

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS
POSTGRADO CENTROAMERICANO EN ECONOMIA Y
PLANIFICACION DEL DESARROLLO



TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL DE PESCADO Y CAMARÓN
EN EMBUTIDOS DE CHORIZO EN EL MUNICIPIO DE MARCOVIA
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y ESTUDIO DE MERCADO

TESIS

Presentado por:

XIOMARA CONSUELO MENDOZA MOTIÑO

Previo a optar al título de
MASTER EN FORMULACIÓN, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE
PROYECTOS

Tegucigalpa, M.D.C., Honduras

Agosto 2010

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS
(UNAH)

Autoridades Universitarias

Rectora:

Licda. Julieta Castellanos Ruiz

Vicerrectora Académica:

Dra. Rutilia Calderón

Secretaria General:

Licda. Emma Virginia Rivera Mejía

DIRECCIÓN DEL SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSTGRADOS

Directora:

Dra. Olga Joya S.

**POSTGRADO CENTROAMERICANO EN ECONOMIA Y PLANIFICACIÓN DEL
DESARROLLO**

Director:

Dr. Lisandro Hernández Martínez

Coordinadora Académica:

MSc. Amanda Gutiérrez

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS

(UNAH)

**MAESTRIA EN FORMULACION, GESTION Y EVALUACION DE
PROYECTOS**

Msc. José Luís Martínez

Coordinador

TERNA EXAMINADORA:

Nombre del Asesor:

José Luis Martínez

Miembro Terna Examinadora

Henry Rodríguez

Miembro Terna Examinadora

Aida Molina

Tegucigalpa, M.D.C., Honduras

Agosto 2010

ÍNDICE

GLOSARIO

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCION

CAPÍTULO I

I.1. DISEÑO LA INVESTIGACIÓN

I.1.1. Problemática	1-2
I.1.2. Causas y efectos del problema	3
I.1.3. Problema de la Investigación	4
I.1.3.1. Preguntas de Investigación	4
I.1.4. Tema de Investigación	4
I.1.5. Objetivos de Investigación	5
I.1.5.1. Objetivo General	5
I.1.5.2. Objetivos Específicos	5
I.1.6. Justificación de la investigación	6-7
I.1.7. Metodología de la Investigación	8-10
I.1.8. Delimitación de la Investigación	11

I.1.8.1. Delimitación Espacial	11
I.1.9. Marco Teórico Conceptual	11-16
I.1.9.1. Importancia de la Pesca Artesanal	16-19
I.1.9.2. Generación de Empleo e Ingresos en las actividades artesanales.	19-21
I.1.9.3. Organización del trabajo para la pesca artesanal	22-23
I.1.9.4. Definición Conceptual de las Variables	23-25
I.1.9.5. Conceptualización y Operacionalización de variables	25-28
I.1.9.5.1. Operacionalización de variables	29
I.1.10 Hipótesis	30
I.1.10.1. Hipótesis General	30
I.1.10.2. Hipótesis Específicas	30
I.1.11. Marco Jurídico Institucional	31
I.1.11.1. Estructura Legal del Sector Pesca	31-32
I.1.11.2. Las Cooperativas	32
I.1.11.2.1. Definición de cooperativas	32
I.1.11.2.2. Requisitos de las cooperativas	33-34
I.1.11.2.3. Administración de las cooperativas	34-35
I.1.11.2.4. Objetivos de las cooperativas	36

I.1.11.2.5. Recursos Económicos	37
I.1.11.2.6. Enfoque Flexible para las Cooperativas de Pescadores	37-39
I.1.11.2.7. Funciones de una Cooperativa de Pescadores	39-40
I.1.11.2.8. Constitución de una Cooperativa	40-41
I.1.11.2.9. Clasificación de las Cooperativas	41-42
I.1.11.2.10. Cooperación entre Cooperativas	42-43
I.1.11.2.11. Razones de Fracasos de las Cooperativas de Pescadores	43
I.1.11.2.12. Posibles Alternativas para evitar los fracasos	44-45
I.1.11.2.13. Función de Legislación de las cooperativas	45-47
I.1.11.2.14. Instituto Hondureño de Cooperativas	47-49
I.1.12. Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs)	49-52
I.1.12.1. Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMEs)	52-54

CAPÍTULO II

II.1. DESARROLLO DE LA INVESTIGACION	55
II.1.1. Análisis de las Variables	55
II.1.1.1. Nivel de vida	55

II.1.1.2. Nivel de Escolaridad	56-58
II.1.1.3. Calidad de Vivienda	58
II.1.1.4. Servicios Básicos	59-61
II.1.1.5. Problemas Sociales	62-63
II.1.1.6. Ingresos	63-65
II.1.1.7. Financiamiento	65-67
II.1.1.8. Entrenamiento Laboral	67-68
II.1.1.9. Comunicación entre cooperativas	69
II.1.1.10. Profesión	69-70
II.2. Verificación de Hipótesis	70-71

CAPÍTULO III

III.1. PROPUESTA DEL PROYECTO	72
III.1.1. Identificación de Proyecto	72
III.1.1.1 Ficha Técnica del Proyecto	72-76
III.1.2. Variables de Identificación	76-83

CAPÍTULO IV

IV.1. ESTUDIO DE MERCADO	84
IV.1.1. Objetivos del Estudio de Mercado	84
IV.1.1.1. Objetivo General	84
IV.1.1.2. Objetivos Específicos	84
IV.1.2. Metodología Aplicada	85
IV.1.2.1. Fuentes de Información	85
IV.1.2.2. Formas de Recolección de Datos	86
IV.1.2.3. Validación del Instrumento	86
IV.1.3. Diseño de la Muestra	87
IV.1.3.1. Delimitación de la Población	87
IV.1.3.2. Método de Muestreo	88
IV.1.3.3. Tamaño de la Muestra	88-92
IV.1.4. Recopilación de Datos	92-100
IV.1.5. Análisis de Datos	101
IV.1.5.1. Análisis de Encuestas Aplicadas a Restaurantes	101-102
IV.1.5.2. Análisis de Encuestas Aplicadas a Supermercados	103-106

IV.1.5.3. Análisis de Encuestas Aplicadas a Abarroterías	106-111
IV.1.5.4. Análisis de Encuestas Aplicadas a la Intensión de Compras	111-114
IV.1.6. Descripción del producto	115
IV.1.6.1. Definición del producto	115
IV.1.6.2. Presentación del producto	115-117
IV.1.6.3. Características del producto	117-120
IV.1.7. Requisitos de calidad (ISO 14000)	120-121
IV.1.8. Características de Materia Prima para la Elaboración del Embutido de Chorizo de Pescado y Camarón	121
IV.1.8.1. Materia Prima	121-123
IV.1.8.2. Ingredientes para elaborar una libra de Chorizo	124
IV.1.8.2.1. Ingredientes de Chorizo de Pescado	124
IV.1.8.2.2. Ingredientes de Chorizo de Camarón	125
IV.1.8.2.3. Criterios Metodológicos	125-126
IV.1.9. Manejo del Producto	126-127
IV.1.10. Comportamiento del Intermediario	127 -128
IV.1.11. Productos Sustitutos	128
IV.1.12. Sub Producto	128

IV.1.13. Análisis de la Demanda	129
IV.1.13.1. Demanda Histórica	129
IV.1.13.1.1 Población Histórica de la Aldea de Cedeño	129
IV.1.13.1.2. Función de la Demanda	130-131
IV.1.13.2. Intensión de Consumo	131-132
IV.1.13.3. Intencionalidad de la Demanda Proyectada	133-134
IV.1.14. Análisis de la Oferta	134
IV.1.15. El Precio	134-135
IV.1.16. Los Insumos	135
IV.1.17. Comercialización	136
IV.1.17.1. Producto	136
IV.1.17.2. Canales de Distribución	136-138
IV.1.18. Plan de Mercado en el Proyecto “Transformación Industrial del Pescado y Camarón en Embutidos de Chorizo”	139
CONCLUSIONES GENERALES	140
RECOMENDACIÓN GENERAL	141
BIBLIOGRAFÍA	142

GLOSARIO

ACP: África, Caribe y del Pacífico

AFE/COHDEFOR: Administración Forestal del Estado/ Corporación Hondureña de Desarrollo Forestal. Actualmente ICF: Instituto de Conservación Forestal

AMH/E: Área de Manejo Hábitat/Especie Los Delgaditos

ANIF: Asociación Nacional de Instituciones Financieras

BANADESA: Banco Nacional de Desarrollo Agrícola

BANHPROVI: Banco Hondureño de la Producción y Vivienda

BCH: Banco Central de Honduras

CEAH: Centro de Estudios Arte y Humanidades.

CESCCO: Centro de Estudios y Control de Contaminantes.

COMPEMPALM: Cooperativa de Pescadores de Marcovia y Palmeras

CONFEPESCA: Confederación de Pescadores Artesanales de Centroamérica

COPEGOLF: Cooperativas de Pescadores del Golfo de Fonseca

DECA: Dirección de Evaluación y Control ambiental

DHA: Ácido graso omega 3 docosahexaenoico,

DIGEPESCA: Dirección General de Pesca

EIA: Evaluación de Impacto Ambiental

EPA: La Agencia de Protección Ambiental de EE.UU.

ERP: Estrategia de Reducción de la Pobreza

HACCP: Hazard Critical Control Point

IHDECOOP: Identifica al Instituto Hondureño de Cooperativas.

INFOP: Instituto de Formación Profesional

ISO: International Organization for Standardization, certificaciones de calidad

MIPyMEs: Micro Pequeñas y Medianas Empresas

MPDL: Organización no Gubernamental Movimiento por la Paz, El Desarme y La Libertad

OIMT: Organización Internacional de Maderas Tropicales

ONGs: Organizaciones No Gubernamentales

OPD'S: Organización Desarrollo Empresarial

OPDF'S: Organización Desarrollo Empresarial Femenino

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

PRADEPESCA: Programa Regional de Apoyo al Desarrollo de la Pesca en el Istmo Centroamericano

PROARCA: Programa Ambiental Regional para Centroamérica.

PyMEs: Pequeñas y Medianas Empresas

Qal: Aluvión del cuaternario

SAG: Secretaria de Agricultura y Ganadería

SENASA: Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria

SERNA: Secretaria de Recursos Naturales y Ambiente,

SIC: Secretaría de Industria y Comercio

SSE: Sub Secretaría de Estado

UMA: Unidad Municipal Ambiental

UDI-DEGT-UNAH

RESUMEN EJECUTIVO

El sub-sector pesca realiza un papel importante en la economía nacional y junto con la acuicultura constituyen el segundo rubro, de exportación en el país, en la economía hondureña en nuestros días.

La realización de éste proyecto surge como una necesidad sentida por los pobladores de las comunidades del Golfo de Fonseca (Cedeño, La Aguadera, Guapinol, Monjarás, Las Arenas y Las Pozas de Marcovia) para emprender procesos de capacitación y desarrollo socio empresarial a fin de que los productores produzcan para el mercado y de ahí deriven beneficios que conlleven un mejoramiento en sus condiciones de vida.

Para tal efecto se realizó un trabajo de campo, desarrollando entrevistas a los involucrados así como a entidades responsables del desarrollo de la región, con el propósito de obtener datos estadísticos de importancia para la elaboración del presente trabajo que consiste en buscar alternativas de solución para beneficiar directamente a los miembros de las cooperativas de pescadores y acuicultores (Cooperativas COPEGOLF, EL JORDAN, COMPENPAL, ESTRELAS LIMITADAS, AGUADERA, CONCEPCION) al igual que a sus familias e indirectamente a las comunidades aledañas así como a los compradores del producto.

Entre los puntos de mayor relevancia de esta investigación podemos destacar los siguientes:

ESTUDIO DE MERCADO

1. El mercado meta identificado se concentra en los 45 supermercados, 413 restaurantes y 1324 Abarroterías, situados en los lugares de Marcovia, Choluteca, San Lorenzo y Tegucigalpa.
2. Los consumidores finales segmentados en la clase media ascienden a 1, 545, 828 habitantes de los lugares objeto de estudio.
3. Mediante el estudio realizado se determinó que la intencionalidad de consumo de chorizo de pescado es de 26,040 libras anuales y 41,460 libras de chorizo de camarón.
4. Según el estudio realizado la función de la demanda depende de cuatro factores: ingreso, valor nutricional, gustos y preferencias de los consumidores y el precio del bien.
5. La estrategia para introducir al mercado el producto de chorizo de pescado y camarón es a través del valor nutricional porque son ideales para alimentación del ser humano, por su alto número de vitaminas, minerales y proteínas, un buen grado de digestibilidad y gran aceptabilidad del sabor, aroma y apariencia del embutido, que son las

características del nuevo producto que se pretende fabricar a gran escala con la instalación de una planta procesadora.

6. El precio de venta de la bandeja de chorizo de pescado es de Lps. 58.72 y chorizo de camarón es de Lps. 61.34.

ESTUDIO TÉCNICO

1. Los procesos de producción fueron tomados de investigaciones realizadas a industrias similares.
2. La capacidad instalada para el primer año solo se utiliza un 12 % y su capacidad ociosa es de 88 %, y para el quinto año solo se utilizara la mitad de la capacidad instalada, de manera que la empresa tendrá que hacer una nueva inversión en equipo para aprovechar con mayor eficiencia la capacidad instalada de la planta procesadora.
3. En el proyecto se contará con una sala de ventas que estará ubicada en las instalaciones de la empresa.
4. La materia prima disponible será provista en el caso del chorizo de pescado por las cooperativas de COPEGOLF y el JORDAN quienes lo extraen del mar y seleccionan el pescado de menor valor que será procesado en la pequeña empresa. Las Cooperativas de La Aguadera, Estrellas Limitadas,

COMPENPAL y Concepción se encargaran de proveer el camarón que se necesita para elaborar el embutido de chorizo de camarón.

5. No habrá inventario de materia prima para el primer periodo de producción, ya que las condiciones organolépticas del producto exige que sea transformado al momento que se compra.

EVALUACIÓN FINANCIERA

1. El préstamo se amortizará en 5 años a un tipo de interés de 27 % de acuerdo a la tasa de Banpaís.
2. La inversión inicial del proyecto es de: Lps. 5,454,766.18
3. En la contabilidad interna deberá tenerse en cuenta la tendencia o el comportamiento de la estructura de costos de la materia prima, mediante el correspondiente seguimiento a los rubros involucrado dentro del Índice de Precio al Consumidor (IPC) anual.
4. La tasa del impuesto sobre la renta será del 25 % de acuerdo al artículo No. 22, Decreto No. 140 – 2008, publicado en diario Oficial La Gaceta, sábado 6 de diciembre del 2008.
5. La venta durante la vida útil del proyecto tendrá una tendencia de incremento constante del 45 %.

6. El proyecto tiene una rentabilidad de 42 %.
7. El Valor Actual Neto asciende a Lps. 1,137,387.30
8. La relación Beneficio Costo es igual a 1.53

EVALUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL

1. El Valor Actual Neto Económico del proyecto es de Lps. 12,400,852.58
2. La Tasa Interno Retorno Económica es de 77 %, supera la tasa de descuento (12 %) lo que evidencia el grado de rentabilidad socioeconómica del proyecto.
3. La RB/C es de 2.17 en donde se refleja que los beneficios del proyecto serán mayores que los costos.
4. El proyecto transformación de pescado y camarón en embutidos ubicado en la aldea de Cedeño, Municipio de Marcovia, a través de la Evaluación Económica Social considera la contribución o impacto del emprendimiento en los siguientes beneficios: generación de empleo, aumento de la actividad productiva en el municipio de Marcovia, aumento de los ingresos en los pescadores y acuicultores artesanales, mejoramiento en las condiciones de vida en los miembros de las cooperativas.

EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

1. De acuerdo a la ley de impacto ambiental y según el rubro de producción del proyecto este proyecto se encuentra en categoría 2.

2. De acuerdo al plan de ordenamiento territorial para el Municipio de Marcovia, este proyecto se sitúa en una zona con potencial de desarrollo industrial, por lo que debido a la tipificación del área el mismo se encuentra zona de baja incidencia de vulnerabilidad y riesgo; sin embargo debido a su topográfica y colindancia oceanográfica el municipio de Marcovia es uno de los municipios más vulnerables de la región sur , por lo tanto este proyecto en su perímetro no representa su ubicación una afectación directa a los elementos antes expuestos.

3. En la determinación de los impactos positivos o negativos del proyecto se han considerado las diferentes funciones ecológicas ambientales y en particular se han sectorizado áreas ambientalmente frágiles para las cuales se expondrán medidas de previsión con el fin de lograr su mejor y más efectiva inserción en el ambiente dentro de un marco de equilibrio ecológico.

De acuerdo a los estudios e investigaciones realizadas se considera que el proyecto es factible porque tiene una rentabilidad donde los ingresos son mayores que los costos y cuenta con una viabilidad ya que se cuenta con la participación de la población del municipio de Marcovia para la ejecución del proyecto.

UDI-DEGT-UNAH

INTRODUCCIÓN

La zona sur de Honduras cuenta con grandes potencialidades en la agricultura, ganadería, acuicultura, piscicultura, y además ofrece una variedad de opciones turísticas. En esta zona, destaca el Golfo de Fonseca, con un área territorial de 5,757 km que pertenecen a Honduras y comprende los municipios de Choluteca, Marcovia, El Triunfo, Amapala, San Lorenzo, Nacaome y Alianza.

El objeto de esta investigación se limita en el municipio de Marcovia que tiene una extensión territorial de 482.3 km², con una población de 42,671 habitantes donde se encuentran ubicadas las comunidades de Las Pozas, Las Arenas, La Aguadera (Punta Ratón), Monjarás, Cedeño y Guapinol que pertenecen a las cooperativas de pescadores y acuicultores artesanales practicando desde hace años esta actividad obteniendo ingresos insuficientes para satisfacer sus necesidades básicas.

Todo esto ha motivado a la realización de un Estudio de Prefactibilidad para la instalación de una planta procesadora de embutidos de chorizo de pescado y camarón, con el fin de asignar valor agregado al producto que generen ingresos que permitan elevar su bajo nivel de vida.

Para sustentar la propuesta de proyecto se han realizado varias acciones de campo que contribuyeron en la recopilación de la información.

En el Capítulo I, se describe el Marco Metodológico, Capítulo II, se estructura el Desarrollo de la Investigación; y en el Capítulo III, Propuesta del Proyecto; en el Capítulo IV, se tratan los aspectos pertinentes al estudio de mercado; en el

Capítulo V, en el estudio técnico se determina la localización, se analiza y define el tamaño de la planta, se estudia la ingeniería del proyecto analizando los procesos y describiendo las instalaciones y equipos conveniente para el proyecto; en el capítulo VI, la evaluación financiera se define las inversiones y análisis de las fuentes de financiamiento; en el capítulo VII, evaluación económica social se identifica la situación con o sin proyecto; para concluir con el Capítulo VIII, donde se realiza la evaluación de impacto ambiental.

CAPÍTULO I

I.1.- MARCO METODOLOGICO

I.1.1.- PROBLEMÁTICA

La Región Sur de Honduras registra un crecimiento poblacional acelerado, incongruente con la capacidad productiva y de sustentación de los recursos naturales, condiciones de calidad socio- ambiental precaria acentuadas especialmente después de los efectos del huracán y tormenta tropical Mitch; el Golfo de Fonseca, en particular es representativo de esta deplorable situación pero es particularmente grave la incidencia de altas tasas de desempleo.

Una de las actividades económicas de la región es la pesca artesanal, representando para la mayoría de los pescadores una de varias alternativas que provee ingresos al sustento familiar; como fuente de empleo, un alto porcentaje de hombres y mujeres dependen de la pesca, para suplir los costos de educación, salud y otros costos familiares.

En el proceso de extracción de los productos marinos se integran los hombres únicamente y en la comercialización del mismo se refleja la participación de las mujeres. Además los niños son integrados a temprana edad en este proceso, lo cual obstaculiza la asistencia a la escuela, provocando así un bajo nivel de escolaridad; de esta forma se limita el desarrollo cultural, social y por consiguiente se acentúan y se trastocan valores por ejemplo el afán por el dinero en desmedro de la educación razón por la cual no se fomenta el espíritu emprendedor.

Por su parte también inciden los altos niveles de desempleo, sub empleo y empleo temporal que prevalecen en la zona, lo que condiciona un modo de vida precario de los pescadores artesanales. La edad promedio de los pescadores artesanales es de 33 años y no tienen acceso a los programas de seguridad social del Estado, el nivel educativo máximo es el de educación primaria completa.

Aunque los pescadores están organizados en pequeñas cooperativas (LA AGUADERA, COPEGOLF, EL JORDAN, COMPEPALM, ESTRELLAS LIMITADAS, Y CONCEPCION); dedicadas a la producción de camarón y pesca artesanal, constituidas como mínimo por veinte miembros cada una, no han alcanzado su desarrollo; debido a la falta de inversión en cada cooperativa, y a no contar con acceso al financiamiento por carecer de garantías; insuficiencia en su capacidad de pago, información financiera no satisfactoria en historial crediticio, y un casi completo desinterés o imposibilidad de acceder y desarrollar capacidades de formación y desarrollo empresarial, para potenciar sus organizaciones y mejorar su actividad en términos de eficiencia productiva e inserción exitosa en el mercado.

I.1.2.- CAUSAS Y EFECTOS DEL PROBLEMA

CAUSA	PROBLEMA	EFECTO
Bajo nivel de escolaridad y analfabetismo en los pobladores de estas comunidades.	Bajo nivel de vida de los pescadores y acuicultores artesanales de las comunidades más pobres del Municipio de Marcovia entre las que se encuentran Cedeño, La Aguadera, Guapinol, Las Arenas y Las Pozas en el Golfo de Fonseca.	Desintegración familiar.
Existe un marcado desempleo.		Viviendas inadecuadas
Escaso nivel de desarrollo socio-empresarial y administrativo de las organizaciones de pescadores artesanales.		Migración
Carencia de la asistencia de servicios médicos, por lo consiguiente no hay un adecuado manejo de saneamiento básico.		Baja Autoestima
Escasa producción de productos marinos en época de invierno.		Deserción Escolar
No existe una política de Estado coherente y sistemática que apoye e impulse el crecimiento socio empresarial de los pescadores y acuicultores artesanales como forma de garantizar una fuente de empleo permanente y de ingresos suficientes.		Necesidades básicas insatisfechas.
Escaso valor agregado a la actividad de la pesca artesanal y la alta incidencia de la intermediación, lo que condiciona exigir niveles de ingreso para los pescadores.		Alcoholismo
Fenómenos recurrentes debido a factores climáticos que vulnerabilizan las comunidades (marejada, maremotos).		Predominio del sub empleo y por ende escasa productividad en las actividades económicas.

I.1.3.- PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Tiene incidencia sobre sus condiciones de vida, el inadecuado nivel organizativo de los grupos de pescadores y acuicultores, asociado a ello, el escaso desarrollo empresarial, administrativo y contable de dichas cooperativas?

I.1.3.1.- Preguntas de Investigación

1. ¿Cuál es el impacto económico de la pesca y acuicultura artesanal?
2. ¿Es posible un aprovechamiento más eficiente de los productos marinos?
3. ¿Son las condiciones socio económicas determinantes en el estado actual de las condiciones de vida de los pescadores y acuicultores artesanales de las comunidades de Cedeño, La Aguadera, Monjarás, Las Posas, Las Arenas y Guapinol del Municipio de Marcovia, Departamento de Choluteca?
4. ¿Cuáles son las causas principales que sobresalen en el bajo perfil de vida de los pescadores y productores acuícolas artesanales de las comunidades postergadas del Golfo de Fonseca?

I.1.4.- TEMA DE INVESTIGACIÓN

“Bajo nivel de vida de la población en general en las comunidades más pobres del Municipio de Marcovia como ser La Aguadera, Guapinol, Monjarás, Cedeño, Las Posas y Arenas, dada la situación socioeconómica en que se desenvuelven”.

I.1.5.- OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

I.1.5.1.- Objetivo General

Conocer las condicionantes socioeconómicas de los pescadores y acuicultores artesanales del Golfo de Fonseca por la baja calidad de desarrollo humano que exhiben estos habitantes en las comunidades de Cedeño, La Aguadera, Guapinol, Monjarás, Las Arenas y Las Pozas del municipio de Marcovia, a través de investigaciones realizadas.

I.1.5.2.- Específicos

I.1.5.2.1 Generar un diagnóstico situacional del estado socioeconómico de las poblaciones en las comunidades metas valiéndose de la aplicación de técnicas de investigación.

I.1.5.2.2 Definir y analizar los indicadores que inciden en la baja calidad de vida de los pescadores y acuicultores artesanales del Golfo de Fonseca de las comunidades de Cedeño, La Aguadera, Guapinol, Monjarás, Las Arenas y las Pozas de Marcovia.

