



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
TECNICO EN PRODUCCION AGRICOLA**



PRACTICA PROFESIONAL SUPERVISADA

**DIAGNOSTICO GENERAL Y SERVICIO REALIZADO
EN LAS TIENDAS AGROPECUARIAS DE LA COOPERATIVA
CASVACHI R.L. CHIQUIMULA, 2006.**

**OSCAR ALEJANDRO NAVAS GARCIA
CARNE: 200440215**

CHIQUMULA, OCTUBRE DE 2007

INDICE GENERAL

CONTENIDO	PAGINA
1. Introducción	1
2. Objetivos	2
3. Diagnóstico general de las tiendas agropecuarias de la Cooperativa CASVACHI R.L.	3
3.1 Antecedentes históricos	3
3.2 Ubicación geográfica	3
3.3 Clima y zona de vida	4
3.4 Recursos físicos	4
3.4.1 Vías de acceso y localización de tiendas agropecuarias	4
3.4.2 Mobiliario y equipo de las tiendas	4
3.4.3 Servicios básicos	4
3.5 Recursos humanos	5
3.5.1 Personal de tiendas agropecuarias	5
3.6 Características de líneas de trabajo	5
3.6.1 Conocimiento del área	5
3.6.2 Horarios de trabajo	5
3.6.3 Atención al cliente	5
3.7 Características de las tiendas agropecuarias	6
3.7.1 Limpieza del lugar	6
3.7.2 Orden de los productos	6
3.7.3 Presentación de los productos	6
3.7.4 Condición de productos	7
3.7.5 Registro de productos	7
3.8 Proveedores y condiciones de compra	7
3.9 Ventas	10
3.9.1 Oferta de ventas	10
3.9.2 Ventas por tienda	10

CONTENIDO	PAGINA
3.9.3 Ventas a socios y no socios	11
3.9.4 Relación compra-venta	14
3.10 Análisis FODA de la Cooperativa	14
3.10.1 Fortalezas	14
3.10.2 Oportunidades	15
3.10.3 Debilidades	15
3.10.4 Amenazas	15
3.11 Jerarquización de problemas	15
3.11.1 Falta de información sobre los índices de demanda de productos agropecuarios	15
4. Servicios realizados	16
4.1 Elaboración de una base de datos para mejorar el manejo de insumos agropecuarios	16
5. Cronograma de actividades	18
6. Conclusiones	19
7. Recomendaciones	20
8. Bibliografía	21
9. Anexos	22

INDICE DE FIGURAS

FIGURA	TITULO	PAGINA
1.	Compra de productos agropecuarios, realizada por la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006	8
2.	Porcentaje de compras de productos agropecuarios, realizada por la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006	8
3.	Compras al contado de productos agropecuarios, realizada por la cooperativa CASVACHI R.L. durante el periodo 2005 a marzo 2006	9
4.	Compras al crédito de productos agropecuarios, realizada por la cooperativa CASVACHI R.L. durante el periodo 2005 a marzo 2006	9
5.	Porcentaje de ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006	11
6.	Ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006	11
7.	Porcentaje de ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. a los socios y no socios durante el período 2005 a marzo 2006	12

FIGURA	TITULO	PAGINA
8.	Ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. a sus socios durante el período 2005 a marzo 2006	13
9.	Ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. a sus socios durante el período 2005 a marzo 2006	13
10.	Ventas totales de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006	14
11.	Vista de los productos insertos en la base de datos electrónica realizada	17
12.	Vista de los productos agrícolas insertos en la base de datos electrónica realizada	18
13.	Vista de la descripción de un producto agrícola inserto en la base de datos electrónica realizada	18

1. INTRODUCCION

En Chiquimula la producción agrícola esta enmarcada fuertemente por cultivos como: maíz *Zea mays*; café *Coffea arabica*; tomate *Lycopersicum sculentum*; chile *Capsicum* *sp*; y algunas cucurbitáceas, y en lo que respecta al área pecuaria los índices más altos están en ganado de engorde, ganado lechero y aves de corral.

En apoyo a todos los agricultores y ganaderos chiquimultecos fue creada hace más de tres décadas, la Cooperativa Agrícola de Servicios Varios de Chiquimula “CASVACHI” R.L., la cual provee a éstos de insumos cuando así lo requieran, puesto que tiene dos tiendas agropecuarias al servicio de la población en general, y están localizadas en puntos estratégicos de la ciudad, en donde se distribuyen productos como: herbicidas, insecticidas, fungicidas, fertilizantes, desparasitantes, vacunas y otros.

Con el propósito de facilitar la adquisición de insumos y dar un manejo adecuado a las unidades agropecuarias establecidas, la cooperativa también ayuda a sus socios otorgándoles créditos financieros; y también pone a la venta productos derivados del petróleo debido a que en uno de sus inmuebles esta localizada una gasolinera al servicio de toda la población.

El contenido de este documento consta de un diagnóstico general de las tiendas de la Cooperativa, así como la identificación de los principales problemas de las mismas. Además se incluye el plan de servicios elaborado a partir del análisis de los problemas encontrados. Este se realizó en el período de la Practica Profesional Supervisada del presente año, comprendido del 01 de junio al 14 de julio a tiempo completo, luego, hasta el mes de septiembre los días viernes.

2. OBJETIVOS

2.1 GENERAL

Conocer la situación actual de las tiendas agropecuarias de la Cooperativa CASVACHI, R.L. para identificar los problemas que la afectan y plantear posibles soluciones que maximicen la productividad económica de la misma.

2.2 ESPECIFICOS

- Conocer el comportamiento de los productos agropecuarios al momento de su adquisición y su respectiva venta a los clientes de las tiendas de la Cooperativa.
- Elaborar una tabla de consultas (electrónica) de los productos agropecuarios de la Cooperativa CASVACHI, R.L. en donde se incluyan características específicas de cada insumo.

3. DIAGNOSTICO GENERAL DE LAS TIENDAS AGROPECUARIAS DE LA COOPERATIVA CASVACHI R.L.

3.1 Antecedentes Históricos

La Cooperativa Agrícola de Servicios Varios de Chiquimula “CASVACHI”, fue fundada por 34 agricultores el 10 de abril de 1969, de conformidad con las leyes vigentes, sus primeros estatutos fueron aprobados por el Ministerio de Economía, el cual era la Dependencia del Estado que tenía a su cargo la supervisión de las cooperativas.

La primera junta directiva estuvo integrada por los señores Aníbal Medina Lucas, presidente; José Israel Valdés, vicepresidente; Francisco Flores, secretario; Carlos Orellana Córdón, tesorero y Jorge Córdón como vocal, quines realizaron los tramites respectivos para obtener la personería jurídica y se encargaron de las primeras actividades administrativas de la Cooperativa.

Desde sus inicios ha enfocado su crecimiento en la producción y comercialización de hortalizas y también en la bovina de doble propósito (a través de sus socios), además en la venta de insumos agropecuarios. Seguidamente gracias a la visión de algunos socios fundadores, adquirió un inmueble que alberga una estación de expendio de combustibles y lubricantes.

3.2 Ubicación geográfica

Las Instalaciones de la Cooperativa “CASVACHI” R.L. y sus tiendas agropecuarias se encuentran ubicadas a una latitud Norte de 14°35’66” y una longitud Oeste de 89°37’12”, con una altitud de 353 msnm. (Anexos 1 y 2)

3.3 Clima y Zona de vida

Según datos obtenidos en el Laboratorio de Sistemas de Información Geográfica -SIG- ubicado en el CUNORI, se ha estimado una precipitación pluvial media anual de 673 - 759 mm. (Anexo 3); y una temperatura promedio anual de 26°C. (Anexo 4).

De acuerdo a la clasificación de zonas de vida de Guatemala, basada en el Sistema Holdridge, las instalaciones de la Cooperativa y sus tiendas agropecuarias se encuentran ubicadas predominantemente en la zona bosque seco subtropical. (Anexo 5).

3.4 Recursos físicos

3.4.1 Vías de acceso y dirección de tiendas agropecuarias

Las instalaciones de la Cooperativa y sus expendios de venta, son accesibles en cualquier época del año ya que se encuentran ubicadas en el Municipio de Chiquimula, la tienda No. 1 y las oficinas administrativas están ubicadas en la 8ª avenida 1-86, y la tienda No. 2 en la 3ª calle y 15 avenida, ambas en la zona 1 de la ciudad de Chiquimula.

3.4.2 Mobiliario y equipo de tiendas

Las tiendas de la Cooperativa cuentan con equipo de computación, estantes, vitrinas para la colocación de los insumos destinados para la venta y refrigeradoras que permiten almacenar productos que necesitan temperaturas bajas para evitar que éstos se echen a perder, además poseen líneas telefónicas.

3.4.3 Servicios básicos

Las oficinas de la Cooperativa CASVACHI R.L. y las tiendas, cuentan con los servicios de: energía eléctrica, agua potable, servicio de teléfono, de fax y drenajes.

3.5 Recursos humanos

3.5.1 Personal de tiendas agropecuarias

El personal que labora en las tiendas son seis incluyendo al asistente de gerencia; En la tienda No. 1 hay un encargado y un auxiliar de ventas el cual lleva el control de ingresos económicos producidos por las ventas.

