

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE-CUNORI-
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**INFORME FINAL DE EPS
ANALISIS DEL AREA ADMINISTRATIVA Y DE VENTAS DE LA
COOPERATIVA INTEGRAL AGRICOLA “EL MANANTIAL”, DE LA CABACERA
MUNICIPAL DE SAN JACINTO, CHIQUIMULA**

TERESA DEL CARMEN MARTÍNEZ CUESTAS

CHIQUIMULA, GUATEMALA, MAYO 2013

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



INFORME FINAL DE EPS
ANALISIS DEL AREA ADMINISTRATIVA Y DE VENTAS DE LA
COOPERATIVA INTEGRAL AGRICOLA “EL MANANTIAL”, DE LA CABACERA
MUNICIPAL DE SAN JACINTO, CHIQUIMULA

POR:

TERESA DEL CARMEN MARTÍNEZ CUESTAS

8840753

CHIQUIMULA, MAYO DE 2013

RESUMEN

El informe final que a continuación se presenta fue desarrollado durante el Ejercicio Profesional Supervisado -E.P.S.- titulado: ANÁLISIS FUNCIONAL DE LAS ÁREAS ADMINISTRATIVA Y DE VENTAS DE LA COOPERATIVA INTEGRAL AGRÍCOLA “EL MANANTIAL” RESPONSABILIDAD LIMITADA “COINAMA” R.L. DE LA CABECERA MUNICIPAL DE SAN JACINTO, CHIQUIMULA. El mismo se desarrolló considerando servicios y gestiones que necesitaba la cooperativa, como capacitaciones encaminadas a brindar instrumentos que coadyuven al desarrollo de la Cooperativa, entre ellas; importancia del trabajo en equipo en las organizaciones, considerando que las actividades de los socios deben estar encaminados hacia un fin común; comercialización agrícola, la cual proporcionó bases que deben ser utilizadas para la comercialización de los productos que la cooperativa produce, y tiene a la venta; y espíritu cooperativista, para concientizar a socios en la importancia del hecho de trabajar por un fin común, en el logro de metas.

Con el fin de apoyar las mejoras en la Cooperativa se elaboró un Manual de funciones, que proporcionará los deberes y obligaciones correspondientes a los cargos asignados a los socios en lo administrativo. Evaluación del método utilizado para determinar los precios, con los cuales comercializa la Cooperativa los productos como: fertilizantes, semilla certificada, y maíz arriquín criollo; y determinación y estructuración de costos operativos de la cooperativa, para verificar resultados.

Se presenta en el informe la planificación y desarrollo de las acciones realizadas considerando el producto del Ejercicio Profesional Supervisado, se apoyó y se brindó el asesoramiento que la Cooperativa necesitaba para mejorar los procesos en el área administrativa y de ventas, cumpliendo así con la responsabilidad social que el CUNORI tiene con la sociedad.

INDICE

INTRODUCCIÓN	i
TÍTULO I	
DIAGNOSTICO	
1 MARCO METODOLOGICO	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1.1 Antecedentes y contexto	
1.1.2 Justificación	3
1.1.3 Definición del problema	4
1.1.4 Delimitación del problema	
1.2 OBJETIVOS	
1.2.1 General	
1.2.2 Específicos	5
1.3 DISEÑO METODOLOGICO	
1.3.1 Tipo de investigación	
1.3.2 Definición de la población	
1.3.3 Conceptualización y operación de variables	7
1.3.4 Técnicas de recolección de datos	
1.3.5 Fuentes de información	
1.3.6 Estrategias de investigación y limitación del estudio	
2 MARCO REFERENCIAL	8
2.1 Antecedentes de la Cooperativa “El Manantial”	
2.2 Datos históricos del municipio de San Jacinto	
2.3 Creación del municipio de San Jacinto	9

3	MARCO TEÒRICO	11
3.1	Antecedentes temáticos	
3.2	Marco conceptual	
3.2.1	Campo de acción	12
3.2.2	Área de mercadotécnica	
3.2.3	Planeación estratégica del marketing	13
3.2.4	Análisis de la situación	14
3.2.5	Objetivos del marketing	15
3.2.6	Posicionamiento y ventaja diferencial	
3.2.7	Mercados meta y demanda del mercado	16
3.2.8	Mezcla de mercadotécnica	17
4	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÒN	21
	TITULO II	
5	PLAN DE SERVICIOS	23
5.1	Justificación del plan	
5.2	Objetivos del plan	24
5.3	Descripción del problema	
5.4	Primer servicio: Elaboración y socialización del manual de Funciones y procedimientos para la Cooperativa	26
5.5	Segundo servicio: Evaluación del método utilizado para Determinar los precios con los cuales comercializa	28
5.6	Tercer servicio: Determinación y estructuración costos Operativos de la cooperativa	30

TITULO III

6	SERVICIOS PRESTADOS	32
6.1	Primer servicio: Elaboración y socialización del manual de funciones y procedimientos para la Cooperativa	
6.2	Segundo servicio: Evaluación del método utilizado Para determinación de precios con los que comercializa la Cooperativa	34
6.3	Tercer servicio: Determinación y estructuración de Costos operativos de la Cooperativa.	36
7	PLAN DE GESTIONES	38
7.1	Descripción del problema	
7.2	Primera gestión: Capacitación sobre la importancia Del trabajo en equipo en las organizaciones	39
7.3	Segunda gestión: Capacitación sobre Comercialización agrícola	41
7.4	Tercera gestión: Capacitación sobre espíritu Cooperativista	43
8	GESTIONES REALIZADAS	45
8.1	Descripción del problema	
8.2	Primera gestión: Capacitación sobre la importancia Del trabajo en equipo en las organizaciones	46
8.3	Segunda gestión: Capacitación sobre Comercialización	48
8.4	Tercera gestión: Capacitación sobre El espíritu	

Cooperativista

50

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

APENDICE

ANEXOS

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Definición Operativa de variables o indicadores	6
Cuadro 2: Programación de actividades para elaboración del manual de funciones y procedimientos	27
Cuadro 3: Programación de actividades para la evaluación del método de precios.	29
Cuadro 4: Programación de actividades para la determinación y estructuración de costos operativos	31
Cuadro 5: Programación de actividades de la capacitación sobre el trabajo en equipo.	40
Cuadro 6: Programación de actividades para la capacitación de comercialización agrícola.	42
Cuadro 7: Programación de actividades para la capacitación sobre el espíritu cooperativista.	44

LISTA DE ABREVIATURAS

ASEDECHI	Asociación de Servicios y Desarrollo Socioeconómico de Chiquimula.
ASORECH	Asociación Regional Campesina Chortí
COCODE	Comité de Desarrollo Comunitario
CUNORI	Centro Universitario de Oriente
INACOP	instituto Nacional de Cooperativa
INTECAP	Instituto Técnico de Capacitación.

INTRODUCCIÓN

La carrera de Administración de Empresas realiza proyección y ayuda hacia la región en la cual se encuentra localizada, así como el cumplimiento de su misión a través de estrategias de apoyo al desarrollo social y económico de las comunidades y empresarios de la región, que en este caso atendió requerimientos de organizaciones ubicadas en el municipio departamento de Chiquimula.

El presente informe es producto de un análisis realizado de la función administrativa y de ventas en la Cooperativa Integral Agrícola “El Manantial”, con sede en el Municipio de San Jacinto, Chiquimula considerando las necesidades detectadas en relación a los problemas que afectan la eficiencia y el desarrollo de la organización en busca de reducir problemas y mejorar sistemas,

La Cooperativa Agrícola “El Manantial” realiza actividades administrativas y de comercialización relacionadas con las funciones que se encuentran divididas en dos actividades, que están relacionadas con las acciones de carácter administrativo, dirigidas al desarrollo de los que integran las responsabilidades directivas, y lo correspondiente al área de ventas de los productos agrícolas; y producción de jocote, como fruta de temporada.

A través del diagnóstico informe se establecieron fortalezas y debilidades en la organización como; herramientas y conocimientos que necesitan los socios y junta directiva integrada por personas del municipio, para que puedan tomar decisiones pertinentes, reorientadas a los procesos a fin de obtener los objetivos que persiguen, específicamente en el área administrativa y de ventas.

Por eso se elaboró un manual de funciones, considerando los puestos de presidente, vicepresidente, secretaria, tesorero, gerencia, y contador general, a los cuales se les definió responsabilidades para cumplir con los objetivos que la Cooperativa tiene definidos, debido a que no tenían identificados los puestos ni los quehaceres de los mismos.

Así mismo, se consideró revisar aspectos relacionados con el precio, porque es uno de los elementos más importantes que condiciona el mercado de la Cooperativa y su rentabilidad, considerando que es un elemento clave en la estrategia de posicionamiento del mercado, por lo que se estableció un método de fijación de precios en función de los productos agrícolas que la Cooperativa vende, siendo importante para la Cooperativa poseer una apropiada estructuración de costos para formalizar las diversas operaciones con procedimientos contables para implementar sistemas que permitan optimizar las actividades financieras.

La investigación estuvo orientada por los objetivos, los cuales fueron alcanzados mediante las gestiones, servicios y propuestas que forman parte de este informe el que está integrado de la siguiente forma:

Capítulo I; Diagnóstico, marco metodológico, planteamiento del problema, objetivos, diseño metodológico, Marco Referencial, marco teórico y resultados de la investigación.

Capítulo II; Plan de servicios, justificación del plan, objetivos del plan, y descripción del problema

Capítulo III; Servicios Prestados, plan de gestiones y gestiones realizadas.

Para concluir el informe presenta bibliografía, apéndice y anexos.

TITULO I

DIAGNOSTICO

1 MARCO METODOLOGICO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes y contexto

La Cooperativa hace varios años, ha trabajado aspectos relacionados con la transformación de la entidad considerando los cambios socio-económicos que han influido, por un lado, en la aparición de nuevas actividades económicas, y por otro lado, el florecimiento de valores en la sociedad que reclaman un comportamiento socialmente responsable.

Actualmente la Cooperativa está conformada por veinte y seis (26) socios, y dirigida por un Consejo Directivo constituido por cinco (5) miembros, quienes tienen a su cargo la administración de los quehaceres para lograr los objetivos.

La Cooperativa no ha sido objeto de análisis que permita conocer su situación administrativa; el no contar con éste estudio ha creado entre los asociados inseguridad en cuanto a su funcionamiento y proyección.

