresas se necesita:

1. Retirar formularios en la División de Registro y Fiscalización.
2. Presentar solicitud según formato.
3. Fotocopia del título del profesional que será regente del establecimiento (responsable técnico), autenticada por abogado, según la naturaleza del establecimiento puede ser:
 - Ing. Agrónomo ó Agrónomo para agroservicios, comercialización de productos agrícolas, fumigadoras
 - Químico para la formulación de productos agrícolas fertilizantes.
4. Contrato de Servicios Profesionales, si el propietario no es idóneo en la materia.
5. Fotocopia de DUI del Regente
6. Local adecuado (según Inspección previa del local)

En el caso de Sociedades:

7. Fotocopia de escritura de constitución extendida por el Registro de Comercio (si es sociedad).
8. Credencial del Representante Legal.

Para agroservicios:

9. El propietario, regente o encargado del establecimiento debe asistir a una capacitación sobre aspectos legales y manejo adecuado de insumos agropecuarios, que se imparte en las instalaciones del MAG, en Santa Tecla, de 8:00 am a 12:30 pm.

Próxima capacitación: 28/11/2014

Costo del servicio: \$118.65 si capital < \$50,000.00
\$319.45 si capital > \$50,000.00

Contacto: Ing. José Luis Palacios

Tel: 2210-1772

GUIA PARA LA ELABORACION DE CONTRATO DE SERVICIOS PROFESIONALES ENTRE EL PROPIETARIO Y EL REGENTE

(Nombre propietario) _____ de _____ años de edad, del domicilio de _____ actuando en calidad de propietario del ESTABLECIMIENTO: _____

del municipio de _____ del departamento de _____

Que en el transcurso de este instrumento se llamará el propietario y (profesional regente) _____ (Grado Académico) _____

Inscrito en el Registro de profesionales que lleva (nombre del centro de estudios) _____

ubicada en _____

que se llamará el REGENTE, por medio del presente otorgamos: Que hemos convenido en celebrar el presente contrato de servicios profesionales, sujeto a las cláusulas siguientes:

- I. OBJETIVO: El primero como propietario del establecimiento (nombre del establecimiento). _____ situado en (dirección) _____ contrata al segundo como Regente del establecimiento mencionado, quien tendrá a su cargo la dirección técnica del negocio así como el cumplimiento de las disposiciones de la Ley de Sanidad Vegetal y Animal y demás disposiciones legales vigentes relacionadas con el funcionamiento del establecimiento.
- II. PLAZOS: El plazo de este contrato será de un año prorrogable por períodos iguales, contados a partir de la fecha de elaboración del CERTIFICADO DE APROBACION extendido por la División de Registro y Fiscalización de la Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal.
- III. HONORARIOS: El propietario pagará al regente, en concepto de honorarios, la suma de _____, por mensualidades vencidas y sucesivas.
- IV. AVISO DE TERMINACION DEL CONTRATO: En caso de terminación del contrato por cualquier causa, el propietario dará aviso a la División de Registro y Fiscalización sobre la caducidad del mismo para los efectos consiguientes.
- V. Este contrato podrá llevar todas las cláusulas que los contratantes tengan a bien estipular siempre que no contraríen el sistema Legal.

NOTA: Este contrato tendrá que ser elaborado mediante escritura pública.

GUIA PARA LA SOLICITUD DE INSCRIPCION O RENOVACION DE REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS PARA ANIMALES Y VETERINARIOS

Señor
Coordinador Área de Registro y Fiscalización Veterinaria
Dirección General de Ganadería
Ministerio de Agricultura y Ganadería
p r e s e n t e

Nosotros, _____ y _____
Actuando en calidad de propietario y regente respectivamente del establecimiento _____

De conformidad a lo prescrito por el artículo 26 de la Ley sobre control de pesticidas, fertilizantes y productos para uso agropecuario; atentamente solicitamos a usted la inscripción del establecimiento, para lo cual proporcionamos la siguiente información:

A) Nombre del establecimiento: _____

B) Dirección comercial donde funcionará el establecimiento: _____
Tel: _____ Fax: _____

Correo electrónico (e-mail) _____

C) Departamento: _____ D) Municipio: _____

E) Naturaleza de la actividad: _____

F) Tipo de construcción: _____

G) Area para sala de venta, oficina, bodega: _____

H) Equipo disponible: _____

I) Nombre del propietario: _____

J) Dirección del propietario: _____ Tel: _____

K) Nombre del regente: _____

L) Dirección del regente: _____ Tel: _____

Fax: _____ Correo electrónico (e-mail) _____

M) Declaración de capital total de la empresa: menor a US \$ 50,000.00 mayor a US\$ 50.000.00

Documentos que acompañan a la presente: Fotocopia del título, certificado por notario que acredita la calidad profesional del regente, contrato de servicios profesionales elaborado por notario, Fotocopia de DUI de Regente y Propietario.