En la tienda No.2 hay un encargado, un auxiliar de ventas el cual lleva el control de ingresos y egresos económicos producidos, además cuenta con un encargado de procesar concentrados.

3.6 Características de las líneas de trabajo

3.6.1 Conocimiento del área

El personal laboral de las tiendas cuenta con experiencia en el manejo y distribución de productos agrícolas y pecuarios, la cual han adquirido al relacionarse con personas expertas en éste ámbito, influyendo esto al momento de la venta de productos a los consumidores.

3.6.2 Horarios de trabajo

Los horarios destinados para la comercialización de productos agropecuarios en las tiendas de la Cooperativa son: de lunes a viernes de 7:30 a 12:00 hrs. y de 14:00 a 17:00 hrs.; sábado y domingos de 7:30 a 12:00 hrs.

3.6.3 Atención al cliente

La amabilidad, el respeto, la sinceridad al momento de una asesoría o consultoría, son algunas de las características demostradas por los empleados al momento de la atención a los clientes que llegan en busca de productos para su producción agrícola o pecuaria.

3.7 Características de las tiendas

3.7.1 Limpieza del lugar

La presentación de las tiendas y de los productos en venta ante los consumidores socios y no socios, representa una actividad muy importante para obtener mayor afluencia de personas en función de consumidores, es por eso que los empleados realizan a diario, cuantas veces fuese necesario, actividades de aseo en todas las instalaciones de las tiendas y se mantiene un clima agradable para ellos y los consumidores.

3.7.2 Orden de los productos

Los insumos se encuentran organizados de tal manera que faciliten el manejo y distribución de estos, así como para que no se mezclen productos que puedan alterar la efectividad de otros, o que puedan en algún caso confundir a los empleados encargados de venta.

Los productos en las tiendas se encuentran clasificados de la siguiente manera: insecticidas, fungicidas, herbicidas, bactericidas, fertilizantes, semillas, concentrados, vacunas, etc.

3.7.3 Presentación de los productos

Los insumos están siempre a la vista del público, ya que se encuentran ubicados sobre estantes o dentro de vitrinas que facilitan la visión del consumidor.

Los productos que no son perceptibles, -como los veterinarios que necesitan refrigeración- son promocionados con afiches elaborados por las casas distribuidoras o por los empleados de las tiendas, o en todo caso al momento de preguntar por otros similares.

3.7.4 Condición de productos

La mayoría de los insumos, son adquiridos por los consumidores durante su período válido de duración o efectividad. Los productos que no se logran vender durante tal espacio, son extraídos de los estantes y vitrinas para impedir que sean vendidos y también para evitar posteriores reclamos de compradores, aunque así representen pérdidas económicas a las tiendas.

3.7.5 Registro de productos

No existen registros actualizados en donde se lleve el control de los insumos en existencia dentro de las tiendas, esto debido a que los productos agrícolas y pecuarios representan una cantidad bastante elevada y no existe una persona específica que se dedique a esa labor.

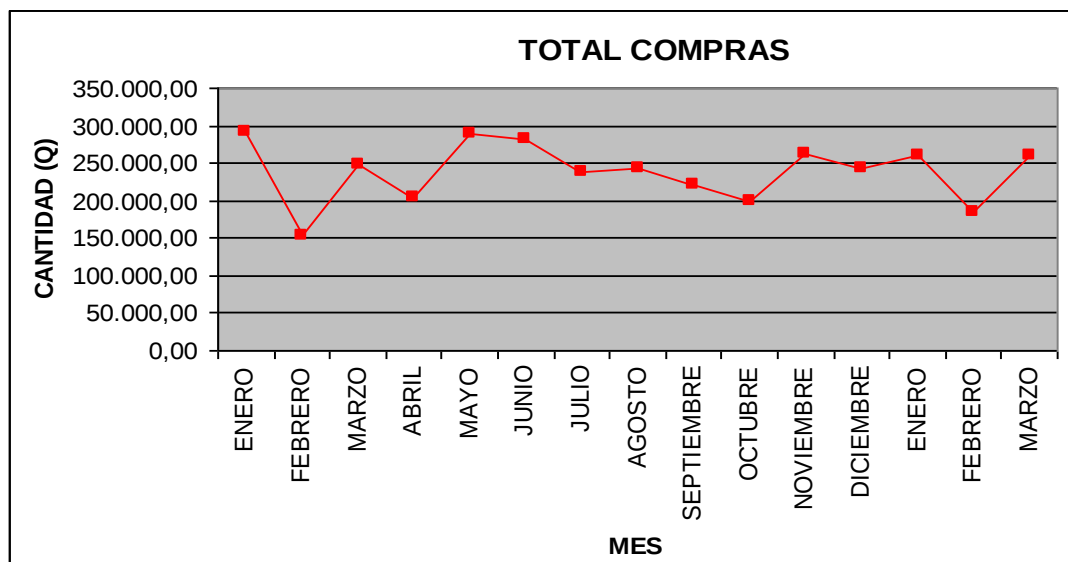
3.8 Proveedores y condiciones de compra

Los distintos proveedores de insumos a la cooperativa, varían en su localización, ya que se encuentran distribuidos mayormente en la Ciudad Capital, y en minoría en otros departamentos (Anexos 6 y 7).

Las condiciones de compra son: al contado y al crédito, en este último el proveedor le da un plazo de un mes a la Cooperativa para que pague lo adeudado.

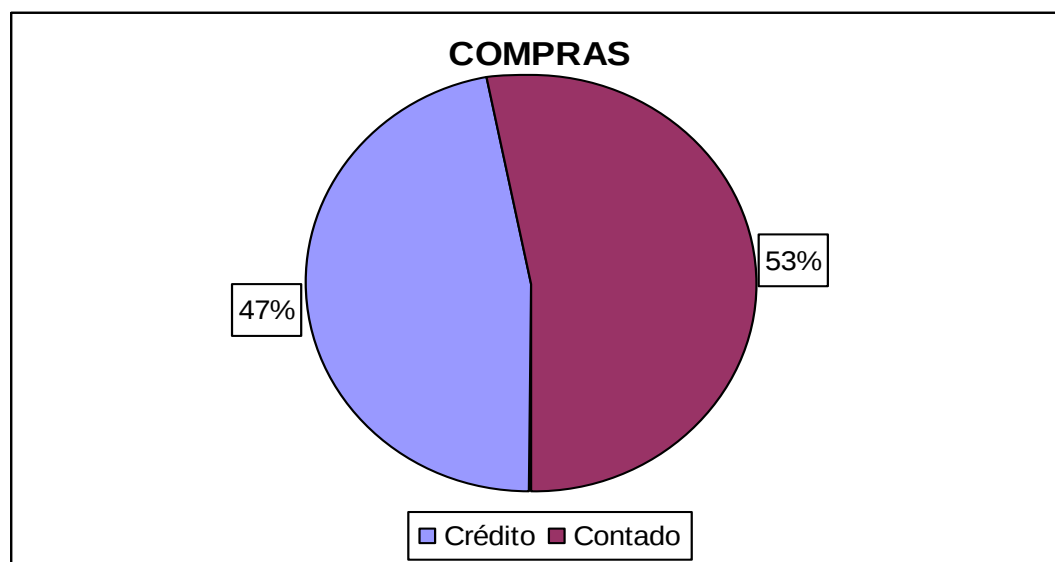
Las compras durante todo el año 2005 y hasta marzo del presente año, hacen un monto de Q3.577.969,32 (tres millones quinientos setenta y siete mil novecientos sesenta y nueve quetzales con treinta y dos centavos) (Anexo 8 y figura 1); representado por un 53% las hechas al contado y 47% al crédito (figura 2).

Durante este período, las variaciones de adquisición de los productos son poco relevantes en las compras hechas al contado (figura 3), mientras que las realizadas al crédito son más fluctuantes, esto debido a la temporada en que se encuentran (figura 4).



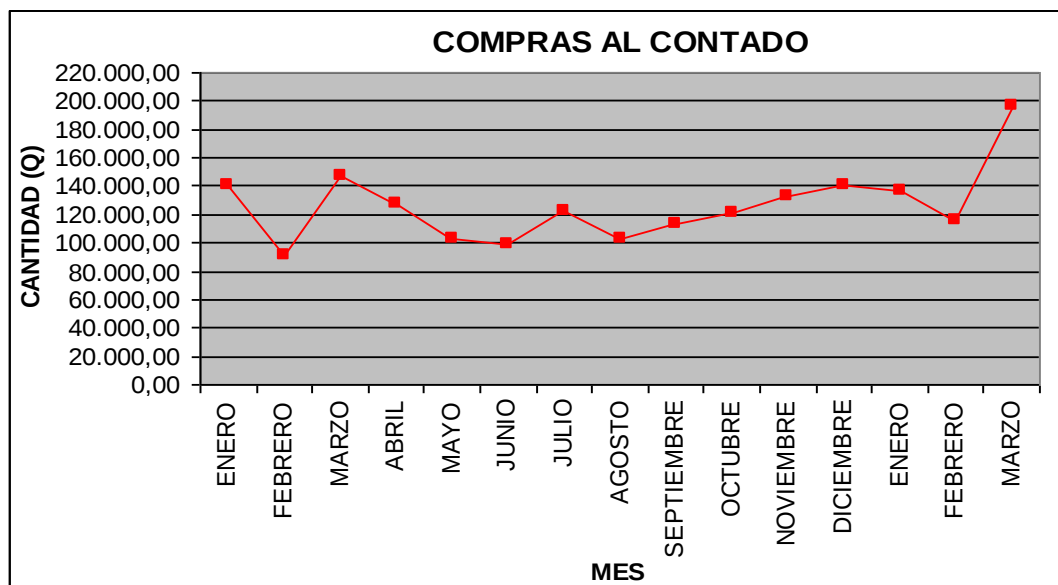
Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 1. Compra de productos agropecuarios, realizada por la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006.



