

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



**"PROPUESTA DE UN MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO PARA UN GRUPO DE MUJERES INDÍGENAS PRODUCTORAS Y COMERCIALIZADORAS DE DULCES TÍPICOS ARTESANALES DE LA COLONIA ITALIANA, MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE"**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**CUÉLLAR LÓPEZ, BECKY LORENA**  
**DÍAZ AYALA, SILVIA IRENE**  
**MOLINA CLEMEN, OSCAR RIGOBERTO**

PARA OPTAR AL GRADO DE:  
**LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

NOVIEMBRE DE 2005  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

RECTORA : DRA. MARÍA ISABEL RODRÍGUEZ

SECRETARIA GENERAL : LICDA. MARGARITA RIVAS DE RECINOS

DECANO DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS ECONÓMICAS : LIC. EMILIO RECINOS FUENTES

SECRETARIA DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS ECONÓMICAS : LICDA. VILMA YOLANDA DE DEL CID

DOCENTE DIRECTOR : MSC. CARLOS ARMANDO PINEDA LANDAVERDE

COORDINADOR DE SEMINARIO : LIC. RAFAEL ARÍSTIDES CAMPOS

DOCENTE OBSERVADOR : LIC. ALFONSO LÓPEZ ORTÍZ

NOVIEMBRE DE 2005

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

## **AGRADECIMIENTOS**

Le dedicamos este triunfo a Dios por ser quien nos brinda la fortaleza, nos bendice y nos da la perseverancia para terminar las metas en nuestras vidas. Los más sinceros agradecimientos a las Familias Cuéllar López, Díaz Ayala y Molina Clemen, por ser el pilar y el apoyo incondicional para que busquemos la superación constante. El máximo de los reconocimientos y admiración a nuestro estimado asesor Msc. Carlos Pineda, por brindarnos su valioso tiempo, sus conocimientos, su confianza y poner su esfuerzo en este trabajo de equipo.

Gracias a las autoridades de la Universidad de El Salvador, a los responsables del proyecto del PNUD en Sonsonate, al Lic. Alejandro Benítez (UNOPS) y Licda. Evelyn Huevo (ADEPROCCA), por darnos la oportunidad de trabajar en el fortalecimiento de proyectos de carácter social en el país. Gracias a las participantes del proyecto la colonia Italiana; confiamos que nuestro aporte será de beneficio para el crecimiento y desarrollo de tan admirables seres humanos.

*El Grupo*

Gracias infinitas a Dios y a mi dulce Madre María, por estar siempre conmigo y demostrarme su amor inclusive en el más pequeño de los detalles. A mis padres Roberto y Alicia, saben que tienen todo mi amor y admiración, son mi inspiración y motivación para ser cada día mejor. A mi hermano Enrique, eres mi mejor amigo, te agradezco por tus consejos y orientación. A mis abuelas Olivia y Rosa por sus oraciones y su cariño incondicional. A mis amigos Silvia y Oscar, gracias por compartir este proyecto de vida. Y a todas las personas que constantemente me apoyaron y deseaban finalizara mi carrera con éxito.

*Becky Cuéllar*

Gracias, a Dios por permitirme concluir con éxito esta meta. Gracias a mis padres, Dionisio y Felícita por ser un ejemplo de amor, por darme todo en la vida y principalmente por ser mi soporte en todo momento; a mis hermanos José, Taty, Jenny y Cecy por estar conmigo en las buenas y en las malas, por sus consejos y por su cariño ilimitado, a mi tía Paula por ser fuente de inspiración para mi vida. Gracias a mis amigos Becky y Oscar por ser el pilar fundamental para la consecución de este objetivo y por compartir conmigo una hermosa amistad; a mi novio Emmerson por su apoyo y comprensión incondicional, por su amor sincero y por darle un brillo especial a mi vida. A mis amigos en general, mis compañeros de trabajo que contribuyeron a hacer realidad esta meta.

*Silvia Díaz*

Gracias a Dios y a la Virgencita, por permitirme cumplir mis sueños y ser el bastión de mi vida. Gracias a mis queridos padres Rafael Antonio y Juana Esperanza, por su amor, comprensión, entrega, consejos y sacrificio a lo largo de mi vida, a mis hermanos José Rafael y Claudia Beatriz por su amor y apoyo incondicional, a mi abuelita Emma (de grata recordación) por sus cariños y cuidados. Son ustedes el tesoro de mi vida. A mi novia María Elena por su amor, apoyo y comprensión. A mis amigas Becky y Silvia, por compartir esta experiencia. A mis amigos y a todos aquellos que contribuyeron a la consecución de este objetivo.

*Oscar Molina*

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	i
INTRODUCCIÓN .....	iv

### CAPÍTULO I

#### TÉRMINOS BÁSICOS DE LA INVESTIGACIÓN Y ASPECTOS GENERALES SOBRE EL PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES TÍPICOS

A.	IMPORTANCIA .....	1
B.	OBJETIVOS .....	3
1.	General .....	3
2.	Específicos .....	3
C.	TÉRMINOS BÁSICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
1.	Aspectos generales de la Sostenibilidad .....	4
a.	Sostenible, sustentable y sostenido .....	4
b.	Traducciones e interpretaciones .....	5
c.	Definición .....	6
d.	Componentes .....	7
2.	Aspectos generales de las Cooperativas .....	8
a.	Historia .....	8
b.	Cooperativismo en El Salvador .....	9
3.	Aspectos generales del municipio de Nahuizalco .....	10
a.	Etimología .....	10
b.	Ubicación Geográfica .....	11
c.	Pequeñas asociaciones en Nahuizalco .....	11
D.	ASPECTOS GENERALES Y HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO .....	12
1.	Unidad de Administración .....	13
a.	Análisis Interno .....	13

b.	Análisis Externo .....	14
c.	Análisis FODA .....	14
i.	Misión .....	15
ii.	Visión .....	15
iii.	Objetivos .....	16
d.	Matriz FODA .....	16
2.	Unidad de Producción .....	17
a.	Ubicación de la planta .....	18
b.	Capacidad instalada .....	18
c.	Sistemas de producción .....	19
d.	Requerimientos de producción .....	19
e.	Mercados de abastecimiento .....	20
f.	Descripción del proceso de producción .....	20
g.	Distribución en planta .....	21
h.	Programa de producción .....	21
3.	Unidad de Mercadeo .....	21
a.	Características del producto .....	22
b.	Estrategia de precios .....	23
c.	Características del mercado .....	24
d.	Estrategias de distribución .....	25
e.	Estrategias de promoción. ....	25
4.	Unidad Financiera .....	26
a.	Financiamiento del proyecto .....	27
b.	Inversiones .....	29
i.	Capital de trabajo .....	29
ii.	Inversiones fijas .....	30
c.	Evaluación Financiera del proyecto .....	31
5.	Unidad Ambiental .....	32
a.	Identificación de impactos y efectos ambientales .....	33
E.	CARACTERÍSTICAS GENERALES SOBRE EL PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES TÍPICOS. ....	34
1.	Antecedentes .....	34
2.	Agentes intervinientes .....	39
a.	Nacionales .....	39
b.	Internacionales .....	40
3.	Sistema de Producción .....	41
4.	Descripción generalizada del proceso de producción .....	41
5.	Productos .....	42

a.	Tipos .....	42
i.	Leche .....	43
ii.	Frutas .....	43
b.	Precios .....	44
c.	Presentación .....	44
6.	Canales de Distribución .....	45
7.	Características de los consumidores .....	45
8.	Perspectivas de las mujeres involucradas en el proyecto .	46
9.	Retos y desafíos del proyecto .....	47

## CAPÍTULO II

### DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS UNIDADES DE ADMINISTRACIÓN, PRODUCCIÓN, MERCADEO, FINANZAS Y AMBIENTAL, DEL PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES TÍPICOS ARTESANALES DE LA COLONIA ITALIANA, MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE

A.	IMPORTANCIA .....	48
B.	OBJETIVOS .....	49
1.	General .....	49
2.	Específicos .....	49
C.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	50
1.	Planteamiento y delimitación del problema .....	50
2.	Métodos y técnicas de investigación .....	52
a.	Método de investigación .....	52
b.	Tipo de investigación .....	52
c.	Recolección de información .....	53
i.	Fuentes Primarias .....	53
ii.	Fuentes Secundarias .....	53
d.	Técnicas e instrumentos de recolección .....	54
i.	Observación .....	54
ii.	Encuesta .....	54

iii.	Entrevista .....	55
e.	Prueba Piloto .....	55
f.	Universo y muestra .....	56
g.	Presentación y análisis de datos .....	56
D.	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	57
1.	Análisis de la Unidad de Administración .....	59
a.	Análisis FODA .....	60
b.	Misión, visión y objetivos actuales .....	65
2.	Análisis de la Unidad de Producción .....	67
a.	Ubicación de la planta actual .....	68
b.	Capacidad instalada actual .....	68
c.	Sistemas de producción actual .....	70
d.	Requerimientos de producción actuales .....	70
e.	Mercados de abastecimiento actuales .....	71
f.	Descripción del Proceso de producción actual .....	71
g.	Distribución en planta actual .....	73
h.	Programa de producción actual .....	73
3.	Análisis de la Unidad de Mercadeo .....	74
a.	Características actuales del producto .....	74
b.	Estrategias de precios actuales .....	76
c.	Características del mercado actual .....	77
d.	Estrategias de distribución actuales .....	79
e.	Estrategias de promoción actuales .....	80
4.	Análisis de la Unidad Financiera .....	82
a.	Financiamiento actual del proyecto .....	83
b.	Inversiones actuales .....	84
i.	Capital de trabajo actual. ....	84
ii.	Inversiones fijas actuales .....	87
c.	Evaluación financiera actual del proyecto .....	88
5.	Análisis de la Unidad Ambiental .....	92
E.	CONCLUSIONES .....	94
F.	RECOMENDACIONES .....	96

### CAPÍTULO III

#### PROPUESTA DEL MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO PARA EL PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES TÍPICOS ARTESANALES DE LA COLONIA ITALIANA, MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE

A.	IMPORTANCIA .....	98
B.	OBJETIVOS .....	99
1.	General .....	99
2.	Específicos .....	99
C.	DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO .	100
1.	Definición .....	100
2.	Características .....	101
3.	Alcances .....	102
4.	Ubicación geográfica del proyecto .....	104
5.	Organismos intervinientes en el proyecto .....	104
D.	ESTRUCTURA DEL MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO ..	106
1.	Unidad de Administración Propuesta .....	106
a.	Análisis FODA .....	107
i.	Misión propuesta .....	107
ii.	Visión propuesta .....	107
iii.	Objetivos propuestos .....	107
b.	Matriz FODA propuesta .....	108
c.	Organización del grupo propuesto .....	111
d.	Manual de Descripción de Puestos propuesto .....	112
2.	Unidad de Producción propuesta .....	113
a.	Ubicación de la planta propuesta .....	114
b.	Capacidad instalada propuesta .....	114
c.	Sistema de producción propuesto .....	115
d.	Requerimientos de producción propuestos .....	116

i.	Mano de Obra propuesta .....	116
ii.	Maquinaria y equipo propuesto .....	116
iii.	Materia prima propuesta .....	118
e.	Mercados de abastecimiento propuestos .....	118
f.	Proceso de producción propuesto .....	119
g.	Distribución en planta propuesta .....	120
h.	Programa de producción propuesto .....	121
3.	Unidad de Mercadeo propuesta .....	122
a.	Características del producto propuestas .....	122
b.	Estrategia de precio propuesta .....	123
c.	Características del mercado propuesto .....	124
d.	Estrategias de distribución propuestas .....	125
e.	Estrategias de promoción propuestas .....	126
4.	Unidad de Finanzas propuesta .....	128
a.	Financiamiento propuesto para el proyecto .....	128
b.	Inversión requerida para el proyecto .....	130
i.	Capital de trabajo propuesto .....	130
ii.	Inversión fija propuesta .....	131
c.	Propuesta de Evaluación financiera del proyecto .....	134
i.	Análisis del VAN en el proyecto .....	134
ii.	Análisis de la TIR en el proyecto .....	138
5.	Unidad Ambiental .....	140
E.	TRAMITES LEGALES DEL PROYECTO .....	140
1.	Registro Sanitario .....	142
2.	Registro de Marca .....	142
3.	Código de Barras .....	143
F.	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN Y BENEFICIOS DEL MODELO DE DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO .....	145
1.	Plan de Implementación .....	145
2.	Beneficios .....	146
	BIBLIOGRAFÍA .....	148

## ANEXOS

- Anexo No. 1: Encuesta dirigida al grupo de mujeres productoras.
- Anexo No. 2: Entrevista dirigida a las líderes de grupo de mujeres productoras y comercializadoras de dulces típicos artesanales.
- Anexo No. 3: Listado de mujeres productoras y comercializadoras de dulces típicos artesanales residentes en la colonia Italiana.
- Anexo No. 4: Tabulación de los Resultados.
- Anexo No. 5: Características de los materiales y materias prima utilizados en la elaboración de los dulces típicos artesanales.
- Anexo No. 6: Materiales y materia prima utilizada en la elaboración de los dulces típicos.
- Anexo No. 7: Descripción de los procesos productivos.
- Anexo No. 8: Distribución en planta actual.
- Anexo No. 9: Imagen de la marca la Nahuizalqueña.
- Anexo No. 10: Costo de la materia prima utilizada en la elaboración de los dulces típicos.
- Anexo No. 11: Costos de producción y utilidades actuales.
- Anexo No. 12: Esquema del Modelo de Sostenibilidad Participativo.
- Anexo No. 13: Ubicación geográfica del proyecto.
- Anexo No. 14: Manuales de Descripción de Puestos.
- Anexo No. 15: Diagrama de Proceso propuesto.
- Anexo No. 16: Distribución en planta propuesta.
- Anexo No. 17: Programa de producción semanal para el primer año de ejecución del proyecto de la nueva planta productiva.
- Anexo No. 18: Tasas de Interés para el financiamiento del proyecto.

- Anexo No. 19: Resolución proporcionada por el MARN.
- Anexo No. 20: Resolución de la Embajada de Italia para la transferencia de fondos para el proyecto.
- Anexo No. 21: Pasos y requisitos para la constitución de una Asociación Cooperativa.
- Anexo No. 22: Información requerida para el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas Nacionales.
- Anexo No. 23: Formulario de Solicitud para Registro Sanitario y/o revalidación de Alimentos y Bebidas Nacionales.
- Anexo No. 24: Lista de agrupaciones de nombres genéricos de material de envases.
- Anexo No. 25: Solicitud para obtención de certificado de libre venta.
- Anexo No. 26: Pasos para la obtención del Registro de Marca.
- Anexo No. 27: Modelo de Solicitud para Registro de Marcas.
- Anexo No. 28: Costos anuales de Códigos de Barras.
- Anexo No. 29: Contrato para Códigos de Barras.
- Anexo No. 30: Solicitud de Membresía y Asignación de Código de Barras.
- Anexo No. 31: Plan de Implementación del Modelo de Sostenibilidad Participativo.
- Anexo No. 32: Cronograma del Plan de Implementación del Modelo de Sostenibilidad Participativo.

## ÍNDICE DE DIAGRAMAS Y CUADROS

### DIAGRAMAS

Diagrama No. 1	
Terminología relacionada a Sostenibilidad.....	5
Diagrama No. 2	
Sostenibilidad y sus componentes .....	7
Diagrama No. 3	
Matriz FODA.....	17
Diagrama No. 4	
Estrategias de precios actual.....	77
Diagrama No. 5	
Estrategias de promoción actual.....	81
Diagrama No. 6	
Organigrama General del Proyecto.....	111
Diagrama No. 7	
Estrategias de precios propuestas.....	124
Diagrama No. 8	
Evolución y expectativas del proyecto de dulces típicos....	146
Diagrama No. 9	
Beneficios del Modelo de Sostenibilidad participativo.....	147

### CUADROS

Cuadro No. 1	
Ubicación de la planta y capacidad instalada.....	18
Cuadro No. 2	
Sistema de producción y requerimientos de producción.....	19
Cuadro No. 3	
Mercados de abastecimiento y descripción del proceso de producción.....	20
Cuadro No. 4	
Distribución en planta y programa de producción.....	21

Cuadro No. 5	
Características de los productos.....	22
Cuadro No. 6	
Estrategias de fijación de precios.....	23
Cuadro No. 7	
Oferta y Demanda.....	24
Cuadro No. 8	
Elementos de las estrategias de distribución.....	25
Cuadro No. 9	
Pilares de las estrategias de promoción.....	26
Cuadro No. 10	
Fuentes de financiamiento a costo plazo.....	28
Cuadro No. 11	
Usos de las fuentes de financiamiento.....	28
Cuadro No. 12	
Criterios de Rentabilidad Comercial.....	32
Cuadro No. 13	
Evaluación de impactos y efectos ambientales.....	33
Cuadro No. 14	
Dulce tipo leche.....	43
Cuadro No. 15	
Dulces tipo fruta.....	43
Cuadro No. 16	
Precios de los productos.....	44
Cuadro No. 17	
Análisis FODA Unidad de Administración.....	61
Cuadro No. 18	
Análisis FODA Unidad de Producción.....	62
Cuadro No. 19	
Análisis FODA Unidad de Mercadeo.....	63
Cuadro No. 20	
Análisis FODA Unidad de Finanzas.....	64

Cuadro No. 21	
Análisis FODA Unidad Ambiental.....	65
Cuadro No. 22	
Situación actual de ubicación de planta y capacidad instalada.....	68
Cuadro No. 23	
Situación actual del sistema y requerimientos de producción.	70
Cuadro No. 24	
Situación actual de los mercados de abastecimiento y el proceso de producción.....	71
Cuadro No. 25	
Situación actual de la distribución de la planta y el programa de producción.....	73
Cuadro No. 26	
Características actuales del producto .....	75
Cuadro No. 27	
Situación actual de oferta y demanda.....	78
Cuadro No. 28	
Elementos que afectan el Capital de Trabajo.....	85
Cuadro No. 29	
Inventario promedio de los dulce de leche y fruta.....	87
Cuadro No. 30	
Organismos intervinientes en el proyecto.....	105
Cuadro No. 31	
Estrategias Ofensivas y Defensivas.....	109
Cuadro No. 32	
Estrategias Adaptativas y de Supervivencia.....	110
Cuadro No. 33	
Propuesta de Organización del grupo.....	111
Cuadro No. 34	
Capacidad Instalada de la nueva planta productiva.....	114
Cuadro No. 35	
Maquinaria y equipo para la nueva planta productiva.....	117

Cuadro No. 36	
Materia prima y materiales para la nueva planta productiva.	118
Cuadro No. 37	
Capital de Trabajo propuesto.....	130
Cuadro No. 38	
Inversiones Fijas propuestas.....	131
Cuadro No. 39	
Maquinaria para la nueva planta productiva.....	132
Cuadro No. 40	
Desembolsos de Efectivo.....	133
Cuadro No. 41	
Proyecciones de ventas y costos de producción.....	135
Cuadro No. 42	
Disminuciones en los costos de producción.....	136
Cuadro No. 43	
Proyecciones de Gastos Administrativos.....	136
Cuadro No. 44	
Flujo de Efectivo proyectado del proyecto.....	137
Cuadro No. 45	
Valores presentes de los Flujos de Efectivo proyectados....	138
Cuadro No. 46	
Interpretación de valores para la obtención de la TIR.....	139
Cuadro No. 47	
Obtención del Registro Sanitario.....	142
Cuadro No. 48	
Obtención del Registro de Marca.....	143
Cuadro No. 49	
Obtención del Código de Barras.....	144

## RESUMEN EJECUTIVO

La dinámica de la economía mundial y especialmente la de los países en vías de desarrollo como El Salvador, depende de la reactivación de los sectores productivos de la sociedad y la integración de las personas a actividades económicas que les permita el crecimiento y desarrollo social. Por lo tanto, la investigación sobre el proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, originado luego de los terremotos del 2001, generará mecanismos de reactivación económica-social.

La búsqueda de formas viables para apoyar esfuerzos de reactivación en las zonas rurales, es la principal motivación para diseñar un Modelo de Sostenibilidad Participativo, que proporcione conocimientos técnicos sobre la optimización de los recursos y la eficiencia de los procesos ejecutados en las cinco unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental; y que al mismo tiempo se profile como una solución para proyectos con características similares al interior del país.

El método de investigación es el Deductivo de tipo Correlacional, obteniendo datos cualitativos y cuantitativos de fuentes primarias y secundarias, recopiladas de las integrantes

del proyecto, que geográficamente se encuentran en la colonia Italiana, cantón Sabana Grande, municipio de Nahuizalco, en el occidental departamento de Sonsonate.

El Modelo de Sostenibilidad Participativo está diseñado de tal forma que permite el desarrollo y fortalecimiento de las capacidades de asociación cooperativa de las mujeres del proyecto, a través de la propuesta de procesos productivos y de comercialización estratégicos, en armonía con el medio ambiente.

La unidad administrativa del modelo propone la misión, visión y objetivos del proyecto, así como estrategias que contribuyan al fortalecimiento y sostenibilidad del mismo. La unidad de producción proporciona herramientas para contar con un sistema y diversos procesos que en conjunto, permitan la transformación de la materia prima en un producto terminado con calidad.

La unidad de mercadeo brinda soporte técnico en aspectos concernientes a las características del producto, estrategias de precios, distribución y promoción. Mientras que los criterios de rentabilidad comercial en la unidad de finanzas, demuestran que la inversión en el proyecto generará rendimientos a largo plazo, recuperándose la inversión inicial.

Todo lo anterior permitirá generar mayores utilidades mediante la eficiencia de los procesos productivos, la disminución de costos e incrementos en los volúmenes de ventas, contribuyendo a que la comunidad crezca día a día y continúe demostrando que al combinar voluntad, recursos financieros, coordinación y una excelente organización, se generan mecanismos para la reactivación de sectores específicos en la sociedad.

## INTRODUCCIÓN

La información referente al trabajo de investigación del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, está plasmado en tres capítulos los cuales muestran la base teórica, el contexto de la situación actual y la propuesta para el proyecto.

El capítulo I brinda la información teórica que es la base para toda la investigación y al mismo tiempo muestra un panorama global del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, elaborados por un grupo de mujeres indígenas emprendedoras del municipio de Nahuizalco.

Los términos claves de este capítulo son la sostenibilidad, las cooperativas y datos sobre el Municipio de Nahuizalco; simultáneamente se describe las condiciones generales del proyecto. La aplicación de información se lleva a cabo de forma básica y práctica, con el propósito que se adapte a las condiciones que requiere el proyecto.

El capítulo II aporta la metodología de investigación y situación actual del proyecto; contribuyendo con la identificación de la interacción sus agentes, factores y condiciones intervinientes.

El análisis de este capítulo se desarrolla en las 5 unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental; las cuales se consideran la base para estructurar el proyecto de una forma integrada e interrelacionada. Finalmente se presentan como últimos apartados las conclusiones y recomendaciones.

El capítulo III muestra las generalidades del Modelo de Sostenibilidad Participativo, además se presentan las cinco unidades propuestas, cuya importancia reside en proveerle soporte técnico al proyecto de producción y comercialización de dulces típicos. También se detalla el procedimiento de los trámites legales para la obtención del Registro Sanitario, Registro de la Marca y la obtención del Código de Barras.

Como último aspecto se presenta el plan de implementación de la propuesta, destacándose los aportes y la evolución positiva del proyecto, desde su origen hasta los potenciales beneficios que se obtendrán una vez sea aplicado el Modelo de Sostenibilidad Participativo.

La puesta en marcha del modelo generará nuevas vías y estrategias que permita a las productoras dulces típicos artesanales la comercialización de sus productos en nuevos mercados; contribuyendo al desarrollo tanto a nivel económico como social de la comunidad involucrada.

## **CAPÍTULO I**

### **TÉRMINOS BÁSICOS DE LA INVESTIGACIÓN Y ASPECTOS GENERALES SOBRE EL PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES TÍPICOS**

#### **A. IMPORTANCIA**

El primer capítulo proporciona toda la base teórica que será utilizada en la investigación y al mismo tiempo brinda el contexto global del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, elaborados por un grupo de mujeres indígenas emprendedoras del municipio de Nahuizalco.

Este capítulo brinda información sobre los conceptos y términos claves como: Sostenibilidad, Cooperativas y Municipio de Nahuizalco; al mismo tiempo describe las generalidades y condiciones del proyecto

También se detallan aspectos fundamentales de las 5 unidades básicas: administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental; las cuales se consideran importantes identificar y proyectar su aplicación en el diseño de la propuesta de investigación.

Es necesario establecer que el proyecto no cuenta con una estructura que le permita desarrollar las fases del proceso administrativo, la producción se realiza de forma artesanal, los productos se comercializan sin definir estrategias, las finanzas no siguen ningún tipo de estructura financiera formal y las condiciones ambientales simplemente están dadas.

Por lo tanto, para efectos de la metodología de investigación se tomarán en cuenta todos los factores teóricos, que sean de importancia para el diseño del Modelo de Sostenibilidad Participativo; no obstante, la aplicación de dicha información será en términos sencillos y prácticos, que se adapten a las condiciones que requiere el proyecto.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. General**

Recolectar y analizar información referente a los términos básicos de la investigación y aspectos generales sobre el proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, para fundamentar teóricamente el Modelo de Sostenibilidad Participativo.

### **2. Específicos**

- Explicar conceptos tales como Sostenibilidad, Cooperativas y procesos de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental, para sustentar la terminología utilizada en la investigación.
- Diseñar la estructura del Modelo de Sostenibilidad Participativo, para que sirva como herramienta de diagnóstico de los factores existentes en las unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental.
- Proporcionar el contexto general del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, realizado por un grupo de mujeres indígenas residentes en la colonia Italiana, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

## **C. TÉRMINOS BÁSICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El tercer apartado del capítulo I presenta los tres aspectos fundamentales del proyecto los cuales son: Sostenibilidad, Cooperativas y municipio de Nahuizalco.

### **1. Aspectos generales de la Sostenibilidad**

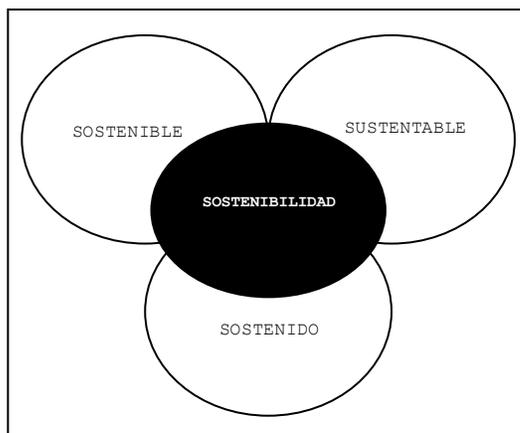
El término sostenibilidad se analizará a partir de cuatro aspectos. El primero de ellos hace referencia a las diferencias entre sostenible, sustentable y sostenido; seguidamente se detallan sus traducciones e interpretaciones, posteriormente se presenta la definición de sostenibilidad y finalmente sus componentes.

#### **a. Sostenible, sustentable y sostenido**

Con mucha frecuencia se suele relacionar la palabra sostenible con sustentable y sostenido. Inclusive son utilizados como sinónimos. Tanto sostenible como sustentable lo son, no tanto por su significado original, sino por su constante utilización en investigaciones científicas, reglamentos, leyes y acuerdos de ámbitos locales, nacionales e internacionales.

La palabra sostenido generalmente se utiliza para evadir el compromiso que llevan implícitos los primeros términos. (Ver Diagrama No. 1)

**Diagrama No. 1**  
**Terminología relacionada a Sostenibilidad**



Fuente: El Grupo

Sostenible y sustentable son conceptos ampliamente debatidos, sobre todo si se le agrega el concepto de "desarrollo". Cuando ambos conceptos son combinados hacen referencia a la manera en cómo los grupos humanos se relacionan y organizan, cómo se distribuye el poder, la riqueza, el conocimiento y su relación con la naturaleza. De igual manera, dichos conceptos reflejan una gran aspiración que pretende guiar las macro y micro decisiones que deben tomar los países y comunidades.

### **b. Traducciones e interpretaciones**

Sostenible es una traducción de la palabra "sustainable", según su uso tanto en países de habla española como inglesa, implica una noción de tiempo dirigida hacia el futuro; en países de habla francesa es más claro porque se utiliza la palabra

"durable". Sustentable en español se refiere al soporte o fundamento y no al tiempo. Su traducción más aproximada al inglés es la palabra "underpinning".

### **c. Definición**

A nivel de diccionario, la sostenibilidad es un criterio que expresa la capacidad de un sistema social o natural para mantener su propia dinámica y soportar presiones a lo largo del tiempo sin colapso o cambios drásticos.

La noción de sostenibilidad se acordó como un criterio aplicable al desarrollo de los países miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y se refiere a la capacidad de satisfacer necesidades propias sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas.

Sostenibilidad se define como: "Una aproximación integrada a la toma de decisiones y elaboración de políticas, en la que la protección ambiental y el crecimiento económico de largo plazo no son incompatibles, sino complementarios, y más allá, mutuamente dependientes: solucionar problemas ambientales requiere recursos que sólo el crecimiento económico puede proveer, mientras que el crecimiento económico no será posible

si la salud humana y los recursos naturales se dañan por el deterioro ambiental".<sup>1</sup>

#### **d. Componentes**

El criterio de sostenibilidad también se aplica a escala de comunidades o proyectos específicos. Existen diferentes componentes estrechamente relacionados y que no deben manejarse en forma aislada. (Ver Diagrama No. 2)

**Diagrama No. 2**  
**Sostenibilidad y sus componentes**



Fuente: El Grupo

Luego de tener un panorama amplio de lo que representa e implica sostenibilidad, se cuenta con la base para desarrollar un proyecto enfocado a generarla, a partir de la actividad productiva que actualmente llevan a cabo el grupo de mujeres indígenas productoras de dulces típicos artesanales.

<sup>1</sup> Comisión de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas.

## **2. Aspectos generales de las Cooperativas**

Las cooperativas constituyen una forma de organización que surge como una necesidad para solventar los problemas económicos. Las personas se vieron en la necesidad de unirse para así producir bienes o proporcionar servicios. A continuación se presentan dos aspectos, una breve historia y el cooperativismo en El Salvador.

### **a. Historia**

El origen del cooperativismo se sitúa de manera informal en el año de 1760 y su nacimiento como movimiento organizado a finales del siglo XVIII.<sup>2</sup>

El cooperativismo surgió como un movimiento organizado que tuvo su razón de ser en las masas y cuyo objetivo fue satisfacer las necesidades comunes y reducir los abusos realizados en nombre de la revolución industrial hacia la clase obrera. El cooperativismo en materia socio-económica define a las personas, en su doble carácter "consumidores y productores".

Los considerados padres del cooperativismo moderno son Robert Owen (1771-1858) y Willian King (1786-1865), pero también contribuyeron grandemente pensadores franceses y alemanes.

---

<sup>2</sup> Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP)

## **b. Cooperativismo en El Salvador**

El cooperativismo en El Salvador se escucha por primera vez en forma teórica, dentro de una cátedra de enseñanza, en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad de El Salvador.

En el año 1914 se organiza la primera cooperativa a iniciativa de un grupo de zapateros y fue ubicada en San Salvador, en la cuesta del Palo Verde. En el año de 1938 fue fundada La Cooperativa Algodonera. El cooperativismo llegó al gremio de los empleados públicos.

Las cooperativas contaron con el apoyo del gobierno, el cual aportaba capital inicial, pero los empleados lo identificaban como propio y no consideraron estar obligados a compensar dichas cantidades, las cuales inicialmente eran concedidas en calidad de préstamo.

Ante el inminente crecimiento del sector, el Gobierno decide centralizar el rol en una sola institución, la cual se encargará de dirigir, controlar y supervisar las actividades de las cooperativas en el país.

Fue el 25 de Noviembre de 1969 que la Asamblea Legislativa promulgó bajo decreto No. 560 la creación del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP), corporación de derecho público con autonomía en los aspectos económico y administrativo; y la primera Ley General de Asociaciones Cooperativas, el INSAFOCOOP inició sus operaciones hasta el 1 de Julio de 1971 debido a la falta de presupuesto. <sup>3</sup>

### **3. Aspectos generales del municipio de Nahuizalco**

Para conocer las generalidades del municipio de Nahuizalco se presentan a continuación tres factores: etimología, ubicación geográfica y reseña de las asociaciones en Nahuizalco.

#### **a. Etimología**

El topónimo (nombre de lugar) Nahuizalco proviene de las raíces: Nahui (Cuatro) e Izalco (Izalco). Es decir que significa "Los cuatro Izalcos". Según Jorge Lardé y Larín, Nahuizalco se originó cuando, después de la conquista, cuatro familias originarias de Izalco se situaron en el lugar. <sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Idem

<sup>4</sup> LARDÉ Y LARÍN, JORGE. (1957) El Salvador, Historia de sus pueblos, villas y ciudades. San Salvador, El Salvador. Ministerio de Cultura, 1ª edición.

## **b. Ubicación Geográfica**

Nahuizalco está situado en un pequeño valle al pie de la Colina Loma Larga, su cabecera es la ciudad de Nahuizalco, situada a 560 m. sobre el nivel del mar y a 6.6 km. al norte de la ciudad de Sonsonate. Sus límites son: al norte con Salcoatitán y Juayúa; al sur con los municipios de Sonsonate y San Antonio del Monte; al este con Sonzacate e Izalco, y al oeste con Santa Catarina Masahuat.<sup>5</sup>

El municipio se divide en 15 cantones y 25 caseríos. El clima es cálido. Este pueblo está lleno de recursos naturales y es considerado uno de los más fuertes y antiguos núcleos indígenas de El Salvador. Su extensión territorial es aproximadamente de 34.32 km<sup>2</sup>.

## **c. Pequeñas asociaciones en Nahuizalco**

En el municipio de Nahuizalco existe una gran cantidad de artesanos diseminados en la ciudad y sus alrededores, estos poseen poco grado de especialización teórica, sus herramientas y maquinaria de trabajo son de baja tecnología y para la elaboración de los productos, se basan en la experiencia adquirida a través de los años.

---

<sup>5</sup> Trabajo de Graduación: "Antología Cultural sobre los Municipios de Nahuizalco y Salcoatitán del Departamento de Sonsonate". Presentado por: CRUZ GUADALUPE, ARÉVALO LANDAVERDE Y OTROS. Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador. (2003).

Aproximadamente existen 150 talleres formales, distribuidos de la siguiente manera: un 40% en la ciudad (barrios y colonias), un 30% en los alrededores y el 30% restante se encuentra diseminado en los cantones.<sup>6</sup>

De la totalidad de los talleres del municipio se identifican 2 grandes rubros:

- a) Talleres de muebles de madera (aproximadamente un 64% de los artesanos).
- b) Talleres de Fibra (36% de los artesanos aproximadamente).

El conocer los aspectos generales del municipio de Nahuizalco, permitirá identificar el contexto en el que se desarrollará la propuesta del Modelo de Sostenibilidad Participativo.

#### **D. ASPECTOS GENERALES Y HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO**

Este apartado muestra los aspectos que integrarán la investigación y que constituirán la referencia para realizar en forma detallada, el diagnóstico de la situación actual del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales. Estos aspectos se dividen en 5 unidades de análisis: administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental.

---

<sup>6</sup> Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART).

## **1. Unidad de Administración**

En la primera unidad de análisis se estudian todos los lineamientos, guías, reglamentos, estructura, procedimientos, procesos y toda aquella información que permita realizar cada una de las funciones administrativas de forma eficiente y eficaz, dentro de las organizaciones o gerencia de proyectos.

### **a. Análisis Interno**

En el análisis interno se realiza un estudio de factores tales como: la estructura empresarial, recursos humanos, financieros y tecnológicos, entre otros; con el fin de encontrar síntomas tanto positivos como negativos que constituirán fortalezas y debilidades respectivamente.

Toda la recolección de la información para el análisis interno se efectúa a través de encuestas y entrevistas, a los involucrados en donde los aspectos a tomar en cuenta son:

- Dirección General: planificación, organización, dirección y control.
- Producción: todas las actividades relacionadas a la elaboración de productos.
- Mercadeo: clientes, servicios y/o productos, precio, plaza y promoción.

- Finanzas: liquidez, capital de trabajo y utilización de activos.

#### **b. Análisis Externo**

El análisis externo comprende el estudio exterior de la empresa, el objetivo de este estudio al igual que en el análisis interno, es detectar aspectos positivos y negativos, que se tornarán en oportunidades y amenazas respectivamente. Los aspectos a tomar en cuenta son:

- Tecnología: las innovaciones tecnológicas pueden ampliar o restringir las oportunidades de una empresa.
- Economía: la globalización, inflación y otros factores económicos que inciden en el desarrollo empresarial.
- Sociedad: la igualdad de oportunidades, el reconocimiento por parte de las mujeres, los patrones de trabajo y ocio, la familia y su entorno comunitario, delincuencia, analfabetismo, entre otros.
- Política: las relaciones entre las fuerzas políticas, las comunidades y el gobierno.

#### **c. Análisis FODA**

El análisis FODA es un diagnóstico o estudio de la empresa y el ambiente que la rodea, el cual permite identificar y conocer

tanto los síntomas como sus causas. Este análisis realizado en forma continua permite a los administradores contar con información clara, oportuna, precisa, veraz y relevante de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con el objeto de modificar, mejorar o crear estrategias.

### **i. Misión**

“Es una guía concreta para los miembros de la organización de modo que puedan trabajar de manera independiente y también en colectividad para alcanzar las metas globales de la organización”.<sup>7</sup>

Es preciso tener en cuenta que al momento de formular la misión se deben cumplir tres características, las cuales son: realista, concreta y motivante. También es necesario considerar que la misión de una empresa, debe ofrecerle un curso de acción que dure como mínimo 10 años y que ésta debe ser sujeta a revisiones periódicas a fin de responder a cambios externos.

### **ii. Visión**

“Constituye la declaración más fundamental de los valores, aspiraciones y metas de la corporación”.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> KOTLER, et. al. (1996). Mercadotecnia.

<sup>8</sup> QUIGLEY, JOSEPH. (1995). Visión como la Desarrollan los Líderes, la comparten y sustentan. México. Mc. Graw Hill. 1ª Edición.

La visión establece un destino y sirve para encontrar una imagen coherente y poderosa de lo que puede y debe ser la empresa dentro de cinco años o más. Si la visión transmite algo importante será capaz de guiar la toma de decisiones y establecer estrategias.

### **iii. Objetivos**

Todos los objetivos deben poseer ciertos atributos, entre los cuales se encuentran: ser claros y específicos, ambiciosos pero realistas, consistentes, medibles cuantitativamente y vinculados a un período de tiempo en particular (corto y largo plazo).

### **d. Matriz FODA**

Es una herramienta que muestra a través de un cuadro resumen los resultados obtenidos tanto en el análisis interno como externo; producto de la evaluación resulta una matriz, la cual constituye un instrumento que facilita a los administradores la selección de estrategias acordes a la realidad empresarial.

(Ver Diagrama No. 3)

**Diagrama No. 3**  
**Matriz FODA**

		ANÁLISIS EXTERNO	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	ESTRATEGIAS OFENSIVAS	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS
	DEBILIDADES	ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS O DE REORIENTACIÓN	ESTRATEGIAS SUPERVIVENCIA

Fuente: GARCÍA LEMUS, JOAQUÍN EDGARDO. (1997). Misión, Visión y Estrategia. México. Mc Graw Hill.

## 2. Unidad de Producción

El segundo aspecto a investigar es la unidad productiva y comprende 8 componentes, los cuales son:

- a. Ubicación de la planta.
- b. Capacidad instalada.
- c. Sistemas de producción.
- d. Requerimientos de producción.
- e. Mercados de abastecimiento.
- f. Descripción del proceso de producción.
- g. Distribución de la planta.
- h. Programa de producción.

Para una mejor comprensión de estos aspectos se ha optado por presentar la información mediante cuadros resúmenes, los cuales muestran cada uno de los componentes de la unidad de producción.

El Cuadro No. 1 contiene información relacionada a la ubicación de la planta y capacidad instalada, que tomando en cuenta los recursos con los que cuentan los proyectos, sirven de guía para obtener y establecer, cuál es el lugar adecuado y el nivel de producción óptimo.

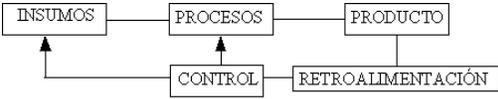
**Cuadro No. 1**  
**Ubicación de la planta y Capacidad instalada**

No.	Definición	Aspectos determinantes
<b>a. Ubicación de la planta</b>	<p>Es el proceso de seleccionar el lugar adecuado para instalar una planta industrial.</p> <p>Para determinar la ubicación óptima de la planta es preciso considerar factores como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución geográfica del mercado de consumo.</li> <li>• Accesibilidad de la materia prima.</li> <li>• Disponibilidad MOD.</li> <li>• Otras.</li> </ul>	<p>Requiere del análisis de factores: económico, social, tecnológico, mercado, entre otros.</p> <p>La ubicación de la planta, la distribución del equipo o maquinaria, el diseño de la planta y la selección del equipo son algunos de los factores a tomar en cuenta como riesgos antes de iniciar operaciones.</p>
<b>b. Capacidad instalada</b>	<p>La capacidad instalada se refiere a poseer el tiempo y la cantidad de producción necesaria para satisfacer la demanda actual y futura del cliente.</p> <p>La capacidad instalada influye en las operaciones, costos, niveles de servicio, inversiones requeridas y al riesgo dentro de la organización.</p>	<p>En la capacidad de la planta es importante definir los conceptos de capacidad de diseño, real y máxima.</p> <p>La capacidad de diseño se basa en condiciones técnicas ideales y promedios, conduce al menor costo posible, no reflejan la situación real y máxima en la que operará la fábrica.</p>

Fuente: El Grupo

El sistema de producción y los requerimientos de producción son mostrados en el Cuadro No. 2, de igual manera, se mencionan los factores claves que intervienen en la propuesta del Modelo de Sostenibilidad Participativo.