_____ a los _____ días del mes de _____ del año _____

NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO

NOMBRE Y FIRMA DEL REGENTE

Nota: favor transcribir a máquina

GUIA PARA LA SOLICITUD DE INSCRIPCION O RENOVACION DE REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS VETERINARIOS.

Señor
Coordinador Area de Registro y Fiscalización Veterinaria
Dirección General de Ganadería
Ministerio de Agricultura y Ganadería
p r e s e n t e

Nosotros, _____ y _____
Actuando en calidad de representante legal y regente respectivamente del establecimiento _____

De conformidad a lo prescrito por el artículo 26 de la Ley sobre control de pesticidas, fertilizantes y productos para uso agropecuario; atentamente solicitamos a usted la inscripción del establecimiento, para lo cual proporcionamos la siguiente información:

A) Nombre del establecimiento: _____

B) Dirección comercial donde funcionará el establecimiento: _____
Tel: _____ Fax: _____

Correo electrónico (e-mail) _____

C) Departamento: _____ D) Municipio: _____

E) Naturaleza de la actividad: _____

F) Tipo de construcción: _____

G) Area para sala de venta, oficina, bodega: _____

H) Equipo disponible: _____

I) Nombre del representante legal _____

J) Dirección del representante legal _____ Tel: _____

K) Nombre del regente: _____

L) Dirección del regente: _____ Tel: _____

Fax: _____ Correo electrónico (e-mail) _____

M) Declaración de capital total de la empresa: menor a US \$ 50,000.00 mayor a US\$ 50.000.00

Documentos que acompañan a la presente: Fotocopia del título, certificado por notario que acredita la calidad profesional del regente, contrato de servicios profesionales elaborado por notario, Fotocopia de DUI de Regente y Representante Legal.

_____ a los _____ días del mes de _____ del año _____

NOMBRE Y FIRMA DEL REP. LEGAL

NOMBRE Y FIRMA DEL REGENTE

**GUIA PARA LA SOLICITUD DE INSCRIPCION O RENOVACION DE REGISTRO
DE ESTABLECIMIENTOS AGROPECUARIOS.**

Señor
Jefe División de Registro y Fiscalización
Dirección General de Ganadería
Ministerio de Agricultura y Ganadería
P r e s e n t e

Yo, _____ Actuando en calidad de
propietario y regente del establecimiento _____

De conformidad a lo prescrito por el artículo 26 de la Ley sobre control de pesticidas, fertilizantes y productos para uso agropecuario; atentamente solicito a usted la inscripción del establecimiento, para lo cual proporciono la siguiente información:

A) Nombre del establecimiento: _____

B) Dirección comercial donde funcionará el establecimiento: _____

_____ Tel: _____ Fax: _____

Correo electrónico (e-mail) _____

C) Departamento: _____ D) Municipio: _____

E) Naturaleza de la actividad: _____

F) Tipo de construcción: _____

G) Area para sala de venta, oficina, bodega: _____

H) Equipo disponible: _____

I) Nombre del propietario y regente: _____

J) Dirección del propietario y regente: _____

K) Teléfono: _____ Fax _____ E-mail _____

L) Declaración de capital total de la empresa: menor a US\$ 50.000.00 mayor a US\$ 50,000.00

Documentos que acompañan a la presente: Fotocopia del título, certificado por notario que acredita la calidad profesional del regente y Fotocopia de DUI.

Lugar y Fecha: _____

**_____
NOMBRE Y FIRMA PROPIETARIO - REGENTE**

Nota: Por favor transcribir a máquina.

GUIA PARA LA SOLICITUD DE INSCRIPCION O RENOVACION DE REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS AGROPECUARIOS.