I.1.5.2.3 Demostrar de forma objetiva que la hipótesis planteada en la investigación tiene fundamentación empírica o teórica a través del análisis e interpretación de resultados obtenidos.

I.1.5.2.4 Establecer si la provisión de recursos en la actividad de la pesca, como única actividad económica de los pescadores, son o no suficientes para garantizar el sostenimiento de la familia e incidir en un mejoramiento en sus condiciones de vida.

I.1.6.- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En las comunidades del Golfo de Fonseca (Cedeño, La Aguadera, Guapinol, Monjarás, Las Arenas y Las Pozas de Marcovia), sus habitantes se dedican a la pesca y acuicultura artesanal; estas actividades son realizadas por hombres, mujeres y niños, quienes las utilizan como medio de subsistencia; que plantea como necesario emprender procesos de capacitación y desarrollo socio empresarial para que los productores produzcan un excedente susceptible de comercializar en el mercado y de ahí deriven beneficios que conlleven un mejoramiento en sus condiciones de vida.

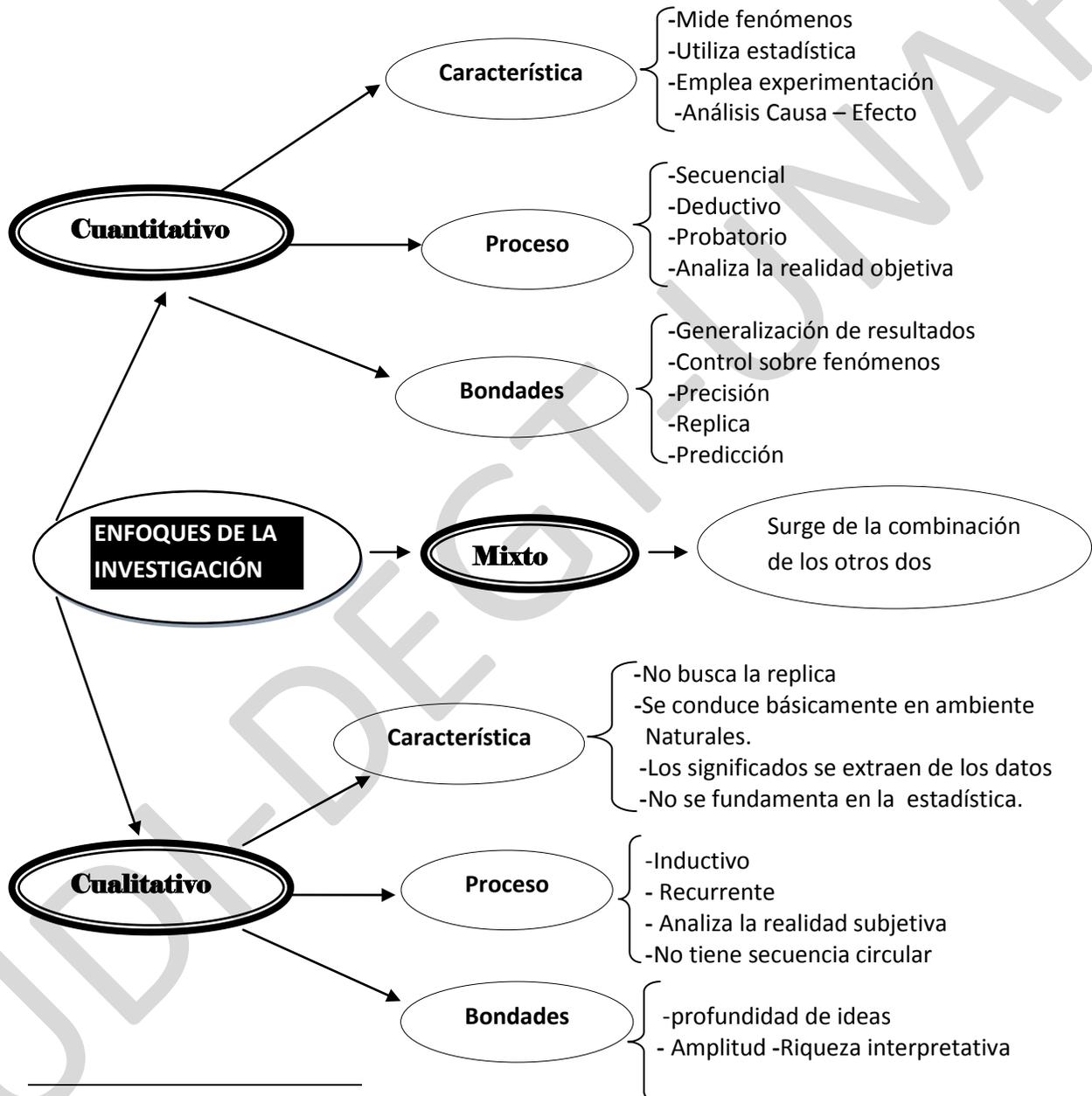
La realización de esta investigación surge como una necesidad sentida por los pobladores de estas comunidades a integrarse en su desarrollo socioeconómico. Se ha visto a través de los años que la administración de los ingresos de este rubro ha sido manejada de una forma inadecuada por los jefes de familia (los hombres), lo que motiva a tomar en cuenta una mayor participación femenina que hasta hoy ha sido limitada; especialmente realizan actividades de limpieza, viscerado, distribución y comercialización, por ende es necesario integrarlas en los procesos de transformación de los productos marinos (pescado y camarón). El sub-sector pesca tiene un papel importante en la economía nacional y junto con la acuicultura constituyen el segundo rubro, de exportación en el país, en la economía hondureña en nuestros días.

Con este proceso de investigación se espera beneficiar directamente a los miembros de las cooperativas de pescadores y acuicultores al igual que a sus familias e indirectamente a las comunidades aledañas así como a los compradores del producto.

Dada la situación de desempleo, sub ocupación, de grandes carencias en casi todos los ámbitos del quehacer social en la zona y gran incidencia de la pobreza, debido a falta de financiamiento, el desempleo, factores climáticos, escaso nivel socio empresarial y administrativo que inciden en el desarrollo de sus acciones económicas, con la finalidad de poder asumir los correctivos pertinentes, de adoptar y definir políticas públicas de apoyo a aquellas actividades de mayor potencial y que deben convertirse en oportunidades que no solo generen ocupación, sino que reditué los ingresos suficientes para las familias, para que pueda optar su población a mejores niveles de bienestar, una mejor organización y planificación de este tipo de actividades, como es la artesanal de la zona, esta requiere ser potenciada y ampliadas sus posibilidades, mediante una agregación de valor, que no solo incida en el aspecto económico, sino que también sienta las bases para un proceso de mejoramiento gradual de las condiciones de vida y de trabajo para la población en general, en aras de viabilizar un modelo social abierto e incluyente que no solo posibilite y estimule la incorporación de aquellos sectores que han estado proscritos en la sociedad actual sino que también las potencie como factores y participe en la actividad económica y en la transformación del país.

I.1.7.- METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

Los enfoques de la investigación utilizada en este trabajo se enmarcan en la aplicación del Método Mixto, en donde se fusionan los dos métodos como el Deductivo e Inductivo reflejado en el siguiente cuadro sinóptico.¹



¹ Metodología de la Investigación. Hernández Sampiere Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilas. IV Edición, McGraw Hill, México, 2006.

I.1.7.a.- Fuentes de Información

Las fuentes de información que se utilizó para la investigación son los socios de las seis cooperativas: LA AGUADERA, COPEGOLF, EL JORDAN, COMPEMPALM, ESTRELLAS LIMITADAS, Y CONCEPCION, a los cuales se les aplicaron encuestas, se les realizaron entrevistas y visitas a las comunidades. Otras fuentes de recolección de información fueron las diferentes consultas bibliográficas, el recurso de internet, Región de Salud, DIGEPESCA y otras fuentes secundarias.

I.1.7.b.- Formas de Recolección de Datos

Para realizar un análisis objetivo de la investigación se efectuó la recolección de datos a través de la técnica de observación y por medio de la aplicación de una encuesta y entrevistas, visitas de campo realizadas a los integrantes de las cooperativas de pescadores artesanales de las comunidades de Cedeño, La Aguadera, Las Pozas, Las Arenas, Guapinol y Monjarás del municipio de Marcovia, como ya lo hemos mencionado.

I.1.7.c.- Validación de los Instrumentos

La validación de los instrumentos, es funcional y responde al objetivo de medir la consistencia de las preguntas realizadas a través de una prueba piloto previo a la aplicación de encuesta a los 15 socios de las cooperativas de pescadores artesanales, siendo notable que no existe un crecimiento y desarrollo sostenible que les permita, no solo mejorar la rentabilidad de la actividad económica donde están

insertos, si no también que contribuya directamente en un mejoramiento en su estilo de vida.

I.1.7.d.- Marco Muestral

Tamaño de la Muestra

La muestra es el número de elementos, elegidos al azar, el cual asciende a 85 socios, miembros de las seis cooperativas; cuya población total o universo es de 117 cooperativistas o socios.

I.1.7.f.- Procesamiento de los Datos

I.1.7.f.1.- Edición

Toda la información recopilada en el instrumento de aplicación es correspondiente con los propósitos para los cuales la encuesta fue elaborada, en tal sentido la redacción fue clara, legible y consistente.

I.1.7.f.2.- Tabulación de Datos

Para desarrollar este proceso se ordenó la información recopilada a través de las encuestas aplicadas a las seis cooperativas, que representan el universo respectivo y dentro 117 la muestra seleccionada de 85 socios, la cual se refleja en una tabla de doble entrada en la que se cuantifican los valores de cada una de las categorías en las comunidades encuestadas, dando como resultado una sumatoria total y calculando su respectivo porcentaje.

I.1.8.- DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

I.1.8.1.- Delimitación de la Población

Las cooperativas de pescadores artesanales cuentan con un total de 117 socios con una participación activa de 56 mujeres y 61 hombres distribuidos en seis comunidades: Cedeño, Aguadera, Monjarás, Guapinol, Las Pozas y Las Arenas del municipio de Marcovia.

I.1.8.2.- Delimitación Espacial

La investigación se realizará progresivamente en los municipios de Marcovia, Choluteca, San Lorenzo y Tegucigalpa D.C.

I.1.9.- MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

En el proceso de concreción del desarrollo de la sociedad humana, el trabajo ha sido un factor esencial; ha sido el núcleo alrededor del cual han adquirido forma cada una de las acciones que han requerido de esa unión para satisfacer necesidades vitales. Así como se aprecia en los anales de la historia, que los primates se vieron empujados a aunar su concurso para someter a ciertos animales, con los cuales competía en un hábitat compartido por los beneficios comunes que la propia naturaleza les confería, para poder llevar adelante dicha empresa tuvo que invertir la energía que requiere el proceso de trabajo. La primera gran división natural del trabajo abrió el espacio para el advenimiento de la división social del trabajo, lo cual implicó que unos hombres se dedicaran y se especializaran en ciertas actividades.

El proceso de trabajo no solo ha derivado en la transformación del entorno en donde se ha desenvuelto la actividad de los hombres, sino que también ha supuesto la propia transformación del hombre mismo, esto es lo que conocemos como desarrollo de las fuerzas productivas.

Debemos destacar paralelamente, que el desarrollo incesante de la sociedad no ha transcurrido divorciado de la necesidad de crear una base material y técnica, para abastecer y proveer todos aquellos requerimientos, sin los cuales, cualquier proceso de trabajo no podría existir, o sea, hablamos de la provisión de conocimientos, técnicas, instrumentos y herramientas de trabajo, recursos económicos, De ahí que la producción de bienes materiales se convierte en una demanda imprescindible para la subsistencia de la especie humana y que por tal razón, la producción se yergue en una ley que es inherente al desarrollo social y está presente en cualquier modo de producción.

En este contexto histórico concreto aparecen las artes y los oficios y muy ligado a este hecho histórico, a la complejización y desarrollo de las relaciones mercantiles, al desarrollo de las propias fuerzas productivas y del mercado como espacio de concurrencia entre ofertantes y demandantes, la producción artesanal se va quedando rezagada hasta convertirse en una actividad de producción para autoconsumo, y como sinónimo de actividad que realizan aquellos sectores que están desprovistos de capital y que se mantienen al margen de las relaciones mercantiles.

En este marco, no podría esperarse que este tipo de actividades observen altos niveles de productividad y por ende, los ingresos que se generan a su alrededor, tienden a ser muy exiguos e insuficientes para darle cobertura a todas las necesidades que padecen quienes la desarrollan.

Para efectos puramente de medición, el Banco Central de Honduras define la actividad económica en los términos siguientes Actividad Económica: actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades humanas en un período de tiempo. Involucra los aspectos sociales de tales actividades y también proporcionar un cierto nivel de vida a la población. Por lo tanto, la actividad económica abarca los aspectos de producción, consumo, intercambio y distribución.

Por lo que atañe a la actividad de pesca artesanal debemos hacer énfasis que la misma se desarrolla en zonas cuya característica principal es que son muy deprimidas y mas que un empleo se trata de una actividad que proporciona algunos elementos (alimentos) que son esenciales para la subsistencia de los propios hombres y de sus familias. El factor productivo predominante en esta región es el trabajo y, por tanto, el concurso sumativo de los pescadores artesanales lo que permite es potenciar una actividad que puede ser muy productiva, pero que dadas ciertas limitantes, como por ejemplo, la carencia de recursos económicos, técnicos y de infraestructura, no trasciende el autoconsumo y al no generar un excedente, o mejor dicho, el no contar con todos los requerimientos necesarios que permitan hacer una explotación y aprovechamiento racional y eficiente de los recursos

pesqueros, tampoco contribuye al mejoramiento en las condiciones de vida de la población involucrada.

La Producción Artesanal es considerada como el proceso de trabajo de manera manual, o bien con el apoyo de algún implemento mecánico que ayude a aligerar las tareas, sin convertirse en producción seriada. El factor de producción trabajo considerado son ciertos núcleos unidos por vínculos, en principio familias, etnias, que se auto identifican en un espacio y ámbito cultural determinado.

La Pesca Artesanal es un tipo de actividad pesquera que utiliza técnicas tradicionales con poco desarrollo tecnológico; está orientada a abastecer el consumo local. Para este tipo de pesca se utilizan botes, chalanas y embarcaciones tradicionales que extraen gran cantidad de especies de peces, mariscos, moluscos y crustáceos².

En la pesca artesanal se identifican algunas características:

1. Captura de pescado y camarón, domiciliaria, para consumo de la familia y/o para la venta.
2. En el mismo lugar se agrupa el usuario, el pescador artesanal, el mercader y el transporte.
3. Requiere de una fuerza laboral en las operaciones dedicadas a esta actividad.
4. Tienen una organización descentralizada en una misma comunidad cuando existe.
5. El volumen del producto es variable.

² Extraído de Wikipedia

Dentro de la producción artesanal, La Pesca es una actividad a pequeña escala, está a merced del poder de los intereses económicos que detentan las grandes empresas pesqueras, así como de muchos agentes intermediarios, que se quedan con gran parte de los beneficios, que en otras condiciones, deberían ser para los productores artesanales.

Desde el punto de vista de las cuentas nacionales, la pesca artesanal no cuenta con el respaldo de una política sectorial que entrañe apoyo y asistencia, estímulo a la inversión de pequeña escala, tanto como fuente de actividad económica como de generación de empleo. De hecho gran parte de la sociedad tiende a ver al sector como una unidad relativamente homogénea sin entrar en valoraciones cualitativas. Sin embargo, la pesca artesanal, por la escala a la que trabaja, transmite una serie de valores que la hacen especialmente merecedora de ser protegida en sus aspectos más apreciados, sobre todo, en contraste con los modelos de explotación de la pesca industrial.

Cualquier actividad artesanal, históricamente se ha desarrollado en forma armoniosa con las condiciones naturales, sin embargo, el predominio del mercado sobre la estructura social ha conllevado la sobre explotación de los recursos y al peligro de provocar profundos desequilibrios con el medio ambiente, de ahí que tal actividad debe ser regido por políticas de promoción del bienestar de las personas, en el marco de la responsabilidad y de respeto al medio ambiente.

En el Código de Conducta de Pesca Responsable se ponen por primera vez de manifiesto "las importantes contribuciones de las pesquerías a pequeña escala al empleo, a la generación de ingresos y a la obtención de alimento" aconsejando que los Estados deberían proteger adecuadamente los derechos de los pescadores artesanales para asegurarles sustento así como acceso preferente a las áreas de pesca tradicionales bajo su jurisdicción³.

I.1.9.1.- Importancia de la Pesca Artesanal

La importancia de la pesca en pequeña escala radica en primer lugar, en el aporte social, que esta actividad genera; en los países en vías de desarrollo, constituye una actividad económica con un papel esencial en la creación de empleo y la fijación de población a sus áreas locales.

Por cada pescador empleado en la pesca artesanal se generan de uno a tres empleos en actividades relacionadas con el sector pesquero como empresas de transformación, logística, comercio. Por lo que respecta a los países desarrollados, en materia de empleo y en la actividad económica en cuestión, se ha perdido en los últimos años, un tercio de la población dedicada a la pesca.

Además, los procesos productivos de la pesca artesanal posibilitan una redistribución más equitativa de los recursos naturales y de los ingresos, por la similar escala a la que

³ Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).1995

trabajan todos los productores y por la modalidad de remuneración que emplean (sistema a la parte), normalmente a partes iguales y en función de las capturas.

En la pesca industrial, las embarcaciones se gestionan como empresas netamente capitalistas en las que los tripulantes participan como fuerza de trabajo por un salario más un porcentaje mínimo sobre las capturas. La división del trabajo por especializaciones dentro del barco genera también importantes diferencias económicas entre los tripulantes. Por la importancia económica, la pesca a pequeña escala crea proporcionalmente más riqueza que la pesca industrial por una menor inversión en el coste de explotación y por el mayor valor unitario de las especies capturadas. En varios países de África, Caribe y del Pacífico (ACP), la exportación de productos pesqueros, en su mayor parte procedentes de las pesquerías a pequeña escala, superan en valor a las exportaciones de té, café o cacao⁴.

Desde la perspectiva de la armonía entre el desarrollo y las condiciones naturales, la pesca artesanal no implica presiones extraordinarias como la pesca industrial a gran escala, que emplea técnicas de extracción no selectivas que impactan negativamente en los fondos marinos y en los stocks de peces.

En la pesca industrial, se capturan inmaduros y otras especies no comerciales (descartes) que se devuelven muertas al mar. La mortandad por la vía de los descartes

⁴ La Pesca Industrial. Mathew, S 2001

supera en ocasiones al 90% de las capturas, como ocurre en las pesquerías de camarón en el Golfo de México.

En cambio, la pesca artesanal utiliza artes y sistemas de pesca más selectivos y menos perjudiciales para los ecosistemas marinos, y casi el 99% de las capturas tiene un aprovechamiento comercial o directamente para el consumo humano.

Las estadísticas mundiales recientes revelan grandes variaciones en el consumo del pescado, pero en general las poblaciones de los países en desarrollo lo utilizan mucho más como componente de su alimentación diaria que los habitantes del mundo desarrollado, aunque la tendencia cambia rápidamente a raíz del comercio mundial y sus efectos. De hecho, los países industrializados o plenamente desarrollados han comenzado a demandar cada vez más recursos pesqueros destinados a su alimentación, desatándose una guerra por qué grupo o capitales representados por grandes consorcios transnacionales, adquieren el monopolio del mercado pesquero, presionando a los países en desarrollo y a los estados pesqueros para que ajusten sus legislaciones nacionales a las demandas del capital y del Comercio.

En relación al área centroamericana, en Honduras existe una mayor actividad pesquera con una extensión de 843 Km de costas, 683 Km en el mar Caribe entre los departamentos de Gracias a Dios, Colón, Atlántida, Cortés y 162 Km en el Golfo de Fonseca en los departamentos de Choluteca y Valle.

Las familias de pescadores y acuicultores artesanales de Honduras se consideran las más grandes, puesto que el grupo familiar posee unos siete hijos (cuatro de los cuales

se vinculan a la pesca)⁵. A menudo, los pescadores también son campesinos, en particular los millones de pescadores temporales. Al igual que los campesinos, los pescadores contribuyen a la soberanía alimentaria, se ven confrontados a las mismas empresas multinacionales y a la degradación del medio ambiente. Ambos ejercen su actividad en un territorio que hay que manejar y preservar.

Con el Programa Regional de Apoyo al Desarrollo de la Pesca en el Istmo Centroamericano (PRADEPESCA) en 1,995 se llevó a cabo una valoración de las actividades pesqueras, con énfasis en la pesca artesanal de Centroamérica, como forma de establecer los verdaderos niveles de dicha labor. La pesca artesanal se realiza en las dos áreas costeras, dedicándose a esta labor, 186 comunidades: 65 en el Litoral Pacífico, 104 en el Litoral Atlántico y 17 en las aguas del interior.

I.1.9.2.- La Generación de Empleo e Ingresos en las Actividades Artesanales

Según Marx y Engels “la dinámica de evolución de la sociedad humana, está determinada por la lucha social en torno a la apropiación del plus trabajo o su manifestación como plus producto o plus valor”, es decir, que la lucha de clases es por la apropiación de este excedente productivo⁶.

Marx demostró la identidad de intereses entre los capitalistas y terratenientes por sobre sus diferencias, y resaltó el papel de la explotación del trabajo en el capitalismo.

⁵ Política de Estado del Sector Agroalimentario y el Medio Rural de Honduras 2004-2021

⁶ Evolución de la Sociedad Humana. Marcel Claude, Chile. 2007.

El empleo en la pesca y acuicultura conduce a mantener una ocupación directa y de subsistencia a importantes poblaciones de pescadores artesanales y sus comunidades en áreas rurales del país, donde no existen grandes oportunidades de empleo y donde el Estado aún no ha proporcionado las alternativas necesarias para elevar el nivel de vida de la población. En consecuencia es poco frecuente la referencia a la demanda de empleo que surge de los requerimientos de la población por algunos servicios comunales, tales como educación, salud, orden público y seguridad. Sin embargo, son vitales para el mejoramiento del ser humano.

La pesca artesanal, proporciona más del 25% de la captura mundial. Son una importante fuente de alimento, ingresos y empleo en el mundo en desarrollo. Las comunidades de pescadores artesanales carecen de las condiciones generales para su desarrollo, pero dan trabajo a infinidad de personas en todos los niveles, desde la captura, el desembarque, hasta la comercialización y los servicios⁷.

En Centroamérica, incluyendo a Panamá, hay unos 96,612 pescadores artesanales; es decir, que desarrollan su labor de forma manual. Estos utilizan más de 50,000 embarcaciones.

A éstos se agregan miles y miles de empleos indirectos generados por actividades como procesadores, comerciantes y transportistas. La mayoría de los pescadores se

⁷ Dirección General de Pesca (DIGEPESCA)

aglutinan en federaciones nacionales o cooperativas, que conforman la Confederación de Pescadores Artesanales de Centroamérica (CONFEPESCA), pero muchos trabajan de forma independiente.

Los Recursos Marino Costero del Golfo de Fonseca, es un patrimonio compartido por Honduras, El Salvador y Nicaragua, que además se ha convertido en la región en un problema de orden político - militar entre los tres países. La pesca artesanal de la costa pacífica, es realizada un número estimado de 11,700 pescadores (año 2000), incluidos los capturadores de post larva de camarón para las fincas camaroneras.

El cultivo de camarón marino, en 1999, en la costa del Golfo de Fonseca había un total de 185 pequeños y medianos proyectos con un total de 43,285 hectáreas en producción y 123 proyectos industriales con un total de 104,904 hectáreas en producción. Estos proyectos están dedicados al cultivo de dos especies de camarón blanco (*Litopenaeus vannamei*) en primer lugar, y en menor porcentaje el *Litopenaeus stylirostris*. De la postlarva utilizada por la industria camaronera, un 30% proviene del medio natural, y un 70% es larva producida laboratorios del exterior (USA, El Salvador, Panamá, Costa Rica.) y aclimatada en laboratorios nacionales⁸.

⁸ Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).Perfiles sobre la pesca y acuicultura en Honduras.

I.1.9.3.- Organización del Trabajo para la Pesca Artesanal

Trabajo para la pesca artesanal es todo esfuerzo que los pescadores emplean para capturar pescado o producir camarón. Hay dos tipos de trabajo: Trabajo Concreto y Trabajo Abstracto. El trabajo concreto es aquel esfuerzo que los pescadores realizan en alta mar.