**Cuadro No. 2**  
**Sistema de producción y Requerimientos de producción**

No.	Definición	Aspectos determinantes
c. Sistemas de producción	<p>El diseño del sistema productivo es determinado por los siguientes factores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de la capacidad productiva de la planta.</li> <li>• La selección del proceso de producción, dentro del cual se puede elegir, desde una ordenación por el proceso, hasta una ordenación por el producto.</li> <li>• Programación y control de la producción.</li> </ul>	<p>Esquema sintetizado del sistema de producción, desde la transformación de insumos, hasta el producto terminado.</p>  <p align="center">Sistema de producción simplificado</p>
d. Requerimientos de producción	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Mano de obra</b> Es el esfuerzo físico y mental empleado en la fabricación del producto, estos se dividen en mano de obra directa e indirecta.</li> <li><b>2. Maquinaria</b> Es el conjunto de máquinas necesarias para realizar todo el proceso productivo.</li> <li><b>3. Materia prima e insumos</b> Son los principales recursos utilizados en la producción; los cuales son transformados con la adición de la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.</li> </ol>	<p>Se caracterizan por ser exigencias respecto a criterios económicos, de salud, de seguridad técnica o ambiental.</p> <p>Los requerimientos se presentan bajo los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prescripciones legales en forma de valores límites.</li> <li>• Restricciones de la comercialización de productos.</li> <li>• Exigencias a la fase del post consumo (reembolso, reciclaje).</li> </ul>

Fuente: El Grupo

Sin duda alguna tanto los mercados de abastecimiento como la descripción del proceso de producción deben incluirse como

elementos determinantes en un proyecto; siempre y cuando su actividad económica principal consista en la transformación de la materia prima e insumos en producto terminado. (Ver Cuadro No. 3)

**Cuadro No. 3**  
**Mercados de abastecimiento y**  
**Descripción del proceso de producción**

No.	Definición	Aspectos determinantes
<b>e. Mercados de abastecimiento</b>	Son lugares que se encuentran localizados a distancias de la empresa o proyecto, que le permiten tener un acceso rápido, ágil, oportuno y seguro de materiales y mano de obra, cuando se requiera, según la calendarización y programación.	Lo que caracteriza a los mercados de abastecimiento es lograr la eficiencia para encontrar: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Localización de materias primas e insumos.</li> <li>• Principales proveedores.</li> <li>• Transporte.</li> <li>• Costos de materiales.</li> </ul>
<b>f. Descripción del proceso de producción</b>	Es la serie de pasos lógicos y consecuentes realizados para transformar la materia prima, en productos disponibles para la venta.  En el proceso de producción intervienen elementos como la materia prima, mano de obra calificada y tecnología. El resultado del proceso de producción será el producto terminado.  Para optimizar la rentabilidad de la empresa es importante la aplicación del proceso idóneo de producción, manejo de sus almacenes y el método de distribución.	Para diseñar un nuevo proceso, se hace necesario realizar un complejo análisis; el cual debe propiciar los datos de los requisitos del producto (insumos proceso, demoras, dimensiones, etc.), así como responder a las siguientes interrogantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Será la demanda a corto ó a largo plazo?</li> <li>• ¿Cuál es el volumen de demanda que la planta está en capacidad de atender?</li> <li>• ¿Cuál es el volumen de los materiales y materia prima que serán utilizadas por la empresa?</li> <li>• ¿Qué tipo de maquinaria se requiere?</li> </ul>

Fuente: El Grupo

El Cuadro No. 4 plantea información sobre la distribución de la planta y el programa de producción, en donde se mencionan

elementos como la utilización de maquinaria, tiempos de producción y calendarizaciones, de manera que los procesos sean ejecutados en forma lógica, consecuente y ágil.

**Cuadro No. 4**  
**Distribución en planta y Programa de producción**

No.	Definición	Aspectos determinantes
<b>g. Distribución en planta</b>	<p>Es la ordenación física de elementos industriales que incluye los espacios para el movimiento de materiales, almacenamiento y el desplazamiento del equipo de trabajo y el personal de planta.</p> <p>Existen seis sistemas de distribución según el tipo de movimiento que se realiza:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. De material.</li> <li>2. Del hombre.</li> <li>3. De maquinaria.</li> <li>4. De material y hombres.</li> <li>5. De hombres y maq.</li> <li>6. De mat. hombres y maq.</li> </ol>	<p>Los tipos de distribución son tres:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Distribución por posición fija. El material permanece fijo. Todas las herramientas, maquinaria, hombres y otras piezas llegan a él.</li> <li>2. Distribución por proceso o por Fusión. Las operaciones del mismo proceso están agrupadas.</li> <li>3. Distribución por producción en cadena, en línea o por producto. El producto se realiza en un área, pero el material está en movimiento.</li> </ol>
<b>h. Programa de producción</b>	<p>El programa de producción se basa en la planificación y control de la producción y afecta a las áreas de almacenaje, de la planta y a los puntos de espera más que cualquier otra condición.</p> <p>Del programa de producción depende el tiempo de espera entre dos operaciones y regula la cantidad de espacio para las mercancías entrantes y productos terminados.</p>	<p>Las circunstancias en las cuales se aconseja un análisis del programa de producción son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La conversión de un tipo de distribución en otro.</li> <li>• Mucha maquinaria y/o mano de obra parada.</li> <li>• Mucho material en espera a lo largo del proceso.</li> <li>• Incumplimiento de promesas de entrega.</li> <li>• Supervisores y trabajadores buscando materiales o herramientas.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

### 3. Unidad de Mercadeo

El tercer aspecto fundamental en la investigación es la unidad de mercadeo y está orientado a determinar 5 factores, los cuales son: características del producto, estrategias de precios,

característica del mercado, estrategias de distribución y estrategias de promoción de los productos.

### a. Características del producto

Las características de los productos son todos aquellos atributos tangibles e intangibles, que en conjunto integran a un bien, servicio, lugar o idea. En el Cuadro No. 5 se detallan las principales características de los productos.

**Cuadro No. 5**  
**Características de los productos**

Características de los productos	Definiciones		
<b>Especificaciones</b>	<p>Son los atributos que activan la motivación del consumidor y sus hábitos de compras, ejemplos de ello son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reputación del Vendedor</li> <li>• Garantías</li> <li>• Duración del Producto</li> <li>• Color y Diseño</li> <li>• Precio</li> <li>• Empaque, etc.</li> </ul>		
<b>Clasificación</b>	<p>Existen 2 grandes clasificaciones de los productos, las cuales son:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>1. Productos de Consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes de conveniencia</li> <li>• Bienes de comparación</li> <li>• Bienes de especialidad</li> <li>• Bienes no buscados</li> </ul> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>2. Productos Industriales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materias Primas</li> <li>• Materiales y piezas de fabricación</li> <li>• Instalaciones</li> <li>• Equipo Accesorio</li> </ul> </td> </tr> </table>	<p>1. Productos de Consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes de conveniencia</li> <li>• Bienes de comparación</li> <li>• Bienes de especialidad</li> <li>• Bienes no buscados</li> </ul>	<p>2. Productos Industriales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materias Primas</li> <li>• Materiales y piezas de fabricación</li> <li>• Instalaciones</li> <li>• Equipo Accesorio</li> </ul>
<p>1. Productos de Consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes de conveniencia</li> <li>• Bienes de comparación</li> <li>• Bienes de especialidad</li> <li>• Bienes no buscados</li> </ul>	<p>2. Productos Industriales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materias Primas</li> <li>• Materiales y piezas de fabricación</li> <li>• Instalaciones</li> <li>• Equipo Accesorio</li> </ul>		
<b>Marca y calidades</b>	<p>1. La Marca es un nombre y/o señal cuya finalidad es identificar el producto de un vendedor o grupo de vendedores, para diferenciarlo de los productos rivales. Una marca debe ser registrada ya que significa que ha sido adoptada por una empresa o vendedor y tiene protección legal.</p> <p>2. La calidad es definida como un conjunto de aspectos y características de un bien o servicio, que determina su capacidad de satisfacer necesidades e identificar que tan valioso puede ser.</p>		
<b>Productos sustitutos</b>	<p>Son aquellos productos que satisfacen la misma necesidad pero mantienen alguna diferencia que los caracterizan. Estos productos, son el principal factor de competencia y la base bajo la cual se debe mejorar un producto en relación a otro, con el fin de ser la mejor opción en el mercado.</p>		

Fuente: El Grupo

## b. Estrategia de precios

El precio es una expresión de valor. El valor descansa en la utilidad y calidad del producto mismo, en la imagen que se transmite a través de la publicidad y promoción, en la disponibilidad del producto a través de los sistemas.

El precio se define como: "La cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto".<sup>9</sup> Las estrategias de fijación de precios mas adecuadas al proyecto se presentan en el Cuadro No. 6

**Cuadro No. 6**  
**Estrategias de fijación de precios**

<b>Fijación de precio basada en el costo unitario más utilidades.</b>	<b>Margen de Utilidad sobre el precio de ventas.</b>
<p>Es el método mas utilizado y el mas popular y significa establecer el precio de una unidad para que sea igual al costo total unitario, mas la utilidad unitaria deseada.</p> <p>Este método asume que el costo del producto y el monto que los consumidores están dispuestos a pagar, determina el valor del producto.</p>	<p>El margen de utilidad sobre el precio de ventas es la diferencia, entre el precio de venta de la mercancía y su costo; es decir, el margen suficientemente grande para cubrir los gastos de operación y generar la utilidad deseada.</p> <p>La formula para determinar éste margen de utilidad es la siguiente:</p> $\text{Margen de Utilidad \%} = \frac{\text{Margen de Utilidad}}{\text{Precio de Venta}}$

Fuente: El grupo

<sup>9</sup> STANTON, W., ETZEL, M. & WALKER, B. (2001). Fundamentos de marketing. México D.F. Mc Graw Hill. 10ª edición.

### c. Características del mercado

El objetivo general del estudio de mercado es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado, en donde se establecerá el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado.

Para ello es necesario tener claro qué representa, la oferta y la demanda del mercado, al cual la empresa pretende ingresar y lograr posicionarse de manera tal, que logre comercializar los productos. En el Cuadro No. 7 se presentan ambos elementos.

**Cuadro No. 7  
Oferta y Demanda**

Oferta	Demanda
<p>Al momento de elaborar un proyecto es necesario estudiar el mercado, es preciso reconocer cada uno de los agentes que intervienen y su grado de influencia en las decisiones que definirán las estrategias comerciales.</p> <p>El análisis de la oferta en las empresas o proyectos, consiste en el estudio del comportamiento de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar los proveedores de productos sustitutos al que se pretenda comercializar.</p>	<p>Se refiere a las ventas que se han pronosticado, la demanda indicará si vale la pena desarrollar los distintos mercados o si es preciso desarrollar otros nuevos.</p> <p>El análisis de la demanda permite identificar la cantidad deseable o necesaria del tipo de producto a comercializar, para un mercado o nicho de mercado.</p> <p>Existen 4 características de la demanda estas son: derivada, inelástica, fluctuante y mercado bien informado.</p>

Fuente: El Grupo

#### **d. Estrategia de distribución**

La estrategia de distribución consiste en elaborar un plan general de funciones en virtud de las cuales una compañía se propone llevar a término sus objetivos de distribución, que son dirigidos tanto a los intermediarios como a los consumidores finales. Los elementos principales de las estrategias de distribución, se detallan en el Cuadro No. 8

**Cuadro No. 8**  
**Elementos de las Estrategias de distribución**

<b>Canales de distribución</b>	<b>Agentes intermediarios</b>
<p>El canal de distribución es el conjunto de personas y empresas que intervienen en la transferencia de propiedad de un producto, a medida que éste pasa del fabricante al consumidor final.</p> <p>Las etapas del diseño de un canal de distribución son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Especificación de la función de la distribución.</li> <li>• Selección del tipo de canal.</li> <li>• Determinación de la intensidad de distribución.</li> <li>• Selección de los miembros específicos del canal.</li> </ul>	<p>Un agente intermediario es aquella empresa o persona que nunca adquiere la propiedad de los productos que lleva al mercado, pero que ayuda a éste a realizar arreglos para la transferencia de la propiedad.</p> <p>Es importante señalar que se puede eliminar a los intermediarios, según las necesidades de la empresa; pero no las actividades esenciales de distribución que realizan.</p>

Fuente: El Grupo

#### **e. Estrategias de promoción.**

La estrategia de promoción es un plan general de acciones en función del cual, una organización se propone cumplir sus objetivos de promoción que son dirigidos tanto a los intermediarios como a los usuarios finales.

Este plan incluye aspectos como: propósitos de la promoción, mercado meta, publicidad y relaciones públicas, regulación de las actividades, etc. En el Cuadro No. 9 se presentan los dos pilares fundamentales de las estrategias de promoción.

**Cuadro No. 9**  
**Pilares de las Estrategias de promoción**

<b>Determinación de la Mezcla de promoción</b>	<b>Presupuesto promocional</b>
<p>Se conoce como mezcla promocional a la combinación de venta personal, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y propaganda que es parte esencial para un adecuado desarrollo del área de mercadeo.</p> <p>Los cuatro factores que influyen en la mezcla promocional son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El mercado meta.</li> <li>• La naturaleza del producto.</li> <li>• La etapa de ciclo de vida del producto.</li> <li>• Los fondos disponibles para la promoción.</li> </ul>	<p>Es el porcentaje de las utilidades que se le asigna a la promoción de una empresa o producto, es difícil de establecer, ya que en la mayoría de los casos no se cuenta con normas confiables para determinar cuánto se invertirá en cada rubro de la promoción.</p> <p>Los cuatro métodos comúnmente utilizados son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de ventas.</li> <li>• Todos los fondos disponibles.</li> <li>• Seguir a la competencia.</li> <li>• Presupuesto por función y objeto.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

#### **4. Unidad Financiera**

Tanto una empresa como una persona, pueden tener el diseño de un proyecto de inversión y enfocarlo a una gran diversidad de fines, dependiendo de las necesidades actuales y tomando en cuenta el entorno en el que se llevarán a cabo, pero ese proyecto para ser ejecutado necesita contar con un detalle minucioso sobre, cuál o cuáles serán las fuentes de financiamiento para poder ejecutarlo de una manera exitosa.

Es en este punto donde surge la necesidad de establecer las definiciones financieras más importantes y determinantes en todo proyecto de inversión, sirviendo de base para realizar la evaluación financiera del proyecto, que será planteada en el tercer capítulo de esta investigación.

Este numeral constituye el cuarto elemento de la investigación y se especifican 3 aspectos fundamentales los cuales son: el financiamiento del proyecto, las inversiones requeridas y la evaluación financiera del proyecto.

#### **a. Financiamiento del proyecto**

Cuando se formula un proyecto de inversión, lo principal es determinar si la idea es viable y si es un buen negocio, independientemente de la forma en que se va a financiar, esto es lo que se conoce como un "Proyecto de Inversión" o "Plan de Negocios". Pero una vez que se tiene diseñado el proyecto y estando conciente de su viabilidad, la siguiente pregunta es ¿Cuánto conviene solicitar de financiamiento y/o cuánto invertir de recursos propios?

Para el caso de la información teórica únicamente se tomará en cuenta las fuentes de financiamiento a corto plazo, esto por las

características propias del proyecto de investigación. (Ver Cuadro No. 10)

**Cuadro No. 10**  
**Fuentes de financiamiento a corto plazo**

Fuentes de financiamiento de corto plazo	Definición
1. Gastos acumulados	Está constituido por los sueldos que las empresas pagan a los empleados, impuestos sobre ingresos retenidos en la planilla de los trabajadores e impuestos sobre ventas cobrados.
2. Cuentas por pagar o Crédito comercial	Es el crédito que resulta por medio de las compras efectuadas a otras compañías, frecuentemente es utilizada por empresas que no son sujetas o que no califican para otras fuentes de financiamiento.
3. Préstamos bancarios	Está conformado por préstamos de bancos comerciales los cuales constituyen documentos por pagar.
4. Papel comercial	Es un tipo de pagaré no garantizado emitido por empresas fuertes y de gran tamaño, que usualmente se vende a otros negocios, compañías de seguros y fondos de pensión.

Fuente: El Grupo

Luego que se ha especificado las formas de financiamiento a corto plazo, es indispensable identificar cuáles serán los usos que se les dará a los recursos obtenidos. (Ver Cuadro No. 11)

**Cuadro No. 11**  
**Usos de las Fuentes de financiamiento**

Uso de los recursos
Los recursos adquiridos mediante una o varias de las fuentes de financiamiento, deben ser destinados a la obtención de los planes financieros, que ayudan a cumplir las metas fijadas de la empresa y estarán constituidos de varias fases:
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Determinación de objetivos financieros.</li> <li>b. Fijación de políticas.</li> <li>c. Establecimiento de metas, estrategias y presupuesto.</li> <li>d. Elaboración de un programa de ejecución.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

## **b. Inversiones**

El segundo factor de la unidad financiera son las inversiones en Capital de Trabajo y Activo Fijo, se enfoca principalmente a estos dos tipos de inversiones, por la naturaleza del proyecto de investigación. Esta estructura es posible visualizarla gracias a la interacción de los tres rubros en la ecuación contable la cual consiste en:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Capital o Patrimonio}$$

### **i. Capital de trabajo**

Es la inversión de una empresa en activos a corto plazo, es decir, en efectivo, valores negociables, inventario y cuentas por cobrar.<sup>10</sup>

El capital de trabajo está constituido por los recursos económicos utilizados por las empresas, para llevar a cabo las operaciones de producción, distribución y venta de los productos.

Para las empresas industriales es necesario mantener inventarios de materias primas, productos en proceso, productos terminados, considerar el monto de crédito a otorgar a los clientes (cuentas

---

<sup>10</sup> BESLEY, S. & BRIGHAN, E. F. (2001) Fundamentos de Administración Financiera. México. Mc Graw Hill. 12ª Edición.

por cobrar), el efectivo necesario y monto de crédito otorgado a la empresa (cuentas por pagar). El objetivo primordial de la administración del capital de trabajo es manejar cada uno de los activos y pasivos circulantes de la empresa.

Mientras mayor sea la certeza y el grado de predecibilidad de las entradas y salidas de efectivo futuras, en factores como: nivel de ventas, costos, plazos de entrega y períodos de pago, menores serán los requerimientos de Capital de Trabajo.

Es importante señalar que los principales activos circulantes a los que se les debe poner atención son: el efectivo, inventario, cuentas por cobrar e inversiones; ya que éstos son los que pueden mantener un nivel recomendable y eficiente de liquidez sin conservar un alto número de existencias de cada uno; mientras que los pasivos de mayor relevancia son documentos por pagar y obligaciones financieras, por ser éstas las fuentes de financiamiento de corto plazo.

## **ii. Inversiones fijas**

Está conformada por el conjunto de bienes que no provienen de las transacciones corrientes que realiza la empresa, se adquieren generalmente en la etapa de instalación de la planta y se utilizan a lo largo de la vida útil. Se suelen clasificar

como tangibles (maquinaria, equipo y terreno) e intangibles (patentes y gastos de organización).

Las empresas siempre buscan por naturaleza depender de sus activos fijos en mayor proporción que de los circulantes, para la generación de utilidades, ya que los activos fijos son los que en realidad originan ganancias operativas.

Por lo tanto, las empresas obtienen recursos a través de los pasivos a corto plazo y largo plazo, en donde los primeros son más económicos que los segundos.

### **c. Evaluación Financiera del proyecto**

La evaluación financiera del proyecto es la fase en la que mediante instrumentos e indicadores financieros, es posible determinar, si un proyecto de inversión es rentable o no. A través de algunos de ellos se puede visualizar cuál será el comportamiento de los flujos futuros de efectivo y lo importante es que se tienen parámetros de su valor actual y su tasa de rendimiento esperada.

Por lo tanto en la evaluación financiera del proyecto se van a tomar en cuenta 2 reconocidos Criterios de Rentabilidad Comercial, los cuales son: el Análisis del Valor Actual Neto

(VAN) y el Análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR). (Ver Cuadro No. 12)

**Cuadro No. 12**  
**Criterios de Rentabilidad Comercial**

Herramienta	Definición
<b>Análisis del Valor Actual Neto (VAN)</b>	<p>Este análisis resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, en donde los criterios de evaluación son si el VAN <math>\geq 0</math> se acepta la inversión, pero si el VAN <math>&lt; 0</math> se deberá rechazar el proyecto.</p> <p>En general, el valor presente de un flujo de efectivo que se recibirá dentro de "n" años hacia el futuro, es la cantidad que, si estuviera a la mano el día de hoy, crecería hasta ser igual a su monto futuro.</p>
<b>Análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	<p>Se define como la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto sea cero.</p> <p>El proyecto será aceptable si la TIR es mayor que la tasa requerida de rendimiento del proyecto.</p>

Fuente: El Grupo

## 5. Unidad Ambiental

El aspecto ambiental constituye la última unidad de análisis a investigar y está conformado por la identificación de impactos y efectos ambientales.

Ambiente es el conjunto de factores externos que actúan sobre un organismo, una población o una comunidad; por lo tanto las condiciones ambientales de un proyecto son todos aquellos factores que son esenciales para la supervivencia y el crecimiento del proyecto e inciden directamente en la estructura y dinámica del mismo.

### **a. Identificación de impactos y efectos ambientales**

Para poder identificar el impacto y efectos de los problemas ambientales, es preciso que estos términos se definan como: alteración, modificación o cambio en el ambiente o en alguno de sus componentes de cierta magnitud y complejidad originado o producido por los efectos de la acción o actividad humana. En Cuadro No. 13 se presentan los componentes de la evaluación de impactos y efectos ambientales.

**Cuadro No. 13**  
**Evaluación de impactos y efectos ambientales**

COMPONENTE	EXPLICACIÓN
<b>Definición</b>	Es un procedimiento técnico-administrativo para la identificación, predicción e interpretación de los impactos ambientales que un proyecto produciría en caso de ser ejecutado; así como la prevención y corrección.
<b>Finalidad</b>	Tiene como finalidad que el proyecto sea aceptado, modificado o rechazado por parte de las distintas Administraciones Públicas competentes.
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveer a los niveles de decisión, información sobre los efectos ambientales del proyecto propuesto, para evaluar las distintas opciones sobre su ejecución.</li> <li>• Producir en la medida de lo posible, proyectos adecuados ambientalmente.</li> </ul>
<b>Etapas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Predecir e identificar las alteraciones producidas por el proyecto.</li> <li>2. Identificación y predicción de los impactos ambientales.</li> <li>3. Comprende la interpretación de los impactos ambientales y la selección de medidas correctivas y de mitigación.</li> </ol>

Fuente: Comisión de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas

Luego de tratar los aspectos teóricos que serán de utilidad en la investigación, es necesario plantear la información del proyecto concerniente a la producción y comercialización de dulces típicos artesanales, tal como se presenta a continuación.

## **E. CARACTERÍSTICAS GENERALES SOBRE EL PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES TÍPICOS**

En este apartado se tratarán cinco aspectos que brindan un panorama general del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos, estos son: los antecedentes, agentes intervinientes, sistema y proceso de producción, productos, canales de distribución, características de los consumidores, perspectivas de las mujeres involucradas en el proyecto y retos del proyecto.

### **1. Antecedentes**

Para tener una clara visión del contexto en el cual se enmarcan los antecedentes de la investigación, se narrarán los acontecimientos que dieron origen a proyectos financiados con ayuda internacional, los cuales reactivaron diversos sectores de la economía nacional, en especial en zonas rurales.

El Salvador se ha caracterizado por ser un país con altos niveles de movimientos sísmicos, siendo el 2001, un año en que se suscitaron dos devastadores terremotos, el 13 de enero y el 13 de febrero; los cuales causaron destrucción y muerte en diversos municipios a nivel nacional, tanto en el área urbana como rural; estos terremotos dejaron a una gran cantidad de

familias en condiciones críticas pero con el anhelo de salir de esa terrible situación para tener un mejor futuro.

Es así como surge la necesidad de crear mecanismos de ayuda y programas que reactiven la vida económica y social de esas familias, permitiéndoles tener una activa participación en la comunidad y sociedad; es decir, generar proyectos de desarrollo local que fueran enfocados a brindar a los damnificados vías factibles para salir de la dura situación que vivían.

Para ello se necesitaba de una coordinación y planificación oportuna, organismos dispuestos a brindar recursos económicos y organizaciones con capacidad para ejecutar y administrar efectivamente los recursos en dichos proyectos.

Un lugar específico en donde interactúan los agentes antes mencionados es en el municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate, en donde, la asistencia humanitaria para los damnificados a consecuencia de los desastres provocados por los terremotos del 2001, llegó mediante el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), a través de su programa de Desarrollo Local y Gestión Territorial, en un marco de

Desarrollo Humano Sostenible y con enfoque de Gestión de Riesgos.<sup>11</sup>

El PNUD con el apoyo la comunidad internacional italiana, brindó soporte técnico y facilitó la coordinación entre los diferentes actores (gobierno, organismos internacionales, instituciones sin fines de lucro y comunidad).

Para la ejecución del proyecto se seleccionaron organizaciones que por su reconocida trayectoria en brindar asistencia humanitaria en condiciones de emergencia, tenían la capacidad de manejar los recursos técnicos y financieros con eficiencia, rapidez y transparencia.

Es decir, que únicamente en el municipio de Nahuizalco, un total de 90 familias de escasos recursos económicos y limitado acceso a servicios básicos, fueron beneficiadas con la reconstrucción de sus viviendas y en honor al apoyo brindado por Italia, surge la colonia Italiana en el cantón Sabana Grande.<sup>12</sup>

En este contexto, la asistencia consistió en la dotación de insumos de emergencia para abrigo, vivienda y atención psico-

---

<sup>11</sup> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. "Solidaridad con los damnificados por los terremotos en El Salvador"

<sup>12</sup> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. "Asistencia brindada a los damnificados de los terremotos del 2001"

social especializada a las familias damnificadas, en donde el PNUD trabajó en coordinación con otras agencias del sistema, como son el Programa Mundial de Alimentos (PMA), los Voluntarios de las Naciones Unidas (VNU) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).<sup>13</sup>

Luego de superar la etapa de reconstrucción, las personas debían seguir trabajando para sostener económicamente a sus familias, los hombres se dedicaban a trabajos de campo y las mujeres llevaban a cabo la comercialización de frutas y verduras, en los mercados locales e incluso en el Mercado Central de San Salvador, lo cual les representaba mayores gastos que ingresos.

Sin embargo, a mediados del año 2003, surge una valiosa oportunidad para la colonia Italiana, enmarcada dentro de un proyecto piloto que consistía en brindar capacitaciones a 30 personas de las 90 familias beneficiadas con la reconstrucción de sus viviendas, la elección tomó como referencia a las mujeres jefes de hogar encargadas del sostenimiento económico de sus familias.

La propuesta fue impulsada por la Asociación para el Desarrollo Empresarial de Productores y Comercializadores Centroamericanos

---

<sup>13</sup> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. "Informe de Desarrollo Humano de El Salvador 2001"

(ADEPROCCA), organización sin fines de lucro que tiene un fuerte compromiso con el desarrollo empresarial de pequeños productores, enfatizándose principalmente en la organización productiva de la mujer en el área rural.<sup>14</sup>

Dicho proyecto de manera global, consistía en fortalecer la capacidad organizativa, productiva y empresarial de las mujeres de la colonia Italiana, proporcionándoles los conocimientos sobre la elaboración de dulces típicos artesanales, según la cosecha de frutas de la temporada.

Lo que comenzó como un programa piloto en la colonia Italiana, forma parte hoy en día de la denominada "Red de Mujeres Emprendedoras de Sonsonate", en la cual un total de 150 mujeres integradas en 13 grupos en 8 diferentes municipios, trabajan en productos tales como: dulces típicos, galletería, piñatas, alfarería, shampoo, velas aromáticas, rompopo, viveros y artesanías en mimbre.<sup>15</sup>

Pero ADEPROCCA ha trabajado en conjunto con la Oficina de Servicios para Proyectos de las Naciones Unidas (UNOPS por sus siglas en Inglés), la cual se ha dedicado a la gerencia e

---

<sup>14</sup> Asociación para el Desarrollo Empresarial de Productores y Comercializadores Centroamericanos (ADEPROCCA).

<sup>15</sup> Fortalecimiento de la Red de Mujeres Emprendedoras de Sonsonate. Agencia de Desarrollo Económico Local (ADEL) Sonsonate.

implementación de proyectos de entidades de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y que está en capacidad de brindar servicios de formulación, monitoreo y evaluación de proyectos.

Es así como esas 30 mujeres de la colonia Italiana, que aprendieron a elaborar dulces típicos de fruta, se dedican ahora a la producción y comercialización de sus productos bajo el nombre de "La Nahuizalqueña", (marca en trámite de registro) y que a través de 2 pequeños kioscos-chalet, pertenecientes a una Red de Kioscos en Sonsonate (iniciada por ADEPROCCA) y mediante Corporación de Desarrollo Local (CODELSA) en San Salvador, ofrecen la variedad de dulces típicos fabricados.<sup>16</sup>

## **2. Agentes intervinientes**

En el proyecto concerniente a la elaboración de dulces típicos artesanales intervienen varios agentes, los que se pueden clasificar en nacionales e internacionales.

### **a. Nacionales**

Entre los agentes intervinientes de origen nacional se encuentran:

- La Asociación para el Desarrollo Empresarial de Productores y Comercializadores Centroamericanos (ADEPROCCA), organización

---

<sup>16</sup> Pequeñas Iniciativas Empresariales para 20 mujeres afectadas por los terremotos del 2001, en Nahuizalco, Sonsonate. ADEPROCCA San Salvador.

sin fines de lucro que tiene un fuerte compromiso con el desarrollo empresarial de pequeños productores, enfatizándose principalmente en la organización productiva de la mujer en el área rural.

- Comunidad de la colonia Italiana, son las mujeres indígenas involucradas directamente en el proyecto.

### **b. Internacionales**

Un factor determinante en la formulación, gestión, ejecución y apoyo al proyecto de producción y comercialización de dulces típicos han sido los organismos internacionales. Entre estos se encuentran:

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- La Comunidad Internacional Italiana.
- La Oficina de Servicios para Proyectos de las Naciones Unidas (UNOPS por sus siglas en inglés).

En donde el PNUD gestiona los recursos necesarios para implementar el proyecto, la Comunidad Internacional Italiana proporciona los recursos económicos para la ejecución y la UNOPS realiza la formulación, gestión, monitoreo y evaluación del proyecto.

### **3. Sistema de Producción**

Las mujeres de la comunidad Italiana involucradas en el proyecto; fabrican una variedad de dulces típicos, los volúmenes de producción son relativamente pequeños porque están sujetos a mantener ciertos niveles de inventarios semanales con el fin de cubrir la demanda de los consumidores.

Resulta difícil clasificar su sistema de producción de una forma precisa, ya que al analizar el proceso éste no se adapta completamente a ninguno de los sistemas productivos que actualmente se utilizan en la industria.

Sin embargo el grupo considera que el sistema con el cual tienen mayor similitud es el de Procesos, porque obedece al criterio en donde cada lote de productos sigue un proceso específico acorde al tipo de dulce a producir.

### **4. Descripción generalizada del proceso de producción**

El proceso de producción utilizado en la elaboración de los dulces típicos es artesanal y por la naturaleza de los productos es posible generalizar un proceso de producción el cual se detalla a continuación:

1. Preparación de materia prima y utensilios en base a receta y de acuerdo al tipo de dulce que se va a preparar.

2. Se mezcla la materia prima.
3. Se cocina la mezcla, si la receta así lo requiere, caso contrario se espera cierto lapso de tiempo para que los ingredientes se integren hasta el punto preciso.
4. Transcurre un lapso de tiempo para que la mezcla se enfríe si es necesario.
5. Se coloca la mezcla en la mesa de trabajo para darle forma según la presentación requerida para cada producto.
6. Se empacan en bolsas de polipropileno para garantizar la calidad.
7. Se pesan los productos para asegurarse que cada bolsa contenga 2 onzas.
8. Después de empacado el producto es almacenado.

## **5. Productos**

Actualmente el grupo de mujeres indígenas fabrica un total de 15 productos. A continuación se detallan tres aspectos fundamentales concernientes a los productos, los cuales son: tipos, precios y presentación.

### **a. Tipos**

En la comunidad se producen dos tipos de dulces: el primero de ellos tiene como ingrediente principal la leche, el cual se procesa con otros ingredientes para diversificar la gama de los

productos; y el segundo tipo de dulces es elaborado con frutas tropicales.

### **i. Leche**

Actualmente se elaboran 9 productos que tienen como ingrediente principal la leche, estos son detallados en el Cuadro No. 14

**Cuadro No. 14  
Dulces tipo leche**

<b>Tipo</b>	<b>Producto</b>
Leche	Canillitas
	Burra
	Tartaritas
	Mazapán
	Con Pasas
	Con Maní
	Con Zapote
	Con Papaya
	Con Marañón

Fuente: El Grupo

### **ii. Frutas**

La variedad de dulces fabricados con frutas asciende a 6 productos, los cuales son detallados en el Cuadro No. 15

**Cuadro No. 15  
Dulces tipo fruta**

<b>Tipo</b>	<b>Producto</b>	
Fruta	Rayado	
	Coco	Conserva Blanca
		Conserva Negra
	Tamarindo	Bolitas
	Papaya	Rayada
	Nace	Bolitas

Fuente: El Grupo

### b. Precios

Los precios de los productos varían de acuerdo a dos factores, el primero de ellos obedece al tipo de dulce y el segundo al lugar donde son comercializados, estos precios son detallados en el Cuadro No. 16

**Cuadro No. 16**  
**Precios de los productos**

Tipo		Producto	Precio	
			Kiosco	Mercado
Leche		Canillitas	\$ 0.50	\$ 0.35
		Burra	\$ 0.50	\$ 0.35
		Tartaritas	\$ 0.50	\$ 0.35
		Mazapán	\$ 0.50	\$ 0.35
		Con Pasas	\$ 0.50	\$ 0.35
		Con Maní	\$ 0.50	\$ 0.35
		Con Zapote	\$ 0.50	\$ 0.35
		Con Papaya	\$ 0.50	\$ 0.35
		Con Marañón	\$ 0.50	\$ 0.35
Fruta	Coco	Rayado	\$ 0.35	\$ 0.25
		Conserva blanca	\$ 0.35	\$ 0.25
		Conserva negra	\$ 0.35	\$ 0.25
	Tamarindo	Bolitas	\$ 0.35	\$ 0.25
	Papaya	Rayada	\$ 0.35	\$ 0.25
	Nance	Bolitas	\$ 0.35	\$ 0.25

Fuente: El Grupo

### c. Presentación

La presentación de los diferentes productos es única, con un peso de 2.0 onzas independientemente del tipo de dulce y del lugar donde sea comercializado. Sin embargo, es preciso señalar que existen diferentes formas, entre las cuales están: bolitas, tabletas, rayado y otras. Estas formas obedecen estrictamente a la tradición y costumbres propias de la cultura salvadoreña.

## **6. Canal de Distribución**

El canal de distribución utilizando es directo, mediante la Venta Personal, ya que los clientes obtienen los productos a través de kioscos o rutas de venta que son atendidas por las mujeres productoras, permitiéndoles cubrir diferentes puntos de venta como los mercados de Nahuizalco, Sonsonate, Santa Ana y La Libertad (Santa Tecla).

Básicamente, cada uno de los grupos o personas, decide cual es la mejor opción para vender sus productos, para lo cual se ponen de acuerdo de manera que no coincidan en el mismo sitio de venta; así también, cada una decide si invertirá más para vender el producto, como por ejemplo viajar hasta Santa Ana u otro lugar que se considere con la suficiente demanda del producto como para invertir un poco mas en la distribución hasta ese lugar.

## **7. Características de los consumidores**

Las características de las personas que consumen dulces típicos artesanales son variadas, existen factores que determinan el tipo de consumidores, entre las cuales se encuentran: nivel académico (educación), actividad económica, ingresos económicos, sexo, edad, hábitos de compra, gustos y preferencias, lugar de residencia, costumbres y tradiciones.

Entre los principales consumidores se encuentran:

- Residentes de la zona.
- Turistas.
- Vendedores de los mercados.
- Habitantes cercanos o compradores en los mercados.

## **8. Perspectivas de las mujeres involucradas en el proyecto**

Las mujeres involucradas en el proyecto estaban principalmente interesadas en mejorar sus ingresos económicos; inicialmente ellas se dedicaban a la venta de verduras y frutas, actividad que no cumplía con sus expectativas monetarias e incluso los ingresos percibidos no les permitían satisfacer sus compromisos económicos.

El proyecto continuó y las expectativas de las mujeres fueron cambiando, sus intereses actuales consisten en fortalecer el proyecto, continuar con procesos de capacitación, establecer una planta productiva, aumentar la producción, mejorar los volúmenes de venta, incrementar la calidad de los productos e ingresar a nuevos mercados.

Todas esas expectativas contribuyen al bienestar de la comunidad en general y les permite a las mujeres incrementar sus ingresos económicos.

### **9. Retos y desafíos del proyecto**

El proyecto principalmente pretende mejorar la calidad de vida de las personas involucradas, sin embargo existe una serie de retos y desafíos, entre los cuales se encuentran:

- Solventar desacuerdos de las personas involucradas.
- Cambio de paradigmas de las mujeres de la comunidad.
- Contribuir a que las personas cuenten con servicios básicos.
- Estandarizar precios y procesos producción.
- Desarrollo de nuevos puntos de venta.
- Mejorar la eficiencia del equipo e instalaciones.
- Generar el mayor número de vínculos con las instituciones y organismos involucrados en el proyecto.

## CAPÍTULO II

### DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS UNIDADES DE ADMINISTRACIÓN, PRODUCCIÓN, MERCADEO, FINANZAS Y AMBIENTAL, DEL PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES TÍPICOS ARTESANALES DE LA COLONIA ITALIANA, MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE

#### A. IMPORTANCIA

Este capítulo proporciona una visión de la metodología y situación actual del proyecto de investigación; contribuyendo con la identificación de la interacción de cada uno de sus agentes, factores y condiciones intervinientes.

El capítulo II está constituido por 5 apartados el primero de ellos plantea el objetivo general y los objetivos específicos; el segundo describe la metodología de investigación, especificando para ello el planteamiento y delimitación del problema, así como los métodos y técnicas de investigación.

El tercer apartado refleja la situación actual de las unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental. Finalmente se presentan como últimos apartados las conclusiones y recomendaciones.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. General**

Realizar un diagnóstico de las unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental, para determinar la situación actual del grupo de mujeres indígenas productoras y comercializadoras de dulces típicos artesanales de la colonia Italiana.

### **2. Específicos**

- Describir la metodología utilizada en la investigación, con el propósito de conocer cada uno de los aspectos fundamentales del proyecto en análisis.
- Recopilar la información acerca de la producción y comercialización de dulces típicos, a través de encuestas y entrevistas a los involucrados en el proyecto para contar con información objetiva, real y actual.
- Identificar los factores positivos y negativos de los procesos administrativos, productivos, de mercadeo, finanzas y ambientales, para tener un panorama claro del proyecto de investigación.

## **C. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

Después de especificar la importancia del capítulo y plantear los objetivos del mismo, es indispensable analizar la metodología de investigación, en la cual se tratarán 2 factores: el planteamiento del problema, y los métodos y técnicas de investigación.

### **1. Planteamiento y delimitación del problema**

Es posible identificar que cuando se combina voluntad, recursos financieros, coordinación y una excelente organización, se generan mecanismos para la reactivación de sectores específicos en la sociedad.

Es en ese punto donde se debe preguntar, qué es necesario llevar a cabo para revitalizar los proyectos locales de tal forma, que se les de seguimiento y se perfilen como verdaderas soluciones a los grandes problemas de las comunidades al interior del país.

Es preciso generar estrategias, que permitan el crecimiento y expansión de las actividades productivas de las comunidades y dotarlas de herramientas que les brinden respaldo; a partir de los recursos disponibles y el entorno en que se desenvuelven.

Por lo tanto, con el objeto de lograr el desarrollo a corto plazo en el área rural y permitir a las familias obtener mejores ingresos, para elevar su nivel de vida, a través del fortalecimiento de proyectos, se presenta la formulación del problema para el proyecto de investigación:

¿En que medida un Modelo de Sostenibilidad Participativo contribuirá al desarrollo de la capacidad empresarial, que mejore las condiciones socioeconómicas de las mujeres indígenas productoras de dulces típicos artesanales, residentes en la colonia Italiana, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate?

La delimitación del proyecto de investigación sobre la propuesta del Modelo de Sostenibilidad Participativo, tiene lugar en el cantón Sabana Grande, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

Las unidades de estudio, son las mujeres indígenas productoras y comercializadoras de dulces típicos artesanales y el período de investigación está comprendido entre los meses de Mayo a Octubre del año 2005.

## **2. Métodos y técnicas de investigación**

Son 6 los aspectos tratados dentro de los métodos y técnicas de investigación, estos son: método de investigación, tipo de investigación, recolección de información, técnicas e instrumentos de recolección, universo y muestra, finalmente la presentación y análisis de datos.

### **a. Método de investigación**

En la investigación "Propuesta de un Modelo de Sostenibilidad Participativo para un grupo de mujeres indígenas productoras y comercializadoras de dulces típicos artesanales de la colonia Italiana, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate", se utilizó el método Deductivo.

La aplicación del método Deductivo en el proyecto, se enfocó en el análisis de las variables y se realizaron inferencias de los efectos y variaciones producidas en los diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno investigado, a partir de los cambios planteados en el mismo.

### **b. Tipo de investigación**

El tipo de Investigación utilizado en el Proyecto "Propuesta de un Modelo de Sostenibilidad Participativo en la Colonia Italiana del Municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate", fue el

correlacional, ya que se establecieron relaciones de asociación entre dos o más variables y la dirección de su relación.

### **c. Recolección de información**

La recolección de la información requirió fuentes de origen primario y secundario, de las cuales se obtuvo información precisa y necesaria para fundamentar la investigación, éstas son:

#### **i. Fuentes Primarias**

Las fuentes primarias son de carácter cuantitativo y cualitativo; mediante la investigación cuantitativa se recopiló información por medio de encuestas y entrevistas, dirigidas a los agentes en estudio. Mientras que la investigación cualitativa se realizó a través de la observación y se empleó para mejorar la profundidad y riqueza de los hallazgos cuantitativos.

#### **ii. Fuentes Secundarias**

Las fuentes secundarias comprenden toda aquella información que ha sido recopilada, analizada y publicada por diferentes autores acerca de temas similares y que fue necesario localizarlas físicamente en bibliotecas y hemerotecas.

Dichos recursos se revisaron cuidadosamente y se extrajo la información necesaria para que forme parte de la investigación, realizando la respectiva referencia.

#### **d. Técnicas e instrumentos de recolección**

En la investigación se utilizaron importantes técnicas e instrumentos que fueron efectivos para recopilar información cuantitativa y cualitativa, enfocada a elaborar el marco teórico, el diagnóstico de la situación actual y la propuesta del Modelo de Sostenibilidad Participativo; estas fueron:

##### **i. Observación**

Por medio de la observación se obtuvo información sobre las características, condiciones, acciones y procedimientos, que actualmente llevan a cabo las productoras de dulces típicos en el municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate. De esta forma esta técnica presentó ventajas que permitieron la recopilación de datos de gran validez para la investigación y el análisis objetivo de los mismos.

##### **ii. Encuesta**

La segunda técnica fue la encuesta y tuvo como finalidad el análisis de hechos, opiniones y actitudes mediante la administración de un cuestionario a las agentes en estudio, es

decir, que la información se obtuvo directamente de las personas de las cuales se interesa conocer su punto de vista.