La Cooperativa realiza actividades como: La venta de productos agrícolas, los cuales son adquiridos a través de la compra en agro servicios con el propósito de obtener ingresos que le contribuyan a cubrir costos fijos.

Por otro lado se programan asambleas generales donde se tratan temas generales para beneficio de la Cooperativa como: período de tiempo que deben estar en sus cargos los directivos, legalización de

documentos para el funcionamiento de la misma, y entrega de informes mensuales sobre el avance de las actividades asignadas a cada comité, y consejo de administración

1.1.2 Justificación

La expansión de entes cooperativos independientes ha permitido que se desvanezca la representatividad de los mismos. Lo que ha creado la necesidad de formar un mecanismo que sea representativo, y participativo en niveles económicos, políticos y sociales.

Con la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de Administración de Empresas del Centro Universitario de Oriente se pretendió contribuir considerando las necesidades detectadas en el diagnóstico relacionándolas con el crecimiento de la Cooperativa.

En la búsqueda del desarrollo de organizaciones, concretamente el de la Cooperativa Integral Agrícola el “Manantial” de San Jacinto se analizó su entorno para poder realizar un diagnóstico, y descubrir las necesidades para contribuir en la estructuración de un Estudio de Producción Estimada de Fruta de Temporada.

El objetivo principal del estudio fue determinar la situación mercadológica actual de la Cooperativa Integral Agrícola “El Manantial”, ubicada en la cabecera departamental de San Jacinto.

El resultado obtenido del estudio dió a la Cooperativa una nueva perspectiva de su situación actual con relación a sus productos y su posición en el mercado, los cuales serán herramientas para el planteamiento de estrategias y lograr el fortalecimiento de su posición en el mismo.

Los esfuerzos del trabajo se encaminaron a proporcionar un documento que respaldara los derechos, y atribuciones de los

directivos de la Cooperativa para respaldar el desarrollo de sus actividades.

Se procedió a realizar un estudio de costos de venta y compra de los productos agrícolas que vende la Cooperativa, para establecer si es rentable el margen de ganancia de los mismos.

1.1.3 Definición del problema

¿Qué actividades de las áreas de comercialización y ventas en la cooperativa Integral Agrícola “El Manantial” ubicada en la cabecera departamental de San Jacinto necesitan mejorar los procesos?

1.1.4 Delimitación del Problema

Determinar las necesidades de mejorar en los proceso de la Administración de la Cooperativa.

1.2 OBJETIVOS

A continuación se presentan los propósitos alcanzados en la cooperativa mediante el análisis de las áreas administrativas y de ventas.

1.2.1 General

Establecer la situación actual de la función de administración y ventas de la Cooperativa Integral Agrícola “El Manantial”, en la cabecera municipal de San Jacinto, para plantear alternativas de solución a la problemática detectada.

1.2.2 Específicos

- a) Elaborar un manual de funciones y procedimientos para la Cooperativa.
- b) Determinar la producción estimada actual del Jocote.
- c) Determinar el margen de ganancia de los productos agrícolas que comercializa la Cooperativa.
- d) Elaborar un perfil de proyectos sobre factibilidad de un centro de acopio para la Cooperativa Integral Agrícola El Manantial.

1.3 DISEÑO METODOLOGICO

1.3.1 Tipo de Investigación

La investigación se abordó en un enfoque explicativo y descriptivo, porque se partió de situaciones recientes, documentos o fuentes directas e investigaciones para conocer la situación actual del proceso administrativo de la función de producción estimada en la Cooperativa “El Manantial”.

1.3.2 Definición de Población

Para realizar el estudio se obtuvo información de los socios de la Cooperativa, así como de los habitantes de San Jacinto a través de entrevistas y encuestas.

El análisis de la información se realizó con la opinión y argumento de los miembros del consejo de administración, dónde siempre se contó con la participación del presidente, Señor José Antonio Ramírez López.

1. 3.3 Conceptualización y operación de variables

A continuación se muestran las variables e indicadores que se utilizaron para realizar del diagnóstico en las fases del proceso administrativo de la Cooperativa “El Manantial” en la cabecera municipal de San Jacinto.

Cuadro 1

Definición Operativa de Variables e Indicadores

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Elaborar un manual de funciones y procedimientos para la Cooperativa.	Manual de funciones y procedimientos	División del trabajo. Especialización	✓ Guías de observación ✓ Entrevistas ✓ cuestionarios
Determinar la producción estimada actual del Jocote.	Producción	Compra de insumos	✓ Guías de observación ✓ Entrevistas ✓ cuestionarios
Determinar el margen de ganancia de los productos agrícolas que comercializa la Cooperativa.	Margen de ganancia	Crecimiento económico	✓ Guías de observación ✓ Entrevistas ✓ cuestionarios
Elaborar un perfil de proyectos sobre factibilidad de un centro de acopio para la Cooperativa Integral Agrícola El Manantial.	Perfil de proyecto	Centro de acopio.	✓ Guías de observación ✓ Entrevistas ✓ cuestionarios

FUENTE: Elaboración propia

1.3.4 Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de información necesaria en la investigación del proceso administrativo, se implementaron por las características de la investigación las siguientes técnicas: Se implementó un enfoque participativo considerando la observación, porque ésta técnica permite la interacción entre el investigador y los sujetos, contexto, experiencia y vida cotidiana, para conocer la información acerca de cómo se lleva a cabo el proceso administrativo en la Cooperativa. Así como cuestionarios y entrevistas.

1.3.5 Fuentes de información

En relación a las fuentes primarias la información fue brindada por los colaboradores de la Cooperativa objeto de estudio; con estas fuentes se obtuvo toda la información que se utilizó para realizar el diagnóstico.

Al considerar las fuentes secundarias se obtuvieron mediante libros, revistas, documentales, investigaciones, entre otros; Estas fuentes ayudaron a formar la investigación y guiar claramente hacia los resultados.

1.3.6 Estrategias de investigación y limitación del estudio

La recolección de datos, fue mediante la elaboración de un instrumento de medición, que facilitó su aplicabilidad.

Posteriormente, la información se representa obteniendo resultados que dieron a conocer la situación en la que se encontraba la Cooperativa, identificando las gestiones y servicios a realizar en las áreas funcionales identificadas.

MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES DE LA COOPERATIVA EL MANANTIAL

La cooperativa Integral Agrícola “El Manantial” fue fundada el 30 e3 octubre del año 2011. Integrada en el municipio de San Jacinto del departamento de Chiquimula, es importante enfatizar que anteriormente ya existía una Cooperativa (Cooperativa Agrícola La Voz del Agricultor Juvenil Chinteño R.L.), pero llegó a la etapa de crisis, por lo que no pudo continuar con sus actividades; fue por ello que se realizaron convocatorias para organizar a los socios e iniciar gestiones para lograr una nueva inscripción. El Consejo de Administración, dentro de esas gestiones encontró participación y aval por parte de la Municipalidad, Inscripción en la SAT, INGE COP, e INACOP.

La Cooperativa se encuentra en la etapa de crecimiento, en dicha etapa se han tenido logros y errores. Entre los logros importantes es renacer institucionalmente con sus propios estatutos e inscripción, así mismo tiene recurso humano valioso, se logró conservar el inmueble donde está la sede de la misma, entre los errores están la falta de orientación, gestión mal encaminada por no contar con la suficiente información en la línea a seguir para fortalecer la organización.

El papel que ha jugado el liderazgo ha sido aceptable y activo, sin embargo el no contar con formación cooperativista y promoción, ha generado confusión de roles y creer que la cooperativa “El Manantial” es la misma que la anterior, lo que viene a reflejarse en la imagen y credibilidad.

2.2 DATOS HISTÓRICOS DEL MUNICIPIO DE SAN JACINTO

San Jacinto, cabecera municipal del municipio del mismo nombre, limita al norte con el municipio de Chiquimula; al sur con el municipio de

Quezaltepeque, al este con el municipio de San Juan Ermita y al oeste con los municipios de Ipala y San José la Arada. Tiene una extensión territorial de 60 kms², su clima es subtropical seco. La fiesta titular se celebra del 6 al 11 de febrero en honor a su patrón San Jacinto. La cabecera del municipio la forman los barrios San Jorge, Tamarindo y Jocotal. Poseen 11 aldeas y 23 caseríos.

Aldeas: *Agua* Zarca, El Carrizal, Dolores, Escalón, Las Lomas, Majada, Pueblo Nuevo, Santa Cruz, Ticanlú, Tizubín, El Zapote.

Caseríos: Valle Nuevo, El Chucte, San Jorge, Plan del Consejo, Los Méndez, San Nicolás, Laguna el Carrizo, Los Agosto, Jocotal, Valle de la Escuela, Valle de los Lemus, Valle de los Martínez, Ahorcado, Jute, Los Agustinos, Los Gálvez, Los Molina, Los Lorenzo, Los Pastores, Los Pérez, Los Ramos, Los Roque, Zapote Abajo.

2.3 CREACIÓN DEL MUNICIPIO DE SAN JACINTO

No se ha podido establecer la fecha exacta en que fue fundado el poblado, según documentos existentes en el Archivo General de Centro América se tiene información que por las últimas dos décadas del Siglo XVI, las tierras que hoy ocupa el poblado de San Jacinto, eran tierras realengas, es decir pertenecientes a la Corona.

El doctor Severo Martínez Peláez, habla sobre tierras realengas como producto del Principio del Señorío entre los conquistadores. Sobre dichas tierras, afirma lo siguiente:

“El principio de señorío tuvo una importancia extraordinarias... sólo el rey cede o vende tierra; toda posesión deriva de una cesión o venta original de la corona... cualquier tierra que el rey no haya vendido o cedido es tierra realenga, le pertenece al rey y no puede ocuparse ni usarse sin incurrir en delito de usurpación.”

Los antiguos habitantes de la región que hoy ocupa Quezaltepeque se fueron trasladando hacia San Jacinto en busca de terrenos fértiles para los cultivos. Aunque el territorio fue ocupado por indígenas chortís, vivían en el mismo algunos españoles que tenían sus estancias de ganado en los alrededores.

Para inicios del siglo XVII, ya se había establecido el pueblo de San Jacinto, con habitantes en su mayoría de raza y lengua indígena. Hacia la segunda década del siglo XVII, se consideraba a San Jacinto como un poblado separado de Quezaltepeque en el ramo civil.