Señor
Jefe División de Registro y Fiscalización
Dirección General de Sanidad Vegetal
Ministerio de Agricultura y Ganadería
p r e s e n t e

Nosotros, _____ y _____

Actuando en calidad de representante legal y regente respectivamente del establecimiento: _____

De conformidad a lo prescrito por el artículo 26 de la Ley sobre control de pesticidas, fertilizantes y productos para uso agropecuario; atentamente solicitamos a usted la inscripción del establecimiento, para lo cual proporcionamos la siguiente información:

D) Nombre del establecimiento: _____

E) Dirección comercial donde funcionará el establecimiento: _____
Tel: _____ Fax: _____

Correo electrónico (e-mail) _____

F) Departamento: _____ D) Municipio: _____

G) Naturaleza de la actividad: _____

H) Tipo de construcción: _____

G) Área para sala de venta, oficina, bodega: _____

H) Equipo disponible: _____

N) Nombre del representante legal: _____

O) Dirección del representante legal: _____ Tel: _____

P) Nombre del regente: _____

Q) Dirección del regente: _____ Tel: _____

Fax: _____ Correo electrónico (e-mail) _____

R) Declaración de capital total de la empresa: menor a US \$ 50,000.00 mayor a US\$ 50.000.00

Documentos que acompañan a la presente: a) Fotocopia de escritura de constitución de la sociedad, b) Fotocopia certificada por un notario del título del regente, c) Contrato de servicios profesionales elaborado por notario, d)Fotocopia de DUI de Regente y Rep. Legal.

_____ a los _____ días del mes de _____ del año _____

NOMBRE Y FIRMA DEL REP. LEGAL

NOMBRE Y FIRMA DEL REGENTE

ANEXO N° 5

GLOSARIO

GLOSARIO

ACOARCATAO DE R.L.: “Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovechamiento y Comercialización “Padre Nicolás Alvarenga” de Arcatao de Responsabilidad Limitada.”

Administración: es la técnica de carácter científico encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc.) de la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible.

Asociación Cooperativa: son grupos de personas cuyo objetivo es realizar en común actividades de ahorro, crédito, consumo, producción o venta, obteniendo un determinado beneficio. Las cooperativas no persiguen fines de lucro sino de distribución de ventajas entre sus socios, y sus funciones no son solamente económicas sino también sociales.

Balance: refleja lo que existe en la empresa el día del cierre contable. El balance junto con el estado de resultados, será utilizado para realizar las estimaciones de algunos índices financieros.

Cooperativismo: es una forma de organizar empresas con fines económicos y sociales, que desarrolla en forma autónoma un grupo de personas naturales, que previamente han convenido asociarse solidariamente, fijando sus propias normas conforme a la ley, con la finalidad de generar empresa.

Demanda: son aquellos compradores dispuestos a consumir un producto que satisface sus necesidades de acuerdo a su poder adquisitivo.

Eficacia: consecución de objetivos; logro de los efectos deseados.

Eficiencia: logro de los fines con la menor cantidad de recursos; el logro de objetivos al menor costo u otras consecuencias no deseadas.

Flujo de caja proyectado: es una proyección de liquidez de la empresa, que registra las entradas y salidas de efectivo antes y después de operaciones. La proyección de un flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar esta proyección está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico y económico.

Estado de resultados: presenta las pérdidas o ganancias generadas por la empresa, en un periodo de tiempo determinado.

Estrategia: es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Estudio de Factibilidad: es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Estudio técnico: permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos.

Evaluación económica: describe los métodos actuales que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa de rendimiento, el valor presente neto en el cual se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

Evaluación social: pretende determinar los costos y beneficios pertinentes del proyecto para la comunidad, comparando la situación con proyecto, respecto de la situación sin proyecto, en términos de bienestar social.

INSAFOCOOP: Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo.

Mercado: es la relación que existe entre los compradores y vendedores, a los primeros se les satisface una necesidad existente ya sea por un bien o servicio y el segundo es el encargado de satisfacer dichas necesidades.

Objetivo: es algo que debe ser alcanzado. En la gerencia de proyecto, los objetivos son los resultados deseados del proyecto o de cualquier parte del proyecto, en términos de entregables concretos y resultados (servicio mejorado, más dinero, etc.). Este debe ser medible y alcanzable.

Oferta: es la cantidad de un producto o servicio que los fabricantes están dispuestos a llevar al mercado de acuerdo con los precios vigentes, con la capacidad de sus instalaciones y con la estructura económica de su producción.