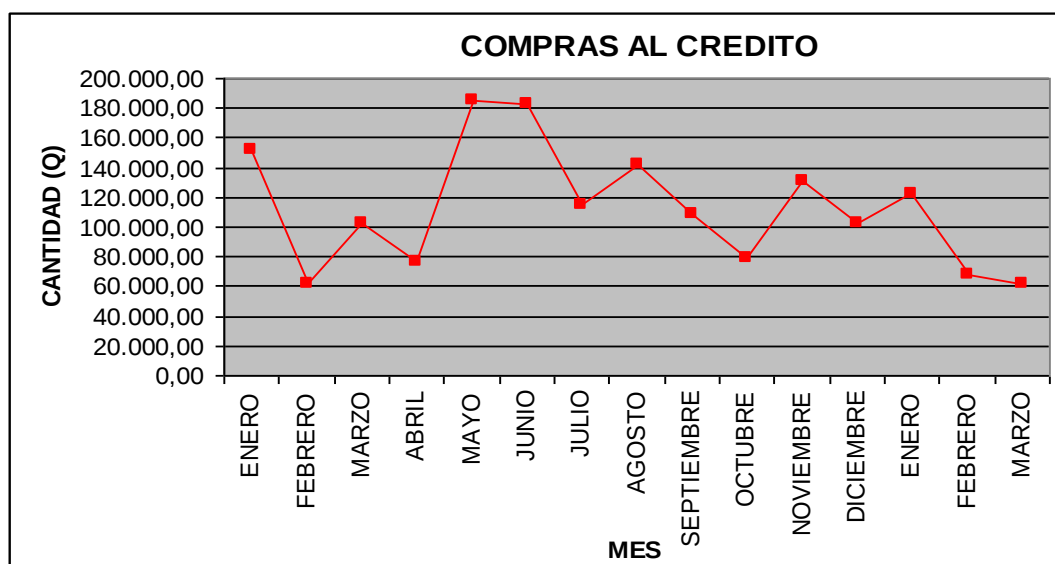
Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 2. Porcentaje de compras de productos agropecuarios, realizada por la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006.



Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 3. Compras al contado de productos agropecuarios, realizada por la cooperativa CASVACHI R.L. durante el periodo 2005 a marzo 2006.



Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 4. Compras al crédito de productos agropecuarios, realizada por la cooperativa CASVACHI R.L. durante el periodo 2005 a marzo 2006.

3.9 Ventas

Las ventas de insumos agropecuarios se realizan a cualquier persona (socio o no socio), en las tiendas al servicio de la población, ya sea al contado o al crédito, este último sólo a los socios de la cooperativa.

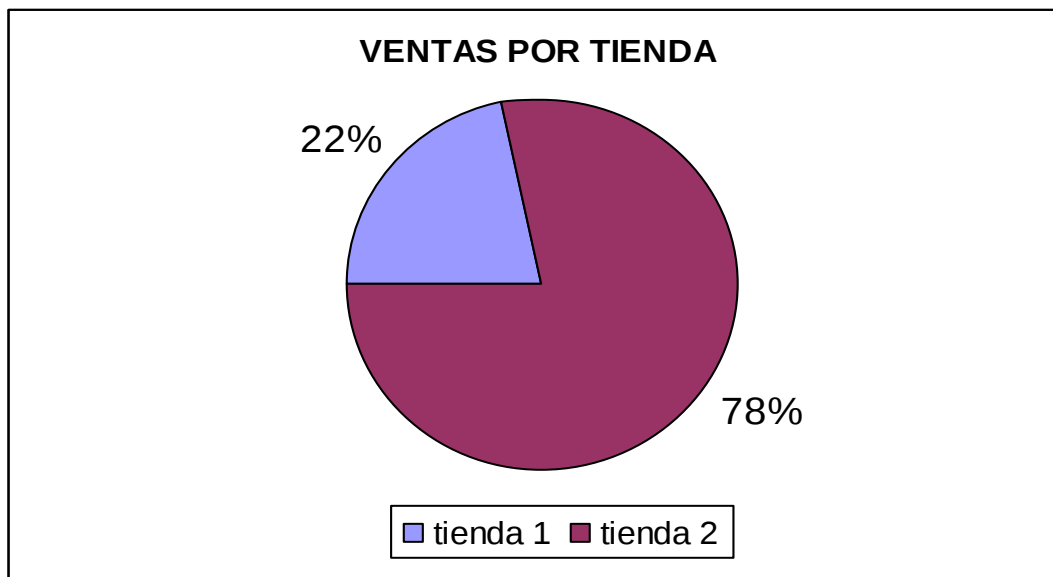
Al momento que los asociados solicitan productos al crédito a las tiendas, estos firman un contrato en donde se comprometen a pagarlo en cierto plazo de tiempo, dispuesto por ellos o por la Cooperativa, cobrando una tasa de interés anual de 16%.

3.9.1 Ofertas de ventas

Las ofertas de productos a los clientes de las tiendas son escasas, debido a que los proveedores de la cooperativa tampoco ofrecen gran cantidad de productos rebajados de precio.

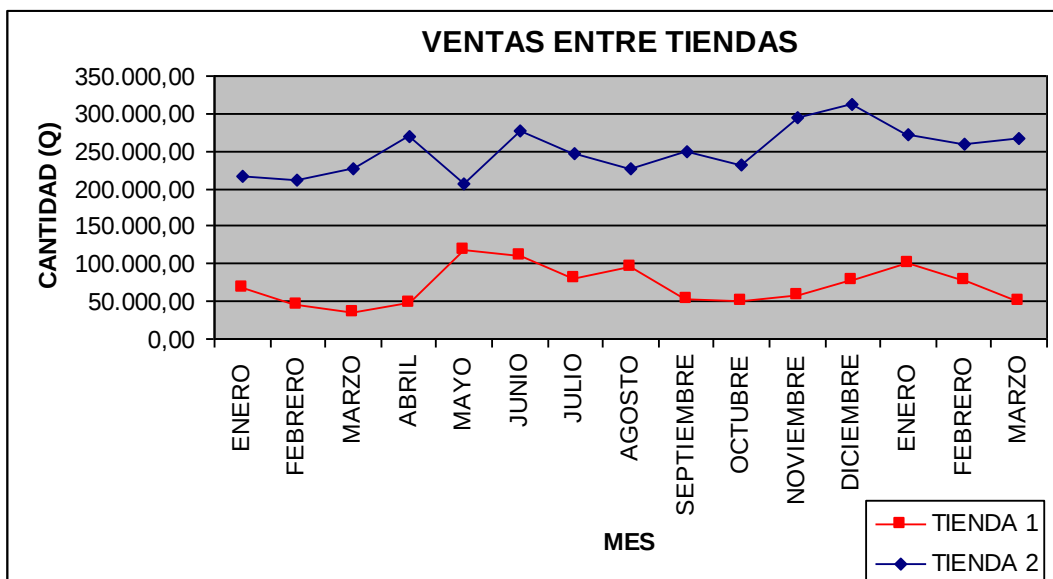
3.9.2 Ventas por tiendas

Durante todo el período de 2005 y hasta marzo de 2006, se ha demostrado que en la tienda No. 2 es en donde existe mayor demanda de productos (Anexo 9), ya que las ventas han llegado a la cantidad de Q3.766.426,46 (tres millones setecientos sesenta y seis mil cuatrocientos veinte y seis quetzales con cuarenta y seis centavos), representado un 78% de las ventas totales, mientras que en la tienda No. 1 solamente se ha alcanzado un 22%. (Figuras 5 y 6)



Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 5. Porcentaje de ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006.