Es preciso señalar que la encuesta se realizó de forma oral debido a que las agentes de estudio no saben leer ni escribir.

(Ver Anexo No. 1)

### **iii. Entrevista**

La entrevista fue otra técnica utilizada para la recolección de información, esta permitió el establecimiento de un diálogo con las líderes del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos.

Las preguntas se realizaron por unidades de análisis con el fin de obtener respuestas precisas y profundas; se mantuvo un estilo de entrevista estructurada que permitió la interacción y la transferencia de información objetiva. (Ver Anexo No. 2)

### **e. Prueba Piloto**

La prueba piloto se realizó al 15% de la población, lo cual representó un total de 3 encuestas. Estas se llevaron a cabo dos semanas antes de efectuar el cuestionario definitivo, con el objeto de evaluar el grado de comprensión de las interrogantes formuladas y realizar las modificaciones necesarias.

#### **f. Universo y muestra**

El universo o población de la investigación esta compuesta por 22 mujeres indígenas productoras de dulces típicos artesanales residentes en la colonia Italiana, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate, ya que son ellas las que motivan el interés de la investigación. (Ver Anexo No. 3)

Debido a que la cantidad de mujeres productoras de dulces típicos artesanales es reducida, se aplicó un censo a la población total; pero es preciso señalar que únicamente se encuestaron a 18 mujeres (señalizadas con asterisco en Anexo No. 3) porque durante el invierno la cantidad de mujeres productoras se reduce.

#### **g. Presentación y análisis de datos**

Luego de haber recopilado la información a cerca del proyecto es necesario presentar la información mediante una tabulación de datos, en la que primero se redactó la pregunta, luego el objetivo que se pretende alcanzar con la misma, seguidamente los resultados mediante un cuadro de respuestas y finalmente el gráfico con su respectiva interpretación. (Ver Anexo No. 4)

#### **D. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

Siempre que se desea implementar cambios en las unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental de un proyecto; es indispensable analizar cómo se están realizando actualmente los procesos para realizar las modificaciones pertinentes.

Para obtener el contexto de la situación actual, se analizaron cada una de las unidades que forman parte de la investigación, con lo cual se obtuvieron datos confiables, reales y objetivos, de los aspectos tanto positivos como negativos.

Es primordial aclarar en este punto, que el proyecto de dulces típicos artesanales, no cuenta con una estructura formal, en donde se identifiquen claramente las unidades funcionales o la pertenencia de las integrantes a una unidad específica.

Las personas se organizan dependiendo del tipo de dulces que elaboran; integran grupos de trabajo de 2 ó 3 personas, aunque también puede producir de forma individual, de acuerdo a las necesidades de cada integrante.

La fabricación de dulces típicos artesanales se realiza en diferentes días de la semana, sin una calendarización específica

y depende de las necesidades de existencia de inventario; esto se debe a que cada productora organiza su tiempo entre las actividades de venta y producción de los dulces típicos, así como las necesidades de existencias de inventario.

La forma de organizar la producción es mediante acuerdos verbales entre las mujeres involucradas en el proyecto, indicando el día y la hora en la cual harán uso de la planta de producción.

Las principales formas de comercializar los dulces es a través de los Kioscos-Chalet, ventas en los mercados y Fiestas Patronales de municipios aledaños; cabe mencionar que no existe un programa de comercialización formalmente establecido o una ruta a seguir para optimizar el tiempo dedicado a la venta de los productos.

La responsabilidad de abastecer de dulces típicos los Kioscos-Chalet, está a cargo de 10 productoras; mientras que las 8 productoras restantes comercializan en los mercados, entre dichas mujeres existe un común acuerdo para cubrir la demanda en el Mercado Municipal de Sonsonate y mercados aledaños.

Los ingresos en concepto de ventas los manejan de forma individual, de esta forma las productoras realizan cálculos del dinero que han invertido en la producción y cuánto es el monto total de las ventas realizadas; para determinar a cuánto ascienden las utilidades.

Por otra parte el efecto ambiental que provoca el proyecto, actualmente no se tiene contemplado porque el proceso productivo es realizado artesanalmente y no provoca un efecto nocivo al medio ambiente.

Luego de establecer este panorama y para efectos de realizar el diagnóstico de cada una de las unidades que integraran el modelo, es preciso aclarar que se tomaron en cuenta todos los factores teóricos de importancia para la investigación; pero la aplicación será en términos sencillos y prácticos, acordes específicamente a lo ejecutado y requerido por el proyecto.

### **1. Análisis de la Unidad de Administración**

La administración del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales es bastante simplificada, ya que es una persona la que coordina las acciones del grupo y es responsable de que las actividades se realicen adecuadamente.

El desempeño de la líder del grupo es apoyado por la coordinadora de ADEPROCCA, que realiza visitas semanales para supervisar el desarrollo de las actividades en el proyecto y la normalidad con la cual se realizan.

Al hacer referencia de la forma de administración y toma de decisiones en el proyecto, se encontró que las miembros guía, prevén el futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzar la producción y ventas requeridas, pero a pesar de ello, no lo reflejan en ningún tipo de documento que les permita controlar en momentos específicos la ejecución de los procesos.

#### **a. Análisis FODA**

El análisis FODA del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, es la herramienta que muestra a través de un cuadro resumen, los resultados obtenidos después de realizar un exhaustivo análisis, tanto en el ambiente interno como externo del proyecto en las áreas de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental. (Ver Cuadros No. 17, 18, 19, 20 y 21)

**Cuadro No. 17**  
**Análisis FODA Unidad de Administración**

LISTADO DE INFORMACIÓN POR UNIDAD DE ANÁLISIS				
AREA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>A D M I N I S T R A C I Ó N</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuentan con una líder encargada de la dirección de las actividades.</li> <li>• Existe ciertas actitudes de motivación entre las integrantes del proyecto.</li> <li>• Existe entrega entre la mayoría de las integrantes para apoyar y fortalecer el proyecto.</li> <li>• Reciben capacitaciones sobre el desarrollo de la mujer y el protagonismo que debe generar en la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuentan con una planificación estratégica que les permita ver el rumbo a seguir.</li> <li>• La mayoría de las personas no saben leer y escribir, por lo que su única vía de comunicación es la oral.</li> <li>• No cuentan con los servicios básicos de luz eléctrica, agua potable y teléfono.</li> <li>• No trabajan de forma coordinada para planificar actividades, lo que provoca desorganización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de recibir nuevas capacitaciones sobre motivación y clima de trabajo</li> <li>• Aprovechar el apoyo de ADEPROCCA y UNOPS para cualquier tipo de asistencia técnica.</li> <li>• Disponibilidad de tiempo debido a la continuidad del programa de Guardería para los niños y niñas de la comunidad.</li> <li>• Posibilidad de mejorar sus condiciones de trabajo, porque casas aledañas cuentan con los servicios básicos de agua potable, energía eléctrica y teléfono, idóneas para el proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desaprovechar las oportunidades de expansión por falta de información del entorno.</li> <li>• Surgimiento de proyectos similares en otras comunidades con iguales características.</li> <li>• Tiempos de espera prolongados para la resolución de las gestiones entre La Junta Directiva de la Comunidad y con la Alcaldía del municipio.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

**Cuadro No. 18**  
**Análisis FODA Unidad de Producción**

LISTADO DE INFORMACIÓN POR UNIDAD DE ANÁLISIS				
AREA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
P R O D U C C I Ó N	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominan la técnica para la elaboración de dulces típicos.</li> <li>• Capacidad de producir una amplia gama de productos.</li> <li>• Los dulces típicos son elaborados artesanalmente, basándose en las recetas originales y sin ninguna clase de preservantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altos costo de materia prima.</li> <li>• Falta de instrumentos y utensilios de trabajos adecuados para la eficiente producción.</li> <li>• No cuentan con el equipo para almacenar la materia prima perecedera y el producto terminado.</li> <li>• Ausencia de condiciones de higiene y seguridad industrial para la fabricación de dulces.</li> <li>• Carencia de servicios básicos como agua, luz eléctrica y teléfono que facilite la producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprender nuevas técnicas sobre cómo elaborar los dulces típicos.</li> <li>• Ampliar la variedad de dulces.</li> <li>• Construcción de la planta productiva con las condiciones adecuadas para la producción.</li> <li>• Utilización de algún procedimiento o aplicación de preservantes que incrementen la duración de los productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El clima es un factor que incide algunas veces de forma negativa en la fabricación de los dulces típicos.</li> <li>• Productos sustitutos elaborados por la competencia con costos de producción inferiores.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

**Cuadro No. 19**  
**Análisis FODA Unidad de Mercadeo**

LISTADO DE INFORMACIÓN POR UNIDAD DE ANÁLISIS				
AREA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>M E R C A D E O</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los dulces típicos son aceptados por los clientes como productos de calidad.</li> <li>• Precios accesibles para los consumidores.</li> <li>• Fácil acceso a los lugares de compra de los dulces.</li> <li>• Implementación de descuentos por volúmenes y lugar de compra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuentan con estudios de mercadeo que les proporcionen nuevas estrategias de precio, distribución y promoción.</li> <li>• Corto periodo de comercialización debido a la limitada duración del producto.</li> <li>• Escasez de puntos y rutas de venta, que les permita incrementar los niveles de ventas.</li> <li>• No tienen un canal de distribución que les permita incrementar y ampliar su mercado de consumidores.</li> <li>• El registro de la marca "La Nahuizalqueña" se encuentra en trámite.</li> <li>• Imposibilidad de cubrir altas demandas de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La obtención del registro sanitario y código de barras posibilitarán la comercialización en diferentes lugares.</li> <li>• La identificación del perfil del consumidor facilitará el establecimiento del mercado meta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La falta de precios estandarizados puede provocar pérdida de clientes.</li> <li>• Los productos sustitutos cuentan con mejores canales de distribución y precios competitivos.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

**Cuadro No. 20**  
**Análisis FODA Unidad de Finanzas**

LISTADO DE INFORMACIÓN POR UNIDAD DE ANÁLISIS				
AREA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>F I N A N Z A S</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recuperación de la inversión mas un margen de utilidad por la venta de dulces típicos</li> <li>• Facilidad de recibir programas de capacitación y de especialización para el mejoramiento de la calidad de los productos, sin necesidad de inversión.</li> <li>• Fabrican ciertos tipos de dulces típicos, que proporcionan márgenes de utilidad elevados.</li> <li>• Generación de utilidades propias de la actividad económica, sin tener que recurrir a donaciones para seguir ejecutando el proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se cuenta con certeza sobre el porcentaje de utilidad obtenido por un lote de dulces típicos, debido a que la utilidad unitaria del producto no es fija.</li> <li>• No llevan un registro sobre los ingresos y egresos de efectivo totales, ya que cada grupo de trabajo lo realiza individualmente.</li> <li>• Los desembolsos en concepto de costos de materia prima son altos debido a que no realizan grandes volúmenes de compra.</li> <li>• El margen de utilidad se ve disminuido cuando los dulces no son comercializados en el Kiosco.</li> <li>• No cuentan con el conocimiento financiero necesario para implementar el proyecto de la planta productiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posible incremento de utilidades por nuevas estrategias de precios y comercialización.</li> <li>• Se cuenta con el apoyo financiero para la construcción de una nueva planta productiva.</li> <li>• Disminución en los costos de materia prima de los dulces debido a generación de acuerdos con proveedores que les brinden precio de mayoristas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El incremento del precio de la materia prima e insumos, por temporadas o de forma generalizada afecta los ingresos por las ventas.</li> <li>• Posible pérdida de clientes por el incremento del precio de venta, debido al aumento de los costos de producción.</li> <li>• Que la competencia reduzca los costos de los productos y tenga la oportunidad de ofrecer a menor precio sus productos, mientras que en el proyecto no se tomen las medidas necesarias, para lograr una maximización de utilidades mediante la reducción en los costos.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

**Cuadro No. 21**  
**Análisis FODA Unidad Ambiental**

LISTADO DE INFORMACIÓN POR UNIDAD DE ANÁLISIS				
AREA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
A M B I E N T A L	<ul style="list-style-type: none"> <li>Práctica de procesos que no generen ningún tipo de alteración, modificación o cambio en el medio ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se encuentran debilidades en esta unidad ya que el proceso productivo no provoca ningún daño al medio ambiente o alguno de sus componentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abundancia de árboles frutales que facilitan la obtención de la materia prima, debido a la zona geográfica donde se encuentra ubicado el proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La humedad del ambiente durante el invierno dificulta comercializar los productos.</li> <li>Los cambios drásticos de temperatura les impide fabricar ciertos tipos de dulces, debido a la sensibilidad del producto.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

Luego de aplicar el análisis FODA al proyecto de producción y comercialización de dulces típicos, en cada unidad es posible afirmar que existen mayor número de debilidades que fortalezas, lo cual refleja las deficiencias internas del proyecto.

Externamente ocurre una situación similar puesto que las amenazas superan notoriamente a las oportunidades, no obstante el grupo de mujeres ha aprovechado al máximo las oportunidades presentadas a lo largo del tiempo, permitiéndoles sobrellevar todos los obstáculos y adversidades.

### **b. Misión, visión y objetivos actuales**

De acuerdo con la información recopilada a lo largo de la investigación, es posible afirmar que la misión, visión y

objetivos, no se encuentran reflejados en un documento; a pesar de ello, las productoras y comercializadoras de dulces típicos artesanales tienen ideas claras de lo que son, lo que quieren ser y lo que quieren lograr a corto y mediano plazo.

En cuanto a la misión, las mujeres indígenas productoras y comercializadoras de dulces típicos artesanales, están concientes que deben fabricar productos de calidad, que cumplan con las condiciones higiénicas requeridas y venderlos a precios accesibles, garantizando así la satisfacción de los consumidores, futuras compras y el reconocimiento de los productos bajo la marca La Nahuizalqueña.

En lo concerniente a la visión, el grupo de mujeres manifestó estar dispuestas a trabajar para poseer su propia planta productiva, es decir, contar con un espacio propicio para la elaboración de dulces, que les permita incrementar los niveles de ventas y consecuentemente el porcentaje de utilidad. Bajo este panorama las mujeres se identifican y están motivadas a seguir adelante con la actividad productiva actual.

Finalmente al investigar sobre los objetivos las productoras coinciden con lo que quieren y esperan lograr en un futuro cercano, ellas desean obtener ingresos estables que mejoren la

calidad de vida de sus familias, fomentando el desarrollo del proyecto y beneficiando a la comunidad en general.

Luego de analizar la unidad administrativa del proyecto, es posible determinar que éste no cuenta con una administración que les permita a las productoras ver claramente dónde y cómo están, y hacia dónde se dirigen.

El papel de las mujeres del proyecto es producir y vender el producto y a pesar que manifiestan que deben hacerlo con calidad, no tienen definido o estipulado lo que representa fabricar un producto de buena calidad. Ellas poseen ideas para cambiar su metodología de trabajo, pero necesitan apoyo técnico que las oriente en procesos específicos de planificación, organización, dirección y control.

La segunda unidad que es imprescindible analizar para determinar la situación actual, es producción y a pesar que ya se trataron sus generalidades en el análisis FODA, es ahora un buen punto para profundizar en cada uno de sus procesos y procedimientos.

## **2. Análisis de la Unidad de Producción**

El segundo aspecto que constituye el análisis de la investigación, es la unidad de producción y comprende 8

aspectos: ubicación de la planta, capacidad instalada, sistemas de producción, requerimientos de producción, identificación de los mercados de abastecimiento, descripción del proceso de producción, distribución en planta y programa de producción.

Cada uno de ellos fue seleccionado porque deben tenerse bien definidos en todo proyecto donde interviene uno o varios procesos productivos. El Cuadro No. 22 contiene lo referente a la ubicación de la planta y la capacidad instalada actual.

**Cuadro No. 22**  
**Situación actual de la Ubicación de planta y Capacidad instalada**

No	SITUACIÓN ACTUAL	ASPECTOS DETERMINANTES
a. Ubicación de la Planta	<p>El proceso para seleccionar la ubicación de la planta actual, fue muy particular ya que el factor más determinante para ello fue las posibilidades económicas y sociales del momento.</p> <p>Por lo tanto la planta de producción actual se encuentra situada en la colonia Italiana, cantón Sabana Grande, municipio de Nahuizalco.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La planta está situada en una zona rural y de difícil acceso, ingresando únicamente pick up y vehículos de doble tracción.</li> <li>• No cuentan con los servicios básicos (agua potable, luz eléctrica y teléfono).</li> <li>• Existe un terreno para la edificación de la nueva planta y está ubicado en la colonia Italiana, pero su construcción está siendo gestionada.</li> </ul>
b. Capacidad instalada	<p>La capacidad instalada de la planta no está definida, a pesar de ello se puede establecer como:</p> <p><b>Capacidad mínima de producción:</b> La elaboración de un tipo de dulce de fruta o leche representa un aproximado de 32 bolsas con un peso de 2 onzas.</p> <p><b>Capacidad máxima la producción:</b> La elaboración de 8 diferentes tipos de dulces de fruta o de leche lo que representa un aproximado de 256 bolsas con un peso de 2 oz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una jornada de trabajo puede comprender desde 4 hasta 12 hrs. diarias. Lo que dependerá del tipo y cantidad de dulce a producir, del grado de dificultad de elaboración, el clima y la cantidad de mujeres que integran cada grupo de trabajo.</li> <li>• Cada persona o grupo de trabajo es responsable que los niveles de inventario sean los adecuados y decide cuándo es necesario producir para satisfacer la demanda.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

En este contexto la ubicación de la planta del proyecto no cuenta con las condiciones requeridas para trabajar en una forma eficiente, puesto que no posee los servicios básicos. La capacidad instalada se está aprovechando al máximo y las herramientas de trabajo no son sub utilizadas.

El sistema de producción y los requerimientos de producción son mostrados en el Cuadro No. 23, en donde se mencionan los puntos claves que intervienen en la unidad productiva de la situación actual del proyecto.

El sistema de producción es por procesos, puesto que cada tipo de dulce pasa por una serie de fases específicas, antes de llegar a ser un producto terminado disponible para la venta.

Los principales requerimientos del proyecto son la mano de obra de las productoras, el equipo de trabajo y la materia prima e insumos, ya que con la ausencia de uno de ellos la producción de dulces no podría llevarse a cabo.

En lo referente a los materiales y materia prima se elaboraron 2 cuadros resúmenes el primero muestra sus características (Ver Anexo No. 5) y el segundo las cantidades utilizadas en la elaboración de los dulces típicos. (Ver Anexo No. 6)

**Cuadro No. 23**  
**Situación actual del Sistema y Requerimientos de producción**

No	SITUACIÓN ACTUAL	ASPECTOS DETERMINANTES
<b>c. Sistemas de producción</b>	<p>Resulta difícil clasificar su sistema de producción de una forma precisa, ya que éste no se adapta completamente a ninguno de los sistemas productivos que actualmente se utilizan en la industria.</p> <p>Sin embargo, el grupo considera que el sistema con el cual tienen mayor similitud es el de Procesos, porque obedece al criterio en donde cada lote de productos sigue un proceso específico acorde al tipo de dulce.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La única guía con que se cuenta es la receta tradicional del dulce, que fue adquirida mediante capacitaciones.</li> <li>• El sistema de producción carece de condiciones de higiene y seguridad industrial.</li> <li>• En el sistema de producción intervienen grupos de trabajo, en los cuales a cada integrante se le asignan funciones específicas dentro del proceso.</li> </ul>
<b>d. Requerimientos de producción</b>	<p>Los requerimientos del proyecto pueden dividirse en:</p> <p><b>1. Mano de obra</b>  Está conformado por el grupo de 22 mujeres involucradas en el proceso productivo de los tipos de dulces.</p> <p><b>2. Maquinaria</b>  Son la cocina industrial de dos quemadores, tambo de gas propano, mesa y bancos de trabajo, báscula de 24 lb., dos ollas de acero inoxidable, coladores, cántaro, huacales, bolsas plásticas, dos paletas de madera, dos moldes de madera, cuchillos, rayadores y mantas.</p> <p><b>3. Materia prima</b>  Leche, frutas tropicales, azúcar, dulce de atado, pasas, canela (molido y rajas), margarina, vainilla blanca, maizena, agua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las mujeres se organizan en diferentes subgrupos de acuerdo a la especialización en la elaboración de los diferentes tipos de dulces.</li> <li>• La maquinaria y equipo son artesanales, incluso es preciso señalar que algunos de ellos fueron elaborados a iniciativa de las mujeres.</li> <li>• Los diferentes materiales e insumos son adquiridos en los mercados aledaños a la comunidad.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

A continuación se analizan los mercados de abastecimiento y la descripción del proceso de producción, los cuales constituyen elementos determinantes en el proyecto. (Ver Cuadro No. 24)

**Cuadro No. 24**  
**Situación actual de los Mercados de abastecimiento**  
**y el Proceso de producción**

No	DEFINICIÓN	ASPECTOS DETERMINANTES
<b>e. Mercados de abastecimiento</b>	<p>Los principales mercados de la zona, es decir el mercado municipal de Nahuizalco y el de Sonsonate, representan los principales lugares de abastecimiento del proyecto.</p> <p>Dichos mercados ofrecen toda la variedad de materia prima e insumos que la producción de dulces típicos requiere.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En los mercados locales existe el riesgo de que la calidad de los insumos no sea la adecuada, aunque las productoras tratan de asegurarse de comprar la materia prima que les garantice una excelente producción.</li> <li>• En la mayoría de los casos cada grupo de trabajo selecciona el lugar de compra según su ubicación.</li> </ul>
<b>f. Descripción del proceso de producción</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preparación de materia prima según la receta y de acuerdo al tipo de dulce que se va a preparar.</li> <li>2. Se mezcla la materia prima.</li> <li>3. Se cocina la mezcla si la receta así lo requiere, caso contrario se espera cierto tiempo para que los ingredientes se integren hasta el punto preciso.</li> <li>4. Se espera que la mezcla se enfríe si es necesario.</li> <li>5. Se coloca la mezcla en la mesa de trabajo para darle forma según la presentación requerida.</li> <li>6. Se empacan en bolsas de polipropileno para garantizar la calidad.</li> <li>7. Se pesan los productos para asegurarse que cada bolsa contenga 2 onzas.</li> <li>8. Después de empacado el producto es almacenado.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proceso de producción puede presentar variaciones de acuerdo al tipo de producto.</li> <li>• Las materias primas e insumos utilizados también pueden variar en cuanto a presentación y calidad, debido a que son adquiridos de distintos proveedores.</li> <li>• El tiempo de preparación, puede prolongarse debido a aspectos climáticos como el viento, la humedad y el calor.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

Los mercados de Nahuizalco y Sonsonate constituyen los lugares en los cuales las productoras de dulces típicos artesanales, pueden comprar a precios accesibles la materia prima indispensable para la producción.

Tal como se mencionó anteriormente es el Anexo No. 5 el que detalla las características y además el mercado de abastecimiento de materia prima, pero también se destacan otros aspectos tales como: La unidad de medida (miligramos, gramos y libra), sus presentaciones (bolsa, caja, unidad, tarro, saco, etc.), la marca (si la posee), los costos unitarios (tanto en invierno como en verano) y finalmente su principal proveedor (supermercado, el mercado o tienda).

Por otra parte el proceso productivo de los dulces típicos se puede describir en 8 pasos, en los cuales se transforma la materia prima en producto terminado.

Para visualizar la forma en que se elaboran los dulces típicos, se redactó el proceso productivo de los principales tipos de dulces: dulces de leche denominado "canillitas" (receta base para los dulces de leche, dulce de leche con pasas, con maní, con zapote, coco rallado, tamarindo y nance. (Ver Anexo No. 7)

El Cuadro No. 25 plantea información sobre la distribución de la planta y el programa de producción del proyecto, en donde se menciona la manera en que son realizados los procesos.

**Cuadro No. 25**  
**Situación actual de la Distribución en planta y**  
**El programa de producción**

No	DEFINICIÓN	ASPECTOS DETERMINANTES
<b>g. Distribución en planta</b>	<p>La planta se encuentra distribuida en cuatro pequeñas áreas intervinientes en el proceso de producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Área de preparación de la materia prima e insumos, que consta de una mesa de trabajo.</li> <li>• Área de cocina, en la que se encuentra una cocina industrial de dos quemadores.</li> <li>• Área de formado y empaque en donde se utiliza la misma mesa en donde se prepara la materia prima.</li> <li>• Área de limpieza que consta de un lavadero y una pila.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La ordenación física de los elementos en la planta productiva del proyecto, están clasificados por movimiento de los materiales y personas; ya que ambos son sujetos de desplazamiento, no a sí la maquinaria.</li> <li>• La distribución de la planta es por procesos ya que en ella se observan las diferentes áreas productivas.</li> <li>• Cuentan con un espacio disponible para utilizarlo cuando sea requerido.</li> </ul>
<b>h. Programa de producción</b>	<p>El programa de producción del proyecto no está formalmente establecido, porque no se lleva una calendarización de actividades de producción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los grupos de trabajo se organizan para determinar el día de la semana que van a producir y a qué hora.</li> <li>• El no tener un programa de producción, genera dificultades cuando la demanda de productos es alta, puesto que existen varios grupos de trabajo, con necesidades de utilizar la planta de producción en los mismos períodos de tiempo.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

Si el proceso productivo posee un orden lógico, es preciso que el lugar donde se realice, posea una distribución adecuada para evitar los obstáculos y las distancias innecesarias al momento de llevarlo a cabo; para el caso del proyecto y tal como se refleja en el cuadro No. 25, la distribución de la planta obedece a los pasos y secuencia del proceso productivo. (Ver Anexo No. 8)

Por otra parte no existe un programa de producción pre-establecido y las productoras acuerdan que días de la semana van a producir, esto obedece únicamente a las necesidades de incrementar los niveles de inventarios.

Después de analizar los factores de la unidad de producción es determinante estudiar la unidad de mercadeo del proyecto tal como se detalla a continuación.

### **3. Análisis de la Unidad de Mercadeo**

El tercer aspecto fundamental de la investigación, es la unidad de mercadeo y está orientado a determinar 5 factores, los cuales son: las características del producto, estrategias de precios, características del mercado, estrategias de distribución y estrategias de promoción de los productos.

#### **a. Características actuales del producto**

Las características de los productos están conformadas por los atributos tanto tangibles como intangibles, en el caso particular se analizarán las características de los dulces típicos artesanales. (Ver Cuadro No. 26)

**Cuadro No. 26**  
**Características actuales del producto**

Características de los productos	Aplicaciones
<b>Especificaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reputación del vendedor: Son personas humildes y honradas.</li> <li>• Garantías: El producto deteriorado o vencido se sustituye por otro similar.</li> <li>• Duración del producto: Aproximadamente 15 días, incide notablemente las condiciones climáticas en las que han sido elaborados.</li> <li>• Color y diseño: Son fabricados acordes a la tradición y costumbres de cada uno de los tipos de dulces.</li> <li>• Precio: En los kioscos \$0.50 los dulces de leche y \$0.35 los de fruta; mientras que en los mercados los precios cambian a \$0.35 y \$0.25 los de leche y fruta respectivamente.</li> <li>• Empaque: Bolsas de polipropileno.</li> <li>• Presentación: Bolsas 2 onzas de producto.</li> </ul>
<b>Clasificación</b>	Los dulces típicos artesanales se clasifican como bienes de especialidad dentro de los productos de consumo.
<b>Marca y calidad</b>	La Marca utilizada por las mujeres indígenas es "La Nahuizalqueña". Los dulces típicos tienen como característica particular el hecho de ser fabricados artesanalmente, lo que proporciona a los consumidores un atractivo que garantiza la calidad, el cumplimiento de las expectativas y necesidades de los consumidores.
<b>Productos sustitutos</b>	Los productos sustitutos que generan competencia son dos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dulces típicos de ferias.</li> <li>• Dulces no típicos comercializados en tiendas de consumo, mercados y supermercados.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

Las características de un producto comprenden atributos tanto físicos como intangibles, que en conjunto contribuyen a la comercialización, tal como lo demostró el Cuadro No. 26. Esas especificaciones adicionales de los dulces típicos artesanales son: la reputación de las productoras, la garantía que posee el cliente (cambio por caducidad), así como el empaque, la presentación, el color y el diseño, siendo estos últimos los que reflejan calidad, limpieza e higiene ante el cliente.

Es importante hacer notar que los dulces típicos han sido clasificados como bienes de especialidad, ya que éstos no satisfacen necesidades básicas de los consumidores, sino que están destinados a satisfacer ciertos gustos particulares de los clientes, que se encuentran entre una amplia gama de productos.

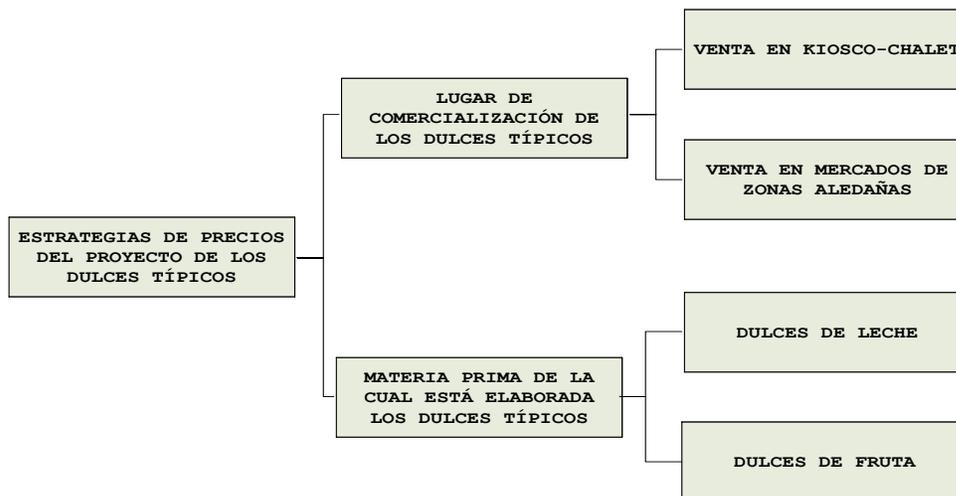
Tal como se mencionó en el cuadro anterior la marca de los dulces típicos se denomina "La Nahuizalqueña", cuyas dimensiones en centímetros son de: 3.6 de alto por 7.1 de ancho. (Ver Anexo No. 9)

#### **b. Estrategias de precios actuales**

El proyecto no cuenta con estrategias de precios definidas. Los precios de los productos obedecen principalmente a dos factores: el lugar en donde son comercializados y el componente principal a partir del que están elaborados (leche o fruta).

Se ha elaborado un esquema que engloba las estrategias de precios del proyecto y toma en cuenta los factores antes mencionados. (Ver Diagrama No. 4)

**Diagrama No. 4**  
**Estrategias de precios actuales**



Fuente: El Grupo

A continuación se detallan las estrategias de los precios:

1. Comercialización en Kioscos:

- El precio de los dulces de leche es \$0.50.
- El precio de los dulces de frutas es \$0.35.

2. Comercialización en mercados:

- El precio de los dulces de leche es \$0.35.
- El precio de los dulces de frutas es \$0.25.

**c. Características del mercado actual**

En las características del mercado se profundizará en lo concerniente a la oferta y demanda actual del proyecto de dulces típicos artesanales. El Cuadro No. 27 presenta ambos componentes.

**Cuadro No. 27**  
**Situación actual de oferta y demanda**

Oferta	Demanda
El proyecto no cuenta con un estudio previo de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar los competidores de productos sustitutos. Por lo tanto, no se da un análisis de oferta específico para el proyecto.	En similar situación que la oferta, la demanda actualmente no está cuantificada. Es decir no se tiene un dato de las ventas que se han pronosticado realizarse, que indique si vale la pena desarrollar los distintos mercados.

Fuente: El Grupo

Es indispensable aclarar que a pesar que esos datos estadísticos no se encuentran actualmente, se podrán estimar y calcular luego de conocer la situación actual y será hasta en el diseño de la propuesta en donde se pronosticará y se hará un estimado de ambas.

Sin embargo es importante señalar las características de las personas que consumen dulces típicos, ya que son muy variadas y están fundamentadas en la cultura y la forma de vida de cada una de las personas, así también influye la actividad económica a la que se dedican y los lugares que frecuentan; por lo tanto las principales características son las siguientes:

- Personas entre 5 y 50 años.
- Adultos de educación media.
- Niños con poca preparación académica.
- Residentes de los municipios de Nahuizalco y Sonsonate.
- Conocedores de la cultura de las artesanías de los municipios.

- Personas dedicados a diversas actividades económicas, tales como: agricultura, comercio, etc.
- Personas que frecuentan los mercados municipales de cada Municipio para la realización de diversas compras.

Hasta este punto de la investigación se ha analizado en la unidad de mercadeo: las características actuales del producto, las estrategias de precio y las características del mercado, por lo tanto, a continuación es necesario profundizar en las estrategias de distribución.

#### **d. Estrategias de distribución actuales**

El canal de distribución utilizando es directo, mediante la venta personal, puesto que los productos se encuentran a disposición de los cliente a través de kioscos-chalet o rutas de venta atendidas por las mujeres productoras, permitiéndoles cobertura en los mercados de Sonsonate, Santa Ana y Santa Tecla.

Cada una de los integrantes del grupo de mujeres decide cual es la mejor opción de venta de los diferentes productos; la decisión obedece estrictamente a la capacidad de inversión y a la demanda de los diferentes mercados. Es preciso señalar, que únicamente existe un acuerdo previo para no coincidir en el mismo sitio.

En términos de porcentajes es el 56% del grupo de mujeres, que vende los dulces en el Kiosco-Chalet, siendo el lugar de distribución que reporte mayor nivel de ventas.

Los mercados centrales de Sonsonate, Santa Ana y Santa Tecla constituyen el 34% del lugar de venta y el 10% restante, utiliza a los buses y mercados locales de Sonsonate para comercializarlos.

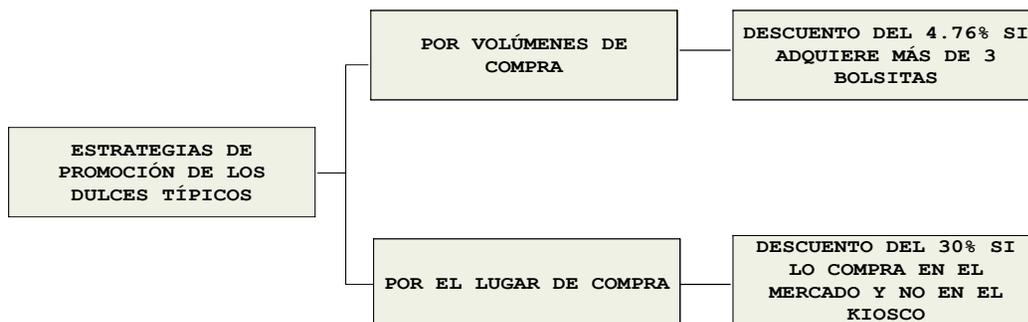
Sin embargo todas las formas constituyen un canal de distribución directa, ya que el producto pasa de la productora al cliente.

#### **e. Estrategias de promoción actuales**

Las productoras poseen estrategias de promoción a las cuales les falta profundidad y especialización. Esto obedece a que no están definidos aspectos tan determinantes como: el propósito de la promoción, mercado meta, publicidad, relaciones públicas y regulación de las actividades.

Es preciso señalar que se observó dos tipos de estrategias: una por volúmenes de compra y otra determinada por el lugar de comercialización. (Ver Diagrama No. 5)

**Diagrama No. 5**  
**Estrategias de promoción actual**



Fuente: El Grupo

La estrategia por volúmenes de compra consiste en efectuar un descuento del 4.76%, si el cliente adquiere tres o más bolsas de dulces de frutas, es decir, que el cliente adquiere tres bolsas por \$ 1.00 cuando su valor real es de \$ 1.05.

La estrategia de promoción determinada por el lugar de comercialización, consiste en vender los dulces en los mercados a un precio menor que el ofrecido en los kioscos; es decir que los dulces de leche cuyo valor en Kiosco es de \$0.50 se reduce a \$0.35; y los dulces de fruta con precio de \$0.35 disminuye a \$0.25, lo cual representa un descuento aproximado del 30% en ambos casos.

Todo lo anterior permite afirmar que el grupo de mujeres del proyecto, se encuentra conciente que a través de la venta un producto, posicionan una marca y crean una imagen representativa

de las costumbres y tradiciones de la zona, y que al estar identificadas con "La Nahuizalqueña", los consumidores pueden reconocer cualquier tipo de variación que sufra el producto y el proyecto.

Por lo tanto el proyecto necesita estrategias que contribuyan a posicionar los dulces típicos en nuevos mercados y fortalezcan los clientes actuales, ya que solo de esta forma se generarán las vías para ganar la confianza de un mayor número de consumidores, traduciéndose en beneficios para el proyecto y sus integrantes.

#### **4. Análisis de la Unidad Financiera**

Es preciso establecer los factores financieros más importantes y determinantes en el proyecto, ya que esto constituirá la base para la realización de la evaluación financiera que será planteada en el tercer capítulo de esta investigación.

La unidad financiera se ha estructurado especificando 3 aspectos fundamentales los cuales son: el financiamiento, las inversiones requeridas y la evaluación financiera del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos.

### **a. Financiamiento actual del proyecto**

El proyecto inicialmente fue financiado por la comunidad Italiana y se enmarcó como una prueba piloto que consistió en proporcionar capacitaciones en la elaboración de dulces típicos artesanales y brindar el capital semilla para la puesta en marcha del proyecto el cual fue de \$ 11.00 para cada integrante del grupo de mujeres además del equipo de planta productiva.

Dicho proyecto fue impulsado por ADEPROCCA y UNOPS, cuyo eje central era fortalecer la capacidad organizativa, productiva y comercial a través de la elaboración de dulces típicos artesanales.

A través de los años el proyecto se fue fortaleciendo financieramente, de tal forma, que hoy en día las mujeres trabajan con fondos propios y los ingresos percibidos en concepto de venta son destinados hacia la reinversión de nuevos lotes de producción y otro porcentaje de utilidad.

En el apartado "4C" de esta unidad se estiman los ingresos, para seguir financiando el proyecto con recursos propios, verificando al mismo tiempo las utilidades luego de restarle los costos y gastos en los que se incurren para realizar la producción y comercialización de los dulces típicos.

**b. Inversiones actuales**

El segundo factor en el análisis de la unidad financiera son las inversiones tanto en capital de trabajo como en activo fijo, las cuales por la naturaleza particular del proyecto varían en su estructura financiera con respecto a las establecidas para otros proyectos.

**i. Capital de trabajo actual.**

El capital de trabajo del proyecto lo constituye la inversión que realizan las productoras en sus activos de corto plazo, es decir, en efectivo, inventario (excepto cuentas por cobrar ya que ellas solo trabajan con clientes al contado); dichas inversiones se realizan para llevar a cabo las operaciones de producción, distribución y venta de los dulces típicos.

El efectivo necesario para producir y comercializar los diferentes dulces, proviene de recursos económicos de las productoras, puesto que actualmente asumen tanto los costos de producción, como los de comercialización. Éste es manejado por cada una de las productoras, utilizándolo para transformar la materia prima en producto terminado y llevarlo hasta el consumidor.

Los costos y gastos han sido estimados y presentados mediante un cuadro (Ver Cuadro No. 28), en donde se especifican 8 factores que influyen de la siguiente forma:

**Cuadro No. 28**  
**Elementos que afectan el Capital de Trabajo.**

No.	Elemento de Costo o Gasto que afectan el Capital de Trabajo	Condición
1	Materia Prima	Las mujeres deben tener como mínimo \$2.05 para fabricar un tipo de dulces, siendo el de tamarindo el de menor costo o poseer un promedio de \$ 4.85 para fabricar otro tipo con mayor costo.
2	Mano de Obra	La mano de obra no genera costo alguno, debido a que las mujeres no poseen un salario fijo mensual establecido.
3	Herramientas	Al igual que la mano de obra, las productoras ya cuentan con herramientas para realizar su trabajo y no genera un gasto de efectivo adicional.
4	Gas propano	La recarga para el tambo de gas tiene un costo de \$3.86, durando aproximadamente 5 días, los cuales varían dependiendo de los volúmenes de producción que se realicen.
5	Envoltorio y viñeta	El costo de la docena de viñetas es de \$0.24, mientras que el ciento de bolsas de polipropileno es de \$1.50, su gasto global dependerá de la cantidad de bolsitas de dulces a producir.
6	Transporte	El transporte (buses o pick-up), tiene un costo de \$0.35 valor al que incurren si desean desplazarse a comprar materia prima o vender el producto en los mercados.
7	Servicios Básicos	Este es un punto de doble sentido, ya que si bien es cierto que no tienen que pagar ningún tipo de servicio básico porque no lo poseen, ese hecho genera la disminución de la producción.
8	Otros	Siempre mantienen un pequeño porcentaje de dinero adicional, utilizándolo cuando existe aumento en la demanda de productos que les permita satisfacerla, el cual es 3% de la venta promedio.

Fuente: El Grupo

Es decir que para financiar el proyecto, las mujeres necesitan mantener en promedio \$ 307.00 mensuales en concepto de capital de trabajo, lo que les permite llevar a cabo la elaboración de 3500 dulces típicos (60% dulces de fruta y 40% dulces de leche); ya que ellas no cuentan con una fuente de financiamiento externa, debiendo encontrar un balance entre el adecuado nivel de inventario, que les permita realizar las ventas sin incurrir en costos por almacenamiento de inventario.

En este contexto el inventario tiene gran relevancia y es preciso describir que éste es relativamente pequeño, debido a que existe el riesgo que el producto caduque, ocasionándoles pérdidas de producto; así la producción de dulces es estimada según el nivel de ventas, proyectando un nivel adicional para mantenerlo en inventario.

El Cuadro No. 29 muestra el inventario promedio diario de los dulces de fruta y leche con sus respectivas presentaciones, esta cantidad puede variar entre un rango de 10%, ya sea porque se disminuye la producción por malas condiciones ambientales o días con poco volumen de ventas, y que se incremente por aumentos de la demanda principalmente los viernes y fines de semana.

**Cuadro No. 29**  
**Inventario promedio diario de los dulces de fruta y leche**

<b>Materia Prima</b>	<b>Variedad</b>	<b>Unidades en inventario</b>
Coco	Rayado	18
	Conserva Blanca	14
	Conserva Negra	12
Papaya	Rayado	14
Nance		16
Tamarindo		15
Leche	Canillitas	16
	Con pasas	0
	Con maní	14
	Burra	0
	Con Zapote	12
	Con Papaya	7
	Marañón	6
	Tartarita	2
Mazapán	0	
<b>TOTAL DE BOLSAS</b>		146

Fuente: El Grupo

Finalmente en la inversión del capital de trabajo, no existen cuentas por cobrar puesto que todas las ventas que se realizan son al contado.