Cuando el Arzobispo Pedro Cortés y Larraz realizó su visita pastoral al reino de Guatemala entre 1769-1770, llega a Quezaltepeque pasando por San Jacinto, indicando que el pueblo era anexo de la cabecera del curato. Se encontraba a 7 leguas de distancia de Quezaltepeque, contando con 250 familias con un total de 1945 personas. Indicaba el Arzobispo Cortés que la tierra producía maíz, caña, trigo y frutas en abundancia. Además el idioma materno era el chortí, aunque todos los pobladores entendían ya el castellano.

Se conoce que el poblado de San Jacinto tiene este nombre desde que fue fundado por los españoles. Se supone que los antiguos habitantes de Quezaltepeque utilizaban el lugar para sementeras. El territorio era conocido como CHIOTAPAT, lengua chortí de la cual no pudo establecerse su significado. Posteriormente se llamó San Jacinto, erigiéndose una ermita en honor a dicho santo, cuyo día se celebra el 17 de agosto.

El nombre del poblado es en honor a San Jacinto, santo muy venerado por sus obras de caridad que dejaron huella entre los fervientes católicos.

MARCO TEORICO

3.1 ANTECEDENTES TEMÁTICOS

Con seguridad, el éxito de las grandes empresas internacionales, radica en la excelencia de los servicios que prestan, a través de su constante interés y preocupación por la renovación de sus procedimientos, valiéndose, para ello, de diferentes estudios, métodos, técnicas e instrumentos. Sin embargo, esa información, no siempre está al alcance, íntegramente, de los investigadores externos a dichas empresas.

Al investigar en los diferentes estudios realizados por estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas, del Centro Universitario de Oriente se observó que tanto a nivel técnico como a nivel de licenciatura se han realizado investigaciones de carácter mercadológicos enfocados a través de estudios de mercado o investigaciones de mercado.

3.2 MARCO CONCEPTUAL

“Es el proceso de acercamiento gradual al conocimiento analítico de un hecho o problema administrativo que permite destacar los elementos más significativos de una alteración en el desarrollo de las actividades de una institución; en cuanto a la definición de la palabra “diagnóstico”, las raíces etimológicas del término permiten deducir su significado científico: Día (a través) y gnosis (conocer). Por tanto, se trata de “conocer a través de o por medio de.” Como definición, se puede decir que el diagnóstico es a conclusión del estudio de la investigación de una realidad, expresada en un juicio comparativo sobre una situación dada”.¹

¹ Martínez Chávez, Víctor Manuel. Diagnóstico Administrativo, Procedimientos, Procesos y Reingeniería. (Editorial Trillas, 1988. Segunda Edición), Pág. 11

Esto considera las situaciones que permitieron el surgimiento, entre ellos:

- Necesidad empresarial para resolver problemas que ocasionan crisis de toda índole.
- Necesidad empresarial para resolver problemas de adaptación del presente al futuro, tales como planeación e introducción de nuevo producto, usos diferentes de los productos actuales, nuevos mercados o situación económica mundial.
- Para encontrar soluciones a problemas de organización y funcionamiento a corto y largo plazo, sea su respuesta rápida o precisa, o bajo un proceso definido.
- Por la incapacidad del nivel de dirección por falta de tiempo, conocimientos, juego de intereses, etc. y buscar soluciones a problemas que afectan la organización.

3.2.1 Campo de acción

- No tiene limitaciones, solo variantes en “cómo” aplicarlo:
- En la mediana y pequeña empresa puede cubrirse el “todo”.
- En la grande por partes: departamentos, secciones, procedimientos, etc.

Las técnicas e instrumentos para su ejecución son: cuestionarios, entrevistas, encuestas, observación directa, estudio documental; tomando en cuenta cada limitación de ellos.”²

² Opcit. p. 17.

3.2.2 Área de Mercadotecnia

Es un sistema total de actividades comerciales cuya finalidad es planear, fijar el precio, promover y distribuir los productos satisfactores de necesidades entre los mercados meta para alcanzar los objetivos corporativos.

La definición tiene dos implicaciones muy importantes:

- “El sistema global de actividades comerciales ha de estar orientado a los clientes. Es preciso determinar y satisfacer los deseos de ellos.”³
- El marketing debería comenzar con una idea referente a un producto satisfactor de necesidades y no concluir antes que las necesidades de los clientes queden satisfechas completamente, lo cual puede suceder algún tiempo después de terminado el intercambio.

3.2.3 Planeación estratégica del marketing

“Una vez concluida la planeación estratégica de la organización en su conjunto, los directivos necesitan hacer planes para las principales áreas funcionales, entre las que figuran marketing y producción. Desde luego, la misión y los objetivos globales guiarán la planeación de cada función.

La planeación estratégica de marketing es un proceso de cinco pasos:

1. Realizar un análisis de la situación
2. Trazar los objetivos de marketing.
3. Determinar el posicionamiento y la ventaja diferencial.

³ Kotler, Philip / Armstrog, Gary. Fundamentos de Mercadotecnia (México, Editorial Prentice Hall, 1991). p. 9

4. Seleccionar los mercados meta y medir la demanda del mercado.
5. Diseñar una mezcla de marketing estratégico.”⁴

3.2.4 Análisis de la situación

“En el primer paso de la planeación estratégica de marketing, que consiste en el análisis de la situación, se examina el alcance y a qué punto ha llegado la ejecución del plan de marketing, qué resultados han obtenido y qué enfrentará, en apariencia, durante los años futuros. Ello permite a los ejecutivos decidir si es necesario revisar planes anteriores o bien diseñar planes nuevos para cumplir con los objetivos.

El análisis de la situación abarca normalmente los factores ambientales externos y los recursos internos no relacionados con el marketing que rodean al programa. En este tipo de análisis también se incluyen los grupos de clientes a quienes se atiende, las estrategias mediante las cuales se les satisface y las medidas clave del desempeño de marketing.

Crecimiento económico Además, el análisis de la situación es decisivo pues constituye el fundamento de las decisiones de planeación. Pero puede resultar costoso, lento y frustrante. Por ejemplo, suele ser difícil extraer información precisa y oportuna de los datos recopilados durante su realización. Más aún, a menudo no se dispone de información valiosa, como las estadísticas de venta o las cifras relativas a la participación en el mercado de los competidores.

⁴ Stanton, William J. / Etzel, Michael J. / Walker, Bruce J. Fundamentos de marketing. Undécima edición. (México, Editorial McGraw-Hill, 200) p. 61

3.2.5 *Objetivos del marketing*

“El siguiente paso en la planeación estratégica de marketing consiste en determinar los objetivos del marketing. Éstos deben guardar estrecha relación con las metas y estrategias globales de la compañía. De hecho, muchas veces una estrategia corporativa se convierte en una meta de marketing. Por ejemplo, para alcanzar el objetivo de un rendimiento de 20% sobre la inversión en el siguiente año, una estrategia organizacional podría ser bajar los costos en 15%. La estrategia se convertiría así en un objetivo de marketing. Asimismo, pagarle comisión a la fuerza de ventas en vez de un sueldo fijo podría ser una de las estrategias de marketing que se adoptan para lograr esta meta de marketing.

Ya se ha dicho que la planeación estratégica requiere adecuar los recursos disponibles con las oportunidades de mercado. Teniendo presente este, a cada objetivo se le asignará una prioridad según su urgencia y el impacto potencial en el área de marketing y, desde luego, en la organización. Después los recursos serán asignados atendiendo a dichas prioridades.”⁵

3.2.6 *Posicionamiento y ventaja diferencial*

“En el tercer paso en la planeación estratégica de marketing se toman dos decisiones complementarias: cómo posicionar un producto en el mercado y cómo distinguirlo de la competencia. Una compañía necesita crear una imagen para su producto en la mente de los consumidores. El posicionamiento designa la imagen de un producto en relación con productos que directamente compiten con él y también con otros que vende la misma compañía.

⁵ Op. Cit. P. 62

Una vez posicionado un producto, se hace necesario identificar una ventaja diferencial viable. Por ventaja diferencial se entiende cualquier característica de la organización o marca que el público considera conveniente y distinta de la competencia.

Además de esforzarse por una ventaja diferencial, una compañía debe evitar una desventaja diferencial para su producto. Los conceptos de ventaja diferencial y desventaja diferencial se aplican a bienes y servicios, y en algunas áreas como la venta al detalle y a compañías enteras. Un consultor cree que un detallista puede obtener una ventaja diferencial desarrollando una o más de cuatro dimensiones más, esto es, los precios más bajos, el surtido más amplio, la mercancía más reciente (lo último en la moda), la tienda donde se compra más fácilmente. Contrariamente una compañía arriesga una desventaja diferencial si es sólo en promedio “buena” en estas cuatro dimensiones.”⁶

3.2.7 Mercados meta y demanda del mercado

“Seleccionar un mercado meta es el cuarto paso de la planeación de marketing. Un mercado meta se compone de personas u organizaciones que tengan necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición de gastarlo. Por ejemplo, muchos necesitan transporte y están dispuestos a pagar por él. Sin embargo, este numeroso grupo consta de varios segmentos (es decir, partes del mercado) con diversas necesidades de transporte. Así, un segmento querrá un transporte eficiente y barato, mientras que otro preferirá el lujo.

⁶ Op. Cit. p. 62 - 63

Ésta es la razón por la que muchas aerolíneas ofrecen tres tarifas diferentes: turista, ejecutiva y primera clase.

Por lo regular, resulta impráctico para una compañía satisfacer todos los segmentos con diferentes necesidades. En lugar de eso, una empresa centra sus esfuerzos en uno o más de estos segmentos. Así, un mercado meta se refiere a un grupo de personas u organizaciones a las cuales una compañía dirige su programa de marketing.

Los mercados meta se seleccionan atendiendo a las oportunidades. Y para analizar sus oportunidades, una compañía necesita pronosticar la demanda (es decir, las ventas) en sus mercados meta. Los resultados del pronóstico de la demanda indicarán si vale la pena cultivar los mercados o si es preciso encontrar otros mercados.”⁷

3.2.8 Mezcla de mercadotecnia

“Es el término con que se describe la combinación de cuatro elementos que constituyen el núcleo esencial del sistema de mercadotecnia de una organización. Esos cuatro elementos son las ofertas de producto, la estructura de precios, las actividades promocionales y el sistema de distribución. Si bien la mezcla de mercadotecnia es controlable en gran medida por los gerentes de la compañía. Está limitada por los factores ambientales externos, los recursos internos no pertenecientes al departamento de mercadotecnia también influyen en ella y la apoyan”⁸.