El trabajo abstracto son los esfuerzos que varias personas con distintos medios de producción y destreza emplean para producir; el valor de un producto es medido por la cantidad de trabajo que uno emplea en producirlo. Lo que crea el valor de uso del producto es el trabajo concreto y por otro lado, lo que crea su valor de cambio es el trabajo abstracto.

De esta manera es que el valor de cambio proviene del trabajo social de los pescadores y acuicultores materializados en productos (pescado y camarón).

Dado que el valor del producto es creado por el trabajo, la magnitud del valor del producto resulta de la cantidad de trabajo que encierra.

Las actividades de la pesca y acuicultura artesanal están relacionadas con unidades de tiempo, las que el productor considera según el grado de desarrollo de las fuerzas productivas o de sus instrumentos de trabajo. Entre los pescadores, por ejemplo, las unidades de tiempo son indefinidas y en general son largas: un “ratito”, un “rato”, mediodía, una semana, la próxima luna nueva, y entre los acuicultores el tiempo se mide en horas, minutos, segundos.

La división social del trabajo conlleva la especialización de los productores artesanales y a medida en que se van especializando también van perfeccionando en las formas de producción⁹.

En este sentido, a medida en que se organiza el trabajo y se utiliza la tecnología adecuada los niveles de producción se incrementan, es por eso que los socios cooperativistas, han decidido que en el proceso de transformación se debe incluir un emulsificador, el cual permitirá aprovechar el 47% de la carne de pescado, para reducir los costos de la materia prima en la producción.

I.1.9.4.- Definición Conceptual de las Variables

Las variables que se analizarán se describen a continuación

➤ Nivel de Vida

El término nivel de vida hace referencia al nivel de confort material que un individuo o grupo aspira o puede lograr obtener. Esto comprende no solamente los bienes y servicios adquiridos individualmente, sino también los productos y servicios consumidos colectivamente como los suministrados por el servicio público y los gobiernos.

Un nivel de vida determinado por un grupo como un país, debe ser examinado críticamente en términos de sus valores constituyentes. Si el valor medio incrementa

⁹ Teoría de la Organización. Clodomiro Santos de Morias. Editorial Guaymurás.

con el tiempo, pero a la vez, los ricos se vuelven más ricos y los pobres más pobres, el grupo puede no estar colectivamente en mejores condiciones. Varios indicadores cuantitativos pueden ser usados como medida, entre los cuales se encuentran la expectativa de vida, el acceso a comida nutritiva, seguridad en el abastecimiento de agua y la disponibilidad de servicios médicos.

➤ **Ingreso**

Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno.

En una economía que hace uso del dinero la distribución de los bienes y los servicios depende sobre todo de la distribución de los ingresos monetarios. El ingreso de cada familia determina la cantidad de bienes y servicios que tienen posibilidades de adquirir.

A su vez, el ingreso es determinado por la cantidad de recursos- servicios en forma de mano de obra, tierras o bienes de capital – con que la familia ha contribuido a la producción y por el precio de que por estos servicios se imponen en el mercado. En términos muy concretos y prácticos se puede concluir que el ingreso es toda remuneración que se logra como contrapartida por la prestación de un servicio, venta de la fuerza de trabajo o cualquiera otro bien que se tranza en el mercado.

➤ **Financiamiento**

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

➤ **Entrenamiento Laboral**

Proceso mediante el cual los pescadores artesanales incrementaran sus conocimientos a través de capacitaciones en las áreas de administración, producción y comercialización entre otras, para lograr que ellos puedan obtener mejores resultados en su actividad económica y que les genere mejores y mayores beneficios a fin de optar a mejores posibilidades de bienestar para ellos mismos.

I.1.9.5.- Conceptualización y Operacionalización de Variables

En este acápite se busca Operacionalizar las variables empleadas en la investigación, es decir, determinar aquellos parámetros o forma medible de que se hará uso para llegar a establecer la medición de tales variables. Se trata entonces de adoptar y definir los indicadores, sub indicadores o cualquiera otra forma cuantitativa que aporte información sobre la magnitud de la variable empleada.

A fin de establecer una clarificación de las categorías empleadas, los indicadores serán conceptualizados de la forma siguiente:

- Nivel de Escolaridad: Es la oportunidad de enseñanza que tiene el individuo para potencializar sus acciones de vida, la educación ha sido considerada uno de los pilares fundamentales del desarrollo humano.
- La Vivienda: Es un refugio temporal o permanente destinado a la habitación humana. Dada la necesidad que todas las personas de un alojamiento adecuado, éste ha sido desde siempre un tema prioritario no solo para los individuos sino también para los gobiernos, por esta razón, la historia de la vivienda está estrechamente unida al desarrollo social, económico y político de la humanidad.
- El Agua: Es uno de los elementos que la naturaleza provee, y que de acuerdo con las características físicas, químicas, bacteriológicas, biológicas que establece la autoridad sanitaria con sus correspondientes normas, es un factor esencial en el consumo de los seres humanos.
- La Energía Eléctrica: Se ha convertido en parte de nuestra vida diaria. Sin ella, difícilmente se podría imaginar los niveles de progreso que el mundo ha alcanzado.
- Las Letrinas: Son estructuras generalmente pequeñas que soportan una sola persona para la defecación; se utiliza en áreas rurales. Las letrinas tradicionales presentan dos problemas fundamentales como: tienen mal olor y atraen moscas, así como otros vectores de enfermedades que fácilmente se reproducen en los huecos o pozos.

- El Alcoholismo: Es una dependencia con características de adicción a las bebidas alcohólicas. Su causa principal es la adicción provocada por la influencia psicosocial en el ambiente en el que vive la persona.
- El Fumar: Es ante todo una drogadicción. Esta acción se basa en el hábito de ingerir sustancias tóxicas que producen la existencia de tolerancia, dependencia, síndrome de abstinencia en ausencia de la misma, comportamiento compulsivo.
- El Ingreso: Es lo que percibe un individuo que se encuentra en una edad económicamente activa para lograr satisfacer las necesidades básicas (alimentación, vestuario, salud entre otras).
- El Financiamiento: Es el mecanismo el cual tiene por finalidad obtener recursos con el menor costo posible.
- Capacitar: Es hacer a alguien apto, habilitarlo para algo, lo cual trasciende simplemente enseñar algo. Esto no basta con decir las cosas, el capacitador debe implementar el método que enseña la diferencia entre teoría y práctica.
- La Cooperativa Colectiva: Es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales, culturales, comunes por medio de una de empresa conjunta y democráticamente controlada.

- La Profesión: Es la ocupación habitual que desempeña el individuo para satisfacer sus necesidades básicas.

UDI-DEGT-UNAH

I.1.9.5.1 Operacionalización de Variables

HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE VARIABLES	INDICADORES	SUB INDICADORES
El bajo nivel de vida de los integrantes de las cooperativas de pescadores es consecuencia, en parte, por los bajos ingresos que perciben en los procesos productivos debido a su escasa calificación laboral.	Nivel de vida	Dependiente	<ul style="list-style-type: none"> • Escolaridad • Calidad de vivienda • Servicios Básicos • Problemas Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> Agua Energía Eléctrica Letrinas Fumar Alcoholismo
	Ingreso	Independiente	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de los pescadores. 	
	Financiamiento	Independiente	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a fuentes de Financiamiento • Capacitaciones 	
	Entrenamiento Laboral	Independiente	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación cooperativa • Profesión 	

I.1.10.- HIPÓTESIS

I.1.10.1- Hipótesis General

El bajo nivel de vida de los integrantes que conforman las cooperativas de pescadores es consecuencia, en parte, por los escasos ingresos que perciben en los procesos productivos debido a su limitado perfil de calificación laboral.

I.1.10.2- Hipótesis Específicas

- Los productos marinos que los pescadores extraen del mar son vendidos a intermediarios.
- Si se realiza un análisis detallado de las causas que afectan los costos se contribuirá a elevar la eficiencia y eficacia de la empresa.
- Para garantizar la calidad total del proceso productivo de la empresa se debe obtener simultáneamente el desempeño humano, social y el desempeño económico.
- Con la puesta en marcha de este proyecto se deslumbra la generación de un sinnúmero de impactos positivos y negativos al medio ambiente con especial atención en su etapa de construcción y ejecución por lo cual en un estricto acatamiento del marco de la Política Ambiental en Honduras, basado en la mitigación de impactos y el desarrollo sustentable, este proyecto normará sus procesos y procedimientos en estricto apego en la Legislación Ambiental vigente.

I.1.11.- MARCO JURÍDICO INSTITUCIONAL

En un esfuerzo por establecer todos aquellos aspectos que tienen que ver con la estructura legal que rige el desarrollo del sector pesquero, así como del componente institucional que se ve involucrado en el quehacer cotidiano de dicho sector, se va a ensayar una breve descripción de todas las leyes, acuerdos, reglamentos, políticas que han sido adoptadas con la finalidad de rectorar y orientar su desarrollo en forma coherente con el logro de las condiciones de bienestar para las personas que se dedican a este tipo de actividad. Otra referencia importante, que se encuentra indisolublemente articulada a ese contexto legal vigente, es lo que tiene que ver con la creación de una institucionalidad, que de manera ex profesa, ha sido adoptada para armonizar recursos, esfuerzos y políticas, a fin de lograr niveles de coordinación que viabilicen el logro de los objetivos previstos en función del desarrollo integral del sector y de los agentes involucrados.

I.1.11.1.- Estructura Legal del Sector Pesca

Las leyes que han sido adoptadas para impulsar el desarrollo del sector pesquero de Honduras son las siguientes:

- Ley General de Pesca
- Ley Sobre Aprovechamiento de los Recursos Naturales del Mar
- Ley de Incentivos a la Forestación y Protección del Bosque
- Código de Salud
- Ley para la Modernización y el Desarrollo del Sector Agrícola

- Convenio sobre Vertimiento de Desechos en el Mar
- Declaratoria de Áreas Forestales Protegidas

Instituciones que regulan el sector pesquero.

- Secretaria de Agricultura y Ganadería (SAG)
- Dirección General de Pesca (DIGEPESCA)
- Secretaria de Recursos Naturales y Ambiente (SERNA)
- Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria (SENASA)
- Secretaría de Industria y Comercio (SIC)

Los pescadores del municipio de Marcovia decidieron integrarse en cooperativas colectivas para organizarse en sus comunidades y obtener personería jurídica para gestionar proyectos en beneficios de la población; sin embargo ésta asociatividad se emprende con el propósito de aprovechar las economías de escala y con ello la reducción de los costos de operación para procurar mayores niveles de ingreso a los productores en la perspectiva de una mejora en su bienestar.

I.1.11.2.- Las Cooperativas

I.1.11.2.1.-Definición de las Cooperativas

Artículo 6

Las cooperativas son organizaciones privadas, voluntariamente integradas por personas que, constituidas conforme a esta Ley e inspirados en el esfuerzo propio y la ayuda mutua, realizan actividades económico-sociales, a fin de prestar a sí mismas y a

la comunidad, bienes y servicios para la satisfacción de necesidades colectivas e individuales¹⁰.

I.1.11.2.2.-Requisitos de las Cooperativas

Artículo 7

Las Cooperativas para que sean reconocidas como tales, deberán llenar para su organización y funcionamiento, las siguientes condiciones:

- a)** Funcionar sobre principios de igualdad en derechos y obligaciones de los cooperativistas, concediendo a cada uno de ellos un sólo voto, cualquiera que sea el monto de aportaciones que posea; libre adhesión y retiro voluntario; neutralidad política partidista, étnica y religiosa;
- b)** Funcionar con un número ilimitado de cooperativas.
- c)** Operar con recursos económicos variables y duración indefinida.
- ch)** Prestar, a sí misma y a los particulares, bienes y servicios, para la satisfacción de necesidades colectivas e individuales.
- d)** Distribuir los excedentes sociales en proporción al patrocinio.
- e)** Pagar un interés sobre el valor de las aportaciones pagadas.
- f)** Establecer en el Acta Constitutiva el compromiso de una asignación presupuestaria en un monto no menor a los porcentajes establecidos en el Reglamento de esta Ley, para fomentar la educación cooperativista.

¹⁰ Ley de Cooperativas, Decreto Legislativo 65/87 (30 de abril de 1987)

- g) Comprometerse a integrar en los organismos de diferentes grados y naturaleza que sean necesarios para el mejor cumplimiento de sus objetivos.
- h) Tener Estatutos debidamente aprobados por la Asamblea Constitutiva o por la siguiente Asamblea General.

I.1.11.2.3- Administración de las Cooperativas

Artículo 28

Para ser Directivo se requiere:

- a) Ser mayor de edad y miembro de la cooperativa respectiva
- b) No ser cónyuges o parientes entre sí o con miembros del Órgano de Vigilancia, dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.
- c) Saber leer y escribir.
- ch) Haber pagado el mínimo de aportaciones exigido por los Estatutos.
- d) Estar solvente con la cooperativa.

Artículo 29

La Responsabilidad de los Directivos será solidaria y cubre:

- a) La efectividad de los pagos efectuados por los cooperativistas a la cooperativa y viceversa.
- b) La autenticidad de los excedentes obtenidos o de las pérdidas sufridas por la cooperativa.

c) La existencia de los libros sociales y la veracidad de las anotaciones hechas en los mismos.

ch) En general, velar por el cumplimiento de las obligaciones que imponen la Ley, los Reglamentos y los Estatutos.

Artículo 37

Será Obligatorio para las Cooperativas llevar los libros siguientes:

a) Libro de Actas de Asamblea General.

b) Libro de Actas de la Junta Directiva.

c) Libros de Actas de la Junta de Vigilancia o del órgano de fiscalización que se hubiere adoptado.

ch) Libro de Registro de Cooperativistas.

d) Libro de Aportaciones.

e) Libro Diario General.

f) Libro Mayor General.

g) Libro de Inventarios y Balances.

I.1.11.2.4.- Objetivos de las Cooperativas

Artículo 8

Son objetivos de las cooperativas:

- a)** Mejorar la condición económica, social y cultural de los cooperativistas y de la comunidad en que actúan.
- b)** Aumentar el patrimonio de los cooperativistas y el nacional, mediante el incremento de la producción y la productividad, el estímulo al ahorro, la inversión, el trabajo y la sana utilización del crédito.
- c)** Aumentar la renta nacional y las posibilidades de empleo; incrementar y diversificar las exportaciones e impulsar el uso racional de los recursos naturales.
- ch)** Estimular la iniciativa individual y colectiva, la solidaridad, la auto-ayuda y el espíritu de responsabilidad en todos los estratos de la población, para la solución de sus problemas económicos y sociales en particular y los del país en general.
- d)** Coadyuvar con el Estado y sus Instituciones en la elaboración y ejecución de los planes de desarrollo económico y social.
- e)** Fomentar la educación cooperativista.
- f)** Los demás que se establezcan en los Estatutos respectivos.

I.1.11.2.5.-Recursos Económicos

Artículo 41

Los recursos económicos de las cooperativas serán variables y podrán constituirse en la forma siguiente:

- a) Con las aportaciones y los ahorros de los cooperativistas, así como con los excedentes capitalizados y las reservas acumuladas.
- b) Con bienes muebles o inmuebles, trabajo, industria, capacidad profesional o fuerza productiva que aporten los cooperativistas.
- c) Con donaciones, herencias, legados, préstamos, créditos, derechos privilegios que reciban de personas naturales o jurídicas.
- ch) Con el producto de las ventas de certificados de participación y/o bonos que la cooperativa emita. Los certificados y bonos antes mencionados devengarán el interés que fije la Junta Directiva y no serán negociables.

I.1.11.2.6.- Enfoque Flexible para las Cooperativas de Pescadores

La clave de este enfoque consiste en permitir que la cooperativa asuma cualquier forma, tamaño y grado de cooperación que sus miembros elijan. Aun el propio nombre de la cooperativa puede ser cambiado por otro (por ejemplo, sociedad, asociación.) si este está asociado con una experiencia negativa pasada.

La selección de las metas y funciones deberán ser enfocadas con mentalidad abierta y flexibilidad en cada caso por separado.

Hay siete dominios principales en los que los pescadores pueden cooperar:

- 1.- En el campo de la producción (captura).
- 2.- En el campo del procesamiento y almacenaje.
- 3.- En el campo de la comercialización.
- 4.- En el campo de los servicios y abastecimientos.
- 5.- En el campo del consumo y servicios sociales.
- 6.- En el campo del manejo u operación de las zonas de pesca y cuotas.
- 7.- En el campo del crédito y otros planes financieros.

Una cooperativa pesquera que trate solamente del primer dominio sería un grupo de pescadores que poseen conjuntamente una embarcación y que pescan juntos pero después dividen su captura de acuerdo a un método pre-determinado y cada uno se encarga de la comercialización y/o procesamiento de su parte de captura. Los gastos involucrados con la embarcación pesquera y todos los aparejos de pesca (los cuales podrían ser de propiedad privada de sus miembros y llegaría a ser un factor en la captura) pueden ser financiados con parte de la captura prorratedos a la operación de la embarcación.

Una cooperativa que se encargue solamente del procesamiento y comercialización del pescado puede ser propietaria de una planta de procesamiento u hornos para ahumar,

de almacén para el pescado, un vehículo de transporte y alquilar un puesto de venta de pescado en el mercado de un pueblo vecino. Dicha cooperativa, puede comprar las capturas de sus miembros a un precio determinado, procesar la captura si fuera necesario, comercializarla al mejor precio posible y dividir las ganancias, después de deducir los gastos entre sus miembros, en proporción al valor de la captura que han entregado a la cooperativa.

I.1.11.2.7.- Funciones de una Cooperativa de Pescadores

Una cooperativa de pescadores que se encargue de las provisiones sólo puede tratar con un artículo en particular, por ejemplo, combustible o puede tomar a su cargo todo lo relacionado a aparejos de pesca y equipo, puede convertirse en un comprador al por mayor u obtener así el equipo a un precio menor y venderlo al costo (más gastos) a sus socios.

Una cooperativa de pescadores que trate sólo con lo relacionado al consumo y servicios sociales, puede ser el resultado del esfuerzo común de los pescadores pudiendo ellos mismos construir un salón de té, o un pequeño supermercado donde ellos y sus familias pueden comprar al costo (más gastos) productos básicos y otras necesidades de consumo.

Cuando una comunidad o un grupo de comunidades tienen acceso exclusivo a un recurso pesquero, puede ser una cooperativa pesquera que está investida con la

responsabilidad de fijar áreas de pesca o cuotas de producción a los pescadores y así proteger los recursos de la sobrepesca y evitar la competencia hostil.

Se puede establecer una cooperativa de pescadores que sirva de canal a través del, cual el crédito para el trabajo y capital de inversión pueda llegar al pescador de forma individual. Dicha cooperativa puede ser esencial cuando los socios pescadores individuales no están en condiciones de proporcionar al banco(o cualquier otra institución financiera) las garantías y colaterales requeridas. Otras actividades en el mismo campo pueden ser el establecimiento y funcionamiento de varios fondos (ejemplo seguro mutual para embarcaciones, seguro de salud y vida, caja de pensiones.) y planes de ahorro.

Una cooperativa puede estar relacionada en cualquiera de los dominios mencionados antes, combinar algunos o aun muchos de ellos dependiendo de las circunstancias locales específicas. Por ejemplo, puede operar un centro pesquero comunitario completo, esto es, todos sus componentes, o alguno de ellos.

I.1.11.2.8.- Constitución de una Cooperativa

Artículo 10 de la Ley de Cooperativas

Ninguna cooperativa podrá constituirse con un número menor de veinte (20) cooperativistas, sin perjuicio de lo que establezca el Reglamento de esta Ley, en cuanto a un número mayor para sub-sectores especiales.

Hay cooperativas pesqueras con mucho éxito en el mundo, con un número de miembros que oscila entre seis y muchos miles. Las más pequeñas, generalmente estarían relacionadas con la producción mientras que las más grandes con comercialización y abastecimiento.

El tamaño de una cooperativa lo determinaría solamente su factibilidad de operación, comercial, social y cultural. Esto último es muy importante porque una cooperativa nunca podría funcionar adecuadamente si sus miembros y administración no son socialmente compatibles o si las funciones de la cooperativa están en conflicto irreconciliable con las costumbres locales y tradiciones. Por ejemplo, si la aldea pesquera se compone o incluye dos a tres clanes en competencia a grupo de familias que son tradicionalmente hostiles, sería mejor que se organizaran en una cooperativa separada, excepto cuando se justifiquen las esperanzas de que los planes de trabajo de una cooperativa pesquera los lleve a trabajar juntos de forma pacífica.

I.1.11.2.9- Clasificación de las Cooperativas

Artículo 47

Las cooperativas serán de producción, de servicios, de consumo o mixtas.

Artículo 48

La cooperativa será de producción, cuando esté constituida por personas que se asocian para trabajar, producir, transformar y vender en común los productos que elaboran.

Artículo 49

La cooperativa será de servicio, cuando esté formada por personas que se asocien para la prestación de servicios al público y a sí mismas.

Artículo 50

La cooperativa será de consumo, cuando esté formada por personas que se asocien para obtener en común bienes o servicios para ellas, sus hogares o sus actividades económicas y sociales.

Artículo 51

Serán mixtas las cooperativas, cuando en sus Estatutos establezcan actividades múltiples como su objetivo principal.

Las cooperativas mixtas regularán cada una de sus actividades, ajustándolas a los conceptos contenidos en los Artículos 48, 49 y 50.

I.1.11.2.10.- Cooperación entre Cooperativas

En algunos países hay organizaciones cooperativistas (o gremios cooperativos) de tipo sombrilla, llamadas algunas veces cooperativas, no obstante sus miembros no están conformados por pescadores individuales sino por cooperativas más pequeñas.

La razón por la cual las cooperativas juntan sus fuerzas en tales organizaciones “sombrilla”, puede ser tanto por conveniencia comercial (para llegar a ser más grandes y en consecuencia más poderosos compradores o vendedores) o por razones políticas (crear cabildos fuertes y grupos de presión, representar los intereses y puntos de vista

de los pescadores). En un país grande una jerarquía cooperativa total puede desarrollar en cooperativas primarias a nivel de aldea, federaciones primarias a nivel de aldea, federaciones primarias a nivel provincial y federaciones centrales a nivel nacional. Las organizaciones sombrilla pueden facilitar la gestión, cabildeo y promoción del gobierno y financiación bancaria a las cooperativas y sus miembros, además las organizaciones sombrilla sirven para persuadir al gobierno y otras instituciones financieras a que invierten en instalaciones de infraestructura (puestos, mercados, plantas de procesamiento, patio para embarcaciones, almacenes para pescado.) y en sus operaciones posteriores.

Se han dado casos en que los gobiernos han establecido y usado organizaciones sombrilla cooperativas de pescadores (y otras) con el propósito de proseguir con la política del gobierno y mantener las cooperativas individuales bajo control burocrático. Estas prácticas han resultado ser muy a menudo contraproducentes.

I.1.11.2.11.- Razones de Fracasos de las Cooperativas de Pescadores

Hay muchas razones y su análisis requiere un tratamiento separado, pero las más obvias y persistentes parecen ser:

- a. Identificación y planificación erróneas y en consecuencia sin beneficios aparentes y falta de interés por parte de sus asociados.
- b. Ineptitud y falta de ánimos en la Dirección y Administración de negocios.
- c. Corrupción y hurto.

d. Falta de capacitación en materia de administración y desarrollo empresarial

I.1.11.2.12.- Posibles Alternativas para Evitar los Fracasos

En primer lugar deberíamos admitir que algunas circunstancias y algunas personas en la actualidad no se ofrecen para ayudar en la organización de cooperativas y cuando esto ocurre, el intentar fundarlas representa un fracaso inminente.

En segundo lugar, la planificación y formación de una cooperativa debe ser realizada siempre a través de un proceso participativo. Esto significa que los presuntos miembros, así como también otra gente y entidades, que pueden asociarse al establecimiento fructífero, al financiamiento y operación de la cooperativa (por ejemplo, gobiernos nacionales, locales bancos, dirigentes de las comunidades, o jefes de tribu.) están involucrados en la identificación de las necesidades, en señalar las funciones de la cooperativa y línea de desarrollo antes de que sean inducidos a aceptar actividades y sistemas en los que no creen o que no derivan de las necesidades percibidas por los presuntos miembros.

En tercer lugar, la cooperativa debe ser planificada para ofrecer a sus miembros beneficios evidentes. Sin dichos incentivos socioeconómicos, la cooperativa no funcionará. Las cooperativas diseñadas para servir a “la nación”, “la revolución”, “al partido” o “el gobierno” pero que no benefician directamente a sus miembros, tampoco funcionarán.

