

MUNICIPIO DE SALCAJÁ
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO

"COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(ELABORACIÓN DE CORTES TÍPICOS)"

JOSÉ LINO MALTEZ JUÁREZ

TEMA GENERAL

"DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES
PRODUCTIVAS Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN"

MUNICIPIO DE SALCAJÁ
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO

TEMA INDIVIDUAL

"COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(ELABORACIÓN DE CORTES TÍPICOS)"

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2,004

2,004

(c)

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

SALCAJÁ - VOLUMEN

2-51-75-AE-2,004

Impreso en Guatemala, C.A.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO
- EPS -

INFORME INDIVIDUAL

"COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(ELABORACIÓN DE CORTES TÍPICOS)"

MUNICIPIO DE SALCAJÁ
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO

JOSÉ LINO MALTEZ JUÁREZ

SEGUNDO SEMESTRE 2,001

DOCENTE SUPERVISOR
LIC. LUIS EDUARDO GARCÍA-GRANADOS REYES
AREA DE ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

"COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(ELABORACIÓN DE CORTES TÍPICOS)"

MUNICIPIO DE SALCAJÁ
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO

INFORME INDIVIDUAL

Presentado a la Honorable Junta Directiva y al

Comité Director

del

Ejercicio Profesional Supervisado de

la Facultad de Ciencias Económicas

por

JOSÉ LINO MALTEZ JUÁREZ

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, marzo de 2,004.

ÍNDICE

Introducción

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

	Página
1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	1
1.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS	2
1.2.1 Localización y extensión territorial	2
1.2.2 Condiciones climatológicos	2
1.2.3 Suelos	3
1.2.4 Orografía	4
1.2.5 Hidrografía	5
1.2.6 Bosques	5
1.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	5
1.3.1 Población y sexo	6
1.3.2 Por área urbana y rural	7
1.3.3 Población económicamente activa	8
1.3.4 Nivel de escolaridad	10
1.3.5 Nivel de pobreza	14
1.3.6 Migración	14
1.4 DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA	16
1.4.1 División política	16
1.4.2 División administrativa	18
1.5 INFRAESTRUCTURA	18
1.5.1 Vías de comunicación	19
1.5.2 Medios de transporte	19
1.6 SERVICIOS	20
1.6.1 Estatales	20
1.6.2 Municipales	20
1.6.3 Privados	22
1.7 ORGANIZACIONES EXISTENTES	23
1.8 ESTRUCTURA AGRARIA	26
1.8.1 Tenencia y concentración	26
1.8.2 Uso actual de los suelos	26
1.9 PRODUCCIÓN DEL MUNICIPIO	27
1.9.1 Agrícola	27
1.9.2 Pecuaria	27

	Página
1.9.3 Artesanal	28
1.9.4 Industrial	28
1.9.5 Servicios	28

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DEL CORTE TÍPICO

2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	29
2.2	PROCESO PRODUCTIVO	30
2.3	TECNOLOGÍA	35
2.4	PRODUCCIÓN	36
2.5	COSTOS	37
2.6	RENTABILIDAD	40
2.7	RAZON DE MARGEN DE GANANCIA	42
2.8	RAZON DE RENTABILIDAD SOBRE COSTO DE PRODUCCION	42
2.9	FINANCIAMIENTO	43
2.10	MEZCLA DE MERCADO	44
2.10.1	Producto	44
2.10.2	Precio	46
2.10.3	Plaza	47
2.10.4	Promoción	51
2.11	ORGANIZACIÓN	52
2.12	PROBLEMÁTICA	53
2.13	SOLUCIÓN SUGERIDA	53

CAPÍTULO III

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO BAJO INVERNADERO

3.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	54
3.1.1	Producción anual	54
3.1.2	Mercado meta	54
3.1.3	Justificación	54
3.1.4	Objetivos	55
3.2	ESTUDIO DE MERCADO	56
3.2.1	Oferta	56
3.2.2	Demanda	57
3.2.3	Precio	60

	Página
3.3 ESTUDIO TÉCNICO	61
3.3.1 Proceso productivo	61
3.3.1.1 Descripción técnica del producto	64
3.3.1.2 Tecnología	66
3.3.2 Tamaño y localización	66
3.3.2.1 Tamaño del proyecto	66
3.3.2.2 Localización	67
3.3.2.3 Ingeniería del proyecto	67
3.3.2.4 Externalidades	68
3.3.2.5 Distribución de la planta	68
3.4 ESTUDIO FINANCIERO	69
3.4.1 Inversión fija	69
3.4.2 Inversión de capital de trabajo	71
3.4.3 Inversión total	71
3.4.4 Fuentes de financiamiento	72
3.4.4.1 Fuentes internas	72
3.4.4.2 Fuentes externas	72
3.4.5 Presupuesto de caja	73

CAPÍTULO IV

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

4.1 SITUACIÓN ACTUAL	75
4.2 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	75
4.2.1 Concentración	75
4.2.2 Equilibrio	76
4.2.3 Dispersión	76
4.3 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	76
4.3.1 Análisis institucional	77
4.3.2 Análisis estructural	78
4.3.3 Análisis funcional	79
4.4 OPERACIONES DE COMERCIALIZACIÓN	82
4.5 COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA	85
4.5.1 Proceso de comercialización	85
4.5.1.1 Concentración	86
4.5.1.2 Equilibrio	86
4.5.1.3 Dispersión	86
4.5.2 Propuesta de comercialización	86
4.5.2.1 Propuesta institucional	87

	Página
4.5.3 Funciones de la comercialización	88
4.5.4 Propuesta estructural	90
4.5.5 Operaciones de comercialización	92
4.5.5.1 Canal de comercialización	92
4.5.5.2 Costos y márgenes de comercialización	93

CAPÍTULO V ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

	Página
5.1 SITUACIÓN ACTUAL	95
5.2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA	96
5.2.1 Tipo de organización	96
5.2.2 Localización	96
5.2.3 Justificación	96
5.2.4 Marco jurídico	97
5.2.4.1 Internas	97
5.2.4.2 Externas	97
5.2.5 Objetivos	97
5.2.6 Funciones generales	98
5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	98
5.3.1 Diseño de la organización	98
5.3.2 Sistema de organización	99
5.3.3 Funciones básicas de las unidades administrativas	100
5.4 RECURSOS NECESARIOS	101
5.4.1 Humanos	101
5.4.2 Materiales	101
5.4.3 Financieros	102
5.5 PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	102
5.5.1 Social	102
5.5.2 Económica	102
5.5.3 Cultural	103
5.6 APLICACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO	103
5.6.1 Planeación	103
5.6.2 Organización	104
5.6.3 Integración	105
5.6.4 Dirección	105
5.6.5 Control	106
5.7 SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN	106
5.7.1 Legal	106
5.7.2 Mercadológico	107

	Página
5.7.3 Técnico	108
5.7.4 Financiero	108
5.7.5 Administrativo	109
5.8 ESTRATEGIAS	109
5.8.1 Mercadológicas	109
5.8.2 Financieras	110
5.8.3 Administrativas	110
5.8.4 Empresariales	110
CONCLUSIONES	111
RECOMENDACIONES	112
ANEXOS	
BIBLIOGRAFÍA	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		Página
1	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, población total, años 1981-1994-2001	6
2	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, población por sexo, años 1994-2001	7
3	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, estimación de la población total, años 1994-2001	8
4	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, población económicamente activa y económicamente no activa, año 2001	9
5	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, población estudiantil total, por niveles de educación, año 2001	11
6	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, nivel de escolaridad población estudiantil, área urbana hombres y mujeres, año 2001	12
7	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, nivel de escolaridad población estudiantil, área rural hombres y mujeres, año 2001	13
8	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, población en el extranjero, año 2001	15
9	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, residencia de la población en el extranjero, año 2001	16
10	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, división política, año 2001	17

Cuadro		Página
11	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, servicio municipal, año 2001	21
12	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, servicio privado, año 2001	23
13	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, número y superficie de fincas en manzanas, año 1979	26
14	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, volumen y valor de producción anual según costos imputados, año 2001	36
15	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, estado de costo directo de producción según encuesta e imputados de corte típico de ocho varas, tejedurías pequeños artesanos del 01 de julio 2,001 al 30 de junio 2,002	38
16	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, estado de costo directo de producción de tela de 15 cortes de ocho varas, tejedurías medianos artesanos, del 01 de julio 2,001 al 30 de junio 2,002	39
17	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, estado de resultados comparativo de corte típico de ocho varas, pequeños artesanos, del 01 de julio 2,001 al 30 de junio 2,002	40
18	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, estado de resultados comparativos de tela de 15 cortes típicos medianos artesanos, del 01 de julio 2,001 al 30 de junio 2,002	41

Cuadro		Página
19	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, tejeduría, márgenes de comercialización, año 2001	49
20	Republica de Guatemala, oferta total histórica y proyectada, años 1995-2004 (miles de quintales)	57
21	Republica de Guatemala, demanda potencial histórica y proyectada de chile pimienta, años 1996-2005 (miles de quintales)	58
22	Republica de Guatemala, consumo aparente de chile pimienta, años 1996-2005 (miles de quintales)	59
23	Republica de Guatemala, estimación de la demanda insatisfecha de chile pimienta, años 1996-2005 (miles de quintales)	60
24	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto cultivo de chile pimienta bajo invernadero, inversión fija, año 2001	70
25	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto cultivo de chile pimienta bajo invernadero, inversión en capital de trabajo, año 2001	71
26	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto cultivo de chile pimienta bajo invernadero, inversión total, año 2001	72
27	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto producción de chile pimienta bajo invernadero, amortización de préstamo y cálculo de intereses.	73
28	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto producción de chile pimienta bajo invernadero, presupuesto de caja	74

Cuadro		Página
29	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, márgenes de comercialización por ciento, año 2001	84
30	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto cultivo de chile pimiento bajo invernadero, márgenes de comercialización por ciento de chile pimiento.	93
31	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto producción de chile pimiento bajo invernadero, organización empresarial propuesta, carga administrativa, año 2001	104

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.		Página
1	Flujograma, proceso productivo, cortes típicos	34
2	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, tejedurías (cortes típicos), canales de comercialización, año 2001	48
3	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, organización del sector artesanal, año 2001	52
4	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto producción de chile pimienta bajo invernadero, flujograma del proceso productivo.	64
5	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, comité de productores agrícolas, distribución de la planta	68
6	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, canal de comercialización actual	83
7	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto producción de chile pimienta bajo invernadero, canales de comercialización propuesto, por ciento de chile pimienta	92
8	Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango, proyecto producción de chile pimienta bajo invernadero, estructura organizacional, comité de productores de chile pimienta	99

INTRODUCCIÓN

Dadas las condiciones socioeconómicas, prevalecientes en Guatemala, específicamente en el área rural; donde el desarrollo de las comunidades es mínimo, presenta un alto índice de pobreza, bajo nivel educativo, carencia de tierra apta para el cultivo, limitación en recursos económicos y limitado acceso a los servicios básicos, como el agua potable, luz, comunicaciones, etc., la Universidad de San Carlos de Guatemala, consciente de la necesidad de contribuir a la solución de los problemas del país, participa activamente en la búsqueda de posibles soluciones. Por lo que la Facultad de Ciencias Económicas dentro de sus programas de estudio contempla como una alternativa de evaluación, el Ejercicio Profesional Supervisado, previo a conferir el título en el Grado Académico de Licenciado en cualquiera de las disciplinas que imparte. Este acercamiento con el área rural, brinda al estudiante la oportunidad de conocer la realidad de la población y realizar planteamientos que constituyan una alternativa de solución.

Objetivos

Atendiendo lo anterior, el objetivo general de este estudio, es plantear ideas para aprovechar de mejor manera los recursos naturales y humanos existentes e incentivar la producción del sector agrícola, para que mediante la aplicación de técnicas adecuadas, se obtenga un mayor rendimiento, lo que permitirá mejorar el nivel de vida de los productores de la región.

Entre los objetivos específicos que se persiguen en esta investigación son:

- Establecer un sistema de comercialización adecuado a los productores de los cortes típicos, que les permita maximizar sus recursos disponibles, diversificar la producción y lograr mejores beneficios económicos.

- Proponer una organización empresarial de acuerdo a las necesidades detectadas, que permita alcanzar el nivel de vida adecuado, obtener beneficios económicos y desarrollo social.

Metodología

En la elaboración de la investigación se utilizó el método científico, mediante la observación e interpretación de los aspectos cualitativos y cuantitativos. Se desarrollo en tres etapas estrechamente relacionadas, las cuales son: Seminario general y específico; trabajo de campo y, trabajo de gabinete.

Seminario general y específico

- Investigación documental y recopilación de bibliografía.
- Diseño de la boleta para recopilar información en la investigación.
- Reconocimiento del área geográfica a investigar y prueba de la boleta a utilizar.

Trabajo de campo

- Análisis de las condiciones socioeconómicas existentes.
- Recolección directa de información, por medio de encuesta y entrevista a los agricultores.
- Visitas a instituciones publicas y privadas para obtener información complementaria.

Trabajo de gabinete

- Tratamiento de los datos obtenidos en el campo.
- Análisis critico de la información obtenida.
- Elaboración del informe final.

El presente informe constituye el resultado de la investigación de campo realizada en octubre del 2001, por los estudiantes de las carreras de Economía,

Administración de Empresas y Auditoria, en el municipio de Salcajá del departamento de Quetzaltenango, referente a Comercialización y Organización Empresarial; específicamente de la elaboración de los cortes típicos.

Comprende de cinco capítulos, en los que se desarrolla los siguientes aspectos:

En el capítulo I: se refiere a las características generales del Municipio, los antecedentes históricos, aspectos geográficos, recursos naturales, división política administrativa, aspectos demográficos, infraestructura física y servicios básicos.

Capítulo II: Analiza la elaboración de cortes típicos basándose en un diagnóstico, en el cual se describe el producto, proceso productivo, tecnología, costos y rentabilidad, financiamiento, comercialización, organización empresarial, problemática detectada, así como la solución desarrollada.

Capítulo III: Se presenta la propuesta de inversión del chile pimiento bajo invernadero, con su producción anual, mercado meta, la justificación, objetivos, el estudio de mercado, donde se desarrolla la oferta, demanda y precio; el estudio técnico, en el cual se establece la descripción técnica del producto, la tecnología, tamaño y localización; el estudio financiero, en el que se determina la inversión fija así como la inversión de capital de trabajo, determinándose la inversión total necesaria para la inversión, las fuentes de financiamiento tanto internas y externas, y la elaboración de flujo de fondos.

Capítulo IV: Determina la comercialización del producto chile pimiento, describiéndose la situación actual, el proceso de comercialización, análisis del proceso de comercialización y la comercialización propuesta para el producto de la inversión.

Capítulo V: Se refiere a la organización empresarial, en el que se establece la situación actual, la organización empresarial propuesta, el tipo de denominación, localización, justificación, marco jurídico, objetivos, funciones generales, la estructura organizacional, recursos necesarios, proyección de la organización, aplicación del proceso productivo, soporte de la organización y estrategias.

Se finaliza el informe con el planteamiento de conclusiones, recomendaciones, por último los anexos como lo son el manual de normas y procedimientos, manual de organización y la bibliografía consultada.

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL MUNICIPIO

Se describe en forma breve los aspectos socioeconómicos más relevantes que caracterizan al municipio de Salcajá del departamento de Quetzaltenango, dentro de los que se incluyen antecedentes históricos, localización geográfica extensión territorial, división político-administrativa y otros.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El municipio de Salcajá, pertenece al departamento de Quetzaltenango de la República de Guatemala. Al fundarse la Villa de Salcajá en el año de 1,524 el poblado se desarrolló en una ladera al contorno de La Ermita de Concepción la Conquistadora, luego su trazo se fue realizando en forma octogonal y se edificó la iglesia, o sea la primera Ermita de Centro América, en la cual se encuentra la Inmaculada Virgen de Concepción, según historiadores en esta iglesia colonial se conserva el lienzo de la Virgen de Concepción con las figuras adicionales de San Juan y Santa Isabel, fue donado por el propio conquistador Don Pedro de Alvarado. El templo de la Iglesia de San Jacinto a soportado numerosos terremotos y afortunadamente se mantiene en pié con su estilo muy colonial y original, con sus pilares internos en la nave del mismo templo.

El proceso de urbanización se logró en el lado oeste del municipio de Salcajá que según traducido al español significa Agua Amarga Blanca y traducido a la lengua Quiché quiere decir Blanca tu Agua, tomándose en cuenta que a inmediaciones del pueblo pasa el caudaloso río Samalá, por lo que se construyó un puente, esto hizo que se realizara la habilitación de la otra parte del pueblo en donde se encuentran las zona 3 y 4 de ésta localidad.

Asimismo se conoce que a esta villa también se le llama San Luis Salcajá en honor a San Luis XV rey de Francia. En la que radicó la Princesa Luisa Xicotencatl, hija de don Pedro de Alvarado, por poco tiempo, por lo que se cree que el nombre de ella fue la idea de llamar San Luis Salcajá.

1.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

El aspecto geográfico es importante, para tener puntos de referencia y ubicarlo mejor, aspectos tales como la localización, extensión y límites, vías de acceso, tanto del Municipio como del Departamento en que se encuentra éste y además se agrega la división administrativa.

1.2.1 Localización geográfica y extensión territorial

El municipio de Salcajá se encuentra ubicado en el altiplano occidental del país, dista de la Cabecera Departamental a 9 kilómetros; de la ciudad Capital a 191 kilómetros.

Colinda al norte con el municipio de San Cristóbal Totonicapán, al este con San Cristóbal Totonicapán, al sur con Quetzaltenango y Cantel, al oeste con Quetzaltenango y San Andrés Xecul. La elevación del Municipio en el parque central está a 2,321.67 metros sobre el nivel del mar, con una latitud de 14°52'45" y una longitud de 91°27'30".¹

Mide aproximadamente 12 kilómetros cuadrados, equivalente al 0.61% del territorio del departamento de Quetzaltenango, es el Municipio con menor extensión territorial. Su topografía es bastante quebrada.