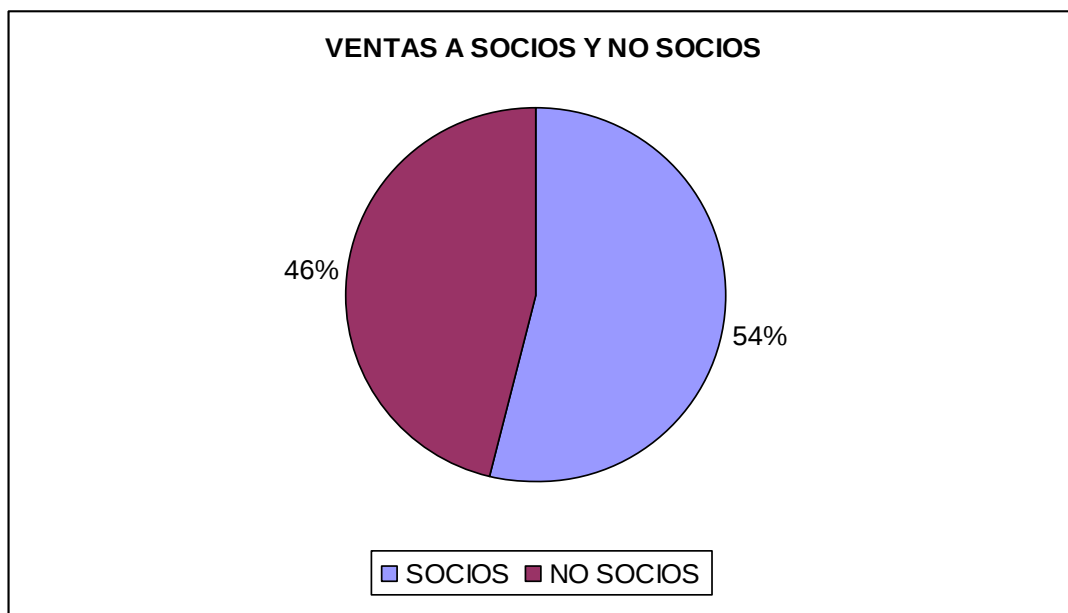
Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 6. Ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006.

3.9.3 Ventas a socios y no socios

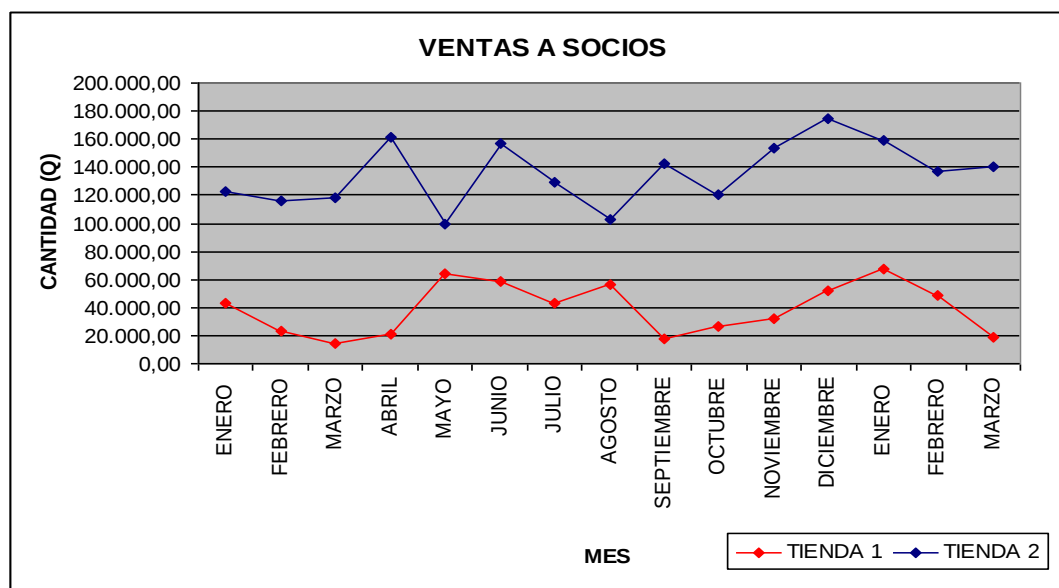
Las tendencias en la venta de productos agropecuarios a socios y no socios, indica que los primeros compran un 8% más con respecto a los últimos (figura 7).

Las estadísticas también indican que los socios y no socios, tienden a adquirir más sus productos en la tienda No. 2 que en la No. 1, debido a que ésta se encuentra localizada en la salida de Chiquimula, lo que facilita a los compradores foráneos el retorno hacia sus lugares de origen (figuras 8 y 9).



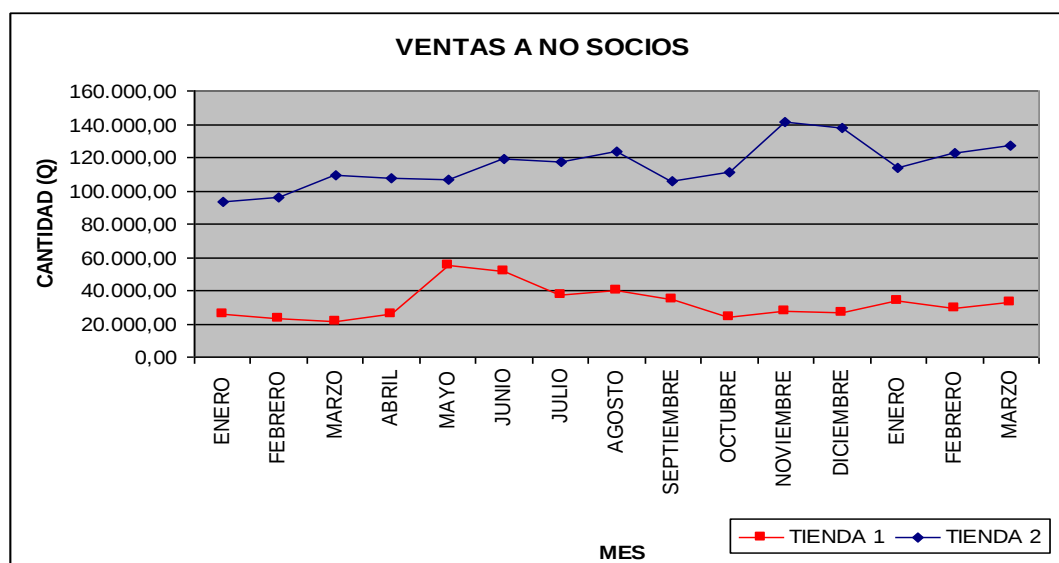
Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 7. Porcentaje de ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. a los socios y no socios durante el período 2005 a marzo 2006.



Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 8. Ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. a sus socios durante el período 2005 a marzo 2006.

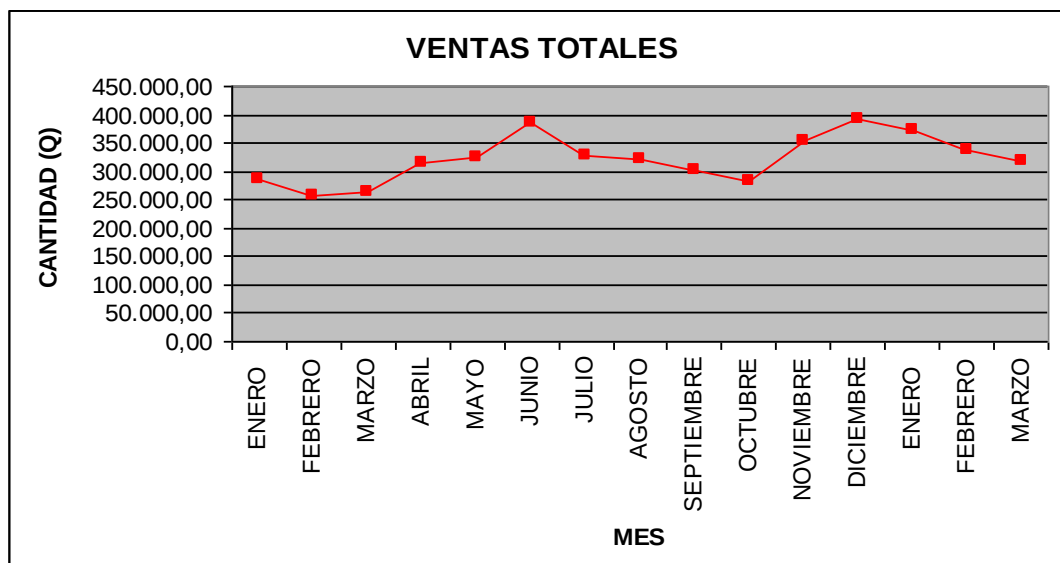


Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 9. Ventas de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. a sus socios durante el período 2005 a marzo 2006.

3.9.4 Relación compra-venta

El total de ventas realizadas durante el 2005 a marzo de 2006, asciende a más de 4.84 millones de quetzales (figura 10), dejando un ingreso liquido mayor a 1.26 millones.



Fuente: Memoria de labores CASVACHI R.L. 2005.

Figura 10. Ventas totales de productos agropecuarios, realizadas por las tiendas de la cooperativa CASVACHI R.L. durante el período 2005 a marzo 2006.

3.10 Análisis FODA de la Cooperativa

3.10.1 Fortalezas

- Instalaciones adecuadas
- Buena imagen
- Personal con capacidad
- Áreas a donde poder invertir

3.10.2 Oportunidades

- Crecimiento en las áreas
- Apoyo de las casas comerciales
- Contar con ayuda de estudiantes del CUNORI

3.10.3 Debilidades

- Dificultad de coincidencia por los socios en cuanto a productos de su preferencia
- Pérdida de productos

3.10.4 Amenazas

- Alto precio de los productos
- Competencia entre agroservicios

3.11 Problema establecido

3.11.1 Dificultad de coincidencia por los socios en cuanto a productos de su preferencia.

Los insumos que se encuentran disponibles en las tiendas se adquieren por preferencia de los socios, esto algunas veces causa problemas debido a que los mismos cambian de opinión al momento de su adquisición y optan por llevar otros productos, haciendo que los primeros queden rezagados a los mostradores esperando que alguien llegue y los adquiera.