⁷ Op. Cit. p. 64

⁸ Ibid p. 247

Los cuatro “elementos” de la mezcla están interrelacionados. Una vez más nos encontramos con el concepto de sistemas: las decisiones que se adoptan en un área repercuten en las acciones de las otras. Por lo demás las cuatro contienen infinidad de variables. Una compañía puede vender un producto o varios, relacionados o sin relación entre sí. Pueden distribuirlos a través de mayoristas o directamente a los detallistas, etc. Al final entre una multitud de opciones, la gerencia debe seleccionar la combinación que mejor se adapte al ambiente, satisfacer los mercados metas y cumplir siempre con las metas organizacionales y de mercadotecnia.

3.8.1 Producto:

En sentido riguroso, un producto es una serie de atributos conjuntado en forma identificable. Todo producto se designa con un nombre descriptivo (o genérico) que entiende la gente, como acero, seguro, raquetas, jugos, entre otros. Los atributos como nombre de marca y servicio, son los que activa la motivación del consumidor o sus hábitos de compra.⁹

▪ *Diversidad de productos y múltiples marcas:*

Como estrategia de producto se refiere a que una empresa cuenta en su inventario o para la venta al consumidor un buen número de productos diferentes, así también sus marcas con la finalidad de ofrecer más y mejores opciones de compra.

⁹ Stanton, Etzel, Walker. Op. Cit. p. 266

▪ ***Diversidad de productos y una marca:***

En esta estrategia se limita la empresa a manejar la variedad de productos que pueda ofrecer una marca en especial como se pueden ser los de embutidos y / o productos enlatados.

3.8.2 Precio:

“El precio de un producto constituye un determinante esencial de la demanda del mercado. El precio afecta a la posición competitiva de la empresa y a su participación en el mercado. De ahí la influencia tan importante que ejerce el poder seleccionar o poseer una estrategia de establecimiento de precios puesto que este es el que define los ingresos y utilidades netas, porque es a través del dinero que fluye el ingreso a la organización”¹⁰.

3.8.3 Plaza o Distribución

“La propiedad de un producto debe transferirse de alguna manera del individuo u organización que lo posee al consumidor que lo necesita y lo compra. Los bienes deben además ser transportados físicamente de donde se poseen a donde se necesitan. Por lo regular los productos se consumen en el mismo lugar de ubicación de la empresa. Para ello se deberán seleccionar o diseñar canales a través de los cuales hará llegar el producto al consumidor final y así poder ofrecer un mejor servicio a sus clientes actuales o llegar a nuevos prospectos a través de éstos”¹¹.

Se pueden mencionar los siguientes:

- Nivel 0 (Intermediario – Consumidor): El canal más breve y simple para distribuir bienes de consumo no

¹⁰ Ibid. P. 309

¹¹ Ibid p. 355

incluye intermediarios, puesto que se vende directamente a los usuarios finales.

Nivel 1 (Intermediario – Detallista – Consumidor):

Muchos grandes detallistas compran directamente a los distribuidores.

Nivel 2 (Intermediario – Mayorista – Detallista – Consumidor): Este resulta ser uno de los canales más tradicionales para los bienes de consumo. Puesto que es la única alternativa factible desde el punto de vista económico para miles de detallistas.

3.8.4 Promoción

“Es básicamente un intento de influir en el público o consumidor final, puesto que se considera como el elemento de mayor interés en la mezcla de marketing utilizado por una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y como parte de su finalidad es reforzar la publicidad y facilitar la venta personal. Ejemplos de promoción de ventas son: cupones, premios, muestras gratuitas, exposiciones comerciales, patrocinios y marketing de venta, aparición de productos”¹².

¹² Ibid. p. 447

4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

La Cooperativa “El Manantial” se encuentra situada en la calle principal del municipio de San Jacinto; en donde se dedica a las actividades agrícolas y artesanales. Al desarrollar los objetivos planteados se estableció lo siguiente:

Dentro de la organización se encuentra caracterizada la distribución de actividades porque facilita el funcionamiento de una determinada empresa, dando así una mayor productividad y minimización en costos, agilizando así el proceso productivo. En la Cooperativa “El Manantial” se confirmó que no cuenta con un manual de funciones y procedimientos para los socios provocando que se recargue la responsabilidad a un grupo de tres personas del consejo de administración.

Es indispensable considerar que la dirección es la responsable del eficaz y eficiente manejo de los recursos de la empresa. Y delegar autoridad es la principal forma de alcanzar estos objetivos debido a que al delegar responsabilidades y autoridad a un empleado se divide la carga de trabajo y fomenta a cada empleado a tomar decisiones en beneficio de la empresa descentralizando así la unidad de mando. En lo que se refiere a la delegación de autoridad dentro de la Cooperativa se identificó que no se cuenta con la delegación de autoridad que les ayude a facilitar sus actividades logrando un beneficio a la cooperativa.

La capacitación dentro del trabajo a realizar hace desarrollar a los empleados como personas adquiriendo más conocimientos en beneficio de la empresa para la cual labora, porque acelera el método de producción minimizando costos. En la Cooperativa “El Manantial” no se realiza capacitación, lo que provoca desconocimiento por parte de los socios para realizar sus actividades de una forma más rápida, lo que hace necesario que los socios se capaciten de acuerdo a las necesidades básicas y

puestos que desempeñan. Dicha situación se presenta debido a que los socios también se desenvuelven en diferentes actividades

La planeación de la producción consiste en la indicación del número de unidades que se van a producir en un tiempo establecido, así como la cantidad de insumos a utilizar, equipo y mano de obra que se requiera para cumplir el plan, esto ayuda a que la producción sea la adecuada, eficiente y eficaz. La Cooperativa El Manantial no cuenta con planes para estimar la producción del jocote, en periodos de cosecha.

Una de las actividades de la Cooperativa es la venta de productos agrícolas los cuales se encuentran disponibles para los clientes a precios accesibles, sin embargo la Cooperativa no cuenta con un método para determinar el margen de ganancia de dichos productos.

La Cooperativa encamina sus actividades a la venta de fruta de temporada (jocote), para lo cual necesita estimar la factibilidad de un centro de acopio para la misma.

Una adecuada planificación de insumos ayuda al mantenimiento y mejoramiento en la producción, ya que se minimizan costos y se determina cuanta mano de obra se utilizará. Para aumentar la productividad se debe de realizar una selección adecuada de insumos.

TITULO II

PLAN DE SERVICIOS

5.1 JUSTIFICACION DEL PLAN

El presente plan de trabajo conformado por servicios y gestiones está enfocado a promover el desarrollo de la organización, así como a contribuir al fortalecimiento de las acciones administrativas que promueve la Cooperativa Integral Agrícola “El Manantial” integrada por personas del área urbana y rural del Municipio de San Jacinto, departamento de Chiquimula, considerando que deben replantear algunos procesos para mejorar la eficiencia, y alcanzar los objetivos, para poder posicionar los productos que como socios producen para generarse los ingresos, y mejorar sus niveles de vida.

En cuanto a los servicios, se plantea la elaboración de un manual de funciones y procedimientos donde cada uno de los directivos e instancias administrativas tenga claridad de sus responsabilidades y funciones, porque en la actualidad todos hacen de todo, y nadie sabe con exactitud cuál es su contribución para alcanzar los objetivos.

Así mismo, se determinará la estructuración de costos para establecer los procesos de adquisición de materias primas, insumos, y comercialización.

Se evaluará el método de fijación de precios porque por ahora los precios son establecidos de acuerdo al mercado, sin proveer si se obtienen ganancias, o simplemente se cubren los gastos.

Con la realización del presente plan de trabajo, se pretende disminuir la problemática identificada en la Cooperativa “El Manantial” poniendo en práctica conocimientos teóricos a través de la planificación, y ejecución de actividades específicas.

Los beneficiarios de la ejecución del presente plan son: a) la cooperativa, b) los asociados, y c) la comunidad.

5.2 OBJETIVOS DEL PLAN

- a) Ejecutar los servicios y gestiones de acuerdo a los problemas identificados en la función administrativa, y de ventas en la Cooperativa, para que se mejoren los procesos internos y potencialicen las fortalezas que como organización posean.
- b) Empoderar al recurso humano para mejorar la eficacia de la Cooperativa.

5.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo al diagnóstico realizado en la Cooperativa Integral “El Manantial”, se observó que muchas veces su eficiencia administrativa se ve afectada por falta de normas establecidas.

El trabajar bajo reglas establecidas ayuda a un equipo de personas que velan por el bienestar común de una empresa, a dirigirse con seguridad y hacia una sola meta.

El plan de servicios, estuvo conformado por tres actividades: una en el área organizacional, con el fin de concientizar la importancia de un manual de funciones que indique los responsables de cada actividad, así como cada puesto en la administración.

El segundo servicio se enfocó a la evaluación del método para determinar precios con los que comercializa la Cooperativa, para establecer márgenes de ganancia con la comercialización de fertilizantes.

El tercer servicio fue encaminado a la determinación y estructuración de costos para establecer un sistema operativo en los que la cooperativa incurra para su desarrollo.

A continuación se detallan cada uno de los servicios que se desarrollaron para la Cooperativa relacionadas principalmente a proporcionar lineamientos administrativos con el propósito de lograr el progreso de la Cooperativa, como: manual de funciones y procedimientos, evaluación del método utilizado para determinación de precios, y estructuración de costos operativos.

5.4 Primer Servicio

5.4.1 Título del servicio

Elaboración y socialización del manual de funciones y procedimientos para la Cooperativa Integral Agrícola “El Manantial”.

5.4.2 Objetivo

Determinar las funciones y atribuciones de cada puesto que actualmente forman parte de la estructura organizacional de la Cooperativa, para formular el Manual de Funciones y Procedimientos.

5.4.3 Estrategias

- a) Enviar carta al Presidente de la directiva, solicitando autorización para la realización de la actividad considerando los beneficios para la Cooperativa.
- b) Analizar la estructura organizacional de la cooperativa.
- c) Establecer puestos existentes para identificar responsabilidades funciones y actividades.
- d) Realizar entrevistas a socios acerca de actividades que realizan
- e) Elaborar el manual de funciones y procedimientos.
- f) Preparar y socializar resultados obtenidos al presidente de la junta directiva para realizar modificaciones de ser necesarios.
- g) Imprimir los ejemplares necesarios para la Cooperativa que contenga las funciones y atribuciones.