1.2.2 Condiciones climatológicas

Salcajá por estar situado a una altura de 2,321.67 metros sobre el nivel del mar, cuenta con un clima frío; con una temperatura máxima promedio anual de 21.9° centígrados y una mínima promedio anual de 7.3° centígrados.

Las estaciones de invierno y verano se hacen presentes de mayo a octubre y de noviembre a abril respectivamente. La humedad oscila entre 06 y 100% durante

¹ Francis Gall Diccionario Geográfico de Guatemala C.A. Tomo I Compilación Crítica. Tipografía Nacional. 1983. Pag. 166

el año y el régimen de lluvia tiene un promedio de 131 días al año en los meses de invierno.

Por tener clima frío, en el Municipio, se recoge una cosecha al año, se siembra en el mes de marzo y se cosecha en los meses de noviembre y diciembre.

1.2.3 Suelos

Los suelos del municipio de Salcajá corresponden al grupo II, denominados suelos de la altiplanicie central, los cuales se dividen en: Subgrupo II-A, suelos bien drenados, profundos, sobre cenizas volcánicas de color claro, a este subgrupo pertenecen las series Patzite, Quiche, Sinaché. Subgrupo II-B suelos profundos sobre relieves casi planos de las series Quetzaltenango y Quetzaltenango fase quebrado. Los perfiles de los suelos se caracterizan así:

Suelos serie Patzite

Símbolo Pz, el material madre es ceniza volcánica domaceas de color claro, de relieve inclinado, con drenaje interno rápido, la capa superior es color café oscuro, su textura es franca arenosa friable de un espesor aproximado de 20 centímetros, con un Ph alrededor de 6.0 a 6.5 con una reacción ligeramente ácida. El subsuelo es color café amarillento, de consistencia franco arcillosa arenosa friable, estructura cúbica poco desarrollada de un espesor de 50 centímetros aproximadamente.

Suelos serie Quiché

Símbolo Qi, el material madre es de cenizas volcánicas firmemente concentradas de color claro, de relieves fuertemente ondulados, con buen drenaje interior, la capa superficial es de color café oscuro, con una textura y consistencia franco arcillo-arenoso friable, de un espesor de 20 centímetros aproximadamente, la reacción es medianamente ácida, Ph alrededor de 5.5, el

subsuelo es de color café rojizo oscuro, su consistencia es plástica cuando esta húmedo es de textura arcillosa de 50 centímetros de profundidad.

Suelos serie Sinaché

Símbolo Si, el material madre es de cenizas volcánicas de color claro, con un relieve ligeramente ondulado, con buen drenaje interior, la capa superficial es de color café a café oscuro, con textura y consistencia franco-arcilloso friable, con un espesor aproximado de 50 centímetros. El subsuelo es de color rojizo y de consistencia friable, su textura es arcillosa y de un espesor aproximado de 75 centímetros.

Suelos serie Quetzaltenango

Símbolo Qe, material madre cenizas volcánicas de color claro, relieve casi plano con buen drenaje interno, el suelo superficial es color café oscuro, textura y consistencia franco-arenoso fina y firme, de un espesor aproximado entre 50 a 75 centímetros el Ph es mediano a ligeramente ácido, el que se ubica alrededor de 6.0. El subsuelo es de color café amarillento, de consistencia friable con una textura franco arcillo-arenoso, con un espesor de 100 centímetros.

Suelos serie Quetzaltenango fase quebrada

La fase quebrada de los suelos de Quetzaltenango representa áreas que han sido seccionadas completamente y en donde mas del 40% de estos, consiste en barrancos pocos profundos, de laderas inclinadas. Las orillas de los barrancos han sido erosionadas hasta quedar expuesto el subsuelo y a veces el substrato.

1.2.4 Orografía

El municipio de Salcajá está delimitado por macizos montañosos. Al este está la cumbre de Alaska (3,100 m.s.n.m.), el cerro de Oro (2,720 m.s.m.m.), y la

montaña de Juchanep (2,900 m.s.n.m.); al norte Rancho de Teja (2,600 m.s.n.m.); al oeste, las montañas de San Francisco la Unión; y al sur, las Rosas y el cerro Quiac.

1.2.5 Hidrografía

El mayor recurso hidrológico del Municipio lo constituían los ríos Samalá, que divide en dos partes a la Cabecera Municipal y el Cancujá; por el caudal eran aprovechados por los pobladores en el riego de las siembras en épocas secas y para el uso de lavado doméstico. En la actualidad el caudal del río Samalá ha decrecido, originado por la deforestación y pérdida de la flora y fauna existentes en la cuenca del río, en el recorrido los pobladores cada día lo utilizan más para las distintas actividades agrícolas y domésticas. Además cuenta con los riachuelos La Muñeca, Curruchique y los Zopilotes.

1.2.6 Bosques

En el Municipio los bosques estaban compuestos por árboles de pino, ciprés, eucalipto, aliso, níspero y variedad de árboles frutales como manzana, durazno, guindas y cerezos así como bougambilias, manzanilla, pericón, salviasanta, amargón, romero, hoja de naranja, lechuga, apio, ruda, y lengua de vaca. En la actualidad los bosques están constituidos en una menor cantidad de árboles ya que los mismos son utilizados inmoderadamente por la población y se van perdiendo especies tales como manzanilla, pericón y otras.

1.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

Es importante realizar un análisis de la población, debido a que el hombre es el elemento más dinámico en el proceso de desarrollo y al relacionarse con otros factores de la producción da origen a los bienes materiales y a los servicios indispensables para la satisfacción de las necesidades de la sociedad. Además el recurso humano también cumple una función importante como consumidor

final de esos bienes y servicios. La población varia en el tiempo como consecuencia de cambios en tres factores demográficos: La fecundidad, la mortalidad y la migración.

1.3.1 Población y sexo

La población está constituida por el conjunto de personas o habitantes que radican en una comunidad. Para analizar la población del municipio de Salcajá del departamento de Quetzaltenango, es necesario abarcar los elementos que la componen por lo que a continuación se presentan los siguientes cuadros:

Cuadro 1
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Población total
Años 1981-1994-2001

	Población	Incremento
Año	Total	anual %
1981	10,143	
1994	12,093	1.48
2001	15,819	4.40

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Instituto Nacional de Estadística -INE-

Según la tasa de crecimiento anual de la población mostrada en los censos poblacionales realizados por el Instituto Nacional de Estadística en los años de 1981 y 1994, indican que el total del Municipio, tuvo un incremento de 1.48%. Mientras que durante los años de 1,994 al año 2,001 la población aumentó considerablemente del 1.48% al 4.40%. Esto significa que el incremento fue de 532 personas anualmente de 1,994 al 2,001.

La importancia del análisis de la población por sexo radica en que permite establecer en que porcentaje esta distribuida la misma y analizar la participación de hombres y mujeres en la producción del Municipio

Cuadro 2
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Población por sexo
Años 1994-2001

Población	1994	%	2001	%	Muestra	%
Total	12,093	100.0	15,819	100.0	1,197	100.0
Hombres	5,776	47.7	7,751	49.0	624	52.0
Mujeres	6,317	52.3	8,068	51.0	573	48.0

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Instituto Nacional de Estadística-INE-

Según muestra el cuadro, en 1994 la población masculina era ligeramente inferior a la femenina, según datos proyectados para el año 2001 se incremento en un 2% en relación a la masculina, se estima que esta situación se pueda mantener a mediano plazo. Los datos obtenidos en la encuesta, reflejo que el sexo masculino es mayor que el femenino en un 4%, lo que demuestra lo contrario a los resultados obtenidos en el X Censo Poblacional de 1994 y la proyección por el INE al 2001.

1.3.2 Por área urbana y rural

Se refiere a la distribución espacial dentro del contexto de la población. Basado en el Acuerdo Gubernativo del 7 de Abril de 1,938, se utiliza la definición que considera urbano los lugares poblados catalogados como, ciudad, villa o pueblo y como rurales: aldeas, caseríos, cantones, parajes e incluye la dispersa.

La importancia de conocer la población por centro poblado radica en que permite medir el crecimiento y densidad de la misma. Según X Censo Poblacional de 1994 habitaban en el Municipio 1,008 personas por kilómetro cuadrado, la estimación para el año 2001 es de 1,318, que representa un incremento anual en la densidad poblacional de 3.2%.

Cuadro 3
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Estimación de la población total
Por área urbana y rural
Años 1994 – 2001

Población	1,994	%	2,001	%	Muestra	%
Urbana	8,652	71.5	11,343	72.0	891	74.0
Rural	3,441	28.5	4,476	28.0	306	26.0
TOTAL	12,093	100.0	15,819	100.0	1,197	100.0

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

En el cuadro anterior se muestra la distribución de la población en área urbana y rural del Municipio, según X Censo Poblacional de 1994, proyección del INE para el año 2001, como el resultado obtenido según encuesta realizada, en el cual se aprecia que el 74% se concentra en el casco urbano del Municipio.

1.3.3 Población económicamente activa

La población económicamente activa -PEA- está conformada por hombres y mujeres del Municipio en edad de trabajar, trabajan o en busca de trabajo.

Cuadro 4
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Población económicamente activa y
económicamente no activa
Año 2001

Población	2,001	%	Muestra	%
PEA	4,533	28.0	561	47.0
NO PEA	11,286	72.0	636	53.0
TOTAL	15,819	100.0	1,197	100.0

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

La población económicamente no activa tiene una relación de dependencia, con la población económicamente activa, que se determina de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Población económicamente no activa}}{\text{Población económicamente activa}} \times 100 = \frac{11,286}{4,533} \times 100 = 249$$

Según los datos obtenidos de la encuesta, se determinó que la población económicamente no activa representa un 53% con relación al 47% de la población económicamente activa, lo que demuestra que por cada 100 habitantes que trabajan, hay 113 que no lo hacen.

Comparado con la población total se mantiene que por cada 100 personas que están trabajando, existen 253 que no lo hacen, lo que representa una carga para los trabajadores activos, fenómeno que para el caso del Municipio, obedece básicamente al número considerable de miembros de la familia que no trabajan, por ser hijos menores a los 7 años, por el bajo nivel de escolaridad o por la falta de fuentes de trabajo en el Municipio.

1.3.4 Nivel de escolaridad

Según información del Instituto Nacional de Estadística -INE- el municipio de Salcajá en el año de 1,994 contaba con once establecimientos de educación pública y cuatro centros de educación privada, el área urbana era atendida por cuatro escuelas oficiales y dos institutos de educación media los cuales proporcionaban los niveles pre-primaria, primaria y básicos en jornada matutina. Con atención a una población de mil quinientos setenta y ocho alumnos en edad escolar.

En el área rural la educación la prestaban cinco escuelas, la que atiende los niveles de pre-primaria y primaria y proporciona educación a mil ciento sesenta y seis alumnos en edad escolar.

Los establecimientos privados proporcionaban los niveles de pre-primaria y primaria, con atención a solo quinientos ochenta alumnos en edad escolar. Lo anterior demuestra que la capacidad para atender la demanda estudiantil era insuficiente lo cual se manifiesta en el bajo nivel de estudios de la población.

En el año 2,001 el Municipio cuenta con veintisiete establecimientos de enseñanza pública y catorce centros privados. En el área urbana funcionan siete Escuelas Oficiales que proporcionan educación pre-primaria y primaria en las jornadas matutina y vespertina.

En el área rural prestan el servicio diecisiete Escuelas Oficiales que imparten educación pre-primaria, primaria, así como también una Escuela de Pre-primaria Bilingüe y un Instituto Nacional de Educación Básica Programa Tele secundaria, mismo que es financiado por la Municipalidad del Municipio.

Al año 2001 la población en las escuelas públicas asciende a 3,824 estudiantes en edad escolar.

Cuadro 5
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Población estudiantil total
Por niveles de educación
Año: 2001

Nivel	Área Urbana	Area Rural	Total	%
Preprimaria	145	224	369	9.65
Primaria	1,345	1,583	2,928	76.57
Básico	495	32	527	13.78
TOTALES	1,985	1,839	3,824	100.00

Fuente: Elaboración propia con base en datos según Ministerio de Educación al 2000.

Como se observa en el cuadro anterior, la población estudiantil en el año 2000, tanto en el área urbana como rural, se concentró en el nivel de educación primaria, esto indica que el bajo nivel educativo que tiene la población del Municipio, en donde un gran porcentaje de ella no concluye este nivel educativo, por motivos económicos.

Cuadro 6
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Nivel de escolaridad población estudiantil
Área urbana hombres y mujeres
Año: 2001

Nivel	Hombres	%	Mujeres	%	Total	%
Ninguno	16	04	29	08	45	06
Preprimaria	00	00	00	00	00	00
Primaria	204	50	203	53	407	51
Secundaria	82	20	63	16	145	18
Media	69	16	74	19	143	18
Superior	40	10	15	4	55	07
TOTALES	411	100	384	100	795	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

En la encuesta realizada, se estableció que el total de los miembros de las familias del área urbana encuestados, es de 795, integrados por 411 hombres y 384 mujeres. Del gran total un 6% no estudió, un 51% tiene una escolaridad a nivel primario, un 18% tiene educación básica y el mismo porcentaje tiene estudio a nivel diversificado y solo un 7% de esa población tiene un estudio superior

En nivel primario existen 204 hombres y 203 mujeres, de este gran total solo el 31% se encuentra en edad escolar óptima. El 69% corresponde a personas que no continuaron sus estudios.

En el nivel básico existen 82 hombres y 63 mujeres, de los cuales solo el 18%, se encuentra en edad óptima para dicho nivel educativo, el 82%, no continuó sus estudios.

A nivel medio o diversificado existen 69 hombres y 74 mujeres, en donde solo el 48% se encuentra en edad óptima escolar, el 52% no concluyeron su carrera.

Cuadro 7
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Nivel de escolaridad población estudiantil
Área rural hombres y mujeres
Año: 2001

Nivel	Hombres	%	Mujeres	%	Total	%
Ninguno	12	08	24	19	36	13
Preprimaria	00	00	00	00	00	00
Primaria	86	59	81	64	167	62
Secundaria	19	13	08	07	27	10
Media	20	14	10	08	30	11
Superior	08	06	03	02	11	04
TOTALES	145	100	126	100	271	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

En la encuesta realizada, se estableció que el total de los miembros de las familias del área rural encuestados, es de 271, integrados por 145 hombres y 126 mujeres. Del gran total un 13% no estudio, un 62% tiene una escolaridad a nivel primario, un 10% tiene educación básica, un 11% estudios a nivel diversificado y solo un 4% de esa población tiene un estudio superior o ya es un profesional.

A nivel primario existen 86 hombres y 81 mujeres, de este gran total solo el 35% se encuentra en edad escolar óptima. El 65% corresponde a personas que no continuaron sus estudios.

En el nivel básico existen 19 hombres y 8 mujeres, de los cuales solo el 33%, se encuentra en edad óptima para dicho nivel educativo, el 67% no continuó con los estudios.

A nivel medio o diversificado existen 20 hombres y 10 mujeres, en donde solo el 43% se encuentra en edad óptima escolar, el 57% no concluyó su carrera.

1.3.5 Niveles de pobreza

Los niveles de pobreza de un pueblo, se pueden identificar determinando el grado de desarrollo, que éste ha alcanzado; en el caso específico del municipio de Salcajá, se puede afirmar que el área urbana está en vías de desarrollo, sin embargo el grado de pobreza se concentra en el área rural por las siguientes circunstancias:

- Infraestructura social y productiva deficiente.
- Alto grado de morbilidad, especialmente por enfermedades gastrointestinales y respiratorias.
- Precaria infraestructura para la atención de la salud.
- Deficiente infraestructura en educación.
- Vías de comunicación de terracería y en mal estado.

1.3.6 Migración:

El término migración se define como “El cambio de residencia habitual de personas, desde un lugar de origen a un lugar de destino o lugar de llegada y que implica atravesar los límites de una división geográfica, ya sea de un país a otro o de un lugar a otro, dentro de un mismo país”.²

² Océano Uno Color, Diccionario Enciclopédico, Barcelona, España. Edición 2000. Pág. 1069

Migración Interna: Se refiere a las personas que llegan a residir al Municipio provenientes de las distintas aldeas, caseríos, cantones o parajes que lo conforman.

Migración Externa: Se refiere a las personas que salen del Municipio a residir algún lugar dentro o fuera del país.

Cuadro 8
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Población en el extranjero
Año: 2001

Familiar en el Extranjero	Muestra	%
Si	118	44
No	149	56
Total	267	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

En comparación con años anteriores la migración ha ido en aumento, debido principalmente a razones económicas, falta de trabajo y pobreza en la mayoría de la población, lo que obliga a las personas a emigrar hacia el extranjero. Según la encuesta realizada en el Municipio, se determinó que el 44% de la muestra tiene familiares en el extranjero, mientras que el 56% restante no tienen familia en el extranjero o no respondieron a la pregunta.

Cuadro 9
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Residencia de la población en el extranjero
Estados Unidos de Norte América
Año: 2001

Estado	Muestra	%
Chicago	14	12
Washington	10	8
Trengton New Jersey	72	61
Los Ángeles	22	19
Total	118	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

De las personas encuestadas que indicaron tener familiares en el extranjero, el 61% de ellos cuentan con familiares que residen en Trengton estado de New Jersey. El resto de personas encuestadas que corresponde a un 39% indicaron tener familiares en los estados de Washington, Los Ángeles y Chicago. Los estados antes mencionados son el destino de la población emigrante, por la oportunidad que se tiene de trabajo y por la estadía de otros familiares.

1.4 DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA

Al referirse a la división Político-Administrativa, se tomará en cuenta que comprende la división geográfica del Municipio, así como la organización municipal.