En cuarto lugar, una cooperativa debe funcionar de manera eficiente y segura. Cuando sus miembros no puedan presentar gerentes especialistas y educados. Sería mejor que las cooperativas de acuerdo a sus necesidades, contraten técnicos calificados, gerentes de negocios, contadores, etc. Dicho equipo de gerencia, ya sea contratado o proporcionado por el gobierno, debería estar bajo la supervisión de una junta de Directores (o cualquier otro nombre que se le dé a ese grupo) que será elegida entre todos sus miembros por asamblea general, quien tendrá el derecho de seleccionar, aprobar y destituir a los gerentes que no sean adecuados. Y en quinto lugar, una gran fuerza de voluntad por parte de sus miembros y una fuerte presión social combinados con un sistema de auditoría confiable jugarán un papel muy importante en la prevención del robo y la corrupción incluyéndose la rendición de cuentas y transparencia como aspecto consustancial a la gerencia social moderna.

I.1.11.2.13.- Función de la Legislación o la Creación de Reglamentos en la Determinación de las Características de una Cooperativa

Las leyes, estatutos y reglamentos que se aplican a las cooperativas pesqueras tienen un triple propósito: primero, asegurar la honestidad y recto manejo de la cooperativa; segundo crear una situación legal en que las políticas del gobierno puedan proseguir mejor y tercero, determinar el carácter social de la cooperativa.

La auditoria social publica por la sociedad civil así como la transparencia acompañada de una gestión abierta que rinde cuentas a sus socios e incluye participación como la

esencia de la gerencia moderna, que facilite la toma de decisiones y correctivos a tiempo.

También se puede señalar que los principales documentos financieros y transferencias de dinero tienen que ser firmados por más de uno de los directores de la cooperativa; que la gerencia debe informar a sus miembros un cierto número de veces al año; señalar las actividades que deben ser aprobadas por los miembros; indicar como serán elegidos los diversos comités y la gerencia; indicar como pueden ser reemplazados por iniciativa de los miembros, un director, gerente o cualquier otro funcionario. Además, una ley de la cooperativa puede prescribir castigos especiales para aquellos gerentes, directores y secretarios de cooperativas que se les haya encontrado culpables de estafa y corrupción. Las leyes deberían también regular la manera en que las cooperativas se establecen, registran y disuelven.

El artículo 21 de la Ley de Cooperativa. La fiscalización y la vigilancia en las cooperativas estarán a cargo de la Junta de Vigilancia. Sin embargo, y de conformidad al Reglamento de esta Ley, en los Estatutos podrán contemplarse otros organismos y mecanismos de fiscalización, sustitutivos, complementarios o auxiliares de esa Junta.

Las cooperativas deberán efectuar anualmente, por lo menos una auditoría de sus operaciones.

La idea básica de las cooperativas deriva del concepto de cooperación entre los trabajadores. Esto implica que cada miembro de una cooperativa debería ser un

miembro trabajador, y un miembro de una cooperativa pesquera debería ser un pescador activo.

Si este es el objetivo de la política aunque no está descrito en la ley un antiguo pescador convertido en comerciante pescador veinte años atrás, puede llegar a ser un miembro, un secretario y con el tiempo puede ser propietario de una cooperativa.

I.1.11.2.14.- Instituto Hondureño de Cooperativas

Creación, Fines

Artículo 93

Como Organismo del Movimiento Cooperativista créase el Instituto Hondureño de Cooperativas como Institución descentralizada del Estado autónomo y con patrimonio propio que tendrá a su cargo en tal forma exclusiva, la organización del sector cooperativista de la economía, en el marco de los principios del cooperativismo y por ende, la formulación, dirección, planificación, coordinación y ejecución de la política del Estado en materia cooperativa. La sigla "IHDECOOP" identifica al Instituto Hondureño de Cooperativas.

Las relaciones de IHDECOOP con el Poder Ejecutivo se realizarán por medio de la Secretaría de Economía y Comercio.

Artículo 94

El Instituto Hondureño de Cooperativas (IHDECOOP), tendrá su domicilio en la ciudad de San Pedro Sula, departamento de Cortés y establecerá oficinas regionales en otras zonas del país par el cabal cumplimiento de sus objetivos y atribuciones.

Artículo 95

El IHDECOOP tendrá los objetivos siguientes:

- a) Fomentar el desarrollo, consolidación e integración del cooperativismo y defender sus instituciones.
- b) Desarrollar programas para el fomento del cooperativismo y coordinar los proyectos de la misma naturaleza, o similares, que se establezcan con instituciones públicas o privadas, nacionales o extranjeras o internacionales.
- c) Velar porque los planes nacionales de desarrollo se ejecuten sobre bases cooperativistas.

Artículo 96

Son atribuciones del IHDECOOP, las siguientes:

- a) Promover la constitución y organización de cooperativas y capacitar sus recursos humanos.
- b) Aprobar la constitución, la disolución y la liquidación de cooperativas.
- c) Asesorar en coordinación con organismos del Movimiento Cooperativo a las cooperativas en materia de organización técnico-administrativa, contable, legal y desarrollo.

- ch)** Llevar el Registro Nacional de Cooperativas.
- d)** Representar al Estado en reuniones nacionales e internacionales sobre cooperativismo
- e)** Identificar, contratar y desarrollar programas y proyectos de asistencia técnica, y económica tanto con entidades nacionales, como extranjeras o internacionales, públicas o privadas, que benefician al sector cooperativista; por su propia iniciativa o excitativa el Movimiento Cooperativo.
- f)** Apoyar a los organismos del Movimiento Cooperativo en la captación de planes y recursos y desarrollo de programas.
- g)** Llevar y mantener actualizada la información estadística del Movimiento Cooperativo.
- h)** Fiscalizar el movimiento contable legal y económico de las cooperativas para la eficacia de su control y administración.
- i)** Coordinar la asistencia técnica que puedan prestar los organismos del Estado, las instituciones de derecho público, las agencias internacionales o regionales y las personas de derecho privado en materia de organización de cooperativas, funcionamiento técnico y administrativo, contable, legal y de desarrollo.
- j)** Imponer las sanciones a que se refiere el Artículo 63 de esta Ley.
- k)** Realizar cualesquiera otros actos y operaciones compatibles con su naturaleza y finalidad, y con los objetivos de la Ley.

I.1.12.- Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs)

Las PyMEs, son pequeñas y medianas empresas, con características diferentes según el país; algunos se basan en criterios económicos para clasificarlas, como por ejemplo el promedio de ventas brutas, el número de empleados, las tablas impuestas, el capital de trabajo.

Las PyMEs se clasifican, por el número de empleados y los activos que tienen. La pequeña empresa se define como aquella que comprende de 10 a 49 empleados y sus activos están entre 166.332.000 y 1.660.332.000 pesos; la mediana empresa posee de 50 a 199 empleados, con activos que van desde los 1.660.332.000 hasta los 4.980.000.000 de pesos.

La importancia de la PyMEs a nivel mundial radica principalmente en el factor económico, ya que las pequeñas y medianas empresas constituyen una parte sustancial de la economía de los países, produciendo efectos socioeconómicos importantes.

Pero así mismo, la creación y crecimiento de las PyMEs, se da en muchos casos como resultado de las necesidades económicas que presentan un sinnúmero de familias, que por la carencia de una vida económica estable que les de bienestar, se ven en la necesidad de crear de manera simple o improvisada cualquier negocio, ya sea en el campo de los alimentos, accesorios para la decoración de la casa, como también, pulperías, salas de belleza o venta de celulares, entre otros. Negocios que en varias oportunidades han demostrado su evolución y solidez empresarial, que por la entrega y dedicación de aquellos que están a cargo, han podido sacar adelante,

dejando de ser una micro para llegar a ser una pequeña o mediana empresa, aportando de manera significativa a la economía del país.

Pero pese a la importancia que tienen las PyMEs para el desarrollo económico del país, estas enfrentan algunos problemas que principalmente radican en el acceso a los mercados, las barreras tecnológicas, y en mayor proporción, las dificultades para obtener recursos de crédito financiero, como también, problemas en la baja oferta de mano de obra de tecnólogos y técnicos.

Frente a la situación financiera de las PyMEs, Sergio Clavijo, presidente de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF), opinó en un informe especial realizado por el periódico el Tiempo, que “la mediana empresa, en un 38% de los casos son financiados por proveedores nacionales y sólo en un 20% por el crédito”¹¹.

Esto evidencia de cierta forma, la falta de apoyo por parte de los bancos y entidades financieras, en hacer préstamos a este tipo de organizaciones, ocasionando que los empresarios pymes tengan menos posibilidades de acceder al mercado nacional. De esta forma se podría considerar, al tema financiero como uno de los inconvenientes más comunes con las que se enfrentan las PyMEs, y una de las razones sería el tamaño de la pequeña y mediana empresa, así como el poco tiempo que llevan en operaciones; por lo regular es difícil encontrar un banco que esté dispuesto a correr el riesgo de prestar el capital adicional requerido para su expansión.

¹¹ Periódico El Tiempo/Edición Especial MIPYMES, Agosto 17 de 2005. Pág. 2

En consecuencia a estos inconvenientes de financiamiento, es difícil que las PyMEs pueden acceder al mercado, debido a que tienen que invertir dinero en tecnología, y mano de obra, para poder ser competitivas, y más precisamente ahora con el auge del TLC (Tratado de Libre Comercio), ya que esto es una realidad para lo que deben estar preparados y saber enfrentar las empresas, debido a que muchas PyMEs sufrirán los cambios y exigencias que esto implica para el mercado empresarial.

I.1.12.1.- Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMEs)

Las MIPyMEs son un conjunto de empresas de tamaño micro, pequeña y mediano, de los sectores urbano y rural.

MICRO, PEQUEÑO Y MEDIANO EMPRESARIO: Toda persona natural o jurídica propietaria de una micro, pequeña o mediana empresa, dedicada a actividades productivas, ya sean éstas de comercio, servicio o producción, por medio de las cuales se generan ingresos.

Las MIPyMEs micro, pequeña y mediana empresa constituyen un sector importante, como fuentes generadoras de nuevas oportunidades de empleo, como factor significativo para el incremento de la producción; un medio de realización de la persona humana; una fuente de estabilidad, seguridad y educación para los sectores más vulnerables del país; y un medio para fomentar la cohesión social de las comunidades urbanas y rurales.

Las leyes comprendidas por las MIPyMEs como las siguientes¹².

- Decreto Numero 135-2008 Ley para el Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa
- Estrategia de la Política Nacional
- Ley del Sector Social de la Economía
- Ley de Protección al Consumidor
- Reglamento del SSE

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPyME) en Honduras, es un sector económico que por su contribución a la producción y su importante aporte como fuente de empleo e ingreso al país, ha cobrado mucha importancia en las últimas décadas y debido a su relevante papel en la economía, el Gobierno de la República durante el año 2008 aprobó la “Ley para el Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”, según Decreto Legislativo No. 135-2008.

La autoridad competente para la correcta aplicación de dicha Ley, será la Secretaría de Estado en los Despachos de Industria y Comercio (SIC), a través de la Subsecretaría MIPYME-SSE, como Ente Rector de las políticas públicas hacia el sector de las MIPyMEs y el Sector Social de la Economía; con el apoyo y en coordinación con las alianzas estratégicas con otros actores.

El Acceso al Financiamiento, en condiciones favorables para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPyME), de modo de promover la consolidación y capitalización

¹² Extraído de la Secretaria de Industria y Comercio (SIC)

de ese tipo de empresas, el incremento de su producción, así como la constitución de nuevas empresas, fortaleciendo el desarrollo emprendedor.

La Finalidad es apoyar y fomentar el desarrollo de la competitividad y productividad de las MIPyMEs urbanas y rurales, para la generación de empleo y promover el bienestar social y económico de todos los participantes en dichas unidades económicas.

El Objetivo: Promover un entorno favorable para que la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPyME) urbanas y rurales desarrollen su competitividad, de modo de abastecer eficientemente tanto el mercado nacional como los mercados centroamericanos e internacionales.

El Banco Nacional de Desarrollo Agrícola (BANADESA) y el Banco Hondureño de la Producción y Vivienda (BANHPROVI), deberán crear líneas especiales para la financiación de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPyME), destinadas para capital de trabajo, fondos de garantía y capital de riesgo. Para tal fin recurrirán especialmente a la utilización de recursos provenientes de instituciones multilaterales de crédito o de otras fuentes de origen externo e interno. Dichas líneas de crédito deberán ser administradas bajo la figura de fideicomiso a través de intermediarios financieros y de otras instituciones que presten servicios financieros debidamente calificados como Bancos, Cajas Rurales, Cooperativas, OPDF'S, Cámaras de Comercio, OPD'S, y otras similares; en todo caso los créditos se ofrecerán y otorgaran en las condiciones más favorables para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPyME).

CAPÍTULO II

II.1.- DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

II.1.1.- ANÁLISIS DE VARIABLES

II.1.1.1.- Nivel de vida

En general las condiciones de vida de la población se ha de entender como tal en el marco de sus posibilidades, acciones, políticas y medidas que propenda a crear una serie de oportunidades para que la población de la zona pueda satisfacer sus necesidades ingentes en el marco de su residencia habitual. Con esto se quiere significar la importancia que adquiere la generación de fuentes de empleo y de hecho una corriente de recursos que sirva también para estimular el consumo y potenciar el estímulo de una actividad económica que también debe implicar cierto dinamismo en el mercado local; la dotación de una infraestructura social que conlleve la atención a la demanda de servicios sociales que en interacción en otros elementos de una política pública promotora y desarrollista, puede generar cierto nivel de desarrollo local, que vendría a frenar el éxodo hacia su grandes ciudades y ciudades intermedias y ejercen retención demográfica en las comunidades.

Por la vía de la medición de los indicadores correspondiente se habrá de establecer el panorama prevaleciente en las comunidades involucradas.

II.1.1.2.- Nivel de Escolaridad

Por lo que respecta a la escolaridad promedio, es de suma importancia apreciar el cuadro abajo descrito que el 45% de la población de las comunidades involucradas tienen un nivel de primaria completa.

Este segmento sumado al 7% con educación media completa y 8% con media incompleta, pueden ser un puntal esencial para dar inicio a un proceso de capacitación de los pescadores.

Tabla N. 1- MARCOVIA: Nivel de Escolaridad

Escolaridad	Comunidades del Municipio de Marcovia							Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás			
Analfabetas	2	1	3	0	1	0	7	8%	
Primaria Completa	2	8	8	8	8	4	38	45%	
Primaria Incompleta	5	10	2	4	4	2	27	32%	
Educ. Media Completa	3	1	0	0	1	1	6	7%	
Educ. Media Incompleta	3	0	0	0	1	3	7	8%	
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%	

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

En el otro extremo se tiene que un 40% de la población incluye un bajo nivel de vida de analfabetismo aunque es considerable (32%) de primaria incompleta, por lo tanto que este otro segmento de los pescadores debe ser sujeto de un análisis de mayor profundidad, para desarrollar un modelo de capacitación de los pescadores, que atendiendo a una demanda y a los limitantes que impone la

situación descrita, les facilite un proceso de desarrollar capacidades desde el plano organizativo, hasta la adopción y potenciamiento de modelos de desarrollo socio empresarial básico, que derive en un mejoramiento en cuanto a los resultados en la actividad económica.

Estos procesos de capacitación presupondrían en un principio que habría que estructurar un equipo administrativo gerencial eficiente, comprometido con el crecimiento de la iniciativa emprendedora, que se reforzaría en la medida en que la base de cooperativas de pescadores y acuicultores artesanales se preparan, capacitan y se vuelven capaces de ejercer una vigilancia efectiva y una auditoria social sobre la empresa que aunada a un proceso de conducción transparente y de rendición de cuentas, creando de esta forma, una base solida para aumentar la productividad, elevar la rentabilidad y por ende, contribuir en forma directa con el mejoramiento en las condiciones de vida de los socios y sus comunidades.

En el marco de la situación imperante en las comunidades participantes, una situación de tantas carencias y ausencias de oportunidades para la población involucrada en este estudio condiciona la expulsión de la población hacia los centros urbanos y/o hacia el exterior, afectando de esta forma la provisión de fuerza de trabajo adecuadamente preparada en desmedro de las escasas actividades económicas que se desarrollan en la zona, incidiendo directamente en la baja rentabilidad y el sub empleo en actividades de sobrevivencia; ya que si bien es cierto se han integrado a programas de alfabetización éstos según ellos, no han sido muy efectivos, porque argumentan que no tienen las herramientas mínimas como leer y

escribir correctamente, lo que los imposibilita a involucrarse de una forma productiva y efectiva en el desarrollo de su comunidad.

II.1.1.3.- Calidad de vivienda

La calidad de las viviendas se mide por el tipo de materiales que se usan en las paredes, techo y piso, que refleja las condiciones de vida en la población encuestada, dado que el 56% de la población de estas comunidades tiene viviendas inadecuadas, construidas con materiales de tierra, bajareque, palmas de coco, piso de tierra lo que los hace vulnerables a enfermedades respiratorias, diarreicas y parasitarias que al final conllevan a la muerte, debido a que están expuestos a la contaminación del ambiente por la misma condición de sus viviendas, fenómenos naturales, marejadas, lluvia, vientos, inseguridad y hacinamiento.

Tabla N. 2- MARCOVIA: Tipo de vivienda

Tipo de Vivienda	Comunidades del Municipio de Marcovia							Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás			
Adecuada	6	6	2	4	9	10	37	44%	
Inadecuada	9	14	11	8	6		48	56%	
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%	

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

En cambio, el 44% viven en condiciones adecuadas ya que sus viviendas son construidas con materiales selectos: ladrillo, bloque, mosaico, cerámica; esto debido a que los cooperativistas algunos de sus familiares han emigrado para elevar su calidad de vida.

II.1.1.4.- Servicios Básicos

Los socios de las cooperativas La Aguadera, COPEGOLF, El Jordán, COMPEMPALM, Estrellas Limitadas y Concepción en el municipio de Marcovia reflejan que los servicios básicos no se brindan equitativamente en las comunidades identificadas en la investigación.

II.1.1.4.1.- Acceso al Agua

En el cuadro de abajo se describe el servicio de agua con que cuentan las comunidades encuestadas de las cuales el 79% cuentan con el servicio de agua, pero ésta no reúne de las características requeridas, según el promotor responsable del sector de salud del municipio de Marcovia, pero por sus condiciones económicas precarias la mayoría de la población la emplea para su consumo diario.

Tabla N. 3 -MARCOVIA: Servicio de Agua

Servicio de agua	Comunidades del Municipio de Marcovia							Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás			
Si	14	20	0	11	12	10	67	79%	
No	1	0	13	1	3		18	21%	
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%	

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

El 21% restante actualmente no cuenta con este servicio. Los habitantes de las comunidades compartían que el actual gobierno está comprometido en brindar este indispensable líquido vital para el ser humano.

Según la Región Departamental de Salud No.6 la población de Marcovia utiliza más el sistema de agua por bombeo (65%), el acceso de agua a sus viviendas es acarreada del pozo (31%) y almacenada en barriles y pilas y no le dan ningún tratamiento al agua que consumen en sus viviendas, en un menor porcentaje (3%) tienen agua por gravedad.

II.1.1.4.2.- Acceso al Servicio de Energía Eléctrica

De las comunidades focalizadas las pozas y Las Arenas no están beneficiadas con este servicio, pero algunos de los habitantes tienen planta solar, la que beneficia indirectamente a toda la comunidad, que eso corresponde a un 38% descrito en la siguiente tabla.

Tabla N. 4 - MARCOVIA: Energía Eléctrica

Energía Eléctrica	Comunidades del Municipio de Marcovia						Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás		
Si	15	16	0	0	12	10	53	62%
No	0	4	13	12	3	0	32	38%
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

El 62% de los encuestados cuentan con el servicio de energía eléctrica en las comunidades de Cedeño, la Aguadera Punta Ratón y Guapinol; cabe resaltar que este beneficio se debe a la importancia de la ubicación geográfica de estas comunidades, ya que son zonas turísticas, lo que promueve el desarrollo de las

mismas mediante visitas frecuentes que las personas realizan, sean éstas turistas o representantes de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

II.1.1.4.3.- Acceso a Letrinas

La Secretaria de Salud y la alcaldía municipal de Marcovia han unido esfuerzos para ejecutar proyectos de Letrinización, la primera focalizando las necesidades de letrina y la segunda construyéndolas, lo que se puede asegurar como un éxito ya que el 85 % de los encuestados poseen letrinas en sus viviendas.

Tabla N. 5- MARCOVIA: Letrinización

Servicio de Letrinas	Comunidades del Municipio de Marcovia						Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás		
Si	13	17	13	12	7	10	72	85%
No	2	3	0	0	8	0	13	15%
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008.

El restante 15% correspondiente a Cedeño, Aguadera y Guapinol será beneficiado por el proyecto que la alcaldía está ejecutando, Las Arenas y Las Pozas no cuentan con letrinización.

Según la evaluación de Enero – Agosto, Año 2007 y 2008 demuestra que la mayoría de la población tiene en sus viviendas letrinas de fosa simple (41%), un 35% de la población de Marcovia no cuentan con letrinas, en cambio un 23% utilizan letrinas de cierre hidráulico para mejorar sus condiciones de vida en el municipio de Marcovia.

II.1.1.5.- Problemas Sociales

El municipio de Marcovia presenta una serie de problemas sociales, pero en el caso de los socios cooperativistas no es un problema relevante el alcoholismo y el consumo de cigarrillos debido a que el insuficiente ingreso que perciben solo es para su subsistencia.

II.1.1.5.1.- Consumo de Alcohol

En las comunidades de las Pozas y las Arenas no hay mucha afluencia de cantinas solo existe una, mientras que en Cedeño, la Aguadera, Guapinol y Monjarás si es notorio la cantidad de cantinas y bares, dada su característica de estar inmersa en una zona turística.

Tabla N. 6 - MARCOVIA: Bebidas Alcohólicas

Bebidas alcohólicas	Comunidades del Municipio de Marcovia							Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás			
Si	4	3	2	1		3	13	15%	
No	11	17	11	11	15	7	72	85%	
Total	15	20	13	12	15	7	85	100%	

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

Según datos obtenidos a través de la encuesta el 85% no ingieren bebidas alcohólicas, mientras el 15% restante afirmaron hacerlo sin importarles el bajo ingreso que reciben y las responsabilidades familiares que tienen.

II.1.1.5.2.- Consumo de cigarrillos

Los datos reflejan que el 28% de los pescadores y acuicultores artesanales son adictos al cigarrillo, lo que provoca enfermedades respiratorias tanto a ellos como a sus familiares, a demás están propensos a padecer de cáncer.

Los que afirman hacerlo muchos de ellos lo hacen cuando van a su faena, aludiendo que es necesario para ahuyentar la plaga que existe en alta mar.

Tabla N. 7- MARCOVIA: Consumo de Cigarrillos

Cigarrillos	Comunidades del Municipio de Marcovia							Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás	Total	
Si	4	2	12	4		2	24	28%
No	11	18	1	8	15	8	61	72%
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

La mayoría, que es el 72%, no practican este tipo de hábito, lo que es favorable ya que su estado de ánimo es de buen rendimiento y no están propensos a padecer frecuentemente de enfermedades respiratorias.

II.1.1.6.- Ingreso

En la siguiente tabla se refleja que el 84% (47, 28 y 9%) de la población debe ser referente que están en condiciones de sub empleo y que el propósito es incidir en las condiciones de vida en que se desarrollan los pescadores para rescatar de la miseria en que se encuentran.

Tabla N. 8- MARCOVIA: Ingreso de los pescadores y acuicultores artesanales

Ingreso/ Mes	Comunidades del Municipio de Marcovia							Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás			
De 100 a 500	12	1	11	9	7		40	47%	
De 500 a 1,000	1	15	2	2	4		24	28%	
De 1,000 a 2,000		1		1	3	3	8	9%	
De 3,000 en adelante	2	3			1	7	13	15%	
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%	

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

Un 75% (47 y 28%) tienen ingresos insuficientes para cubrir el costo de la canasta básica, están por debajo de la línea de pobreza. Este porcentaje es que hay que potenciar para incidir en el logro de un mayor bienestar, hay que rescatarlos de la pobreza de ingresos.

Es preciso enfatizar el siguiente analisis de ingreso que un 47% de los cooperativistas reciben un ingreso que se encuentra entre 100 a 500 lempiras, destacando que la mayoría recibe un salario diario de 70 lempiras por la faena que realiza durante el día, sea esta en la pesca o en otras actividades como curiliar, peones de fincas, laguneros, cosecheros temporales de melón, sandia, camarón y caña que les permita agenciar ingresos, ya que en la actualidad hay irregularidad en la obtención de recursos porque no cuentan con un empleo u oficio permanente, días trabajan y días no, de igual manera hay carencias o necesidades básicas insatisfechas, por lo tanto el nivel de pobreza de ingreso se ha incrementado en la mayoría de estas comunidades.