Planificación: proceso racional y sistémico de prever, organizar y utilizar los recursos escasos para lograr objetivos y metas en un tiempo y espacio predeterminados.

Proyecto: es una inversión planeada de una actividad con el objetivo de crear o ampliar una empresa o institución para producir bienes y servicios.

Razones de liquidez: miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones (pagos) a corto plazo.

Tasa Interna de Rendimiento: es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Tasas de apalancamiento: miden el grado en el que la empresa se ha financiado a través de la deuda.

Tasas de rentabilidad: es la tasa que revela que tan efectivamente se administra una empresa.

TMAR: tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta

Valor Actual Neto: es el valor monetario que resulta de restar la inversión inicial a la suma de los flujos descontados.

Viabilidad: es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo propuesto.

ANEXO N° 6

COTIZACIONES

El RANCHO II

Cantidad	Productos	Presentación	Precio Unitario	Subtotal
Fertilizantes				
100	Formula 16-20-0	45kg	\$ 24	\$ 2.350
100	sulfato de Amonio	45kg	\$ 13	\$ 1.300
50	Fertilizantes Líquidos(Bayfolan Forte)	0.5 litro	\$ 8	\$ 388
Plaguicidas				
50	Insecticidas (Monarca)	0.5 litro	\$ 20	\$ 1.000
50	Herbicidas(Paraquat)	5 Lt	\$ 30	\$ 1.475
50	Fungicidas(Mancozeb)	kg	\$ 7	\$ 325
Productos veterinarios				
15	Antibacterianos(Oxitetraciclina)	50ml	\$ 7	\$ 105
15	Antiparasitarios(Ivermectina)	50ml	\$ 7	\$ 105
15	Antiinflamatorios(flunixin)	30ml	\$ 10	\$ 150
15	Antidiarreicos(Kaovet)	120ml	\$ 3	\$ 41
15	Vitaminas(wuarit-b)	100ml	\$ 14	\$ 210
15	Alimento para ganado 15	saco 100 lbs	\$ 18	\$ 263
5	alimento para perro	Saco 50 lbs	\$ 20	\$ 100
5	alimento para Gato	saco 17.6lbs	\$ 20	\$ 99
10	alimento para aves de crecimiento	saco 100 lbs	\$ 30	\$ 298
10	alimento para aves de engorde	saco 100 lbs	\$ 30	\$ 297
				\$ 8.504,50



Nº 08841

San Salvador, 09 de octubre de 2014.

Señores
ACO ARCATAO DE R.L
Presente

Estimados Señores:

Nos complace saludarles en nombre del Grupo Fertica, aprovecho esta oportunidad para desearle éxitos en sus labores, el motivo de la presente es para presentarles la siguiente propuesta:

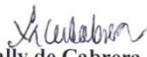
CANTIDAD	PRODUCTO	PRESENT.	PRECIO	TOTAL
50	Omex Bio 20	1 Lt	\$ 9.35	\$ 467.50
500	Engeo 24.7 SC	100 cc	\$ 7.80	\$3,900.00
70	Gramoxone 20 SL (Paraquat)	5 Lts	\$ 27.33	\$1,913.10
Son: Siete mil noventa y siete con 08/100			Sub total	\$6,280.60
			IVA	\$ 816.48
			Total	\$7,097.08

Rogamos tomar nota de lo siguiente:

1. Esta cotización tiene una vigencia de 8 días.
2. Forma de Pago: Contado.
3. Los precios de esta oferta **Incluyen IVA**.
4. Agroquímicos puestos en sus instalaciones.

Deseamos que esta información sea de su completo agrado, cualquier consulta estamos disponibles a sus apreciables órdenes.

Atentamente,


Sally de Cabrera
Asesora de Ventas Telefónicas

Edificio FERTICA, 5a Avenida Norte y 19 Calle Poniente
San Salvador, El Salvador, C.A.
Tel. PBX: (503) 2234-0444 Fax: (503) 2226-6767
e-mail: correo@fertica.com www.fertica.com



Productos Agroquímicos de Centro América, S.A.



El Surco S.A.
DE
C.V.

4a Av. Sur y Calle Daniel Hernandez No. 2-9B, Santa Tecla, La Libertad

Tel. 2207-6868

Santa Tecla, 10 de OCTUBRE de 2014

Cot.# 000008148

Señores
ACOARCATAO DE R.L

Presente.

n.