1.4.1 División política

Según datos del Instituto Nacional de Estadística –INE- el Municipio estaba constituido por dos aldeas, una villa y tres caseríos

La situación de la división política del Municipio ha cambiado en la actualidad con relación al año de 1,981; se ha modificado por el mismo crecimiento de la población y ha sido más notorio en la ampliación de las áreas rurales que se

acercan al centro del Municipio. Dentro de la infraestructura en lo que se refiere a la villa anteriormente contaba con siete barrios, en la actualidad son catorce teniendo un 7% de crecimiento.

Según datos estadísticos del -INE- el municipio de Salcajá estaba constituido por dos aldeas; en el año 2001 estas han tenido un crecimiento por lo que se han subdividido en varios sectores por el mismo aumento poblacional.

Cuadro 10
Municipio de Salcaja – departamento de Quetzaltenango
División política
Año: 2001

Situación 2,001	Situación 1,981
Villa	Villa
Barrio Nuevo	El Carmen, zonas 3 y 4
San Jacinto	San Jacinto, zona 1
El Calvario	El Calvario, zona 2
San Luis	San Luis, zona 1 y 2
Barrio El Cementerio	La Cruz, zona 2
La Cruz	Barrio Nuevo, zona 1
Colonia Nueva	Casa Blanca, zona 1
Colonia San José	
Zona 3 y 4	
Finca de Aldeas Infantiles Rudolf Walter	
Barrio El Carmen	
Barrio Curruchique	
Barrio Cerrito El Carmen	
Caserío La Puerta de los Picados	
Caserío Sector 1	
Aldeas	Aldeas
Santa Rita	Santa Rita
Marroquín	Marroquín II
Curruchique	
Caseríos	Caseríos
Casa Blanca	Casa Blanca
El Tigre	El Tigre
Buena Vista	Barrio Nuevo

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Según datos estadísticos del INE, el municipio de Salcajá estaba constituido por tres caseríos; en el año 2001 los caseríos han conservado la misma división política.

1.4.2 División administrativa

La constitución Política de la República en el artículo 254 describe la conformación del gobierno municipal mediante un Concejo integrado por el Alcalde, Los Síndicos y Concejales.

Anteriormente la administración municipal estaba clasificada en la tercera categoría. Según el código municipal por el número de habitantes, la corporación municipal estaba constituida por: Alcalde Municipal, Síndico Primero Municipal, Concejales Primero Municipal, Concejales Segundo Municipal, Concejales Tercero Municipal, Concejales Cuarto Municipal, Concejales Suplente Municipal, Síndico Suplente Municipal, Tesorero Municipal y Secretario Municipal.

En la actualidad se modificó la categoría del Municipio, ahora como categoría uno, el nivel jurídico-político y el rango que mantiene por el número de habitantes, la corporación municipal se integra por: Alcalde Municipal, Síndico Primero Municipal, Síndico Segundo Municipal, Concejales Primero Municipal, Concejales Segundo Municipal, Concejales Tercero Municipal, Concejales Cuarto Municipal, Concejales Suplente Municipal, Síndico Suplente Municipal, Tesorero Municipal y Secretario Municipal.

1.5 INFRAESTRUCTURA

Está determinada por las vías de acceso y los servicios básicos con que cuenta una comunidad.

Todo centro poblado necesita tener obras de infraestructura básica tales como caminos, puentes, escuelas, centros de salud, energía eléctrica, servicio de

agua, correos y telégrafos y todos aquellos servicios que permitan el desarrollo de la población y del Municipio.

1.5.1 Vías de comunicación

La principal vía de comunicación es la ruta departamental que dista 195 kilómetros de la ciudad de Guatemala oeste-noroeste a la Cabecera Municipal. De ellos, del entronque con la carretera (asfaltada) Interamericana CA-1, frente a la cabecera San Cristóbal Totonicapán rumbo sur hay unos 5 kilómetros a la cabecera de Salcajá por la ruta nacional 1, también asfaltada y de allí rumbo suroeste unos 9 kilómetros al parque frente a la Municipalidad de la ciudad de Quetzaltenango. Por la ruta 1, de la ciudad de Totonicapán, frente a San Cristóbal Totonicapán son unos 12 kilómetros.

Salcajá cuenta también con caminos, laderas y veredas que unen a sus poblados, propiedades rurales entre si y municipios vecinos.

Las vías de acceso del municipio de Salcajá en lo que se refiere al área rural, no han tenido cambios significativos del año 1,994 al 2,001 ya que las condiciones de las mismas se han mantenido, se encuentran de momento en buenas condiciones, sin embargo por tratarse en su totalidad de caminos de terracería en época de invierno se tornan menos transitables o intransitables en algunos sectores. Lo anterior afecta el flujo comercial de los productores del área rural de Municipio hacia otros mercados.

1.5.2 Medios de transporte

El transporte público tiene fluidez a toda hora del día y a cualquier punto del territorio noreste y sureste del Municipio por estar comunicado con la carretera Interamericana. Además otro medio lo constituyen los fleteros y camiones particulares para el traslado de productos agrícolas, así como pick-ups y taxis estacionarios frente al parque central para el transporte de personas.

1.6 SERVICIOS

Son todos aquellos servicios básicos con que cuenta el Municipio para satisfacer sus necesidades.

1.6.1 Estatales

En el año de 1,994 el Municipio contaba con una oficina de correos y telégrafos nacional, la cual tenía a su cargo la distribución y recepción de mensajes para toda la población del Municipio. En el año 2,001 no sólo cuenta con la oficina nacional de correos y telégrafos sino también existen dos empresas privadas que se encargan de la distribución y recepción de correspondencia y encomiendas que se envían y reciben del país y del extranjero.

Dentro de los otros servicios de comunicación existentes se observó que en el municipio existe el servicio telefónico domiciliario, público y celular, anteriormente se contaba únicamente con servicio de teléfonos comunitarios, en un porcentaje muy bajo de personas que contaban con servicio domiciliario. Así también se cuenta con servicio de cable y dos radiodifusoras locales.

1.6.2 Municipales

Son aquellos servicios que proporciona la Municipalidad a la población.

Agua

Servicio que se presta desde el año de 1967, el cual cubría solamente el casco urbano, el área rural era abastecido por agua de pozos y manantiales. Actualmente se cuenta con tres sistemas de agua entubada, dos antiguos y uno reciente que prestan el servicio de dotación del vital líquido a la comunidad, el servicio domiciliario de agua, beneficia al 99% de la población en el área urbana y rural. El 1% del total de la población encuestada se abastece de agua por medio de pozos y agua entubada proveniente de manantial sin ningún tratamiento.

Cuadro 11
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Servicio municipal
Año: 2001

Vivienda	Urbana	%	Rural	%	Total	%
Agua Potable						
Si tiene servicio	204	99	60	100	264	99
No tiene servicio	3	1	-	-	3	1
Total	207	100	60	100	267	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001

Mercados y rastro

El mercado municipal se encuentra ubicado en el Barrio San Luis Zona 1, que fue construido en el año de 1,932. Las instalaciones de dicho edificio son insuficientes para el desarrollo del comercio. El día de plaza se llevaba a cabo los martes, pero por el crecimiento de la población y no poder satisfacer las necesidades de la misma, en la actualidad se establecieron como días de plaza martes y sábado. En el año 2,001 se encuentra en construcción un edificio más amplio y con mejores condiciones para el desarrollo de la actividad comercial, denominado PLAZA CENTRO.

En el Municipio existe un rastro municipal que se encuentra ubicado en la Zona tres Barrio El Carmen, este edificio en el año de 1,994 era suficiente para abastecer a la población, en el 2,001 con el desarrollo comercial este edificio ya es insuficiente para cubrir la demanda actual de la población.

Extracción de basura

Anteriormente la población del Municipio no contaba con el servicio de extracción de basura, la cual era depositaba en barrancos y lugares no propicios lo cual causaba contaminación en el Municipio.

En el año 2,001 la extracción de basura se realiza en coordinación con el centro de salud y la municipalidad. Para realizar este trabajo se cuenta con camiones recolectores de basura, que pasan dos veces a la semana por el área urbana y rural, cabe hacer mención que este servicio se presta sin ningún costo

Tratamiento de desechos sólidos

El municipio de Salcajá no cuenta con una infraestructura adecuada para el tratamiento de los desechos, estos se depositan en un barranco, lo que provoca contaminación del medio ambiente. El lugar asignado se encuentra a un kilómetro aproximadamente del casco urbano.

Otros servicios

El municipio de Salcajá cuenta con instalaciones deportivas, sociales y religiosas que por la importancia que tienen para la población, se hace necesario mencionar: En el año de 1994 se contaba con el estadio y gimnasio municipal, un salón de usos múltiples y dos iglesias católicas.

Instalaciones deportivas

El Municipio cuenta con: 1 estadio municipal, 2 campos de fut-boll, un gimnasio municipal, 2 canchas de básquetbol y una escuela Hípica ubicada en el Barrio Curruchique.

Instalaciones sociales

El Municipio tiene un salón social, que se utiliza para realizar cualquier tipo de evento.

1.6.3 Privados

Son todos aquellos servicios que proporciona las entidades privadas.

Energía eléctrica

En el año de 1994 era la empresa Hidroeléctrica del Estado –INDE- la encargada de la distribución del fluido eléctrico, un 75% de la población contaba con dicho servicio. Actualmente el fluido eléctrico es suministrado por la empresa DEOGSA, servicio que es recibido por el 99% de las viviendas encuestadas.

Cuadro 12
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Servicio privado
Año: 2001

Energía Eléctrica						
Si tiene servicio	206	100	58	97	264	99
No tiene servicio	1	0	2	3	3	1
Total	207	100	60	100	267	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, la distribución del servicio privado que proporciona la empresa DEOGSA en el Municipio, refleja que la mayoría de la población goza energía eléctrica.

1.7 ORGANIZACIONES EXISTENTES

Está compuesta por todas aquellas instituciones u organizaciones que existen o que funcionan en el Municipio cuyo objetivo fundamental es la ayuda comunitaria o buscar el desarrollo de las condiciones de salud, de educación, vivienda y comercio de la población.

Organizaciones de beneficio social.

La Aldea Infantil Rudolf Walthers, es una entidad privada, de servicio social, no lucrativa, apolítica y no religiosa, ubicada en la finca Las Victorias, Barrio El Carmen, municipio de Salcajá, es una institución benéfica que cubre el área de bienestar infantil, juvenil y familiar, alberga a niños que han sido abandonados, desplazados y menores en riesgo social severo.

Actualmente el proyecto atiende a 170 niños, alojados en diecisiete casas, cada una de las cuales está a cargo de una madre. A los niños que viven en la institución, se les brinda educación primaria, media y capacitación en cuatro talleres, para que puedan ejercer un trabajo u oficio al abandonar la institución.

Organización productiva

Se estableció que en el Municipio no se cuenta con organizaciones productivas que ayuden al desarrollo y mejoramiento de la comercialización de los productos que se producen en el Municipio, sin que se haya podido determinar las causas.

Organizaciones comunitarias

En la mayoría de aldeas, barrios y caseríos del Municipio, se cuenta con Comités de Desarrollo Local o Pro-mejoramiento integrados por vecinos del lugar, coordinados por la Municipalidad, las cuales tienen como objetivo primordial buscar el bienestar social por medio de proyectos orientados especialmente a la introducción de servicios básicos.

Otras entidades de apoyo en el Municipio

En el municipio de Salcajá, se cuenta con organizaciones de tipo social, de administración pública que se describen a continuación:

Organizaciones estatales

De acuerdo a los resultados de la investigación de campo se estableció que, en el municipio de Salcajá existen las instituciones siguientes: Municipalidad, Sub-delegación Municipal del Tribunal Supremo Electoral, Juzgado de Primera Instancia Civil, Sub-estación de la Policía Nacional Civil -PNC.-, Asociación Pro Bienestar de la Familia -APROFAM- (institución se mantiene por los aportes de las personas que utilizan este servicio), y la Extensión de la Supervisión Departamental del Ministerio de Educación.

ONG'S

En el Municipio no se encontró ninguna organización no gubernamental que trabaje en beneficio de la población.

Cooperativas

A continuación se describen las diferentes cooperativas que se localizan dentro del Municipio.

Cooperativa Salcajá, R.L.

Presta los siguientes servicios financieros: depósitos de ahorro, otorgamiento de préstamos de tipo fiduciario e hipotecarios, seguros de vida y presta el servicio de internet para sus asociados. Cuenta con una agencia central ubicada en el Municipio y agencias en Quetzaltenango y Totonicapán.

Cooperativa Artesanal, R.L.

Fue creada por los artesanos que se dedican a la elaboración de cortes típicos, con el fin de obtener mejores precios con los intermediarios. Ha tenido problemas en su administración y funcionamiento, razones que hace imposible sus operaciones.

1.8 ESTRUCTURA AGRARIA

En un lugar donde la producción agropecuaria es una de las actividades económicas, la estructura de concentración y tenencia de la tierra es determinante de la situación socioeconómica de su población.

1.8.1 Tenencia y concentración

El III Censo Nacional Agropecuario de 1979 reportó la existencia de 522 fincas, con una superficie total de 501.27 mz, las cuales se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro 13
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Número y superficie de fincas en manzanas
Año: 1979

Categoría de fincas	Número	%	Superficie	%
Microfincas				
de 1 cuerda menos de 1 Mz.	419	80.2	144.28	28.78
Fincas Sub-familiares				
de 1 a menos de 10 Mz.	99	18.9	290.60	57.97
Fincas familiares				
de 10 a menos de 64 Mz.	4	0.9	66.39	13.25
Total	522	100.0	501.27	100.00

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística –INE-, III Censo Nacional Agropecuario, 1,979.

Claramente se observa que las unidades productivas, clasificadas como microfincas, son importantes en cuanto a número, pero no en superficie, esto repercute en la producción y rentabilidad de los cultivos que producen los agricultores, quienes solo desarrollan una agricultura de subsistencia o autoconsumo.

1.8.2 Uso actual de los suelos

- Microfincas: la tierra se dedica a cultivos de autoconsumo.
- Fincas Sub-familiares: se destinan a cultivos anuales, que destinan su cosecha al autoconsumo

1.9 PRODUCCION DEL MUNICIPIO

A continuación se detalla las distintas actividades productivas que se dan en el municipio de Salcajá:

1.9.1 Agrícola

Dentro de la producción agrícola del Municipio en el año de 1,994 los cultivos principales eran maíz, trigo, haba, frijol y chilacayote debido a la poca asistencia técnica y financiera, cultivos perdieron auge en la economía del mismo, por lo que al año 2,001 algunos de estos productos son principalmente para el autoconsumo familiar.

Según datos de la encuesta realizada, los productos agrícolas que juegan un papel importante en la economía del Municipio son maíz, trigo, repollo, melocotón y manzana, que contribuyen al desarrollo del flujo comercial en otros mercados.

1.9.2 Pecuaria

Como consecuencia de la poca rentabilidad de la producción pecuaria, en el año de 1994, actividad que dejó de ser para el Municipio parte importante de la economía familiar de la población.

Las grandes extensiones en donde pastaba el ganado vacuno, en la actualidad se arrenda a personas de otros municipios para la siembra de hortalizas.

Existen personas que optan por dedicarse a la producción pecuaria como segunda actividad productiva, dedicándose a la crianza de aves para autoconsumo y algunos para la venta en el mercado local, un porcentaje mayor se dedica a la crianza de ovejas y cerdos los cuales son vendidos los días de mercado.

1.9.3 Artesanal

En el año de 1994 el 65% de la población del municipio de Salcajá se dedicaba a la producción de cortes típicos, actividad principal en la vida económica de la población. Con la utilización de tecnología tradicional y la carencia de la ayuda crediticia y asesoría sobre la producción, actividad productiva que sostenía a muchos hogares del lugar.

Actualmente y de acuerdo con información recabada en el municipio de Salcajá, el 54% de la población económicamente activa se dedica a la tejeduría, por lo tanto la elaboración de cortes típicos continua como la actividad primaria que permite generar ingresos de subsistencia a los productores.

Otras actividades artesanales que se desarrollan en el Municipio se encuentran bloqueras, panaderías y herrerías.

1.9.4 Industrial

En la actualidad existe en el municipio de Salcajá una fábrica de correas, la cual ha sido desde 1994 la única con el capital suficiente, maquinaria y personal necesario para la transformación de materia prima.

1.9.5 Servicios

En el municipio de Salcajá, por el desarrollo poblacional, se ha incrementado los servicios, actualmente se cuentan con clínicas médicas privadas, farmacias, servicios de courier, que se han creado para facilitar las necesidades de la población.

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DEL CORTE TÍPICO

Esta actividad se ha desarrollado como necesidad de subsistencia y como consecuencia del minifundio que existe en el altiplano del país. Por tal razón es importante protegerla, vigorizarla y organizar su desarrollo, no solo como medio de subsistencia sino desde el punto de vista cultural, a fin de mantener el perfil folklórico.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto investigado pertenece a la rama de los tejidos, una característica que sobresale y que es de mucha importancia es el diseño, que regularmente es vistoso, de este aspecto depende el valor que se le asigne, puesto que entran en juego los colores y lo que es la labor. Se le denomina labor a cada diseño o trazo que lleva el tejido y entre mas labores contenga cada uno de estos así se le dedica mas esfuerzo físico, tiempo y materia prima.

Origen del producto

La colonia introdujo el telar que predomina (telar de pie), pero a la par el telar de “palito” era el que el indígena utilizaba para producir las prendas artesanales, no con el fin de comercializarlas, es decir, de convertirlas en mercancías sino con un objeto de autoconsumo, en donde se plasmaba toda una cosmovisión específica de la cultura indígena.

La mayor parte de principios técnicos de la tejeduría son los mismos para ambos telares, por lo que no fue difícil que el indígena se adaptara al nuevo telar y volcara ahí todo su expresión artística, convirtiendo ambas actividades como algo propio y que pasaron a formar parte de su modo de vida, le brinda la oportunidad de expresar lo que se le había usurpado y desaparecido: Religión y conciencia.