Existe un problema mucho más serio y generalizado, que es el del subempleo, es decir, gente empleada a tiempo parcial o gente que trabaja en empleos ineficientes o

improductivos y que por tanto reciben bajos ingresos que son insuficientes para cubrir sus necesidades.

El 15% de los socios perciben un ingreso familiar de 3,000 lempiras en adelante porque algunos de ellos tienen negocios propios que les permite obtener mayores ganancias, de esta manera logran satisfacer algunas de las muchas necesidades de las que se le presentan, o reciben un ingreso indirecto de las remesas del extranjero.

La siguiente estructura de ingresos refleja el punto promedio que la población gana a la semana por su labor de trabajo.

47% ingreso de 100-500= 300/ semanal

28% ingreso de 501-1,000=750/ semanal

9% ingreso de 1,001-2,000=1,500/ semanal

15% ingreso de 2,001-3,000=2,000/ semana

II.1.1.7.- Financiamiento

Los pescadores artesanales no son candidatos a cartera de crédito de las instituciones bancarias ya que por sus condiciones limitadas de pobreza no cuentan con un activo que respalde un crédito para impulsar sus actividades productivas.

II.1.1.7.1.- Acceso a fuentes de financiamiento

Las comunidades se formaron como cooperativas con su personería jurídica para lograr apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales y por ende mejorar sus condiciones de vida ya que son comunidades no atendidas, dado que un

72% afirman que no han recibido financiamiento para ejecutar operaciones de producción.

Tabla N. 9- MARCOVIA: Financiamiento a las cooperativas

Financiamiento	Comunidades del Municipio de Marcovia							
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás	Total	Porcentaje
Si					14	10	24	28%
No	15	20	13	12	1		61	72%
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

Las comunidades encuestadas han recibido apoyo de una Organización no Gubernamental Movimiento por la Paz, El Desarme y La Libertad (MPDL) que es una organización de desarrollo de acción social y humanitaria, para iniciar su proceso productivo, pero actualmente en las comunidades de las Pozas y las Arenas no tienen fondos para producir porque el nivel de productividad de las lagunas de camarón es riesgosa y bajo en su poder adquisitivo, debido a que los miembros de las cooperativas tienen que financiar por autogestión su proceso productivo.

La ventaja de los pescadores y acuicultores de Cedeño y Aguadera radica en la experiencia de estos en el rubro, las condiciones de las lagunas acuícolas poseen un equipo semi - industrial (estación de bomba) que les permite elevar los niveles de productividad.

En el caso de los pescadores y acuicultores artesanales no poseen acceso a la cartera de crédito en la banca privada ya que estos no cuentan con garantía de pago, por lo cual se les dificulta la inversión.

Un 28% restante han obtenido financiamiento de algunas instituciones no gubernamentales.

II.1.1.8.- Entrenamiento Laboral

Los socios de las comunidades encuestadas en el municipio de Marcovia han recibido capacitaciones en diferentes campos tales como: principios básicos de administración, atención al cliente, buenas prácticas de manejo, ética y transparencia profesional entre otros con el objetivo de fortalecer las capacidades técnicas operativas de los socios estratégicos que conforman este proyecto.

II.1.1.8.1.- Tipo de Capacitaciones

En los aspectos que tienen que ver con la preparación de la mano de obra para insertarse en los procesos productivos de este tipo, se refleja en el cuadro siguiente.

El 76% de los encuestados han recibido diferentes capacitaciones sobre camaricultura, administración, cooperativismo, prácticas agrícolas, control de calidad educación ambiental etc. a través de instituciones como INFOP, MPDL, Zamorano y otras.

Tabla N. 10- MARCOVIA: Capacitaciones Laborales

Capacitaciones	Comunidades del Municipio de Marcovia							Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás			
Si	14	16	11	9	7	8	65	76%	
No	1	4	2	3	8	2	20	24%	
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%	

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

Los socios de las cooperativas han puesto en práctica los conocimientos adquiridos a través de estas capacitaciones no siendo obstáculos para algunos de ellos el no saber leer y escribir, ya que los capacitadores utilizan técnicas didácticas de enseñanza aprendizaje.

Las capacitaciones han sido un medio auxiliar para los miembros de las cooperativas, por lo que los conocimientos adquiridos les permiten involucrarse en forma empírica al proceso productivo en especial en la acuicultura, rubro que es atendido actualmente por mujeres y hombres emprendedores con el deseo de salir de las condiciones de miseria en la que se encuentran.

II.1.1.9.- Comunicación Cooperativa

Las seis comunidades han formado cooperativas colectivas para trabajar en la pesca y cultivo de camarón, algunos productores trabajan independiente pero son socios de las cooperativas, otros trabajan en conjunto dentro de las cooperativas.

Tabla N. 11- MARCOVIA: Beneficios de la cooperativa colectiva

Beneficios recibidos de cooperativas	Comunidades del Municipio de Marcovia							Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás			
Si	15	20	8	11	14	10	78	92%	
No	0	0	5	1	1		7	8%	
Total	15	20	13	12	15	75	85	100%	

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

El 92% de los pescadores y acuicultores artesanales asociados a las cooperativas afirman que son una verdadera alternativa de superación personal y económica para

todos los socios, debido a que con el trabajo en equipo y organizado consolidan una empresa que les permita beneficiar a sus familias.

El 8% restante alude que no ha sido de beneficio pertenecer a la cooperativa, que al contrario es una pérdida de tiempo por la falta de coordinación entre los miembros, poco compromiso y actitud negativa hacia el trabajo colectivo.

II.1.1.10.- Profesión

En estas comunidades un alto porcentaje de hombres y mujeres se dedican exclusivamente a las actividades de pesca y acuicultura artesanal, para satisfacer sus necesidades de educación, salud y otras, el cuadro siguiente refleja la ocupación que se da en cada comunidad.

Tabla N. 12- MARCOVIA: Actividad a la que se dedica

Ocupación	Comunidades del Municipio de Marcovia							Total	Porcentaje
	Cedeño	Aguadera	Las Pozas	Las Arenas	Guapinol	Monjarás			
Pescador Artesanal	14						14	16%	
Acuicultor Artesanal	1	20	13	12		10	56	66%	
Pescado y Camarón					15		15	18%	
Total	15	20	13	12	15	10	85	100%	

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 19-11-2008

El 66% de los integrantes de las cooperativas se dedican al cultivo de camarón; aunque no de manera exclusiva ya que simultáneamente realizan otras actividades como: la agricultura, apicultura, jornaleros, venta de ropa usada y frescos para subsistir. El 18% se dedican a las actividades de pesca y camaricultura también a la conservación del mangle y producción de moluscos (curiles, cascos, churrias,

almejas); estos cooperativistas radican en la aldea de Guapinol; y el 16% restante se dedican a la pesca artesanal, pero al igual que los otros cooperativistas en tiempos de veda algunos se dedican a la agricultura, la ganadería, comercio de ropa y otras actividades.

II.2.- VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

A través de la información recopilada se demuestran las condiciones precarias en las que viven cada uno de los acuicultores y pescadores artesanales que integran las cooperativas objetos de estudio.

Uno de los factores que inciden directamente en estas condiciones de pobreza es la baja calificación académica lo que les impide desarrollar sus niveles de producción, ya que las practicas que aplican para su proceso productivo son empíricas, y carecen de redes de comercialización que les permitan vender los productos a precios justos. Otro factor a considerar son los ingresos que perciben porque están sub empleados y reciben ingresos insuficientes, que apenas les sirve para subsistir, lo que les obliga a vender su mano de obra abajo del salario mínimo, por consiguiente se limitan a hacerle frente a las necesidades básicas como salud, alimentación y educación de sus familias.

Los factores mencionados anteriormente sustentan que los socios cooperativistas necesitan mejorar sus condiciones de vida a través de emprendimientos orientados a fortalecer sus procesos productivos mediante capacitaciones que les motive a ser emprendedores a fin de aprovechar los recursos con que cuentan en sus comunidades.

CAPÍTULO III

III.1.- PROPUESTA DEL PROYECTO

III.1.1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La investigación desarrollada ha reflejado una problemática que afecta directamente a los pescadores que se encuentran ubicados en el Golfo de Fonseca.

Para dar una solución efectiva se ha analizado la viabilidad y factibilidad después de enlistar varias alternativas las cuales han permitido definir y seleccionar una propuesta cimentada en un juicio lógico científico.

III.1.1.1.- FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO

III.1.1.1.a.- Nombre del Proyecto

Transformación Industrial de Pescado y Camarón, en Embutidos de Chorizo en el Municipio de Marcovia.

III.1.1.1.b.- Descripción Del Proyecto

El proyecto consiste en instalar una planta para procesar pescado y camarón que si bien califica para la venta en el mercado local no se emplea adecuadamente, de manera que la finalidad de promover en el mercado un nuevo producto que por sus características parece ser factible su aceptación por los consumidores, no solo ha de contribuir con la dieta alimenticia de la población en general, además de generar

excedentes económicos para que los productores puedan contar con mejores opciones para mejorar sus condiciones de vida, también repercutirá positivamente promoviendo empleo para la mano de obra desocupada de la comunidad generando un crecimiento en la actividad económica local y regional; dentro de este proyecto también se toma en cuenta una mayor participación de la mujer que hasta hoy ha sido limitada, realizando únicamente actividades de limpieza, eviscerado, distribución y comercialización, por ende es necesario integrarlas en los procesos de transformación de los productos marinos (pescado y camarón).

III.1.1.1.c.- Sector

El sector corresponde al área Industrial y el Sub- Sector a la Agroindustria

III.1.1.1.d.- Ubicación Geográfica del Proyecto

Este proyecto se ubica en la Región Sur de Honduras, Departamento de Choluteca, Municipio de Marcovia, Aldea de Cedeño.

III.1.1.1.e.- Institución Dueña del Proyecto

Cooperativa de pescadores y acuicultores artesanales del municipio de Marcovia y alcaldía municipal, los cuales le darán funcionamiento mediante fondos canalizados a través de la alcaldía ubicados en el Marco Conceptual de la ERP (40%) y con aportes de un 10% por parte de cada cooperativa.

III.1.1.1.f.- Institución Ejecutora del proyecto

MAT DISEÑO Y CONSTRUCCION Arquitecto Milton Antonio Turcios Mejía.

III.1.1.1.g.- Unidad que Elaboró el Proyecto

La V Promoción de Maestría en Formulación, Gestión y Evaluación de Proyectos, Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo (POSCAE-UNAH) Centro Universitario Regional del Litoral Pacífico (CURLP), Choluteca Honduras.

III.1.1.1.h.- Población Beneficiaria

- Los Beneficiarios Directos son socios que integran las cooperativas de pescadores y acuícolas que ascienden a 117, con una participación activa de 56 mujeres y 61 hombres, cada uno representa una familia integrada por cinco miembros promedio haciendo un total de 585 personas beneficiarias aproximadamente.

Esta población presenta en un 8% el flagelo del analfabetismo y un 32% tiene educación primaria incompleta, lo que condiciona su calificación laboral, limitándolos a realizar actividades de subsistencia y para poder contar con un ingreso para hacerle frente a la salud, alimentación y educación de su familia y todos los demás enseres, tienen que vender su mano de obra a las empresas transnacionales o quien los contrate, por lo menos la mayor parte del año.

- Los Beneficiarios Indirectos son los comerciantes, hoteles, restaurantes, bares, supermercados, abarroterías, pulperías, mercaditos.

III.1.1.1.i.- Monto Total Estimado del Proyecto

Lps. 8, 984,349.80

III.1.1.1.j.- Inversión

Lps. 5, 454,766.18

III.1.1.1.k.- Operación y Funcionamiento

Lps. 3, 529,583.62

III.1.1.1.l.- Posibles Fuentes de Financiamiento

La Organización No Gubernamental Movimiento por la Paz, el Desarme y La Libertad (MPDL) ha donado el financiamiento para el terreno, construcción del centro de acopio y equipo, como (2) cuartos fríos, (1) máquina de fabricar hielo, (2) mesas de acero inoxidable.

La alcaldía municipal de Marcovia mediante la Estrategia Reducción de la Pobreza (ERP) ha asignado un porcentaje del 40% del capital social para la fase de operación.

El aporte individual de los socios cooperativistas equivale a un 10% del capital social mínimo.

El capital en forma de préstamo hipotecario cedido por institución bancaria en Choluteca Banco del País con una tasa del 27%.

III.1.1.1.m.- Fecha Estimada de Inicio de la Ejecución del Proyecto

La ejecución de inicio del proyecto en el mes de Enero del año 2010.

III.1.1.1.n.- Fecha Estimada de Finalización de la Ejecución del Proyecto

La finalización del proyecto será en el mes Diciembre del año 2014.

III.1.2.- VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN

III.1.2.a.- Antecedentes

La Región Sur de Honduras registra un crecimiento poblacional acelerado, incompatible con la capacidad productiva y de sustentación de los recursos naturales, condiciones de calidad socio- ambiental precaria acentuadas, especialmente después de los efectos del huracán y tormenta tropical Mitch; el Golfo de Fonseca, en particular es representativo de ésta deplorable situación pero es particularmente grave la incidencia de altas tasas de desempleo.

Existen 65 comunidades pesqueras distribuidas a lo largo de la costa del Pacífico hondureño, concentrándose la actividad en Guapinol, Cedeño, Pueblo Nuevo, San Bernardo, Playa Negra, Amapala, San Carlos de la Bahía de Chismuyo y Coyolito.

De todas ellas, Guapinol y San Carlos de la Bahía de Chismuyo son las que se dedican exclusivamente a la pesca, siendo la edad promedio de los pescadores de 33 años.

Más del 80% de los municipios del Golfo están catalogados de acuerdo con la línea de pobreza, como de pobreza mediana y alta.

Por una necesidad sentida de organizarse, el grupo de pescadores se ha conformado en cooperativas colectivas en las comunidades más pobres del Golfo de Fonseca (Cedeño, La Aguadera Punta Ratón, Monjarás, Las Pozas, Las Arenas y Guapinol); se dedican a la pesca y acuicultura ya que dichas actividades son una fuente de ingresos y alimento necesaria para su supervivencia, cada cooperativa está integrada por 20 miembros, las que se rigen por un reglamento que aprueban en sus respectivas asambleas, cada una está organizada en juntas directivas y llevan un control exhaustivo de la producción en libras diaria, mensual y anualmente de camarón y pescado, la cual es comercializada con intermediarios que no pagan un precio justo por el producto, éstos no hacen la distribución directa de su producción por que no cuentan con el equipo para hacerlo, lo que los limita a vender al precio que el comprador dispone.

Como consecuencia de la situación vivencial los pescadores miembros de estas cooperativas se han propuesto asociarse para conformar una Empresa procesadora de embutidos de camarón y pescado, para hacer la venta directa del producto y

obtener mayores ingresos que permitan a los pescadores y acuicultores artesanales elevar sus condiciones de vida.

III.1.2.b.- Definir el Problema

Bajo nivel de vida que padecen las 117 familias de los socios de las cooperativas de pescadores y acuicultores artesanales de las comunidades sub desarrolladas del Golfo de Fonseca (Cedeño, La Aguadera (Punta Ratón), Las Pozas, Las Arenas, Monjarás y Guapinol), ubicadas en el Municipio de Marcovia, Departamento Choluteca.

III.1.2.c.- Alternativas de Proyectos Identificadas

1. Promover la instalación de lonjas pesqueras, para mejorar precios y elevar niveles de calidad y sanidad de los productos.
2. Instalación de infraestructura básica de desembarque, manipuleo y comercialización, introduciendo la utilización adecuada del hielo.
3. Impulsar el microcrédito, mediante programas especiales de financiamiento solidario.
4. Ejecución de programas de capacitación y fomento de liderazgo para el desarrollo de las capacidades humanas en las poblaciones de las comunidades que integran las cooperativas LA AGUADERA, COPEGOLF, EL JORDAN, COMPEPALM, ESTRELLAS LIMITADAS, Y CONCEPCION.

5. Transformación Industrial del pescado y camarón, procesándolos en embutidos de chorizo, para asignarle valor agregado al producto.

III.1.2.d.- Alternativa de Proyecto Seleccionada

La alternativa elegida es la transformación Industrial del pescado y camarón, procesándolo en embutidos de chorizo para asignarle un valor agregado. Se escoge esta alternativa con la finalidad de contribuir de forma objetiva con el desarrollo social de la comunidades mencionadas anteriormente y según investigaciones estas poblaciones de pescadores y acuicultores artesanales tienen el interés de incursionar en la microempresa y han decidido organizar su propia empresa con el objetivo de mejorar el precio del producto asignándole valor agregado mediante el procesamiento de embutidos de pescado y camarón. De acuerdo a los resultados de la investigación, éste proyecto es viable, porque en primer lugar tiene el apoyo directo de los interesados, la Organización No Gubernamental Movimiento por la Paz, el Desarme y la Libertad (MPDL) ha donado el financiamiento para el terreno, construcción, equipamiento de la planta procesadora (cuartos fríos, fábrica de hielo, bines, mesas de acero inoxidable) y lagunas para cultivo de camarón en las comunidades de La Aguadera, Las Pozas y Las Arenas.

La alcaldía municipal de Marcovia se ha comprometido a contribuir destinando fondos de la ERP para que la empresa inicie su proceso productivo.

En segundo lugar el aprovechamiento de la materia prima existente en las comunidades de los socios cooperativistas donde extraen el pescado del mar y

cultivan el camarón en lagunas propias, ya que ellos tendrán la oportunidad de vender el producto a un precio justo para ser procesado en la planta donde se le dará un valor agregado adquiriendo mayores ingresos y generando empleo a las comunidades aledañas al proyecto.

III.1.2.e.- Objetivos del Proyecto

- **Objetivo General**

Elevar el nivel de vida de los pescadores y acuicultores artesanales de las comunidades de Cedeño, La Aguadera Punta Ratón, Guapinol, Las Pozas, Las Arenas y Monjarás, mediante el aprovechamiento racional del producto a industrializar a través de la instalación de una Empresa Procesadora de Embutidos de pescado y camarón.

- **Objetivos Específicos**

1.- Elevar el nivel de productividad individual a través de capacitaciones de los asociados de las cooperativas LA AGUADERA, COPEGOLF, EL JORDAN, COMPEPALM, ESTRELLAS LIMITADAS, Y CONCEPCION en el área, financiera, administrativa, mercadeo y desarrollo empresarial, mediante ONGs, INFOP, Universidades Privadas y Públicas.

2.- Generar las condiciones de producción con las debidas normas de inocuidad en el proceso de transformación de los embutidos de chorizo de pescado y camarón que serán ofrecidos al mercado.

III.1.2.f.- Justificación de la intervención

Este proyecto de Transformación Industrial de Pescado y Camarón, en el Municipio de Marcovia, se enmarca en el fortalecimiento institucional de los grupos de pescadores y acuicultores debidamente legalizados en cooperativas, dotando de los conocimientos técnicos prácticos, administrativos para que puedan realizar sus labores explotando eficientemente los productos que se extraen del mar y al mismo tiempo los bienes con que cuenta en su propia comunidad, que le genere ingresos para hacerle frente a la problemática que actualmente está viviendo.

Si no se ejecuta el proyecto podría ocurrir que siempre se tendrá pescadores empobrecidos, trabajadores dispuestos a vender su mano de obra sin cumplir su objetivo para el cual fueron organizados y el sistema industrial y agroindustrial del país siempre tendrá problemas y necesidades que resolver, además el sistema productivo se mantendrá estancado y siempre tendremos que darle a las personas alimento por trabajo.

III.1.2.g.- Grupo Meta o Beneficiarios

Este proyecto va dirigido a pescadores y acuicultores artesanales cuya función productiva está encaminada a la producción de autoconsumo y reducida comercialización. Son personas con muy escaso poder adquisitivo que rozan el umbral de la pobreza y que en su mayoría no tienen acceso a los servicios básicos en sus comunidades de residencia, son pescadores explotados sistemáticamente por los coyotes, lo que asfixia cualquier intento de mejora de su economía.

III.1.2.h.- El proyecto en el Marco de las Políticas y Estrategias de Desarrollo del País.

La inserción de una visión intersectorial en la sinergia de políticas y estrategias de desarrollo sostenible son congruentes con la ejecutoria de este proyecto.

La Estrategia de Reducción de la Pobreza, Ley de Descentralización y desconcentración Territorial, Ley de desarrollo Municipal y Ley de ordenamiento territorial y asentamientos humanos, Código de salud, Reglamento de Residuos Sólidos, así como todas las normas de calidad correspondiente en la ISO 9001. Mediante este estamento legal se logró integrar procesos de consenso bajo la dimensión ambiental económica y social en dichos instrumentos. Así mismo, se incorporaron ajustes para el establecimiento de estructuras apropiadas en las diferentes instancias de decisión, tanto en la planificación, control, seguimiento y operacionalización, y su integración en las políticas antes mencionadas.

El artículo #5 de la Ley General del Ambiente: Todos los proyectos e instalaciones industriales o cualquier otra actividad pública o privada susceptible de contaminar o degradar el ambiente, los recursos naturales o el patrimonio cultural de la nación, serán precedidos obligatoriamente de una Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), que permita prevenir los posibles efectos negativos.

Artículo # 9, inciso ch: Implantar la Evaluación de Impacto Ambiental para la ejecución de proyectos públicos o privados potencialmente contaminantes o degradantes.

III.1.2.i.- Resultados o Metas del Proyecto

1. Capacitar las 6 juntas directivas de las cooperativas de pescadores y acuicultores artesanales involucradas en el proyecto “Transformación Industrial de pescado y camarón en embutidos de chorizo del Municipio de Marcovia”, en el área financiera, administrativa y de mercadeo, por lo menos en los cinco primeros años de la vida útil del proyecto en jornadas de capacitación mensual.
2. La empresa Mariscos y Pescado de Marcovia según la intención de la demanda procesara para el primer año de operación 26,040 libras de chorizo de pescado y 41,460 libras de chorizo de camarón.
3. Incrementar los ingresos de los 117 socios que integran las cooperativas de LA AGUADERA, COPEGOLF, EL JORDAN, COMPEMPALM, ESTRELLAS LIMITADAS, Y CONCEPCION para elevar su nivel de vida.

CAPÍTULO IV

IV.1.- ESTUDIO DE MERCADO

IV.1.1.- OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

IV.1.1.1.- Objetivo General

Conocer las oportunidades de mercado para el novedoso producto de chorizo de pescado y camarón, para sustentar la viabilidad de la constitución e implementación de una pequeña empresa industrial en el Municipio de Marcovia.

IV.1.1.2.- Objetivos Específicos

IV.1.1.2.1.- Recolectar datos sobre las actitudes y conductas que permitan identificar una posible aceptación o incorporación del producto a las preferencias y hábitos de compra de los consumidores finales.

IV.1.1.2.2.- Sobre la base de una eventual aceptación del producto en el mercado, se propone establecer y estimar una potencial demanda, a partir de la disponibilidad de consumo por parte de consumidores y distribuidores.

IV.1.1.2.3.- Identificar fortalezas y debilidades de los competidores actuales de chorizo de carne roja y de pollo a fin de detectar las posibilidades de inserción al mercado con buen suceso, optando a conquistar ese segmento del mercado.

IV.1.2.- METODOLOGÍA

IV.1.2.1.- Fuentes de información

Para el desarrollo del trabajo de investigación se ha incurrido a las fuentes primarias, destacando entre estas tanto a informantes claves, así como toda otra fuente informática con trabajos previos que tienen que ver con el objeto de estudio.

Respecto de la necesidad de auscultar la opinión de informantes decisivos, se aplicó una encuesta a gerentes de restaurantes, administradores de supermercados, dueños de abarroterías y consumidores directos, a fin de poder encontrar una pista de acceso para introducir el producto por la senda del éxito.

También se hizo uso de fuentes secundarias, que son resúmenes, compilaciones o listados de referencias, preparadas en base a fuentes primarias, es información ya procesada, entre las aplicadas:

- Libros de Estadística Aplicada
- Metodología de la Investigación
- Formulación y Evaluación de Proyecto
- Investigación de Mercado
- Directorio Telefónico Comercial de Honduras
- Registro Catastral de restaurantes, supermercados y abarroterías de Marcovia, Choluteca, San Lorenzo y Tegucigalpa.
- Libro de Investigación de Mercados.

IV.1.2.2.- Formas de recolección de datos

Es el medio a través del cual el investigador se relaciona con los participantes para obtener la información necesaria que le permita recolectar la información que necesita para lograr los objetivos de la investigación.