Respetables señores:

Atendiendo a su solicitud nos permitimos presentarles la siguiente cotización:

Cantidad	Codigo	Presentacion	Descripcion	Precio Unitario \$	Costo Total \$
100	1110365	LITRO	BAYFOLAN FORTE	7.70	770.00
100	1212624	500 C.C.	MONARCA	20.05	2,005.00
100	1220205	800 GRAMOS	MANCOZEB 80	6.78	678.00
100	1310279	5 LITROS	GRAMOXONE	30.69	3,069.00
100	9999999		UNICICLINA LA 250 ML (OXITETRACICLINA)	24.30	2,430.00
100	9999999		ANTIPARACITARIO IVERMECTINA(UNIMECTINE)	38.95	3,895.00
100	2250643	100 M.L.	LHIFLUNEX	33.81	3,381.00
100	2250236	750 M.L.	KAOVET	7.31	731.00
100	2232655	250 C. C.	WARIT B	29.00	2,900.00
100	2230292	100 C.C.	WARIT B	17.71	1,771.00
TOTAL DE LA OFERTA				Subtotal	21,630.00
-----VEINTIUN MIL SEISCIENTOS TREINTA 00/100----- DOLARES				Descuento	
				Gravadas	
				IVA	
				Exentas	21,630.00
				Total	21,630.00

PRECIOS Valores en dolares de los Estados Unidos de America.

Forma de Pago : Contra entrega
Tiempo Entrega : De inmediato
Validez Oferta : 15 dias

CJ2x

EL SURCO, S.A. DE C.V.
SANTA TECLA
EL SALVADOR, C.A.
P.BX: 2207-6868



El Surco, S.A. de C.V
Departamento de Comercialización y
Desarrollo Agrícola

COTIZACIÓN 2a.calle poniente 5-
4 santa tecla El Salvador C.A.
Tel.2228-0301, 2228-7980 fax
2229-4623

Fecha: 10 de Octubre de 2014

Para:

Con Atencion a:

1	Codigo	Descripcion	Presentacion	Cantidad	P/ Unitario	Total
	1120996	16-20-0	45 Kilos	100	28,42	\$ 2.842,00
	1120971	Sulfato de Amonio	45 Kilos	100	17,69	\$ 1.769,00
		Nutriplan Plus (Bayfolan)	500cc	50	4,06	\$ 203,00
		Monarca	500cc	50	18,92	\$ 946,00
		Gramoxone	5 Litroso	50	28,75	\$ 1.437,50
		Flonex (Mnabcozeb)	Litro	50	8,31	\$ 415,50
		Uniciclina 100 mg (Occitetraciclina)	50ml	15	4,2	\$ 63,00
		Unimectine (Ibçvermectina)	50ml	15	5,76	\$ 86,40
		Dolvat (Piroxican Antiinflamtorio)	50ml	15	3	\$ 45,00
		Pectinova (Antidiarreicos)	120ml	15	1,32	\$ 19,80
		Kaovet (Antidiarreico)	120ml	15	1,58	\$ 23,70
		Warit B	100ML	15	16,79	\$ 251,85
		Univit ADE3E (Multivitaminico)	100ML	15	6,24	\$ 93,60
		Vitalechero 22	QQ	15	23,7	\$ 355,50
		Inicio Engorde	QQ	10	32	\$ 320,00
		Final Engorde	qq	10	32	\$ 320,00
		Rufo	50 lbs	10	27,59	\$ 275,90
Total						\$ 9.467,75

Forma de pago:

Efectivo Credito

Lugar de entrega de la mercadería: EL SURCO SA DE CV.

Esta cotización es válida por 8 días :a partir de la fecha. 10 de Octubre de 2014

Aceptan órdenes de compra:

Si No

Aceptan cheque:

Si No

A nombre de quien se elabora el cheque: EL SURCO SA DE CV

Los precios incluyen IVA:

Si No

Firma.

Sello.




Nora Estela Valdez

Cel. 7874-77-65



Nº 08828

San Salvador, 06 de octubre de 2014.