CUADRO 2
PROGRAMACION DE ACTIVIDADES PARA LA ELABORACION DEL MANUAL DE FUNCIONES Y
PROCEDIMIENTOS

ACTIVIDADES	FECHA	HORA	TIEMPO	RECURSOS
Enviar carta el Presidente de la directiva, solicitando autorización para la realización de la actividad considerando los beneficios para la Cooperativa.	28/01/13	13 hrs.	2:30 hrs.	a) Humanos • Estudiante • Supervisor de EPS asignado por el CUNORI. • Presidente de la junta directiva • Socios b) Materiales • Computadora, • Tinta para la impresión, • Hojas de papel bond, • Cámara, • Fotos, • Útiles de oficina, • Grapadora, • Fotocopias, • Marcadores. c) Financieros • Estudiante de EPS • Cooperativa
Analizar la estructura organizacional de la cooperativa.	28-29/01/13	15:30 hrs.	5 hrs.	
Establecer los puestos existentes para identificar las responsabilidades funciones y actividades.	29-30/01/13	15:30 hrs.	5 hrs.	
Realizar entrevistas a los socios acerca de las actividades que realizan	30-31/01/13	15:30 hrs.	5 hrs.	
Elaborar el manual de funciones y procedimientos	31/01/13 01/02/13	15:30 hrs.	5 hrs.	
Preparar y socializar resultados obtenidos al presidente de la junta directiva para realizar modificaciones de ser necesarios	01-03/02/13	15:30 hrs.	5 hrs.	
Imprimir los ejemplares necesarios para la Cooperativa que contenga las funciones y atribuciones	03/02/13	15:30 hrs.	2:30 hrs.	

Fuente: Elaboración propia.

5.5 Segundo Servicio

5.5.1 Título del servicio

Evaluación del método utilizado para determinación de los precios con los cuales comercializa la Cooperativa los productos como: fertilizantes, semilla certificada, y maíz arriquín criollo.

5.5.2 Objetivos

- a) Evaluar los procedimientos utilizados para el establecimiento de los precios de venta de los productos que comercializa la Cooperativa para proponer un método.
- b) Establecer márgenes de ganancia que obtiene la Cooperativa con la comercialización de fertilizantes, semilla certificada, y maíz arriquín criollo.

5.5.3 Estrategias

- a) Identificar como conforman los precios de los productos que venden.
- b) Establecer los precios de venta en relación a los gastos para establecer la utilidad que la cooperativa obtiene.
- c) Socializar los resultados con la junta directiva para que tomen decisiones sobre la base de hechos fundamentados.

CUADRO 3

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES PARA LA EVALUACIÓN DEL MÉTODO DE PRECIOS

ACTIVIDADES	FECHA	HORA	TIEMPO	RECURSOS
Identificar como conforman los precios de los productos que venden.	04/02/13	13 hrs.	5 hrs.	a) Humanos • Estudiante • Supervisor de EPS asignado por el CUNORI. • Presidente de la junta directiva • Socios b) Materiales • Computadora, • Excel (Software) • Cañonera • Pantalla • Tinta para la impresión, • Hojas de papel bond, • Cámara, • Fotos, • Útiles de oficina, • Grapadora, • Fotocopias, • Marcadores. c) Financieros • Estudiante de EPS • Cooperativa
Establecer los precios de venta en relación a los gastos para establecer la utilidad que la cooperativa obtiene.	05-06/02/13	13 hrs.	10 hrs.	
Socializar los resultados con la junta directiva para que tomen decisiones sobre la base de hechos fundamentados.	07-08/02/13	13 hrs.	10 hrs.	

Fuente: Elaboración propia.

5.6 Tercer servicio

5.6.1 Título del servicio

Determinación y estructuración de costos operativos de la cooperativa.

5.6.2 Objetivos

Establecer el sistema de costos operativos en los que la Cooperativa incurre en el desarrollo de las actividades

5.6.3 Estrategias

- a) Enviar carta al presidente de la Cooperativa solicitando autorización para la revisión de los costos.
- b) Preparación de la actividad.
- c) Socializar los resultados obtenidos a la junta directiva de la Cooperativa para la toma de decisiones en relación a los costos.

CUADRO 4

PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PARA LA DETERMINACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE COSTOS OPERATIVOS

ACTIVIDADES	FECHA	HORA	TIEMPO	RECURSOS
Enviar carta al presidente de la Cooperativa solicitando autorización para la revisión de los costos	11/02/2013	13 hrs.	5 hrs.	a) Humanos • Estudiante • Supervisor de EPS asignado por el CUNORI. • Presidente de la junta directiva • Socios • Clientes b) Materiales • Computadora, • Excel (Software) • Cañonera • Pantalla • Tinta para la impresión, • Hojas de papel bond, • Cámara, • Fotos, • Útiles de oficina, • Grapadora, • Fotocopias, • Marcadores. c) Financieros • Estudiante de EPS • Cooperativa
Preparación de la actividad.	12-13/02/2013	13 hrs.	10 hrs.	
Socializar los resultados obtenidos a la junta directiva de la Cooperativa para la toma de decisiones en relación a los costos	14-15/02/2013	13 hrs.	10 hrs.	

Fuente: Elaboración propia.

TITULO III

SERVICIOS PRESTADOS

6.1 Primer servicio: Elaboración y socialización del manual de funciones y procedimientos para la Cooperativa Integral Agrícola “El Manantial”.

6.1.1 Descripción del problema

A manera de contribuir al ordenamiento de las actividades de los miembros de la Cooperativa “El Manantial” se efectuó la elaboración y socialización de un manual de funciones, que establezcan las atribuciones a las que están sujetos los miembros.

6.1.2 Objetivos logrados

- ✓ Socializar con los socios sus derechos y obligaciones como miembros de la Cooperativa.
- ✓ Enfatizar la importancia de contar con atribuciones definidas para el progreso administrativo de la Cooperativa.
- ✓ Elaboración del manual de funciones con la participación de los miembros de la Asamblea Administrativa de la Cooperativa.

6.1.3 Estrategias

Se realizaron reuniones periódicas con los miembros del Consejo Administrativo de la Cooperativa.

Elaboración de los instrumentos para recaudar la información necesaria.

Se recolectó la información obtenida de los asociados.

Análisis y ordenamiento de la información.

Elaboración del manual de funciones.

6.1.4 Ejecución del programa

Para la elaboración del Manual de funciones se procedió a redactar una solicitud al presidente del Consejo Administrativo con el propósito de contar con su aprobación, a través de concientizar la importancia de conocer su estructura organizacional, y puestos existentes para identificar sus responsabilidades, funciones y actividades que se realizan.

Una vez elaborado el manual de funciones se procedió a socializarlo con el propósito que sea aplicado, y proyectado.

Participaron los socios de la Cooperativa donde a través de una charla a la cual fueron convocados, se enfatizó la importancia y necesidad de conocer sus funciones logrando así identificar responsabilidades, para optimizar esfuerzos.

6.1.5 Recursos

d) Humanos

- Estudiante
- Supervisor de EPS asignado por el CUNORI.
- Presidente de la junta directiva
- Socios

e) Materiales

- Computadora,
- Tinta para la impresión,
- Hojas de papel bond,
- Cámara,
- Fotos,
- Útiles de oficina,
- Grapadora,
- Fotocopias,
- Marcadores.

f) Financieros

- Estudiante de EPS

6.2 Segundo servicio: Evaluación del método utilizado para determinación de los precios con los cuales comercializa la cooperativa los productos como: fertilizantes, semilla certificada, y maíz arriquín criollo.

6.2.1 Descripción del problema

Dentro de las actividades que la Cooperativa desarrolla se encuentra la venta de productos agrícolas los cuales son adquiridos de un Agroservicio que se encuentra ubicado en Santa Rosalía, Zacapa. Dicho lugar les proporciona un margen de ganancia de acuerdo a las compras por los productos, de acuerdo al mercado, por lo que se efectuó la evaluación del método de precios que comercializa la Cooperativa.

6.2.2 Objetivos logrados

- ✓ Identificar la conformación de los precios de los productos agrícolas que comercializan.
- ✓ Establecer los precios de venta en relación a los gastos de la Cooperativa.
- ✓ Socialización de los resultados para que tomen decisiones.

6.2.3 Estrategias

- ✓ Identificación como conforman los precios de productos que se venden.
- ✓ Establecer los precios de venta en relación a los gastos de la Cooperativa.
- ✓ Socializar los resultados con la junta directiva para que tomen decisiones.

6.2.4 Ejecución del programa

Para la evaluación del método de precios que comercializa la Cooperativa se procedió a hacer un recuento de inventario, donde se verificó el precio de compra de los productos agrícolas, así como

el precio de venta con el propósito de establecer el margen de ganancia, y estimar si realmente el margen de ganancia es proporcional.

La información para obtener los datos sobre precios de venta y compra de productos agrícolas de la Cooperativa, fue proporcionada por miembros del Consejo Administrativo de la Cooperativa, proporcionando las facturas de compras y registros de ventas (ver anexo 1).

Se procedió a establecer el método para la determinación de precios a través de un cuadro comparativo entre ventas y compras (ver apéndice 1), donde el resultado de margen de ganancia varía de acuerdo al producto manteniéndose en un promedio de 14%. Lo que desestabiliza a la Cooperativa en relación a sus gastos fijos.

6.2.5 Recursos

- g) Humanos
 - Estudiante
 - Supervisor de EPS asignado por el CUNORI.
 - Presidente de la junta directiva
 - Socios
- h) Materiales
 - Computadora,
 - Tinta para la impresión,
 - Hojas de papel bond,
 - Cámara,
 - Fotos,
 - Útiles de oficina,
 - Grapadora,
 - Fotocopias,
 - Marcadores.
- i) Financieros
 - Estudiante de EPS

6.3 Tercer servicio: Determinación y estructuración de costos operativos de la Cooperativa.

6.3.1 Descripción del problema

La estructuración de los costos operativos de la Cooperativa conforma otro aspecto vital dentro del desarrollo de la misma, ya que no se cuenta con muchos gastos de operación puesto que actualmente el margen de comercialización no cubre los gastos actuales por lo que se puede establecer que se está operando con pérdida.

6.3.2 Objetivos logrados

- ✓ Identificar la conformación de los gastos de la Cooperativa..
- ✓ Socialización de los resultados para que tomen decisiones.