Es decir que pasó a formar parte de la tradición, que fue transmitiéndose de generación en generación, adaptada y desarrollada cada vez mas, hasta llegar a ser lo que es hoy: parte importante de la identidad nacional.

2.2 PROCESO PRODUCTIVO

Es la forma en que una serie de insumos se transforman en productos, mediante la participación de una determinada tecnología: combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación.

Fases del proceso de producción

Está constituido por una serie de actividades que deben seguirse para la producción de un determinado producto. También puede definirse como una serie de actividades conjuntas que se llevan a cabo en forma lógica, secuencial y ordenada para obtener el producto terminado.

Se describen en términos generales, las etapas que comprende el proceso de producción de un corte típico de 8 varas.

Devanado

Es la etapa por medio de la cual se traslada o se enrolla el hilo en los carretes, comúnmente llamados cañones, para la realización del trabajo se utiliza un devanador que es un instrumento con estructura de madera sencilla, asentada sobre una base (de madera), en la que se coloca la madeja de hilo.

Henchido

Consiste en colocar el hilo en las canillas (pequeños trocitos de bambú) a través de la redina.

Enmadejado

Implica preparar las madejas, ordenando los hilos para que todos tengan la misma longitud.

Urdido

Es la preparación de los hilos en forma ordenada y combinada, se separan los hilos pares de los impares que serán colocados en el plegador del telar, o preparar la trascañonera para urdir el hilo y pasarlo como en forma de madeja.

Doblado

Se dobla el hilo en forma ordenada para su conservación y poder continuar con su proceso.

Amarrado

Es hacer los nudos en el hilo con el fin de formar las figuras deseadas.

Teñido

Proceso que se hace para darle el color deseado al hilo.

Desatado

Consiste en desatar los nudos hechos en el proceso de amarrado.

Plegado

Es la unión de los hilos ya urdidos en el cilindro plegador para tejerlos.

Avén tillado

Este proceso consiste en la unión de los hilos de un corte ya terminado con otro por iniciar, y así poder continuar con el tejido.

Almidonado o atolado

Consiste en aplicar almidón al hilo para que éste adquiera firmeza.

Traspaso de aviadura

Etapa mediante la cual se pasan los hilos en las mallas de la aviadura, de acuerdo con los hilos de la urdimbre (actividad eventualmente realizada).

Traspaso de peine

Los hilos de la urdimbre se pasan por la aviadura, por los claros del peine.

Ensamble

Proceso que al terminar de urdir los hilos se sacan del urdidor y en cada extremo del corte se pasan las barras de la orilla para empezar a ensamblar el telar.

Tejido

Es el penúltimo proceso por medio del cual se van entrelazando los hilos de la trama y la urdimbre, hasta obtener el tejido que posteriormente se convertirá en producto final.

Acabado

Consiste en desmontar el tejido del telar luego se les hacen las orillas se dobla y se queda disponible para la comercialización.

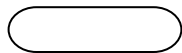
Flujograma del proceso productivo

El diagrama de flujo o flujograma es la representación gráfica de las operaciones, pasos, fases o procedimientos administrativos que se realizan en una empresa o institución. Se utiliza para conocer los ciclos completos de las principales transacciones de un ente, sea éste económico o no. Es una herramienta de análisis útil para conocer sistemas nuevos, o procedimientos

establecidos a todas aquellas personas que no estén familiarizadas con los mismos.

Todo diagrama de flujo consta de tres elementos: Los departamentos o actividades cubiertos, los símbolos que representan los documentos y registros relativos a las actividades y las líneas de flujo que muestran como se procesan las transacciones, según lo evidencian los documentos y registros.

A continuación se describen los símbolos utilizados en la elaboración del diagrama de flujo del proceso productivo de cortes típicos.



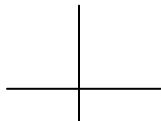
Inicio / final



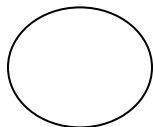
Preparar



Otros procesos

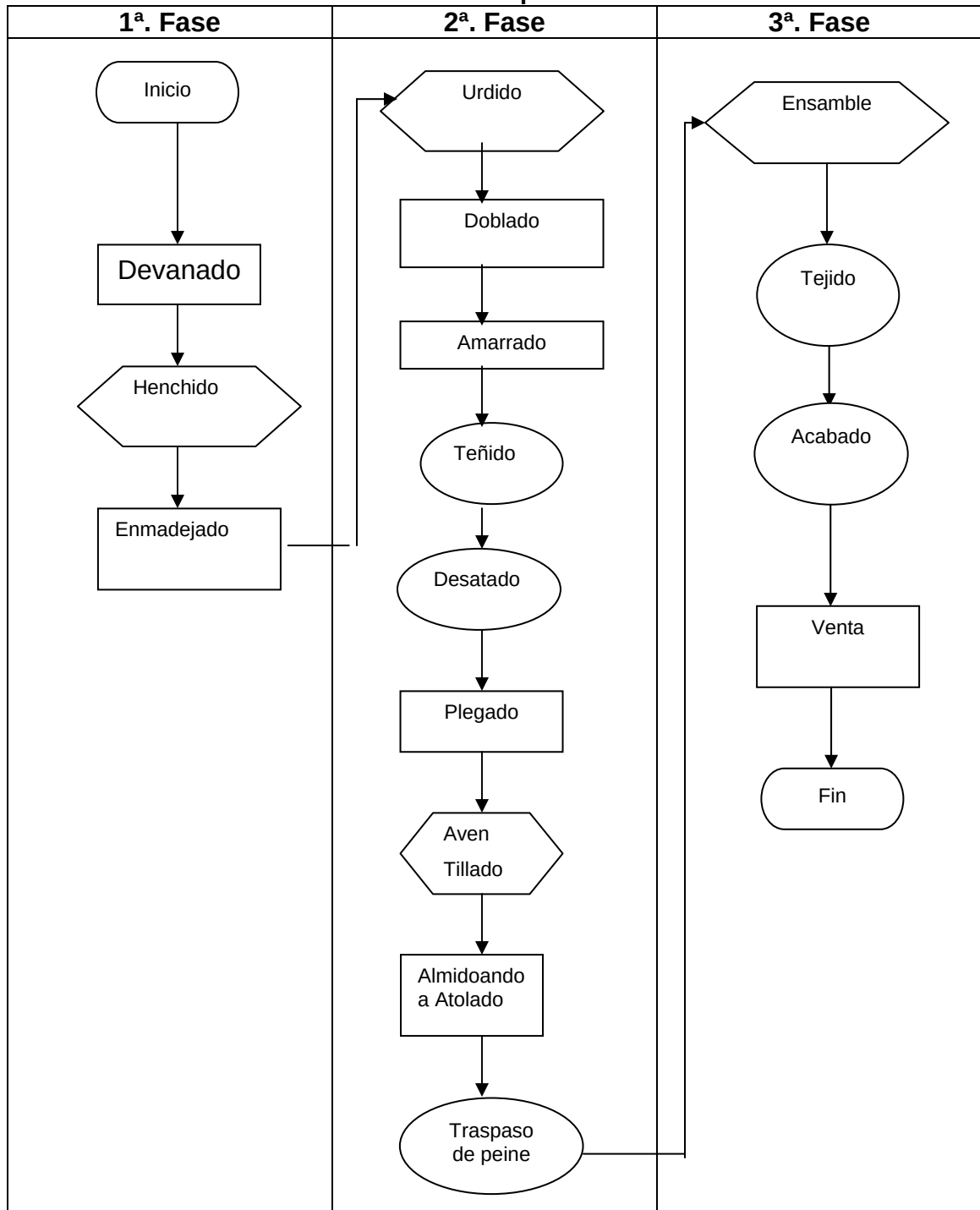


Líneas de flujo



Actividad manual

Gráfica 1
Flujograma
Proceso productivo
Cortes típicos



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

2.3 TECNOLOGIA

La tecnología aplicada en el proceso productivo, está representada por la maquinaria, herramienta y los métodos utilizados en la elaboración de los lienzos para la confección de los cortes típicos.

La tecnología se determina que es de bajo nivel, el proceso de elaboración del corte típico a través de la utilización del telar de pie, el cual es manejado por tejedores que con la práctica van adquiriendo rapidez y especialización.

Los telares de pedal, es el tipo utilizado por las familias europeas y fueron introducidos en Guatemala por los españoles.

El telar de pedal puede tener de 8 a 9 pies de largo, por casi cinco pies de ancho, está construido en madera en su totalidad y es regularmente de cuatro pedales. Consta de piezas fijas como pilares, cadenas superiores e inferiores, cargueros superiores e inferiores, mesetas, antepecho y soporte de la meseta; y móviles como el cilindro plegador de la urdimbre, el cilindro enrollador de la tela, la guía de los hilos, carcelas, contracarcelas, lisos o aviaduras, la caja o balán, el peine, volantines en algunos casos trinqueles y el banquillo.

Dentro de las herramientas que se utilizan el urdidor, redina, enmadejador, debanador, rastrillo, trascañadera, que le sirven para preparar el pie de tela, sobre la que se dejará el lienzo o el corte. La maquinaria y herramienta utilizada en el proceso de producción, conservan características ancestrales, como la elaboración manual; son de madera, fabricados por ellos mismos o por artesanos locales, y carecen de innovaciones tecnológicas significativas.

En cuanto al conocimiento y aprendizaje de la utilización de maquinaria y la herramienta, unos reciben estos conocimientos de sus progenitores como una

herencia familiar, otros aprenden el oficio como aprendices en talleres o reciben cursos, aunque esto es raro que se de.

2.4 PRODUCCIÓN

Se entiende por volumen de producción a la cantidad de bienes que el productor espera elaborar en un determinado período de tiempo.

El valor de la producción lo integra el porcentaje que el artesano le agrega a la materia prima, mano de obra y la utilización de herramientas mecánicas, durante el proceso de transformación del bien elaborado.

De acuerdo a la investigación realizada, el volumen y valor de producción anual por las tejedurías según su clasificación es la siguiente:

Cuadro 14
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Volumen y valor de producción anual
Según costos imputados
Año: 2001

Tamaño de empresa	Unidad Medida	Volumen de Producción	Precio Unitario Q.	Valor Total Q.
<u>Pequeños artesanos</u>				
<u>Tejedurías</u>				
Cortes típicos	Unidades	240	250.00	60,000.00
<u>Medianos artesanos</u>				
<u>Tejedurías</u>				
Cortes típicos	Unidades	720	400.00	288,000.00
TOTAL				348,000.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Según se aprecia en el cuadro anterior, las tejedurías obtienen mayor volumen de ventas al año, considerándose que no poseen una mejor capacidad instalada y la tecnología en el proceso de producción es baja, es de nivel I.

2.5 COSTOS

Para la determinación de los costos, se utiliza el método de costeo directo. Este método es una herramienta que permite efectuar análisis particulares en cada etapa del proceso productivo, y se obtiene una información inmediata y oportuna, la cual se encuentra resumida en el estado de Costo de producción, el cual se considera un estado financiero complementario. Los elementos que lo integran se detallan a continuación.

Insumos

Se considera insumos a la materia prima y la maquinaria y herramientas que se utilizan para la elaboración del producto que se elabora.

Mano De Obra

Es el importe de los salarios pagados durante un tiempo generalmente una semana, normalmente se utiliza mano de obra familiar y asalariada.

Gastos Variables

Entre los gastos variables de fabricación se encuentran: las prestaciones laborales, las cuotas patronales y las depreciaciones correspondientes a instalaciones, herramientas y maquinaria. A continuación se presentan las hojas técnicas del costo por los productos analizados.

De acuerdo al diagnóstico socioeconómico realizado en el Municipio, se determinó el costo de producción, con la técnica del costeo directo, el que está conformado por la materia prima, mano de obra directa y los gastos variables de fabricación. El sistema no incluye gastos fijos, ya que éstos son considerados en el Estado de Resultados de los artesanos, los mismos no varían si aumenta o disminuye la producción.

El estado de costo de producción, es el estado financiero que muestra lo que cuesta producir, fabricar o elaborar determinados artículos (cortes típicos) en un período determinado.

Estado de costo de producción comparativo de corte típico de ocho varas

De acuerdo a la información del cuadro anterior, el costo de producción para el año comprendido del 01 de julio del 2,001 al 30 de junio del 2,002 es el siguiente:

Cuadro 15
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Estado de costo directo de producción según encuesta e
Imputados de corte típico de ocho varas
Tejedurías pequeños artesanos
Del 01 de julio 2,001 al 30 de junio 2,002

Elementos del Costo	Según encuesta Q.	Imputados Q.	Diferencia Q.
Materia prima y/o insumos	20,940.00	20,940.00	0
Mano de obra	15,940.80	18,931.20	(2,990.40)
Costos indirectos variables		6,640.80	(6,640.80)
Costo directo producción	36,880.80	46,512.00	(9,631.20)
Producción en unidades	240	240	240
Costo unitario	153.67	193.80	(40.13)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

El cuadro anterior indica el total de la producción de cortes típicos y el costo unitario por corte de ocho varas. En comparación de los costos obtenidos según encuesta con los imputados, se determinó que la diferencia 21% es razonable.

En el cuadro los costos según encuesta muestran la inexistencia de costos variables, se debe a que utilizan mano de obra familiar y no le adicionan ningún valor por prestaciones laborales, debido a que aducen que son miembros de la

familia los que participan en el proceso productivo. Las variaciones que se observan se deben a que se cuantificó el valor de las prestaciones laborales de la mano de obra familiar, las cuotas patronales según lo establecido por las leyes vigentes a la fecha en que se realizó la investigación.

Estado de costo de producción comparativo de tela de 15 cortes.

A continuación se presenta el estado de costo de producción de tela de 15 cortes típicos, según los elementos del costo que lo integran.

Cuadro 16
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Estado de costo directo de producción
De tela de 15 cortes típicos de 8 varas
Tejedurías medianos artesanos
Del 01 de julio 2,001 al 30 de junio 2,002

Elementos del Costo	Según encuesta Q.	Imputados Q.	Diferencia Q.
Materia prima	53,136.00	53,136.00	0
Mano de obra	49,152.00	56,008.80	(6,856.80)
Costos indirectos variables	0	20,398.08	(20,398.08)
Costo directo producción	102,288.00	129,542.88	(27,254.88)
Producción en unidades	720	720	720
Costo unitario	142.07	179.92	(37.85)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

El cuadro anterior indica el total de la producción de una tela de 15 cortes típicos y el costo unitario por corte típico de 8 varas. En comparación de los costos obtenidos según encuesta con los imputados, se determinó que la diferencia del 19% es razonable.

2.6 RENTABILIDAD

Por medio de la rentabilidad se puede establecer la solvencia económica y financiera de la empresa, el uso de esta herramienta es de vital importancia para determinar el margen de utilidad de los diferentes productos comercializados. Para el análisis realizado en el Municipio, se aplica el método de la utilidad obtenida anualmente, con relación al valor total de ventas, costos según encuesta y costos imputados.

Dentro del campo de la producción de cortes típicos (tejedurías), se puede establecer la rentabilidad con los siguientes factores: Sobre las ventas y el costo de producción, se puede obtener por el porcentaje que resulta de dividir la ganancia entre las ventas o el costo y multiplicado por 100, como se muestra en el cuadro siguiente de una forma más clara.

Cuadro 17
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Estado de resultados comparativo
De corte típico de 8 varas Pequeños artesanos
Del 01 de julio 2,001 al 30 de junio 2,002

Elementos del Costo	Según encuesta Q.	Imputados Q.	Diferencia Q.
Ventas 100%	60,000.00	60,000.00	0
Costo de producción	36,880.80	46,512.00	(9,631.20)
Producción en unidades	240.00	240.00	240.00
Ganancia marginal	23,119.20	13,488.00	9,931.20
(-) Gastos Fijos	900.00	900.00	
Ganancia antes de ISR	22,219.20	12,588.00	9,631.20
Impuesto sobre la Renta 31%	6,887.95	3,902.28	2,985.67
Ganancia Neta	15,331.25	8,685.72	6,645.53
Rentabilidad sobre ventas	25.55%	14.48 %	11.08 %
Rentabilidad sobre costo prod.	41.57%	18.67 %	69 %

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Como se observa la producción de cortes típicos, refleja una fuente poco significativa de ingreso para el Municipio, es decir, la rentabilidad generada a través de las ventas y del costo son razonables, no obstante es preciso mencionar que los cálculos de rentabilidad según encuesta incrementaron debido a que no son considerados todos los costos.

Cuadro 18
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Estado de resultados comparativo
De tela de 15 cortes típicos medianos artesanos
Del 01 de julio 2,001 al 30 de junio del 2,002

Elementos del Costo	Según encuesta Q.	Imputados Q.	Diferencia Q.
Ventas 100%	288,000.00	288,000.00	0
Costo de producción	102,290.40	129,542.40	(27,252.00)
Producción en unidades	720	720	720
Ganancia marginal	185,709.60	158,457.60	27,252.00
(-) Gastos Fijos	1,200.00	1,200.00	
Ganancia antes de I.S.R.	184,509.60	157,257.60	27,252.00
Impuesto sobre la Renta 31%	57,197.98	48,749.86	8,448.12
Ganancia Neta	127,311.63	108,507.74	18,803.88
Rentabilidad sobre ventas	44.21%	37.67%	6.53%
Rentabilidad sobre costo prod.	124.46%	83.76%	69%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

En el cuadro anterior se observa la rentabilidad obtenida por cada actividad artesanal, de acuerdo a los costos según diagnóstico, los productos que reflejan mayor ganancia son los elaborados por los medianos artesanos, se debe al volumen de producción, la cual está relacionada con la capacidad instalada, la descentralización en las diferentes fases del proceso. Como se aprecia la rentabilidad que se refleja con costos imputados, es menor debido a que se le agregó a los costos variables el séptimo día, bonificación incentivo vigente a la

fecha que se realizó la investigación de campo, prestaciones patronales y cuotas patronales.