Señores
ACO ARCATAO DE R.L
Presente

Estimados Señores:

Nos complace saludarles en nombre del Grupo Fertica, aprovecho esta oportunidad para desearle éxitos en sus labores, el motivo de la presente es para presentarles la siguiente propuesta:

CANTIDAD	PRODUCTO	PRESENT.	PRECIO	TOTAL
200	Formula Química 16-20-0	45 kg	\$ 20.50	\$ 4,100.00
200	Sulfato de Amonio - Chino	45 kg	\$ 9.00	\$ 1,800.00
400	Flete	45 kg	\$ 1.06	\$ 424.00
Son: Siete mil ciento cuarenta y seis con 12/100			Sub total	\$ 6,324.00
			IVA	\$ 822.12
			Total	\$ 7,146.12

Rogamos tomar nota de lo siguiente:

1. Esta cotización tiene una vigencia de 8 días.
2. Forma de Pago: Contado.
3. Los precios de esta oferta **Incluyen IVA**.
4. Fertilizantes puestos en sus instalaciones.

Deseamos que esta información sea de su completo agrado, cualquier consulta estamos disponibles a sus apreciables órdenes.

Atentamente,


Sally de Cabrera
Asesora de Ventas Telefónicas

Edificio FERTICA, 5a Avenida Norte y 19 Calle Poniente
San Salvador, El Salvador, C.A.
Tel. PBX: (503) 2234-0444 Fax: (503) 2226-6767
e-mail: correo@fertica.com www.fertica.com



Productos Agroquímicos de Centro América, S.A.

SAGRISA 2010
SAN SALVADOR

Cotización	0011704
Fecha	10/10/2014
Página	1

Facturar a:

Destino de envío:

Num. orden de compra	Id. de cliente	Id. de vendedor	Método de envío	Condiciones de pago	Fecha envío solicitada	Num. maestro
	SVC0800	SVM357R	CLIENTE	CONTADO	00000000	63.184
Cantidad	Numero de artículo	Descripción	U. de M.	Despacho	Precio unitario	Precio total
10	VADD0015	OXITETRACICLINA 200 L.A. (50 ML.)	UNI	\$0.00000	\$0.00000	\$0.00
10	VWRK0008	IVOMEC GOLD (50 ML.)	UNI	\$0.00000	\$29.29000	\$438.75
10	VEGD00002	ANGESIN (20 ML.)	UNI	\$0.00000	\$4.10000	\$41.00
15	VVBO0025	WART B (100 ML.)	UNI	\$0.00000	\$12.38000	\$185.70
SAGRISA Servicio Ancestral Salvadoreño S.A. de C.V. TEL. 2205-2700						
Subtotal						\$754.70
Misc.						\$0.00
Impuesto						\$00.13
Flete						\$0.00
Otro comercial						\$0.00
Total						\$854.83

Facturar a:

Destino de envío:

Núm. orden de compra	Id. de cliente	Id. de vendedor	Método de envío	Condiciones de pago	Fecha envío solicitada	Num. maestro
	SVC0809	SVMOSTR	CLIENTE	CONTADO	00/00/0000	63,209
Cantidad	Número de artículo	Descripción	U de M	Descuento	Precio unitario	Precio total
25	AFEBM0215	NUTRIMIN FORTE (1 LT)	UNI	\$0.00	\$7.20	\$180.00
50	AAQIN0090	PIRAÑA 33 EC (500CC)	UNI	\$0.00000	\$7.80000	\$390.00
50	AAQFG0035	MANCOZEB 80 WP (800 GRS)	UNI	\$0.00000	\$5.70000	\$285.00
<p>NUTRIMIN FORTE : fertilizante foliar multimineral, equivalente a Bayfolan Forte.</p> <p>PIRAÑA 33 EC : Insecticida de contacto y sistémico, sustituto de Monarca.</p> <p style="text-align: center;">SAGRISA <i>Servicios Agrícolas Silvescens S.A de C.V.</i> TEL. 2205-2700</p>						

Subtotal	\$855.00
Misc.	\$0.00
Impuesto	\$111.15
Flete	\$0.00
Dto. comercial	\$0.00
Total	\$966.15



HARRISON PARKER, S.A. DE C.V.

CALLE EL PROGRESO PJE. EL ROSAL Y MIRASOL, N° 27

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.

TELS.2223-0323, 2224-3342 FAX: 2224-3449

harrisonparker@integra.com.sv

San Salvador, 10 de Septiembre de 2014

Señores

ACOARCATAO DE R.L.

Atn: Karen Recinos

Presente.