6.3.3 Estrategias

- ✓ Identificar los costos en los que incurre la Cooperativa.
- ✓ Analizar la información.
- ✓ Obtención de resultados.

6.3.4 Ejecución del programa

En la estructuración de costos operativos de la Cooperativa se procedió a hacer un recuento de gastos en los que se ve la necesidad de cubrir. Para poder definir que según resultados éstos no pueden cubrirse debido a que no se tiene la capacidad económica necesaria para cubrirlos.

En el proceso de establecer la información participaron los miembros del consejo Administrativo de la cooperativa, quienes proporcionaron los datos.

6.3.5 Recursos

- j) Humanos
 - Estudiante
 - Supervisor de EPS asignado por el CUNORI.
 - Presidente de la junta directiva
 - Socios
- k) Materiales
 - Computadora,
 - Tinta para la impresión,
 - Hojas de papel bond,
 - Cámara,
 - Fotos,
 - Útiles de oficina,
 - Grapadora,
 - Fotocopias,
 - Marcadores.
- l) Financieros
 - Estudiante de EPS

PLAN DE GESTIONES

7.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

De acuerdo al diagnóstico realizado en la Cooperativa Integral “El Manantial”, se observó que muchas veces su eficiencia se ve afectada por la falta del trabajo en equipo.

El trabajar en equipo resulta provechoso no solo para una persona sino para todo el equipo involucrado, trayendo así satisfacción, haciéndoles sociables, entendiendo los beneficios del trabajo en equipo, el porqué de los objetivos, eficacia y productividad que genera.

La fuerza que integra un grupo y la cohesión, se expresa en la solidaridad y el sentido de pertenencia al grupo que manifiestan sus componentes dentro de una organización. Cuanto más cohesión existe, más probable es que el grupo comparta valores, actitudes y normas de conducta comunes que coadyuvan alcanzar los objetivos organizacionales y mejoran el posicionamiento de cualquier organización.

Por tal motivo el plan de gestiones, está conformado por tres capacitaciones: una en el área de recursos humanos, con el fin de concientizar la importancia del trabajo en equipo, que conlleve un excelente logro de las metas y objetivos, interactuando y fortaleciendo la organización, donde imperen el compromiso y la contribución de cada integrante para hacer una buena labor.

La segunda es una capacitación en el área de mercadeo donde se promoverán la comercialización de los productos agrícolas.

La tercera capacitación va encaminada a la importancia de conocer a fondo los estatutos de la Cooperativa, por ello se capacitará sobre el espíritu Cooperativista.

En el diagnóstico también se detectó la oportunidad de gestionar en el mercado la venta de productos agrícolas a través de sus socios, y los pobladores del municipio.

A continuación se detalla cada una de las gestiones que se desarrollaron para la Cooperativa relacionadas principalmente a capacitar el recurso humano como; trabajo en equipo, importancia sobre el mercadeo del producto agrícola, y espíritu cooperativista.

7.2 Primera gestión

7.2.1 Título de la gestión

Capacitación sobre la importancia del trabajo en equipo en las organizaciones.

7.2.2 Objetivo

Desarrollar una capacitación de trabajo en equipo para empoderar a 10 personas que conforman el recurso humano sobre los beneficios que obtiene la organización para tener una visión compartida.

7.2.3 Estrategias

- a) Enviar carta al presidente de la junta directiva solicitando autorización para la realización de la capacitación proponiendo fecha.
- b) Gestionar ante una entidad un facilitador para la capacitación.
- c) Gestionar el salón en donde se llevará a cabo la actividad.
- d) Realización de la capacitación con la participación del recurso humano y de la cooperativa.
- e) Socializar resultados obtenidos a la junta directiva.

CUADRO 5

PROGRAMACION DE ACTIVIDADES DE LA CAPACITACIÓN SOBRE EL TRABAJO EN EQUIPO

ACTIVIDADES	FECHA	HORA	TIEMPO	RECURSOS
Enviar carta el presidente de la junta directiva solicitando autorización para la realización de la capacitación proponiendo fecha	18/02/2013	13 horas	6 horas.	A) Humanos • Estudiante • Supervisor de EPS asignado por el CUNORI. • Presidente de la junta directiva • Socios • COOSAJO R.L. B) Materiales • Computadora, • Cañonera • Pantalla • Tinta para la impresión, • Hojas de papel bond, • Cámara, • Fotos, • Útiles de oficina, • Grapadora, • Fotocopias, • Marcadores. C) Financieros • Estudiante de EPS • Cooperativa
Gestionar ante la Cooperativa COOSAJO R.L. un facilitador para la capacitación	18/02/2013	14 horas	6 horas.	
Gestionar el salón en donde se llevará a cabo la actividad	19/02/2013	15 horas	6 horas	
Realización de la capacitación con la participación del recurso humano y de la cooperativa	20/02/2013	16 horas	6 horas	
Socializar resultados obtenidos a la junta directiva	21-22/02/2013	17 horas	6 horas	

Fuente: Elaboración propia.

7.3 Segunda gestión

7.3.1 Título de la gestión

Capacitación sobre comercialización agrícola.

7.3.2 Objetivo

Explicar a los socios de la Cooperativa aspectos relacionados con la comercialización de productos agrícolas, para aprovechar oportunidades que se le presenten a la misma.

7.3.3 Estrategias

- a) Enviar carta al presidente de la junta directiva solicitando autorización para la realización de la capacitación proponiendo fecha.
- b) Gestión de la entidad que proporcionará el facilitador para la capacitación
- c) Gestiones para obtener el salón en donde se llevará a cabo la actividad.
- d) Realización de la capacitación con la participación de todos los socios.
- e) Socializar los resultados obtenidos a la junta directiva.

CUADRO 6

PROGRAMACION DE ACTIVIDADES PARA LA CAPACITACION DE COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA

ACTIVIDADES	FECHA	HORA	TIEMPO	RECURSOS
Enviar carta al presidente de la junta directiva solicitando autorización para la realización de la capacitación proponiendo fecha	26/02/2013	13 horas	5 horas.	A) Humanos • Estudiante • Supervisor de EPS asignado por el CUNORI. • Presidente de la junta directiva • Socios B) Materiales • Computadora, • Cañonera • Pantalla • Tinta para la impresión, • Hojas de papel bond, • Cámara, • Fotos, • Útiles de oficina, • Grapadora, • Fotocopias, • Marcadores. C) Financieros • Estudiante de EPS • Cooperativa
Gestión de la entidad que proporcionará el facilitador para la capacitación	27/02/2013	9 horas	5 horas.	
Gestiones para obtener el salón en donde se llevará a cabo la actividad	28/02/2013	15 horas	5 horas	
Realización de la capacitación con la participación de todos los socios	01/03/2013	16 horas	5 horas	
Socializar los resultados obtenidos a la junta directiva	03/03/2013	17 horas	5 horas	

Fuente: Elaboración propia.

7.4 Tercera Gestión

7.4.1 Título de la gestión

Capacitación sobre espíritu cooperativista.

7.4.2 Objetivo

Sensibilizar a los socios sobre espíritu cooperativista como fuente para cumplir con los estatutos que orientan el que hacer de la Cooperativa.

7.4.3 Estrategias

- a) Enviar carta al presidente de la junta directiva solicitando autorización para la realización de la capacitación, proponiendo fecha.
- b) Gestión para obtener el uso del salón en donde se llevara a cabo la actividad.
- c) Ejecución de la capacitación, con la participación de todos los socios.
- d) Socializar resultados obtenidos a la junta directiva para realizar las decisiones necesarias.

CUADRO 7

**PROGRAMACION DE ACTIVIDADES PARA LA CAPACITACION SOBRE EL ESPIRITU
COOPERATIVISTA**

ACTIVIDADES	FECHA	HORA	TIEMPO	RECURSOS
Enviar carta al presidente de la junta directiva solicitando autorización para la realización de la capacitación, proponiendo fecha	04/03/2013	13 horas	4 horas.	a) Humanos • Estudiante • Supervisor de EPS asignado por el CUNORI. • Presidente de la junta directiva • Socios b) Materiales • Computadora, • Cañonera • Pantalla • Tinta para la impresión, • Hojas de papel bond, • Cámara, • Fotos, • Útiles de oficina, • Grapadora, • Fotocopias, • Marcadores. c) Financieros • Estudiante de EPS • Cooperativa
Gestión para obtener el uso del salón en donde se llevara a cabo la actividad	05/03/2013	17 horas	4 horas.	
Ejecución de la capacitación, con la participación de todos los socios	06/03/2013	13 horas	6 horas	
Socializar resultados obtenidos a la junta directiva para realizar las decisiones necesarias	08/03/2013	16 horas	5 horas	

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO VIII

GESTIONES REALIZADAS

8.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo al estudio efectuado en la Cooperativa Integral “El Manantial”, se verificó que las actividades que a pesar que los asociados realizan sus actividades con deseo de ver el progreso de la misma carecen de un estado positivo ante las adversidades que se les presentan por el hecho de tener poco tiempo de funcionamiento.

Es importante recalcar que el hecho de capacitarse crea un estado de madurez administrativo donde los lineamientos son proporcionados con el propósito de aplicarlos favorablemente, es por ello que se les brindó capacitaciones que les concientizarán en su labor como asociados y miembros de una cooperativa.

El plan de gestiones, está conformado por tres actividades. Como sigue:

- a) Comercialización agrícola, donde los socios deben estar conscientes de la importancia de conocer como comercialización los productos agrícolas para que consideren las ganancias o pérdidas que pueda obtener la Cooperativa.
- b) Espíritu cooperativista, para que los socios no pierdan el enfoque por lo que la Cooperativa fue creada y trabajen desinteresadamente con el propósito de lograr su crecimiento.
- c) Importancia del trabajo en equipo en las organizaciones, con el propósito de concientizar a los socios sobre la necesidad de trabajar unidos para el logro de metas y crecimiento cooperativista.

8.2 Primera gestión: Capacitación sobre la importancia del trabajo en equipo en las organizaciones.

8.2.1 Descripción del problema

La Capacitación sobre la importancia del trabajo en equipo dentro de las organizaciones, contribuye a que los socios se den cuenta que si bien es cierto que se encuentran los cargos definidos, son parte de un todo al cual se deben, y por ende lo deben hacer conjuntamente para lograr sus objetivos.