## **ii. Inversiones fijas actuales**

Están conformadas por el conjunto de bienes fijos del proyecto y que no provienen de las transacciones normales que se realizan. Las inversiones fijas del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales fueron adquiridas en la primera etapa del proyecto.

Dentro de las inversiones fijas tangibles se encuentran:

- La maquinaria: Es la cocina industrial de dos quemadores.
- El equipo: Son los uniformes, las ollas, cucharas, moldes, rayadores y demás utensilios que se utilizan en la producción (todo esto para cada equipo de trabajo).
- El terreno: Pertenece a la líder del grupo, por lo tanto no tuvo que invertirse en la compra del terreno o realizar alguna construcción para iniciar las operaciones.

Dentro de las inversiones fijas intangibles se encuentran:

- La marca "La Nahuizalqueña" (en trámite de registro).

Consecutivamente se pasará a realizar la evaluación financiera del proyecto, como tercer factor en la unidad financiera.

### **c. Evaluación financiera actual del proyecto**

El proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales es rentable, porque la inversión que realizan las mujeres se recupera y obtienen un margen de utilidad, el cual es condicionado por diferentes factores.

Los factores que determinan si el porcentaje de ganancias aumenta o disminuye son los siguientes:

- Si el dulce es elaborado en base a frutas (por ejemplo el Tamarindo) y no necesita cocción, se reduce el tiempo y costo de producción, por lo que las utilidades percibidas son mayores versus los otros dulces que poseen un proceso productivo mas largo y su materia prima es más costosa. (Ver Anexo No. 10)
- Si el dulce es elaborado a partir de leche y ésta es no pasteurizada se reduce significativamente los costos de la materia prima, con respecto al uso de leche pasteurizada para su preparación.
- Si al momento de comercializar los dulces las mujeres recorren largas distancias (cuando acuden a los mercados de Santa Ana o Santa Tecla) se incrementan los gastos de transporte, en comparación si los productos fuesen vendidos en el Kiosco.

Para identificar el costo de producción que afecta las utilidades de las productoras, es preciso establecer los costos directos e indirectos de fabricación para la elaboración de los dulces típicos. Es importante aclarar que se ha tomado como costo de producción, la suma del costo directo y los costos indirectos de fabricación por cada producto.

En donde el costo directo lo constituye el valor de la materia prima directa, sin incluir la mano de obra de las productoras ya

que ellas no reciben un salario por la producción; mientras que el costo indirecto de producción lo representa la bolsa de polipropileno, la viñeta, el costo del tambo de gas propano, el transporte para desplazarse y el costo del molino en los casos de algunos dulces de frutas.

Luego de un análisis sobre la estructura de los costos indirectos de fabricación (CIF), se determinó que el CIF por unidad o bolsa producida es equivalente al 1.0% del costo total de la materia prima consumida para cada producto.

En este contexto es posible establecer las utilidades unitarias y totales, que resultan de restar el costo de producción a los ingresos percibidos en concepto de ventas, tanto para el Kiosco como para los mercados; para tal fin se diseñó un cuadro resumen en donde es posible visualizar todos estos valiosos datos (Ver Anexo No. 11). Haciendo referencia a los datos sobre cada variedad de dulces típicos producidos, determinando cuáles productos son rentables y cuáles originan márgenes de utilidad bajos.

Los datos a los que se tienen que poner mayor énfasis son los costos o utilidades promedios y los costos o utilidades máximos y mínimos, pudiéndose realizar las siguientes interpretaciones:

- Se produce 15 tipos de dulces típicos, 6 de los cuales son elaborados a base de fruta y 9 son a base de leche.
- El costo total de la materia prima, que es la síntesis del Anexo No. 11, se mantiene en un promedio de \$4.59 y entre un rango de \$2.05 y \$7.77 dólares.
- El promedio de bolsas de 2 onzas producidas son 29, produciendo como mínimo 19 y como máximo 50 bolsitas de cada variedad.
- En términos de costo total unitario, los dulces que requieren mayor inversión, son las tartaritas (\$0.30) y los de menor inversión son los de tamarindo (\$0.07), aunque en general el costo total unitario promedio de producir un dulce es de \$0.20
- El cuadro también muestra los precios de venta en el Kiosco y en el mercado, según su línea de productos (fruta y leche).
- Los dulces más rentables según la utilidad total por producto son el dulce de leche con maní (\$18.07 y \$10.57); mientras que los menos rentables siempre en un enfoque total son la papaya con leche (\$3.39 y \$0.19) y coco rayado (\$ 3.38 y \$0.98), con precios del kiosco y mercado respectivamente.
- Es importante aclarar que la variación de las utilidades en cada uno de los dulces típicos, depende de la eficiente utilización de la materia prima y la obtención de la mayor cantidad de bolsas de 2 oz. a partir de un determinado volumen de materia prima directa.

Luego de establecer la situación actual de la unidad financiera, se continuará a analizar la última unidad del proyecto y ésta es la ambiental.

### **5. Análisis de la Unidad Ambiental**

En esta última unidad de análisis del diagnóstico de la situación actual del proyecto, es preciso decir, que no existe una evaluación del impacto y efecto ambiental, ya que cuando éste surgió y hasta la fecha, no se ha utilizado ningún tipo de producto químico, que dañen o contaminen el medio ambiente o alguno de sus componentes.

Cabe mencionar que cuando se inicie la construcción de la planta productiva, se tomarán las medidas pertinentes y se tendrán que obtener todos los permisos que requieren el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) y la Alcaldía Municipal de Nahuizalco, para realizar la construcción de la nueva planta productiva bajo todos los parámetros ambientales establecidos.

Por lo tanto después de haber realizado el diagnóstico de la situación actual por unidades, es posible establecer un panorama de cómo se percibía y de cómo está visualizando ahora el proyecto, describiéndose los principales cambios a continuación:

- Las productoras tienen ahora la idea que su proyecto es un sistema integrado y deben verlo como tal.
- Las participantes están concientes que deben trabajar en conjunto para el cumplimiento de metas que permitan el crecimiento del proyecto.
- Las integrantes del proyecto se han dado cuenta que la forma de comercialización de dulces típicos, constituyen estrategias de ventas, precio, distribución y promoción.
- Poseen claras ideas de hacia dónde se dirigen y qué lograrán en el futuro.
- Están concientes que a pesar de los escasos recursos que poseen, participan en un proyecto con altas expectativas de crecimiento.
- Comprenden que la estandarización de una fórmula para cada uno de los dulces típicos que elaboran, les permitirá mejorar el proceso productivo y controlar los costos incurridos.
- Están conocedoras que la producción de los dulces típicos no provoca ningún tipo de daño o deterioro en el medio ambiente o alguno de sus componentes.

## **E. CONCLUSIONES**

Luego de plantear la situación actual del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, es posible concluir lo siguiente:

- El proyecto de dulces típicos artesanales se debe analizar y visualizar de acuerdo a las 5 diferentes, pero interrelacionadas unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental, ya que de esta forma se estará garantizando la eficiencia de las actividades ejecutadas por sus integrantes.
- Los procesos administrativos realizados en el proyecto son básicos, la coordinación y responsabilidad de todas las actividades lo realiza la líder del grupo, bajo la supervisión de ADEPROCCA; sin que esto se refleja en algún documento, lo que imposibilita tener parámetros para la toma de decisiones eficientes, la aplicación de controles en momentos específicos y la realización de medidas tanto preventivas como correctivas de una forma oportuna.
- Las limitantes en el tipo de sistema y maquinaria de producción, la carencia de servicios básicos y la ausencia de

un programa de producción, dificulta la elaboración de los diferentes tipos de dulces.

- Los productos cuentan con una marca en trámite de registro, su presentación es de 2 onzas; los precios varían de acuerdo al tipo de materia prima, volumen de compra y lugar de comercialización; el canal de distribución es directo mediante la venta personal y no se tienen definidas claramente estrategias de producto, precios, distribución y promoción.
- El grupo de mujeres opera con fondos propios, ellas asumen todos los costos relacionados a la producción y comercialización, los niveles de inventario obedecen a la caducidad de los productos, no se concede crédito en concepto de ventas, cuentan con inversiones fijas tanto tangibles como intangibles, la utilidad de los productos varía dependiendo del lugar en el que son vendidos y de la materia prima del cuál son elaborados, siendo éstos rentables porque se recupera la inversión, obteniéndose un margen de utilidad después de realizada las ventas.
- En el proceso de producción no se utiliza ningún tipo de químico u otro elemento que cause repercusiones, daños o contaminación al medio ambiente o alguno de sus componentes.

## **F. RECOMENDACIONES**

En lo referente a las recomendaciones ante la situación actual y en concordancia con las conclusiones del proyecto, se pueden establecer las siguientes:

- Se debe generar una fuerte dinámica de crecimiento en el proyecto de dulces típicos, mediante la aplicación de un Modelo de Sostenibilidad Participativo, en donde sus líderes propicien la cooperación entre sus integrantes y la reactivación de cada uno de los procesos administrativos, productivos, mercadológicos, financieros y ambientales.
- Es preciso involucrar a todas las integrantes del proyecto en aspectos relacionados a la coordinación, asignación de responsabilidades y control de actividades, que faciliten la toma de decisiones y fortalezca la capacidad administrativa de las productoras y comercializadoras, siempre con la asistencia de ADEPROCCA.
- Se debe continuar con el proyecto de construcción y equipamiento de una nueva planta productiva, para fortalecer e incrementar la capacidad de producción actual a través de un programa de producción acorde a los nuevos recursos.

- Se necesita finalizar los trámites de registro de la marca "La Nahuizalqueña", obtener el registro Sanitario y el Código de Barra, al mismo tiempo diseñar claramente estrategias de producto, precios, distribución y promoción, que permitan una adecuada comercialización de la diversidad de dulces típicos.
- Es imprescindible realizar un estudio de cuáles serían las posibles fuentes de financiamiento, para construir la nueva planta productiva y equiparla con su respectiva maquinaria, así mismo realizar una adecuada evaluación financiera, que refleje claramente el monto de inversión incurrido y los márgenes de rentabilidad percibidos, luego de la puesta en marcha del proyecto.
- Se considera fundamental obtener la certificación que otorga el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales, luego de la evaluación de los posibles impactos y los efectos ocasionados al medio ambiente y/o sus componentes como producto de la construcción de la nueva planta de producción para garantizar la conservación de los recursos naturales.

### **CAPÍTULO III**

#### **PROPUESTA DEL MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO PARA EL PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES TÍPICOS ARTESANALES DE LA COLONIA ITALIANA, MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE**

##### **A. IMPORTANCIA**

La importancia de la propuesta del Modelo de Sostenibilidad Participativo, reside en proveerle soporte técnico al proyecto de producción y comercialización de dulces típicos, en las unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental; que contribuya al desarrollo tanto a nivel económico como social de la comunidad involucrada.

La propuesta del modelo generará nuevas vías y estrategias que permita a las productoras, la comercialización de los dulces típicos artesanales, en los mercados de Juayúa, Nahuizalco y Sonsonate.

Se proyecta participar en ferias, fiestas patronales de la región y en los puestos de artesanía de Nahuizalco, siendo beneficiadas las personas de la comunidad ya que se les brindará nuevas estrategias para la actividad productiva actual.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. General**

Diseñar la propuesta del Modelo de Sostenibilidad Participativo para un grupo de mujeres indígenas productoras y comercializadoras de dulces típicos artesanales de la colonia Italiana, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

### **2. Específicos**

- Plantear diferentes alternativas de solución administrativas para las principales deficiencias encontradas en las unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental, para contribuir al dinamismo del proyecto.
- Formular un proceso productivo que permita el óptimo aprovechamiento de los recursos, controlar los costos de producción y los posibles impactos en el medio ambiente.
- Diseñar estrategias de comercialización que le permitan a las productoras, incrementar el nivel de ventas y los ingresos percibidos en concepto de ellas.
- Presentar los pasos y los montos de inversión para la construcción de una nueva planta industrial, que permita a las participantes del proyecto, incrementar los niveles de producción y cumplir con los estándares de calidad exigidos por las instituciones reguladoras en el país.

## **C. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO**

El Modelo está enfocado a garantizar la sostenibilidad del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, mediante la coordinación e integración de actividades en las unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental. (Ver Anexo No. 12)

La propuesta contribuye al desarrollo y fortalecimiento de las capacidades de asociación cooperativa-empresarial de las mujeres del proyecto, a través del desarrollo tanto de procesos productivos como comercialización estratégica, en lo referente a la calidad de productos, la disminución de costos y el incremento en el nivel de ingresos por las ventas realizadas.

Por todo lo anterior es preciso definir la esencia del Modelo de Sostenibilidad Participativo y determinar en qué consiste, cuáles son sus características, los alcances de la propuesta, la ubicación geográfica y los agentes intervinientes, estableciéndose en los 5 apartados siguientes.

### **1. Definición**

El Modelo de Sostenibilidad Participativo consiste en el establecimiento de guías, procesos, procedimientos, actividades

y lineamientos, aplicables a las unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental; en donde las actividades de cada área, sirven como insumo para las demás y de forma integrada, contribuyen a la elaboración del producto final con la optimización de los recursos.

El modelo planteado para el grupo de mujeres indígenas es sostenible, en la medida en que el ingreso por la venta de los dulces típicos, permanece superior a los costos incurridos y además, existen recursos para las inversiones de mantenimiento y posibles oportunidades de desarrollo.

En este contexto la definición del modelo permite identificar de una forma general, el aporte que éste tendrá para cada una de las productoras, cuyos efectos se verán reflejados en el nivel de vida de ellas y sus familias.

## **2. Características**

En lo referente a las características del Modelo de Sostenibilidad Participativo, se pueden mencionar las más representativas y que describen de una forma sencilla pero precisa las particularidades del modelo:

- **Integral:** Consta de 5 unidades fundamentales las cuales proporcionan dinamismo a las actividades realizadas.

- **Sostenible:** Es la capacidad de satisfacer necesidades propias de las participantes del proyecto, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras.
- **Participativo:** Diseñado de tal forma que todas las personas, organismos e instituciones involucradas, interactúen aportando sus conocimientos y experiencias para generar un verdadero sentido de identidad, indispensable para alcanzar las metas.
- **Funcional:** Su aplicación a cada una de las unidades es práctica y fácil de adaptar a las actividades actuales de producción y comercialización del proyecto.
- **Útil:** Los procesos y procedimientos que brinda el modelo proporcionan una guía para que éstos sean más eficientes.
- **Viable:** Puede llevarse a cabo, debido a que existe interés por parte de los participantes de hacer crecer el proyecto y además se cuenta con la oportunidad de obtener financiamiento gracias a los aportes de la comunidad internacional.

### **3. Alcances**

Con el propósito de garantizar la continuidad del proyecto y desarrollar mecanismos que mejoren el nivel de vida de las involucradas y sus familias, se enfatiza en los factores social, económico y ambiental.

- **Factor Social:** En el proyecto se propone que sus miembros participen activa y equitativamente, para lo cual se elaborarán manuales y reglamentos básicos que le permitan producir y comercializar eficientemente cada uno de los productos.

Esto implica que se deben realizar capacitaciones con el fin que las mujeres involucradas cuenten con conocimientos técnicos y empresariales, permitiéndoles elaborar productos de calidad de acuerdo a las necesidades y demandas de los consumidores.

- **Factor Económico:** Para lograr los objetivos del proyecto se diseña una estrategia de aprovechamiento de recursos financieros brindados por la cooperación internacional.

Esto garantiza la estabilidad económica para el proyecto, en donde las participantes comercialicen los dulces típicos, recuperando el monto de la inversión más un margen de utilidad.

- **Factor Ambiental:** Sobre la base de mantener un medio ambiente en equilibrio, se han tomado medidas que contribuyan a la

conservación de los recursos naturales mediante su uso y manejo racional.

#### **4. Ubicación geográfica del proyecto**

La aplicación del Modelo de Sostenibilidad Participativo se llevará a cabo en el proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, el cual se encuentra ubicado en la colonia Italiana, cantón Sabana Grande, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate. (Ver Anexo No. 13)

#### **5. Organismos intervinientes en el proyecto**

En el proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales intervienen diversos organismos e instituciones, los cuales harán posible que la propuesta del Modelo de Sostenibilidad Participativo se lleve a cabo de una manera exitosa.

El nivel de participación de cada uno de ellos es variable, a continuación se detalla de una forma general su papel en el proyecto. (Ver Cuadro No. 30)

**Cuadro No. 30**  
**Organismos intervinientes en el proyecto**

No.	Organismo / Institución	Rol
1	Asociación para el Desarrollo Empresarial de Productores y Comercializadores Centroamericanos (ADEPROCCA)	Es la institución gestora y ejecutora del proyecto, poseen un cronograma de trabajo y tienen fuerte compromiso social con las personas de la colonia Italiana.
2	Alcaldía Municipal de Nahuizalco	Brindará el apoyo para legalizar la situación del terreno en el que se planea construir la planta productiva, al mismo tiempo proporciona soporte a las gestiones para convertir al grupo de asociación de desarrollo comunal, en una asociación de carácter cooperativo o de pequeñas productoras.
3	Embajada de la República de Italia	Es el organismo que proporciona los recursos económicos para la construcción y equipamiento de la nueva planta productiva, permitiéndoles a las participantes fortalecer la iniciativa actual de crecimiento en el proyecto.
4	Secretaría Técnica del Financiamiento Externo (SETEFE)	Es la institución que canalizará los recursos brindados por la comunidad Italiana hacia ADEPROCCA.
5	Centro Nacional de Registro (CNR)	Es la institución que proporciona el aval de la propiedad material del terreno para la asociación cooperativa y la marca de los productos del proyecto.
6	Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	Otorga los permisos que autorizan al proyecto de producción y comercialización de dulces típicos la construcción de las nuevas instalaciones, certificando que cumplan con los estándares pertinentes.
7	Compañía de Luz Eléctrica de Santa Ana (CLESA)	Será la encargada de suministrar energía eléctrica a las instalaciones de la nueva planta productiva.
8	Asociación los 6 Diamantes	Proporcionará las conexiones de agua potable para la planta productiva.

Fuente: El Grupo

Luego de haber detallado toda la información general del Modelo de Sostenibilidad Participativo, es necesario visualizar la estructura en cada una de las áreas de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental.

## **D. ESTRUCTURA DEL MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO**

La estructura del Modelo de Sostenibilidad Participativo está dividida en 5 unidades, estas son: administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental, tal como se presenta a continuación:

### **1. Unidad de Administración Propuesta**

El primer componente del Modelo de Sostenibilidad Participativo lo constituye la Unidad Administrativa, en la que a partir del diagnóstico de la situación actual, se propondrán aspectos administrativos que garanticen la sostenibilidad y participación de las integrantes del proyecto.

La unidad administrativa se encuentra conformada por 4 aspectos el primero de ellos es el Análisis FODA el cual constituye el pilar para el establecimientos de la misión, visión y objetivos de la propuesta.

El segundo aspecto lo conforma la Matriz FODA, la cual permite el establecimiento de las estrategias, el tercer aspecto se refiere a la organización administrativa propuesta para el proyecto y finalmente se diseñan los Manuales de Descripción de Puestos de los principales cargos involucrados en el proyecto.

### **a. Análisis FODA**

El análisis del ambiente interno y externo realizado en el diagnóstico de la situación actual constituye el pilar para proponer la misión, visión y objetivos del proyecto concerniente a la comercialización y producción de dulces típicos artesanales.

#### **i. Misión propuesta**

“Producir y comercializar dulces típicos artesanales que satisfagan los gustos y preferencias de nuestros clientes, elaborando productos tradicionales con calidad, representativos de las costumbres de El Salvador”.

#### **ii. Visión propuesta**

“Ser un grupo de mujeres promotoras de la sostenibilidad en la comunidad, a través de la producción y comercialización de una amplia gama de dulces típicos artesanales, acordes a las expectativas de los clientes actuales y potenciales”.

#### **iii. Objetivos propuestos**

- Constituir una asociación cooperativa de pequeñas productoras de dulces típicos, que permita el bienestar de nuestras familias y la comunidad.

- Obtener un alto nivel de ingresos que proporcione la seguridad económica, para continuar con la producción y comercialización de dulces típicos.
- Ser un modelo de crecimiento y desarrollo social, para otros grupos en condiciones similares a las nuestras, que contribuya a la generación de una cultura de creación de asociaciones cooperativas en los sectores rurales del país.

#### **b. Matriz FODA propuesta**

El análisis de la situación actual permitió diseñar estrategias en las unidades de administración, producción, mercadeo, finanzas y ambiental, formulándose cuatro tipos:

- Ofensivas: Resultaron del cruce entre las fortalezas y oportunidades.
- Defensivas: Surgieron del cruce de fortalezas y amenazas.
- Adaptativas: Resultaron del cruce de debilidades y oportunidades.
- De supervivencia: Surgieron del cruce entre debilidades y amenazas.

En los Cuadro No. 31 y 32 se presentan el conjunto de estrategias para el proyecto.

**Cuadro No. 31**  
**Estrategias Ofensivas y Defensivas**

	<b>ESTRATEGIAS OFENSIVAS</b>	<b>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con el apoyo de ADEPROCCA, UNOPS y PNUD, las mujeres deben continuar con los procesos de capacitación y de esa forma incrementar su motivación, lo que proporcionará continuidad y crecimiento al proyecto.</li> <li>• Las mujeres deben formar parte en la búsqueda de mejores condiciones para su lugar de trabajo y la Guardería, lo que les brindará beneficios a corto plazo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer una coordinación activa entre la Junta Directiva de la comunidad y la Alcaldía Municipal de Nahuizalco para fortalecer la iniciativa del grupo de mujeres.</li> <li>• La motivación de las mujeres permitirá analizar y aprovechar los cambios en el entorno.</li> </ul>
<b>PRODUCCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modificar o realizarle variaciones a las recetas para crear nuevos productos y modificar los existentes.</li> <li>• Continuar con el proceso de construcción de la fábrica lo que les producirá mejores condiciones tanto a los procesos productivos como a la calidad de los productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar las condiciones climáticas para decidir cuales son los productos que se adapten a dichas condiciones.</li> <li>• Adaptar nuevas técnicas a los procesos productivos lo que propiciará incrementos en niveles de producción y la reducción de costos.</li> </ul>
<b>MERCADEO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar la comercialización mediante la obtención del registro sanitario y el código de barras.</li> <li>• Aumentar la publicidad de los dulces a través de la creación de rótulos o carteles.</li> <li>• Diseñar un eslogan para posicionar los productos en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estandarizar los precios de venta y fijar en los clientes la calidad de los productos de tal forma que estén dispuestos a pagar por ellos.</li> <li>• Obtener los registros sanitarios y el código de barras para afrontar la competencia.</li> </ul>
<b>FINANZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar los márgenes de utilidad a través del incremento de las ventas y la estandarización de precios y costos de producción.</li> <li>• Disminuir los costos de producción a través de la adquisición de volúmenes significativos de materia prima y materiales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producir dulces típicos con la fruta de temporada para que sus utilidades no se vean afectadas por el incremento en los precios de la materia prima.</li> <li>• Solicitar asesorías y capacitaciones sobre la forma de inversión y operación en la nueva planta productiva.</li> </ul>
<b>AMBIENTAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar con la producción de los diferentes dulces típicos a través de procesos que no dañan o deterioren el medio ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar métodos que permitan a los productos tener una mayor vida útil y las condiciones climáticas.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

**Cuadro No. 32**  
**Estrategias Adaptativas y de Supervivencia**

	<b>ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS O DE RETROALIMENTACIÓN</b>	<b>ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar el apoyo de los diferentes organismos involucrados para solventar el nivel educativo de las mujeres a través de constantes capacitaciones.</li> <li>• Continuar con el programa de guardería puesto que les permite disponer de tiempo para la realización de las actividades del proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajar de forma planificada y coordinada para poder aprovechar oportunidades de expansión.</li> <li>• Lograr una coordinación entre la Junta Directiva de la comunidad y la Alcaldía Municipal de Nahuizalco, de manera que puedan solventarse deficiencias de los servicios básicos.</li> </ul>
<b>PRODUCCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar un ambiente de integración para apoyar las gestiones del proyecto concernientes a la planta productiva.</li> <li>• Crear condiciones de higiene y seguridad industrial acordes a la nueva planta productiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer condiciones adecuadas de higiene y seguridad industrial para contrarrestar en los procesos productivos los cambios drásticos de temperatura.</li> <li>• Realizar acuerdos con proveedores de materia prima para adquirirlas a precios inferiores y disminuir los costos de producción.</li> </ul>
<b>MERCADEO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener el código de barras y establecer contactos con distribuidores que permitan comercializar los productos.</li> <li>• Realizar actividades de propaganda a través de carteles, afiches y "banners"; con el fin de incrementar la publicidad de los productos y dar a conocer los puntos de venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer nuevas estrategias de promoción que contrarresten la posible pérdida de clientes por no contar con un precio estándar de venta para los diferentes tipos de productos.</li> <li>• Implementar estándares de calidad para la obtención del registro sanitario y lograr de esta forma acceso a distribuidores como los supermercados.</li> </ul>
<b>FINANZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar las utilidades mediante la disminución de los costos unitarios y acuerdos con los proveedores.</li> <li>• Registrar los ingresos y egresos producto de la fabricación y comercialización de los productos de manera que constituya un fundamento para fines financieros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer acuerdos con los proveedores de manera que el incremento en el costo de las materias primas e insumos no afecte drásticamente los costos de producción y el precio de venta.</li> <li>• Mantener un porcentaje de utilidad unitaria para cada tipo de dulces típicos.</li> </ul>
<b>AMBIENTAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar la ubicación geográfica del proyecto para obtención de materia prima y la creación de nuevos tipos de productos resistentes a los cambios climáticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar la comercialización de los productos en los kioscos de forma tal que la venta no se perjudique por las condiciones climáticas imperantes en la zona.</li> </ul>

Fuente: El Grupo

### c. Organización del grupo propuesto

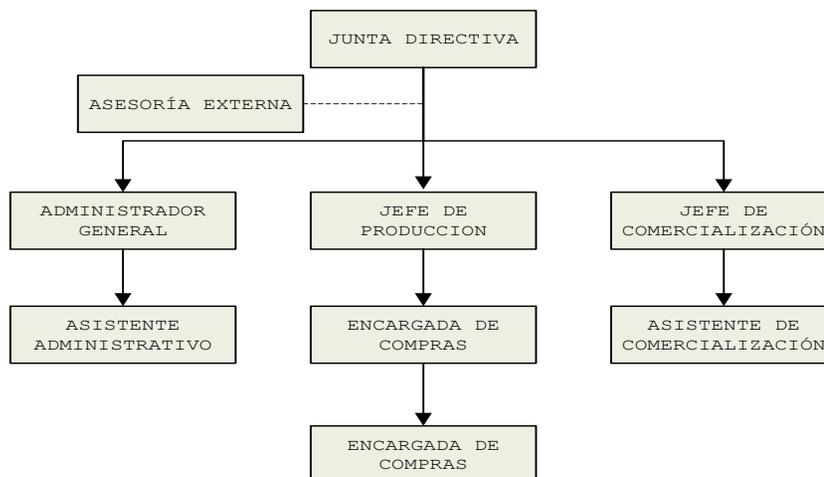
La estructura organizacional propuesta para el proyecto dentro del Modelo de Sostenibilidad Participativo se detalla en el Cuadro No. 33 y Diagrama No. 6.

**Cuadro No. 33**  
**Propuesta de Organización del grupo**

No.	Área del proyecto	Nombre del Puesto
1	Administración General y Asesoría Externa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrador General</li> <li>• Asesor Externo del Proyecto</li> <li>• Asistente Administrativo</li> </ul>
2	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de Producción</li> <li>• Encargada de Compras</li> <li>• Productora (Operaria)</li> </ul>
3	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de Comercialización</li> <li>• Asistente de Comercialización</li> </ul>

Fuente: El Grupo

**Diagrama No. 6**  
**Propuesta de Organigrama General del proyecto**



Fuente: El Grupo

Con el objeto de mantener el orden y clima organizacional, se han diseñado las normas detalladas a continuación:

- Las integrantes deben seguir instrucciones del Administrador General o respectivo Jefe de Unidad.
- Las productoras tienen el compromiso de respetar el horario de trabajo previamente establecido y el cronograma de producción.
- Las participantes del proyecto deben hacer uso del equipo de higiene y seguridad industrial.
- Personas ajenas al proyecto no puede interferir en la jornada laboral de las productoras.
- Es obligación de las productoras informar al Administrador General, en caso de no poder presentarse a elaborar dulces; justificando la causa del retraso o ausencia.
- Cada una de las productoras es responsable de guardar y cuidar los materiales y el equipo de la planta productiva.

#### **d. Manual de Descripción de Puestos propuesto**

Para que las integrantes del proyecto lleven a cabo sus actividades y trabajen de una forma eficiente se han diseñado Manuales de Descripción de Puestos, en donde se especifican las principales funciones acordes al cargo desempeñado en el proyecto. (Ver Anexo No. 14)

Finalizada la unidad administrativa se procederá a detallar la unidad de producción, la cual constituye el segundo componente del Modelo de Sostenibilidad Participativo.

## **2. Unidad de Producción propuesta**

Un área rural puede llegar a transformarse en un lugar que sea caracterizado por la actividad productiva de las personas que en ella habitan, un ejemplo específico de ello es el proyecto de producción y comercialización de dulces típicos La Nahuizalqueña.

Por lo tanto, la unidad de producción del Modelo de Sostenibilidad Participativo proporciona 8 factores determinantes para contar con una infraestructura, un sistema y diversos procesos que en conjunto permitan la transformación de la materia prima en un producto terminado.

Dichos factores se detallan a continuación: Ubicación de la planta, capacidad instalada, sistema de producción, requerimientos de producción, identificación de los mercados de abastecimiento, descripción del proceso productivo, distribución en planta y el programa de producción.

### a. Ubicación de la planta propuesta

La planta productiva se encuentra ubicada en la colonia Italiana, en el cantón Sabana Grande del municipio de Nahuizalco, en el departamento de Sonsonate. (Ver Anexo No. 13)

### b. Capacidad instalada propuesta

Según los estudios realizados en productos similares a los dulces típicos y la experiencia de las participantes del proyecto, se logró establecer los siguientes niveles de capacidad mínima, real y máxima, que lograría la nueva planta productiva, tomando en consideración las siguientes condiciones:

- Tiempo productivo por día: Desde 3 hasta 12 horas.
- No. total de productoras destinadas a fabricar dulces: 22
- No. total de maquinaria y equipo: 2 cocinas industriales, 1 molino, 4 ollas y 1 balanza.

**Cuadro No. 34**  
**Capacidad Instalada de la nueva planta productiva**

No. bolsas de 2 Onzas	Elementos necesarios en la elaboración de dulces típicos							
	Personas			Maquinaria y equipo				
	Productora	Auxiliar	Total	Cocina	Molino	Olla	Balanza	Total
44	1		1			1	1	2
176	4	4	8	2	1	4	1	8
352	11	11	22	2	1	4	1	8

Fuente: El Grupo

La capacidad mínima es de 44 bolsas, es decir la fabricación de dulces de tamarindo, ya que no lleva cocimiento y solo interviene una persona para realizar el proceso.

La capacidad real está dada por 176 bolsas de fruta o leche, interviniendo 8 personas (4 productoras y 4 auxiliares) y 8 máquinas o equipo, en un período de tiempo de 8 horas. El número de producciones al mes será de 28 veces, dando como resultado un promedio de 4,900 unidades mensuales.

La capacidad máxima lo representa la participación de todas las productoras y de toda la maquinaria, alcanzando una producción de 352 bolsas de 2 onzas.

### **c. Sistema de producción propuesto**

Se considera que el sistema de producción para la nueva planta productiva continuará siendo por Procesos, porque obedece al criterio en donde cada lote de productos sigue un proceso específico acordes al tipo de dulce elaborado.

También se clasifica como intermitente, ya que se elaboran una gran variedad de productos, en donde los volúmenes de venta y consecuentemente los lotes de producción son pequeños en relación a la producción total.

#### **d. Requerimientos de producción propuestos**

Los requerimientos de producción lo conforman el equipamiento de mano de obra, maquinaria y materia prima, a continuación se presentan tres apartados en los cuales se detallan estos aspectos:

##### **i. Mano de Obra propuesta**

La mano de obra del proyecto para la nueva planta productiva lo conforma las participantes actuales del proyecto de producción y comercialización, las cuales al mismo tiempo integran la comunidad de la Colonia Italiana.

Son 22 mujeres organizadas en grupos de dos o tres personas, las cuales constituyen la mano de obra del proyecto y llevarán a cabo la producción de dulces en la nueva planta productiva.

##### **ii. Maquinaria y Equipo propuesto**

El equipamiento de maquinaria comprende todos aquellos utensilios o herramientas necesarias para la producción de los dulces típicos artesanales, entre ellos se encuentran las cocinas, bandejas y otros instrumentos.

Deberá también instalarse al menos dos fregaderos internos para la limpieza de los productos o materias primas, instalándose los

suficientes contenedores para la disposición final de los desechos de todo tipo.

En este literal también se considera la instalación de ventiladores o extractores de aire, necesarios en las instalaciones para reducir las temperaturas y el exceso de humo al interior de la planta. Toda la maquinaria y mobiliario de la instalación de la planta productiva se observa en el Cuadro No. 35.

**Cuadro No. 35**  
**Maquinaria y equipo de la nueva planta productiva**

N°	Descripción	Cantidad	Especificaciones
1	Molino de Nixtamal	1	De una trova, tipo canguro M.E. Baldor L 1408T 3HP 1725RPM
2	Congelador horizontal mediano	1	Con capacidad de 15 pies cúbicos marca General Electric.
3	Selladora de plástico	1	Con capacidad para sellar empaque de polipropileno.
4	Bascula	1	Colgante con capacidad para 20 Lb.
5	Mesas de trabajo	2	De madera con formica de 2x1x0,95 mts. de 4 peldaños c/u.
6	Cocinas de dos quemadores	2	Elaboradas en acero inoxidable de 1.5x 0.95 mts.
7	Cilindros de gas	2	Con capacidad de 100 lb.
8	Estante de madera	1	Con dimensiones de 2 mts. de alto por 1.5 mts de ancho y 50 cm. de profundidad
9	Escritorios	2	De madera tipo secretarial con medidas de 1.25 x 0.80 mts.
10	Sillas	4	Tipo secretarial
11	Archivo	1	Metálico de 4 gavetas
12	Ventiladores	4	Con capacidad de extracción de aire
<b>TOTAL</b>		<b>22</b>	

Fuente: El Grupo

### iii. Materia prima propuesta

Toda la materia prima y materiales para producir los dulces típicos son de proveedores locales, específicamente de los mercados de Sonsonate y Nahuizalco, estos lugares proporcionan precios sumamente accesibles, sin embargo existen otros sitios de compra. (Ver Cuadro No. 36)

**Cuadro No. 36**  
**Materia Prima y Materiales para la nueva planta productiva**

No.	Materia Prima/ Materiales	Unidad de medida				Marca	Proveedor		
		Ml.	Gr.	Lb.	Otro		Super-mercado	Mercado	Tienda
1	Azúcar			X		Molsa			
2	Canela				X	Badia			
3	Dulce de Atado				X				
4	Envoltorio				X				
5	Harina			X		Molsa			
6	Huevo				X	El Granjero			
7	Leche	X				Salud			
8	Maizena		X			La Milpa			
9	Margarina		X			Mirasol			
10	Vainilla	X				Castilla			
11	Variedad de Fruta			X	X				
12	Viñetas				X				

Fuente: El Grupo

### e. Mercados de abastecimiento propuestos

Tal como se estableció con anterioridad, el proyecto y la próxima planta productiva, se encuentra ubicada en el cantón Sabana Grande, municipio de Nahuizalco, departamento de

Sonsonate; dicha zona es un lugar estratégico para la obtención de materia prima a bajo costo, ya que está rodeada de lugares con gran diversidad de árboles frutales y mercados en donde se puede obtener productos.

Por lo tanto, los mercados de abastecimientos del proyecto serán los mercados municipales de Sonsonate y Nahuizalco, así como las tiendas aledañas a la comunidad Italiana.

La dificultad más representativa es transportar la materia prima e insumos, desde los lugares de compra hasta la planta productiva; puesto que desde la carretera hasta la ubicación del proyecto existen aproximadamente 3 Km. de terreno rústico y con difícil acceso a vehículos que no posean un sistema de doble tracción.

#### **f. Proceso de producción propuesto**

El proceso de producción es clasificado como semi-artesanal, ya que la nueva planta productiva será equipada con maquinaria que facilitará el proceso productivo.

En lo concerniente a la descripción del proceso productivo se elaboró un diagrama de procesos, que refleja cada una de las actividades que se realizan, de igual manera muestra la

distancia en metros y el tiempo en horas que han de incurrir las productoras para la elaboración de los diferentes productos (Ver Anexo 15). Es preciso aclarar que se estableció un proceso generalizado el cual incluye todas las actividades necesarias para la elaboración de todos los tipos de dulce (leche y fruta).

El proceso productivo consta 20 actividades distribuidas de la siguiente forma: 10 operaciones, 8 transportes y 2 inspecciones. Tanto la distancia incurrida como el tiempo invertido son de 13.00 metros y 5:33 horas respectivamente.

#### **g. Distribución en planta propuesta**

El proyecto de producción y comercialización de dulces típicos dispondrá de una nueva planta productiva, la cual proporcionará condiciones idóneas para la fabricación de los diferentes productos.

Es preciso señalar que la comunidad será beneficiada con la construcción de tres módulos, dos módulos serán destinados para otros propósitos (servicios sanitarios y guardería) y el módulo restante se empleará para la planta productiva.

La distribución en la planta productiva respetará las disposiciones estipuladas por ADEPROCCA, en lo concerniente a

las dimensiones totales y áreas pertinentes, sin embargo se realizaron las modificaciones que permitirán optimizar el espacio y facilitar las actividades acordes al proceso productivo.

La planta productiva dispondrá de un área total de 90 m<sup>2</sup> distribuida de la siguiente forma: administración y ventas (19.25 m<sup>2</sup>), bodega (13.75 m<sup>2</sup>) y producción (57 m<sup>2</sup>); contará con dos accesos y seis ventanas para la iluminación y ventilación, también se consideró el hecho de permitir la movilidad entre las diferentes áreas. (Ver Anexo No. 16)

#### **h. Programa de producción propuesto**

Para la implementación de la nueva planta productiva, se cuenta con una mayor cantidad de maquinaria y equipo en comparación con las condiciones actuales, lo que permite incrementar la capacidad instalada existente.

También influye el hecho de contar con los servicios básicos (agua potable, luz eléctrica y teléfono) esto tornará más eficientes las condiciones de producción, por lo tanto, el producto terminado se obtiene en menor cantidad de tiempo y se dispone de mayor cantidad de productos en inventario.

Tomando en cuenta la capacidad instalada real en la nueva planta productiva la cual es de 176 unidades diarias y estimando que se producirán 4900 unidades al mes, será necesario trabajar 28 días al mes, obteniendo como resultado una programación promedio semanal de 1225 bolsas de 2 onzas, de las cuales el 60% serán dulces de fruta y el restante 40% de leche. (Ver Anexo No.17)

### **3. Unidad de Mercadeo propuesta**

Dentro del Modelo de Sostenibilidad Participativo la unidad de mercadeo es fundamental, porque garantiza la eficiencia de los recursos en los ámbitos del producto, precio, distribución y promoción.

#### **a. Características del producto propuestas**

Los dulces típicos elaborados por las productoras y comercializadoras de "La Nahuizalqueña", deben poseer todas las características que las identifiquen como mujeres emprendedoras que elaboran sus productos con calidad y de forma artesanal. Bajo este contexto es preciso señalar las nuevas especificaciones o modificaciones que deben poseer los dulces, estas son:

- La garantía para los clientes debe ser por caducidad previa a su vida útil (15 días) o por defectos en su elaboración (tamaño, peso, color, consistencia, etc.).

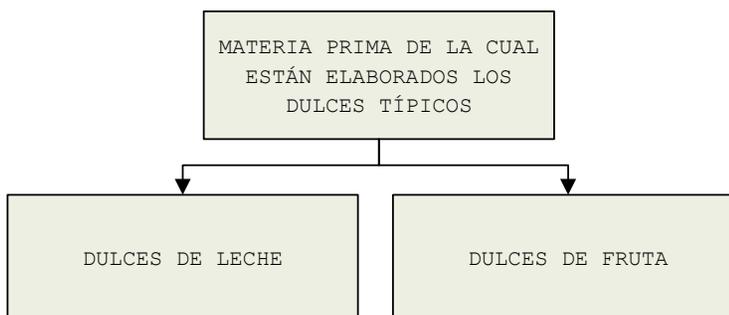
- La presentación, empaque, color y diseño se mantendrán acordes a la tradición de cada dulce, su tamaño y peso se adecuarán a las necesidades de los clientes.
- La calidad del producto debe unificarse en cuanto a materia prima e insumos, de acuerdo a la receta de cada dulce típico.
- La viñeta debe contener la marca y el logo actual, pero deberá incluir el siguiente slogan: "Endulza tu paladar". También poseerá el código de barras y registro sanitario cuando estos sean obtenidos.

Con todo lo anterior puede afirmarse que las características de los dulces típicos son más que simples atributos físicos y constituyen la carta de presentación ante los clientes, los cuales perciben un bien de especialidad elaborado de forma semi-artesanal.

#### **b. Estrategia de precio propuesta**

Es preciso en este punto establecer la estrategia de precios que servirá para la adecuada comercialización de los dulces típicos, ésta estrategia se basa en el componente principal a partir del cual son elaborados, por lo que los precios deben ser estandarizados.

**Diagrama No. 7**  
**Estrategias de precios propuestas**



Fuente: El Grupo

El Diagrama No. 7 presenta la estrategia de precio de forma estandarizada; es decir, que el precio ya no dependerá del lugar donde son comercializados los dulces típicos si no de la materia prima.

La nueva estrategia de precios minimizará las variaciones en las utilidades y evitará la diferencia de \$0.10 y \$0.15 en el precio de venta de los dulces, el cual dependía del lugar en el cual realizaba la venta. De igual manera se disminuirá el riesgo de pérdida de clientes debido a las variaciones de precios.

### **c. Características del mercado propuesto**

El entorno del mercado del proyecto está fundamentado en la oferta y la demanda de los productos, así como en las características del mercado consumidor.

Al hablar de la oferta y demanda de los dulces típicos, se determinó mediante estimaciones diarias durante cuatro semanas, que las productoras y comercializadoras ofrecen en promedio 7 diferentes tipos de dulces con un promedio de 146 unidades diarias.

El Modelo de Sostenibilidad Participativo pretende incrementar la demanda de los productos en un 40% el primer año de producción en la nueva planta y un 15% en los siguientes cuatro años, esto se logrará a través del incremento de la capacidad instalada para cubrir el mercado consumidor y adecuar los productos basándose en las preferencias de los clientes.