4. SERVICIO REALIZADO

4.1 Elaboración de una tabla de consultas electrónica para mejorar el manejo de insumos agropecuarios

4.1.1 Justificación de la actividad

En las tiendas agropecuarias se carece de información precisa y rápida de encontrar de las características (uso, presentaciones, precio, casa comercial, etc.) de los insumos.

4.1.2 Objetivo

Facilitar el manejo de los productos en existencia, mediante la descripción de las características principales de los mismos.

4.1.3 Meta

Realizar una tabla de consultas electrónica en donde se incluyan todos los insumos agropecuarios y sus respectivas características.

4.1.4 Metodología

Esta actividad se realizó clasificando manualmente todos los insumos agropecuarios disponibles para la venta en las respectivas tiendas de la Cooperativa, de acuerdo a su uso (herbicidas, insecticidas, fungicidas, productos pecuarios, etc.), las presentaciones y precio de los mismos, etc.

Al final del ordenamiento manual, toda la información fue tabulada en el programa Microsoft Access 2000 y presentada en disco al gerente de la Cooperativa.

4.1.5 Evaluación

La elaboración de la tabla de consultas electrónica mereció buena aceptación por parte de los miembros de la cooperativa, y ahora se puede consultar la misma en el momento que se requiera porque se implementó por medio de discos grabados y fáciles de manipular.

Con la tabla de consultas se pueden verificar las características de los productos agropecuarios disponibles en la cooperativa, además, se lleva a la vanguardia el mercado de productos agrícolas y pecuarios ya que su manejo no sólo es manual, sino que también electrónico.

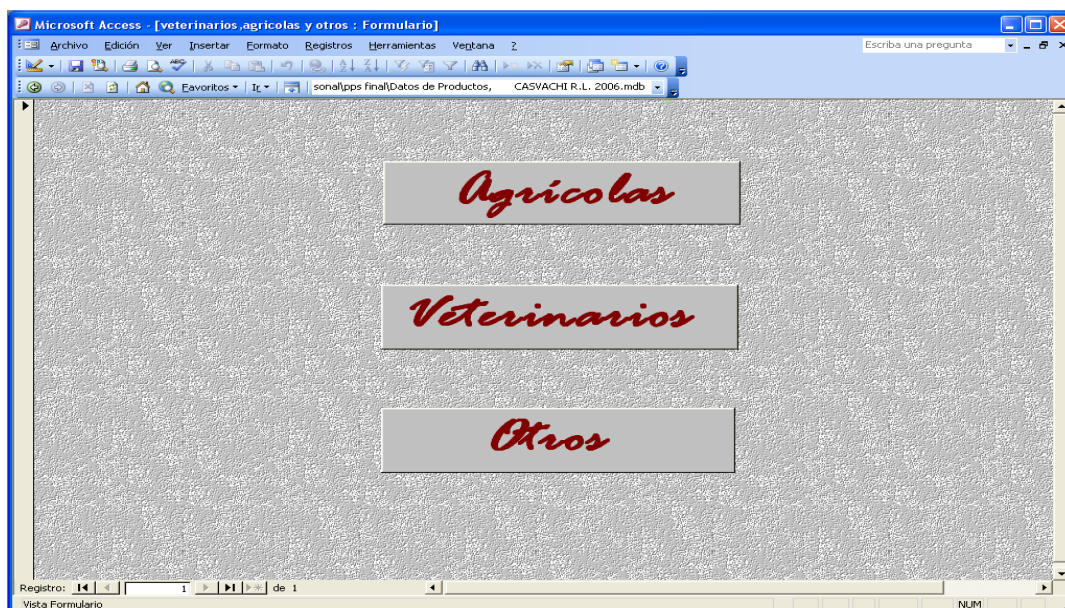


Figura 11. Vista de los productos insertos en la tabla de consultas electrónica.

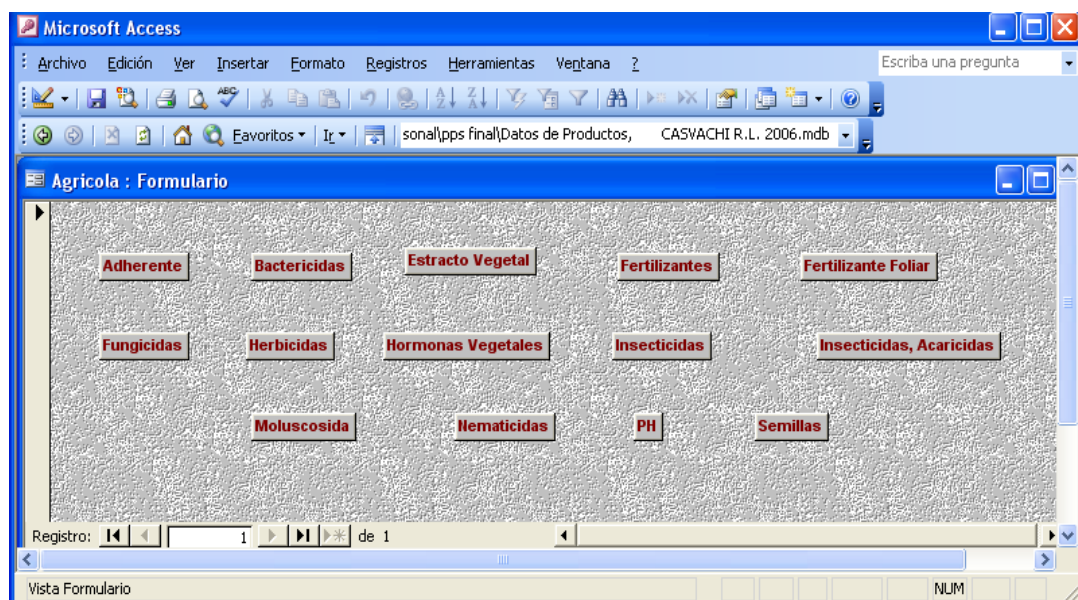


Figura 12. Vista de los productos agrícolas insertos en la tabla de consultas electrónica.

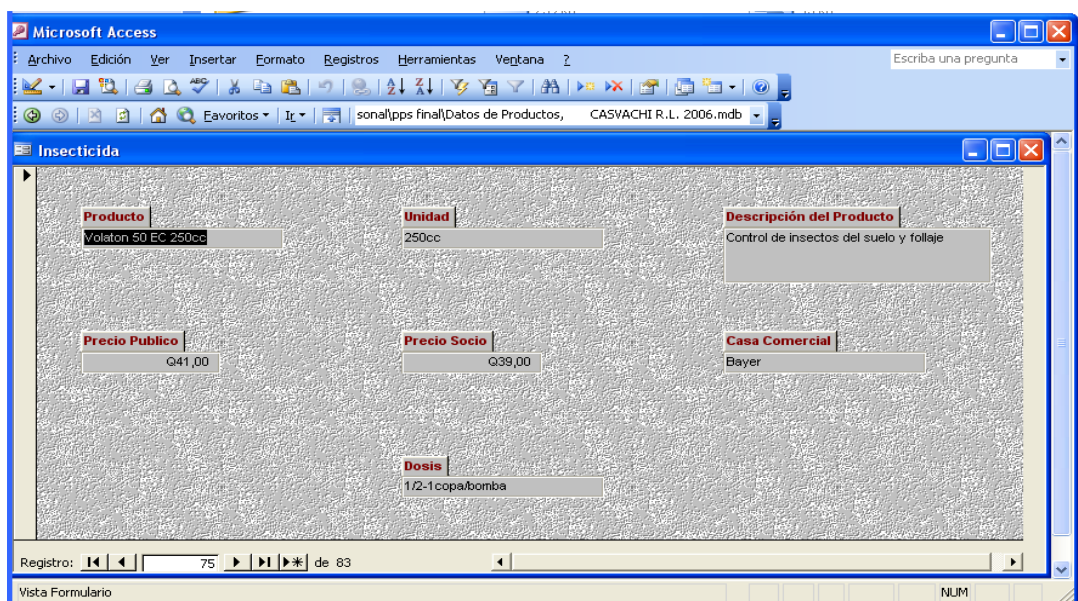


Figura 13. Vista de la descripción de un producto agrícola inserto en la tabla de consultas electrónica.

6. CONCLUSIONES

La adquisición de productos en la cooperativa se realiza mediante créditos efectuados a las casas comerciales distribuidoras, los cuales son cancelados en periodos cortos de tiempo, así mismo por medio de efectivo.

La comercialización de productos se lleva a cabo de la misma manera que la adquisición; en algunos casos se crean algunos conflictos debido a que ciertos socios solicitan productos de su preferencia y al momento de tenerlos en las tiendas, los mismos acaban por llevar otros, provocando que los primeros se mantengan al margen de la venta.

La tabla de consultas elaborada incluye los distintos productos agropecuarios que se encuentran a la venta en las tiendas de la Cooperativa, cada uno de ellos consta de las siguientes características: una breve descripción del producto, precio para público, así como para socio, su presentación de venta, dosis de aplicación y la casa comercial que la distribuye.