Muy señores nuestros:

De acuerdo a su solicitud tenemos el gusto de enviar a ustedes la cotización de equipos contra incendio de las siguientes características:

1	Extintores marca Century de 20 libras de polvo químico seco ABC Multipropósito	\$ 80.00	\$ 80.00
		13% IVA	\$ 10.40
		Total	\$ 90.40

***Extintores Americanos aprobados por U.L. Underwriters Laboratories, e ISO 9001**

La Oferta incluye:

Instalación, Rotulación, y capacitación en el uso y manejo de los extintores

Esperamos poder servirles nuevamente con los equipos contra incendio que distribuimos exclusivamente y que sin duda alguna representan lo más moderno y eficaz en el actual mercado mundial.

De ustedes atentamente,
Harrison Parker, S.A. de C.V.

Ing. José Mario Harrison Parker
Asesor Técnico.



San Salvador, 10 de octubre de 2014

Señores
 ACOARCATAO, DE R.L.
 Presente

Atendiendo la solicitud presentamos gustosamente la siguiente cotización de mobiliario, marca **D'metal**.

ESTANTE METALICO					
Unidad de Medida	Garantía	Cantidad	Precio Unitario	Precio Especial	Total
Metros	1 Años	2	\$	\$ 109.00	\$ 218.00
Medidas: Alto 2.40 mts x Frente 0.91 mts x fondo 0.46mts, 5 anaqueles					
<p>*Postes fabricados en lamina de acero rolada en frío de 1/16</p> <p>*Anaqueles fabricados en lámina original de 1/32</p> <p>*Con refuerzo en el dorso del anaquel para mayor resistencia cortesía D'metal.</p> <p>* Ensamblados en pernos hexagonales ¼ x ½.</p> <p>*Esquinas de lamina 3/64".</p> <p>*Tacos plásticos tipo "L" antideslizantes.</p> <p>*Pintura de esmalte horneable color gris</p> <p>*Tratamiento anticorrosivo.</p> <p>*Armado en instalación cortesía de D'metal.</p>					

<i>PERNOS Ensamblados en pernos hexagonales ¼ x ½.</i>					
<i>Unidad de Medida</i>	<i>Garantía</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Precio Especial</i>	<i>Total</i>
	1 Años	24	\$	\$0.25	\$ 6.00

- PRECIOS INCLUYEN IVA
- GARANTIA POR DESPERFECTO DE FABRICACION
- CONDICIONES DE PAGO 50% ANTICIPO Y SALDO CONTRAENTREGA
- TRANSPORTE CORTESIA DE D´METAL, EN ZONA METROPOLITANA
- VALIDEZ DE LA OFERTA **08 DIAS HABILES**
- TIEMPO DE ENTREGA 5 DIAS HABIALES
- CHEQUE A NOMBRE DE INNOVACIONES DE METAL, S.A. DE C.V.
- LOS DIAS HABILES PARA LA FECHA DE ENTREGA CUENTAN APARTIR DE LA ORDEN DE COMPRA O DE LA COTIZACION FIRMADA Y SELLADA.

ESTA COTIZACION SE CONVIERTE EN ORDEN DE COMPRA AL ENVIARLA SELLADA Y FIRMADA.

Att. Licda. Ana de Castro

GERENTE DE VENTAS
clientesdmetal@gmail.com/
dmetal.gerencia@gmail.com

Armando Rivera

Asesor de Ventas
dmetal.layco@gmail.com



San Salvador, 10 de octubre de 2014

Señores
ACOARCATAO, DE R.L.
 Presente

Atendiendo la solicitud presentamos gustosamente la siguiente cotización de mobiliario, marca **D'metal**.

ARCHIVADOR METALICO					
Unidad de Medida	Garantía	Cantidad	Precio Unitario	Precio Especial	Total
Metros	1 Años	2	\$	\$ 109.00	\$ 218.00
Medidas: Alto 1.20 mts x Frente 0.50 mts x fondo 0.75 mts, 4 gavetas					
<p><i>* fabricados en lamina de acero rolada en frío de 1/16</i></p> <p><i>*Gavetas fabricados en lámina original de 1/32</i></p> <p><i>*Con refuerzo en el dorso de las gavetas para mayor resistencia cortesía D'metal.</i></p> <p><i>*Pintura de esmalte horneable color gris</i></p> <p><i>*Tratamiento anticorrosivo.</i></p> <p><i>*Armado en instalación cortesía de D'metal.</i></p>					