2.7 RAZÓN DE MARGEN DE GANANCIA

Permite conocer si el propietario de la unidad artesanal (pequeña) ha podido cubrir sus costos y si ha logrado obtener una ganancia, la cual se determina con la siguiente fórmula:

Productores de cortes de ocho varas:

$$\text{Ganancia Neta} / \text{Ventas} \times 100 =$$

$$8,685.72 / 60,000.00 \times 100 = 14.48\%$$

Como se observa la actividad artesanal de producción de cortes típicos (pequeños artesanos), por cada quetzal en ventas se obtiene el 14.48% de ganancia.

Productores de tela de 15 cortes:

$$\text{Ganancia Neta} / \text{Ventas} \times 100 =$$

$$108,507.74 / 288,000 \times 100 = 37.67\%$$

En la producción de cortes típicos (medianos artesanos), por cada quetzal en ventas se obtiene el 37.67% de ganancia, la diferencia corresponde al capital de trabajo (costos y gastos de producción).

2.8 RAZÓN DE RENTABILIDAD SOBRE EL COSTO DE PRODUCCIÓN

Es el resultado de la división entre la ganancia entre el costo de producción, indica cual es el grado de éxito alcanzado con la actividad productiva de la unidad artesanal, con la aplicación de la siguiente fórmula:

Productores de cortes de ocho varas:

Ganancia neta / costo de producción X 100 =

$$8,685.72 / 46,512.00 \times 100 = 18.67\%$$

Como se observa la ganancia representa el 18.67% de los costos, lo cual refleja que la producción de los pequeños artesanos de cortes típicos es poco rentable.

Productores de tela de 15 cortes:

Ganancia neta / costo de producción X 100 =

$$108,507.74 / 129,542.40 \times 100 = 83.76\%$$

Según el resultado anterior, el cual muestra que la ganancia cubre 83.76% del costo de producción, por lo que se puede determinar que es rentable.

2.9 FINANCIAMIENTO

Consiste en la concesión de créditos o transferencias de dinero por medio de empresas financieras o instituciones bancarias, a una persona individual o jurídica de acuerdo con garantías y plazo que entre sí convengan, para desarrollar actividades agrícolas, comerciales, industriales y otras.

Fuentes de financiamiento:

La fuente determina el origen de donde surgen los recursos con que cuenta el empresario para financiar sus operaciones, en consecuencia existen dos tipos de fuentes de financiamiento, así:

Fuentes internas:

Son los recursos financieros que la empresa genera internamente, sin recurrir al crédito externo, dentro del análisis llevado a cabo en el Municipio, se determinó que la mayoría de artesanos recurren reinvertir sus ingresos para llevar a cabo su proceso productivo. Por lo que se ha considerado que los ingresos por las ventas de sus cortes constituyen una fuente interna de financiamiento.

– **Fuentes externas:**

Son los recursos financieros que se obtienen a través de un crédito externo, con el fin de cubrir los gastos en que se incurre para llevar a cabo una actividad productiva.

De acuerdo a la investigación realizada en el Municipio, se determinó que no existe financiamiento externo, por no cuentan con suficientes garantías.

2.10 MEZCLA DE MERCADO

Al desarrollar una mezcla de mercado, se seleccionan los elementos que se proponen combinar en un esfuerzo por satisfacer las necesidades de un mercado meta. Reduce el número de variables en la función de comercialización a cuatro amplias clasificaciones: producto, plaza, precio y promoción.

2.10.1 Producto

En Salcajá, específicamente en el área artesanal se elaboran en mayor proporción los cortes típicos, seguido de la elaboración de blocks y pan.

Cortes típicos

La tradición de la producción textil, tiene como producto principal los cortes típicos.

Descripción

Lo que caracteriza al producto es la combinación de colores, la expresión artística que se plasma en el telar, se elabora una tela hasta de quince cortes; otra de las cualidades es que existe una gran demanda debido a que la mayoría de las poblaciones vecinas al Municipio es indígena.

Calidad

Actualmente han cambiado gradualmente con el paso de los años. Esta evolución con toda seguridad se debe a la revolución industrial, la cual trajo consigo cambios en cuanto a los materiales empleados tradicionalmente; además, los portadores pertenecen a una cultura viva llena de energía. Sin embargo, la habilidad ancestral para tejer se ha conservado en las distintas poblaciones indígenas, debido a que es transmitida de generación en generación.

A pesar de las modificaciones y el empleo de nuevos materiales en la producción de cortes típicos, la mayoría de los diseños permanecen, porque forman parte importante de la transmisión de valores culturales.

Una de las características de la calidad del producto, se debe a la utilización de hilos de alta seda, artisela, lustrina, hilos dorados y la creatividad de los diseños.

Presentación

El corte típico tiene una medida estándar que equivale a ocho varas de largo por un metro de ancho, y se presenta en forma doblada.

Empaque

No utiliza empaque, para el transporte del mismo, se doblan y estiban de ocho a diez cortes típicos en una manta, la que se recoge en el momento de entrega del producto.

2.10.2 Precio

Regularmente el precio de los productos se determina basándose en los gastos que realiza los artesanos, por la compra de materia prima, la mano de obra y una utilidad que ellos estimen conveniente.

Mayoreo

El artesano entrega la producción semanal al intermediario, él que a su vez le garantiza que siempre le comprará; por lo que se determina el precio de mayorista, el cual es Q 220.00; como se observa el comportamiento que presentan los productores que elaboran los cortes típicos, no les interesa el menudeo, debido a que prefieren vender el total de lo que producen a una sola persona.

Menudeo

Cabe mencionar que algunos de los productores tratan de vender su producto lo más rápido, con el propósito de financiarse y así volver a comprar materia prima, este comportamiento se da sobretodo con el pequeño artesano, por lo que se determina el precio por lo general es de Q 350.00.

Descuentos

No existe una tabla de descuento establecida cuando se negocia alguna prenda o corte típico, simplemente cuando ofrecen el pago al contado es posible que se conceda un precio mas bajo.

Condiciones de crédito

Cuando se presenta poca demanda de los cortes típicos en el Municipio, se le entrega al intermediario para que los venda y en un plazo de ocho días aproximadamente, él cancela el valor del producto.

2.10.3 Plaza

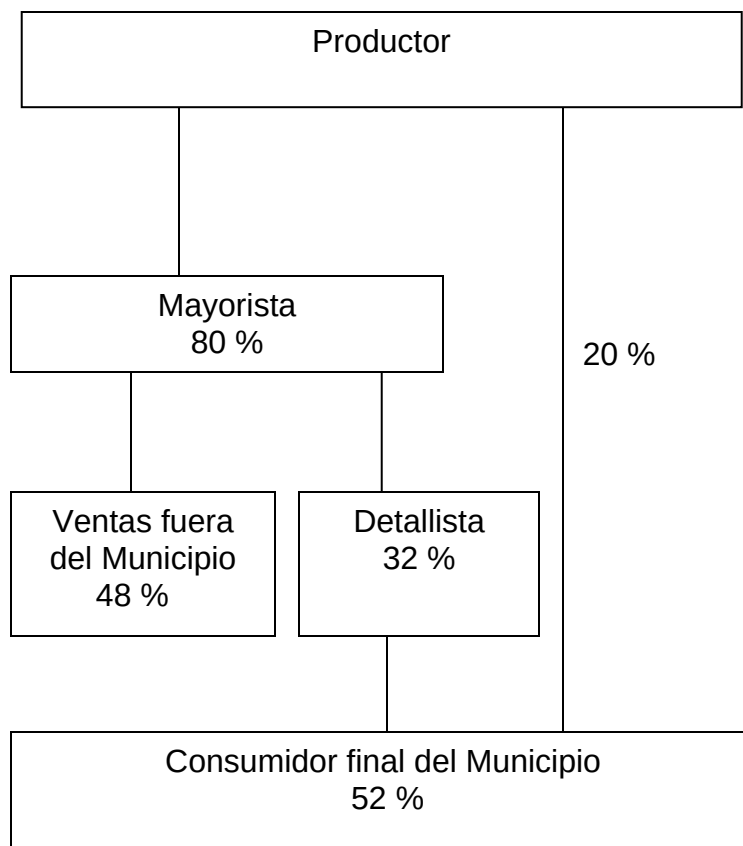
Plaza no solo supone el área geográfica, sino todos los canales e Intermediarios a través de los cuales el producto se mueve. Es el mercado al que va dirigido el producto.

En la investigación efectuada en el Municipio, se determinó que los artesanos comercializan a través de tres canales de distribución bien definidos, los cuales para entregarlos utilizan vehículos y en otras ocasiones en forma personal, el flete en determinadas oportunidades lo paga el comprador y en otras ocasiones el productor.

Canales de comercialización

El canal de distribución utilizado en el Municipio, es la Comercialización Mixta, donde participa el productor, uno o varios mayoristas y distribuidores detallistas. A continuación se presenta en forma gráfica los tres canales de distribución y comercialización utilizados por artesanos en el Municipio, así: Para los artesanos de las ramas de tejeduría (cortes típicos).

Gráfica 2
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Tejedurías (cortes típicos)
Canales de comercialización
Año: 2001



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Como se observa en la gráfica, el total de la producción, se distribuye el 20% directamente del productor hacia el consumidor final y al mayorista en un 80%, se lleva la mayor parte de lo adquirido hacia otros Municipios y lugares aledaños debido a que no cuentan con un centro de acopio, el resto hacia el detallista, quien a su vez también lo traslada al consumidor final.

Es la diferencia del precio que paga el consumidor final, por un producto, con relación al precio que recibe el productor. Al vender directamente del productor al consumidor se dice que el margen es cero, pero a medida que la comercialización utiliza otros canales, se incrementan los costos en que se incurre para hacerlos llegar hasta los puntos de venta, estos se agregan al producto y son absorbidos por el consumidor final.

Cuadro 19
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Tejedurías
Márgenes de comercialización
Año: 2001

Producto	Institución de venta	Precio de venta Q.	Margen bruto Q.	Costo de comercialización Q.	Margen neto Q.	Rendimiento de inversión	% Participación
Cortes típicos	Productor	220.00					63
	Mayorista	290.00	70.00	9.50	60.50	28%	20
	Detallista	350.00	60.00	5.00	55.00	19%	17
	Consumidor Final						
TOTAL			130.00	14.50	115.50		100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Para el análisis del Margen Bruto y Neto de Comercialización para el corte típico, se realizan las siguientes fórmulas:

$$MBC = \frac{PV \text{ detallista} - PV \text{ productor}}{PV \text{ detallista}} \times 100$$

$$MNC = \frac{MBC - CM}{PV \text{ detallista}} \times 100$$

El margen bruto de 37% indica que por cada quetzal que paga el consumidor final en su compra, Q.0.37 centavos corresponden a los intermediarios y los restantes Q. 0.63 al productor.

De acuerdo al margen neto, se establece que la comercialización del corte típico aporta una utilidad de Q. 115.50 para el detallista y los restantes Q. 14.50 corresponden a gastos de comercialización.

Atención y exhibición

Los días de mercado los vendedores minoristas en la plaza y parques, muestran la vistosidad de los diseños y colores de los cortes típicos. Además las tiendas con sus aparadores y mostradores también atraen a las personas interesadas en adquirirlas.

Control de existencias

No existe un control de existencias definido, el intermediario, es el que de alguna manera necesita tener un número de existencias de los distintos diseño y colores de los cortes de mayor demanda.

Almacenamiento

El productor no almacena los cortes, necesita capital para comprar materia prima y así continuar con su trabajo, sin embargo en algunas tiendas de corte del Municipio guardan un stock de cortes para la venta.

Transporte

Está constituido por aquellas actividades que hacen fluir los productos hacia los mercados terminales, los que cuentan con facilidad para recibir y expedir los artículos en grandes volúmenes hacia mercados secundarios, los que incluyen toda la gama de mercados desde distribuidores y mayoristas, hasta mercado minorista o bien al consumidor final.

En lo referente a los cortes típicos, se traslada por medio del propietario de las tejedurías hacia el intermediario, el cual se transporta en bus hacia el lugar donde se ubica el consumidor final.

2.10.4 Promoción

Es una de las cuatro variables controlables con las que trabaja la gerencia de mercadotecnia.

Elección de mercado meta

Es el segmento de mercado al cual se desea llegar con una campaña publicitaria o promoción previamente planificada.

Pueden existir varios pasos a seguir, primero; identificar los clientes actuales y potenciales, para determinar el mercado objetivo primario, serian las personas que más fácilmente pueden adquirir el producto, es dirigido a mujeres indígenas de dos años en adelante que utilizan este tipo de vestimenta.

Publicidad

Es la comunicación masiva pagada, cuyo propósito final es informar, desarrollar actitud e inducir acción benéfica al anunciante, generalmente la venta de un producto o servicio. Para este producto no existe ningún tipo de publicidad.

Contratación de vendedores

En la comercialización de los cortes típicos, no se establece la contratación de vendedores, debido a que el intermediario es la persona que se encarga de llevar cabo esta actividad.

Promociones de venta

No existe una promoción de venta, debido a que los productos que elaboran no poseen una marca establecida.

2.11 ORGANIZACIÓN

Según el análisis socioeconómico realizado y para determinar el tamaño de empresa se tomó en cuenta los siguientes indicadores: volumen de producción, ventas, capital invertido, mano de obra empleada, nivel tecnológico, organización y comercialización, por lo que se estableció que los productores de artesanías presentan las siguientes características:

La organización existente es de tipo familiar, específicamente en el sector artesanal, se realiza directamente por el propietario, no tiene niveles jerárquicos ni asesoría técnica.

Las operaciones las realizan en forma tradicional, carecen de planificación y controles, en consecuencia, el sistema de organización que se observó es el de Organización Lineal, comúnmente utilizada, por su fácil implementación y se desarrolla desde el productor o propietario en forma directa hasta los subalternos.

Gráfica 3
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Organización de la producción del sector artesanal
Año: 2001



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Según los datos obtenidos, el 45% de los artesanos utiliza mano de obra familiar, el 20% contrata personal para llevar a cabo el proceso productivo y el 35% utiliza mano de obra mixta.

2.12 PROBLEMÁTICA

Derivado de la investigación realizada, se estableció que en el municipio de Salcajá, la mayor parte de la población se dedican a la elaboración de cortes típicos, debido a que es uno de los productos más importantes que participa en los ingresos de la población. La inexistencia de organización de los productores, no permite la búsqueda de asesoría técnica adecuada para la producción. Falta de integración del mercado, provoca altos costos en la comercialización del producto, que elimina la posibilidad de inserción ventajosa de la producción en el mercado nacional. Los productores desconocen los beneficios económicos y sociales que pueden obtener al organizarse para la producción y comercialización de los cortes típicos.

Desde hace un año a la fecha este sector ha tenido una crisis en la comercialización del producto, debido al desempleo y pobreza en el campo, la baja demanda del producto, derivado de la caída de precio en el cultivo del café, se debe a que la mayoría de las personas que adquieren este producto son trabajadores de fincas cafetaleras y su poder adquisitivo ha disminuido.

2.13 SOLUCION SUGERIDA

La solución propuesta a la crisis actual de la producción y comercialización de los cortes típicos, surge como una necesidad que tienen los productores en el municipio de Salcajá, contar con una organización de tipo legal, sencilla que permite lograr objetivos de beneficio colectivo e integrarlos en un Comité de Productores para incrementar la productividad que permita mejorar los ingresos a través de mantener el nivel de empleo, que asegure la comercialización del producto en el mercado interno, buscar fuentes de financiamiento y nuevos mercados, además de contribuir al incremento del consumo interno mediante

actividades de mercadeo y que optimice el uso de los recursos con el propósito de mejorar el nivel socioeconómico.

CAPÍTULO III

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO BAJO INVERNADERO

A continuación se presenta la propuesta de inversión del cultivo de chile pimiento bajo invernadero, se considera potencialidad dentro del Municipio y se plantea de la forma siguiente:

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

“El chile pimiento es una planta originaria de América, que pertenece a la familia de las solanáceas, conocidas con el nombre científico de *Capssicum Ammnun*” ³

3.1.1 Producción anual

Para el presente proyecto se estima la siguiente producción anual, una manzana de tierra tiene 16 cuerdas y en cada dos cuerda se creará un invernadero, cada uno producirá veinte cientos de chile pimiento en dos cosechas al año, con un total de 160 cientos por manzana.

3.1.2. Mercado meta

La producción de chile pimiento está enfocado a cubrir la demanda, no solo del municipio de Salcajá, así como los Municipios aledaños y Ciudad Capital.

3.1.3 Justificación

El cultivo de chile pimiento bajo invernadero, constituye una excelente alternativa para la diversificación de la producción del Municipio.

³ SUPERB, Manual agrícola. (Casa Editora: Productores Superb Agrícola, S.A.).Guatemala, 1986 P. 179

El invernadero (bajo plástico) es un edificio con paredes y cubierta de plástico traslúcido, empleado para el cultivo de plantas delicadas, o para forzar su crecimiento fuera de temporada, los invernaderos están ideados para transformar la temperatura, la humedad y la luz exteriores y conseguir así las condiciones ambientales similares a la de otros climas

Con base a la investigación de campo, se determinó que el Municipio cuenta con áreas disponibles y condiciones para construir los invernaderos; con las condiciones agronómicas y climatológicas necesarias para el cultivo del chile pimiento, así como con recursos naturales y humanos. Se considera que la propuesta aportará beneficios económicos y sociales para el Municipio, como la generación de empleo y mejores ingresos para los productores.

3.1.4 Objetivos:

Los objetivos que se buscan alcanzar, con la implementación del presente proyecto son:

Generales:

- Optimizar el uso de la tierra en cultivos altamente productivos, que generaría mas fuentes de trabajo a la población de Salcajá.
- El invernadero facilita el cultivo y protección de los semilleros y plantas del chile pimiento que son delicadas, con sus paredes y techos de plástico, lo que permite regular la temperatura, la humedad, el aire, la luz, el control de los insectos y las malas hierbas.