8.2.2 Objetivos logrados

- ✓ Desarrollar una capacitación de trabajo en equipo para empoderar recurso humano a la Cooperativa.
- ✓ Enfocar la importancia de que la Cooperativa mantenga una visión compartida.

8.2.3 Estrategias

- ✓ Solicitar permiso para realizar la capacitación al presidente de la junta directiva.
- ✓ Realizar la capacitación con la colaboración de los socios.
- ✓ Socializar los resultados con los socios de la Cooperativa.

8.2.4 Ejecución del programa

En la capacitación sobre la importancia del trabajo en equipo se procedió a hacer un análisis sobre la situación que se presenta con los socios donde la mayor responsabilidad recae sobre el presidente de la junta directiva, lo cual no es ni justo ni prudente, considerando que la cantidad de asociados son suficientes para realizar las actividades necesarias para el desarrollo de la Cooperativa. Se hizo hincapié en la necesidad de enfocar las actividades de acuerdo a los cargos de los asociados.

Se convocó a los asociados de la cooperativa, de los cuales solo se hicieron presente los miembros de la junta directiva, quienes recibieron la capacitación del Ingeniero de la Institución Save the Children.

Los participantes manifestaron que la capacitación les amplió su visión sobre la importancia de delegar responsabilidad para la obtención de resultados eficientes, consideraron al mismo tiempo lo indispensable que es la presencia constante de la totalidad de los socios en las reuniones y actividades de la cooperativa para unificar esfuerzos, y lograr metas.

8.2.5 Recursos

m) Humanos

- Estudiante
- Supervisor de EPS asignado por el CUNORI.
- Presidente de la junta directiva
- Socios

n) Materiales

- Computadora,
- Tinta para la impresión,
- Hojas de papel bond,
- Cámara,
- Fotos,
- Útiles de oficina,
- Grapadora,
- Fotocopias,
- Marcadores.

o) Financieros

- Estudiante de EPS

8.2 Segunda gestión: Capacitación sobre comercialización agrícola.

8.2.1 Descripción del problema

La Capacitación sobre la comercialización de productos agrícolas se programó con el propósito que los socios cuenten con datos sobre cómo vender sus productos y obtener ganancias beneficiando así la Cooperativa.

Se enfocó dicha capacitación a la necesidad de saber el proceso de comercialización de productos agrícolas y por ende visualizar sus triunfos a nivel internacional.

8.2.2 Objetivos logrados

- ✓ Explicar a los socios de la Cooperativa aspectos relacionados con la comercialización de productos agrícolas, para aprovechar oportunidades que se le presenten a la misma.
- ✓ Visualizar las oportunidades que se presentan tanto a nivel nacional como internacional.

8.2.3 Estrategias

- ✓ Solicitar al presidente de la junta directiva autorización para la realización de la capacitación.
- ✓ Gestiones para obtener el salón en donde se llevará a cabo la actividad
- ✓ Realización de la capacitación con la participación de todos los socios
- ✓ Socializar los resultados obtenidos a la junta directiva

8.2.4 Ejecución del programa

En la capacitación sobre la comercialización de los productos agrícolas se procedió a proporcionar información sobre la recolección, manejo y canales de comercialización con el fin de

brindar asistencia documental a los miembros de la Cooperativa y contribuir así a que sus transacciones se den más allá de las fronteras.

Se contó con ocho participantes miembros de la junta directiva de la Cooperativa.

La capacitación fue proporcionada por la Institución Save the children,

Los participantes se motivaron al comprender que sus productos no necesariamente pueden ser comercializados solamente en Guatemala, sino también en otros países pero para obtener resultados la decisión recae sobre la cooperativa.

8.2.5 Recurso

Humanos

- Estudiante
- Supervisor de EPS asignado por el CUNORI.
- Presidente de la junta directiva
- Socios

p) Materiales

- Computadora,
- Tinta para la impresión,
- Hojas de papel bond,
- Cámara,
- Fotos,
- Útiles de oficina,
- Grapadora,
- Fotocopias,
- Marcadores.

q) Financieros

- Estudiante de EPS

8.3 Tercera gestión: Capacitación sobre espíritu cooperativista.

8.3.1 Descripción del problema

La Capacitación sobre el espíritu Cooperativista se proporcionó a los socios una visión futurista donde la base principal del progreso es contar con una mente positiva donde no decaiga el. Estado de ánimo, y no perder el objetivo principal de la Cooperativa, que la impulsa a lograr metas en beneficio de si misma y la comunidad.

Dicha capacitación se percibió desde el punto de vista de superación a través de la sensibilización de sus miembros, entorno a un desarrollo tanto interno como externo.

8.3.2 Objetivos logrados

- ✓ Sensibilizar a los socios sobre espíritu cooperativista como fuente para cumplir con los estatutos que orientan el que hacer de la Cooperativa.
- ✓ Encaminar los esfuerzos de los socios a un fin común.

8.3.3 Estrategias

- ✓ Solicitar al presidente de la junta directiva autorización para la realización de la capacitación.
- ✓ Gestión para obtener el uso del salón en donde se llevara a cabo la actividad
- ✓ Ejecución de la capacitación, con la participación de todos los socios
- ✓ Socializar resultados obtenidos a la junta directiva para realizar las decisiones necesarias

8.3.4 Ejecución del programa

La capacitación sobre el espíritu Cooperativista se enfocó hacia la necesidad de proyectar a los socios el deseo de mantener una

actitud de progreso ante las actividades que desarrollan en función del desarrollo.

En la capacitación estuvieron presentes ocho miembros de la junta directiva.

Fue impartida por el Instituto Nacional de Cooperativas.

Se logró concientizar a los socios sobre la importancia que tiene no alejarse de la finalidad de la cooperativa como tal, ya que toda actividad o proyecto que realicen deben proyectarse al bienestar común y social.

8.3.5 Recursos

- r) Humanos
 - Estudiante
 - Supervisor de EPS asignado por el CUNORI.
 - Presidente de la junta directiva
 - Socios
- s) Materiales
 - Computadora,
 - Tinta para la impresión,
 - Hojas de papel bond,
 - Cámara,
 - Fotos,
 - Útiles de oficina,
 - Grapadora,
 - Fotocopias,
 - Marcadores.
- t) Financieros
 - Estudiante de EPS

CONCLUSIONES

- Se elaboró un manual de funciones y procedimientos que proporcionan las atribuciones de los responsables de las diferentes actividades.
- Se evaluaron los procedimientos de precios de ventas de los productos agrícolas que vende la cooperativa, a través de un estimado entre las compras y ventas de los productos.
- Se realizó una capacitación sobre la importancia del trabajo en grupo que concientizó a los asociados, y confirmaron que los resultados eficientes se obtienen como un equipo.
- Se sensibilizó a los socios sobre el espíritu cooperativista para cumplir con los estatutos de la Cooperativa.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que los miembros del Consejo Administrativo y miembros de la Cooperativa utilicen el manual de funciones, encaminado a delimitar los derechos y obligaciones de los socios.
- Para que la Cooperativa obtenga otros ingresos y cubra sus costos es necesario que se amplíe la comercialización de productos como el jocote, tamarindo, y mango, a través de una formación sobre el uso y preparación de la fruta convirtiéndolos en productos comerciales como conservas, dulces y pasteles.
- Los socios de la Cooperativa no deben perder la visión que se unen para favorecer a la misma, por lo que es necesario establecer los precios de venta de los productos agrícolas con un margen de ganancia.

BIBLIOGRAFÍA

- Chávez Zepeda, Juan José. Elaboración de proyectos de investigación. Segunda Edición. Guatemala, XL Publicaciones, 1996.
- Ferrell, O. C / Hantline, Michael D. / Lucas Jr., George H. Estrategia de Marketing, segunda edición. México: Internacional Thonson Editorial S. A. de C. V.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill, 1995.
- Koontz, Harold / Wihrich, Heinz. Administración, una perspectiva global. Onceava edición México: McGRAW-HILL, 1998.
- Kotler, Philip / Armstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia México: Editorial Prentice Hall, 1991
- Martínez Chávez, Víctor Manuel. Diagnóstico administrativo, procedimientos, Procesos y Reingeniería. Segunda Edición. Editorial Trillas, 1988.
- Stanton, William J. / Etzel, Michael J. / Walker, Bruce J. Fundamentos de marketing. Undécima edición. México: Editorial McGraw-Hill, 2000.

APÉNDICE

CUADRO COMPARATIVO ENTRE VENTAS Y COMPRAS

COMPRAS						VENTAS				
FACTURA	CANTIDAD	UNID MEDIDA	PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO VENTA	TOTAL	GANANCIA	% GANANCIA
12451	40	LIBRA	20.20.20	9.60	384.00	40.00	15.00	600.00	216.00	0.563
12455	12	LITRO	BAYFOLAN FORTE	53.25						
12453	8	3.5 LITROS	ELIMINA 40	122.00	976.00	8.00	127.00	1,016.00	40.00	0.041
12453	14	LITRO	ELIMINA 40	35.00	490.00	14.00	40.00	560.00	70.00	0.143
12453	48	500 CC	ELIMINA 40	20.00	960.00	48.00	22.00	1,056.00	96.00	0.100
12454	12	LITRO	FOLIFER	32.00	384.00	12.00	35.00	420.00	36.00	0.094
12454	24	LITRO	GLUFOSATO ALEMAN	41.00						
12454	8	GALON	GLUFOSATO ALEMAN	132.00	1,056.00	8.00	137.00	1,096.00	40.00	0.038
12454	48	500 CC	GLUFOSATO ALEMAN	21.50						
12454	24	LITRO	GRAMOXONE	41.00	984.00	24.00	45.00	1,080.00	96.00	0.098
12454	8	5 LITROS	GRAMOXONE	198.00						
12451	5	KILO	GROFOL	59.00	295.00	5.00	65.00	325.00	30.00	0.102
12453	40	LITRO	HEDONAL	38.75						
12454	80	400 GRAMOS	IGUAL 90	28.00						
12454	60	400 GRAMOS	IGUAL 80	20.50						
12451	100	LIBRA	METIL	3.50	350.00	100.00	5.00	500.00	150.00	0.429
12453	36	LITRO	PARAQUAT ALEMAN	38.00	1,368.00	36.00	43.00	1,548.00	180.00	0.132
12451	8	5 LITROS	PARAQUAT ALEMAN	180.00						
12451	48	500 CC	PARAQUAT ALEMAN	21.00						
12451	6	3.5 LITROS	PARAQUAT ALEMAN	131.00	786.00	6.00	136.00	816.00	30.00	0.038
12453	36	LITRO	PARAQUAT CRIOLLO	34.00	1,224.00	36.00	39.00	1,404.00	180.00	0.147
12451	8	100 SB	PASTILLA FOSAMIN	3.75	30.00	8.00	5.00	40.00	10.00	0.333
12453	24	LITRO	RAFAGA	34.50	828.00	24.00	40.00	960.00	132.00	0.159
12453	8	3.5 LITROS	RAFAGA	119.00						
12453	8	5 LTS	RAFAGA	167.00						
12453	48	500 CC	RAFAGA	20.00						
12451	20	250 CC	RIENDA	52.85	1,057.00	20.00	57.00	1,140.00	83.00	0.079
12454	24	LITRO	ROOTOUT	47.90	1,149.60	24.00	60.00	1,440.00	290.40	0.253
12454	8	3.5 LITROS	ROOTOUT	149.00						
12454	40	500 CC	ROOTOUT	25.00						