Dentro los métodos utilizados en esta investigación están la encuesta que consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias y fue aplicado a través de entrevistas y cuestionarios a gerentes de restaurantes, administradores de supermercados, dueños de abarroterías y consumidores directos, en los lugares de Marcovia, Choluteca, San Lorenzo y Tegucigalpa.

IV.1.2.3.- Validación del instrumento

Para validar el instrumento de investigación se realizó una prueba piloto que tuvo como propósito, a demás de determinar el nivel de confiabilidad del instrumento de investigación, validar la claridad, la lógica y la apariencia del mismo, aplicándolo en Choluteca en 5 abarroterías, 3 supermercados y 5 restaurantes.

IV.1.3.- DISEÑO DE LA MUESTRA

IV.1.3.1.- Delimitación de la población

Tabla N. 13- La población a investigar se clasifica de la siguiente manera:

Lugar	Restaurantes	Supermercados	Abarroterías
Marcovia	12	--	2
Choloteca	39	4	24
San Lorenzo	11	2	4
Tegucigalpa	351	40	1294
Total	413	45	1,324

Fuente: Alcaldía Municipal de Marcovia, Choloteca, Valle y Tegucigalpa.

Tabla N. 14- Cantidad de consumidores finales entrevistados

Lugar	Cantidad de personas
Marcovia	56
Choloteca	117
San Lorenzo	43
Tegucigalpa	169
Total	385

Fuente Investigadores del POSCAE- UNAH.

IV.1.3.2.- Método de Muestreo

Para elegir la parte representativa de la población se seleccionó la muestra probabilística que es el subconjunto donde todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos, donde se determina el tamaño de la muestra y se selecciona sus elementos siempre de manera aleatoria o al azar.

IV.1.3.3.- Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra de la población de restaurantes en Choluteca y Tegucigalpa se desarrolló la siguiente fórmula¹³.

$$n = \frac{n}{1 + n / N}$$

n= tamaño de la muestra

N= población

Y= valor promedio de una variable

V= la varianza de la población al cuadrado

Se²= la varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia de Y

¹³ Reyes Núñez Horacio, Estadística Aplicada, Tercera Edición.

Restaurantes de Tegucigalpa

P= porcentaje estimado de la muestra

N=413

Y=1

Se=0.06

P=0.50

$$S^2 = p(1-p) = 0.50(1-0.50) = 0.25$$

$$V^2 = (0.06)^2 = 0.0036$$

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{0.25}{0.0036} = 69$$

$$n' = \frac{n'}{1 + (n'/N)} = \frac{69}{1 + (69/413)} = \frac{69}{1.167070218} = 59 \text{ encuestas}$$

Restaurantes de Choluteca

N=39

Y=1

Se=0.06

P=0.50

$$S^2 = p(1-p) = 0.50(1-0.50) = 0.25$$

$$V^2 = (0.06)^2 = 0.0036$$

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{0.25}{0.0036} = 69$$

$$n' = \frac{n'}{1 + (n'/N)} = \frac{69}{1 + (69/39)} = 20 \text{ encuestas}$$

$$1 + (n'/N) = 1 + (69/30)$$

Supermercados de Tegucigalpa

$$N=40$$

$$Y=1$$

$$Se=0.06$$

$$P=0.50$$

$$S^2=p(1-0.50) = 0.50(1-0.50) = 0.25$$

$$V^2= (0.06)^2=0.0036$$

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{0.25}{0.0036} = 69$$

$$n' = \frac{n'}{1 + (n'/N)} = \frac{69}{1 + (69/40)} = \frac{69}{2.725} = 25 \text{ encuestas}$$

Abarroterías de Tegucigalpa

$$N=1324$$

$$Y=1$$

$$Se=0.06$$

$$P=0.50$$

$$S^2=p(1-0.50) = 0.50(1-0.50) = 0.25$$

$$V^2= (0.06)^2=0.0036$$

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{0.25}{0.0036} = 69$$

$$n' = \frac{n'}{1 + (n'/N)} = \frac{69}{1 + (69/1324)} = \frac{69}{1.052114804} = 66 \text{ encuestas}$$

Para el universo de los supermercados y abarroterías de la ciudad de Cholulca y San Lorenzo, se utilizó un censo que corresponde al total del universo identificado.

Intención de Compra

$$n = \frac{Q^2 Z^2}{e^2}$$

n= tamaño de la muestra

Q² = desviación estándar que puede calcular en referencia a otros estudios o sobre la base de una prueba piloto

Z² = el nivel de confianza deseado

e² = nivel de error máximo permitido

1, 545,828

1, 545,828/5(Miembros de Familias)= 309,166 Familias

N= 309,166

Q²=3

Z²= 1.96

e²=0.3²

$$n = \frac{3^2(1.96)^2}{0.3^2} = 384.16 \text{ encuestas}$$

Esta muestra se utilizó para identificar la intención de compra de chorizo de pescado y camarón a personas que visitan los supermercados, abarroterías y pulperías de los lugares del mercado meta.

IV.1.4.- RECOPIACION DE DATOS

Para la recopilación de la información de esta investigación se aplicó una encuesta como instrumento de medición a los gerentes de restaurantes, administradores de supermercados y propietarios de abarroterías detallados a continuación:

Tabla N. 15- RESTAURANTES DE TEGUCIGALPA

No	RESTAURANTES	DIRECCIÓN
1	Gino's	Colonia Palmira
2	Palacio Real	Colonia Tepeyac
3	Mei Mei (2)	Barrio La Granja
4	Mex taco (3)	Centro Comercial centenario
5	Casa María (2)	Colonia Castaño
6	Cevicheria El puerto	Colonia Palmira
7	TGI Friday's (4)	Mall Multiplaza
8	Aguilar Dolores	Centro
9	Presidente	Ronda
10	Barrientos Marta L	Santa Fe
11	Barrientos Pathiel L	Kennedy
12	Bonilla Glenda X	Pedregalito
13	Burgos Ela G	Tepeyac
14	Tony's Mar	Tepeyac
15	Alameda Churrasquería	Alameda
16	Brew Máster	Jardines de Loarque
17	Criollos	Tepeyac
18	Criollos Juan Pablo	Tepeyac
19	El azador	Selecta
20	El Corral	Tepeyac
21	El Fogón	Monte Carlo
22	El Novio	Alameda
23	El Patio	Pueblo Nuevo
24	El pollito Dorado	Barrio Abajo
25	La Hacienda	Boulevard Morazán

26	La Mancha	Florencia Sur
27	La Zavila	Guanacaste
28	Alondra	Col. Palmira

29	La Salsa	Col. Palmira
30	El Por cao	Col. Palmira
31	El Charrúa	Col. Palmira
32	La Cumbre	El Hatillo
33	Trefratelli	Boulevard Morazán
34	Plaza Garibaldi	Boulevard Morazán
35	La posada de don Chema	Boulevard Morazán
36	Vinalia Wine café	Boulevard Morazán
37	Taco Loco	Boulevard Morazán
38	El corral	Col. Alameda
39	Azulejos	Hotel Real Intercontinental
40	Casa Mexicana	Boulevard Juan Pablo Segundo
41	Tony Roma´s	Atrás del Mall Multiplaza
42	Cocina Creativa	Centro de Tegucigalpa
43	El Quijote	Barrio La Leona 237/0070
44	Il Padrino	Col. Monte Carlo 2210198
45	Ruby Tuesday	Detrás de Mall Multiplaza
46	Palacio Real	Col. Tepeyac 232/5293
47	La Veranda	Col. Palmira 220/5000
48	Portical	Col. Palmira
49	Caporal	Col. Loarque
50	Charlotte´s	Col. Palmira
51	Mei Mei	Barrio La Granja
52	Mex taco	Centro Comercial centenario
53	Mex taco	Centro Comercial centenario
54	Casa María	Colonia Castaño
55	Los Nopalitos	Centro Comercial Los Castaños
56	TGI Friday´s	Mall Multiplaza
57	TGI Friday´s	Mall Multiplaza
58	TGI Friday´s	Mall Multiplaza

Fuente: Alcaldía Municipal de Tegucigalpa y Directorio Telefónico

Tabla N. 16- ABARROTERÍAS DE TEGUCIGALPA

NO.	ABARROTERÍAS	DIRECCIÓN
1	Canales Flores	Mcd. Zona Belén
2	Motiño	Mcd. Zona Belén
3	Rehogo	Mcd. Zona Belén
4	Leo	Mcd. Zona Belén
5	Mejía	Mcd. Zona Belén
6	San Jorge	Mcd. Zona Belén
7	Idilio Corrales	Mcd. San Isidro
8	Central Concepción	Mcd. San Isidro
9	Centroamericana	Mcd. Zona Belén
10	Familiar	Mcd. Zona Belén
11	Christopher	Comayagüela
12	Alimentos y mas	Col. Kennedy
13	Las Pampas	Mcd. San Isidro
14	El Novillo	Mcd. San Isidro
15	Colon	Mcd. San Isidro
16	Los Olivos	Mcd. San Isidro
17	Rosi	Mcd. San Isidro
18	La Única	Mcd. San Isidro
19	San Juancito	Mcd. San Isidro
20	Los Hermanos	Mcd. San Isidro
21	Mini Mercado	Mcd. San Isidro
22	Juanelo's	Mcd. San Isidro
23	Soriano	Mcd. Mama Chepa
24	Oriental	Mcd. Mama Chepa
25	Claudia Córdova	Mcd. Mama Chepa
26	Nohemí	Mcd. Mama Chepa
27	Arenin	Mcd. Mama Chepa
28	Canadá	Mcd. Mama Chepa
29	Vilma	Mcd. Mama Chepa
30	Ordoñez	Mcd. La Laguna
31	La sureña	El Mayoreo
32	Alimentos y derivados	Col. Villa Adela
33	Gloria Alvarado	Mcd. Zona Belén
34	Manuel Amaya	Mcd. Zona Belén

35	Santos Ardon	Mcd. Zona Belén
36	Pedro Castillo	Mcd. San Isidro
37	Suyapa Hernández	Mcd. Plaza Colon
38	Aminta Lobo	Mcd. San Isidro
39	Juan Martínez	Mcd. Colon
40	María del Carmen Ramírez	Mcd. Álvarez
41	Ramón Villalobos	Mcd. América
42	Lázaro Rodas	Comayagüela
43	Quan Elli	La Granja
44	Guillermina Benítez	El centro
45	Ángel Venegas	Mcd. Álvarez
46	San Jorge	Mcd. Zona Belén
47	Sara Fuentes	Mcd. Zona Belén
48	Isidoro Sánchez	Mcd. Zona Belén
49	Isauro	Altos Mira montes
50	Josefa López	Mcd. Zona Belén
51	Centroamericana	Mcd. Zona Belén
52	Paula Ávila	Mcd. Zona Belén
53	Roberto Bahiza	Mcd. Zona Belén
54	Leo	Mcd. Zona Belén
55	La Norteña	Mcd. Zona Belén
56	Santa Martha	Mcd. Zona Belén
57	Rosales Chivera	Mcd. Zona Belén
58	María Flores	Hato de En medio
59	David Guardado	Mcd. Zona Belén
60	Juana Herrera	Comayagüela
61	Astul	Mcd. Zona Belén
62	Omar Sandoval	Mcd. San Isidro
63	Santos Posadas	Centroamérica Oeste
64	Arnulfo Núñez	Mcd. Zona Belén
65	Jorge Cadillo	Mcd. Zona Belén
66	Ranieri	Mcd. Zona Belén

Fuente: Alcaldía Municipal de Choluteca y Directorio Telefónico

Tabla N. 17- SUPERMERCADOS DE TEGUCIGALPA

NO.	SUPERMERCADOS	DIRECCIÓN
1	DELIKATESSEN	Bo. La Guadalupe
2	El Castaño	Kennedy
3	La Colonia	Linda Norte
4	La Popular	Morazán, 201
5	Mas x Menos	Palmira
6	Mirna	Pedregal
7	Molí	Centro Comercial
8	Paiz	Brassavola Kennedy
9	Plaza	Kennedy
10	Popular	Satélite
11	Yip	Col. El Prado
12	Karnessa	Comayagüela
13	Cantón	Bo. Abajo

Fuente: Alcaldía Municipal de Tegucigalpa y Directorio Telefónico

No	RESTAURANTES	DIRECCION
----	--------------	-----------

UDI-DEGT-UNAH

Tabla N. 18- RESTAURANTES DE CHOLUTECA

1	Acuarium	Bo. El Centro
2	El Cospe	Bo. Iztoca
3	Carolina	Bo. El Hospital
4	Emmanuel	Bo. El Hospital
5	Bonanza	Plaza del Sur
6	El Torito	Bo. La Esperanza
7	Fusiones Gourmet	Bo. Los Mangos
8	Tío Rico	Bo. El Centro
9	Agarci	Bo. El Centro
10	Manjares del Sur	Bo. Guadalupe
11	El Conquistador	Bo. La Cruz
12	Margarita	Salida a San Marcos
13	La Parrillada	Bo. Suyapa
14	El Maná	Bo. Suyapa
15	Gualiqueme	Bo. Iztoca
16	Los Portales	Bo. Los Mangos
17	Casa Real	Bo. Brisas del Sur
18	Paradise	Bo. El Estruendo
19	Camino Real	Bo. Brisas del Sur
20	Tropical Beer	Bo. Providencia

Fuente: Alcaldía Municipal de Choluteca y Directorio Telefónico

Tabla N. 19- ABARROTERÍAS DE CHOLUTECA

NO.	ABARROTERÍAS	DIRECCIÓN
1	Quesitos y mas	Bo. Libertad
2	Yugulare	Bo. Libertad
3	Andino	Bo. Libertad
4	Diecia Hernández	Bo. Libertad
5	Francisco	Bo. Libertad
6	Kelin	Bo. Libertad
7	Daniela	Bo. Libertad
8	Zambrano	Bo. Libertad
9	Álvarez	Bo. Libertad
10	Dos Hermanos	Bo. Libertad
11	San Carlos	Bo. Libertad
12	Sampile	Bo. Libertad
13	Chony	Bo. Libertad
14	Lácteos Darbeth	Bo. Libertad
15	José	Bo. Libertad
16	Su Confianza N. 2	Bo. Libertad
17	Marvin	Bo. Libertad
18	Berrios	Bo. Libertad
19	Maldonado	Bo. Libertad
20	Dayana	Bo. El Estruendo
21	Ortiz	Bo. El Estruendo
22	Ariel	Bo. El Estruendo
23	Daysi	Bo. El Estruendo
24	Bonilla	Bo. El Estruendo

Fuente: Alcaldía Municipal de Choluteca y Directorio Telefónico

Tabla N. 20- SUPERMERCADOS DE CHOLUTECA Y SAN LORENZO

No.	SUPERMERCADOS	DIRECCIÓN
CHOLUTECA		
1	Maxi Bodega	Bo. Los Fuertes
2	La Colonia	Bo. Los Fuertes
3	San Carlos	Bo. El Centro
4	Despensa Familiar	Bo. El Centro
SAN LORENZO		
1	Despensa Familiar	Bo. El Centro

Fuente: Alcaldía Municipal de Choluteca y San Lorenzo y Directorio Telefónico

Tabla N. 21- RESTAURANTES DE MARCOVIA

No.	RESTAURANTES	DIRECCIÓN
1	El Tiburón	Cedeño
2	La Galera	Cedeño
3	Rancho Pasita	Cedeño
4	Blanca	Cedeño
5	Maritza	Cedeño
6	Rosa	Cedeño
7	Las Hamaquitas	Pueblo Nuevo
8	Luz	Guapinol
9	Martha	Punta Ratón
10	Jorge Montufar	Punta Ratón
11	La Esperanza	Monjarás
12	La Pupuseria	Monjarás

Fuente: Alcaldía Municipal de Marcovia

Tabla N. 22- ABARROTERÍAS DE MARCOVIA Y SAN LORENZO

No.	ABARROTERÍAS	DIRECCIÓN
1	Cindy	Monjarás
2	La Comercial	Monjarás
SAN LORENZO		
1	D' El mar	San Lorenzo
2	Bonilla	San Lorenzo
3	La Sirena	San Lorenzo
4	Despensa Popular	San Lorenzo

Fuente: Alcaldía Municipal de Marcovia y San Lorenzo y Directorio Telefónico

Tabla N. 23- RESTAURANTES DE SAN LORENZO

No.	RESTAURANTES	DIRECCION
1	Mar de Plata	San Lorenzo
2	Maravilla No.1	San Lorenzo
3	Copa Dorada	San Lorenzo
4	Bahía Azul	San Lorenzo
5	Miramar	San Lorenzo
6	Bolillo	San Lorenzo
7	La Cabañita	San Lorenzo
8	Changarro	San Lorenzo
9	Perla del Golfo	San Lorenzo
10	Manglares	San Lorenzo
11	Mariscos Celso	San Lorenzo

Fuente: Alcaldía Municipal de San Lorenzo y Directorio Telefónico

IV.1.5.- ANÁLISIS DE DATOS

IV.1.5.1.- Análisis de Encuestas aplicadas a Restaurantes

Tabla N. 24- ¿Le gustaría incluir en el menú chorizo de pescado y camarón?

Aceptación del producto	Restaurantes					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
Si	12	17	11	54	94	92%
No	0	3	0	5	8	8%
Total	12	20	11	59	102	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009

Como se observa en el cuadro anterior, del total de restaurantes encuestados (102), se determinó que únicamente el 8% no le gustaría incluir en el menú que ofrecen a los clientes el chorizo de pescado y camarón, en cambio el 92% contestó que sí.

Tabla N. 25- ¿Cada cuánto demandaría chorizo de pescado y camarón en su restaurante a futuro?

Frecuencia demandada de chorizo de pescado y camarón	Restaurantes					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
Diario	0	0	0	0	0	0%
Semanal	0	3	4	4	11	12%
Quincenal	0	4	5	6	15	16%
Mensual	12	10	2	44	68	72%
Total	12	17	11	54	94	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009.

La información de la tabla anterior refleja la frecuencia de intención de demandadas los restaurantes del producto antes mencionado, el 12% semanal, el 16% quincenal, y el 72% que lo obtendrá mensualmente.

Tabla N. 26- ¿Qué cantidad de chorizo de pescado demandaría a futuro usted?

demanda de chorizo de pescado	Restaurantes					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
10-20 lbs	12	17	11	54	94	100%
20-30 lbs	0	0	0	0	0	0
30-40 lbs	0	0	0	0	0	0
40-50 lbs	0	0	0	0	0	0
50 y mas lbs	0	0	0	0	0	0
Total	12	17	11	54	94	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009.

Según datos representados en relación a la cantidad de chorizo de pescado, que los restaurantes demandarían a futuro, se observa que la totalidad estaría demandando en promedio 15 libras por restaurantes mensualmente.

Tabla N. 27- ¿Qué cantidad de chorizo de camarón demandaría a futuro usted?

Demanda de chorizo de camarón	Restaurantes					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
10-20 lbs	12	17	11	54	94	100%
20-30 lbs	0	0	0	0	0	0
30-40 lbs	0	0	0	0	0	0
40-50 lbs	0	0	0	0	0	0
50 y mas lbs	0	0	0	0	0	0
Total	12	17	11	54	94	100%

Fuente Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009.

La totalidad de los restaurantes encuestados requeriría del proyecto entre 10-20 lbs. de chorizo de camarón mensualmente, como demanda a futuro.

IV.1.5.2.- Análisis de Encuesta aplicada a Supermercados

Tabla N. 28- ¿Distribuye Embutidos?

Distribuye Embutidos	Supermercados					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
Si	0	4	2	25	31	100%
No	0	0	0	0	0	0%
Total	0	4	2	25	31	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009.

El 100% de la población constituida por supermercados manifiesta que sus establecimientos comerciales distribuyen embutidos, lo cual indica que la brecha de introducción al mercado, del producto chorizo de pescado y camarón, está abierta y solo se trata de propiciar una buena inducción, dado que la dieta alimenticia de los hondureños no es muy amplia, pero en la cultura alimenticia si hay espacio para el consumo de este tipo de productos.

TABLA N. 29 - ¿Qué tipo de embutidos distribuye?

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009.

Tipo de Embutidos	Supermercados					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
Res	0	0	0	0	0	0
Cerdo	0	4	2	13	31	100%
Pollo	0	4	2	13	31	100%
Pescado	0	0	0	0	0	0
Camarón	0	0	0	0	0	0
Total	0	4	2	13	31	100%

Según los resultados de la investigación el 100% de la muestra distribuye embutidos de cerdo y de pollo que es lo que la oferta lleva al mercado y por tanto la

demanda esta adecuándose a aquella, además de que este tipo de productos ha sido habitual en la dieta alimenticia de los hondureños.

Tabla N. 30- De conformarse una empresa de la zona sur que elabore productos de embutidos de pescado y camarón, ¿apoyaría usted a distribuir estos productos una vez introducido al mercado?

Apoyaría el proyecto	Supermercados					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
Si	0	4	2	23	29	94%
No	0	0	0	2	2	6%
Total	0	4	2	25	31	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009

De los supermercados encuestados el 94% respondieron afirmativamente que están dispuestos a apoyar este proyecto, y el 6% restante manifiesta que no porque no los conocen.

Tabla N. 31- Respecto a la presentación ¿Cómo le gustaría ofrecer los productos de embutido de chorizo de pescado y camarón?

Presentación del producto	Supermercados					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
Bandeja	0	4	2	23	29	100%
Bolsa	0	0	0	0	0	0
Total	0	4	2	23	29	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009.

Los resultados de la investigación muestran que el 100% de la población, tienen preferencia por la presentación en bandeja ya que según ellos ésta garantiza la calidad y la frescura del producto.

Tabla N. 32- ¿Qué cantidades de chorizo de pescado estima que podría adquirir a los proveedores?

Cantidades de chorizo pescado demandadas	Supermercados					Porcentaje
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	
10-20 lbs	0	4	2	23	29	100%
20-30 lbs	0	0	0	0	0	0
30-40 lbs	0	0	0	0	0	0
40-50 lbs	0	0	0	0	0	0
50 y mas lbs	0	0	0	0	0	0
Total	0	4	2	23	29	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009.

Con base en la información suministrada en la tabla anterior y los resultados que en ella se observan, la mayor demanda de chorizo de pescado oscila entre 10 y 20 libras, en principio como intención de compra para los distribuidores.

Tabla N. 33- ¿Qué cantidades de chorizo de camarón estima que podría adquirir a los proveedores?

Cantidades de chorizo de camarón demandadas	Supermercados					Porcentaje
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	
10-20 lbs	0	4	2	3	9	31%
20-30 lbs	0	0	0	20	20	69%
30-40 lbs	0	0	0	0	0	0
40-50 lbs	0	0	0	0	0	0
50 y mas lbs	0	0	0	0	0	0
Total	0	0	0	23	29	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 18-06-2009.

Por su parte, desde la óptica de los centros de distribución hacia los consumidores, la intencionalidad de la demanda inicial de chorizo de camarón se sitúa entre 10 y 30 libras mensualmente.

Tabla N. 34- El periodo de solicitud de su pedido a los proveedores sería:

Frecuencia del pedido	Supermercados					
	Marcovia	Cholulteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
Semanal	0	1	2	0	3	10%
Quincenal	0	0	0	0	0	0
Mensual	0	3	0	23	26	90%
Bimestral	0	0	0	0	0	0
Total	0	4	2	23	29	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 23-06-2009

En la tabla anterior se refleja que la frecuencia de pedido de chorizo de pescado y camarón se hará en un 10% de manera semanal, en un 90% mensual.

IV.1.5.3.- Análisis de Encuesta aplicada a Abarroterías

Tabla N. 35- ¿Distribuye Embutidos?

Distribuye Embutidos	Abarroterías					
	Marcovia	Cholulteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
Si	2	24	3	62	91	95%
No	0	0	1	4	5	5%
Total	2	24	4	66	96	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 23-06-2009.

Según los resultados obtenidos el 95% de las abarroterías en los cuatro municipios focalizados aseguran que son distribuidores de embutidos y que están en la

disposición de colaborar con introducir al mercado el chorizo de pescado y camarón.

El 5% restante de las abarroterías encuestadas no distribuyen embutidos.

Tabla N. 36. ¿Qué tipo de embutidos distribuye?

Tipo de Embutidos	Abarroterías					Porcentaje
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	
Res	0	5	1	31	37	20%
Cerdo	2	19	2	45	68	38%
Pollo	2	21	3	50	76	42%
Pescado	0	0	0	0	0	0%
Camarón	0	0	0	0	0	0%
Total	4	45	6	126	181	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 23-06-2009.