Específicos:

- Promover la autosuficiencia productiva dentro del Municipio y la producción de cultivos de exportación, para la generación de empleos

a la población y así incrementar el nivel de ingresos que les permita un desarrollo socioeconómico.

- Tecnificar la producción de chile pimiento, para obtener un producto mas competitivo en relación a volumen y calidad.

3.2. ESTUDIO DE MERCADO

La finalidad el estudio de mercado es comprobar que existe un número de individuos, empresas y otras entidades económicas que presenten una demanda que justifique la propuesta de un programa de producción en un cierto periodo. Este estudio comprende, la demanda, oferta, precio y comercialización de la producción.

Presentación o unidad de medida

Para efectos de venta a mayoristas, minoristas y detallistas el producto se vende por ciento, pero al consumidor final se comercializa por unidad.

3.2.1 Oferta

“Es la relación que muestra las distintas actividades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer y poner en venta a precios alternativos posibles, durante un periodo de tiempo”⁴

La oferta está representada por la cantidad de bienes producidos en el país, mas las importaciones, menos las exportaciones referidas a un periodo determinado para su cuantificación en unidades y valores.

La oferta de chile pimiento está conformada por la producción nacional que se origina en diferentes lugares de la República. En su mayoría la producción es efectuada por pequeños y medianos agricultores. Actualmente los

⁴ Gilberto Mendoza. Compendio de Mercadeo de productos agropecuarios. San José. Costa Rica. 1987. p. 95

departamentos de Guatemala donde se registra producción comercial son: Jalapa, El Progreso, Baja Verapaz, Zacapa y Chiquimula, aunque también se produce en otras regiones, en menor escala.

La producción de chile pimiento se encuentra ampliamente diseminada en el territorio nacional, principalmente en los departamentos de clima subtropicales; entre los más representativos están: Quetzaltenango, Chimaltenango, Sacatepéquez. A continuación se presenta el cuadro donde se indica la producción nacional, mas las importaciones que conforman la oferta total.

Cuadro 20
República de Guatemala
Oferta total histórica y proyectada
Años 1995-2004
(Miles de Quintales)

Año	Producción Nacional	(+)	Importaciones	(=)	Oferta Total
1995	450.0		0.00		450.0
1996	460.8		0.00		460.8
1997	531.7		0.00		531.7
1998	379.2		0.00		379.2
1999	360.0		0.00		360.0
2000	405.8		0.00		405.8
2001	434.0		0.00		434.0
2002	462.3		0.00		462.3
2003	490.6		0.00		490.6
2004	518.8		0.00		518.8

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Guatemala

Se puede observar que la producción nacional proyectada crece aceleradamente, lo que beneficia al proyecto.

3.2.2 Demanda

“Es la cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado y un periodo determinado. La demanda en economía,

por lo tanto, va mas allá de la noción corriente de deseo o necesidad, a menos que el deseo se haga efectivo mediante la capacidad y deseo de pagar, no hay demanda en el sentido económico”⁵

La demanda de chile pimiento, está constituida por el mercado local, regional, nacional, e internacional, es un cultivo que en los últimos años se ha exportado en pequeñas proporciones a destino centroamericano. es un producto no tradicional de gran demanda principalmente en los Estados Unidos de Norte América. Un pequeño porcentaje de lo que se cosecha, no cumple con las reglas de calidad es el que se vende en el mercado local. Lo anterior permite determinar las expectativas que existen en la viabilidad del proyecto.

Se analizan aspectos tales como: demanda potencial, consumo aparente y demanda insatisfecha.

Cuadro 21
República de Guatemala
Demanda potencial histórica y proyectada de chile pimiento
Años 1996 –2005
(Miles de Quintales)

Año	Población total	Población delimitada	Consumo anual per/capita b/	Demanda potencial qq
1996	10,926,086	8,194,565	0.023	188.5
1997	11,343,195	8,507,396	0.023	195.7
1998	11,742,918	8,807,189	0.023	202.6
1999	a/12,059,976	9,044,982	0.023	208.0
2000	12,385,595	9,289,196	0.023	213.7
2001	12,720,006	9,540,005	0.023	219.4
2002	13,063,446	9,797,585	0.023	225.3
2003	13,416,159	10,062,119	0.023	231.4
2004	13,778,395	10,333,796	0.023	237.7
2005	14,136,633	10,602,475	0.023	243.9

a/ Cifras Proyectadas

b/ Consumo per cápita según INCAP

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INE e INCAP

⁵ Arthur Seldon, F.G.Penase. Diccionario de Economía. (Oikos-tau, s.a.-ediciones. Barcelona, Epaña, 1975) p.554.

Como se puede ver en el cuadro anterior, existe un crecimiento sostenido en la demanda potencial de este producto, lo que confirma el éxito del proyecto en los siguientes años.

Consumo aparente y demanda efectiva

El consumo aparente, resulta de adicionar a la oferta nacional las importaciones y deducir las exportaciones. Durante el período 1995-2004 la producción de chile pimienta se mantiene en constante crecimiento, mientras que las importaciones no manifiestan movimiento, sin embargo la producción nacional es muy importante en este cultivo. Por su parte las exportaciones se mantienen, sin embargo disminuyen si no se utilizan los mecanismos necesarios para mejorar el rendimiento de la venta en el exterior.

Cuadro 22
República de Guatemala
Consumo aparente de chile pimienta
Años 1996 – 2005
(Miles de Quintales)

Año	Producción nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente
1996	460.8	-	330.2	130.6
1997	531.7	-	420.7	111.0
1998	379.2	-	330.4	48.8
1999	360.0	-	296.0	64.0
2000	405.8	-	351.3	54.5
2001	1/ 342.9	-	2/ 327.2	15.7
2002	314.7	-	303.0	11.7
2003	286.5	-	278.2	8.3
2004	258.3	-	254.8	3.5
2005	230.1	-	234.4	4.3

Proyección en base al método $Y_c = a + bx$ donde 1/ $a = 427.5$ 2/ $b = 28.2$ $x = 6$ (2,001).

Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por Banco de Guatemala.

Demanda Insatisfecha

Estimar la demanda insatisfecha en un proyecto, resulta de gran utilidad, debido a que de la misma depende que el producto tenga una oportunidad en el mercado. El siguiente cuadro representa esta variable del cultivo del Chile pimienta bajo invernadero.

Cuadro 23
República de Guatemala
Estimación de la demanda insatisfecha de chile pimienta
Años 1996 –2005
(Miles de quintales)

Año	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
1996	188.5	130.6	57.9
1997	195.7	111.0	84.7
1998	202.6	48.8	153.8
1999	208.0	64.0	144.0
2000	213.7	54.5	159.2
2001	219.4	15.7	203.7
2002	225.3	11.7	213.6
2003	231.4	8.3	223.1
2004	237.7	3.5	234.2
2005	243.9	4.3	248.2

Fuente: Elaboración propia basándose en datos del Banco de Guatemala

Derivado del cuadro anterior, se observa un crecimiento de la demanda insatisfecha con la que cuenta el producto, por ende el proyecto del cultivo de chile pimienta tiene la oportunidad en el mercado.

3.2.3 Precio

Es determinado por la relación existente entre la oferta y la demanda., En el caso del chile pimienta por ser un producto agrícola el precio es bajo en época de cosecha y aumenta al existir escasez en el mercado. Según encuesta

realizada, el precio de venta propuesto para el proyecto es de Q.90.00 el ciento, lo que hace rentable su comercialización.

3.3 ESTUDIO TÉCNICO

Dentro del estudio se establece el proceso productivo, descripción técnica del producto, tecnología utilizada, tamaño, la localización, ingeniería del proyecto, externalidades, distribución de la planta.

3.3.1 Proceso Productivo

El proyecto presenta un proceso productivo que se detalla a continuación:

a.- Preparación de semilleros

Por ser una planta demasiado delicada, se acostumbre sembrarla en semilleros, para facilitar el control de enfermedades. Ello permite a la vez hacer una selección mas adecuada de las plantas que serán trasladadas al lugar definitivo. El semillero, debe establecerse en sitios ventilados y en suelos en donde no haya habido enfermedades de preferencia en donde exista agua cerca para aplicar sistema de riego por gravedad.

Los semilleros se preparan con una mezcla de tierra negra, arena y estiércol bien descompuesto. La mezcla debe ser perfectamente hecha, pulverizada y niveladas, formando un camellón o tablón de 1.20 metros de ancho, por el largo que se desee. Estos camellones se levantan unos 20 centímetros sobre el nivel del suelo y los bordes se protegen para evitar que sean destruidos por las lluvias.

La semilla del pimiento debe sembrarse pasada una semana de aplicado el gas, para dar tiempo a que éste se evapore y no la dañe.

b. Siembra

La siembra se realiza en los tabloncillos, siguiendo la dirección transversal al largo en surquitos distanciados 10 ó 15 centímetros unos de otros. La semilla se echa al chorrillo y se cubre con 1 ó 2 centímetros de tierra. Posteriormente se pone sobre el semillero paja u otro material parecido y se le aplica un pequeño riego. A los 5 ó 6 días, cuando las semillas han germinado, se retira la paja y se procede a colocar un techo de hoja de palma u otro material a lo largo de los tabloncillos para dar a la siembra un 50% de luz solar. A los 30 ó 35 días después de la germinación, las plantitas alcanzan el desarrollo adecuado para el trasplante o sea 15 a 20 centímetros de altura.

El chile pimiento se cultiva todo el año. En época seca puede cultivarse con riego. En climas muy fríos mejora satisfactoriamente en el periodo comprendido entre abril y agosto, fuera de la época de las heladas.

c.- Trasplante

Cuando las plantitas se encuentran del tamaño adecuado, se transplantan al campo definitivo. Para ello se hacen surcos o hileras distantes entre sí 70 centímetros. El trasplante se realiza 4 ó 5 días después dejando entre plantas 50 centímetros.

Para arrancar con facilidad y sin romper las raíces de las plantitas en el semillero, éste debe regarse bien el día anterior al trasplante. Se regarán también los surcos del terreno definitivo antes y después de plantar las matitas sin importar el grado de humedad del suelo. El trasplante debe hacerse de preferencia en las tardes después del intenso sol y si fuere posible en días nublados.

d.- Fertilización

Se hace de acuerdo con el resultado del análisis del suelo.

e.- Control de malezas

La plantación debe mantenerse libre de malezas abonada y bajo un plan cuidadoso de control de enfermedades y plagas.

Las limpiezas deben ser superficiales y hacerse con la frecuencia indispensable para destruir las malas hierbas.

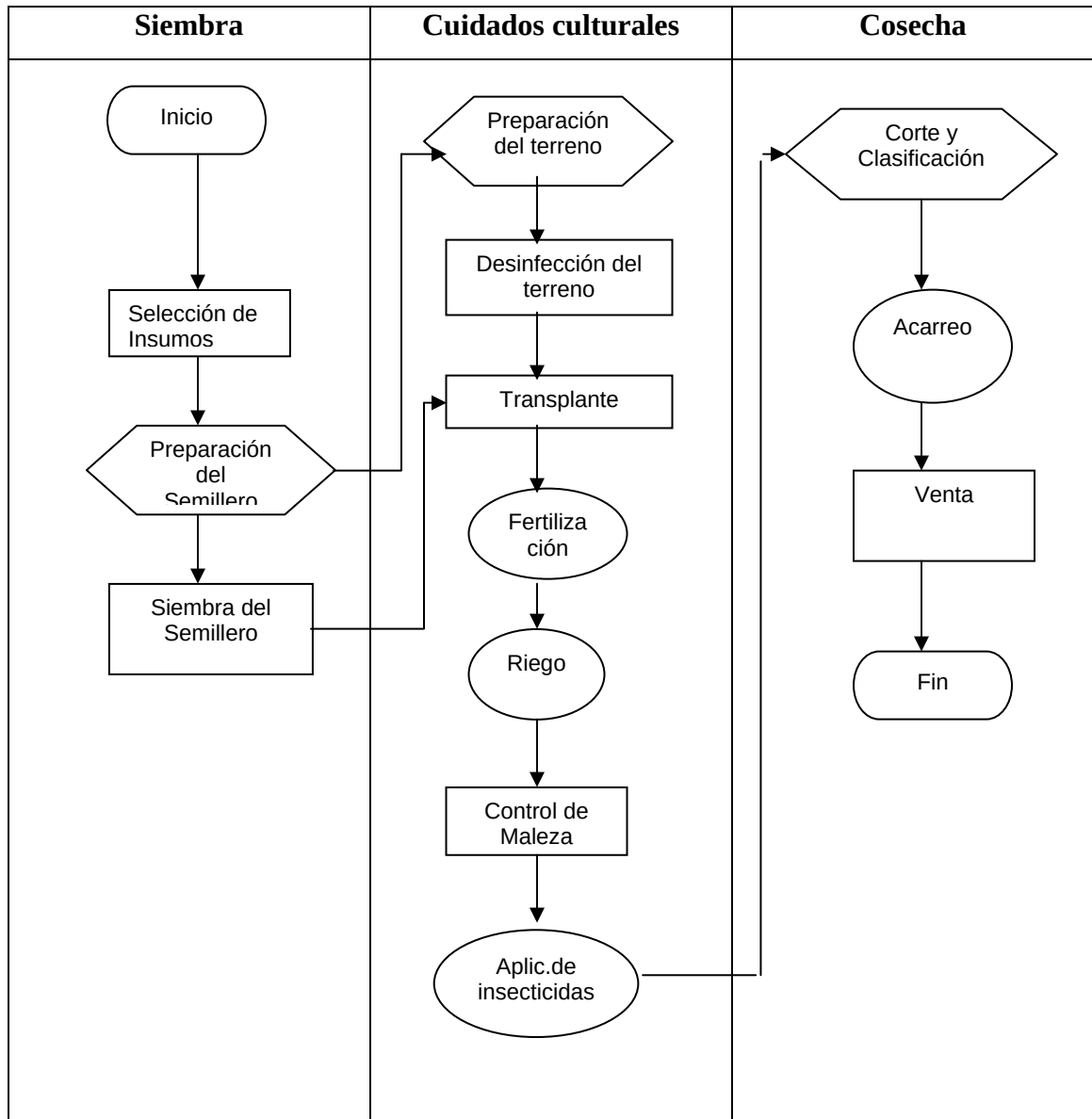
f.- Plagas

Plagas del suelo como gallina ciega, gusano nocherero o trazador, gusano de alambre y larva de tortuguilla, se combaten con Aldrín o Volatón y Clorhex o Heptacloro.

g.- Cosecha

La mayoría de variedades de chiles dulces comerciales tienen un período vegetativo de 120 días a 160 días, desde la siembra en el semillero hasta la madurez completa. El fruto se recolecta en diferentes estados de madurez, según el propósito que se tenga. Si se lleva al mercado como chile fresco, debe cortarse en todo su desarrollo y antes de que empiece a perder el color verde oscuro o el amarillo canario ceroso que tienen algunas variedades.

Gráfica 4
Municipio de Salcajá - departamento de Quetzaltenango
Proyecto: Producción de chile pimiento bajo invernadero
Flujograma del proceso productivo



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

3.3.1.1 Descripción técnica del producto

Debido a su buen aclimatación, el chile pimiento puede ser cultivado en distintas regiones, así como en distintas variedades de suelo. Según variedad, alcanza

alturas de 30 a 70 centímetros en su pleno desarrollo, con un periodo vegetativo de 120 a 180 días, desde que se siembra hasta la madurez completa.

Su reproducción se lleva a cabo por semilla, fructifica en balla semicartilaginosa de forma y dimensiones distintas, con dos o tres celdas no completamente aisladas, porque las paredes de separación no llegan al vértice del fruto, y también son de pared un poco carnosas y de sabor dulce.

Las propiedades alimenticias que posee el chile pimiento, satisface importantes requerimientos de quien lo consume. Presenta un alto contenido de vitamina C, ya que por cada 100 gramos de producto, se obtiene 150 a 180 miligramos de vitamina C. Tiene, además, cantidades significativas de vitaminas B1 y B2. Las hojas son enteras, ovales o lanceoladas, siendo las inferiores alternas. Tiene flores hermafroditas solitarias, de color blanco amarillento.

Propiedades químicas

A y C El chile pimiento es una hortaliza de alto valor nutritivo, contiene vitamina, así como calcio, fósforo, hierro, proteínas y calorías. Además, neutraliza la acidez del estómago y de la sangre.

Variedades

En Guatemala se acostumbra sembrar diversas variedades de chile pimiento, entre las que se menciona:

California Wonder, Yellow Wonder, Marconi y variedades criollas. Sus características y requisitos se adaptan a la producción en invernadero. En cuanto a la variedad que se pretende implementar es la *Marconi*.

Uso

Por su contenido vitamínico y principalmente por su sabor agradable, esta hortaliza que tiene diversidad de usos en la industria y es un ingrediente en la preparación de alimentos.

3.3.1.2 Tecnología

La tecnología es el conjunto de conocimientos y técnicas aplicadas a la producción de bienes. Con el uso de la tecnología adecuada se logran obtener resultados satisfactorios en la producción.

La presente propuesta del cultivo de chile pimiento, se aplicará el nivel tecnológico III, por las características del producto y región, para su factible aplicación y obtención de la máxima producción, se desarrollará lo referente a las generalidades del cultivo. En este nivel tecnológico, las unidades productivas, llevan a cabo sus actividades con mejores posibilidades, tienen acceso aplicar la tecnología en cierto grado de la producción; esta unidades productivas pueden comercializar sus productos; utilizan financiamiento y rotación de los cultivos durante el año. A continuación se enumera las siguientes características:

Mano de obra asalariada, usos de agroquímicos, riego por gravedad, semilla mejorada, tienen asistencia técnica y financiera, comercialización de los productos.