- PRECIOS INCLUYEN IVA
- GARANTIA POR DESPERFECTO DE FABRICACION

- CONDICIONES DE PAGO 50% ANTICIPO Y SALDO CONTRAENTREGA
- TRANSPORTE CORTESIA DE D´METAL, EN ZONA METROPOLITANA
- VALIDEZ DE LA OFERTA **08 DIAS HABILES**
- TIEMPO DE ENTREGA 5 DIAS HABIALES
- CHEQUE A NOMBRE DE INNOVACIONES DE METAL, S.A. DE C.V.
- LOS DIAS HABILES PARA LA FECHA DE ENTREGA CUENTAN APARTIR DE LA ORDEN DE COMPRA O DE LA COTIZACION FIRMADA Y SELLADA.

ESTA COTIZACION SE CONVIERTE EN ORDEN DE COMPRA AL ENVIARLA SELLADA Y FIRMADA.

Att. Licda. Ana de Castro

GERENTE DE VENTAS
clientesdmetal@gmail.com/
dmetal.gerencia@gmail.com

Armando Rivera

Asesor de Ventas
dmetal.layco@gmail.com

ANEXO N° 7

ESTADOS FINANCIEROS DE
ACOARCATAO DE R.L.

ACOCARCATAO DE R.L
 ESTADO DE RESULTADO DEL 1 DE ENERO A 31 DE JULIO 2014
 EXPRESADO EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

INGRESOS		\$ 4,342.51
INGRESOS DE OPERACION	\$ 4,089.17	
INTERESES SOBRE PRESTAMOS	\$ 4,089.17	
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 253.34	
INGRESOS FINANCIEROS	\$ 33.34	
OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 220.00	
COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN		\$ (1,927.01)
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1,656.04	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 270.97	
EXEDENTES DE OPERACIÓN		\$ 2,415.50
RESERVAS		\$ (362.33)
RESERVA LEGAL	\$ 241.55	
RESERVA DE EDUCACION	\$ 120.78	
EXEDENTES NETOS		\$ 2,053.18

F: 
 DOMINGA CORDOVA ORELLANA
 PRESIDENTA DEL CONSEJO DE ADMON.

F: 
 JOSÉ GERARDO MURCIA PARADA
 PRESIDENTE DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

F: 
 MARIA HELENA HERRERA CASTAÑEDA
 TESORERA
 TECNICO COMERCIAL
 ASISTENCIA CONTABLE
 No. Acreditación. 0417033961

F: 
 JOSÉ CONCEPCION MENJIVAR ORELLANA
 TECNICO CONTABLE



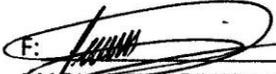
ACOARCATAO DE R.L
 BALANCE GENERAL AL 31 DE AGOSTO 2014
 EXPRESADO EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA

ACTIVO		\$ 78,177.12
ACTIVO CORRIENTE	\$ 77,761.43	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	\$ 25,936.74	
PRESTAMOS POR COBRAR A ASOCIADOS	\$ 51,824.69	
ACTIVO NO CORRIENTE	<u>\$ 415.69</u>	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 1,145.73	
DEPRECIACION DE PROPIEDAD PLATA Y EQUIPO	<u>\$ (730.04)</u>	
TOTAL ACTIVO		<u><u>\$ 78,177.12</u></u>

PASIVO		\$ 51,068.92
PASIVO CORRIENTE	\$ 51,068.92	
DEPOSITO DE AHORRO	\$ 51,063.08	
RETENCIONES Y DESCUENTOS	<u>\$ 5.84</u>	
PATRIMONIO DE LOS ASOCIADOS		<u>\$ 27,108.20</u>
CAPITAL SOCIAL COOPERATIVO	<u>\$ 27,108.20</u>	
APORTACIONES	\$ 14,468.09	
DONACIONES	\$ 9,763.23	
EXEDENTES RESTRINGIDOS	\$ 823.71	
EXEDENTES POR APLICAR	<u>\$ 2,053.18</u>	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u><u>\$ 78,177.12</u></u>

F: 
 DOMINGA CORDOVA ORELLANA
 PRESIDENTA DEL CONSEJO DE ADMON.

F: 
 JOSÉ GERARDO MURCIA PARADA
 PRESIDENTE DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

F: 
 MARIA HELIA RIVERA CASTILLO
 TESORERA

F: 
 JOSÉ CONCEPCION MENJIVAR ORELLANA
 TECNICO CONTABLE