Esta tabla refleja que las abarroterías venden de acuerdo a los aspectos de calidad, accesibilidad del producto, gustos y preferencias de los consumidores finales distribuyen embutidos de pollo señalando un 42%, el 38% distribuyen embutidos de cerdo y un 20% distribuyen embutidos de res; de acuerdo a la encuesta realizada a los consumidores prefieren en primer lugar los embutidos de pollo, segundo compran embutidos de cerdo y en menor cantidad consumen embutidos de res.

Tabla N. 37.- De conformarse una empresa de la zona sur que elabore productos de Embutidos de pescado y camarón, ¿le gustaría distribuir estos productos en su negocio?

Apoyo al proyecto	Abarroterías					Porcentaje
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	
Si	2	23	3	62	90	99%
No	0	1	0	0	1	1%
Total	2	24	3	62	91	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 23-06-2009.

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta aplicada a las diferentes abarroterías en los lugares de Marcovia, Choluteca, San Lorenzo y Tegucigalpa, se observa que el 99% apoyan la introducción de chorizos de pescado y camarón al mercado y les gustaría distribuirlo en sus negocios. Solamente el 1% no le gustaría distribuirlo en su abarrotería.

Tabla N. 38.- Respecto a la presentación ¿Cómo le gustaría ofrecer los productos de embutido de chorizo de pescado y camarón?

Presentación del producto	Abarroterías					Porcentaje
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	
Bandeja	2	20	3	54	79	88%
Bolsa	0	3	0	8	11	12%
Total	2	23	3	62	90	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 23-06-2009.

Los datos proporcionados en relación a la presentación del producto, se analiza que las 79 abarroterías equivalente al 88% del total, aseguran que les gustaría ofrecer chorizos de pescado y camarón en bandejas para una mejor presentación del producto.

Por el contrario, 11 abarroterías que representan el 12% del total estarían dispuestas a vender el producto en bolsas.

Tabla N. 39.- ¿Qué cantidades de chorizo de pescado estima que podría adquirir a los proveedores?

Cantidades de chorizo de pescado demandadas	Abarroterías					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
10-20 lbs.	2	23	3	62	90	100%
20-30 lbs.	0	0	0	0	0	0
30-40 lbs.	0	0	0	0	0	0
50-40 lbs.	0	0	0	0	0	0
50 y más lbs.	0	0	0	0	0	0
Total	2	23	3	62	90	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 23-06-2009.

En relación a la demanda de chorizos de pescado, el 100% de las abarroterías encuestadas de los lugares de Marcovia, Choluteca, San Lorenzo y Tegucigalpa respondieron que les gustaría adquirir el producto para comenzar de 10 a 20 libras y así ver la aceptación del producto al consumidor final.

Tabla N. 40.- ¿Qué cantidades de chorizo de camarón estima que podría adquirir a los proveedores?

Cantidades de chorizo de camarón demandadas	Abarroterías					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
10-20 lbs.	2	23	3	62	90	100%
20-30 lbs.	0	0	0	0	0	0
30-40 lbs.	0	0	0	0	0	0
50-40 lbs.	0	0	0	0	0	0
50 y mas lbs.	0	0	0	0	0	0
Total	2	23	3	62	90	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 23-06-2009

En cuanto a la demanda de chorizo de camarón las abarroterías encuestadas expresaron que prefieren de 10 a 20 libras para probar el producto y ofrecerlo al consumidor, de esta forma lo adquirirán de acuerdo a la demanda de los consumidores, referentemente afirmaron en la encuesta realizada a ellos la frecuencia de consumo lo hacen semanalmente.

Tabla N. 41.- El periodo de solicitud de su pedido a los proveedores sería:

Frecuencia del pedido	Abarroterías					
	Marcovia	Choluteca	San Lorenzo	Tegucigalpa	Total	Porcentaje
Semanal	0	21	1	29	51	57%
Quincenal	1	1	0	8	10	11%
Mensual	1	1	2	25	29	32%
Bimestral	0	0	0	0	0	0%
Total	2	23	3	62	90	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 23-06-2009.

De acuerdo a los datos obtenidos el 57% de las abarroterías encuestadas sobre el producto chorizos de pescado y camarón prefieren hacer la solicitud de su pedido semanalmente esto dependiendo del consumo del producto, a la vez un 32% señalaron que lo harían mensualmente y un 11% quincenalmente.

IV.1.5.4.- Análisis de Encuesta de Intención de Compra

A.- Análisis de las Variables

Respecto de la dedicación de los potenciales demandantes del producto, los resultados a analizar son los siguientes:

Tabla N. 42.- ¿A qué se dedica?

	Ocupación				
	Ama de casa	Estudiante	Profesional	Comerciante	Total
	48	0	272	65	385
Porcentaje	12%	0	71%	17%	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 04-08-2009

Según los resultados de la investigación, la mayor cantidad de encuestados reflejados en un 71% son profesionales; el 17% realizan actividades relacionadas con el comercio para su diario vivir, mientras que el 12% son amas de casa.

Dada las características distintivas del producto y los costos que involucran su producción, estamos convencidos de que su consumo estará relacionado directamente con el ingreso de los hogares, de ahí que será imprescindible establecer un perfil de los ingresos por estratos. Estos son los resultados obtenidos:

Tabla N. 43.- ¿Cuál es el ingreso mensual de su familia?

	Ingreso Familiar				Total
	< 10,000 Lps.	10,001- 12,000 Lps.	12,001- 15,000 Lps.	> 15,000 Lps.	
	22	50	98	215	385
Porcentaje	6%	13%	25%	56%	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 04-08-2009.

La encuesta refleja que el 56% de las familias reúnen un ingreso mayor de 15,000 Lempiras, el 25% obtienen un ingreso familiar entre 12,001 a 15,000 Lempiras, por lo que están en capacidad de consumo de la canasta familiar, el 13% adquiere un ingresos entre 10,001 y 12000 lempiras mensualmente, y el 6% apenas obtiene un ingreso menor que 10,000 Lempiras.

Tabla N. 44.- ¿Qué tipo de embutidos consume?

	Tipo de embutidos a consumir		
	Res	Pollo	cerdo
	79	185	362
Porcentaje	21%	48%	94%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 04-08-2009.

Del total de los encuestados (385), afirman que consumen chorizo de res, pollo y cerdo en diferentes ocasiones y porque algunos en su familia les gusta de cerdo, a otros, chorizo de pollo y a los demás de res, entonces tiende a comprar un poco de todo.

El 94% mencionan que consumen chorizo de cerdo, un 48% consume chorizo de pollo, los embutidos que consumen en menor cantidad son los de res representando un 21% de los encuestados.

Tabla N. 45.- ¿Cuánto dinero invierte para el consumo de embutidos de carne roja y de pollo mensualmente?

Inversión en Compra de Embutidos				
	100-150 Lps.	150-200 Lps.	200-250 Lps.	Total
	87	39	259	385
Porcentaje	23%	10%	67%	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 04-08-2009.

Los datos que se encuentran registrados en la tabla siguiente sobre el gasto de consumo de embutidos, refleja que el 67% invierten entre 200 y 250 Lempiras; el 23% entre 100 y 150 Lempiras; y solamente el 10% restante de los que consumen chorizos tradicionales gastan entre 150 y 200 Lempiras.

A fin de detectar las intenciones de consumo del producto propuesto por el proyecto una vez que este haya sido introducido al mercado, por lo cual la pregunta siguiente se encuentran los siguientes resultado, que dan una pista respecto de la aceptación que podría tener los potenciales consumidores.

Tabla N. 46 ¿Le gustaría consumirlos?

	¿Le gustaría consumir chorizo de pescado y camarón?		
	Si	No	Total
	360	25	385
Porcentaje	94%	6%	100%

Fuente: Elaborado en base a encuestas, aplicada por investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 04-08-2009.

En relación a la intención de compra por parte de los consumidores, el 94% respondieron afirmativamente que les gustaría consumir embutidos de pescado y camarón, puesto que éste producto encaja dentro de la cultura e inclinaciones de consumo de la población de la zona.

El 6% restante no lo gustaría consumir dicho producto porque no les agradan los mariscos.

La población encuestada afirmó que el chorizo de pescado y camarón formará parte de su dieta alimenticia porque es un producto nutritivo y de calidad.

IV.1.6.- DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

IV.1.6.1.- Definición del Producto

Embutido de camarón y pescado, elaborado mediante procedimientos que permiten apreciar las características físicas y órgano sensoriales originales de las materias primas. Almacenado y distribuido congelado para ser consumido cocinado por el público.

Preparado utilizando camarón de la especie *Litopenaeus vanamei* y pescado proveniente de aguas oceánicas pescado en alta mar, sometiendo las materias primas a pruebas microbiológicas para garantizar la calidad del embutido. Este producto es almacenado y distribuido congelado para ser consumido cocinado por todo público.

IV.1.6.2.- Presentación del Producto

IV.1.6.2.1.- Nombre del Producto

- Chorizo de pescado de Marcovia
- Chorizo de camarón de Marcovia

IV.1.6.2.2.- Tamaño del Producto

- Chorizo de camarón en bandejas de una libra
- Chorizo de pescado en bandejas de una libra

IV.1.6.2.3.- Empaque

La presentación que debe tener el producto para llegar al consumidor es muy importante y de ello depende muchas veces que el cliente opte por una u otra marca, por ende este producto se ofrecerá al consumidor final en bandejas de form, con una capacidad de una

libra con un contenido neto de 11 a 12 chorizos, la etiqueta ira adherida en la parte inferior izquierda, a fin de que este tenga mejor apreciación el empaque secundario

que será el que se utilizara para su distribución es cajas con una capacidad de 25 libras (Bandejas).

IV.1.6.2.4.- Marca

Empresa Mariscos y Pescadores de Marcovia S. de R. L. de C. V.

IV.1.6.2.5.- Lema

Productos completos en calcio, fosforo y proteína

IV.1.6.2.6.- Etiqueta

Empresa Mariscos y Pescadores de Marcovia, S. de R. L. de C. V.

CHORIZO DE PESCADO

Cedeño

Lote:

Fecha de vencimiento: debe ser consumido antes de:

No. Sanitario,

Código de Barra;



Mantener el producto en refrigeración

Empresa Mariscos y Pescadores de Marcovia, S. de R. L. de C. V.

CHORIZO DE CAMARÓN

Cedeño

Lote:

Fecha de vencimiento: debe ser consumido antes de:

No. Sanitario,

Código de Barra;



Mantener el producto en refrigeración

IV.1.6.3.- Características Físicas del Producto

IV.1.6.3.1.- Forma

- Chorizo de pescado y camarón en forma cilíndrica de un tamaño de 3 pulgadas.

IV.1.6.3.2.- Sabor

- El chorizo de pescado sabor a carne de pescado picosa.
- El chorizo de camarón sabor a carne de camarón picosa.

IV.1.6.3.3.- Color

- Los embutidos de chorizo de pescado y camarón tienen color rosado característico de los embutidos

IV.1.6.3.4.- Textura

Consistencia firme y compacta

IV.1.6.3.5.-Valor Nutricional de los Productos

Los embutidos de chorizo de pescados y camarón, son ideales para la alimentación del ser humano por su alto número de vitaminas, minerales y proteínas, un buen grado de digestibilidad y una gran aceptabilidad de sabor, aroma y apariencia del embutido, que son las características del nuevo producto que se pretende fabricar a gran escala con la instalación de una planta procesadora.

En nutrición, el pescado es un alimento apreciado porque constituye una importante fuente de proteínas de alto valor biológico, de grasas y de vitaminas liposolubles.

El contenido de nitrógeno proteico en el músculo del pescado es del 2-3%. Atendiendo a su composición en aminoácidos se puede decir que es una proteína de alto valor biológico.

Las proteínas del músculo de pescado tienen la misma calidad nutricional que las de la carne y apenas se ven afectadas por los procedimientos de conservación y procesado. Las proteínas se pueden agrupar en: a) hidrosolubles, generalmente de origen sarcoplásmico (20 % del total proteínico) que por su riqueza en enzimas es una fracción importante en los cambios de sabor del pescado por el almacenaje, b) solubles en soluciones salinas (miofibrillas, actina y miosina) que influyen en la textura, c) proteínas insolubles, formadas principalmente por tejido conectivo y paredes musculares (5-10% del total de las proteínas) y d) proteínas pigmentadas (hemoglobina, mioglobina y citocromos).

El camarón tiene alto contenido de proteínas, hierro y niacina, es más bajo en grasa y calorías que la carne de res, el pollo o el cerdo, es una excelente fuente de proteínas de alta calidad de grasas polinsaturadas, así como de vitaminas (tiamina, riboflavina, niacina, B6, B12, y ácido pantoténico) y minerales (calcio, cinc, cobre, flúor y fósforo), que permiten que el cuerpo produzca energía.

Una porción de 3 onzas (84 gramos de peso consumible) contiene solamente 80 calorías, 1 gramo de grasas totales, cero gramos de grasa saturada, cero carbohidratos y 18 gramos de proteínas.

En el pasado se creía que los crustáceos contenían un alto nivel de colesterol, pero, en realidad, el camarón contiene ácidos omega –3 y su índice de colesterol es igual al del pollo sin piel.

Los chorizos de pescado y camarón son un rico manjar que se puede degustar durante todo el año gracias a los procesos de congelación que protegen sus cualidades nutritivas para halagar a los apasionados de los productos del mar, por lo tanto se recomienda consumir pescado y camarón 3 veces a la semana, para que el cuerpo obtenga los beneficios de los nutrientes que contienen.

IV.1.7.- Requisitos de Calidad

IV.1.7.1.- Normas de calidad (ISO 9000)

- Aplicación de sistema de calidad inocuidad de los alimentos.
- Control microbiológico de los productos.
- Utilización de metodologías de análisis social.
- Uso de equipo y material de acuerdo a los requerimientos de calidad necesaria.
- Aplicación de buenas prácticas de manufactura.

IV.1.7.2.- Normas Ambientales (ISO 14000)

Cualquiera actividad empresarial que desee ser sostenible en todas sus esferas de acción tiene que ser consciente que debe asumir de cara al futuro una actitud preventiva, que le permita reconocer la necesidad de integrar la variable ambiental

en sus mecanismos de decisión empresarial.

Esta variable ambiental se relaciona con los siguientes elementos:

- Sistemas de gestión ambiental (14001, especificaciones y directivas para su uso – 14004 directivas generales sobre principios, sistemas y técnicas de apoyo).
- Auditorías ambientales (14010, principios generales – 14011 procedimientos de auditorías, auditorías de sistemas de gestión ambiental – 14012 criterios para certificación de auditores).
- Evaluación del desempeño ambiental (14031 lineamientos - 14032 ejemplos de evaluación de desempeño ambiental).
- Análisis del ciclo de vida (14040 – principios y marco legal – 14041 definición del objetivo y ámbito y análisis del inventario- 14042 evaluación del impacto de vida)^{*23}.
- Etiquetas ambientales (14020 principios generales – 14021 Tipo II – 14024 Tipo I – 14025 Tipo III).

IV.1.7.3.- Normas Sanitarias

- Cumplir las exigencias y recomendaciones de las medidas higiénico sanitarias del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria (SENASA).

IV.1.8.- Características de Materia Prima para la elaboración del producto

IV.1.8.1.- Materia Prima

Compuesta por el pescado y camarón que hasta la fecha es comercializado en su estado natural, a intermediarios.

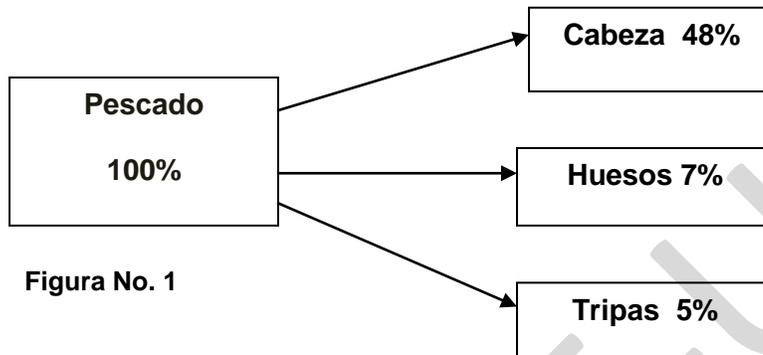


Figura No. 1

Del 100% del pescado se pierde el 60%, se utiliza para procesar el filete, que es el 40%, después de quitar la cabeza, los huesos y las tripas.

Según datos obtenidos por los miembros de la Empresa Mariscos y Pescadores de Marcovia, con la implementación del emulsificador (molino triturador de espinas) se espera perder solamente un 53% que equivale a la cabeza, cola, escamas y tripas, por lo tanto se aprovechará para elaborar el chorizo de pescado un 47% del total de la materia prima.

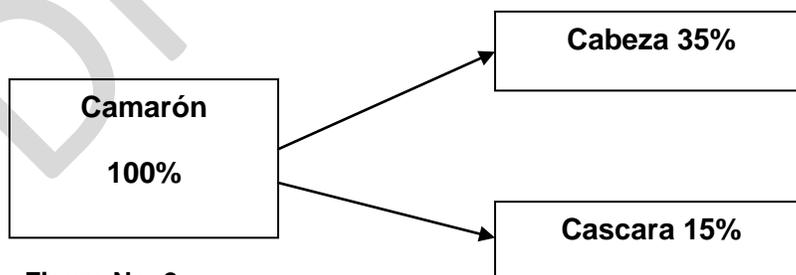


Figura No. 2

Del 100% del camarón se le resta el treinta y 5% que equivale a la pérdida por la

cabeza, quedando el 65% por ciento del camarón incluyendo la cola. Esta cola pierde el 15% que equivale a la concha quedando un 85% de la cola que se va utilizar para procesar solo la carne sin concha y sin cabeza¹⁴.

La materia prima disponible será provista en el caso del pescado por las cooperativas de COPEGOLF, EL JORDAN, COMPEMPALM quienes lo extraen del mar y seleccionan el pescado que será procesado en la pequeña empresa.

Las cooperativas de La Aguadera, Estrellas Limitadas y Concepción, se encargaran de proveer el camarón que se necesita para elaborar el embutido de chorizo de camarón.

La producción de esta materia prima tiene dos temporadas una alta que es donde hay mayor producción identificada en los meses de octubre, noviembre y diciembre y una baja que se da en los demás meses.

Esto garantiza que habrá materia prima todo el año para ofertar chorizo de pescado y camarón el mercado meta.

¹⁴ Pineda Ivania, Tecnóloga en Alimentos IBERMAR, San Lorenzo Valle

V.1.8.2.- Ingredientes para elaborar una libra de chorizo

IV.1.8.2.1.- Ingredientes de chorizo de pescado

INGREDIENTES	CANTIDAD EN GRAMOS
Vinagre	13.60
Glutomato	0.21
Prima curé	1.26
Sal	3.35
Chile Dulce fresco	11.30
Cebolla fresca	18.20
Plus color	0.63
Fosfato	1.88
Orégano	0.63
Cebolla en polvo	1.05
Ajo en polvo	1.05
Pimienta Negra	1.05
Comino molido	2.09
Chile picante	2.93
Soya	27.20
Agua	73.11
Pescado	194.48
Contenido Neto	354 gr.

Fuente: Investigadores del Posgrado Centroamericano en Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 25-08-2009.

IV.1.8.2.2.- Ingredientes de camarón

INGREDIENTES	CANTIDAD EN GRAMOS
Vinagre	13.67
Glutomato	0.26
Prima cure	1.31
Sal	3.42
Consomé de camarón	4.60
Chile dulce fresco	11.30
Cebolla fresca	18.13
Plus color	0.53
Fosfato	1.84
Orégano	0.53
Cebolla en polvo	1.05
Ajo en polvo	1.05
Pimienta Negra	1.05
Comino molido	1.97
Chile picante	3.02
Soya	27.20
Agua	72.51
Camarón	190.56
Total Contenido Neto	354 gr.

Fuente: Investigadores del Posgrado Centroamericano Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 25-08-2009.

IV.1.8.2.3.- Criterios Microbiológicos

En el procesamiento del chorizo de pescado y camarón se tendrá en consideración los criterios microbiológicos con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos, los monitoreos microbiológicos de los productos para consumo humano deberán realizarse por cada lote de producto final.

Criterios Metodológicos:

Coliformes Totales

Coliformes Fecales

Enterobacterias

Escherichia coli

E Coli 0:57:H7

Salmonella sp.

Shigela

Staphilococcus aureus

Los embutidos son productos destinados para el consumo humano, toda la gama que conforman el grupo de embutidos tienen diferentes propiedades nutritivas ya que son ricos en proteínas y energía, además de un sabor muy agradable que es apreciado por todos los consumidores de estos productos.

IV.1.9.- Manejo del Producto

IV.1.9.1.- Almacenamiento

La obtención de la materia prima se hace durante todo el año, pero en algunos meses de menor volumen de producción lo que obliga a almacenar las cantidades suficientes para no detener la producción y mantener los niveles de oferta.

Para este proceso se cuenta con dos cuartos fríos, uno para la materia prima la cual estará a niveles de temperatura bajo cero y el otro para el producto terminado que

estará a 4°C que es la temperatura promedio para que el producto no pierda su valor nutricional mientras sale al mercado.

IV.1.9.2.- Transporte y Distribución

Se considera la compra de una unidad de transporte de uso ligero, con las características necesarias para mantener la inocuidad del producto, el cual será gestionado con ONG, o un préstamo para su compra.

IV.1.9.3.- Usos del Producto

El embutido de chorizo de pescado y camarón es un producto apto para ser integrado en la dieta balanceada como complemento o acompañamiento de desayunos, parrilladas boquitas y cenas.

En la actualidad, el consumo de embutidos es muy dinámico dado que cuenta con un mercado muy amplio constituido por las familias y establecimientos de comidas rápidas las cuales han crecido numéricamente en los últimos años en forma significativa.

IV.1.10.- Comportamiento del Intermediario

Los intermediarios de este producto son los restaurantes, supermercados y las abarroterías que se sienten motivados a obtenerlo porque este reúne las siguientes características: la calidad del producto ya que es procesado con las debidas normas de calidad, presentación la cual es atractiva, y la novedad porque es un producto que va a ser introducido al mercado, el consumidor es motivado porque el producto es

una alternativa para elevar los niveles nutritivos en la dieta alimenticia de sus familias.

IV.1.11.- Los Productos Sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que satisfacen casi las mismas necesidades que cubre un bien determinado, los cuales para el caso de los embutidos de chorizo de pescado y camarón serían los chorizos de cerdo, res, pollo y pavo, al igual que la carne de cerdo, res, pollo, cabro. No obstante, dada las características nutricionales de los productos propuestos, los costos atribuibles al mismo y su condición de novedad en el mercado, tales productos son un referente importante. El chorizo de pescado y camarón no es un producto sustituto de los embutidos tradicionales que se distribuyen en el mercado hondureño, los factores que condicionan su ingreso y aceptación en el mercado no dependen de los precios de aquellos sino de los factores nutricionales y dietéticos e indudablemente de sus costos de producción.

IV.1.12.- Sub Producto

Uno de los sub productos obtenidos del procesamiento del chorizo de pescado y camarón es la harina de pescado que se adquiere de la materia prima que no se utilizará en el proceso (cabeza, tripas, escamas y cola) la que proporciona una fuente concentrada de proteínas de alta calidad y una grasa rica en ácidos grasos omega – 3, DHA de aminoácidos esenciales en una forma altamente digeribles, la salud del animal en general es mejorada especialmente donde existe menos dependencia de

medicación rutinaria. La harina tiene un contenido relativamente alto como el complejo de vitamina B, la vitamina B12 así como A Y D, omega 3 en las dietas que proporciona DHA Y EPA preformados necesarios para el desarrollo del infante y para la prevención de numerosos desordenes del sistema circulatorio, del sistema inmunológico y para reducir las condiciones inflamatorias.

IV.1.13.- ANALISIS DE LA DEMANDA

IV.1.13.1.- Demanda Histórica

IV.1.13.1.1.- Población Histórica de la Aldea de Cedeño, Municipio de Marcovia, Departamento de Choluteca.

Fue fundada en el año de 1917 su nombre anterior era alto del mar, por sus bancos de arena que formaba en la orilla del mar y es muy violento para desembarcar, para poder llegar a Cedeño o Alto del mar, se llegaba a caballo o en carreta porque no había carretera.

La comunidad de Cedeño pertenece al municipio de Marcovia, departamento Choluteca, está ubicada a orillas del Golfo de Fonseca, Océano Pacífico en una zona costera, sobre un terreno plano, tiene seis caseríos: Los Puentes, Los Delgaditos, Colonia Callejas, Familias Unidas, Colonia la Reina, Cedeño Centro, tiene una extensión territorial de 6 Km², con una población total de 1,208 habitantes y 366 viviendas.