3.3.2 Tamaño y localización

Según las condiciones físicas y tipo de suelos que posee el Municipio, el proyecto se realizará en el caserío El Tigre.

3.3.2.1 Tamaño del proyecto

Para el desarrollo del proyecto se propone cultivar un total de diez manzanas, cinco manzanas en el primer año, con aumento en el segundo y tercer año con dos manzanas y medio respectivamente, con un invernadero por cada dos cuerdas, para un total de 8 por manzana.

3.3.2.2 Localización

Según las condiciones físicas y tipo de suelos que posee el Municipio, se determinó su localización.

Macro localización:

El proyecto del cultivo de chile pimiento bajo invernadero se ubicará en el municipio de Salcaja, el cual se encuentra ubicado en el altiplano occidental del país, en el departamento de Quetzaltenango, dista de la Cabecera Departamental a 9 kilómetros y de la Ciudad Capital a 191 kilómetros. El acceso principal es por la carretera CA-1 Panamericana.

Micro localización:

Se estableció como área de producción el caserío El Tigre, del municipio de Salcajá, que dista a cinco kilómetros del parque, con vías de acceso de terracería. Por encontrarse una extensión de terreno de cinco manzanas apropiadas para el cultivo, asimismo por las características que presenta el terreno tales como, condiciones agroquímicas, topografía plana, infraestructura física y vías de acceso.

3.3.2.3 Ingeniería del proyecto

Es toda aquella obra física que se requiere para llevar a cabo el proyecto.

Obra Física:

La obra física que se requiere:

La construcción de 40 invernaderos con condiciones climatológicas adecuadas para cultivo del producto.

La construcción de oficina, con cubículos para las diferentes áreas administrativas, con sus respectivos servicios.

Ficha Técnica de Requerimientos:

Se requiere para el cultivo de chile pimiento lo siguiente:

Terreno para el cultivo (cinco manzanas)

Terreno para oficina (20 metros cuadrados.)

Obra física de los invernaderos

Obra física de la oficina

Mobiliario y equipo

Equipo Agrícola

Equipo de Riego

Herramienta agrícola

Equipo agrícola

Materiales agrícolas

Gastos de organización

Requerimiento de insumos

Mano de obra

Costos indirectos

Gastos Fijos

Gastos financieros

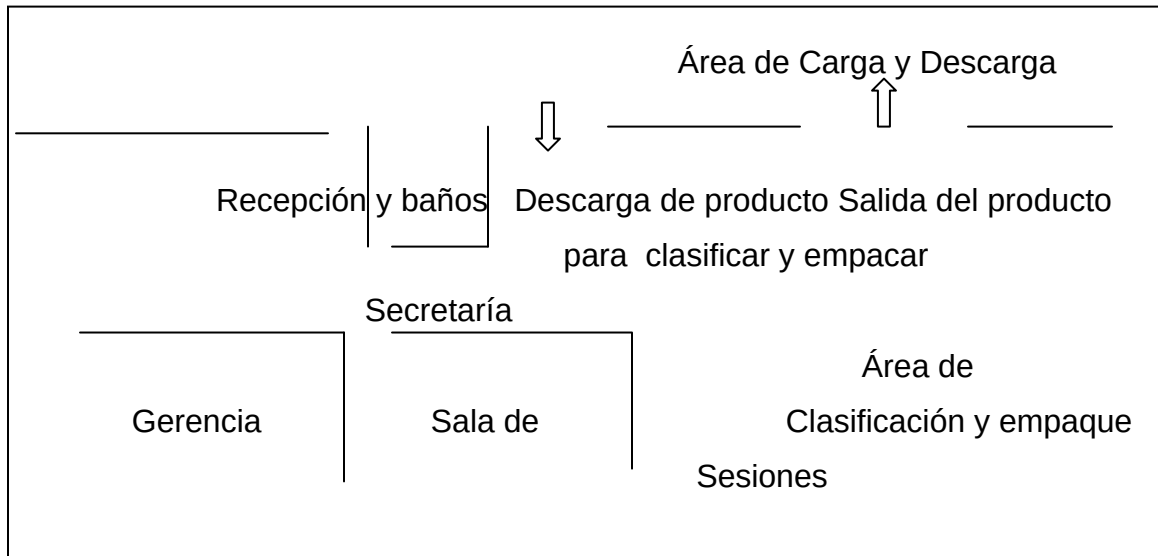
3.3.2.4 Externalidades

La calidad del producto se da fundamentalmente por el color, tamaño y la ausencia de impurezas (especialmente el polvillo). Para evaluar el color se utilizará las unidades ASTA (American Spice Trade Assn) y así determinar el tiempo de corte del producto.

3.3.2.5 Distribución de la planta

La gráfica siguiente, muestra la forma de distribución de la planta para la producción del chile pimiento, cultivado en invernadero y a su vez las áreas administrativas.

Gráfica 5
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimiento bajo invernadero
Distribución en planta



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

3.4 ESTUDIO FINANCIERO

Para llevar a cabo todo proyecto, es necesario realizar inversiones, tanto para su etapa de inicio como para su instalación, funcionamiento y su permanencia; es decir que tiene que existir una inversión fija, un capital de trabajo y una inversión total.

3.4.1 Inversión fija:

Para llevar a cabo la propuesta a nivel de idea, la creación de una empresa que se dedique a la producción de chile pimiento, es necesario adquirir activos, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 24
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimiento bajo invernadero
Inversión fija
Año: 2001
(Cifras en quetzales)

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Sub-total Quetzales	Total Quetzales
TANGIBLE				
EQUIPO AGRÍCOLA				2,000
Bomba de fumigar	2	500	1,000	
Carretas de mano	4	250	1,000	
HERRAMIENTAS				1,080
Azadones	10	45	450	
Machetes	10	40	400	
Cuchillas de corte	20	11.5	230	
MOBILIARIO Y EQUIPO				3,000
Escritorios	2	500	1,000	
Máquinas de escribir	1	600	600	
Sillas	4	50	200	
Maquinas calculadoras	2	300	600	
Archivo de metal	1	500	600	
INSTALACIONES (invernaderos)				20,000
INTANGIBLE				6,000
GASTOS DE ORGANIZACIÓN			6,000	
Total inversión fija				32,080

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

El cuadro anterior describe los activos fijos y los gastos de organización necesarios los cuales servirán durante la vida útil del proyecto y asciende a la cantidad de Q 32,080.00, dentro del rubro de instalaciones se estipulo el montaje de los invernaderos con una medida de seis por diez metros cada uno, elaborados con palos de pino y plástico.

3.4.2 Inversión de capital de trabajo

El capital de trabajo, contempla la cantidad de recursos monetarios necesarios para hacer frente a los gastos de producción, comercialización, venta, administrativos y financieros que se presentan a corto plazo

Cuadro 25
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimienta bajo invernadero
Inversión en capital de trabajo
Año: 2001
(Cifras en quetzales)

Descripción	Valor
Materia Prima	12,632.00
Material de Empaque	5,550.00
Mano de Obra	9,355.00
Gastos Indirectos variables	2,885.00
Gastos de Fabricación	3,830.00
Gastos de Administración y Ventas	20,000.00
Total capital de trabajo	54,252.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

3.4.3 Inversión total:

Para el proyecto de producción de chile pimienta, se necesitará una inversión, que contempla la propiedad, planta y equipo de la empresa, como gastos de organización, de producción, de venta y operación; lo que se puede observar en los cuadros anteriores reflejados en la inversión fija y en el capital de trabajo; por lo que para una mejor comprensión se resume a continuación:

Cuadro 26
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimiento bajo invernadero
Inversión total
Año: 2001
(Cifras en quetzales)

Descripción	Valor
Inversión fija	32,080.00
Capital de trabajo	54,252.00
Inversión total	86,332.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001

3.4.4 Fuentes de financiamiento

Para el financiamiento del proyecto de producción de chile pimiento, se necesita recurrir a fuentes internas y externas.

3.4.4.1 Fuentes internas:

Para el presente proyecto el financiamiento está constituido por aportaciones de los 5 socios por un valor de Q 5,000.00 cada uno, para un total de (Q 25,000.00)

3.4.4.2 Fuentes externas:

Para la adquisición del capital de trabajo y parte de la inversión, se recurrirá a un préstamo fiduciario por Q. 60,000.00, por el que se pagará a una tasa de interés del 20% anual. El préstamo será por cinco años, según la producción, el Comité podrá cancelarlo en este tiempo. El siguiente cuadro presenta el respectivo pago de intereses y capital

Cuadro 27
Municipio de Salcajá - departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimienta bajo invernadero
Amortización de préstamo y calculo de intereses
(Cifras expresadas en quetzales)

Año	Monto Préstamo	Amortización	Intereses	Saldo
1	60,000.00	12,000.00	12,000.00	48,000.00
2	48,000.00	12,000.00	9,600.00	36,000.00
3	36,000.00	12,000.00	7,200.00	24,000.00
4	24,000.00	12,000.00	4,800.00	12,000.00
5	12,000.00	12,000.00	2,400.00	0.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Como se observa en el cuadro anterior, las amortizaciones son de la misma cantidad, no así los intereses los cuales disminuyen en relación al saldo del préstamo.

3.4.5 Presupuesto de caja

Es un auxiliar utilizado por la administración, para el control y coordinación del efectivo, en el cual se estiman las operaciones de ingreso y egreso de los recursos financieros de una entidad, y las correspondientes disponibilidades en un periodo determinado.

A continuación se presenta el presupuesto de caja por cada rubro en los años que durará el proyecto.

Cuadro 28
Municipio de Salcajá - departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimiento bajo invernadero
Presupuesto de caja
(Cifras expresadas en quetzales)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Saldo anterior		54,487.50	76,266.55	82,197.91	88,543.27
Aporte asociados	26,332.00				
Préstamo	60,000.00				
Ventas	120,960.00	241,920.00	241,920.00	241,920.00	241,920.00
Total de ingresos	207,292.00	296,407.50	318,186.55	324,117.91	330,463.27
Egresos					
Inversión fija	32,080.00				
Costo de produc.	68,502.94	137,005.88	137,005.88	137,005.88	137,005.88
Gastos fijos	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
Pago de préstamo	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Intereses s/prést.	12,000.00	9,600.00	7,200.00	4,800.00	2,400.00
Utilidades distrib.	8,221.56	36,610.08	37,852.08	39,094.08	40,734.55
ISR		2,924.99	21,930.68	22,674.68	23,418.68
Total de egresos	152,804.50	220,140.95	235,988.64	235,574.64	235,559.11
Saldo de caja	54,487.50	76,266.55	82,197.91	88,543.27	94,904.16

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

El cuadro anterior muestra el presupuesto de caja, los fondos necesarios para llevar a cabo el proyecto de producción del cultivo de chile pimiento bajo invernadero.

CAPÍTULO IV

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La comercialización se puede definir como las actividades físicas y económicas que llevan consigo el traslado de bienes y servicios, proceso que se inicia con el productor y termina con el consumidor final, quien adquiere el producto a cambio de un precio monetario, y por así satisfacer una necesidad. La comercialización constituye un mecanismo primario, para coordinar las actividades de producción, distribución y consumo.

4.1. SITUACIÓN ACTUAL

La producción es vendida principalmente a mayoristas para la exportación del chile pimienta, el restante al mercado local.

La comercialización es un proceso que contribuye a ampliar y satisfacer la demanda de bienes y servicios mediante la producción, promoción y distribución física de los mismos y tiene la base para afirmar que hace llegar el producto a los consumidores finales en el tiempo y lugar preciso, lo que constituye el objetivo fundamental y para su logro es necesario la realización de una serie de actividades que, estén coordinadas e integradas conforme el proceso de comercialización.

4.2 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

El proceso de comercialización de productos agrícolas está referido al traslado de los productos desde el productor, hasta el consumidor final, el que se realiza por medio de tres etapas:

4.2.1 Concentración

Debido a la falta de organización de los productores de chile pimienta, que cultivan en forma aislada y por el carácter perecedero del producto, no existe un centro de acopio organizado, lo que trae como consecuencia que los costos en

el manejo, transporte y traslado se vean incrementados, al no constituir y reunir cantidades significativas que propicien la reducción de costos, perdiéndose además las ventajas que brinda esta etapa en cuanto a la estabilidad y consecución de mejores precios de venta.

4.2.2 Equilibrio

El equilibrio se da cuando la oferta se ajusta a la demanda sobre el tiempo, la cantidad y calidad del producto.

El proceso de equilibrio de chile pimiento se ve afectado debido a su carácter perecedero y estacionario, por lo que no permite que se de equilibrio entre la oferta y la demanda debido a que en invierno la producción tiende a ser escasa.

4.2.3 Dispersión

Este proceso se inicia con la participación del productor o intermediario quienes lo transportan, hacia la Terminal Zona 4 y a la Central de Mayoreo donde es vendido a un intermediario, algunas veces por medio de los corredores, para que el detallista lo disperse a los mercados cantonales y así trasladarlo al consumidor final.

4.3 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

Tiene como objetivo formular preposiciones tendientes a incrementar la eficiencia física y económica del proceso.

Se analizará el proceso de comercialización a partir de las etapas que sufre la producción desde la cosecha y trayectoria hacia el consumo a través del análisis institucional, funcional y estructural.

4.3.1 Análisis institucional

Está encaminado al conocimiento de los participantes en la compra y venta del producto, hasta llegar al consumidor final, a continuación se describen los agentes que participan en el proceso de comercialización.

- **Productor**

El productor es la persona que se dedica directamente al cultivo de productos agrícolas, en el Municipio el productor regularmente realiza el transporte y vende la cosecha al intermediario mayorista.

- **Intermediarios**

Es el individuo u organización que se especializa en la ejecución de las diversas funciones relacionadas con la compra- venta de bienes.

En el camino del productor al consumidor, los intermediarios están clasificados tanto por la función que desempeñan dentro de la comercialización como por la cantidad de productos que trasladan o transfieren.

En relación con lo anterior, los intermediarios que participan actualmente son:

- **Mayorista:** los principales centros mayoristas, a los que los productores traen el chile pimiento, son el Mercado de la Terminal ubicado en la zona 4 de Guatemala, y en algunas veces a la Central de Mayoreo ubicada en la zona 12. Los agricultores les venden la producción, para que se encargue de trasladarla a los detallistas, la mayoría de veces dentro de esta transacción interviene un corredor que es la persona que realiza los contactos.
- **Detallista:** adquiere el producto directamente del mayorista quien fija el precio, luego vende pequeñas cantidades al consumidor final, regularmente no cuentan con puntos fijos de venta.
- **Consumidor final:** lo constituye el último participante del proceso de comercialización y es el más importante, debido a que todas las

actividades del mercadeo van dirigidas hacia la satisfacción de sus necesidades, porque es el que determina el lugar, cantidad, calidad y tiempo en que va a consumir un determinado producto. Los consumidores del Municipio adquieren el chile pimiento directamente del productor cuando se localizan cerca de él de lo contrario lo adquieren del detallista, al igual que el resto de los consumidores.

4.3.2 Análisis estructural

Permite conocer la ubicación y colocación de las personas que hacen posible la realización de la comercialización en combinación con factores y elementos propios de la actividad, formando una estructura determinada. Son tres los componentes que permiten estudiar un mercado, la estructura, la conducta y la eficiencia.

- **Estructura de mercado**

La estructura del mercado de tomate está establecida por los productores y los intermediarios localizados en los lugares de venta de los centros mayoristas.

- **Conducta de mercado**

En la actualidad depende específicamente de la disponibilidad del producto y la capacidad adquisitiva de los consumidores. El comportamiento de los compradores, vendedores o productores estará dado en función de la fijación de precios y a las características del producto.

- **Eficiencia de mercado**

Es el comportamiento que se observa entre la oferta y la demanda. Para medir esta eficiencia hay que considerar los siguientes elementos:

- **Nivel de precios**

Con relación al costo de producción. El precio al cual vende el productor con relación a los costos reales, es relativamente bajo, derivado también de que produce en forma aislada no le permite imponerse respecto a los precios ofrecidos por los compradores mayoristas.

- **Eficiencia relativa de la producción**

El rendimiento actual que se determinó según la investigación de campo fue de 160,000 chiles por manzana, depende de los cuidados culturales que se de al cultivo.

- **Características del producto**

La clase de chile pimiento que se cultivará es el Marconi, es de buena calidad que las características agronómicas que se pretende en el invernadero son las adecuadas.

4.3.3 Análisis funcional

Está orientado al análisis físico del proceso de comercialización presentándose una visión dinámica de los servicios de distribución por medio de la descripción de operaciones y actividades específicas.

El análisis funcional o por funciones, se propone penetrar en el estudio del papel que juega la comercialización en la creación de utilidad de lugar, tiempo, forma y posesión, en las etapas sucesivas del proceso de transferencia de los bienes del productor al consumidor, agrega valor y dota a la producción agrícola de la capacidad de satisfacer las necesidades del consumidor, en el lugar, tiempo y forma que se requieran.

Dentro de este análisis se dan las siguientes funciones: de intercambio, físicas y auxiliares.

- **Funciones de intercambio**

Dentro de las funciones están:

- **Compra venta**

La función de compra – venta la realiza el productor quién es la persona que se encarga de transportar directamente su producto a los centros mayoristas, con vehículo propio o con pago de flete.

- **Determinación de precios**

La determinación del precio actualmente se hace de acuerdo a los precios imperantes en el mercado, tomándose en cuenta calidad, tamaño y época, algunas veces se realiza por medio de regateo.

- **Funciones físicas**

Es una fase de gran importancia en el proceso de comercialización, porque influye directamente en el margen de utilidad que obtiene el productor. Entre las funciones físicas se puede mencionar las siguientes:

- **Almacenamiento**

Actualmente no existe un lugar de almacenamiento común para todos, los agricultores cosechan el producto e inmediatamente lo trasladan a la ciudad capital.