7. RECOMENDACIONES

Reunir a los socios de la Cooperativa, para definir con ellos los productos a pedir y las cantidades, para lograr mejores precios de compra, la satisfacción de los mismos y el aumento de los volúmenes de venta.

Capacitar a los vendedores de las tiendas de la Cooperativa en el manejo de equipo de computación para facilitar el uso de la tabla de consultas, así como de otros sistemas electrónicos que se puedan implementar en el futuro.

Actualizar la información de la tabla de consultas frecuentemente.

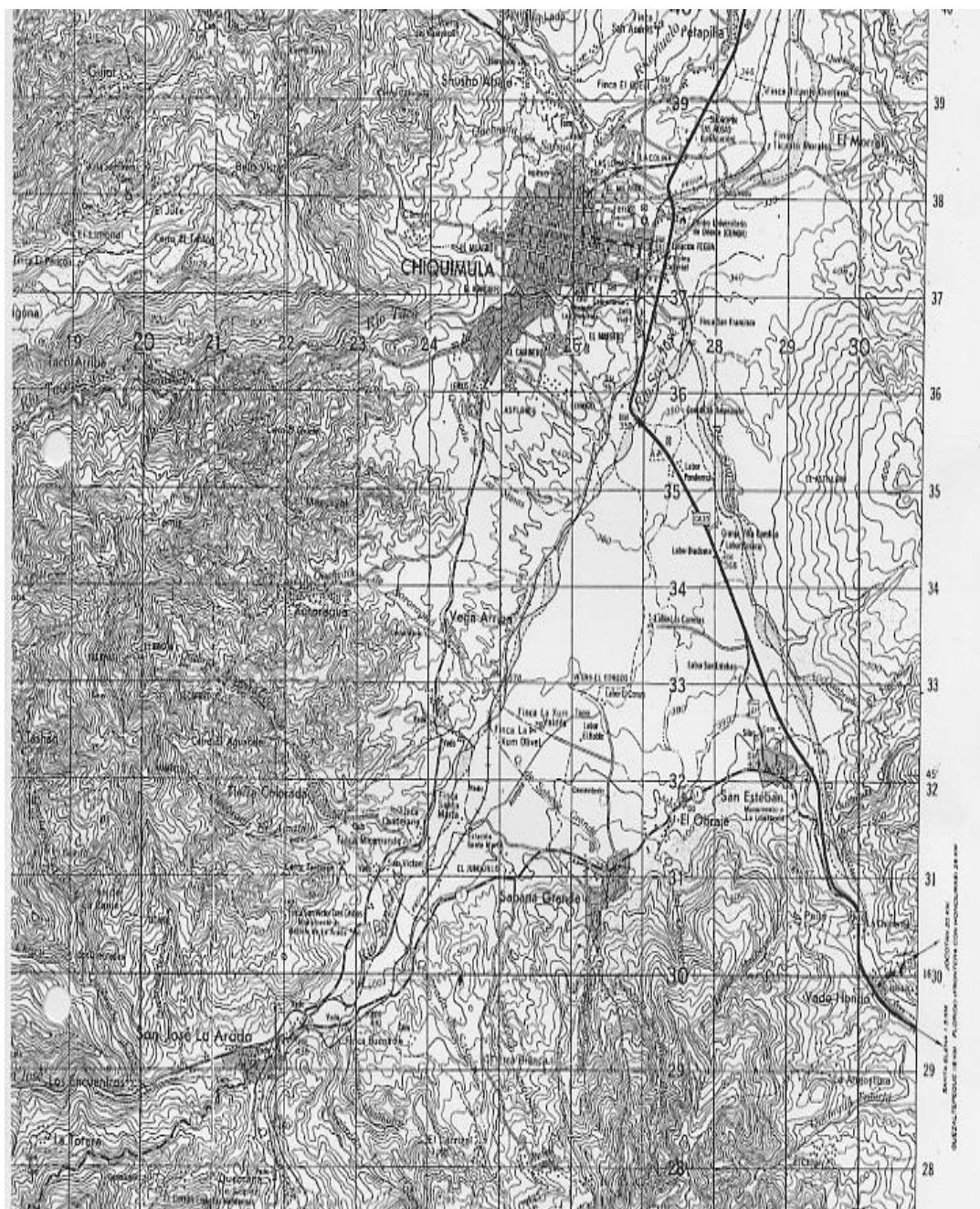
8. BIBLIOGRAFIA

1. CASVACHI (Cooperativa Agrícola de Servicios Varios Chiquimula, R.L., GT). 2005. Memoria de labores. Chiquimula, GT. 21 p.
2. _____. 2006. Información general de lo realizado periodo enero a diciembre 2005. Chiquimula, GT. 20 p. (Boletín no.1).
3. Cruz S, JR De La. 1982. Clasificación de zonas de vida de Guatemala, basada en el sistema Holdridge. Guatemala, INAFOR. 24 p.
4. IGN (Instituto Geográfico Nacional, GT). 1987. Mapa cartográfico de Guatemala, hoja Chiquimula, no. 2260-II. Color. (Serie E754).
5. _____. 1987. Mapa cartográfico de Guatemala, hoja La Unión, no. 2360-IV. Color. (Serie E754).