Vista panorámica de la playa en la comunidad de Cedeño



Fuente: Investigadores del Posgrado Centroamericano Economía y Planificación del Desarrollo, POSCAE-UNAH. 21-09-2009

IV.1.13.1.2.- Función de la demanda

CD= (yd, valor nutricional, preferencias, precio)¹⁵.

La función de la demanda depende de cuatro factores: el ingreso, el valor nutricional, gustos y preferencias de los consumidores y el precio del bien.

El ingreso incide positivamente en las cantidades demandadas ya que si aumenta el ingreso aumenta la cantidad demandada.

¹⁵ Extraído por Msc. José Luis Martínez, POSCAE- UNAH

El valor nutricional incide positivamente en las cantidades demandadas ya que el producto contiene altos valores nutricionales (proteínas, fósforo, calcio, grasa rica en ácidos grasos omega –3.) y lo más importante previene enfermedades del corazón y la obesidad.

Respecto a los gustos y preferencias dependerán de su dieta alimenticia, de sus degustaciones por los productos derivados del mar.

Por lo que respecta al factor precio, la ley de la demanda establece que su relación con las cantidades demandadas del producto es inversa, dado que cualquier incremento en el nivel del precio provoca una reducción en las cantidades demandadas y toda reducción en el precio conlleva el respectivo incremento a las cantidades demandadas.

IV.1.13.2.- Intención de Consumo

De acuerdo a los resultados de la investigación en los lugares meta: Marcovia, Choluteca, San Lorenzo y Tegucigalpa se determina la siguiente intención de consumo de embutidos de chorizo de pescado y camarón.

Tabla N. 47- Intención de Consumo de Chorizo de Pescado

No.	Ciudad	Restaurantes Lbs.	Supermercados Lbs.	Abarroterías Lbs.	Total Lbs.
1	Marcovia	1,440	240	1,680
2	Choluteca	2,040	480	2,760	5,280
3	San Lorenzo	1,320	240	360	1,920
4	Tegucigalpa	6,480	2,760	7,920	17,160

Fuente. Investigadores POSCAE- UNAH

El procesamiento de embutidos chorizo de pescado se estima en un volumen de producción de acuerdo a la intención de la demanda por el orden de las 72 libras diarias considerando obtener una productividad de 2,170 libras mensuales a fin de obtener de forma anual 26,040 libras.

Tabla N. 48- Intensión de Consumo de Chorizo de Camarón

No.	Ciudad	Restaurantes Lbs.	Supermercados Lbs.	Abarroterías Lbs.	Total Lbs.
1	Marcovia	2,160	360	2,520
2	Choluteca	3,060	720	4,140	7,920
3	San Lorenzo	1,980	360	540	2,880
4	Tegucigalpa	9,720	6,540	11,880	28,140
Total		16,920	7,620	16,920	41,460

Fuente: Investigadores de UNAH-POSCAE

Así mismo se espera producir 115 libras diarias de chorizo de camarón y obtener de esta manera de forma mensual 3,455 libras, lo que se estaría produciendo de forma anual 41,460 libras las cuales serán distribuidos a través de la redes de comercialización que adquieren estos productos, de acuerdo a la intención de la demanda que atienden los socios cooperativistas.

IV.1.13.3.- INTENSIONALIDAD DE LA DEMANDA PROYECTADA

Tabla N. 49- Intensión de demanda de chorizo de pescado y camarón

AÑO	VOLUMEN DE PRODUCCION TOTAL LBS	CAPACIDAD UTILIZADA (%)	DISTRIBUCION PROPORCIONAL		VOLUMEN DE PRODUCCION	
			PESCADO (%)	CAMARON (%)	PESCADO	CAMARON
0						
1	67,500	11.71	38	62	26,040	41,460
2	97,875	17.00	50	50	48,938	48,938
3	141,919	25.00	55	45	78,055	63,864
4	205,782	36.00	60	40	123,469	82,313
5	298,384	52.00	60	40	179,030	119,354

Fuente. Elaboración propia de conformidad por datos provistos del Estudio de Mercado.

Los embutidos de chorizo de pescado y camarón son un producto nuevo, que su aceptación en el mercado dependerá de la encuesta de intención de consumo aplicada en los lugares de Marcovia, Choluteca, San Lorenzo y Tegucigalpa.

Según datos recolectados sobre la intencionalidad de consumo para el primer año se colocarán en el mercado 26,040 libras de chorizo de pescado que equivalen al 38% de la producción y 41,460 libras de chorizo de camarón, reflejadas en un 62%.

De prevalecer esta tendencia de consumo tal como se puede observar en el cuadro anterior la distribución proporcional para el segundo año es del 50% para ambos productos (48,938 libras), con una intencionalidad de demanda anual de 97,876 libras, en el tercer año será de un 55% para el chorizo de pescado (78,055 libras), un 45% para el chorizo de camarón (63,864 libras), con un total de 141,519 libras,

en el cuarto año prevalecerá un 60% para el consumo de chorizo de pescado (123,469 libras), un 40% para el consumo de chorizo de camarón (82,313 libras) con un total de 205,782 libras demandadas, en el quinto año la demanda será de 179,030 para chorizo de pescado que equivale al 60% de la intensidad de demanda y 119,354 libras de chorizo de camarón correspondiente a un 40% de la demanda total de 298,384 libras.

De observarse una tendencia contraria en el consumo de estos productos alimenticios la proporcionalidad se invertirá privilegiando al producto de mayor aceptación.

IV.1.14 .- ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta se tiene en cuenta la competencia nacional, como regional y en este proyecto no se identifica una competencia directa del producto, ya que es nuevo en el mercado nacional, y los únicos oferentes serían los socios de las cooperativas de pescadores y acuicultores artesanales de Marcovia, con una producción anual de 26,040 lbs. Chorizo de pescado y 41,460 lbs. chorizo de camarón para el primer año de operación del proyecto.

IV.1.15.- EL PRECIO

El precio de los productos se determinará de acuerdo a:

- **Factores internos:** como ser los costos de producción y distribución hasta llegar al consumidor final.

- **Factores externos:** Entre ellos los precios de la competencia, condiciones económicas del país y otros.

Tabla N. 50- Precios de venta de los Embutidos de pescado y camarón del Proyecto de los pescadores y acuicultores artesanales de Marcovia

Descripción	Bandejas Lbs.
Pescado	Lps. 58.72
Camarón	Lps. 61.34

Fuente: Investigadores UNAH- POSCAE

IV.1.16.- LOS INSUMOS

La materia prima constituye el insumo básico de la fase de operación o funcionamiento del proyecto, y además, el componente principal de los costos.

Los principales insumos y materia prima para el proceso de transformación del chorizo de pescado y camarón lo constituyen: la carne de pescado y el camarón, ingredientes (vinagre, glutomato, Primacure, sal, chile dulce, cebolla, plus color, fosfato, orégano, cebolla en polvo, ajo en polvo, pimienta negra, comino molido, chile picante, soya, agua, consomé de camarón), tripa de bovino, rollo de poliped, bandeja de form y cajas para el embalaje¹⁶.

IV.1.17.- COMERCIALIZACIÓN

¹⁶ Rosales Posas Ramón, La Formulación y la Evaluación de Proyecto, Primera Edición.

Para fines de este proyecto la comercialización es una combinación de actividades en virtud de la cual los alimentos de origen pecuario y las materias primas llegan al consumidor final en forma conveniente en el momento y lugar oportuno.

Partiendo de esta definición la comercialización de los productos de chorizo de pescado y camarón elaborados por la pequeña empresa de pescadores y acuicultores artesanales, será destinada al mercado local o sea al mismo Municipio de Marcovia, al mercado regional es decir el Municipio de Choluteca, el Municipio de San Lorenzo del Departamento de Valle y Tegucigalpa que se ubica en el distrito central.

IV.1.17.1.- Producto

El producto del chorizo de pescado y camarón del proyecto tendrán un nivel de calidad que cumplirá con los gustos y preferencias de los consumidores lo cual permitirá establecerse con solidez en el mercado meta.

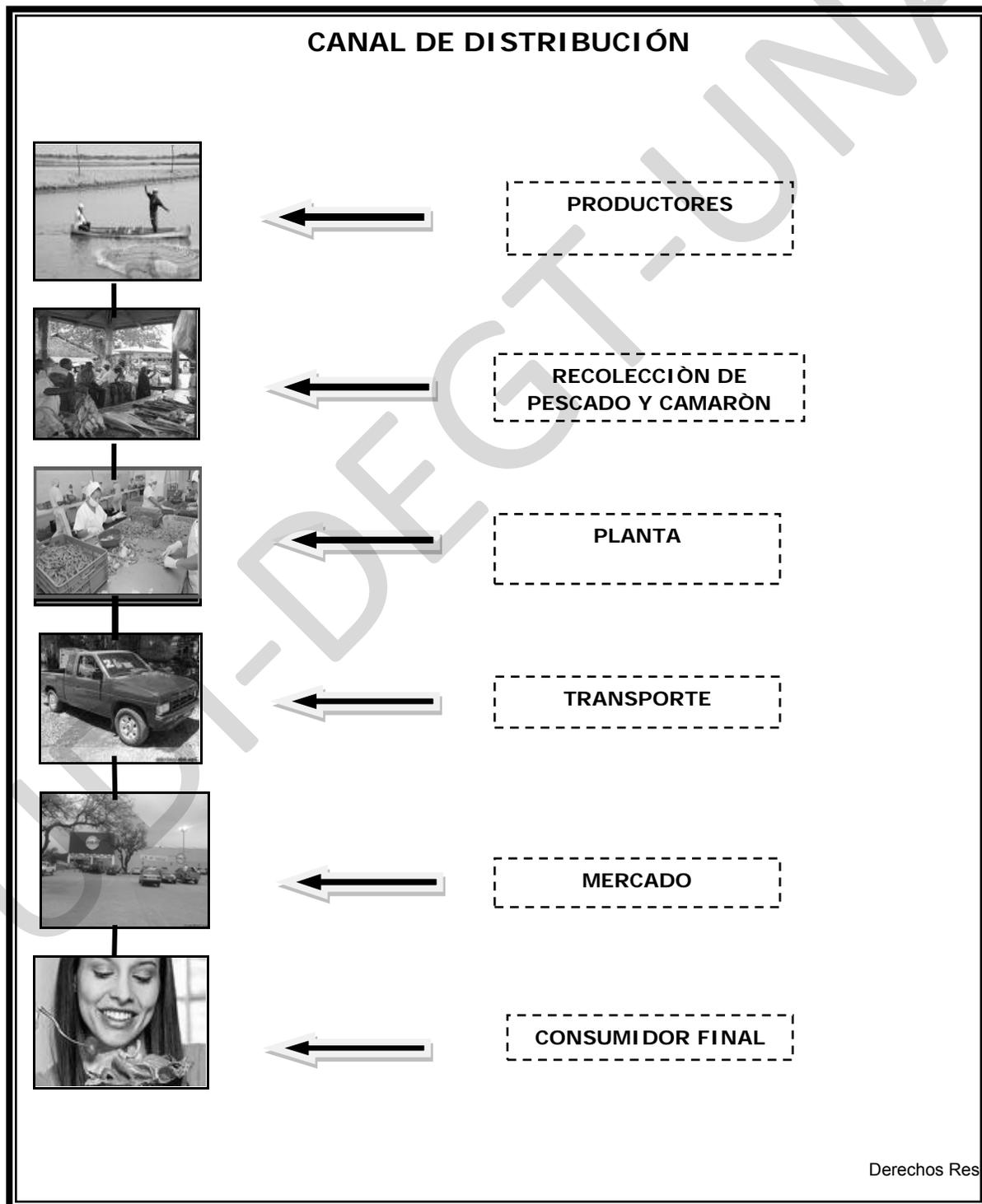
IV.1.17.2.- Canales de Distribución

Los canales de distribución son las rutas que toma el producto para llegar al consumidor final.

Según el estudio realizado se consideró que el medio más factible para que los consumidores puedan adquirir los productos es por medio de intermediarios (supermercados, restaurantes y abarroterías), de igual manera lo podrán adquirir directamente de la sala de ventas de la Empresa Procesadora de embutidos de

pescado y camarón del Municipio de Marcovia. Es recomendable para inicio de operaciones utilizar un canal de distribución que permita interactuar con los consumidores finales para conocer sus exigencias. Los canales de distribución que se utilizarán se detallan a continuación:

Figura No.3



IV.1.18.- PLAN DE MERCADEO EN EL PROYECTO DE PROCESO “CHORIZO DE PESCADO Y CAMARÓN”

- * Introducir el producto al mercado en los restaurantes y supermercados más visitados de Choluteca, San Lorenzo y Tegucigalpa.
- * Asistir a las ferias de productos innovadores que promueva la Cámara de Comercio.
- * Afiliarse al comercio justo de España, para promover el producto en Europa, mercado internacional.
- * Propaganda publicitaria en la etapa de introducción del producto.
- * Degustaciones del producto en la playa cercana a la empresa, a los turistas que la visitan.
- * Crear una página web, para realizar pedidos directos con la empresa procesadora del producto.

CONCLUSIONES GENERALES

Este proyecto es la iniciativa más viable para:

- Elevar los niveles de vida de los pescadores y acuicultores artesanales de Marcovia, abriendo oportunidades de trabajo a través del Proyecto Transformación Industrial de Pescado y Camarón en embutidos de Chorizo.
- Contribuir a estimular acciones que conlleven al crecimiento y desarrollo socio económico de los involucrados directos e indirectos del proyecto privado social.
- Facultar a los asociados de las cooperativas a investirse de habilidades, destrezas, aptitudes y actitudes para el proceso de transformación del producto.
- Potenciar el desarrollo industrial, por lo que debido a la tipificación del área, el mismo se sitúa en una zona de baja incidencia de vulnerabilidad y riesgo; sin embargo se tomaron en consideración los impactos y las medidas de mitigación en las diferentes etapas que conforma el proyecto.

RECOMENDACIÓN GENERAL

El proyecto transformación industrial del pescado y camarón en embutidos de chorizos es financiera y económicamente atractivo, por lo tanto se recomienda llevarlo a la etapa de ejecución.

BIBLIOGRAFIA

- Claude, Chile 2007. Generación de Empleo.
- Conesa Fernández - Vitoria, Vicente. “Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental”. Ed. Mundí Prensa. Madrid.1977.3^a edición. Referencia de la biblioteca de la Filosofía: FL/ TD 194.6.C66.1977.
- Gattgens Astorga Allan. Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD) y Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) “Instrumentos para la agilización, armonización y modernización de los sistemas de EIA en Centroamérica” San José, C.R. UICN. Oficina Regional para Mesoamérica, 2006.
- Gattgens Astorga Allan. Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD) y Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) “Estudio Comparativo de los sistemas de Evaluación de Impacto Ambiental en Centroamérica”. 2006.
- Gómez Orea, Domingo. “Evaluación del Impacto Ambiental”. Ed. Mundi Prensa y Editorial Agrícola Española, S.A. Madrid.1999.1^a edición. Referencia de la biblioteca de Filosofía: FL/ TD 194.4.G6.1999.
- Hernández Sampiere Roberto, Fernández – Collado Carlos, Baptista Lucio Pilas, Metodología de la Investigación, Cuarta Edición, Mc Graw Hill Interamericana, México 2006.

- Hair, Jr. Joseph F., Bush Robert P., Ortinau David J. Investigación de Mercados, Segunda Edición, Mc Graw Hill Interamericana, México, 2004.
- Mathew. S; Freire. J, 2001. Pesca Industrial.
- Periódico El Tiempo/ MIPyMEs. Agosto 17 2005. Página 2.
- Pineda Ivania, IBERMAR San Lorenzo, Valle.
- Reyes Núñez Horacio, Estadística Aplicada, Tercera Edición, Prografip Tegucigalpa, MDC. Honduras Centroamérica, 2007.
- Rosales Posas Ramón, La Formulación y la Evaluación de Proyectos con Énfasis en el Sector Agrícola, Primera Edición, Editorial Universidad Estatal a Distancia, San José Costa Rica 2007.
- Santos de Morías Clodomir. Teoría de la Organización. Editorial Guaymuras.
- Sapag Chain Nassir, Sapag Chain Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Mc Graw Hill Interamericana, México, 2004.
- Sáenz Alba Richar, Estudio de Prefactibilidad para la instalación de una planta de embutidos.

ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS
POSTGRADO CENTROAMERICANO EN ECONOMIA Y PLANIFICACION
DEL DESARROLLO
UNAH-POCAE

CUESTIONARIO

El propósito de la encuesta es para conocer la percepción sobre la calidad de vida de los pescadores artesanales de las comunidades de Aguadera, Punta Ratón, Cedeño, Monjarás, Guapinol, Las Arenas y La Pozas de Marcovia, en donde su opinión será muy valiosa para el desarrollo de la investigación.

Fecha de la encuesta: _____

Encuestador: _____

I.-DATOS GENERALES

1.1- Nombre del encuestado: _____

1.2- Edad: _____

1.3- Dirección: _____

1.- Nivel de Escolaridad:

Primaria completa _____

Primaria incompleta _____

Educación media completa _____

Educación media incompleta _____

2.- Tipo de vivienda

a. - Adecuada

b. - Inadecuada

3.- Tiene su casa los siguientes servicios básicos

- a.- Agua
- b.- Luz
- c.- Celular
- d.- Letrina

4.- Número de miembros que residen en la vivienda

- a.- Hombres _____
- b.- Mujeres _____

5.- De las personas que residen en su vivienda, ¿Cuántas trabajan en la pesca?

_____ M____ H_____

6. -¿de lo que usted recibe, le ajusta para ahorrar?

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

7.- ¿Cuales de estos vicios practica?

- a.- Bebidas Alcohólicas _____
- b.- Juegos de azar _____
- c.- Cigarrillos _____

8.-La cooperativa colectiva a la que usted pertenece recibe algún financiamiento para su proceso productivo

Si _____

No _____

Explique _____

9.-Tiene ventajas pertenecer a la cooperativa de pescadores.

Si _____ No _____

¿Cuales? _____

10.-Es miembro usted de la directiva de la cooperativa a la que pertenece

Si _____

No _____

11.- Ha recibido alguna capacitación sobre el trabajo que desempeña

Si_

No_____

Explique_____

12.- Sobre que le gustaría ser capacitado

13.-Considera la emigración como una alternativa para sobrevivir

Si_____

No_____

14.- Ha intentado usted hacerlo

Si_____

No_____

Por qué? _____

15.- ¿Ingreso familiar que percibe?

a. De 100-500

b. De 500-1000

c. De 1000-2000

d. De 3000 en adelante

16.- tiempo que percibe su ingreso

a. Semanal

b. Quincenal

c. Mensual

Gracias por su colaboración.

Maestría en Gestión, Formulación y Evaluación de Proyectos

POSCAE - UNAH

ENCUESTA

Objetivo: Conocer la Percepción de los Gerentes de Supermercados y Mini mercaditos en la Adquisición de Embutidos de Pescado y Camarón.

1.- ¿Qué clase de embutidos ofrece?

a.- De Res

b.- De Cerdo

c.- De Pollo

d.- De Camarón

e.- De Pescado

2.- Si los embutidos que usted no selecciono son los de camarón y pescado.

Por qué no lo hizo?

a.- No los conoce

b.- No sabían que existían

c.- Ambos (a y b)

3.- Si existe una Empresa que elabora embutidos de pescado y camarón, le gustaría ofrecerlo

a.- Si

b.- No

Porque? _____

4.- ¿Cómo le gustaría ofrecer el producto?

a.- En Bandeja

b.- En Bolsa

5.- ¿Cuántas libras compraría usted?

a.- 10-20

b.- 20-30

c.- 30-40

d.- 40 y más

6.- ¿Cada cuanto haría el pedido? (Según fecha de vencimiento)

a.- Semanal

b.- Quincenal

c.- Mensual

d.- Bimestral

7.- ¿A qué precio compraría usted el embutido de pescado?

a.- 60-65 Lps. Libra de pescado

b.- 65-70 Lps. Libra de pescado

8.- ¿A qué precio compraría usted el embutido de Camarón?

a.- 70-75 Lps. Libra de camarón

b.- 75-80 Lps. Libra de camarón

¡Gracias por su colaboración!

Maestría en Gestión, Formulación y Evaluación de Proyectos

POSCAE - UNAH

ENCUESTA

Objetivo: Conocer la Percepción de los Gerentes de Restaurantes y Hoteles en la Adquisición de Embutidos de Pescado y Camarón.

1.- En el Menú de Comida del Restaurante incluye en sus platillos chorizo de pescado y camarón.

a.- Si

b.- No

Por qué? _____

2.- Le gustaría incluir en el menú chorizo de pescado y camarón?

a.- Si

b.- No

Porque? _____

3.- En el menú del restaurante incluye chorizo de pescado y camarón ¿Cada cuanto lo demandaría?

a.- Semanal

b.- Mensual

c.- Quincenal

4.- ¿Cuántas libras necesitaría usted?

a.- 10-20 Lbs.

b.- 20-30 Lbs.

c.- 30-40 Lbs.

d.- 40 y más

¡Gracias por su colaboración!

Maestría en Gestión, Formulación y Evaluación de Proyectos

POSCAE - UNAH

ENCUESTA

Objetivo: Conocer la Percepción del cliente referente al consumo de embutidos de Pescado y Camarón.

1.- Lugar de procedencia_____.

2.- ¿A qué se dedica?

a.- Ama de casa b.-Estudiante c.-Oficio

d.- Profesional e.-Comerciante f.- Otros especifique

3.- ¿Cuánto es el ingreso mensual de su familia?

a.- Menos de L.10,000 b.-De L.10,001 a L.12,000

c.- De L.12,001 a L.15,000 c.- Mas de L.15,000

4.- ¿Qué tipo de embutidos consume?

a.- Res b. Pollo c. Cerdo

5.- ¿Cuánto dinero invierten en cada compra?

a.- De L.100.00.- 150.00 b.- De L.150.00- 200.00

c.- De L.200.00- 250.00

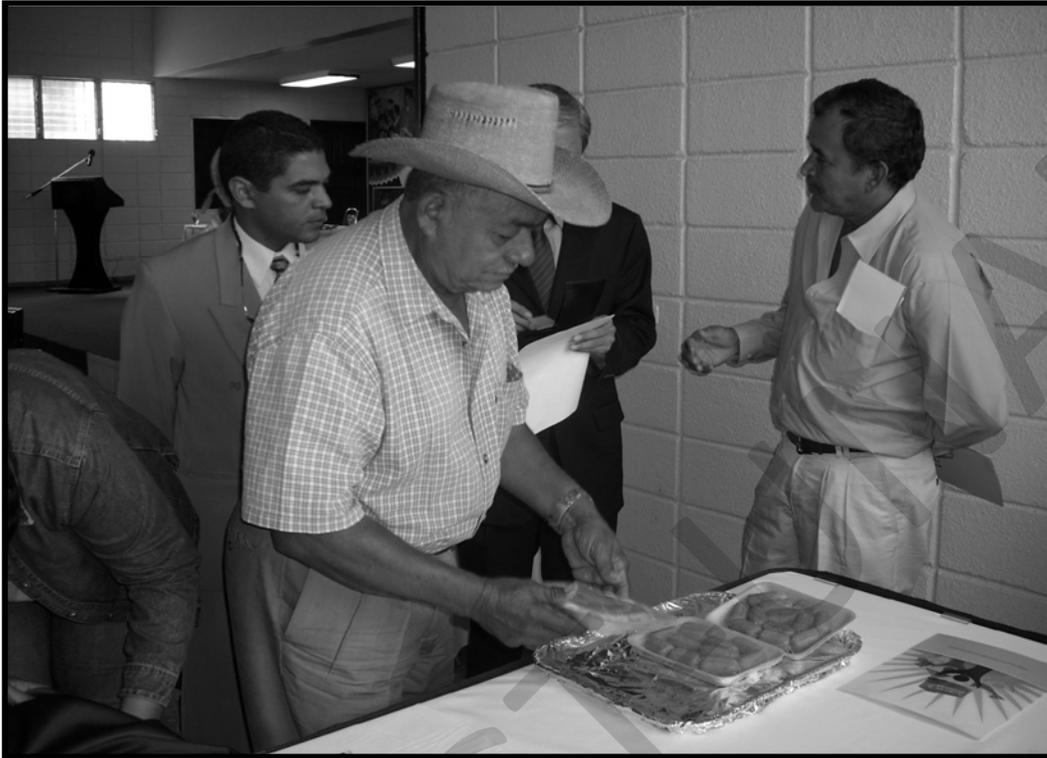
6.- ¿Le gustaría consumirlos?

a.- Si

b.-No

¡Gracias por su colaboración.

FOTOGRAFIAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



EMBUTIDOS DE CHORIZO DE PESCADO Y CAMARÓN DEGUSTACIÓN DEL PRODUCTO