#### **d. Estrategias de distribución propuestas**

En este punto es necesario aclarar que la sostenibilidad depende también de otros factores, tales como: la continua calidad de los productos, la red de proveedores, y los servicios de transporte para compras y comercialización.

Es claro que el proyecto por tratarse de una asociación cooperativa en desarrollo, no posee los suficientes recursos para interactuar con cada uno de estos elementos, sin embargo pueden aprovecharse los recursos de la siguiente forma:

- Aprovechar la asociatividad que existe entre la Red de Mujeres Emprendedoras de Sonsonate para que el producto pueda distribuirse eficientemente.
- A través del Registro Sanitario el producto contará con el aval para ser comercializado en diferentes establecimientos y establecer una red de distribución.
- Por medio del Código de Barras los dulces típicos podrán ser comercializados en supermercados y distribuidores independientes, permitiéndole una mayor cobertura de mercado.

Las estrategias actuales de distribución se seguirán desarrollando y mejorando a través de una organización y calendarización de los lugares de comercialización y delegación de responsabilidades.

#### **e. Estrategias de promoción propuestas**

La promoción de los productos es fundamental para el proyecto y el adecuado funcionamiento del Modelo de Sostenibilidad Participativo, para lo cual se han elaborado tres diferentes estrategias de promoción las cuales son:

- Estrategia de Introducción: Para posicionar los dulces típicos en los nuevos mercados se realizará una nueva presentación, esta consistirá en tiras de dulces de diferentes tipos pero en

cantidades pequeñas de forma que cada unidad cueste \$0.05 (fruta) y \$0.10 (leche).

Esta estrategia contribuirá al reconocimiento del producto y al incremento de las ventas, comercializándose en lugares tales como escuelas aledañas y parques recreativos.

- **Estrategia Cultural:** Al momento de comercializar los dulces típicos será necesario que se enfatice como un bien de especialidad, ya que es un producto completamente natural y elaborado bajo un proceso semi-artesanal, generando un atractivo especial para los clientes que aprecian las tradiciones y culturas de los pueblos.
- **Estrategias por volúmenes de compra:** Debe de mantenerse la estrategia actual que consiste en efectuar un descuento del 4.76% al cliente si éste adquiere tres o más bolsitas de dulces de frutas. Esta estrategia servirá para reconocer la fidelidad de los clientes y los volúmenes de compra.

Fue de esta forma como se realiza la propuesta de la unidad de mercadeo, cuyas estrategia garantizan la venta de los diferentes productos.

#### **4. Unidad de Finanzas propuesta**

Por la naturaleza de aporte social y de asociatividad cooperativa que tiene el proyecto, cuenta con la valiosa oportunidad de ser financiado mediante donación de fondos extranjeros.

Dichos fondos provienen de la Cooperación Italiana y serán transferidos mediante SETEFE a la institución ejecutora del proyecto (ADEPROCCA), que será la encargada de materializar y llevar a la práctica el proyecto de la nueva planta productiva de dulces típicos.

Por lo tanto, en esta unidad se describe lo referente al financiamiento, inversión y evaluación financiera del proyecto, incluyendo los montos para la construcción y equipamiento de 3 diferentes módulos (planta productiva, guardería y servicios sanitarios).

##### **a. Financiamiento propuesto para el proyecto**

A pesar que el proyecto, será financiado mediante donaciones internacionales, se proporcionan otras opciones de crédito que ofrece el mercado, a las cuales puede optar el proyecto para garantizar futuros financiamientos.

Antes de solicitar un financiamiento se deben discutir varios aspectos de carácter general, de tal forma que todas las involucradas, asuman la responsabilidad al optar por una fuente de financiamiento externo, dichos aspectos son:

- El monto que debe solicitarse a la institución financiera.
- La capacidad de pago con que cuenta el proyecto para respaldar el monto solicitado.
- Los fines del monto solicitado.
- Las condiciones bajo las cuales se solicitará el crédito.

Son muchas las instituciones que ofrecen créditos accesibles a proyectos con características de asociatividad cooperativa, dichas entidades exigen cierto número de requisitos que los aspirantes a financiamiento deben cumplir, éstos se presentan a continuación:

- Escritura de constitución de la asociación cooperativa.
- Evaluación económica del proyecto por parte de un auditor, debido a que no cuentan con un historial crediticio.
- Libros contables y Declaraciones de IVA (Últimos 3 meses).
- Carta donde se justifiquen los motivos y fines del crédito.
- Fotocopia de DUI y NIT del Representante Legal.

A continuación se describen las inversiones necesarias para llevar a cabo el proyecto propuesto.

## b. Inversión requerida para el proyecto

En la etapa de inversión del proyecto se tomará en cuenta la construcción de los tres módulos: planta productiva, guardería y servicios sanitarios, estos en conjunto justifican la inversión de los recursos donados.

### i. Capital de trabajo propuesto

La inversión del capital de trabajo para poner en marcha la nueva planta productiva asciende a \$1,073.00 mensuales y se desglosa de la siguiente manera. (Ver Cuadro No. 37)

**Cuadro No. 37**  
**Capital del Trabajo propuesto**

No.	Elemento Capital de Trabajo	Cantidad Requerida Mensual (En dólares)
1	Materia Prima	Las mujeres deben tener como mínimo \$731.50 para fabricar los dulces necesarios y cubrir las ventas de un mes.
2	Mano de Obra	Continúa siendo un punto a favor, ya que por la mano de obra no se incurre en costos, debido a que las mujeres no poseen un salario fijo mensual establecido.
3	Herramientas	Al igual que la mano de obra, las productoras ya cuentan con herramientas para realizar su trabajo y no generará un gasto de efectivo adicional.
4	Gas propano	La recarga para los 2 tambos de gas tiene un costo de \$ 48.00 mensuales.
5	Envoltorio y viñeta	El costo de la docena mensual de viñetas será de \$ 35.00, mientras que comprar las bolsas de polipropileno se incurre en un gasto de \$ 52.50
6	Transporte	El transporte tanto público como los Pick-up, tienen un costo mensual de \$133.00, valor al que se incurre por todo el grupo para desplazarse a comprar materia prima o la vender el producto a los mercados.
7	Servicios Básicos y otros	Los costos ascenderán a un total de \$73.00 mensuales.

Fuente: El Grupo

## ii. Inversión fija propuesta

Las inversiones fijas necesarias se detallan por cada módulo, área exterior y equipamiento general de la planta productiva, tales datos se presentan en el Cuadro No. 38

**Cuadro No.38**  
**Inversiones fijas propuestas**

INVERSIÓN INICIAL FIJA					
No.	ACTIVIDAD	Cantidad	Unidad	Precio Unitario \$	Sub-Total \$
1	Módulo A, destinado a la planta productiva	1	C/U	\$15,000.00	\$15,000.00
2	Modulo B, destinado a la guardería	1	C/U	\$12,600.00	\$12,600.00
3	Módulo C, destinado servicios sanitarios	1	C/U	\$4,800.00	\$4,800.00
4	Áreas exteriores y servicios generales	1	C/U	\$5,500.00	\$5,500.00
5	Equipamientos generales	1	C/U	\$3,551.00	\$3,551.00
<b>TOTAL GENERAL</b>					<b>\$41,451.00</b>

Fuente: Asociación para el Desarrollo Empresarial de Productores y Comercializadores Centroamericanos (ADEPROCCA)

El Cuadro No. 38 muestra la inversión en activo fijo proyectado para el proyecto, el cual representa un monto global de \$41,451.00; dichos datos fueron proporcionados por ADEPROCCA, en base a estimaciones sobre los costos de los materiales de construcción y las especificaciones de cada módulo.

Sin embargo se presentan las cantidades que se necesitarán invertir en concepto de equipamiento de maquinaria para la nueva

planta productiva, por ser ésta la parte fundamental del Modelo de Sostenibilidad Participativo. (Ver Cuadro No. 39)

**Cuadro No. 39**  
**Maquinaria para la nueva planta productiva**

N°	DESCRIPCIÓN	Cantidad	Proveedor	Teléfono	Costo
1	Molino de Nixtamal	1	Tensa	2276-2223	\$1,130.00
2	Congelador horizontal mediano	1	Sovipe Comercial	2271-3987	\$855.00
3	Selladora de plástico	1	Casa Ganuza	2221-0371	\$49.00
4	Báscula	1	Empresario Independiente	2284-5133	\$17.00
5	Mesas de trabajo	2	Empresario Independiente	2284-5133	\$200.00
6	Cocinas de dos quemadores	2	Empresario Independiente	2284-5133	\$500.00
7	Cilindros de gas	2	Tropigas	2251-5560	\$140.00
8	Estante de madera	1	Empresario Independiente	2284-5133	\$155.00
9	Escritorios	2	Empresario Independiente	2284-5133	\$110.00
10	Sillas	4	Ferrocetro	2212-7800	\$160.00
11	Archivo	1	Ferrocetro	2212-7800	\$135.00
12	Ventiladores	4	Sovipe Comercial	2271-3987	\$100.00
<b>TOTAL</b>		<b>22</b>			<b>\$3,551.00</b>

Fuente: El Grupo

Además de estipular el monto de inversión del proyecto, es necesario visualizar cuánto y cada cuándo se realizarán los desembolsos para la construcción de los módulos y el equipamiento general.

De acuerdo a la información proporcionada por la institución ejecutora del proyecto, se estima que éste sea realizado en un lapso de 12 semanas o 3 meses, una vez se tenga aprobada la licitación de la empresa que construirá el proyecto y se cuente con los fondos donados por la comunidad internacional Italiana.

Para visualizar los desembolsos de efectivo según la semana de construcción se presenta el cuadro No. 40, en donde se establece como período tentativo para iniciar el proyecto la cuarta semana de Noviembre 2005.

**Cuadro No. 40**  
**Desembolsos de efectivo**

CRONOGRAMA Y FLUJO DE DESEMBOLSO SEMANAL														
No.	ACTIVIDAD	TIEMPO EN SEMANAS LABORALES												MONTO EN \$
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Módulo A	\$3,750.00		\$3,750.00		\$3,750.00		\$3,750.00		\$0.00		\$0.00		\$15,000.00
2	Modulo B	\$1,575.00		\$3,150.00		\$3,150.00		\$3,150.00		\$1,575.00		\$0.00		\$12,600.00
3	Módulo C	\$0.00		\$0.00		\$1,200.00		\$2,400.00		\$1,200.00		\$0.00		\$4,800.00
4	Áreas Exteriores y Servicios Generales	\$900.00		\$900.00		\$900.00		\$900.00		\$900.00		\$1,000.00		\$5,500.00
5	Equipamientos Generales	\$0.00		\$0.00		\$0.00		\$0.00		\$1,301.00		\$2,250.00		\$3,551.00
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>\$6,225.00</b>		<b>\$7,800.00</b>		<b>\$9,000.00</b>		<b>\$10,200.00</b>		<b>\$4,976.00</b>		<b>\$3,250.00</b>		<b>\$41,451.00</b>

Fuente: Asociación para el Desarrollo Empresarial de Productores y Comercializadores Centroamericanos (ADEPROCCA)

A partir del flujo de desembolsos, se puede inferir que los primeros dos meses están destinados a la construcción de la planta productiva y su equipamiento se realizará en el 3er. mes.

Luego que se han presentado las inversiones para el proyecto del Modelo de Sostenibilidad Participativo, se continuará con la evaluación financiera del mismo.

### **c. Propuesta de Evaluación financiera del proyecto**

La evaluación del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos, constituye la parte final de la unidad financiera del Modelo de Sostenibilidad Participativo en la cual se aplican los criterios de Rentabilidad Comercial.

Estos criterios brindan un análisis financiero del proyecto, considerando el valor del dinero en el tiempo, lo que permite obtener datos más exactos y cercanos a la realidad, tales análisis son: el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

#### **i. Análisis del VAN en el proyecto**

El Valor Actual Neto permite analizar los flujos de efectivo del proyecto de la nueva planta productiva; el proceso para calcularlo es bastante sencillo, pero se debe poseer toda la información necesaria sobre la producción, los ingresos y costos, todos en términos anuales.

Por tal razón se diseñó el Cuadro No. 41, en donde se observan las cifras anuales para el año 2005 y las proyecciones de los 5 años posteriores a éste. Tanto los ingresos por venta como los costos de producción, son calculados multiplicando las unidades totales por su dato promedio unitario.

**Cuadro No. 41**  
**Proyecciones de ventas y costos de producción**

Cuadro Resumen	2005	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción de unid. mensuales	42000	58800	67620	77763	89427	102842
Ingresos por ventas	\$15,540	\$23,520	\$27,048	\$31,105	\$35,771	\$41,137
Costos de Producción	\$9,618	\$13,465	\$15,485	\$17,808	\$20,479	\$23,551

Fuente: El Grupo

En la actualidad se produce un estimado de 42,000 unidades anuales y se proyecta incrementar un 40% el primer año de producción en la nueva planta productiva.

Tal porcentaje se justifica, por la adquisición de nueva maquinaria, condiciones más propicias para la elaboración de dulces y acceso a servicios básicos, necesarios para hacer más eficiente el proceso productivo. Mientras que a partir del segundo año en adelante, se incrementará un 15% la producción.

El promedio de precio de venta actual de las bolsas de 2 Onzas es de \$0.37 y el costo de producción es de \$0.229, pero esta

situación se estima cambiará en los siguientes 5 años; ya que el nuevo precio promedio es de \$0.40 y el costo de producción se ve disminuido un 9.5% en comparación al costo actual, equivalente en dólares a \$0.209. (Ver Cuadro No. 42)

**Cuadro No. 42**  
**Disminuciones en los costos de producción**

Disminución de costos de Producción	
Compra al mayoreo	5.0%
Ahorro en transporte	2.0%
Ahorro en proceso de MP	2.5%
<b>Total Mensual</b>	<b>9.5%</b>

Fuente: El Grupo

Otro factor importante que influye en el flujo de caja, son los gastos administrativos, actualmente no existen erogaciones en concepto de servicios básicos, porque no se cuenta con ellos; sin embargo en la nueva planta productiva es preciso hacer estimaciones sobre los futuros montos a cancelar tanto mensual como anual. (Ver Cuadro No. 43)

**Cuadro No. 43**  
**Proyecciones de Gastos administrativos**

Proyección de Gastos Administrativos Mensuales		
1	Agua Potable	\$15
2	Luz Eléctrica	\$29
3	Teléfono	\$14
4	Servicios de Mantenimientos Generales	\$15
<b>Total Mensual</b>		<b>\$73</b>
<b>Total Anual</b>		<b>\$876</b>

Fuente: El Grupo

En este punto ya se cuenta con todos los elementos necesarios para elaborar el Flujo de Caja Proyectado a 5 años, una vez finalizada la construcción de la planta productiva para calcular el VAN del proyecto.

La tasa de retorno es del 8%, porcentaje promedio que se maneja en el mercado para los préstamos otorgados en plazos mayores de un año, para las asociaciones cooperativas, en las instituciones reguladas por la Superintendencia del Sistema Financiero. (Ver Anexo No.18) Por lo tanto el flujo proyectado del proyecto se establece así. (Ver Cuadro No. 44)

**Cuadro No. 44**  
**Flujo de efectivo proyectado del proyecto**

Flujo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	\$41,451					
Total de Inversión	\$41,451					
Ingresos		\$23,520	\$27,048	\$31,105	\$35,771	\$41,137
(-) Gastos Operativos		\$13,165	\$14,933	\$17,052	\$19,490	\$22,294
Gastos Administrativos		\$876	\$800	\$800	\$800	\$800
Gastos de Producción		\$12,289	\$14,133	\$16,252	\$18,690	\$21,494
(=) UAI		\$10,355	\$12,115	\$14,053	\$16,281	\$18,843
(-) Impuesto sobre la renta		\$2,589	\$3,029	\$3,513	\$4,070	\$4,711
(=) Flujo de Efectivo Neto		<b>\$7,766</b>	<b>\$9,087</b>	<b>\$10,540</b>	<b>\$12,210</b>	<b>\$14,132</b>

Fuente: El Grupo

Del flujo de efectivo anterior es posible mostrar sus valores presentes en el Cuadro No. 45, de la siguiente forma:

**Cuadro No. 45**  
**Valores presentes de los Flujos de Efectivo proyectados**

Flujo Financiero	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total
	\$7,766	\$9,087	\$10,540	\$12,210	\$14,132	
VAN 8.0%	\$7,191	\$7,790	\$8,367	\$8,975	\$9,618	\$41,941

Fuente: El Grupo

Quedando como resultado el siguiente Valor Actual Neto con la tasa del 8.0%:

$$\text{VAN} = \$ 41,941.00 - \$ 41,451.00 = \$ 490.00$$

El VAN del proyecto es de \$ 490.00, por lo tanto cumple con la condición de ser mayor que cero y se justifica la inversión de la nueva planta de producción mas otros dos módulos, incluyendo su equipamiento general.

## **ii. Análisis de la TIR en el proyecto**

La Tasa Interna de Retorno es el segundo criterio de rentabilidad comercial que es aplicado al proyecto de dulces típicos, estimándose bajo las condiciones siguientes: se toma en cuenta la inversión inicial sin incluir la depreciación de la maquinaria, ya que será comprada con fondos donados.

Se calculó el VAN con otras dos tasas 8.5% y 9.0%, para encontrar un valor negativo y obtener la TIR a través del método de Interpolación (Ver Cuadro No. 46)

**Cuadro No. 46**  
**Interpolación de valores para la obtención de la TIR**

TASAS	VAN	INVERSIÓN	TOTAL
VAN 8.0%	\$41,941	\$41,451	\$490
VAN 8.5%	\$41,337	\$41,451	-\$114
VAN 9.0%	\$40,746	\$41,451	-\$705

Fuente: El Grupo

8.0 %	-----	\$ 490.00
X	-----	0
8.5 %	-----	\$ - 114.00

**TIR ó X = 8.405 %**

Es decir que la TIR del proyecto en la construcción de la nueva planta productiva es de 8.405%, considerándose un proyecto rentable ya que supera a la Tasa de Rendimiento Requerida por la institución ejecutora que es del 7.0%.

Es decir que tanto por el valor positivo del VAN (\$490.00), como por la TIR (8.405%) mayor que la Tasa de Rendimiento Requerida (7.0%), es factible llevar a cabo la inversión del proyecto de dulces típicos la Nahuizalqueña.

A continuación se desarrolla la última unidad del Modelo de Sostenibilidad Participativo, que se refiere al Medio Ambiente.

## **5. Unidad Ambiental propuesta**

Para que el proyecto pueda ser ejecutado debe poseer todos los permisos que la ley requiera y las condiciones sobre el efecto ambiental no son la excepción.

Por tal motivo fue asignado un representante del grupo de mujeres para que realizara las gestiones ante el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), obteniéndose una resolución favorable, la cual permite llevar a cabo la construcción de la nueva planta productiva. (Ver Anexo No. 19)

Es preciso señalar que el MARN otorgó el permiso sin mayores inconvenientes, ya que el proceso productivo semi-artesanal no representa amenaza alguna para el medio ambiente o componentes.

A diferencia del permiso sobre el medio ambiente que ya está concluido, será necesario gestionar otros trámites para que los dulces típicos elaborados cumplan con todas las condiciones para ser comercializados en un mercado más amplio.

## **E. TRÁMITES LEGALES DEL PROYECTO**

Este apartado es un aporte más para el Modelo de Sostenibilidad Participativo, el cual permite tener una visión clara del

contexto sobre los diferentes trámites a realizar, para tal fin es preciso aclarar los aspectos siguientes:

- a. El terreno donde se construirá la nueva planta productiva pertenece a la Alcaldía Municipal de Nahuizalco, pero será necesario que ésta ceda el terreno bajo la figura de comodato al grupo de mujeres; garantizando que la Secretaría Técnica del Financiamiento Externo (SETEFE), transfiera los fondos otorgados por Italia. (Ver Anexo No. 20)
  
- b. Una vez iniciada la construcción de la nueva planta productiva, se emprenderán todas las gestiones para constituir e inscribir una asociación cooperativa (Ver Anexo No. 21) con las mujeres productoras, ya que hoy en día están organizadas como una Asociación de Desarrollo Comunal (ADESCO); esto les permitirá ser reconocida como una asociación con fines de lucro y con personería jurídica.

Finalizadas estas gestiones y bajo la figura de asociación cooperativa, se procederá a la obtención del Registro Sanitario, Registro de Marca y el Código de Barras; aspectos legales que deben cumplirse para la adecuada distribución y comercialización de los dulces típicos. A continuación se detallará el proceso a seguir para los tres trámites.

## 1. Registro Sanitario

El primer trámite a realizar es el Registro Sanitario, el Cuadro No. 47 detalla los aspectos siguientes: Institución ante la cual se tiene que gestionar el registro, dirección, teléfonos y correos de contactos en la institución; requisitos que debe cumplir la asociación cooperativa y los formatos que se deben complementar.

**Cuadro No. 47**  
**Obtención del Registro Sanitario**

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
Institución	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, específicamente en la Gerencia de Salud Ambiental (Laboratorio Dr. Max Bloch)
Dirección	Av. Roosevelt, frente a parque Cuscatlán. San Salvador.
Teléfonos	Teléfono: (503) 2271-3607; Fax: (503) 2271-1282
Correos electrónicos	aduran@mpas.gob.sv jmachado@mpas.gob.sv
Requisitos (Ver Anexo No. 22)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Composición cuantitativa del producto.</li> <li>• Etiqueta.</li> <li>• Licencia de funcionamiento de la fábrica.</li> <li>• Identificación y caracterización del(os) producto(s).</li> <li>• Muestra del(os) producto(s) a registrar.</li> <li>• Información adicional.</li> </ul>
Formatos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulario de solicitud para registro sanitario y/o revalidación de alimentos y bebidas nacionales. (Ver Anexo No. 23)</li> <li>• Lista de agrupaciones de nombres genéricos de material de envases. (Ver Anexo No. 24)</li> <li>• Solicitud para obtención de certificado de libre venta. (Ver Anexo No. 25)</li> </ul>

Fuente: El Grupo

## 2. Registro de Marca

El segundo trámite a realizar es el Registro de Marca, en el Cuadro No. 48 se presentan todos los aspectos relacionados a

dicho trámite, estos son: Institución ante la cual se tiene que gestionar el Registro, con su respectiva dirección y teléfono; una breve explicación, derechos que confiere, vigencia, pasos a seguir y formatos a complementar.

**Cuadro No. 48**  
**Obtención del Registro de Marca**

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
Institución	Registro de Comercio, oficinas centrales y oficinas receptoras en Sonsonate, San Miguel y Santa Ana.
Dirección	43 Avenida Norte y 1 Calle Poniente
Teléfono	(503) 2260-8000
¿Qué es el registro de una marca?	Es el documento legal que otorga al titular el derecho a su uso exclusivo, impidiendo que un tercero sin su consentimiento imite, copie o se aproveche de su reputación comercial o industrial.
Derechos conferidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derecho exclusivo de uso.</li> <li>• Derecho de oponerse a que la registre otra persona.</li> <li>• Hacer cesar el uso o imitación.</li> <li>• Resarcimiento de daños y perjuicios por el uso indebido.</li> </ul>
Vigencia	La vigencia de la Marca es de 10 años renovables por un período similar, con un valor de \$ 100.00 dólares posee un período de gracia de 6 meses según el Art. 109 literal d) de la Ley de Marca y otros Signos Distintivos; con recargo por renovación establecida en dicho Artículo.
Pasos (Ver Anexo No. 26)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar búsqueda.</li> <li>• Presentar solicitud y documentos.</li> <li>• Escritos de subsanación y objeción de la marca.</li> <li>• Primera publicación en el Diario Oficial.</li> <li>• Escrito de oposición (si se da).</li> <li>• Presentación de recibos de Derecho de Registro.</li> <li>• Entrega de auto inscripción y certificado.</li> </ul>
Formatos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo de solicitud para registro de marcas (Ver Anexo No. 27)</li> </ul>

Fuente: El Grupo

### 3. Código de Barras

El último trámite que deben gestionar las mujeres productoras y comercializadoras es el relacionado al Código de Barras, mediante el Cuadro No. 49 se detallan todos los aspectos

concernientes a dicho trámite, estos son: Nombre de la institución ante la cual se debe gestionar dicho trámite, dirección y teléfono, breve explicación sobre el Código de Barras y sus beneficios, la información requerida para la asignación del código, vigencia, cuotas, requisitos y formatos a complementar.

**Cuadro No. 49**  
**Obtención del Código de Barras**

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
Institución	DIESCO EAN El Salvador.
Dirección	Ubicado en Cámara de Comercio e Industria. (9ª Avenida Norte y 5ª Calle Poniente)
Teléfono	(503) 2205-1000
¿Qué es un Código de Barras?	Es un número (también denominado estructura de datos) y se utiliza para la identificación inequívoca de los artículos comerciales o de servicio en todo el mundo.
Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporciona una identificación única a cada producto, servicio o localización.</li> <li>• Permite la captura automática de la información rápida y oportuna sobre productos, servicios o localizaciones.</li> <li>• Permite la automatización de varios procesos a lo largo de la cadena de abastecimiento.</li> </ul>
Información requerida para la asignación de un código de barras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de producto (campo variable), asignado por DIESCO EAN El Salvador.</li> <li>• Descripción del producto, cómo se va a llamar o reconocer el producto comercialmente.</li> <li>• Marca, empaque y contenido.</li> <li>• Unidad de medida (Gramos, libras, etc.)</li> </ul>
Vigencia	El código tendrá un año de vigencia a partir de la asignación.
Cuotas (Ver Anexo No. 28)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada código de barras tendrá una cuota anual de \$22.28 por producto.</li> <li>• La cuota anual por renovación será de \$50.29.</li> </ul>
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrato firmado (Ver Anexo No. 29)</li> <li>• Copia de registro fiscal</li> <li>• Copia de las últimas 12 declaraciones del IVA.</li> <li>• Copia de credencial vigente del representante legal, NIT de empresa y copia de escritura de constitución.</li> </ul>
Formatos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud de membresía y asignación de códigos de barras. (Ver Anexo No. 30)</li> </ul>

Fuente: El Grupo

## **F. PLAN DE IMPLEMENTACION Y BENEFICIOS DEL MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO**

Luego que se conoce el planteamiento del Modelo de Sostenibilidad Participativo, es necesario identificar cuál es su plan de implementación y los beneficios que éste proporciona al proyecto.

### **1. Plan de Implementación**

Es importante destacar que el objetivo de diseñar el plan de implementación, es proporcionar una guía que facilite al organismo responsable la ejecución del Modelo de Sostenibilidad Participativo, poniendo en práctica la optimización de recursos.

Por lo tanto se han definido las 3 fases en que debe implementarse el modelo las cuales son:

- Organización formal de la asociación cooperativa.
- Construcción de la nueva planta productiva.
- Obtención de certificaciones para el incremento en ventas.

Para tal fin se ha diseñado un esquema que muestra el proceso de la puesta en marcha del Modelo (Ver Anexo No. 31) con su respectivo cronograma de implementación. (Ver Anexo No. 32)

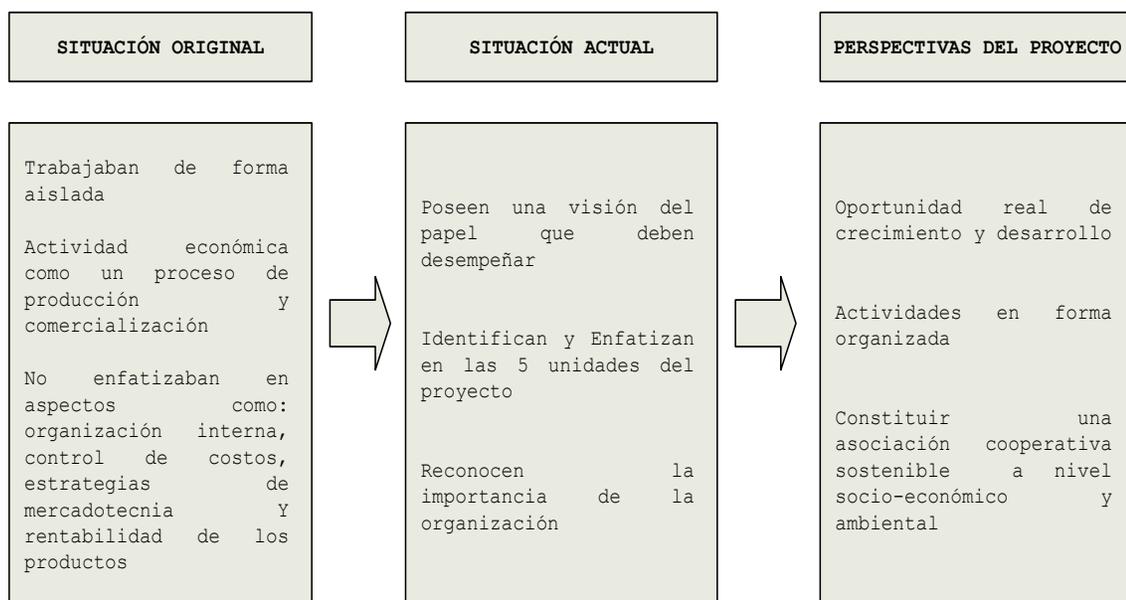
## 2. Beneficios

Sin lugar a dudas para identificar los beneficios que brinda al proyecto, el Modelo de Sostenibilidad Participativo, se deben plantear los tres escenarios primordiales y preguntarse:

- ¿Cómo estaba originalmente el proyecto?
- ¿Cómo se encuentra el proyecto luego de la situación actual?
- ¿Cómo estará el proyecto con la aplicación del Modelo de Sostenibilidad Participativo?

Para responder estas interrogantes se ha diseñado el Diagrama No. 8, que muestra tal evolución y las principales expectativas:

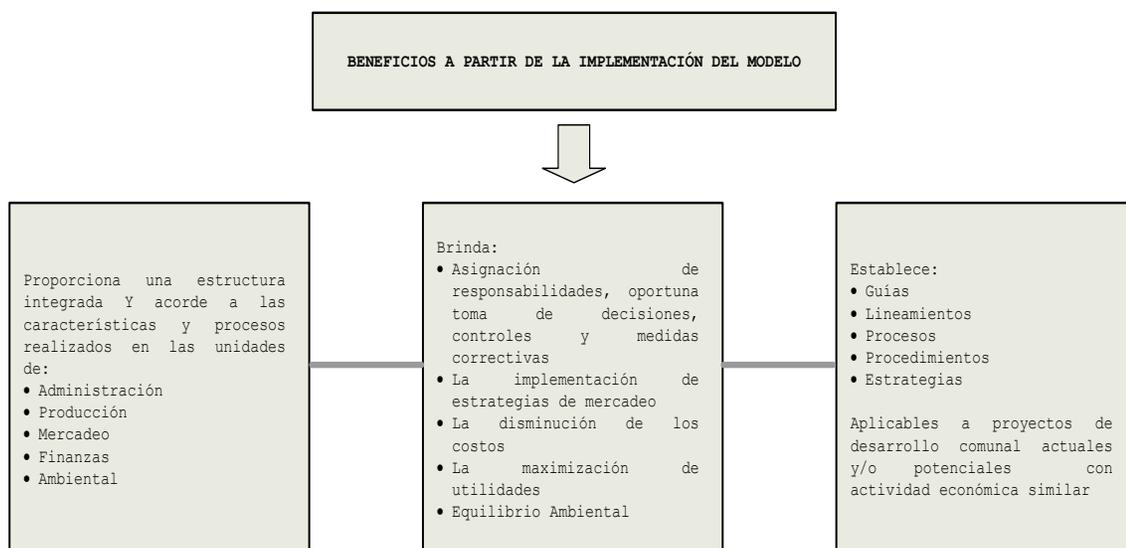
**Diagrama No. 8**  
**Evolución y expectativas del proyecto de dulces típicos**



Fuente: El Grupo

El diagrama No. 8 permite concluir los tres grandes beneficios del proyecto luego de implementar la propuesta del Modelo de Sostenibilidad Participativo son: (Ver Diagrama No. 9)

**Diagrama No. 9**  
**Beneficios del Modelo de Sostenibilidad Participativo**



Fuente: El Grupo

Es así como se presentan los logros que el proyecto de producción y comercialización de dulces típicos ha alcanzado y alcanzará, a partir de este trabajo de investigación y la propuesta del Modelo de Sostenibilidad Participativo, cuyo objetivo primordial es beneficiar a una comunidad que se ha esforzado desde el inicio por buscar la superación y ser el ejemplo para otros grupos que han pasado o pasan por situaciones tan difíciles como las vividas por las mujeres indígenas de la colonia Italiana.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

1. ANDERSON, D., SWEENEY, D. & WILLIAMS, T. (1999). Estadística para administración y economía. México, D.F. International Thomson Editores. 4ª edición.
2. BESLEY, S. & BRIGHAN, E. F. (2001) Fundamentos de Administración Financiera. México. Mc Graw Hill. 12ª edición.
3. GARCÍA LEMUS, JOAQUÍN EDGARDO. (1997) Misión, Visión y Estrategia. México. Mc Graw Hill.
4. GOODSTEIN, LEONARD & OTROS. Planeación Estratégica Aplicada. Colombia. Mc Graw Hill 1ª Edición.
5. HEIBING, R. & COOPER, S. (2001). Cómo preparar un exitoso plan de mercadotecnia. Colombia. Mc Graw Hill. 2ª edición
6. HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO. & BAPTISTA, LUCIO. (2002). Metodología de la investigación. México, D.F. Mc Graw Hill Interamericana. 2ª edición.
7. JANY, J. (2000). Investigación Integral de Mercado, un enfoque para el siglo XXI. Santa Fé de Bogotá, Colombia. Mc Graw Hill Interamericana. 2ª edición.
8. KENET & OTROS. Manual de Administración Estratégica. Mc. Graw Hill.
9. KOONTZ, H. & WEIHRICH, H. (1998). Administración una perspectiva global. México. Mc. Graw Hill. 11ª Edición.

10. KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. (1996). Mercadotecnia. México. Prentice Hall. 6ª Edición.
11. LARDÉ Y LARÍN, JORGE. (1957) El Salvador, historia de sus pueblos, villas y ciudades. San Salvador, El Salvador. Ministerio de Cultura. 1ª edición.
12. MUÑOZ C. (1995). Guía para trabajos de investigación universitaria. El Salvador. Editorial artes gráficos. 1ª edición.
13. STANTON, W., ETZEL, M. & WALKER, B. (2001). Fundamentos de marketing. México D.F. Mc Graw Hill. 10ª edición.
14. STONER, J. A. F., FREEMAN, R. E. & GILBERT JR, D. R. (1996). Administración. México. Mc Graw Hill. 2ª Edición.

## **TESIS**

1. CRUZ GUADALUPE, ARÉVALO LANDAVERDE Y OTROS. Antología Cultural sobre los Municipios de Nahuizalco y Salcoatitán del Departamento de Sonsonate. Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador. (2003).

## **DOCUMENTOS**

1. Fortalecimiento de la Red de Mujeres Emprendedoras de Sonsonate. Agencia de Desarrollo Económico Local (ADEL) Sonsonate.

2. Pequeñas Iniciativas Empresariales para 20 mujeres afectadas por los terremotos del 2001, en Nahuizalco, Sonsonate". ADEPROCCA San Salvador.

### **SITIOS WEB**

1. Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP).  
<http://www.insafocoop.gob.sv/>
2. Asistencia brindada a los damnificados de los terremotos del 2001. <http://www.pnud.org.sv>
3. Informe sobre Desarrollo Humano 2001. <http://www.pnud.org.sv>
4. Solidaridad con los damnificados por los terremotos en El Salvador. <http://www.pnud.org.sv>
5. UNOPS en El Salvador.  
<http://www.nacionesunidas.org.sv/unops.html>
6. Comisión de Desarrollo Sostenible de Organización de la Naciones Unidas.  
<http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/spanish/agenda21sptoc.htm>
7. Asociación para El Desarrollo Empresarial de Productores y Comercializadores Centroamericanos.  
<http://www.adeprocca.beplaced.com>
8. Centro de Desarrollo Artesanal. <http://www.conamype.gob.sv/>
9. Superintendencia del Sistema Financiero.  
[http://www.ssf.gob.sv/frm\\_informacion/frm\\_informacion.htm](http://www.ssf.gob.sv/frm_informacion/frm_informacion.htm)

# **ANEXOS**

ANEXO NO. 1  
ENCUESTA DIRIGIDA AL GRUPO DE MUJERES PRODUCTORAS



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



---

**ENCUESTA**

**OBJETIVO:**

Conocer la situación actual del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, elaborados por un grupo de mujeres indígenas, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

**ENCUESTADORES:**

Integrantes del Grupo de Tesis.

**ENCUESTADAS:**

Mujeres productoras de dulces típicos artesanales del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

**ÁREAS DE INTERÉS:**

Administración, Producción, Mercadeo y Finanzas.

**OBSERVACIONES:**

Para recopilar la información de cada una de las productoras, mediante la encuesta estructurada, fue necesario crear un ambiente propicio y utilizar un lenguaje claro y sencillo, para establecer un buen canal de comunicación; en la encuesta fue permitido interactuar con las encuestadas para indagar en una pregunta o tema específico el cual necesitaba de una explicación más amplia.

## **CUERPO DE LA ENCUESTA**

### **UNIDADES DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

1. ¿Cuál es la forma de organización del proyecto?
2. ¿Quiénes fueron los principales impulsores del proyecto?
3. ¿Dónde obtuvieron el capital para comenzar el proyecto?
4. ¿En qué consistieron las capacitaciones que usted recibió?
5. ¿Con qué frecuencia recibe capacitaciones?
6. ¿Cómo administra el dinero que invierte para producir y vender los dulces típicos?
7. ¿Cómo se organizan para producir los dulces típicos?
8. ¿Cuáles son los cambios que usted considera, se deben realizar en la organización del grupo y del proyecto?

### **UNIDAD DE PRODUCCIÓN**

9. ¿Cuál es la variedad de dulces típicos que elabora?
10. ¿Cuáles son las herramientas que utiliza en la producción?
11. ¿Quiénes son sus proveedores y cuál es el costo de la materia prima e insumos?
12. ¿Existe algún factor que les impida elaborar los dulces?
13. ¿Cuál es el proceso de elaboración de dulces típicos que usted realiza?

### **UNIDAD DE MERCADEO**

14. ¿Cuál es el tipo de dulce que más se vende?
15. ¿Cuál es el precio de los dulces típicos?
16. ¿Cuáles son los lugares de venta de los productos?
17. ¿Cuáles son los problemas más comunes al comercializar los dulces típicos?
18. ¿Quiénes son sus principales clientes?
19. ¿Quién es su principal competencia?
20. ¿Cuáles son sus ideas para incrementar el nivel de ventas de los dulces típicos?

ANEXO NO. 2  
ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS LÍDERES DE GRUPO  
DE MUJERES PRODUCTORAS Y COMERCIALIZADORAS  
DE DULCES TÍPICOS ARTESANALES



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



---

**ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

**OBJETIVO:**

Conocer la situación actual del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos artesanales, elaborados por un grupo de mujeres indígenas, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

**ENTREVISTADORES:**

Integrantes del Grupo de Tesis.

**ENTREVISTADOS:**

Líderes del grupo de mujeres productoras de dulces típicos artesanales del municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate.

**ÁREAS DE INTERÉS:**

Administración - Finanzas, Producción y Mercadeo.

**OBSERVACIONES:**

Para la realización de la entrevista fue necesario crear un ambiente propicio y utilizar un lenguaje claro y sencillo, para establecer un buen canal de comunicación entre los entrevistadores y las entrevistadas.

## **CUERPO DE LA ENTREVISTA**

**NOTA:** Algunas redacciones de preguntas y respuestas han sido modificadas, para una mejor comprensión y expresión del lenguaje versus la versión original de la entrevista.

### **UNIDAD DE ESTUDIO: ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

#### **1. ¿Cuál es la forma en que se organizan en los Kioscos?**

En el Kiosco 1 ubicado en la carretera a Ahuachapán, es atendido por una persona del grupo que es la encargada de atender a los clientes que pasan comprando y las ventas son buenas; pero hay problemas con la señora del Kiosco 2 ubicado en el desvío de la salida de Sonsonate a San Salvador ya que la última vez que se fue solo había vendido \$1 de dulces, pero por indicación de la Lic. Evelyn Huevo siempre se le lleva producto para que lo venda, aunque ahora en menores proporciones que al inicio de la producción de dulces.

#### **2. Los principales problemas al administrar el Kiosco 1 son:**

- El principal problema es decidir quien venderá y dará mantenimiento al kiosco; ya que todas tenemos obligaciones y familias a quien atender y también tenemos que producir los dulces para vender, pero siempre se deja a alguien, para que el Kiosco no se quede solo.
- Otro es que el dulce se tenga que cambiar porque se arruine (porque se nazca), aunque eso no sea nuestra culpa sino que del mal clima y los cambios bruscos de temperatura.

**3. ¿Cómo y cuáles fueron las capacitaciones que recibieron para elaborar los dulces típicos?**

Con la primera capacitación no se aprendió mucho porque nos las dió una persona mayor y cuando intentaba hacer los dulces no les daba el punto. Pero cuando dieron la capacitación las personas de Guazapa, nos enseñaron a elaborar únicamente los dulces de fruta y aprendimos, pero pasó un tiempo para que nos aprendiéramos bien las recetas y sacáramos ganancias. Posteriormente aprendimos a realizar los dulces de leche pero ya no fueron las personas de Guazapa las que nos enseñaron, ya que no querían compartir su fórmula con nosotras, ahora nuestros dulces de leche son mejores que los de ellas.

**4. ¿Cuándo recibieron la última capacitación?**

La última capacitación la recibimos en Septiembre de 2004 y fue la de dulces de leche en varios sabores.

**5. ¿Quién les ayuda a solventar sus principales limitaciones?**

La Lic. Evelyn y la directiva de la colonia, están gestionando el agua potable, la luz eléctrica y el teléfono, por el momento nos arreglamos como podemos, pero esperamos tener todos esos recursos que ahora nos faltan. Nuestro único medio de comunicarnos es mediante el teléfono de Maribel y para transmitir algún mensaje entre nosotras se tiene que caminar 2 ½ Km. de la carretera principal hasta el colonia Italiana, cantón Sabana Grande e ir a cada una de las casas de las demás compañeras y darles el mensaje.

**6. ¿Cómo administran el dinero que reciben por las ventas?**

Maribel es la encargada de administrar el dinero, las compras y repartir las ganancias, pero cuando se dividen en grupos se asigna un responsable por cada grupo para esas actividades.

**7. ¿De qué depende el tamaño del grupo de mujeres que están produciendo los dulces típicos?**

No, el número varía dependiendo de la estación del año en que nos encontramos, por ejemplo cuando es invierno no todas las mujeres producen, pero al iniciar el verano se incorporan más mujeres a la producción y tratamos de ponernos de acuerdo haciendo reuniones cada 15 o 30 días sobre quién va a producir y qué días; algunas veces es necesario que participe la Lic. Evelyn para resolver desacuerdos.