9. ANEXOS

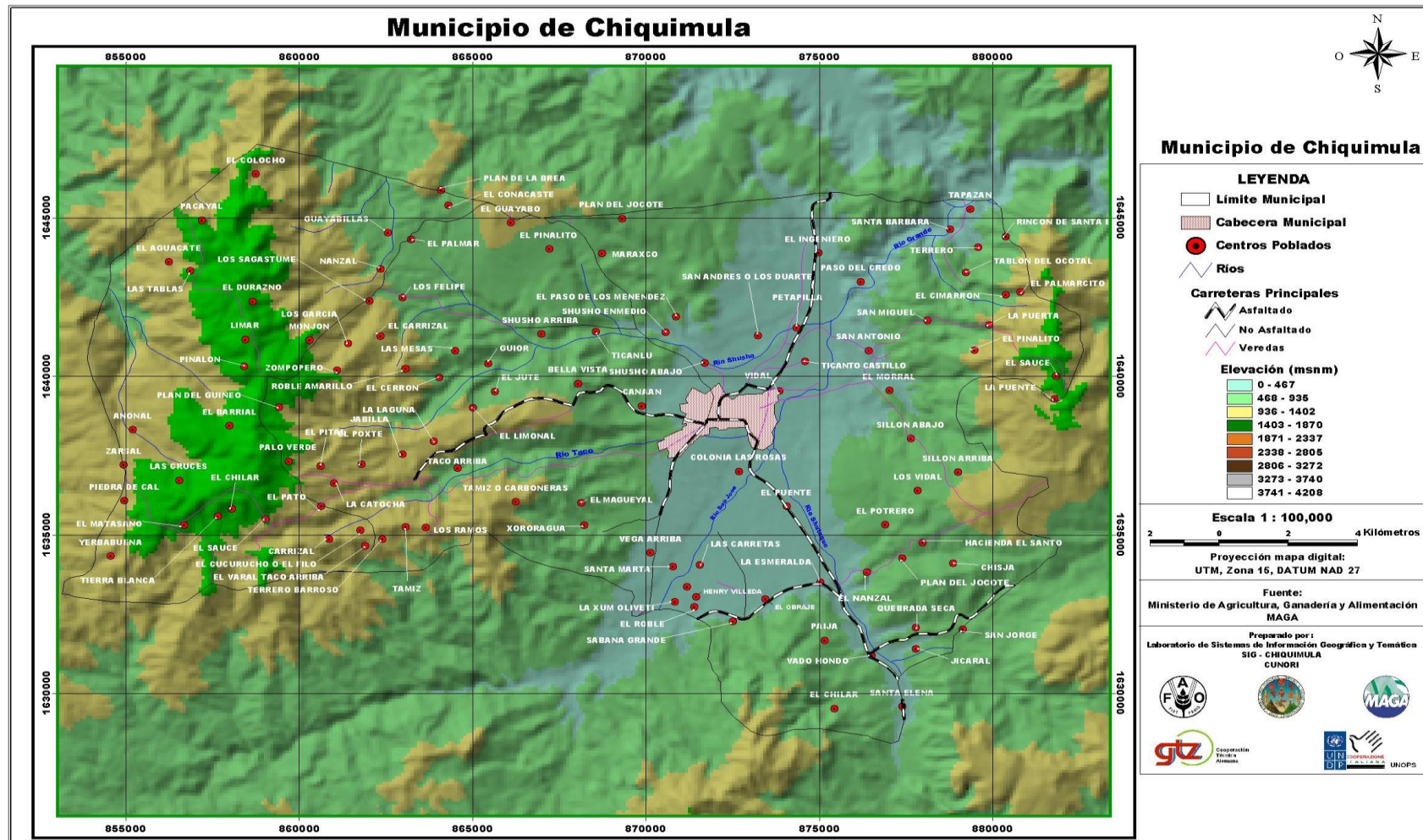
Anexo 1

Ubicación Cartográfica de Chiquimula



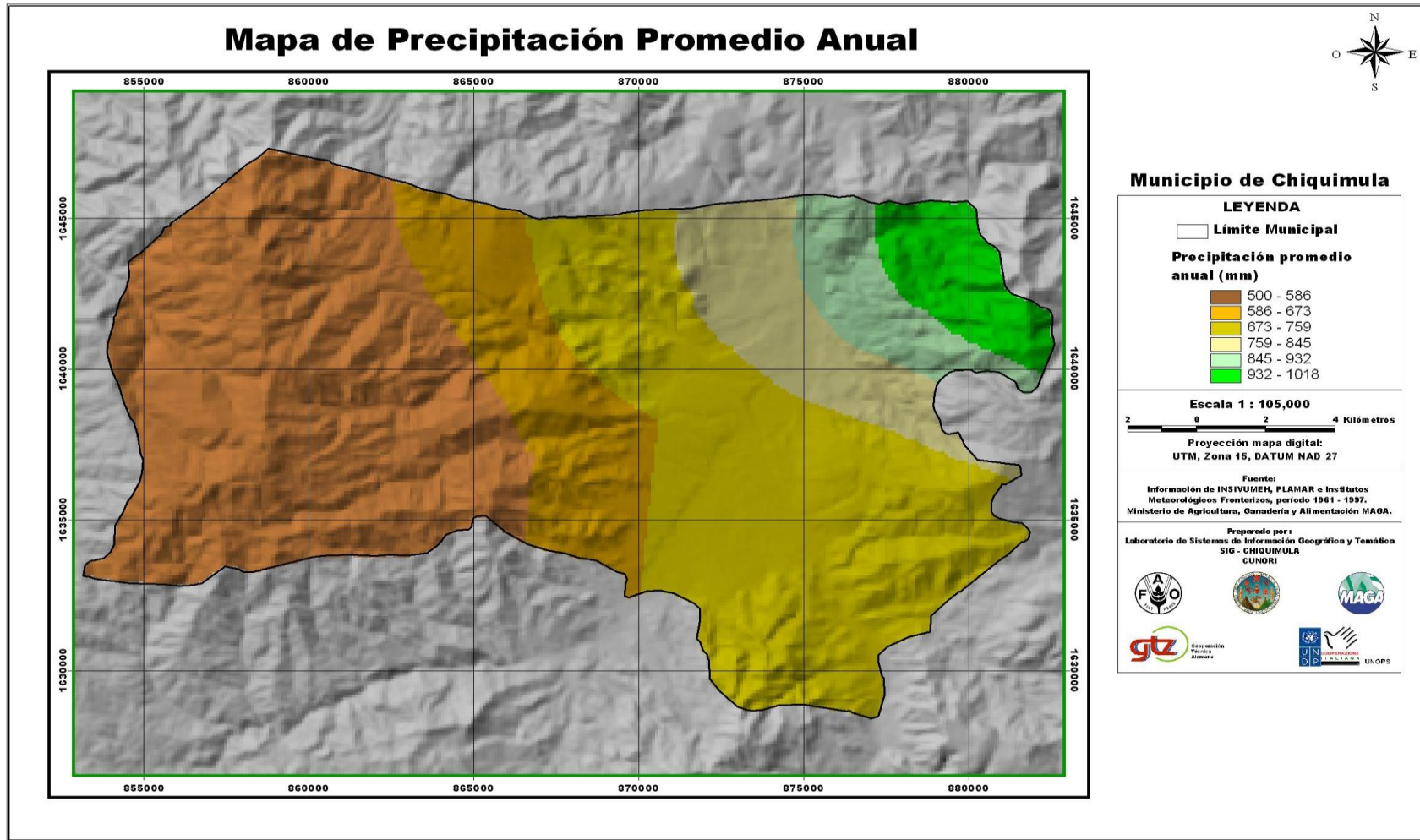
Anexo 2

Mapa del Municipio de Chiquimula



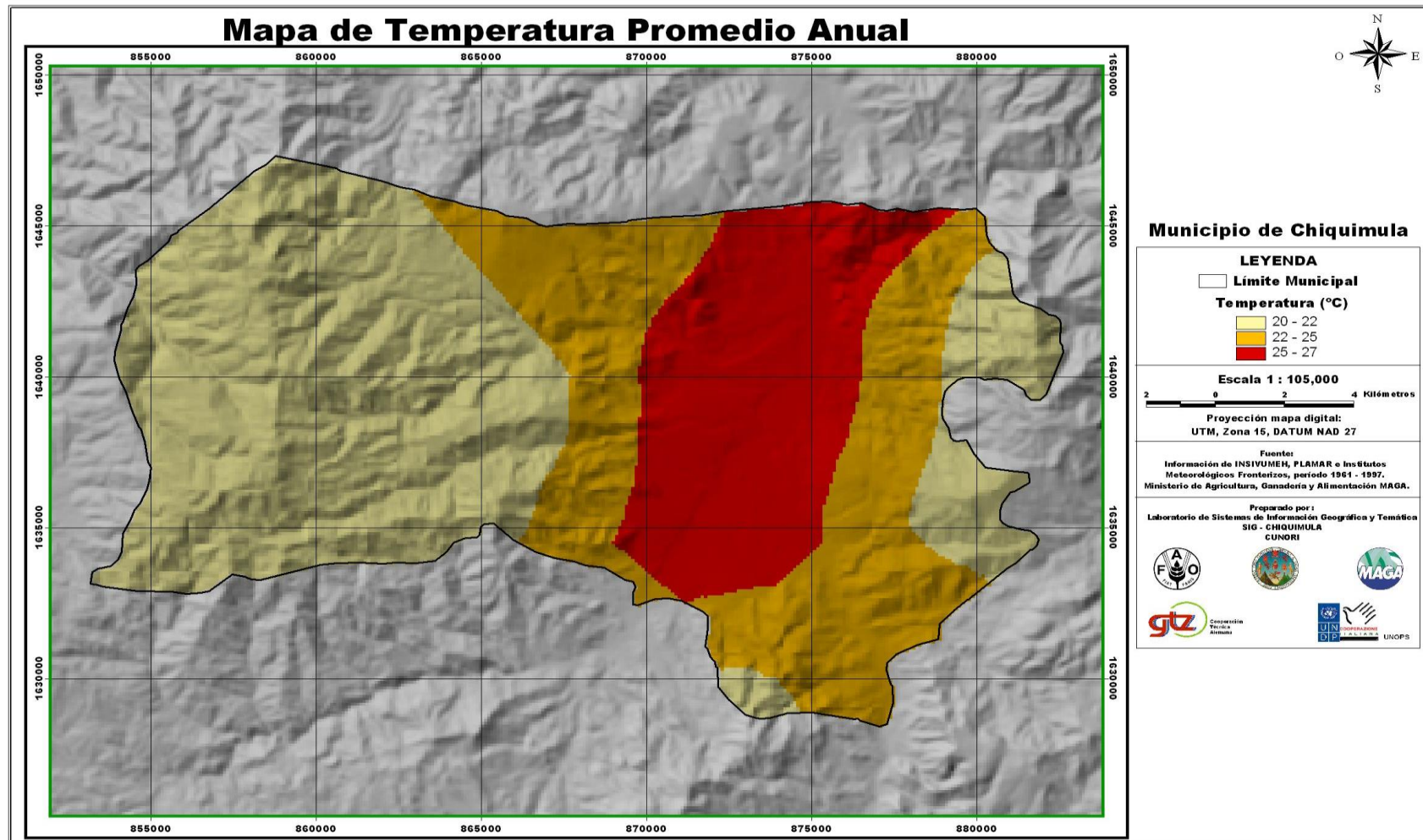
Anexo 3

Precipitación promedio anual de Chiquimula



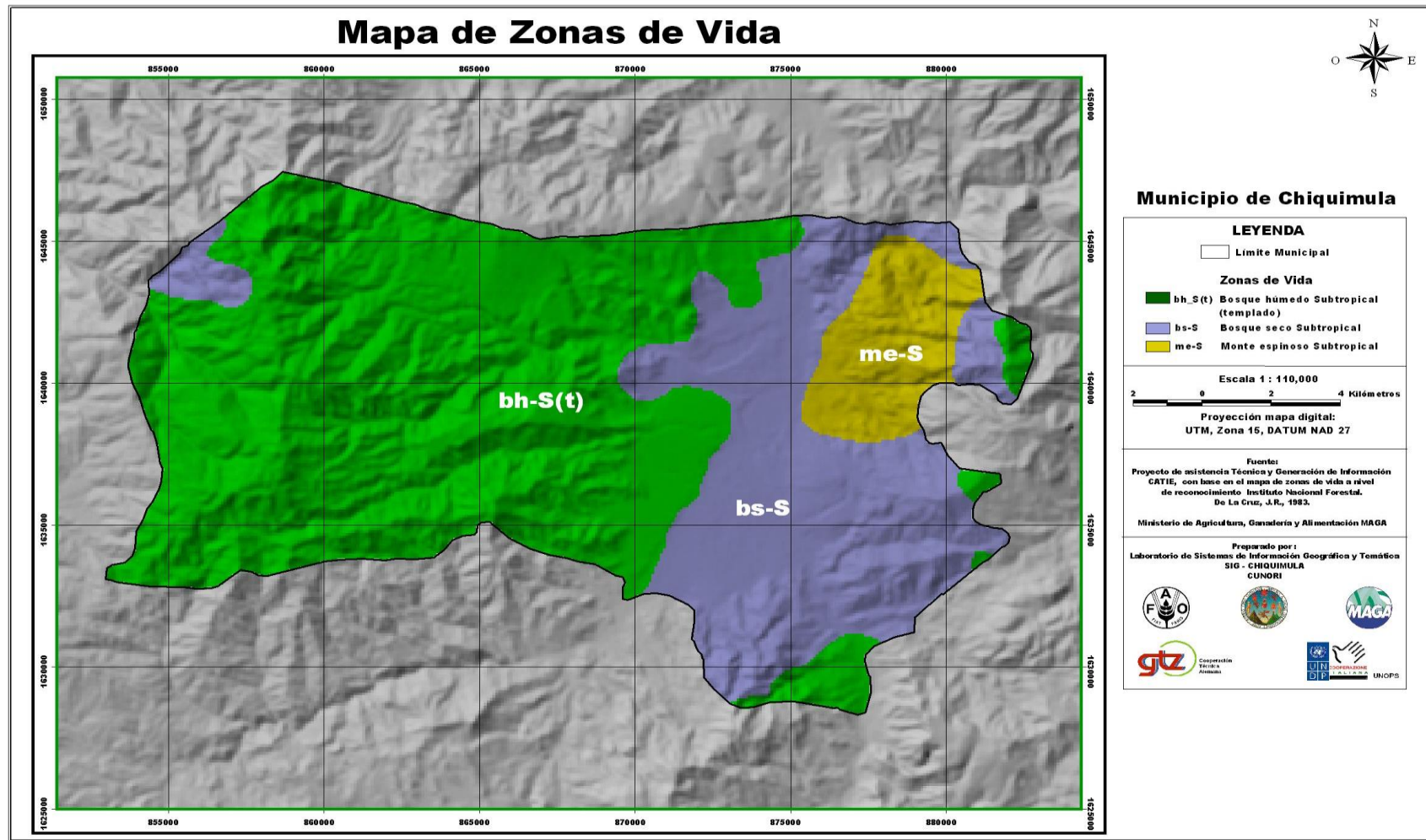
Anexo 4

Temperatura promedio anual de Chiquimula



Anexo 5

Zonas de vida de Chiquimula



**Anexo 6. Principales proveedores de productos agrícolas
de las tiendas agropecuarias de la Cooperativa**

PROVEEDOR	TELS.	PAG. WEB Y/O E-MAIL
Dow AgroSciences	2379-3305 al 8	
Agrícola El Sol	2476-0496, 2442-3769 / 70	www.agricolaelsol.com
Divelsa, (Distribuidora Velásquez, S.A.)	7933-5621	
MARKETING ARM GUATEMALA	2474-3663	www.maugatemala.com
FESA (fotoquímicos y fertilizantes especiales. S.A.)	2220-7813	fesa@intelnet.net.gt
DISAVET (Distribuidora Agroveterinaria)	2361-8125 / 26 / 28	
NUTRIVESA FERTILIZANTES	7941-1940 / 45	
DUWEST	2332-2111 al 15	
GRUPAGRO (Formulador y distribuidor de agroquímicos)	2440-2848	
AGROCENTRO. S.A.	2334-3457 / 58	
AGROIN N.R. Y ASOCIADAS	5892-4403	
ECASSA	2332-2340	ecassa@promoagro.com.gt
ROYAL WEST DE GUATEMALA	5715-7967	
SEMILLAS CRISTIANI BURKARD	2334-0727	www.semillascb.com – ventas@semillascb.com
FORMULACIONES AGRICOLAS	2474-3613 / 84	fansa@infovia.com.gt
ALPHA QUIMICOS, S.A.	2473-0105 / 0711	
AGRIAVANCES	6685-6719 al 23	agriavances@intelnet.gt
HORTITEC (Horticultura técnica, S.A.)	2362-4211	
TECUM	5511-0083	www.tecum.net.gt
AGROFIL, S.A.	2334-3815 / 30	agrofilsa@intelnet.com
LA CORNETA, S.A.	2440-5875 / 76	
AGROSEMILLAS, S.A.	2431-1502	agrosemillas@gold,guate.net
GBM (Grupo Bioquímico de Guatemala, S.A.)	7934-8823	

**Anexo 7. Principales proveedores de productos pecuarios y veterinarios
de las tiendas agropecuarias de la Cooperativa**

PROVEEDOR	TELS.	PAG. WEB Y/O E-MAIL
AMORSA (Almacén Veterinario)	2360-1979 / 93	amorsavet.@yahoo.com
DROVET, S.A. (Droguería Veterinaria, S.A.)	2293-0227	drovet@gua.net
CALOX DE GUATEMALA, S.A.	2473-1866 / 1355	ventasgua@calox.com
AGROCENTRO. S.A.	2334-3457 / 58	
CHALVER LABORATORIOS	2360-8650 / 54	chalver@guate.net.gt
REVASA (Representaciones Veterinarias y Agrícolas, S.A.)	2460-4493	
LABORATORIOS SOMOS	2472-2049 / 2440-9515 / 16	labsomos@itelgua.com
SANUCASA (Sanidad y Nutrición Animal Centro América, S.A.)	2299-7285	Sanucasa@itelgua.com
PRO SALUD ANIMAL, S.A.	2362-9069 / 71 / 74	prosalsa@gua.net
PROINSA	2477-3750 / 3984	proinsa@intelnet.net.gt
DISATYR, S.A.	2363-2150 / 90 2363-1893	disatyr@intelnet.net.gt