ANEXO

Servicio Agrícola SANTA ROSALIA

ALDEA SANTA ROSALIA, ZACAPA, ZACAPA

TELEFONO: 7941-1945 • TELEFAX: 7941-1940

SERVICIO AGRICOLA SANTA ROSALIA SOCIEDAD ANONIMA

FACTURA
CAMBIARIA
Serie "AA"

Nº 012459

NIT: 4444278-5

Patente Comercio No. 409056

LIBRE DE PROTESTO

Lugar y Fecha:

SANTA ROSALIA, 21 DE JUNIO DE 2012

Nombre:

COOPERATIVA INTEGRAL AGRICOLA EL MANANTIAL

NIT:

7741398-7

Dirección:

SAN JACINTO, CHIQUERRIA

Productos para la Agricultura

CODIGO	PRODUCTO	U. MEDIDA	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
65	GLIFOSAT	LITRO	5	60.00	300.00
145	PANTER	KG	3	125.00	375.00
44	URACIL	KG	5	41.75	208.75
145	PARQUAT 330 SL	GALON	2	151.00	302.00
35	NOLOXON	LITRO	15	20.25	303.75
32	TOTAL 30	400GR	20	29.00	580.00
795	UREA	KG	33	102.00	3,366.00
770	SULFATO DE AMONIO	KG	15	160.00	2,400.00

Total Quetzales en Letras:

SIETE MIL SETECIENTOS SETENTA
Y NUEVE EXACTOS

TOTAL Q.

7,779.00

CONDICIONES: A. _____ días antes de ser cobrado pagar por esta Única Factura Cambiaria, guada a la orden o orden de Servicio Agrícola "Santa Rosalia" del valor total por el que esta se extiende o por el importe sólo limitado que aparezca. La mercadería se ha recibido a entera satisfacción, o el comprador no pagará el importe del título a su vencimiento deberá pagar intereses moratorios a razón del _____ % mensual. El comprador manifiesta al hacer de su domicilio señalado como lugar para recibir notificaciones en la parte superior.

CREADOR O BENEFICIARIO

COMPRADOR/ACEPTANTE

ANALISTA

Resolución No. 1803-0-2004-71 de fecha 01/05/2004
Vencimiento del título al 12/06/12

BOLETO A PAGAR TRIMESTRAL PSE L.S.R.

Deposito "Caja Chica" Banco • NIT: 337744-7
Teléfono: 7941-0521

Servicio Agrícola "SANTA ROSALIA"

SANTA ROSALIA, ZACAPA.

TELEFONOS : 7941-1940 * 7941-1945

PROFORMA **Nº 332557**

Productos para la Agricultura

Lugar y Fecha: SANTA ROSALIA, 21 DE JUNIO DE 2012

Nombre: COOPERATIVA INTEGRAL AGRICOLA EL MANANTIAL Tel:

Establecimiento: SAN JACINTO, CHIOUMBULA

Dirección:

CODIGO	PRODUCTO	UNIDAD	CANT	PRECIO UNITARIO	TOTAL
03	GROFOL	KILO	6	59.00	354.00
04	PANTEX	KG	2	136.15	272.30
05	PANTEX	LITRO	6	41.35	248.10
06	PANQUAT ALUMINIO	KG	6	199.00	1194.00
07	VOLATON	100CC	10	29.00	290.00
08	IGUAL 90	400GR	20	28.70	574.00
09	SR/16	KG	15	188.00	2820.00
10	SULFATO DE AMONIO	KG	15	159.00	2385.00
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

Total Quotales en Letras:

TOTAL Q

7 773.40

Beneficiario

Aceptante

Avalista

Agencia: Santa Rosa, Zacapa, Teléfonos: 7941-1940

**COOPERATIVA INTEGRAL AGRICOLA**

"El Manantial"

San Jacinto, Chiquimula

CONTROL DE PRESTAMOS

Asociado No. _____

Nombre del Asociado: _____ Domicilio: _____

Cédula No. de Orden: _____ No. de Registro: _____

Monto del Préstamo: _____

En números

Labels

Forma de Pago: Semanal _____ Quincenal: _____ Mensual: _____

O un solo Paga:

Forma del Asociado

Autorizando Consejo de Admón

Contract No. _____

[illegible]

[illegible]

Servicio Agrícola SANTA ROSALIA

ALDEA SANTA ROSALIA, ZACAPA, ZACAPA

TELEFONO: 7941-1945 • TELEFAX: 7941-1940

SERVICIO AGRÍCOLA SANTA ROSALÍA SOCIEDAD ANÓNIMA

FACTURA
CAMBIARIA
Serie "AA"

№ 012453

LIBRE DE PROTESTO

NIT: 444278-5

Patente Comercio No. 409056

Lugar y Fecha:

SANTA ROSA 18 20 DE JUNIO DE 2017

Number:

Copyright © 2004, John Wiley & Sons, Inc.

NIT

7748 9-11-2014

Dirección

SAN JACINTO, CHICAGO, ILL.

Productos para la Agricultura

CO0900	PRODUCTO	U. MEDIDA	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
	PARADISIAT ALEMAN	LITRO	36	38.00	1.368,00
	PARADISIAT CROATO	LITRO	36	34.00	1.224,00
✓	MEDICINA	LITRO	40	35.00	1.400,00
✓	CLORINA 40	LITRO	24	34.00	816,00
✓	CLORINA 40	LITRO	24	34.00	816,00
✓	CLORINA 40	60000	40	20.00	800,00
✓	RAFAGA	LITRO	24	34.00	816,00
	RAFAGA	60000	40	20.00	800,00
	RAFAGA	60000	40	20.00	800,00
	TOFEM 72	LITRO	24	45.00	1.080,00
✓	TOFEM 72	CH	8	150.00	1.200,00

Total Quetzales en Letras

TRECE MIL TRECIENTOS SESENTA Y DOS

EXACTOS

TOTAL 0

19-207 (M)

CONDICIONES: A: _____ días vista se entregará paga por este Único Tercero Cuadrante girada a la orden o orden de Servicio Agrícola "Santa Rosalita", el valor total por el que esto se constituye o por el último saldo insoluta que aparezca. La cancelación se ha recibido a entera satisfacción, si el comprador no pagara el importe del título a su vencimiento deberá pagar intereses moratorios a razón del _____ % mensual. El comprador declara al firmar de su domicilio señalado como base para recibir notificaciones en la parte superior.

CREATED BY BENEFITABLE

COMPLAINT ACCEPTANCE

AVALISTA

Recibido: 7 de mayo de 2011; 17 de mayo de 2011
Aceptado: 11 de mayo de 2011

RECEIVED: 24-06-2010; REVISED: 15-07-2010; ACCEPTED: 15-07-2010.

Address: 10000, Karamba - 007, 10000
Tel: 10000

Servicio Agrícola SANTA ROSALIA

ALDEA SANTA ROSALIA, ZACAPA, ZACAPA

TELEFONO: 7941-1945 • TELEFAX: 7941-1940

SERVICIO AGRICOLA SANTA ROSALIA SOCIEDAD ANONIMA

FACTURA
CAMBIARIA
Serie "AA"

№ 012455

NIT : 444278-5

Patente Comercio No. 409056

LIBRE DE PROTESTO

Lugar y Fecha

Santa Rosa de Lima, 20 de Junio de 2017

Nombre: Cooperativa Inmobiliaria de Piedad

NTL

Dirección: DR. LAURENTO CARRASQUILLA

Productos para la Agricultura

CODIGO	PRODUCTO	U. MEDIDA	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL:
	SAFRO CARBONETE	37507	12	22.25	267.00
	PIERRELLA DE 60/2 HB 55	440.50	2	250.00	700.00
SERVICIO AGRICOLA SANTA ROSALIA S.A CANCELADO SANTA ROSALIA, 7/11/2014					

SERVICIO AGRICOLA SANTA ROSALIA S.A.
CANCELADO
SANTA ROSALIA, 27/01/2014

Total Quetzales en Letras

UN MIL TRECIENTOS TREINTA Y NUEVE

DIETZAL ER EXACTOS

TOTAL Q

4-999-000

CONDICIONES: A: _____ días vista se percibe pago por esta Unidad Técnica Cardinale girado a la orden o crédito de Servicio Agrícola "Sierra Rosalia", el valor total por el que esta se otorga o por el último saldo inmediato que aparece. La transacción se ha recibido o crédito satisfactorio, si el comprador no pagara el importe del título a un vencimiento definido pagar intereses moratorios a razón del _____ % mensual. El comprador manifiesta el favor de su domicilio señalado como lugar para recibir notificaciones en la parte superior.

CREATOR OF BENEFICIAL

Resolución No. 2011-0-004-117 de fecha 02/05/2011
Numeradas del 11.001 al 11.500

COMPLADORE ACCEPTANTE

812 JIA & PAGONIS 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 2680, 2681, 2682, 2683, 2684, 2685

ANALISTA

Synonym: "Gardner's" Bungalow - NW 1/4 Section 7
Twp. 69N-R5E-L1

**ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA COOPERATIVA PARA OBTENER
INFORMACIÓN SOBRE LA COOPERATIVA Y SUS DATOS EN GENERAL**





CAPACITACIÓN SOBRE COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA





CAPACITACIÓN SOBRE EL TRABAJO EN EQUIPO



ENTREVISTA A PRODUCTORES





CAPACITACION SPBRE ESPÍRITU COOPERATIVISTA