**8. ¿Hace cuánto que están produciendo con este ritmo de trabajo?**

Tenemos más o menos año y medio de estar produciendo y generar ganancias.

**9. ¿Cómo tomaron el cambio de actividad productiva?**

Hubo resistencia al cambio ya que al inicio nos dedicábamos a la venta de verduras y luego nos adaptarnos a vender dulces.

**10. ¿Cómo obtuvieron la marca para el dulce?**

La marca de la Nahuizalqueña se obtuvo rápido más o menos en una semana, se hicieron todos los trámites en San Salvador, pero la finalización del registro aún está en trámite.

**11. ¿Cómo obtuvieron el dinero para comenzar a producir?**

Al principio ADEPROCA nos dio el dinero del capital semilla, para invertir en materia prima y empezar a producir y luego de las ganancias obteníamos el dinero para seguir produciendo.

**12. ¿Cuándo les dijeron que se iba a construir la planta productiva?**

La única información con la que se cuenta acerca de la planta productiva, es que iban a comenzar a construir a final de este

invierno (Septiembre 2005), porque les faltaba la firma de la Alcaldía de Nahuizalco en algunos documentos; pero la Lic. Evelyn se ha alejado un poco de nosotras estos días, nosotras procuramos estar pendientes y si podemos realizar algún trámite lo hacemos.

**13. ¿Les preocupa mucho el hecho que la construcción de la planta productiva no se lleve a cabo?**

Pues, no mucho porque las mujeres involucradas en el proyecto, estamos dispuestas a seguir en él aunque no esté la fábrica, ya que es una actividad económica que deja más ganancias que vender frutas o verduras, que era lo que la mayoría de nosotros hacíamos antes de elaborar los dulces.

**14. ¿Cómo administran el local donde se producen los dulces?**

Para administrar el local, se le deja la llave a Marta que es la persona que vive más cerca y la solicita cada grupo de mujeres, cuando ya se han puesto de acuerdo que van a producir un día específico. El costo del gas es de \$0.20 ctvs. por hora trabajada y siempre Marta es la encargada de llevar el dinero, Maribel siempre está pendiente del local porque está contiguo a la guardería que es donde ella se encuentra de Lunes a Viernes y mira el movimiento que está en el local.

**15. ¿Consideran que se debe cambiar algo de la administración?**

Hasta el momento, nos ponemos de acuerdo casi siempre y cuando no siempre se llega a un acuerdo, se trata de solventar, por eso es que trabajamos en grupo, lo ideal sería que todas tuviéramos el mismo entusiasmo e interés de crecer y poner nuestro esfuerzo en todos los procesos.

## **UNIDAD DE ESTUDIO: PRODUCCIÓN**

### **16. ¿Cómo organizan la producción?**

Bueno, cada grupo se pone de acuerdo que día va a producir, tratándose de respetar los días ya planificados, cada grupo se encarga de producir, empaclar y guardar sus propios dulces, para luego llevarlos al Kiosco o salirlos a vender a los mercados, las bolsas y las viñetas para empaclarlas las tiene Marta y los demás utensilios que ocupamos se encuentran en el local, si necesitamos, cuchillos o cucharas las trae cada persona, los moldes de madera y bolsas plásticas se las pedimos a Maribel.

### **17. ¿Cómo hacen para almacenar el dulce?**

Cada grupo sabe en que casa lo van a dejar; los dulces almacenados duran aproximadamente 15 días, pero a los 5 días de estar en el Kiosco 1 se salen a vender inmediatamente.

### **18. ¿Existe diferencia en la forma de elaborar los dulces?**

Si, porque cada persona tiene su estilo para prepararlos, por ejemplo unas utilizan leche de vaca y otras leches empacladas, algunas varían la receta con  $\frac{1}{2}$  libra menos o mas de azúcar y otras cocinan ciertos minutos mas de tiempo, por eso no todas las unidades de dulce tienen el mismo tamaño, ni tampoco el mismo diseño, aunque se procura que las bolsas sean lo más estándares posibles.

### **19. ¿Los instrumentos que utilizan son propios?**

Si, cada grupo de mujeres tienen sus propios instrumentos, lo único que comparten son las dos ollas y dos paletas grandes que permanecen siempre en el local.

**20. ¿Qué otros instrumentos utilizan?**

Algunos de los instrumentos que utilizamos son cuchillos, cuchara grande, tenedores, plástico, mantas, rayadores, moldes, esto dependiendo del dulce que se va a elaborar.

**21. ¿Existen algún factor que les dificulte o impida producir?**

Sí, la lluvia obstaculiza la producción y el almacenamiento de los dulces; por lo que en invierno se producen más los sabores que no se humedecen como: el nance, el tamarindo, conserva blanca y coco rayado, a varias de las mujeres les gusta más elaborar ese tipo de dulce y no tanto los sabores de leche, pero en verano existen menos inconvenientes y se produce con más confianza la variedad de productos que elaboramos.

**22. ¿Poseen alguna mezcla que sea la base para la producción de todos los dulces?**

De todos los dulces no, pero si existe una mezcla base para la variedad de dulces de leche, ésta es la mezcla de las canillitas y luego se le agrega la fruta o semilla de la que se va a elaborar.

**23. ¿Cuál es el método que utilizan para empacar el dulce?**

Todo el producto lo embolsamos y lo pesamos con 2 onzas a veces varía la cantidad del producto dependiendo del tamaño que lo hayan elaborado, pero el peso procuramos que sea el mismo; a la bolsita no le colocamos fecha de vencimiento al producto porque dura muy poco (15 días), aunque procuramos venderlo antes de ese tiempo.

**24. Los lugares de compra de la materia prima son:**

La canela, la vainilla y la margarina la compramos en el supermercado o en tiendas cercanas. La leche en el supermercado

o a pequeños productores de leche. El azúcar, la harina y la variedad de frutas y demás ingredientes, lo compramos en el mercado local de Nahuizalco o Sonsonate.

**25. ¿Cuál es el costo de los principales productos que forman parte de la materia prima?**

Cada bolsa de leche Salud cuesta \$0.70, el galón \$3.59, las 7 botellas de leche de vaca no procesada vale \$2.50; el tambo de gas cuesta \$3.80 durando entre 5 y 7 días; la docena de coco pequeño cuesta \$3.00 aumentando \$0.50 cuando no hay cosecha, la docena de coco grande cuesta \$4.00 aumentando \$0.50 cuando no es cosecha; la libra de azúcar vale \$0.35 y la arroba (25 lbs.) \$6.00; la barra de margarina \$0.20 y la caja de 5 barras \$0.85; el frasco de vainilla blanca de 95 ml. vale \$0.95; la bolsa de tamarindo de 1 lb. cuesta \$0.25; la media arroba de nance cuesta \$2.50 y cuando no es temporada \$3.00.

**26. ¿Cuál es el costo de los productos que utilizan para empacar los dulces?**

El ciento de bolsas para empacar vale \$1.50 y las 12 calcomanías que contienen la marca cuesta \$0.24.

**27. ¿Qué hacen cuando los dulces que han producido no tienen la calidad que desean?**

Cuando el dulce no queda en su punto o no queda como la receta lo indica, se reparte entre nosotras mismas o se vende al costo y sin marca.

**28. ¿Tienen problemas con los horarios de producción?**

Sí, como cada grupo compra su materia prima y se ponen de acuerdo que día van a cocinar, a veces cuesta un poco porque todas estamos con materia prima para producir y no existe

espacio en el local o hace falta otra mesa de trabajo, otra cocina y más utensilios para fabricar y es cuando nos atrasamos por que solo hay dos quemadores y dos ollas para cocinar; existe una cocina pequeña que está en casa de Maribel para cualquier capacitación o emergencia de aumento de producción o un pedido grande.

**29. ¿Poseen algún problema para trasportar la materia prima hasta el local donde producen?**

Sí, para transportar el coco es necesario pagar Pick up cuando la cantidad es grande, el cual vale \$0.35, de lo contrario, caminamos 3½ Km. tanto para transportarlo como para molerlo, haciendo 7 Km. en total.

**30. ¿Puede mencionar las condiciones de los dulces típicos antes de empacarlos y las normas de higiene que ustedes toman para elaborarlos?**

Bueno, para empacar los dulces éstos deben estar helados o fríos, ya que si están calientes o recién hechos se nacen y se deforma la bolsa. Los únicos instrumentos de limpieza e higiene son los uniformes (delantal y gorro) y manteles de limpieza.

**31. ¿Han realizado alguna modificación a la receta original de los productos?**

Si, a veces se le pone menos azúcar a los dulces de leche o se hace con distinta clase de leche pero nunca hemos intentado producir con leche en polvo ni agregar harina para que la masa se endurezca más rápido, en una ocasión se intentó empacarlos en bolsas de menor calidad, pero no funcionó porque no son transparente y se deforman con mayor facilidad, que las utilizadas actualmente.

## UNIDAD DE ESTUDIO: MERCADEO

### **32. ¿Cómo clasificaría la venta de los dulces típicos?**

Cuando se empezó en Kiosco 1 no se vendía mucho, porque la gente no lo conocía, pero hoy que ya lo conocen, pensamos que se vende, porque la mayoría de los productos que elaboramos lo compran. Solamente con la señora del Kiosco 2 del desvió a los Naranjos, se ha pensado en ya no proveerle dulce, porque no tiene interés en venderlo, ya que ella no es productora.

### **33. ¿A qué precio venden los dulces típicos?**

En el Kiosco 1 el precio del dulce de fruta es de \$0.35 y \$0.50 el de leche. Mientras que en los mercados el precio se reduce a \$0.25 los de fruta y \$0.35 los de leche.

### **34. ¿Cuánto venden aproximadamente en el Kiosco 1?**

En el Kiosco 1, normalmente se vende un aproximado de \$10.00 diarios, pero los fines de semana se vende hasta \$30.00.

### **35. ¿Existe algún otro producto que venden en el Kiosco 1?**

Sí a veces se venden galletas, para ayudar a las mujeres de Juayúa (La Majada), las galletas nos las dan a \$0.25 para que se den a \$0.35 ctvs.

### **36. ¿Qué hacen con el dulce que no venden en el kiosco?**

Cuando el dulce tiene 5 días de estar en el Kiosco 1, lo sacamos a feriarlo (venderlo) en los mercados, ya que en el Kiosco solo nos gusta mantener el dulce más fresco.

**37. ¿Todo el dulce que producen lo llevan al kiosco 1?**

No, el dulce que no llevamos al Kiosco o el que elaboran grupos específicos de mujeres, se vende en los mercados centrales de Sonsonate, Santa Ana y Santa Tecla.

**38. ¿Tienen algún problema para comercializar el dulce?**

Un problema de comercialización es la presentación del producto, algunas bolsas tienen menos unidades aunque pesan las mismas 2 onzas y las personas piensan que tienen menos producto; también algunas personas nos piden facturas para comprobar la compra y nosotros no tenemos facturas, también muchas personas nos preguntan del Registro Sanitario, el Código de Barras o por la fecha de vencimiento, pero nosotras tratamos de explicarles que todo eso está en proceso, pero a pesar de todo ello procuramos llevar el producto a donde creemos que lo podemos vender.

**39. ¿Quiénes son sus principales clientes?**

El dulce se venden con la gente que pasa en carro por las carreteras, principalmente turistas que van lugares aledaños, también está la gente que va a los mercados y algunas personas que viven cerca de la comunidad; los pedidos más grandes que hemos tenido son de aproximadamente \$10.00, algunos de ellos se han ido para el extranjero.

**40. ¿Venden dulces en San Salvador?**

Sí, pero no tenemos muchos clientes en San Salvador, ya que genera más costos de transporte y en invierno, es muy riesgoso salir a vender ya que los dulces son muy delicados a los cambios de temperatura.

**41. ¿Quiénes consideran que son su principal competencia?**

Las mujeres que producen dulces típicos en Guazapa, ya tienen diferentes presentaciones y otras formas de preparar los dulces de leche; por eso nosotras somos cuidadosas de no compartir la receta con ellas para que sean siempre nuestros dulces diferentes y de mejor calidad.

**42. ¿Qué tipo de dulce es el que más venden?**

El dulce que más se vende es la variedad de leche y coco.

**43. ¿Han participado en alguna feria o festival de las zonas más cercanas?**

No, nunca hemos participado como grupo de "Mujeres de Nahuizalco" ni en las Ferias de Juayúa, ni en las fiestas patronales de municipios aledaños.

**44. ¿Cuáles son algunas de las estrategias que ustedes utilizan para vender los dulces típicos?**

Cuando llevan 3 dulces de fruta que son a \$0.35 en lugar de cobrar \$1.05, se los vendemos a \$1.00 ó si llevan bastantes dulces los de \$0.50 los vendemos a \$0.35 y los de \$0.35 a \$0.25.

**45. ¿Si tuvieran los recursos estarían dispuestas a viajar más lejos para comercializar el dulce?**

Claro que sí, nos gustaría que la gente nos conociera más, lamentablemente tenemos limitaciones para extender la cobertura de venta de los dulces, comenzando por el transporte, el registro sanitario, el código de barras para venderlos en los supermercados, el registro de la marca La Nahuizalqueña.

ANEXO NO. 3

LISTADO DE MUJERES PRODUCTORAS Y COMERCIALIZADORAS DE  
DULCES TÍPICOS ARTESANALES RESIDENTES EN LA COLONIA  
ITALIANA

No.	Apellidos	Nombres
1	Alpes	María Angelina
2	*Campos	Ana Jenifer
3	*Carías	Teresa
4	Esquina	María Trinidad
5	*García	Ana Silvia
6	*García	Matilde Corina
7	*Hernández	María Antonia
8	*Jiménez	Silvia Marisol
9	*Juárez	María Marcelina
10	Lipe	María del Carmen
11	Lipe	María Rosa
12	*Lisco	Marta Rita
13	*Merce	María Teresa
14	*Nerio	María Idalia
15	*Nerio	Sara Vilma
16	*Ocotán	Dilma Blanca
17	*Pérez	Margarita
18	*Sánchez	Juana
19	*Sarco	Celia
20	*Tadeo	Blanca Alicia
21	*Zetino	Alicia Maribel
22	*Zetino	Juana

Fuente: El Grupo

ANEXO NO. 4  
TABULACIÓN DE LOS RESULTADOS

**UNIDADES DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

**Pregunta No. 1**

¿Cuál es la forma de organización del proyecto?

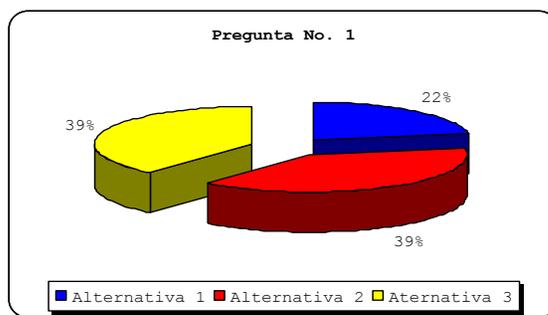
**Objetivo:**

Conocer la estructura con la cual las mujeres del proyecto se organizan, identificando si ésta es la más adecuada para el óptimo funcionamiento del proyecto.

**Tabulación**

Pregunta No. 1			
Unidad de Administración y Finanzas			
Forma de organización del proyecto			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Nos dividimos por parejas y elaboramos 2 tipos de dulces cuando trabajamos, la cantidad producida es la que varía.	4	22%
2	Quien nos dirige es Maribel y ella nos mantiene al día con toda la información, pero cada grupo elabora sus propios dulces	7	39%
3	Cuando producimos cada grupo se encarga de vender sus dulces, aunque los grupos que producen en la casa de Maribel los venden en el Kiosco	7	39%
<b>Total</b>		18	100%

**Gráfico**



**Comentario**

El 39% de las encuestadas manifestó que es Maribel quien las dirige y organiza, si embargo otro 39% señaló que los grupos que producen en la casa de Maribel los venden en los kioscos, el 22% restante indicó que se organizan por grupos de trabajo cada uno de los cuales decide cuál dulce se producirá y qué cantidad.

**Pregunta No. 2**

¿Quiénes fueron los principales impulsores del proyecto?

**Objetivo:**

Saber cuales fueron las personas más importantes al iniciar el proyecto, con el propósito de analizar su rol actual en el proyecto.

**Tabulación**

Pregunta No. 2			
Unidad de Administración y Finanzas			
Los principales impulsores del proyecto son:			
No.	Alternativas	Fr	%
1	La Lic. Evelyn Huezo de ADEPROCCA en coordinación con el PNUD y las líderes de la comunidad.	18	100%
<b>Total</b>		18	100%

**Gráfico**



**Comentario**

El 100% de las encuestadas manifestó que el principal impulsador del proyecto es la Lic. Evelyn Huezo (ADEPROCCA) quién se coordina con el PNUD y los líderes de la comunidad para la realización de las diferentes actividades.

**Pregunta No. 3**

¿Dónde obtuvieron el capital para comenzar el proyecto?

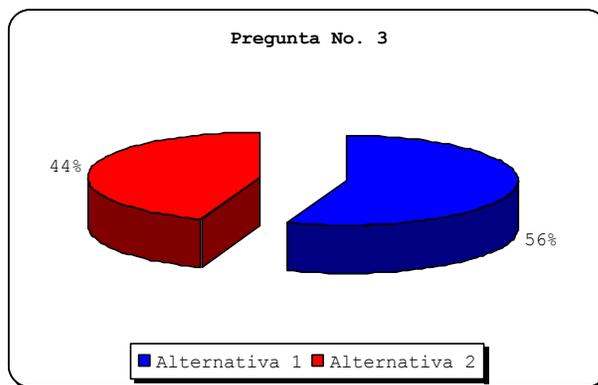
**Objetivo:**

Investigar cuál fue la fuente de financiamiento, al inicio del proyecto de producción y comercialización de dulces típicos, para conocer si la inversión inicial fue rentable y produjo beneficio a las productoras.

**Tabulación**

Pregunta No. 3			
Unidad de Administración y Finanzas			
De dónde obtuvieron el capital para iniciar la producción			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Fue ADEPROCCA quien nos proporcionó el dinero para comenzar a producir, pero luego de las ganancias, obteníamos el dinero para seguir produciendo.	10	56%
2	Fueron donaciones que nos fueron entregados mediante ADEPROCCA que provenia de organismos internacionales (Comunidad Canadiense).	8	44%
<b>Total</b>		18	100%

**Gráfico**



**Comentario:**

De la totalidad de las mujeres encuestadas un 44% señaló que los fondos provinieron de ADEPROCCA y las ganancias obtenidas financiaron la continuidad del proyecto. El 56% restante manifestó que ADEPROCCA es la institución que gestionó los fondos internacionales para la puesta en marcha del proyecto.

#### Pregunta No. 4

¿En qué consistieron las capacitaciones que usted recibió?

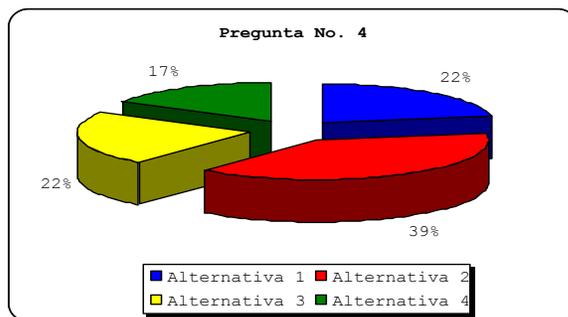
#### Objetivo:

Comprender la forma en el que las productoras recibieron los conocimientos técnicos para la elaboración de los diferentes tipos de dulces típicos y conocer las temáticas de las diferentes capacitaciones recibidas.

#### Tabulación

Pregunta No. 4			
Unidad de Administración y Finanzas			
Los temas de las capacitaciones que han recibido son:			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Hemos recibido capacitaciones sobre como elaborar los dulces de fruta, aunque al inicio nos costó ahora si ya sabemos darle el punto a cada dulce.	4	22%
2	La última capacitación la recibimos en Septiembre de 2004 y fue la de dulces de leche en diversos tipos.	7	39%
3	Los temas de capacitación han sido cómo elaborar los dulces, pero también sobre cómo debemos trabajar en equipo y nuestro valor como mujeres	4	22%
4	Al inicio nos dieron capacitaciones para enseñarnos a leer y escribir, pero no terminamos de aprender porque solo las recibíamos 1 vez a la semana y durante 2 horas,	3	17%
<b>Total</b>		18	100%

#### Gráfico



#### Comentario

El 39% de las encuestadas manifestó que la última capacitación recibida fue en el mes de Septiembre del año 2004 en la cual refinaron la técnica para la elaboración de los dulces de leche. Un 22% indicó haber recibido capacitaciones para elaborar dulces de fruta, otro 22% señaló que las capacitaciones incluyen temáticas concernientes al trabajo en equipo y valorización de la mujer. El 17% restante manifestó que inicialmente las capacitaciones consistieron en alfabetización.

**Pregunta No. 5**

¿Con qué frecuencia recibe capacitaciones?

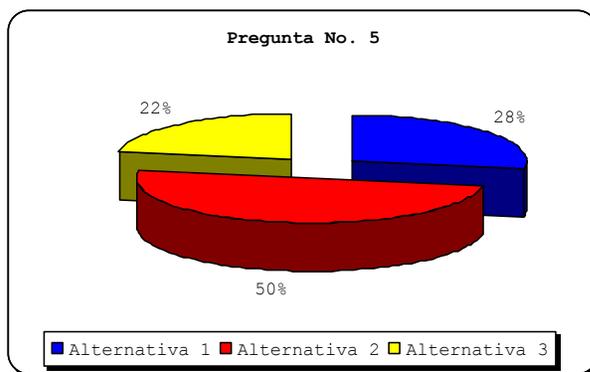
**Objetivo:**

Distinguir la frecuencia de las capacitaciones que reciben las productoras de dulces típicos artesanales, con el propósito de determinar si ellas se encuentran en constante actualización de información.

**Tabulación**

Pregunta No. 5			
Unidad de Administración y Finanzas			
Con qué frecuencia recibe las capacitaciones			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Ahora las capacitaciones ya no son tan frecuentes como antes, pero de parte del PNUD nos tratan de dar siempre charlas sobre igualdad de género	5	28%
2	No hay un número de veces establecidas para recibir capacitaciones, aunque el mes anterior Julio(2005), tuvimos una en la Hacienda el Jobo, sobre motivación	9	50%
3	No tenemos determinado un programa de capacitaciones, solo nos avisan cuando tenemos que asistir a alguna.	4	22%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

El 50% de las encuestadas manifestó que no existe una periodicidad específica, sin embargo otro 28% señaló que actualmente las capacitaciones no son muy frecuentes como cuando inició el proyecto pero siempre reciben charlas, el 22% restante indicó que no poseen un programa específico, ellas asisten siempre y cuando exista un aviso previo.

**Pregunta No. 6**

¿Cómo administra el dinero que invierte para producir y vender los dulces típicos?

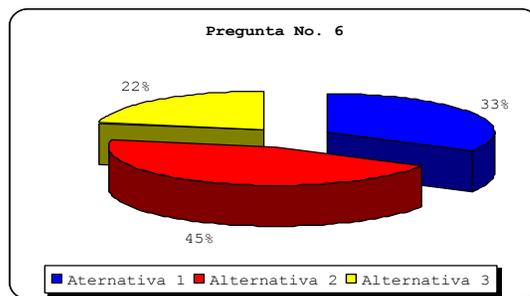
**Objetivo:**

Establecer los medios de control ejercidos por las mujeres del proyecto de los dulces típicos para determinar si éstos son efectivos en lo concerniente al manejo del dinero.

**Tabulación**

Pregunta No. 6			
Unidad de Administración y Finanzas			
Cómo administra el dinero que invierte en la producción			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Maribel maneja el dinero que vamos a utilizar, porque ella puede ir a comprar la materia prima, pero cuando nos divide en grupos se asigna a una persona para que realice esas compras.	6	33%
2	De lo que nos queda cuando vendemos los dulces, apartamos una parte para la casa y otra la guardamos para hacer los dulces de la siguiente vez.	8	44%
3	Mi esposo o mis hijos me ayuda a hacer las cuentas porque me es difícil hacerlas.	4	22%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

El 45% de las encuestadas manifestó que producto de la ventas de los productos cierta cantidad es destinada para cubrir los gastos del hogar y el resto es utilizado para invertirlo nuevamente en la producción de los dulces. Mientras que un 36% señaló que el dinero lo maneja la líder porque cuenta con las facilidades para la compra de la materia prima, sin embargo si se dividen en grupos de trabajo existe una persona asignada por grupo.

**Pregunta No. 7**

¿Cómo se organizan para producir los dulces típicos?

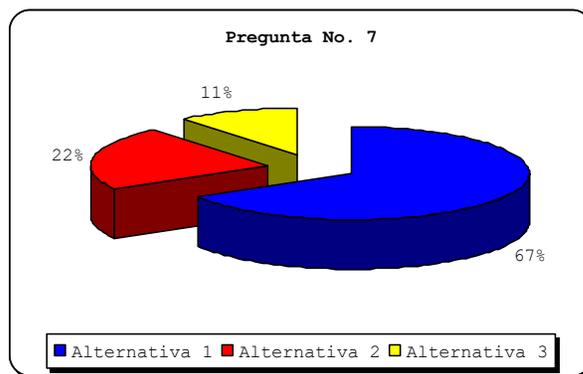
**Objetivo:**

Especificar la organización actual para la producción de dulces típicos artesanales de las mujeres del proyecto, con el propósito de realizar las observaciones pertinentes y tener conocimientos para diseñar una nueva forma de organización.

**Tabulación**

Pregunta No. 7			
Unidad de Administración y Finanzas			
La forma de organización para producir es:			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Cada pareja acuerda que día y a qué horas va a elaborar los dulces, se le avisa a Marta Lisco para que esté pendiente de abrir el local; y evitar que coincidan varios grupos. Se respetan los días y horarios planificados con previa anticipación.	12	67%
2	Trabajamos por parejas y ocupamos las herramientas y utensilios que están en el local, se avisa a Marta para que nos abra la puerta pero de ahí cada quien es responsable de su producción.	4	22%
3	Generalmente producimos cuando ya no tenemos inventario de dulces para salir a vender y se le tiene que dar los \$0.20 del tambo de gas a Marta.	2	11%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

El 67% de las encuestadas señaló que cada pareja acuerda cuándo y a qué horas producirán, únicamente dan aviso a la persona encargada del lugar de producción para que ésta lo habilite, cada pareja respeta los horarios que han sido previamente planificados. Un 22% señala que cada grupo es responsable de su producción pero existe un previo acuerdo para utilizar las herramientas y utensilios.

### Pregunta No. 8

¿Cuáles son los cambios que usted considera, se deben realizar en la organización del grupo y del proyecto?

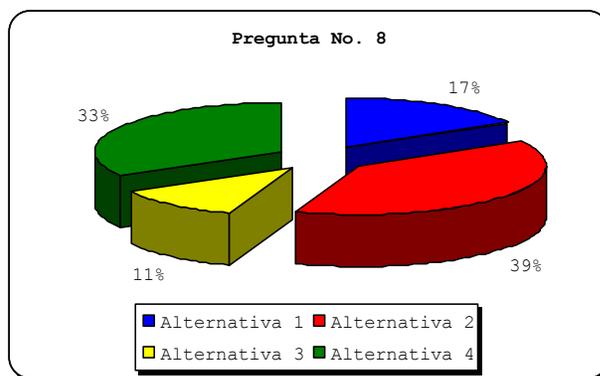
#### Objetivo:

Investigar las propuestas de cambio en la organización del proyecto que tienen las productoras para tomarlas en cuenta en el diseño de la propuesta de investigación.

#### Tabulación

Pregunta No. 8			
Unidad de Administración y Finanzas			
Su propuesta para mejorar la organización del grupo			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Debemos estar pendientes de toda la información para estar enteradas de lo que sucede para beneficio del proyecto y de nosotras	3	17%
2	Queremos mas apoyo de los organismos que nos ayudaron al inicio, porque ahora se han alejado del proyecto de los dulces típicos	7	39%
3	Hacer reuniones para resolver problemas que afectan al grupo, lo ideal sería que todas tuviéramos el mismo entusiasmo e interés de crecer y poner nuestro esfuerzo en todos los procesos.	2	11%
4	Si tuviéramos luz eléctrica, agua potable y teléfono, así como otra cocina y mas herramientas, las cosas nos serían mas fácil	6	33%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

#### Gráfico



#### Comentario

El 39% de las encuestadas coincide que necesitan más apoyo por parte de las organizaciones involucradas con el proyecto, mientras que un 33% señaló que los servicios básicos mejorarán las actuales condiciones del proyecto.

## UNIDAD DE PRODUCCIÓN

### Pregunta No. 9

¿Cuál es la variedad de dulces típicos que elabora?

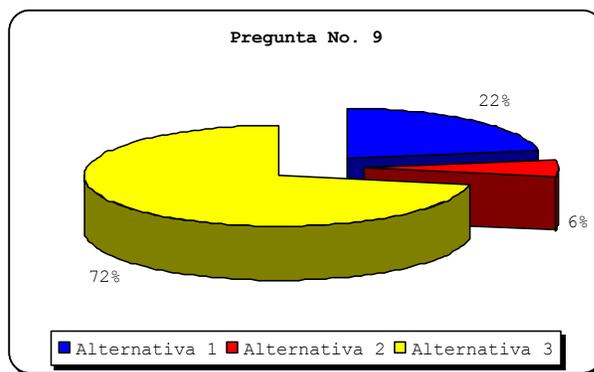
#### Objetivo:

Conocer los diferentes tipos de dulces que producidos en el proyecto y determinar cual es la variedad de dulces que se elabora con mayor frecuencia.

#### Tabulación

Pregunta No. 9			
Unidad de Producción			
Cuál es la variedad de dulces que usted elabora			
No.	Alternativas	Fr	%
1	De leche y de frutas	4	22%
2	Solo de Leche	1	6%
3	Solo de Frutas	13	72%
Total		18	100%

#### Gráfico



#### Comentario

El 72% de las encuestadas señaló que los dulces que se producen con mayor frecuencia son los de fruta, esto obedece a factores como costos y facilidad en la producción. Un 22% manifestó que los dulces de leche y fruta son producidos continuamente. El 6% restante indicó que únicamente produce dulces de leche.

**Pregunta No. 10**

¿Cuáles son las herramientas que utiliza en la producción?

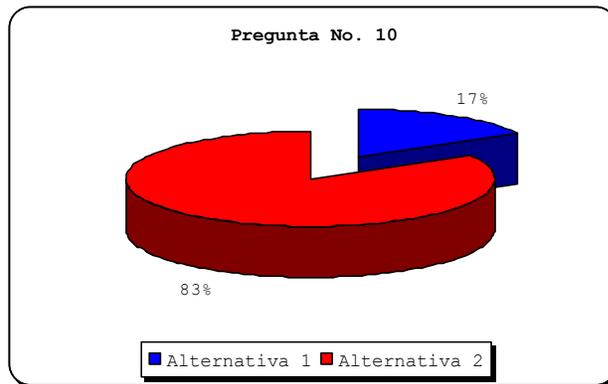
**Objetivo:**

Señalar las principales herramientas e instrumentos que son utilizados por las productoras en la fabricación de los dulces típicos, para establecer si cuentan con utensilios que les faciliten la producción.

**Tabulación**

Pregunta No.10			
Unidad de Producción			
Cuáles son las herramientas que utiliza para la producción			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Cada pareja tienen sus propios instrumentos, lo único que compartimos son las dos ollas y dos paletas grandes que permanecen siempre en el local.	3	17%
2	Ocupamos cocina, ollas, paletas de madera, cucharas, tenedores, cuchillo, bolsas plásticas, mantas, manteles, moldes y regletas de madera.	15	83%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

El 83% de las mujeres encuestadas manifestó que las herramientas y utensilios ocupados en la producción de los dulces son: cocina, ollas, paletas de madera, cucharas, tenedores, cuchillos, bolsas plásticas, mantas, manteles, moldes y reglas de madera. El 17% restante indicó que únicamente comparten las ollas y paletas, el resto de instrumentos cada grupo lo posee.

**Pregunta No. 11**

¿Quiénes son sus proveedores y cuál es el costo de la materia prima e insumos?

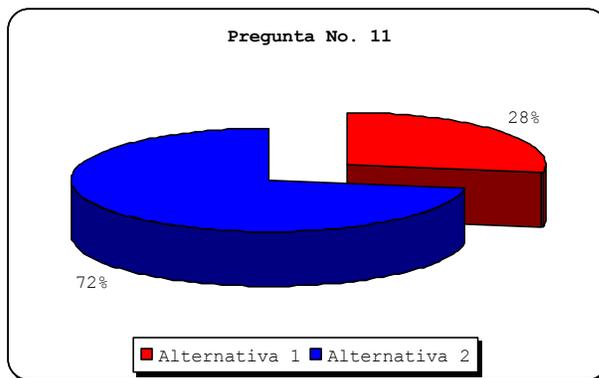
**Objetivo:**

Definir los principales proveedores a los cuales las productoras compran la materia prima utilizada en la producción los dulces típicos para determinar su calidad y costos.

**Tabulación**

Pregunta No. 11			
Unidad de Producción			
Sus principales proveedores y el costo de la materia prima			
No.	Alternativas	Fr	%
1	La leche se compra en el supermercado o a pequeños productores; la canela, la vainilla y la margarina se compran en el supermercado o en tiendas cercanas. El azúcar, la harina y la variedad de frutas, se compra en el mercado local de Nahuizalco o Sonsonate.	5	28%
2	Todos los ingredientes se compran en el mercado y las tiendas cercanas; los costos varían dependiendo del lugar, la cantidad y la temporada en que se compra.	13	72%
<b>Total</b>		18	100%

**Gráfico**



**Comentario**

El 72% de las mujeres encuestadas señaló que toda la materia prima es adquirida en los mercados y tiendas de conveniencias cercanas al lugar de producción, sus costos varían dependiendo de la cantidad y temporada. Mientras que el 28% restante indicó que ciertos productos son adquiridos en los Supermercados de la zona.

**Pregunta No. 12**

¿Existe algún factor que les impida elaborar los dulces?

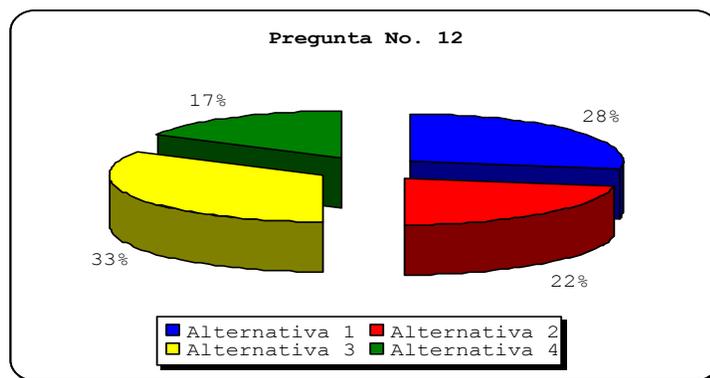
**Objetivo:**

Determinar los principales factores que condicionan la fabricación de los dulces típicos para así establecer posibles alternativas de solución.

**Tabulación**

Pregunta No. 12			
Unidad de Producción			
Factores o condiciones que impiden la producción			
No.	Alternativas	Fr	%
1	La lluvia obstaculiza la producción y el almacenamiento de los dulces; porque éstos se humedecen y se nacen. En verano existen menos inconvenientes y se produce con mas confianza.	5	28%
2	No tener agua potable, luz eléctrica y teléfono impide que se trabaje bajo condiciones adecuadas, para elaborar los dulces	4	22%
3	La falta de transporte hace que sea difícil llevar la materia prima mas pesada al local donde se produce o que se incremente su costo porque se paga un pick up.	6	33%
4	No contar con mas cocinas y utensilios para hacer mayores cantidades de dulces cuando la demanda aumenta.	3	17%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

Un 33% de las encuestadas señaló que un factor que condiciona la producción es el transporte, mientras que un 28% manifestó que las condiciones climáticas y las limitantes en el almacenamiento impiden la producción de los productos. Otro 22% lo adjudica a los servicios básicos, el 17% restante

**Pregunta No. 13**

¿Cuál es el proceso de elaboración de dulces típicos que usted realiza?

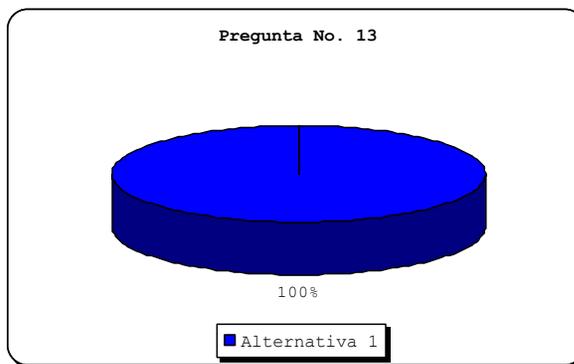
**Objetivo:**

Señalar los procesos de elaboración de los principales dulces típicos del proyecto, para conocer las fases y las etapas de producción.

**Tabulación**

Pregunta No. 13			
Unidad de Producción			
El proceso de elaboración de dulces típicos consiste en:			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Se limpia la materia prima, si es necesario se cocina, luego se deja enfriar, se da forma al dulce (se corta), luego se pesa, se empaqueta y se pone en inventario.	18	100%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

El 100% de las encuestadas coincide en las fases de producción de los dulces típicos, cada una de las cuales señala las diferencias existentes entre los diferentes tipos de dulces.

## UNIDAD DE MERCADEO

### Pregunta No. 14

¿Cuál es el tipo de dulce que más se vende?

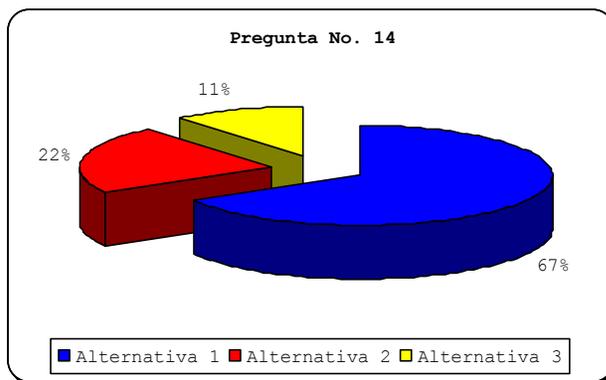
#### Objetivo:

Establecer cuál es la variedad de dulces típicos mas vendida y de esta forma obtener el producto más representativo entre la gama de sabores que se ofrecen al mercado.

#### Tabulación

Pregunta No. 14			
Unidad de Mercadeo			
Qué tipo de dulces es el que se vende mas			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Los dulces que más se venden son los de leche y coco.	12	67%
2	Las 3 variedades de coco son las que mas se venden (Conserva Blanca y Negra y Coco Rayado)	4	22%
3	Se venden mas los dulces de tamarindo y nance	2	11%
<b>Total</b>		18	100%

#### Gráfico



#### Comentario

De la totalidad de las encuestadas un 67% señaló que los dulces que se venden con más frecuencia son los de leche y coco (fruta), mientras que un 22% manifestó que es el coco (en sus diferentes variedades) el producto con mayores niveles de ventas. El 11% restante indicó que los productos más vendidos son el tamarindo y nance.

**Pregunta No. 15**

¿Cuál es el precio de los dulces típicos?

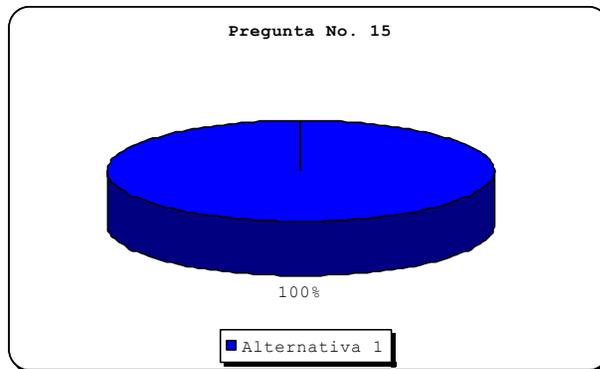
**Objetivo:**

Delimitar el intervalo en el que oscila el precio de los dulces típicos del proyecto para indagar sobre el nivel de utilidad versus la inversión en costo unitario.

**Tabulación**

Pregunta No. 15			
Unidad de Mercadeo			
El precio de los dulces típicos es de:			
No.	Alternativas	Fr	%
1	El precio en los Kioscos son: el de fruta a \$0.35 y el de leche a \$0.50. En los mercados el precio se reduce a \$0.25 los de fruta y los de leche se venden a \$0.35.	18	100%
<b>Total</b>		18	100%

**Gráfico**



**Comentario**

El 100% de las encuestadas coincidió con los diferentes precios de los productos haciendo la distinción que estos variarán de acuerdo al lugar de venta.

**Pregunta No. 16**

¿Cuáles son los lugares de venta de los productos?

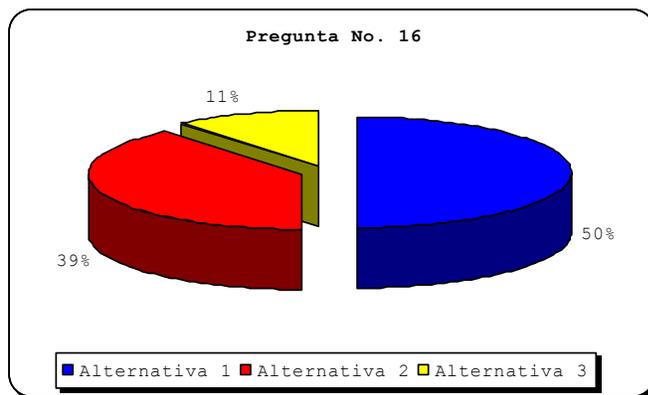
**Objetivo:**

Reconocer cuáles son los principales lugares de venta de los dulces típicos e identificar de esta forma el canal de distribución utilizado para la comercialización.

**Tabulación**

Pregunta No. 16			
Unidad de Mercadeo			
Los lugares de venta de los dulces típicos son:			
No.	Alternativas	Fr	%
1	En los Kioscos es donde se vende los dulces, siendo el Kiosco 1 es el lugar de mayor venta de dulces típicos.	9	50%
2	Los mercados centrales de Sonsonate, Santa Ana y Santa Tecla son los lugares en donde se vende los dulces típicos.	7	39%
3	En los buses y en los mercados locales de Sonsonate	2	11%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

El 50% de las mujeres encuestadas manifestó que los kioscos constituyen su principal lugar de venta, siendo el kiosco 1 el que reporta mayores niveles. Un 39% señaló que los principales lugares de venta lo conforman los mercados de Sonsonate, Santa Ana y Santa Tecla. El 11% restante indicó la mayor cantidad de ventas la realizan en los mercados de Sonsonate y autobuses que utilizan para transportar los productos.