CVET (Comercializadora Veterinaria)	2288-0176	
GENETICA, S.A.,	2334-3815 / 30 2332-0636	genetica@intelnet.com
GENFAR, S.A.	2285-0020 al 22	genfarvet@intelnet.net.gt
SOAPESA (Soluciones Agropecuarias, S.A.)	2362-2342 / 43	soapesa@intelnet.net.gt
PHARMAVET	2253-3177 / 3379 3477 / 3483 / 3487	pharmavet@amigo.net.gt
LABORATORIOS LAVET	2479-0667	lavet@intelnet.net.gt
CENTRO GANADERO GANORSA (Ganadera del Norte, S.A.)	2473-6887 2475-3031	ganorsa@interner.com

Anexo 8. Compras (en Q), de productos agropecuarios realizadas por la Cooperativa “Casvachi”, durante el período de 2005 a marzo de 2006.

Mes	Contado	Crédito	Total
Enero	140.543,51	151.529,76	292.073,27
Febrero	91.366,99	61.702,51	153.069,50
Marzo	146.461,71	102.350,66	248.812,37
Abril	127.747,44	76.191,93	203.939,37
Mayo	103.117,41	185.487,07	288.604,48
Junio	98.461,65	182.968,81	281.430,46
Julio	122.476,66	115.302,87	237.779,53
Agosto	102.629,01	141.539,70	244.168,71
Septiembre	112.644,06	108.613,31	221.257,37
Octubre	120.446,87	78.415,89	198.862,76
Noviembre	132.408,00	130.671,82	263.079,82
Diciembre	140.306,32	102.823,03	243.129,35
Enero	136.956,15	122.100,17	259.056,32
Febrero	116.328,11	67.437,06	183.765,17
Marzo	196.728,10	62.212,74	258.940,84
Total	1.888.621,99	1.689.347,33	3.577.969,32

Anexo 9. Ventas (en Q) de productos agropecuarios realizadas por las Tiendas de la Cooperativa, durante el período de 2005 a marzo de 2006

	Tienda1		Tienda 2		
Mes	Socios	No Socios	Socios	No Socios	Total Ventas
Enero	43.215,70	25.708,40	122.844,90	93.536,16	285.305,16
Febrero	22.775,90	23.451,78	115.802,95	95.821,44	257.852,07
Marzo	14.522,30	21.636,24	118.252,50	109.371,87	263.782,91
Abril	21.258,75	25.713,86	161.280,50	107.330,79	315.583,90
Mayo	63.807,50	54.738,38	99.910,00	106.705,34	325.161,22
Junio	58.466,00	51.581,24	157.362,25	119.092,86	386.502,35
Julio	43.040,50	37.543,75	129.541,75	117.018,31	327.144,31
Agosto	56.352,50	40.170,11	102.514,00	123.185,69	322.222,30
Septiembre	17.617,00	34.833,22	142.653,00	105.611,15	300.714,37
Octubre	27.009,25	23.964,29	119.934,50	110.893,31	281.801,35
Noviembre	31.624,00	27.500,45	153.717,50	141.170,07	354.012,02
Diciembre	51.484,50	26.972,28	174.850,50	138.213,42	391.520,70
Enero	66.948,00	34.016,96	158.688,50	113.704,02	373.357,48
Febrero	49.062,50	29.561,63	137.454,50	123.012,34	339.090,97
Marzo	18.526,00	32.685,29	139.933,08	127.019,26	318.163,63
Total ventas	585.710,40	490.077,88	2.034.740,43	1.731.686,03	
	1.075.788,28		3.766.426,46		4.842.214,74