**Pregunta No. 17**

¿Cuáles son los problemas más comunes al comercializar los dulces típicos?

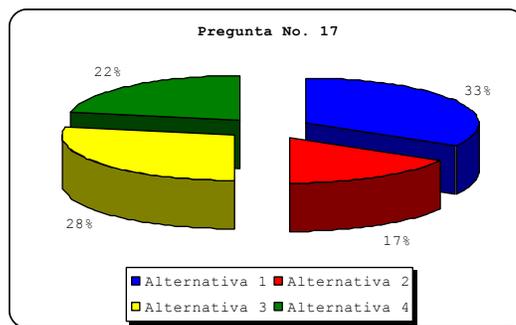
**Objetivo:**

Diferenciar los principales problemas para comercializar los dulces típicos y de esta forma plantear nuevas estrategias.

**Tabulación**

Pregunta No. 17			
Unidad de Mercadeo			
Problemas más comunes al comercializar los dulces			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Algunas bolsitas tienen menos unidades aunque su peso es de 2 oz. y las personas piensan que tienen menos producto, también algunas personas nos piden facturas para comprobar la compra y nosotros no tenemos facturas.	6	33%
2	A veces es difícil decidir quien venderá y dará mantenimiento al kiosco; ya que todas tenemos obligaciones y también tenemos que producir los dulces para vender.	3	17%
3	Un problema que se presenta es que el dulce se tenga que cambiar porque esté arruinado o se haya nacido debido al mal clima y los cambios bruscos de temperatura.	5	28%
4	No se cuenta con el registro sanitario y el código de barras para vender en más lugares o en los supermercados .	4	22%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

Un 33% de las encuestadas manifestó que el principal problema al momento de comercializar los productos lo constituye el peso de los mismos, mientras que un 28% se lo adjudicó a la pronta caducidad debido a condiciones climáticas y cambios bruscos en la temperatura. Sin embargo, un 22% señaló que el registro sanitario y la ausencia de códigos de barras imposibilitan la comercialización en los supermercados, el 22% restante indicó que la ausencia de una persona responsable de la comercialización en los kioscos representa un problema.

**Pregunta No. 18**

¿Quiénes son sus principales clientes?

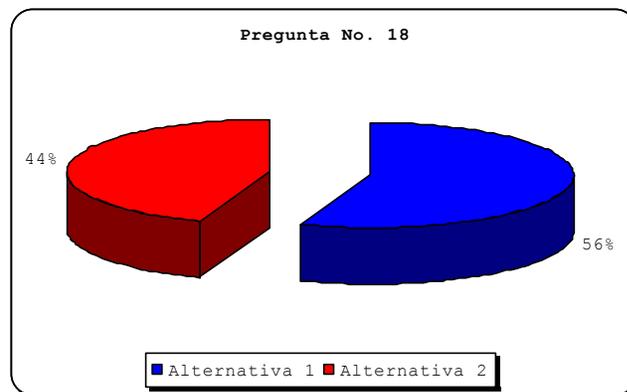
**Objetivo:**

Elaborar un perfil de las personas que compran dulces típicos para diferenciar los clientes potenciales de los reales.

**Tabulación**

Pregunta No. 18			
Unidad de Producción			
Sus principales clientes son:			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Son las personas que pasan en vehículo por las carreteras, principalmente turistas que van lugares aledaños a Nahuizalco.	10	56%
2	Personas que tienen puesto en los mercados o que compran en el mercado y algunas que viven cerca de la comunidad.	8	44%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

El 56% de las encuestadas manifestó que sus principales clientes lo conforman las personas que transitan por la carretera donde se encuentran ubicados los kioscos (generalmente son turistas o residentes de la zona), el 44% restante señaló a los clientes de los mercados y residentes de la comunidad.

**Pregunta No. 19**

¿Quién es su principal competencia?

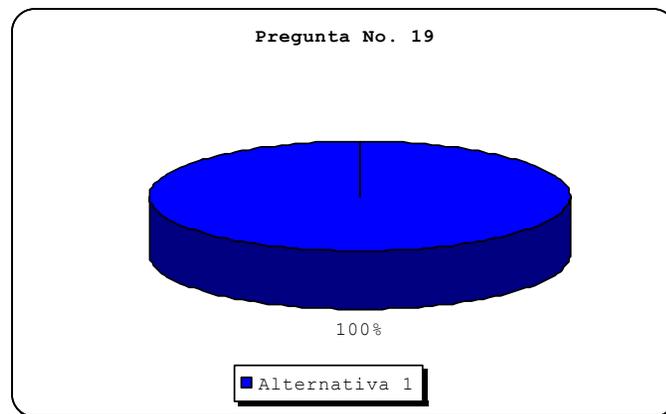
**Objetivo:**

Señalar a quiénes consideran las productoras su principal competencia y de esta forma plantear estrategias enfocadas a generar un mayor posicionamiento del mercado.

**Tabulación**

Pregunta No. 19			
Unidad de Mercadeo			
Su principal competencia es:			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Las mujeres que producen dulces típicos en Guazapa, ya tienen diferente presentaciones y otras formas de preparar los dulces de leche	18	100%
<b>Total</b>		18	100%

**Gráfico**



**Comentario**

El 100% de las mujeres encuestadas manifestó que su principal competencia la conforman las mujeres productoras de Guazapa porque ella poseen otras presentaciones y cuentan con otras técnicas que les permiten producir y preparar otros tipos de dulces (leche principalmente).

**Pregunta No. 20**

¿Cuáles son sus ideas para incrementar el nivel de ventas de los dulces típicos?

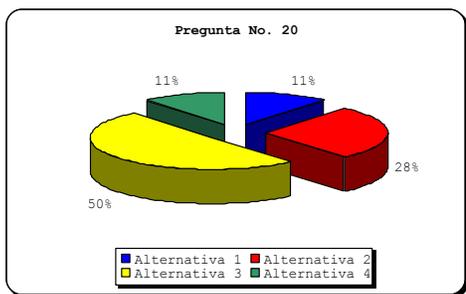
**Objetivo:**

Identificar las ideas de las mujeres del proyecto, destinadas a incrementar el nivel de ventas de los dulces típicos para que esto constituya un aumento de las utilidades en concepto de ventas.

**Tabulación**

Pregunta No. 20			
Unidad de Mercadeo			
Sus ideas para incrementar las ventas son:			
No.	Alternativas	Fr	%
1	Vender en mas lugares y en las Ferias de las zonas aledañas.	2	11%
2	Que se tuviera el registro sanitario y código de barras, para venderlos en tiendas, supermercados y si es posible exportarlo.	5	28%
3	Hacer que los clientes identifiquen más los productos que elaboramos.	9	50%
4	Comercializar los dulces en las escuelas, en los mercados o tener pequeños puntos de ventas en otros lugares y no solo los Kioscos	2	11%
<b>Total</b>		<b>18</b>	<b>100%</b>

**Gráfico**



**Comentario**

El 50% de las encuestadas manifestó que el hecho de lograr que el cliente se identifique con los productos incrementará las ventas, no obstante un 28% considera que tanto el registro sanitario como el código de barras constituyen instrumentos que les permitirán incrementar notablemente las ventas de los productos. El 22% restante señaló que el incremento de puntos de ventas y comercializarlos lugares como escuelas y parques mejorará el volumen de ventas.

ANEXO NO. 5  
 CARACTERÍSTICAS DE LOS MATERIALES Y MATERIA PRIMA UTILIZADOS EN LA  
 ELABORACIÓN DE LOS DULCES TÍPICOS ARTESANALES

Materia Prima/ Materiales	Unid. Med.			Presentación	Marca	Costos		Transporte		Proveedor		
	Ml.	Gr.	Lb.			Verano	Invierno	Bus	Pick Up	Super	Mercado	Tienda
Leche	750			Bolsa	Salud	0.60		0.35	0.35			
Azúcar			1	Bolsa	Molsa	0.35		0.35	0.35			
Margarina		90		Barra	Mirasol	0.17		0.35	0.35			
Vainilla	150			Bote		0.77		0.35	0.35			
Maizena		20		Caja	La Milpa	0.10		0.35	0.35			
Huevo				Unitaria	El Grangero	0.10		0.35	0.35			
Canela				Bolsita	Badia	0.12		0.35	0.35			
Coco				Docena		3.00	3.50	0.35	0.35			
Papaya			1	Unidad		0.85	1.00	0.35	0.35			
Nance			1	Unidad		0.50	0.65	0.35	0.35			
Tamarindo			1	Unidad		1.00		0.35	0.35			
Zapote			1	Unidad		0.85	1.00	0.35	0.35			
Envoltorio				Ciento		1.50		0.35	0.35			
Viñeta				Docena		0.24		0.35	0.35			
Pasas			1	Bolsa		1.60		0.35	0.35			
Maní			1	Bolsa		0.60		0.35	0.35			
Marañón			1	Bolsa		3.00		0.35	0.35			
Dulce de Atado				Tarro		0.55		0.35	0.35			
Harina			1	Bolsa	Molsa	0.28		0.35	0.35			

Fuente: El Grupo

ANEXO NO. 6

MATERIALES Y MATERIA PRIMA UTILIZADOS EN LA ELABORACIÓN DE LOS DULCES TÍPICOS

Producto	Variedad	Materiales								Presentación
		Cantidad (libras)	Leche (Botellas)	Azúcar (libras)	Margarina (Barras)	Vainilla (cucharadas)	Maizena (onzas)	Huevos (unidades)	Otro	Bolsas de 2 onzas
Coco	Rayado	6 Coco (Rayado)		3						24 Bolsitas
	Conserva Blanca	6 Coco (Molido)		4½					Agua de coco	32 Cuadritos
	Conserva Negra	6 Coco (Molido)		1½					3 Atados de dulce y Agua de coco	32 Cuadritos
Papaya	Rayada	5 Papaya (Rayada)		2½					1 onza de Cal, Cáscaras de limón y canela.	30 Bolsitas
	con Leche	2 Papaya (Trozos)	5	3	1	2			1 cucharada de Canela molida	32 Cuadritos
Nance	Bolitas de Nance	6 Nance		1					3 Atados de dulce	50 Bolsitas (6 bolitas)
Tamarindo	Bolitas de Tamarindo	1 Tamarindo		3						40 Bolsitas (6 bolitas)
Leche	Canillitas		5	2½	1	2	1		3 rajas de canela	19 Bolsitas (4 canillitas)
	Con Pasas	1/2 Pasas	5	2½	1	2	1		Canela en rajas mas 1 cucharada de molida	32 Cuadritos
	Con Maní	1/2 Maní	5	2½	1	2	1		Canela en rajas mas 1 cucharada de molida	50 Cuadritos
	Burra				1	4			8 Atados de dulce y cocoa en polvo	40 Cuadritos
	Con Zapote	3 Zapote	2½	3	1	2			1 cucharada de Canela molida	32 Cuadritos
	Marañón	1/2 Marañón	5	3	1	2			1 cucharada de Canela molida	32 Cuadritos
	Tartarita		5	2			2	3	1/2 libra Harina de Trigo y ½ cucharada de Sal	19 Bolsitas
	Mazapán	1 Marañón	4 onzas (polvo)	3	1				2 onzas de Manteca	19 Figuritas

Fuente: El Grupo

ANEXO NO. 7  
DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS

**I-PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE DULCES DE LECHE  
DENOMINADO "CANILLITAS" (RECETA BASE PARA LOS DULCES DE LECHE) .**

INGREDIENTES:

- 5 bolsas de 750 ml. de leche "Salud".
- 2½ libras de azúcar.
- 4 rajadas de canela.
- 2 cucharaditas de vainilla blanca.
- 1 barra de margarina.
- 1 caja de maicena 50 grs.

PROCEDIMIENTO:

1. En un recipiente hondo se integra las 5 bolsas de leche, las 2½ libras de azúcar, las 4 rajadas de canela y las 2 cucharaditas la vainilla.
2. Después de integrados, se cosen los ingredientes a fuego alto mezclando constantemente.
3. Cuando la mezcla está en punto de ebullición, se quitan las rajitas de canela y se le agrega la barra de margarina.
4. Los ingredientes se mantienen hirviendo y moviendo constantemente, hasta tener un punto de masa (2 horas aproximadamente).
5. Transcurridas las 2 hrs. y cuando se obtiene el punto de masa, se retira la mezcla del recipiente y se pone a enfriar sobre un plástico por una hora aproximadamente.
6. Cuando ya está fría la masa, se van formando y cortando las canillitas, utilizando maicena para que no se adhieran a cualquier superficie; a las canillitas se le puede dar

diferentes acabados, con el tenedor o con el cuchillo al momento del corte.

7. Luego de cortar las canillitas se pesan las bolsas, de forma que contengan 2 onzas de producto.
8. Por último se sellan con la etiqueta que contiene la marca La Nahuizalqueña, quedando listos para la venta.

## **II-PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE DULCES DE LECHE DENOMINADO "DULCE DE LECHE CON PASAS".**

### INGREDIENTES:

- 5 bolsas de 750 ml. de leche "Salud".
- ½ libras de pasas.
- 2½ libras de azúcar.
- 4 rajas de canela.
- 2 cucharadita de vainilla blanca.
- 1 barra de margarina.
- 1 caja de maicena 50 grs.

### PROCEDIMIENTO:

1. En un recipiente hondo se integra las 5 bolsas de leche, las 2½ libras de azúcar, las 4 rajas de canela y las 2 cucharaditas de vainilla.
2. Después de integrados, se cosen los ingredientes a fuego alto mezclando constantemente.
3. Cuando la mezcla está en punto de ebullición, se quitan las rajitas de canela y se le agrega la barra de margarina.
4. Cuando la mezcla está empezando a condensar se le agrega la ½ libra de pasas.
5. Los ingredientes se mantienen hirviendo y moviendo constantemente, hasta tener un punto de masa en un tiempo aproximado de 2 hrs.

6. Luego de transcurridas las 2 hrs. y cuando se obtiene el punto de masa, la mezcla se retira del recipiente y se coloca a enfriar sobre un molde de madera con plástico por una hora aproximadamente.
7. Cuando la masa ya está fría dentro del molde se cortan los cuadros según las medidas para que pesen 2 onzas c/u.
8. Después de cortados, los cuadros se empacan en las bolsas de polipropileno.
9. Por último se sellan con la etiqueta que contiene la marca La Nahuizalqueña, quedando listos para la venta.

### **III-PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE DULCES DE LECHE DENOMINADO "DULCE DE LECHE CON MANÍ".**

#### INGREDIENTES:

- 5 bolsas de 750 ml. de leche "Salud".
- ½ libra de maní.
- 2½ libra de azúcar.
- 4 rajadas de canela.
- 2 cucharadita de vainilla blanca
- 1 barra de margarina
- 1 caja de maicena 50 grs.

#### PROCEDIMIENTO:

1. En un recipiente hondo se integra las 5 bolsas de leche, las 2½ libras de azúcar, las 4 rajadas de canela y las 2 cucharaditas de vainilla.
2. Después de integrados, se cosen los ingredientes a fuego alto mezclando constantemente.
3. Cuando la mezcla está en punto de ebullición, se quitan las rajitas de canela y se le agrega la barra de margarina.

4. Cuando la mezcla está empezando a condensar se le agrega la  $\frac{1}{2}$  libra de maní.
5. Los ingredientes se mantienen hirviendo y moviendo constantemente, hasta tener un punto de masa en un tiempo aproximado de 2 hrs.
6. Transcurridas 2 hrs. y cuando se obtiene el punto de masa, la mezcla se retira del recipiente y se coloca a enfriar sobre un molde de madera con plástico por una hora aproximadamente.
7. Cuando la masa ya está fría dentro del molde se cortan los cuadros según las medidas para que pesen 2 onzas cada una.
8. Después de cortados, los cuadros se empaican en las bolsas de polipropileno.
9. Por último se sellan con la etiqueta que contiene la marca La Nahuizalqueña, quedando listos para la venta.

#### **IV-PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE DULCES DE LECHE DENOMINADO "DULCE DE LECHE CON ZAPOTE".**

##### INGREDIENTES:

- 5 bolsas de 750 ml. de leche "Salud".
- 3 zapotes.
- $2\frac{1}{2}$  libras de azúcar.
- 4 rajas de canela.
- 2 cucharaditas de vainilla blanca.
- 1 barra de margarina.

##### PROCEDIMIENTO:

1. En un recipiente hondo se integra las  $2\frac{1}{2}$  bolsas de leche, la  $1\frac{1}{2}$  libras de azúcar, las 4 rajas de canela y la cucharadita de vainilla.
2. Se licuan los zapotes con las  $2\frac{1}{2}$  bolsas de leche, la  $1\frac{1}{2}$  libras de azúcar y la cucharadita de vainilla.

3. Después de integrados se cosen los ingredientes a fuego alto mezclando constantemente por separado.
4. Cuando la mezcla está en punto de ebullición, se quitan las rajitas de canela y se le agrega la barra de margarina.
5. Los ingredientes se mantienen hirviendo y moviendo constantemente, hasta tener un punto de masa en un tiempo aproximado de 2 hrs.
6. Transcurridas las 2 hrs. y cuando se obtiene el punto de masa, la mezcla se retira de los recipientes y se coloca sobre los moldes de madera con plástico por una hora aproximadamente.
7. Cuando la masa ya está fría dentro de los moldes se cortan los cuadros según las medidas para que pesen 2 onzas cada una.
8. Después de cortados los cuadros de cada molde, se unen procurando que el cuadro de color, quede en la parte superior
9. Por último se empaacan en las bolsas de polipropileno y se sellan con la etiqueta que contiene la marca La Nahuizalqueña, quedando listos para la venta.

**V-PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE DULCES DE FRUTA DENOMINADO "COCO RALLADO".**

INGREDIENTES:

- 6 libras de coco.
- 3 libras de azúcar.
- 3 tazas de agua.

PROCEDIMIENTO:

1. A los 12 cocos se les retira la corteza y se parten en cuatro partes para ser rallados.
2. La manera en la que se deben ser rallados es de forma horizontal, larga y delgada.

3. Se pesa todo el coco rayado teniendo en cuenta la relación que por cada 2 lb. de coco se agrega 1 lb. de azúcar.
4. En un recipiente hondo se mezclan las 3 tasa de agua con las 3 lb. de azúcar y sin moverlo, se hierve.
5. Cuando la mezcla está hirviendo se agrega el coco de manera que el agua cubra lo exactamente.
6. Se mueve constantemente, de manera que todo el coco quede cosido y tostado.
7. Cuando el coco está en su punto; es decir seco y con la azúcar adherida, se retira del recipiente, en una manta para que se enfríe.
8. Se empacan y se pesan de 2 onzas de coco en cada bolsita.
9. Por último se sellan las bolsas de polipropileno, con la etiqueta que contiene la marca La Nahuizalqueña, quedando lista para la venta.

#### **VI-PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE DULCES DE FRUTA DENOMINADO "TAMARINDO".**

##### INGREDIENTES:

- 1 libra de tamarindo pelado.
- 2½ libras de azúcar.

##### PROCEDIMIENTO:

1. Se limpia la libra de tamarindo, quitando residuos de cáscara y otras partículas.
2. En un recipiente hondo se pone el tamarindo y se reagrega gradualmente la azúcar, integrándolo poco a poco.
3. Luego, se mezcla constantemente hasta formar una masa uniforme.
4. Después de mezclado la masa se deja reposar por 1½ hora hasta que se enfríe.

5. Después de reposar la masa, se procede a formar las bolitas de dulce, presionando constantemente con los dedos y con la palma de la mano, como formando círculos.
6. Se empacan 6 bolitas de dulce en cada bolsita, procurando que cada una pese 2 onzas.
7. Por último se sellan con la etiqueta que contiene la marca La Nahuizalqueña, quedando listos para la venta.

**VII-PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE DULCES DE FRUTA DENOMINADO "NANCE".**

INGREDIENTES:

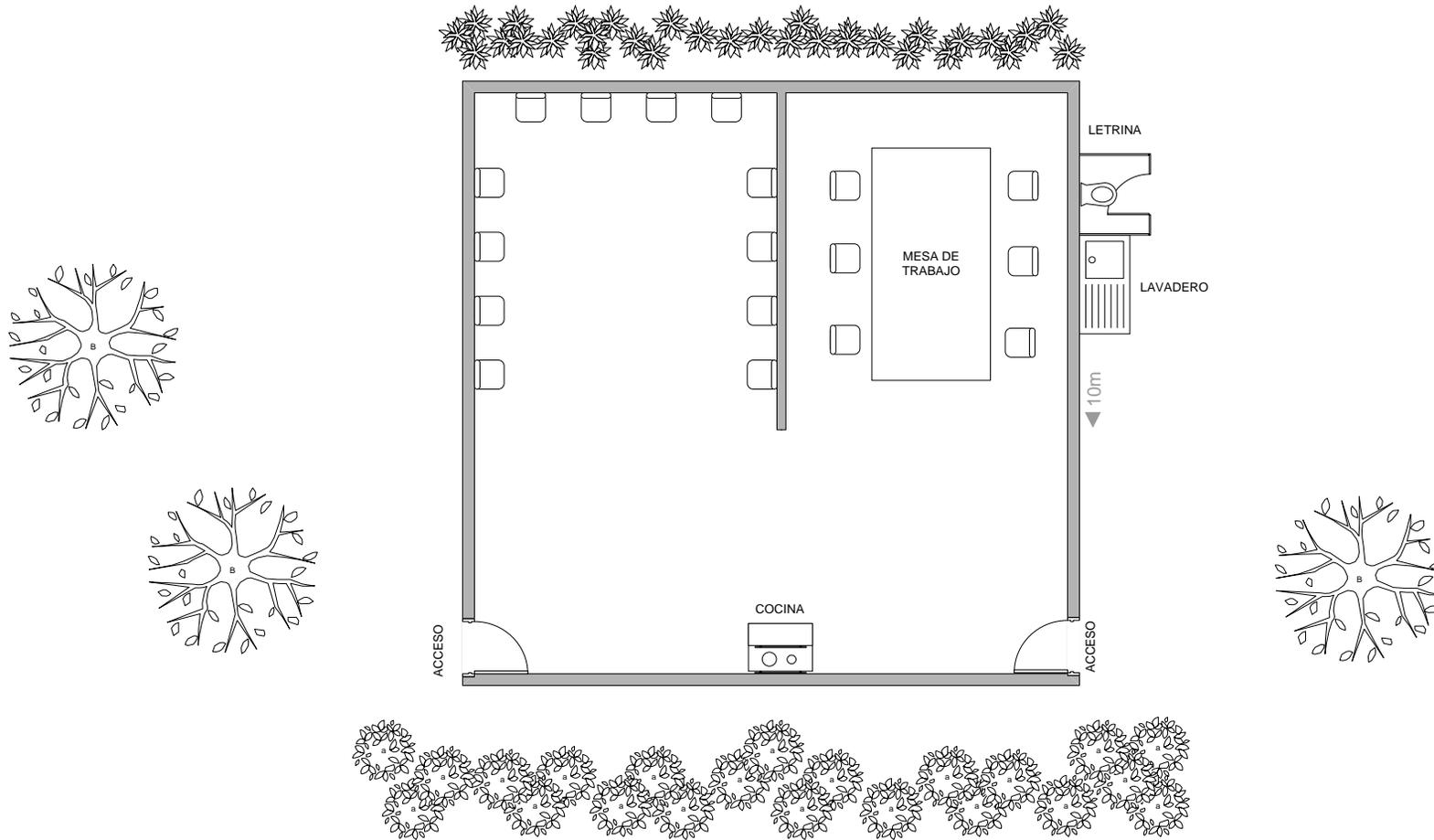
- 10 libras de Nance.
- 1½ libras de azúcar.
- 5 atado de dulce.
- Agua.

PROCEDIMIENTO:

1. Se limpian las 10 libras de nance y se separan los que están pasados de maduros y los que son de color oscuro.
2. En un recipiente hondo se coloca el nance, se le agrega agua procurando que los cubra y se dejan reposar por un día.
3. Luego el nance se saca del agua, se desase con las manos y se hierve con una 1 libra de azúcar.
4. En otro recipiente se cose el atado de dulce con un poquito de agua de manera que quede en un estado líquido.
5. Cuando el agua de los nances está por evaporarse se le agrega el atado de dulce colado y se mezcla constantemente hasta formar una masa.
6. La masa se deja reposar hasta que se enfríe.

7. Después de fría se procede a formar las bolitas de dulce, presionando constantemente con los dedos y con la palma de la mano, como formando círculos.
8. Se empacan 6 bolitas de dulce en cada bolsita, procurando que cada una pese 2 onzas.
9. Por último se sellan con la etiqueta que contiene la marca La Nahuizalqueña, quedando listos para la venta.

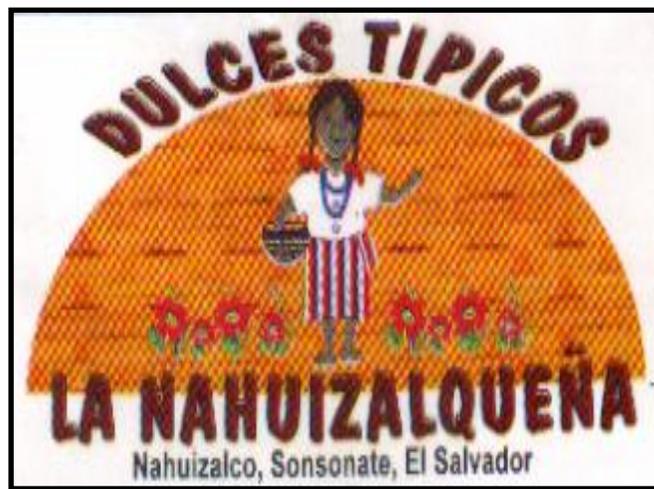
ANEXO NO. 8  
DISTRIBUCIÓN EN PLANTA ACTUAL



Fuente: El Grupo

ANEXO NO. 9

IMAGEN DE LA MARCA LA NAHUIZALQUEÑA



Fuente: Imagen tomada de la viñeta de los dulces típicos.

ANEXO NO. 10

COSTO DE MATERIA PRIMA UTILIZADA EN LA ELABORACIÓN DE LOS DULCES TÍPICOS

Material	Variedad	Producto (\$)			Leche (\$)			Azúcar (\$)			Margarina (\$)		Vainilla (\$)		Dulce de Atado (\$)			TOTAL (\$)
		Unid.	C Unit	Total	Unid.	C Unit	Total	Unid.	C Unit	Total	Unid.	Total	Unid.	Total	Unid.	C Unit	Total	
Coco	Rayado	12.00	0.25	3.00			0.00	3.00	0.35	1.05		0.00		0.00			0.00	4.05
	Conserva Blanca	12.00	0.25	3.00			0.00	4.50	0.35	1.58		0.00		0.00			0.00	4.58
	Conserva Negra	12.00	0.25	3.00			0.00	1.50	0.35	0.53		0.00		0.00	3.00	0.55	1.65	5.18
Papaya	Rayada	5.00	0.85	4.25			0.00	2.50	0.35	0.88		0.00		0.00			0.00	5.13
	Con Leche	2.00	0.85	1.70	5.00	0.60	3.00	3.00	0.35	1.05	1.00	0.17		0.00			0.00	5.92
Nance	Bolitas	6.00	0.50	3.00			0.00	1.00	0.35	0.35		0.00		0.00	3.00	0.55	1.65	5.00
Tamarindo	Bolitas	1.00	1.00	1.00			0.00	3.00	0.35	1.05		0.00		0.00			0.00	2.05
Leche	Canillitas			0.00	5.00	0.60	3.00	2.50	0.35	0.88	1.00	0.17	2.00	0.10			0.00	4.15
	Con Pasas	0.50	1.60	0.80	5.00	0.60	3.00	3.00	0.35	1.05	1.00	0.17	2.00	0.10			0.00	5.12
	Con Maní	0.50	0.60	0.30	5.00	0.60	3.00	3.00	0.35	1.05	1.00	0.17	2.00	0.10			0.00	4.62
	Burra			0.00	5.00	0.60	3.00			0.00	1.00	0.17	4.00	0.20	8.00	0.55	4.40	7.77
	Con Zapote	3.00	0.65	1.95	3.00	0.60	1.80	2.00	0.35	0.70	1.00	0.17	2.00	0.10			0.00	4.72
	Marañón	0.50	3.00	1.50	5.00	0.60	3.00	3.00	0.35	1.05	1.00	0.17	2.00	0.10			0.00	5.82
	Tartarita	1.00	0.30	0.30	5.00	0.60	3.00	3.00	0.35	1.05	2.00	0.34	0.50	0.10			0.00	4.79
	Mazapán	1.00	3.00	3.00	0.50	0.60	0.30	3.00	0.35	1.05	1.00	0.17		0.00			0.00	4.52
<b>TOTAL</b>				<b>26.80</b>			<b>23.10</b>			<b>13.30</b>		<b>1.70</b>		<b>0.80</b>			<b>7.70</b>	<b>73.4</b>

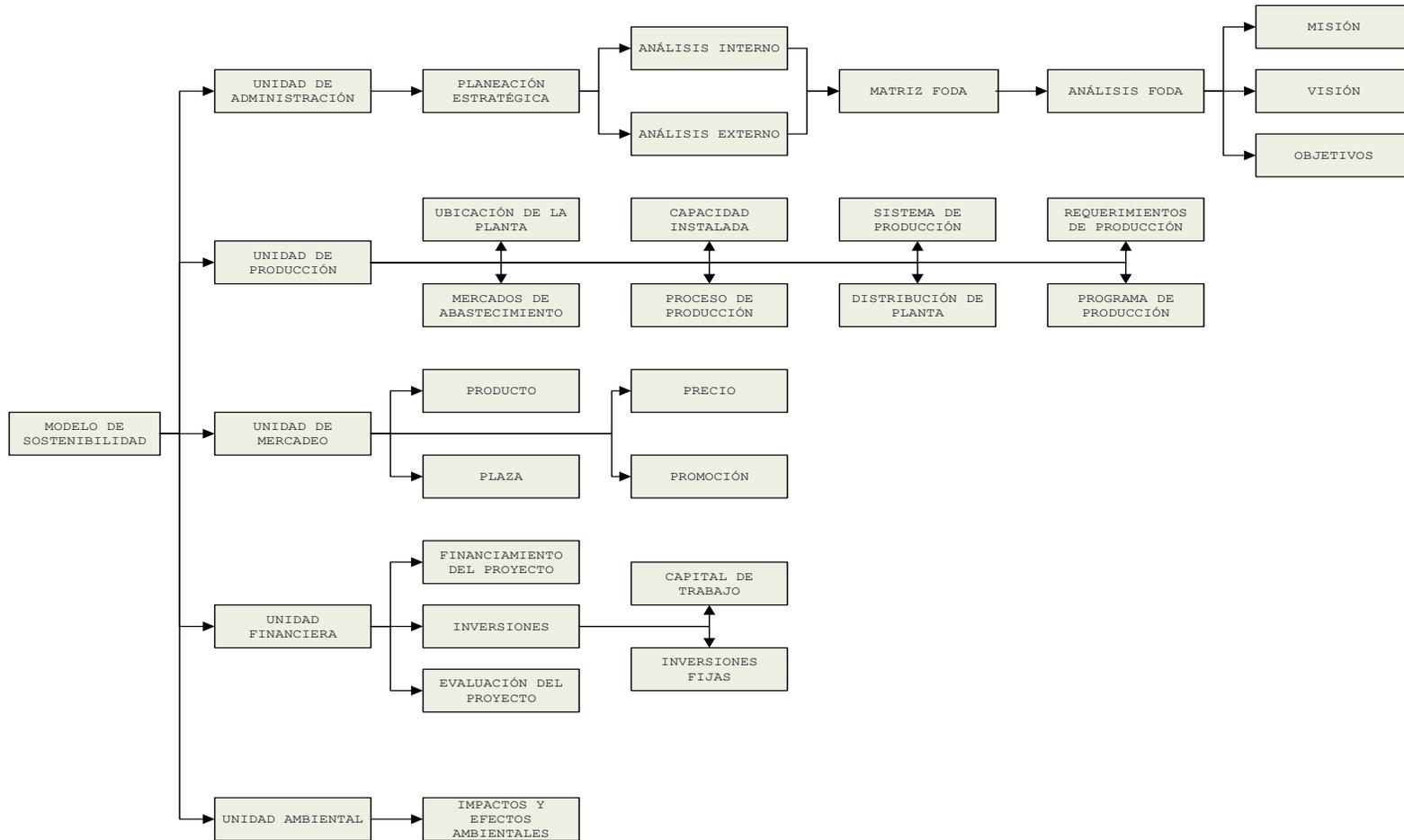
Fuente: El Grupo

ANEXO NO. 11  
COSTOS DE PRODUCCIÓN Y UTILIDADES ACTUALES

No.	Material	Variiedad	Costo Materia Prima (Total)	No. de Bolsas de 2 Oz.	Cto. Directo de Fabricación (Unitario)	Cto. Indirecto de Fabricación (Unitario)	Costo de Producción (Unitario)	Precio Venta Kiosco	Precio Venta Mercado	Utilidad en Kiosco (Unitario)	Utilidad en Mercado (Unitario)	Utilidad en Kiosco (Total)	Utilidad en Mercado (Total)
1	Coco	Rayado	4.05	24	\$ 0.169	\$ 0.041	\$ 0.209	\$ 0.35	\$ 0.25	\$ 0.141	\$ 0.041	\$ 3.38	\$ 0.98
2		Conserva Blanca	4.58	32	\$ 0.143	\$ 0.046	\$ 0.189	\$ 0.35	\$ 0.25	\$ 0.161	\$ 0.061	\$ 5.16	\$ 1.96
3		Conserva Negra	5.18	32	\$ 0.162	\$ 0.052	\$ 0.213	\$ 0.35	\$ 0.25	\$ 0.137	\$ 0.037	\$ 4.37	\$ 1.17
4	Papaya	Rayada	5.13	30	\$ 0.171	\$ 0.051	\$ 0.222	\$ 0.35	\$ 0.25	\$ 0.128	\$ 0.028	\$ 3.84	\$ 0.84
5		Con Leche	5.92	32	\$ 0.185	\$ 0.059	\$ 0.244	\$ 0.35	\$ 0.25	\$ 0.106	\$ 0.006	\$ 3.39	\$ 0.19
6	Nance	Bolitas	5.00	50	\$ 0.100	\$ 0.050	\$ 0.150	\$ 0.35	\$ 0.25	\$ 0.200	\$ 0.100	\$ 10.00	\$ 5.00
7	Tamarindo	Bolitas	2.05	40	\$ 0.051	\$ 0.021	\$ 0.072	\$ 0.35	\$ 0.25	\$ 0.278	\$ 0.178	\$ 11.13	\$ 7.13
8	Leche	Canillitas	4.15	19	\$ 0.218	\$ 0.041	\$ 0.260	\$ 0.50	\$ 0.35	\$ 0.240	\$ 0.090	\$ 4.57	\$ 1.72
9		Con Pasas	5.12	32	\$ 0.160	\$ 0.051	\$ 0.211	\$ 0.50	\$ 0.35	\$ 0.289	\$ 0.139	\$ 9.24	\$ 4.44
10		Con Maní	4.62	50	\$ 0.092	\$ 0.046	\$ 0.139	\$ 0.50	\$ 0.35	\$ 0.361	\$ 0.211	\$ 18.07	\$ 10.57
11		Burra	7.77	40	\$ 0.194	\$ 0.078	\$ 0.272	\$ 0.50	\$ 0.35	\$ 0.228	\$ 0.078	\$ 9.12	\$ 3.12
12		Con Zapote	4.72	32	\$ 0.148	\$ 0.047	\$ 0.195	\$ 0.50	\$ 0.35	\$ 0.305	\$ 0.155	\$ 9.77	\$ 4.97
13		Marañon	5.82	32	\$ 0.182	\$ 0.058	\$ 0.240	\$ 0.50	\$ 0.35	\$ 0.260	\$ 0.110	\$ 8.32	\$ 3.52
14		Tartarita	4.79	19	\$ 0.252	\$ 0.048	\$ 0.300	\$ 0.50	\$ 0.35	\$ 0.200	\$ 0.050	\$ 3.80	\$ 0.95
15		Mazapán	4.52	19	\$ 0.238	\$ 0.045	\$ 0.283	\$ 0.50	\$ 0.35	\$ 0.217	\$ 0.067	\$ 4.12	\$ 1.27
<b>TOTAL</b>			\$ 73.40	483	\$ 2.46	\$ 0.73	\$ 3.20	\$ 6.45	\$ 4.55	\$ 3.25	\$ 1.35	\$ 108.27	\$ 47.82
<b>PROMEDIOS</b>			\$ 4.59	30	\$ 0.15	\$ 0.05	\$ 0.20	\$ 0.40	\$ 0.28	\$ 0.20	\$ 0.08	\$ 6.77	\$ 2.99
<b>COSTO O UTILIDAD MÁXIMA</b>			\$ 7.77	50	\$ 0.25	\$ 0.08	\$ 0.30	\$ 0.50	\$ 0.35	\$ 0.36	\$ 0.21	\$ 18.07	\$ 10.57
<b>COSTO O UTILIDAD MÍNIMA</b>			\$ 2.05	19	\$ 0.05	\$ 0.02	\$ 0.07	\$ 0.35	\$ 0.25	\$ 0.11	\$ 0.01	\$ 3.38	\$ 0.19

Fuente: El Grupo

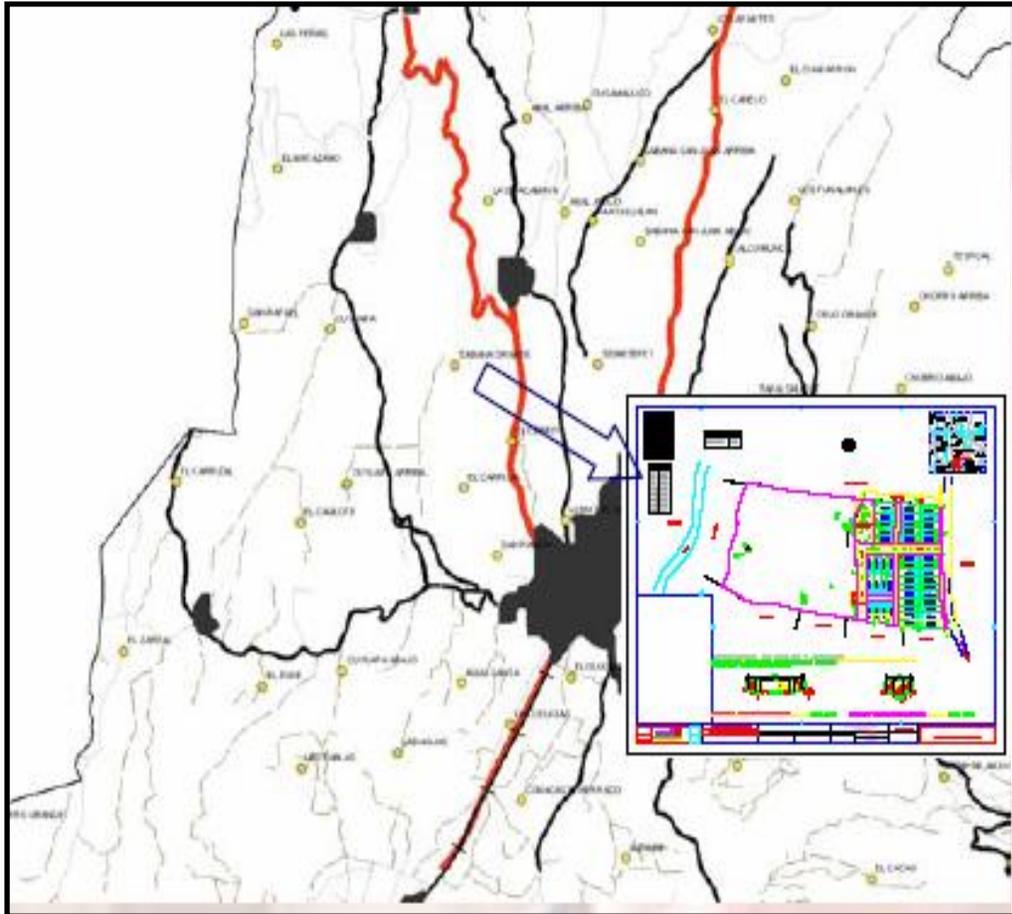
ANEXO NO. 12  
 ESQUEMA DEL MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO



Fuente: El Grupo

ANEXO NO. 13

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO



Fuente: Asociación para el Desarrollo Empresarial de Productores y Comercializadores Centroamericanos (ADEPROCCA)

ANEXO NO. 14

MANUALES DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

	<p><b>DULCES TÍPICOS LA NAHUIZALCO</b> <b>Manual de Descripción de Puestos</b> <b>Unidad de Administración General y Asesoría</b> <b>PUESTO: Administrador General</b></p>	<p>CÓDIGO:</p>
---	--	----------------

**OBJETIVO:**

Elaborar estrategias y llevar a cabo la toma de decisiones con el fin de mantener la solidez y liquidez financiera del proyecto.

➤ **DE LAS FUNCIONES**

- Diseñar planificación estratégica, en coordinación con los integrantes del proyecto.
- Velar por los recursos humanos y técnicos dentro del proyecto, con el propósito de ser eficientes.

➤ **DE LAS RESPONSABILIDAD DEL PUESTO**

- Elaborar y aprobar los presupuestos del proyecto.
- Evaluar los Estados Financieros.
- Autorizar salidas de efectivo para inversión o trámites legales.

➤ **DE LOS REQUERIMIENTOS**

- Nivel Académico: Licenciado en Administración de Empresas o carreras afines (No indispensable).
- Experiencia: 5 - 10 años en puestos similares.
- Sexo: Masculino o femenino.
- Edad: 35 - 50 años.

	<p style="text-align: center;"><b>DULCES TÍPICOS LA NAHUIZALQUEÑA</b>  <b>Manual de Descripción de Puestos</b>  <b>Unidad de Administración General y Asesoría</b>  <b>PUESTO: Asesor Externo</b></p>	<p style="text-align: center;">CÓDIGO:</p>
---	---	--

**OBJETIVO:**

Analizar técnicamente la información financiera, mediante el estudio de las diversas opciones y detectar oportunamente las opciones más productivas y viables.

➤ **DE LAS FUNCIONES**

- Asesorar al Gerente General en la toma de decisiones administrativas.
- Elaboración de los Estados Financieros de la empresa.
- Realizar los registros contables, provenientes de las operaciones de la empresa.

➤ **DE LAS RESPONSABILIDAD DEL PUESTO**

- Acuerdos de la Situación Financiera.
- Acordar la asignación de presupuestos.

➤ **DE LOS REQUERIMIENTOS**

- Nivel Académico: Licenciado en Contaduría Pública (No indispensable).
- Experiencia: 2 - 5 años en puestos similares.
- Sexo: Femenino.
- Edad: 30 - 45 años.
- Estado Familiar: Indistinto.

	<b>DULCES TÍPICOS LA NAHUIZALQUEÑA</b> <b>Manual de Descripción de Puestos</b> <b>Unidad de Administración General y Asesoría</b>	<b>CÓDIGO:</b>
<b>PUESTO: Asistente Administrativa</b>		

**OBJETIVO:**

Brindar asistencia administrativa al Gerente General, manejar la agenda, control de pagos y coordinación la comunicación con las diversas áreas de la organización.

➤ **DE LAS FUNCIONES**

- Controlar la agenda del Gerente General
- Coordinar las reuniones de la Gerencia General con los otros departamentos de la empresa con el objetivo de garantizar la cobertura de las diferentes temáticas.
- Controlar las visitas y llamadas telefónicas.

➤ **DE LAS RESPONSABILIDAD DEL PUESTO**

- Entregar y solicitar reportes, comunicar sobre juntas, cambios y problemas.
- Informar sobre disposiciones y/o instrucciones del Gerente General.
- Realizar todos los pagos de los trabajadores.

➤ **DE LOS REQUERIMIENTOS**

- Nivel Académico: Bachillerato técnico comercial opción secretariado.
- Experiencia: 2 - 5 años en puestos similares.
- Sexo: Femenino.
- Edad: 22 - 35 años.
- Estado Familiar: Soltera.

	<b>DULCES TÍPICOS LA NAHUIZALQUEÑA</b> <b>Manual de Descripción de Puestos</b> <b>Unidad de Producción</b>	CÓDIGO:
<b>PUESTO: Jefe de Producción</b>		

**OBJETIVO:**

Coordinar y ejecutar de forma eficiente y oportuna todas las actividades y procesos de producción acordes a los requerimientos del mercado.

➤ **DE LAS FUNCIONES**

- Diseñar una calendarización para la producción de los dulces típicos artesanales.
- Elaboración de presupuestos de producción.
- Presentación de costos de producción en forma semanal.
- Elaboración de informe general de producción.

➤ **DE LAS RESPONSABILIDAD DEL PUESTO**

- Mantener niveles de producción.
- Actualizaciones de requerimientos de producción.
- Supervisar el almacenamiento de los productos.

➤ **DE LOS REQUERIMIENTOS**

- Nivel Académico: Egresado de Ingeniería Industrial (No indispensable).
- Experiencia: 2 - 3 años en puestos similares.
- Sexo: Masculino.
- Edad: 25 - 40 años.

	<b>DULCES TÍPICOS LA NAHUIZALQUEÑA</b> <b>Manual de Descripción de Puestos</b> <b>Unidad de Producción</b>	<b>CÓDIGO:</b>
<b>PUESTO: Encargada de Compras</b>		

**OBJETIVO:**

Adquirir y negociar materia prima e insumos para la producción y comercialización de dulces típicos, garantizando la calidad de los mismos.

➤ **DE LAS FUNCIONES**

- Realizar contactos con los proveedores actuales y potenciales de la empresa para establecer acuerdos estratégicos.
- Presentar cotizaciones semanales de la materia prima e insumos.
- Realizar pagos a proveedores.

➤ **DE LAS RESPONSABILIDAD DEL PUESTO**

- Establecer acuerdos con proveedores que garanticen el margen de utilidad.
- Que la materia prima e insumos adquiridos sean de buena calidad.
- Brindar apoyo al Jefe de Producción.

➤ **DE LOS REQUERIMIENTOS**

- Nivel Académico: Bachiller.
- Experiencia: 1 año en puestos similares.
- Sexo: Femenino.
- Edad: 18-35 años.
- Estado Familiar: Indistinto.

	<b>DULCES TÍPICOS LA NAHUIZALQUEÑA</b> <b>Manual de Descripción de Puestos</b> <b>Unidad de Producción</b>	<b>CÓDIGO:</b>
<b>PUESTO: Productora (Operaria)</b>		

**OBJETIVO:**

Elaborar dulces típicos de calidad que satisfagan las exigencias del mercado consumidor, mediante la utilización de materia prima de la mejor calidad y poniendo en práctica todos sus conocimientos y destrezas.

➤ **DE LAS FUNCIONES**

- Verificación de la calidad de la materia prima.
- Preparar la materia prima para la elaboración de cada tipo de dulce.
- Seguir la receta para la elaboración de cada tipo de dulce.
- Elaborar las formas y acabados de los dulces.
- Pesar y empaclar el producto terminado.

➤ **DE LAS RESPONSABILIDAD DEL PUESTO**

- Proteger la maquinaria y el equipo utilizados en el proceso de producción.

➤ **DE LOS REQUERIMIENTOS**

- Nivel Académico: Ninguno.
- Experiencia: 1 año en puestos similares.
- Sexo: Femenino.
- Edad: 18-40 años.

	<b>DULCES TÍPICOS LA NAHUIZALQUEÑA</b> <b>Manual de Descripción de Puestos</b> <b>Unidad de Comercialización</b>	<b>CÓDIGO:</b>
<b>PUESTO: Jefe de Comercialización</b>		

**OBJETIVO:**

Comercializar los dulces típicos fabricados por "LA NAHUIZALQUEÑA" al precio que maximice las utilidades de la empresa en cada ciclo de operación.

➤ **DE LAS FUNCIONES**

- Realizar contactos con los clientes actuales y clientes potenciales de la empresa para ofrecer los productos.
- Diseñar nuevas estrategias de comercialización del producto.
- Elaborar informes que contengan estadísticas de las ventas de los dulces típicos.

➤ **DE LAS RESPONSABILIDAD DEL PUESTO**

- Salvaguardar los catálogos de venta y comercialización, con las especificaciones de los productos, garantizando la confidencialidad de los mismos.
- Garantizar los tiempos de entrega de los productos.

➤ **DE LOS REQUERIMIENTOS**

- Nivel Académico: Estudiante universitario de 3° año de Licenciatura en Administración de Empresas (No indispensable).
- Experiencia: 2 años en puestos similares.
- Sexo: masculino o femenino.
- Edad: 21-35 años.
- Estado Familiar: Indistinto.

	<p style="text-align: center;"><b>DULCES TÍPICOS LA NAHUIZALQUEÑA</b>  <b>Manual de Descripción de Puestos</b>  <b>Unidad de Administración General y Asesoría</b></p>	<p style="text-align: center;">CÓDIGO:</p>
<p style="text-align: center;"><b>PUESTO: Asistente de comercialización</b></p>		

**OBJETIVO:**

Brindar apoyo en la comercialización de dulces típicos fabricados por "LA NAHUIZALQUEÑA" al precio que maximice las utilidades de la empresa en cada ciclo de operación.

➤ **DE LAS FUNCIONES**

- Presentar cotizaciones a los clientes interesados en adquirir los productos que la empresa labora.
- Asesorar a los clientes sobre las especificaciones de los productos.
- Dar a conocer los precios y promociones a los clientes.

➤ **DE LAS RESPONSABILIDAD DEL PUESTO**

- Proteger los archivos de clientes, utilizándolos con la respectiva discreción por tratarse de documentos de uso interno de la empresa.
- Garantizar la satisfacción del servicio al cliente.

➤ **DE LOS REQUERIMIENTOS**

- Nivel Académico: Bachiller.
- Experiencia: 1 año en puestos similares.
- Sexo: Femenino.
- Edad: 18-35 años.
- Estado Familiar: Indistinto.

ANEXO NO. 15  
DIAGRAMA DE PROCESO PROPUESTO

DIAGRAMA DE PROCESO						
Resumen						
Clase	Cantidad	Símbolo	Producto: DULCES TIPICOS Peso: 2 Onzas Empaque: Bolsas de Polipropileno			
Operaciones	10	○				
Transporte	8	⇨				
Inventario Temporal	0	△				
Inspección	2	□				
Inventario Materia Prima	0	⊞				
Inventario Producto Term.	0	⊗				
Distancia (Metros)	13.00					
Tiempo (Horas)	5:33					
No.	Distancia (Metros)	Tiempo (Horas)			Símbolo	Descripción
1	0.00	0:10			⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Estimación de materia prima
2	2.00	0:02	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Traslado de materia prima a mesa de trabajo		
3	0.00	0:05	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Verificación de calidad de la materia prima		
4	0.00	0:15	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Preparación de materia prima		
5	1.50	0:02	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Traslado de materia prima al área de lavado		
6	0.00	0:10	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Lavado de materia prima		
7	1.50	0:02	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Traslado de materia prima a mesa de trabajo		
8	0.00	0:10	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Preparación de materia prima		
9	1.50	0:02	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Traslado de materia prima a molino		
10	0.00	0:10	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Mezcla de materia prima		
11	1.00	0:02	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Traslado de materia prima mezclada a cocina		
12	0.00	3:00	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Cocimiento de materia prima		
13	1.50	0:02	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Traslado de producto a mesa de trabajo		
14	0.00	0:20	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Enfriamiento de producto		
15	0.00	0:20	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Corte y formado del producto		
16	0.00	0:10	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Verificación de la calidad del producto		
17	1.50	0:02	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Traslado del producto a área de empaque		
18	0.00	0:10	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Pesado del producto		
19	0.00	0:15	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Empacado del producto		
20	2.50	0:04	⊞ ⇨ ○ △ □ ⊗	Traslado de producto terminado a bodega de producto terminado		

ANEXO NO. 17

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN SEMANAL PARA EL PRIMER AÑO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE LA NUEVA PLANTA PRODUCTIVA.

TIPO DULCE	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	TOTAL
De Fruta	735	735	735	735	2940
De Leche	490	490	490	490	1960
<b>TOTAL MES</b>	<b>1225</b>	<b>1225</b>	<b>1225</b>	<b>1225</b>	<b>4900</b>

Fuente: El Grupo

Nota: Se ha estimado estas cifras como unidades (bolsas de 2 oz.) promedios, pero ellas variarán dependiendo del mes y del año.

ANEXO NO. 16  
DISTRIBUCIÓN EN PLAN PROPUESTA



Fuente: El Grupo

ANEXO NO. 17

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN SEMANAL PARA EL PRIMER AÑO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE LA NUEVA PLANTA PRODUCTIVA.

<b>TIPO DULCE</b>	<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>	<b>Semana 3</b>	<b>Semana 4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>De Fruta</b>	735	735	735	735	2940
<b>De Leche</b>	490	490	490	490	1960
<b>TOTAL MES</b>	<b>1225</b>	<b>1225</b>	<b>1225</b>	<b>1225</b>	<b>4900</b>

Fuente: El Grupo

Nota: Se ha estimado estas cifras como unidades (bolsas de 2 oz.) promedios, pero ellas variarán dependiendo del mes y del año.



ANEXO NO. 19

RESOLUCIÓN PROPORCIONADA POR EL MARN.



RESOLUCION MARN-No-7370-968-2005

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, San Salvador, diez de septiembre de dos mil cinco. Vistas las diligencias promovidas por el señor Gabriel Lipe, representante legal de la Asociación de Desarrollo Comunal "Colonia Italiana", (ADESCOCIT), titular del proyecto "CONSTRUCCIÓN FABRICA DE DULCES LA NAHUIZALQUEÑA", el cual consiste en la producción y comercialización de dulces típicos de frutas (coco, papaya, nance, tamarindo y leche) con su marca "La Nahuizalqueña". El terreno total del proyecto tiene 2,561.81 m<sup>2</sup> del cual el proyecto ocupará 449.17 m<sup>2</sup>, ubicado en final calle Principal, colonia Italiana, cantón Sabana Grande, municipio de Nahuizalco, departamento de Sonsonate. EL ORGANO EJECUTIVO en el Ramo de Medio Ambiente y Recursos Naturales,

CONSIDERANDO QUE:

- I. El titular del proyecto, en cumplimiento al Artículo 22 de la Ley del Medio Ambiente, presentó el Formulario Ambiental correspondiente, el cual la Dirección General de Gestión Ambiental de este Ministerio, ha evaluado la envergadura y la naturaleza del impacto potencial a ser causado por la ejecución del mencionado proyecto, concluyendo que no requiere de la elaboración de un Estudio de Impacto Ambiental.
- II. De conformidad al Artículo 18 de la Ley del Medio Ambiente, todas las actividades, obras o proyectos que tengan un impacto ambiental negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, deberán someterse a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y recomendar las medidas que los prevengan, atenúen o potencien; caso contrario, para aquellas actividades, obras o proyectos que no se ubiquen en el supuesto de hecho de la norma antes relacionada, no estarán sometidos al mencionado Procedimiento de Evaluación Ambiental.

POR TANTO,

De conformidad a lo dispuesto en los considerandos anteriores y los Artículos 18 y 22 de la Ley del Medio Ambiente.

RESUELVE:

1. El proyecto "CONSTRUCCIÓN FABRICA DE DULCES LA NAHUIZALQUEÑA", cuyo titular es la Asociación de Desarrollo Comunal "Colonia Italiana", (ADESCOCIT), representada legalmente por el señor Gabriel Lipe, NO REQUIERE DE LA ELABORACION DE UN ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.

2. Forman parte integrante de la presente Resolución y por consiguiente de obligatorio cumplimiento para el titular los siguientes anexos: La descripción del proyecto, las acciones a realizar y las medidas condicionantes para su ejecución.
3. El incumplimiento al contenido de la presente Resolución, obliga a este Ministerio a iniciar los procedimientos administrativos establecidos en la Ley del Medio Ambiente y se reserva el derecho de revocarla.
4. Cualquier ampliación, modificación, rehabilitación o reconversión que se pretenda realizar al proyecto, el titular deberá presentar el Formulario Ambiental pertinente, de acuerdo al Artículo 22 de la Ley del Medio Ambiente y no podrá realizar acción alguna tendiente a ejecutarlo, sino hasta que este Ministerio emita la Resolución que corresponda, de lo contrario, esta Cartera de Estado iniciará los procedimientos administrativos, establecidos en la Ley del Medio Ambiente.
5. Esta Resolución no exime al titular, de obtener otras autorizaciones que establecen las leyes de nuestro Estado para la ejecución del proyecto.
6. El funcionamiento del proyecto estará sujeto a control y seguimiento por el titular y por parte de este Ministerio. El titular deberá presentar, cada seis meses, un informe a esta Cartera de Estado, en el que se demuestre el cumplimiento de las condiciones establecidas en esta Resolución, de lo contrario, se procederá a revocarla.

La presente Resolución entrará en vigencia a partir del día de su notificación.-  
COMUNIQUESE.- EL MINISTRO DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES  
(1), HUGO CÉSAR BARRERA GUERRERO



*[Handwritten signature]*

ANEXO NO. 20

RESOLUCIÓN DE LA EMBAJADA DE ITALIA PARA LA  
TRANSFERENCIA DE FONDOS PARA EL PROYECTO.



*Ambasciata d'Italia*  
*San Salvador*

ET 1065  
N. 100

San Salvador, 8 de septiembre 2005

Señora Evelyn Huezó  
Directora Presidenta ADEPROCCA  
Presente

Estimada Evelyn:

agradeciéndola por su carta y la del Señor Alcalde del Municipio de Nahuizalco, Don Jorge Alberto Patriz, le comunico que ya enviamos en fecha 1 de septiembre 2005 una carta en que solicitamos a SETEFE que el proyecto ejecutado por ADEPROCCA pueda empezar sin que el proceso de registraci3n del comodato de la tierra en el CNR sea completado y que se considere suficiente una carta de compromiso con la Alcaldia (municipio di Nahuizalco) que declare que el proceso de registraci3n ya empez3, como la que ustedes nos enviaron.

Ciertos que la puesta en marcha de este proyecto as3 como la agilizaci3n del funcionamiento de los tramites para todos los proyectos de los Fondos de Contrapartida sea de suma importancia para el SETEFE como para nosotros, quedamos en espera de una respuesta positiva para que el proyecto pueda iniciar lo mas pronto posible.

Atentamente

  
Dr. Severio Rosini  
Encargado de Negocios  
Embajada de Italia

## ANEXO NO. 21

### PASOS Y REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA ASOCIACIÓN COOPERATIVA

#### PASOS:

1. Entrega de solicitud de gestores.
2. Recepción de solicitud en oficinas de INSAFOCOOP.
3. Traslado al Departamento de Fomento y Asistencia Técnica para asignación del Asesor Técnico.
4. Visita preliminar (Comité Gestor y Asesor Técnico).
5. Reunión con todos los interesados en la organización (15 personas mínimo).
6. Entrega de boleta de datos generales a los interesados.
7. Elaboración de perfil del grupo en conjunto con el asesor.
8. Recepción de perfil al Departamento de Fomento y Asistencia Técnica.
9. Estudio y Elaboración del Proyecto de Estatutos.
10. Presentación del Proyecto de Estatutos al Registro Nacional de Asociaciones Cooperativas del INSAFOCOOP, para su revisión y aprobación.
11. Solicitud para llevar a cabo la Asamblea de Constitución, para lo siguiente:
  - Elección de Consejo de Administración
  - Elección de la Junta de Vigilancia

- Aprobación de Estatutos

12.Paralelamente a lo anterior se nombre una Comisión para que, con la asistencia del Asesor, elaborar el Acta de Constitución y seguidamente los estatutos, los cuales serán presentados, en original y cuatro fotocopias al Registro Nacional de Asociaciones Cooperativas para su inscripción.

13.Entrega de Personería Jurídica.

14.Extensión de Credenciales a directivos, previa solicitud.

REQUISITOS:

1. Entrega de Estudio Económico en el Departamento de Planificación
2. Desarrollo del Curso Básico, que comprende lo siguiente:
  - Historia Filosófica y Doctrina Cooperativa.
  - Área Administrativa.
  - Área Económica-Financiera.
  - Área Legal

Nota: Para obtener información con la Sra. Marcial de Jesús Umaña (2279-2815, 2279-2734, 2279-2875 y 2279-2834)

## ANEXO NO. 22

### INFORMACIÓN REQUERIDA PARA EL REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS NACIONALES

#### **a) Fórmula cualicuantitativa**

- El listado de ingredientes deberá presentarlo en orden decreciente de acuerdo a la formulación del alimento.
- Únicamente debe cuantificar los aditivos alimentarios que se adicionen siendo éstos: saborizantes, colorantes, emulsificantes, preservantes, edulcorantes y cualquier otro que contenga el producto de acuerdo a la normativa nacional o internacional. Los demás ingredientes deberán describirse en forma cualitativa.
- Se deberán presentar dos originales de la fórmula cualicuantitativa, una se incorporará en el expediente y la otra se presenta en el laboratorio al momento de entregar las muestras.
- La fórmula deberá estar firmada por el profesional responsable de la formulación.

#### **b) Etiquetas o bocetos**

- Deberán presentar dos etiquetas originales que cumplan con la Norma Salvadoreña Obligatoria: Norma General para el

Etiquetado de los alimentos pre-envasados NSO 67.10.0:98. La cual puede ser adquirida en el CONACYT, teléfono 226-2800 y su e-mail es: info@ns.conacyt.gob.sv,

- Si aún no cuenta con etiquetas deberá presentar bocetos de etiqueta que contengan la información requerida en la Norma Salvadoreña Obligatoria, en igual cantidad que para el caso de etiquetas.
- Cuando el producto se comercialice en varias presentaciones deberá presentar una etiqueta distintiva de cada presentación.

### **c) Licencia de funcionamiento**

- Deberá presentar copia de la licencia de funcionamiento extendida por la Unidad de Salud más cercana a la fábrica.
- A cada expediente deberá incorporarle una copia de la Licencia de Funcionamiento y presentar el original para efectos de cotejar con la copia.
- Registro Sanitario y/o Revalidación de Alimentos y Bebidas Nacionales. En caso de que la Licencia Sanitaria esté en trámite, deberá presentar una constancia extendida por la Unidad de Salud de que la solicitud está en trámite. Esto permitirá darle trámite a la solicitud de registro y en ningún momento sustituye a la licencia sanitaria requerida para extender la Certificación de Registro Sanitario.

#### **d) Identificación y Caracterización del Producto.**

- Nombre comercial del producto: especificar el nombre del producto: refrescos, galletas, dulces, leche, queso, etc.
- Marca comercial del producto: la marca comercial que de acuerdo al Registro de Comercio le hayan asignado.
- Material del que está fabricado el envase: describir el material con que se ha fabricado el envase que esta en contacto con el alimento.
- Contenido y Peso escurrido: Contenido neto y peso escurrido por presentación: Deberá declararse el contenido neto en unidades del sistema métrico (Sistema Internacional). El contenido neto deberá declararse de la siguiente forma: en volumen, para los alimentos líquidos (litros, mililitros); en masa, para los alimentos sólidos (kilogramos, gramos); en masa o volumen, para los alimentos semisólidos o viscosos.

#### **e) Muestra de los productos.**

- En caso de productos perecederos tales como: lácteos, cárnicos, productos de pastelería u otro que sean de alto riesgo por su composición las muestras deberán ser tomadas por el técnico de la Unidad de Salud donde solicite la Licencia Sanitaria de Funcionamiento.
- El interesado deberá llevar las muestras identificadas por el técnico, en hieleras a 4°C, para conservar la cadena de frío

al Departamento Control e Higiene de los Alimentos para ser remitidas al Laboratorio correspondiente.

- Las muestras de los productos alimenticios que no se encuentren dentro de los mencionados anteriormente, el interesado las presentara al Departamento Control e Higiene de los Alimentos para ser remitidas al laboratorio correspondiente.
- El proceso se realizará simultáneamente, es decir que cuando presente los expedientes al Departamento Control e Higiene de los Alimentos, presentará las muestras, de acuerdo a lo indicado anteriormente.
- Los expedientes serán entregados a la secretaria quién revisará su contenido antes de darle entrada al sistema, siendo importante que antes de presentarlos se asegure que la información este completa, en caso contrario no se recibirán.
- Al momento de entregar los expedientes en el Departamento, se le asignarán a un técnico quien será el responsable de proporcionarle la asesoría necesaria durante el proceso. Y será quién remitirá las muestras colocando en la fórmula de composición fecha, nombre, firma y sello, para que ésta sea entregada al momento de presentar las muestras en el Laboratorio correspondiente.
- Deberá presentar tres muestras de cada producto de la siguiente manera: Muestras de alimentos sólidos 200 gramos

cada una; Muestras de alimentos líquidos 200 mililitros cada una.

- El interesado deberá presentar al Departamento Control e Higiene de los Alimentos, comprobante sellado y firmado por el laboratorio que las muestras han sido recibidas.
- Cuando el Laboratorio le haya extendido el reporte de los análisis practicados, el interesado deberá presentar el reporte original al Departamento de Control de Alimentos para que el técnico realice la debida interpretación y determine si cumple o no con la norma respectiva.
- A partir de la fecha de iniciado el trámite con la información completa del registro el Departamento de Higiene de los Alimentos, concederá al solicitante un plazo de hasta seis meses para el retiro de la Certificación del Registro, transcurrido dicho plazo el trámite quedará sin efecto.

**f) Información adicional:**

- La solicitud con sus anexos deberá ser presentada en fólдер tamaño oficio con su respectivo fastener, debidamente ordenada.
- Este formato de solicitud es un modelo, usted debe transcribirlo con sus datos siempre conservando el texto original del mismo.

- Para cada producto se presentará una solicitud con sus respectivos anexos.
- Los muestreos por rechazo se realizarán bajo el mismo procedimiento descrito para registro sanitario (consultar al técnico asignado).

ANEXO NO. 23

FORMULARIO DE SOLICITUD PARA REGISTRO SANITARIO Y/O  
REVALIDACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS NACIONALES

**A. IDENTIFICACION DEL PRODUCTOR**

2. Nombre del Productor: \_\_\_\_\_
3. Nombre de la Empresa: \_\_\_\_\_
4. Dirección Exacta de la Empresa: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. Teléfonos, Fax y Correo Electrónico de la Empresa: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Nombres y apellidos del representante de la empresa: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ E mail: \_\_\_\_\_

**A. IDENTIFICACION Y CARACTERIZACION DEL PRODUCTO:**

2. Nombre del País en donde es fabricado el producto: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. Nombre Especifico del producto: \_\_\_\_\_
4. Marca del producto: \_\_\_\_\_
5. Material del que está fabricado el envase: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Contenido neto de producto en el envase por presentación en litros, mililitros, kilogramos o gramos: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. No. de Registro Sanitario (en caso de revalidación): \_\_\_\_\_
8. Composición Cualicuantitativa de ingredientes y aditivos del producto ( en orden decreciente de concentración): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Lugar y Fecha de presentación de la solicitud: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Firma y Sello

ANEXO NO. 24

LISTA DE AGRUPACIONES DE NOMBRES GENERICOS DE MATERIAL  
DE ENVASES



**MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL**  
**DEPARTAMENTO DE CONTROL E HIGIENE DE LOS ALIMENTOS**  
**SISTEMA DE REGISTRO SANITARIO DE**  
**ALIMENTOS**

**LISTA DE AGRUPACIONES DE NOMBRES GENERICOS DE MATERIAL DE ENVASES**

<b>CODIGO</b>	<b>TIPO DE MATERIAL</b>
<b>PL</b>	<b>POLIETILENO</b>
<b>VD</b>	<b>VIDRIO</b>
<b>CT</b>	<b>CARTÓN</b>
<b>AL</b>	<b>ALUMINIO</b>
<b>PP</b>	<b>PAPEL</b>
<b>HJ</b>	<b>HOJALATA</b>
<b>NY</b>	<b>NYLON</b>
<b>GR</b>	<b>GRANEL (SIN ENVASE)</b>
<b>DU</b>	<b>DURAPAX</b>

ANEXO NO. 25

SOLICITUD PARA OBTENCIÓN DE CERTIFICADO DE LIBRE VENTA

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

Sr. Director General de Salud  
Presente.

\_\_\_\_\_, Mayor de edad, portador

( Nombre del solicitante)

del documento de identificación \_\_\_\_\_

( Número de DUI o NIT)

en calidad de \_\_\_\_\_ de la empresa \_\_\_\_\_

(Representante, Propietario)

( Nombre de la Empresa)

con domicilio en \_\_\_\_\_

( el del solicitante)

con todo respeto solicita Certificación de Registro y Libre Venta, del (los) producto(s)  
alimenticio(s) siguiente(s):

No	NOMBRE DEL PRODUCTO	MARCA	NO.DE REGISTRO	VIGENCIA

Dicha certificación la solicito para fines de presentarla en la República de \_\_\_\_\_

manifiesto a usted que este (estos) productos (s) es  
(Nombre de la República)

(son) elaborado(s) por \_\_\_\_\_

( Nombre de la fábrica)

ubicada en \_\_\_\_\_

( Dirección de la fábrica)

San Salvador, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año dos mil \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**f) Firma del Interesado**

## ANEXO NO. 26

### PASOS PARA LA OBTENCIÓN DEL REGISTRO DE MARCA

#### **Paso 1:**

Realizar una búsqueda de anterioridad por el valor de \$ 20.00 dólares.

#### **Paso 2:**

- Presentar solicitud original y 2 copias según modelo,
- Anexar 14 copias debidamente cortados en un sobre.
- Adjuntar Solvencia.

El interesado podrá preguntar por su solicitud dentro de 5 días hábiles.

**Nota:** Una vez ingresados los datos de la solicitud se arma el expediente y se califica. Si la solicitud no cumple con algunos de los requisitos que establece el Art. 10 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos el Registrador pronuncia una prevención. Si la solicitud incurre dentro de las prohibiciones establecidas en el Art. 8 y 9 se dicta resolución y el interesado tiene un plazo de 4 meses para contestar.

**Paso 3:**

- El interesado presenta el escrito donde subsana la prevención dentro de los 4 meses que establece la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.
- El interesado presenta el escrito donde contesta sobre la objeción que se le haya hecho a su marca, dentro de los 4 meses, el Registrador estimare que subsisten las objeciones planteadas, se denegarán el registro mediante resolución razonada; sí el Registrador considera que la objeción hecha no es procedente, se admite la solicitud.

**Nota:** Se califica el expediente y si el escrito cumple con los requisitos establecido en los Artículos 13 y 14 de Ley sé admitida la solicitud se entrega el cartel original al interesado para que le saque una copia para llevar a publicar al diario de mayor circulación y original al Diario Oficial por tres veces alternas.

**Paso 4**

Transcurrido los 2 meses de la primera publicación del Diario Oficial; el interesado presenta un escrito adjuntando las primeras publicaciones de ambos diarios si presenta fotocopias de las publicaciones estas deben de presentarse debidamente certificadas.

**Nota:**

El expediente se pasa nuevamente a calificación, si la publicación ha sido presentada dentro del término de ley, se le notifica al interesado el auto donde se ordena el registro previo pago de derechos de registro; si no se le ha presentado oposición a la marca.

**Paso 5:**

Si a la solicitud de registro se le presenta escrito de oposición, se suspenden las diligencias de registro de la marca, mientras se conoce el incidente de oposición.

**Paso 6:**

El interesado presenta el recibo de los Derechos de Registro por un valor de \$ 100.00 dólares dentro de los 3 meses que establece la ley.

**Nota:**

Se califica el expediente y el Registrador elabora el Auto de Inscripción y el Certificado de Registro de la Marca.

**Paso 7:**

Se le entrega el Auto de Inscripción y el Certificado de Registro original al interesado.

ANEXO NO. 27

MODELO DE SOLICITUD PARA REGISTRO DE MARCAS



**MODELO DE SOLICITUD PARA EL REGISTRO DE MARCAS  
(REPRESENTANTE LEGAL)**

**Viñeta**

SEÑOR REGISTRADOR DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL:

Yo \_\_\_\_\_ mayor de edad con profesión u oficio \_\_\_\_\_ del domicilio \_\_\_\_\_ de nacionalidad \_\_\_\_\_ actuando en calidad de **Representante Legal** de la Sociedad \_\_\_\_\_, que se abrevia \_\_\_\_\_ del domicilio \_\_\_\_\_ de nacionalidad \_\_\_\_\_ tal como lo compruebo legitimando mi personería con la inscripción de la \_\_\_\_\_ en el Registro de Comercio al número \_\_\_\_\_ del libro \_\_\_\_\_ del Registro de Sociedades a usted atentamente EXPONGO:

De acuerdo con el Artículo 3 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que en adelante llamare Ley de Marcas, con instrucciones expresas de mi mandante, vengo a iniciar diligencias a fin de que se registre a su nombre y como de su exclusiva propiedad, la Marca de \_\_\_\_\_ consistente en \_\_\_\_\_

Servirá para amparar (enumerar productos o servicios) \_\_\_\_\_ comprendida en la clase (1-45) del arreglo de NIZA.

Mi Representada se reserva el derecho de usar dicha marca tal como aparece en los facsímiles presentados.

Por lo anterior a USTED de la manera más atenta PIDO: Me admita la presente solicitud, Se me tenga por parte en el carácter en que comparezco, Le dé a la misma el trámite de ley correspondiente.

ANEXO a la presente: 15 Facsímiles.

Dirección para oír notificaciones: \_\_\_\_\_ y autorizo a \_\_\_\_\_ para que pueda retirar cualquier notificación.

San Salvador \_\_\_\_\_  
(letras)

F \_\_\_\_\_  
Firma del Representante Legal

F \_\_\_\_\_  
Firma y Sello de Abogado Director

- Si la Marca consiste únicamente por un diseño, el solicitante le asignará una forma de identificación.
- Si la Marca estuviere constituida por algún elemento denominativo y este tuviese significado en un idioma distinto del castellano, se deberá incluir una simple traducción.
- Si la persona interesada no se presenta personalmente la firma deberá ser autenticada por un notario

ANEXO NO. 28

CUOTAS ANUALES DE CÓDIGOS DE BARRA

**CUOTAS DE MEMBRESÍA Y ASIGNACIÓN DE CODIGOS DE BARRA**

Cuotas a cubrir:

- Membresía DIESCO. Esta cuota será renovada anualmente al aniversario de su inscripción. (Estará en función a las ventas netas del ejercicio fiscal inmediato anterior y será reevaluada año tras año)

VENTAS ANUALES				CUOTA	
\$ 0.00	a	\$ 34,285.71	\$ 50.29	<input type="checkbox"/>	
\$ 34,285.83	a	\$ 100,000.00	\$ 100.00	<input type="checkbox"/>	
\$ 100,000.11	a	más	\$ 200.00	<input type="checkbox"/>	

- Cuota por la asignación de códigos de productos.

NÚMERO DE CÓDIGOS				CUOTA (IVA INCLUIDO)	
1	a	25	\$ 22.28	c/u	
26	a	50	\$ 17.03	c/u	
51	a	75	\$ 11.77	c/u	
76	a	100	\$ 5.83	c/u	
101	a	150	\$ 1.14	c/u	
151	a	más	\$ 1,690.63	( fijo )	

ANEXO NO. 29

CONTRATO PARA CÓDIGOS DE BARRA



CONTRATO

Empresa:  
Registro:  
Giro:  
NIT:  
Representante Legal:

9ª Av. Nte y 5ª C. Pte  
San Salvador, El Salvador, C.A.  
PBX: (503) 205-1000  
FAX: (503) 205-1010  
E-Mail: [servicio.cliente@diescoean.com.sv](mailto:servicio.cliente@diescoean.com.sv)  
[www.diescoean.com.sv](http://www.diescoean.com.sv)

Estimados Señores:

Nos permitimos confirmarles las bases sobre las cuales, les proporcionaremos los servicios que enseguida se detallan, y en las que a DIESCO EAN EL SALVADOR, se le denominará "DIESCO", y a ustedes "EL ASOCIADO".

**OBJETO**

Lo será la asignación de los números, de conformidad con el Estándar Internacional de Codificación EAN/UCC, que a continuación se señalen:

\_\_\_\_ Código de productos EAN

DIESCO y EL ASOCIADO aceptan que dicha asignación tiene por objeto establecer un sistema internacional de identificación de productos e intercambio electrónico de datos, de conformidad con los estándares de codificación internacional, difundiendo los beneficios que implica la utilización de dichos estándares tanto a los ASOCIADOS de DIESCO, como a toda persona interesada en su implementación y así poder representar a sus asociados de cualquier sector, frente a otras asociaciones e instituciones a nivel nacional e internacional.

**VIGENCIA**

El contenido del presente contrato estará en vigor por periodo de un año. Sin embargo, cualesquiera de las partes podrá darlo por terminado, mediante una simple comunicación por escrito que efectúe a la otra con treinta días hábiles de anticipación a la fecha en que desea concluirlo.

El incumplimiento por parte del ASOCIADO de cualesquiera de las obligaciones contenidas en el presente contrato, así como el uso irregular de los Códigos asignados, dará derecho a DIESCO a exigir su cumplimiento forzoso o a darlo por terminado, mediante simple notificación por escrito, y a exigir, en ambos casos, el pago de los daños y perjuicios respectivos.

**CUOTAS**

EL ASOCIADO pagará a DIESCO por su participación en el sistema las siguientes cuotas:

- a) CUOTA ANUAL DE MEMBRESÍA: Será determinada según la clasificación de tarifas creadas por la Junta Directiva de DIESCO. La cuota inicial se fijará tomando en consideración el ingreso por ventas totales de la actividad preponderante de EL ASOCIADO, que hubiese obtenido durante los doce meses anteriores a su inscripción a

DIESCO, de conformidad con los datos que aparecen en su declaración de IVA, correspondiente al ejercicio inmediato anterior, documento respecto del cual EL ASOCIADO entrega copia a DIESCO, quien se compromete a guardar confidencialidad sobre toda la información y documentación presentada por el asociado, la cual será única y exclusivamente para la estimación de la cuota de afiliación y renovación. En caso de que tales documentos no sean presentados, EL ASOCIADO se verá obligado a cancelar la tarifa vigente más alta.

La cuota será cubierta en la fecha de inscripción y será renovada al aniversario de dicha fecha mediante simple notificación por escrito.

Los proveedores de equipos y servicios deberán cubrir una cuota determinada por la Junta Directiva de DIESCO.

- b) CUOTA POR LA ASIGNACIÓN DE CÓDIGO DE PRODUCTO: La cuota por asignación del código de producto, deberá ser pagada de conformidad con las tarifas vigentes a la fecha en que se presente la documentación requerida por DIESCO. Esta cuota, estará sujeta al número de productos inscritos a la fecha de afiliación. El derecho de uso de estos códigos tiene vigencia de un año y podrá ser renovada por periodos iguales al aniversario de su inscripción.

#### SERVICIOS PARA ASOCIADOS

Adicionalmente a la asignación del código base como de producto, DIESCO prestará los siguientes servicios:

1. Verificación de la calidad del código de producto
2. Actualización respecto de las normas de aplicación del código de producto
3. Asesoría en la implantación del código de producto
4. Asesoría en la implantación de EDI (Intercambio Electrónico de Documentos)
5. Descuentos en los eventos y seminarios que organice DIESCO
6. Catálogo Electrónico de Productos

#### JURISDICCIÓN

DIESCO y EL ASOCIADO se someten a la jurisdicción y competencia de las leyes y tribunales de la ciudad de San Salvador, para resolver las cuestiones que llegaren a suscitarse con motivo de la interpretación y cumplimiento del presente contrato, con renuncia de cualquier otro fuero que pudiera llegar a corresponderles por razón del domicilio presente o futuro.

Sin otro particular por el momento y agradeciendo su firma de conformidad con el contenido del presente nos suscribimos de ustedes.

Atentamente,

DIESCO EAN EL SALVADOR

-----  
REPRESENTANTE LEGAL  
DIESCO EAN EL SALVADOR

-----  
REPRESENTANTE LEGAL  
EMPRESA

ANEXO NO. 30

SOLICITUD DE MEMBRESIA Y ASIGNACION DE CÓDIGOS DE  
BARRA

**SOLICITUD DE MEMBRESÍA Y ASIGNACIÓN DE CÓDIGOS DE BARRA**

Favor llenar con letra de molde y legible

**INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

Razón Social (bajo la cual se facturará): \_\_\_\_\_  
Registro IVA: \_\_\_\_\_ Nombre Comercial: \_\_\_\_\_  
NIT: \_\_\_\_\_ GIRO: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
Ciudad y Departamento: \_\_\_\_\_  
Teléfono(s): \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ E-Mail: \_\_\_\_\_

**DIRECCIÓN PARA RECIBIR CORRESPONDENCIA** (si es la misma; dejar en blanco)

Dirección: \_\_\_\_\_  
Ciudad y Departamento: \_\_\_\_\_  
Teléfono(s): \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ E-Mail: \_\_\_\_\_

Sus productos son/serán vendidos en: El Salvador   
Otro país, (especificar)  \_\_\_\_\_

Lugar donde comercializa sus productos:

Supermercados  Almacenes  Farmacias  
Especificar (nombre): \_\_\_\_\_  
 Otros \_\_\_\_\_

Que tipo de productos comercializa: \_\_\_\_\_

Nombre y cargo del responsable ante DIESCO EAN EL SALVADOR (miembro de la empresa):  
\_\_\_\_\_

Nombre del representante legal de la empresa: \_\_\_\_\_

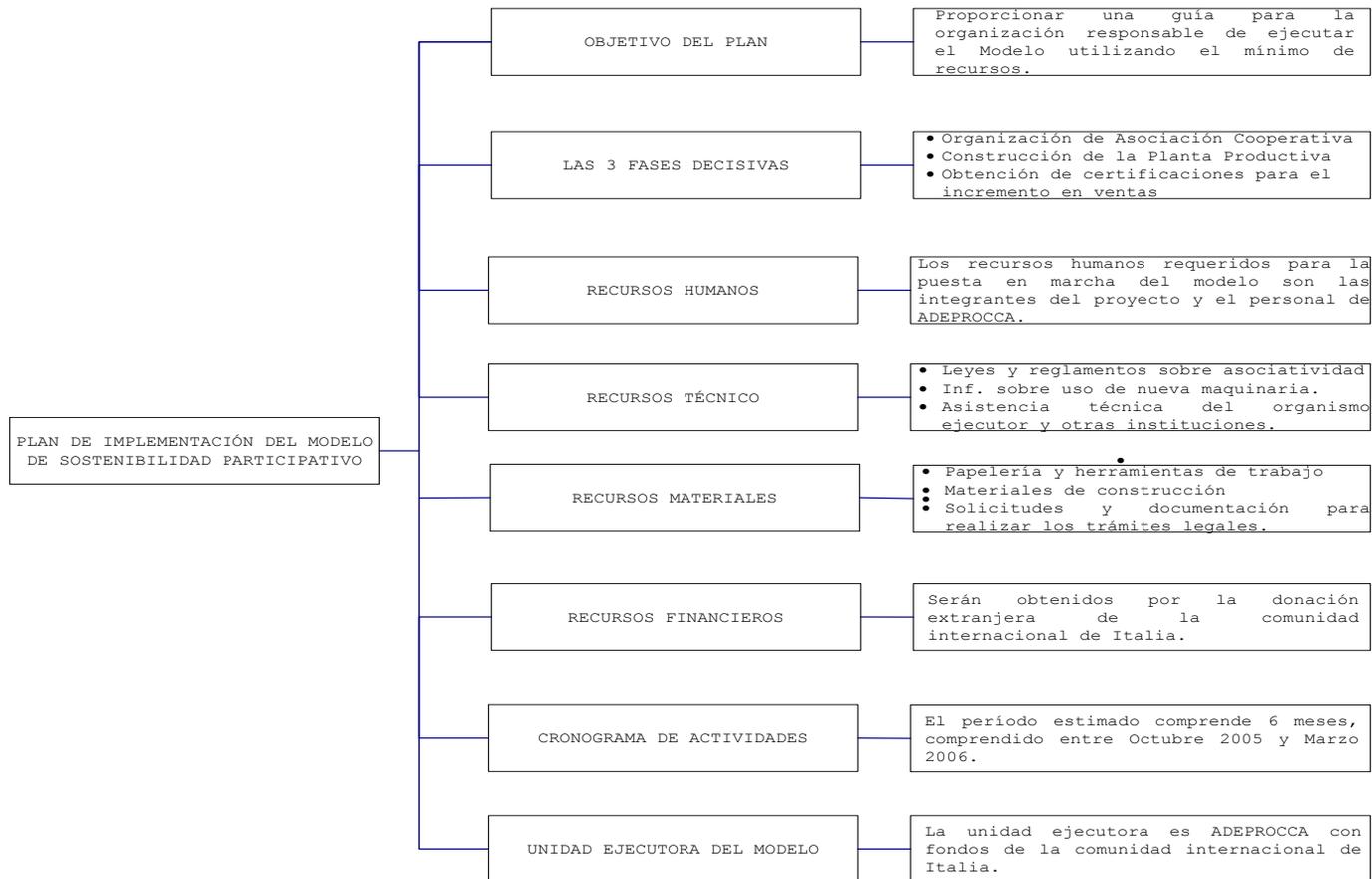
**NOTA:** El no completar esta solicitud provocará un retraso en el proceso de afiliación.

\_\_\_\_\_  
FIRMA RESPONSABLE

San Salvador, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

ANEXO NO. 31

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE SOSTENIBILIDAD PARTICIPATIVO



Fuente: El Grupo