- **Transporte y manipuleo**

Esta actividad agrega utilidad y valor a los productos agrícolas, mediante su traslado de las zonas de producción a los centros de consumo, producen cambios en las estructuras comerciales.

El chile pimiento es transportado por los propios productores a los centros mayoristas y algunas veces a lugares cercanos.

- **Embalaje**

Para el transporte se utilizan cajas de madera, que al momento de vender son devueltas al productor.

- **Funciones auxiliares**

También se le conoce con el nombre de “Funciones de Facilitación”, en virtud que el principal objetivo es de contribuir a la ejecución de las funciones físicas y de intercambio y se cumple todos los niveles del proceso de comercialización. Entre éstas se tiene las siguientes:

- **Clasificación y selección**

Consiste en separar y en lotes diferentes, cada uno de ellos con las mismas características, de acuerdo a la calidad comercial, el productor clasifica el chile jalapeño según tamaño y maduración y lo traslada al punto de venta, donde fijan diferente precio según las características del mismo.

- **Información de precios**

El productor se mantiene constantemente informado sobre los precios existentes en el mercado, para fijar y discutir precios al momento de llegar a la venta con el mayorista.

- **Financiamiento**

Actualmente los productores no cuentan con financiamiento derivado a que cultivan extensiones pequeñas de tierra, por la incertidumbre que causa el dedicarse a cultivar productos agrícolas y por la falta de garantías.

- **Riesgos**

Dentro del mercado agrícola, existen dos tipos de riesgos:

Físicos: las más importantes y comunes, son las plagas y enfermedades que sufre el cultivo del chile pimienta, es un producto sumamente delicado, debe tenerse gran cuidado en todas las etapas de las labores culturales, además de las pérdidas ocasionadas por el mal manipuleo.

Financieros: La falta de financiamiento ocasiona que los productores no aumenten la extensión cultivada de chile pimienta, que es un cultivo que genera costos elevados.

4.4 OPERACIONES DE COMERCIALIZACIÓN

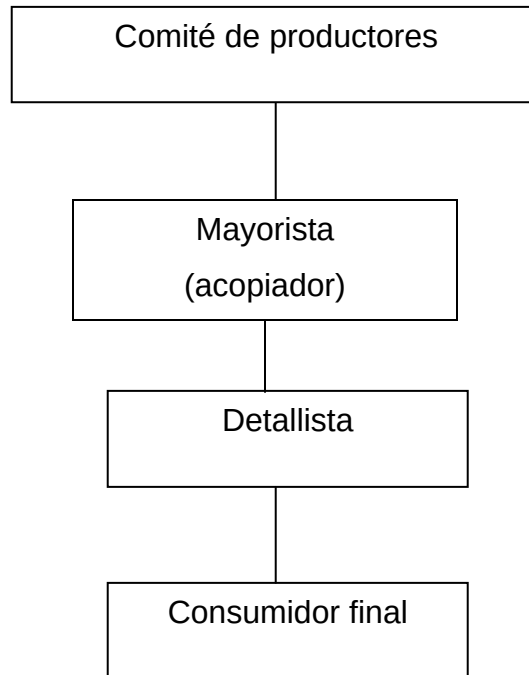
Esta se subdivide en canal y márgenes de comercialización, se describen a continuación:

- **Canales de comercialización**

Son las rutas que se utilizan para los productos agrícolas, en el proceso de transferencia entre el productor y el consumidor final. Se define el canal de comercialización como una serie de instituciones u organismos, que manejan un producto o determinado grupo de productos, desde el productor hasta el consumidor final.

En el chile pimienta, el precio se determina con base en el valor del mercado y el traslado se realiza por cuenta del productor. La forma de pago es de contado. El canal de comercialización se describe a continuación:

Gráfica 6
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Canal de comercialización actual



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2,001.

El chile pimienta en algunos casos se comercializa a regiones cercanas como los municipios de Xelajú y Totonicapán y en otros el productor traslada directamente al Mercado de la Terminal Zona 4 y a la Central de Mayoreo.

- **Costo y márgenes de comercialización**

Es la diferencia del precio que paga el consumidor final por un producto con relación al precio que recibe el productor, esto indica que el transportista o acopiador rural compra a un precio y lo vende a otro precio al mayorista.

Este comportamiento se presenta hasta que llega el producto al consumidor final. Las fórmulas a utilizar son las siguientes:

Fórmula de margen bruto de comercialización:

$$\text{M.B.C} = \frac{\text{Precio consumidor} - \text{Precio productor}}{\text{Precio consumidor}} \times 100$$

Fórmula margen neto de comercialización:

$$\text{M.N.C.} = \frac{\text{M.B.C} - \text{Costo de comercialización}}{\text{Precio consumidor}} \times 100$$

Cuadro 29
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Márgenes de comercialización por ciento
Año: 2001
(Cifras en quetzales)

Institución	Precio de venta	Margen bruto	Costos de mercadeo	Margen neto	Rendimiento s/inversión %	Participación %
Productor	60.00					66
Mayorista (acopiador)	75.00	15.00		10.00	16.67	17
Transporte			5.00			
Detallista	90.00	15.00		14.00	18.67	17
Derecho piso			0.50			
Bodega			0.50			
TOTAL		30.00	6.00	24.00		100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Para el análisis del Margen Bruto y Neto de Comercialización para el chile pimienta, se realizan los siguientes cálculos.

$$\text{MBC} = 90 - 60 / 90 \times 100 = 34$$

$$\text{MNC} = 30 - 6 / 90 \times 100 = 27$$

El margen bruto de comercialización indica que por cada quetzal que paga el consumidor final en su compra, Q.0.34 centavos corresponden a los intermediarios y los restantes Q. 0.66 al productor.

En el proceso se observa un margen bruto de Q.30.00 que al sumarlo al precio de venta del productor asciende a Q. 90.00 precio a pagar por el consumidor final.

De acuerdo al margen neto, se establece que la comercialización del chile pimienta aporta una utilidad de Q. 24.00 para el detallista y los restantes Q 6.00 corresponden a gastos de comercialización.

4.5 COMERCIALIZACION PROPUESTA

El efecto de la comercialización es dinámico, algunos le califican como uno de los motores del desarrollo económico, que constituye un proceso económico, complejo integrado por una variedad de operaciones orientadas a lograr la compra venta de los productos.

La comercialización del chile pimienta presenta varios problemas, entre ellos se puede citar su carácter perecedero, estacionalidad del producto, inestabilidad de los precios y la falta de organización de los productores.

A continuación se describe el proceso de comercialización propuesto para el cultivo de chile pimienta, básicamente la principal diferencia del sistema actual estriba en que el productor individual dejará de producir aisladamente, para integrarse a un Comité de Pequeños Agricultores en Invernadero, el que será el ente productor y comercializador del chile pimienta. Este comité estará organizado adecuadamente para coordinar la producción y posterior venta.

4.5.1 Proceso de comercialización

Dentro del proceso se proponen los siguientes:

4.5.1.1 Concentración

La concentración se llevará a cabo por medio del Comité, quienes se encargarán de concentrar la producción en un local para distribuirla. Un bodeguero recibirá la cosecha y la almacenará por un corto tiempo en la bodega que será construida para el efecto. Reduce así costos de acarreo y almacenamiento para lograr mayor rendimiento.

4.5.1.2 Equilibrio

La producción de chile pimiento por su carácter estacional, sufre momentos de escasez por lo que en ocasiones no es factible obtenerlo en el momento en que los consumidores lo desean, ó se obtiene a un mayor precio. Por lo tanto el Comité asesorará a los agricultores para que se mantenga una producción permanente que cubra la demanda local, regional y nacional, a efecto de obtener un mayor beneficio.

4.5.1.3 Dispersión

Mientras que en la concentración la producción es reunida a un solo punto, la dispersión representa el factor opuesto, pues se trata de llevar la producción de chile pimiento hasta los mercados de consumo.

El Comité será el encargado de distribuir a los mayoristas toda la producción, por medio del transporte directo del producto, para así poder obtener un mejor precio por el volumen.

Entre tanto se acumula la producción en la bodega y se obtienen lotes económicos la persona encargada de los contactos con los mayoristas de la Terminal Zona 4 y la Central de Mayoreo, determinará el precio, la cantidad a entregar y fecha de envío.

4.5.2 Propuesta de comercialización

Este se llevará a cabo a través de la propuesta institucional, funcional y estructural, las cuales estarán enfocadas a favorecer el desarrollo del Comité.

4.5.2.1 Propuesta institucional

Comprende los diferentes entes o participantes que se ocupan de la comercialización, cómo están organizados y quiénes dependen de ellos, para el proyecto participará los productores, comité agrícola, mayorista, detallista y consumidor final.

- **Productor**

El productor estará conformado por los distintos miembros del Comité, quienes realizarán la siembra y cosecha del chile pimiento, pero la venta del producto será directamente al Comité para que este se encargue de su posterior venta.

Intermediarios

Los intermediarios que participarán serán: el Comité, el mayorista, el detallista y el consumidor final.

- **Comité:** será un intermediario muy importante en el proceso, que por medio de este se canalizará toda la producción de los integrantes del Comité, para luego comercializarla con los mayoristas y detallistas, previo contacto con ellos.
- **Mayorista:** adquirirá el producto del Comité quién previo contacto se lo venderá a precios pactados según las condiciones del mercado.
- **Detallista:** el producto podrá ser adquirido por medio del mayorista además que el Comité destinará una parte de la producción para venderla directamente al detallista.

Consumidor final

Los consumidores del Municipio podrán comprar producto dirigiéndose al Comité y el resto lo adquirirá del detallista.

4.5.3 Funciones de la comercialización

Por medio de esta propuesta se determinará el papel que desempeñará la comercialización, en la creación de utilidades del lugar, tiempo, forma y posesión en el proceso de transferencia de los bienes del productor al consumidor. Para el cultivo de chile pimiento, se proponen las siguientes funciones:

Funciones de intercambio

Son las que se relacionan con la transferencia de derechos de propiedad de los bienes y están vinculados con la utilidad de posesión.

- **Compra venta**

La función de compra – venta se llevará a cabo por medio del Comité, quién se encargará de trasladar el producto al Mercado de la Terminal Zona 4 y Central de Mayoreo, previo contacto con los mayoristas, con quienes habrá fijado con anterioridad la cantidad a entregar, el precio y la fecha.

- **Determinación de precios**

Para el caso del chile pimiento, el precio en el mercado está sujeto a grandes variaciones, determinadas en un gran porcentaje por la estacionalidad y carácter perecedero a la que está sujeto. Se observan alzas en los precios en los meses de junio, julio, septiembre, octubre, noviembre e incluso en diciembre; y bajas en los meses de febrero, marzo y abril. Por lo descrito anteriormente, se ha estimado un precio de Q. 90.00 por ciento, acorde a las condiciones actuales, el que es reflejo del costo de producción más un margen de ganancia y ajustado al precio existente en el mercado.

Funciones físicas

Estas funciones, permiten darle un manejo adecuado al producto al utilizar mecanismos que procuren el cuidado físico del chile pimiento, para mantenerlo y

conservarlo de manera que llene todos los requerimientos de calidad que exige el consumidor final.

- **Acopio**

Una de las principales funciones del Comité será servir como centro de acopio, los productores en sus unidades recolectarán todo el producto para luego trasladarlo a la bodega, donde se clasificará hasta obtener lotes económicos que justifiquen el traslado hacia la ciudad capital.

- **Almacenamiento**

Se espera que con el desarrollo de la organización, habrá posteriormente condiciones económicas para mejorar el almacenamiento, se buscará la forma de conservación que permita prolongarle el ciclo de vida al producto, con el fin de ajustarlos a las demandas a través del tiempo.

- **Transporte y manipuleo**

El Comité será el encargado de contactar al fletero para trasladar la producción directamente al mayorista, por medio de camiones o pick –ups.

- **Embalaje**

El empaque o embalaje juega un papel importante en el proceso de comercialización, proporciona al producto, protección contra golpes y magulladuras. Se utilizarán cajas de madera con capacidad de un ciento, cada una, que servirán para transportarlo hasta su destino final. Estas sólo servirán como embalaje para transporte hacia el mayorista, quién deberá devolver las cajas, pues no figuran en el precio de venta.

Funciones auxiliares

Son las funciones de facilitación, dado que su objetivo es contribuir a la ejecución de las funciones físicas y de intercambio.

- **Clasificación y selección**

Esta función es de suma importancia, debido a que uno de los objetivos del Comité será vender el chile pimienta de buena calidad, este se clasificará según su color, tamaño y grado de madurez, para que el comprador tenga opción de elegir según sus requerimientos.

- **Información de precios**

El Comité estará en constante investigación de los precios imperantes en el mercado, para saber fijar y discutir precios al momento de llegar a la venta con el mayorista y detallista.

- **Financiamiento**

Los productores al momento de integrar el Comité pueden de alguna forma tener más respaldo y credibilidad y así poder acceder más fácilmente a crédito.

- **Riesgos**

Para el caso del chile pimienta los riesgos con que se corren, son los mismos que ocurren para casi todos los productos agrícolas: deterioro por manipuleo y maduración anticipada. Con la intervención del Comité se espera que estos riesgos se minimicen en gran medida, se contará con un proceso de comercialización eficiente que permitirá lograr los objetivos propuestos.

4.5.4 Propuesta estructural

Permitirá ubicar a los participantes en la comercialización, en combinación con factores y elementos propios de la actividad, a través de una estructura determinada. Los componentes que permiten estudiar un mercado, comprenden la estructura, la conducta y la eficiencia.

- **Estructura de mercado**

Consiste en señalar lo relativo a las características propias de su organización, que son determinantes para las relaciones entre los participantes.

Este componente determinará las relaciones entre vendedores y compradores, según su forma de actuar en el proceso de comercialización.

La estructura del mercado estará integrada por los productores, Comité agrícola, mayorista, detallista y consumidor final.

Conducta del mercado

Los agricultores saldrán beneficiados al organizarse, se establecerán las políticas de fijación de precios, los volúmenes ofrecidos y el grado de competencia será controlado por el Comité, que será el encargado de negociar la producción de chile pimienta en los mercados mayoristas.

La conducta de mercado dependerá específicamente del comportamiento de la oferta y la demanda.

Eficiencia de mercado

Se espera obtener un precio razonable en función del costo, a través de la producción en conjunto, lo que generará economías de escala para los agricultores.

- **Eficiencia relativa de la producción**

Se espera obtener un rendimiento de 320 quintales por manzana, situación que conforme se desarrolle el proyecto variará debido a que el productor mejorará, las condiciones de producción conforme adquiera experiencia en éste cultivo.

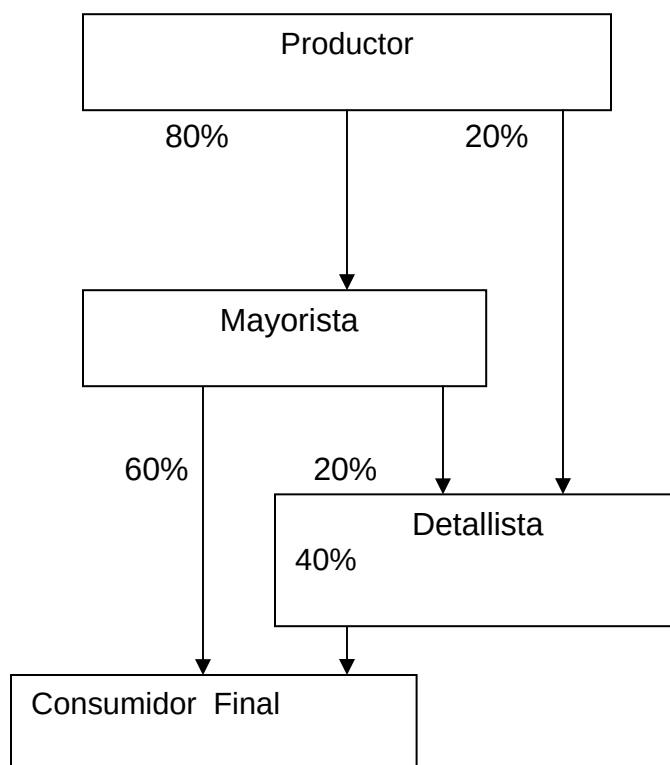
4.5.5 Operaciones de comercialización

A continuación se describen el canal y los márgenes propuestos para el cultivo de chile pimienta, el que se espera permita obtener el mayor rendimiento para el productor:

4.5.5.1 Canal de comercialización

El canal de comercialización que se propone con la intervención del Comité es el siguiente:

Gráfica 7
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimiento bajo invernadero
Canales de comercialización propuesto
Por ciento de chile pimiento



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

De acuerdo a la gráfica anterior, los productores de chile pimiento bajo invernadero los productores de chile pimiento bajo invernadero obtendrán como beneficio que el comité sirva como centro de acopio, el cual se compromete adquirirles toda la producción que cumpla con los estándares de calidad y garantizarles un buen precio en mercado encargándose de buscar los mejores

canales de comercialización, como los intermediarios o mayoristas quien a su vez llegaran al detallista y al consumidor final.

4.5.5.2 Costos y márgenes de comercialización

Los márgenes propuestos para los distintos canales son los siguientes:

Cuadro 30
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimiento bajo invernadero
Márgenes de comercialización
por ciento de chile pimiento
(Cifras en quetzales)

Producto	Institución	Precio de venta	Margen bruto	Costo de comercialización	Margen neto	Rendimiento de inversión	% Participación
Chile pimiento	Productor	75.00					57
	Comité	96.00	21.00	5.00	16.00	21%	16
	Mayoristas	116.00	20.00	4.00	16.00	17%	15
	Detallistas	131.00	15.00	3.00	12.00	10%	12
TOTAL			56.00	12.00	44.00		100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

Para el análisis del Margen Bruto y Neto de Comercialización para el chile pimiento, se realizan los siguientes cálculos.

$$MBC = 131 - 75 / 131 \times 100 = 43$$

$$MNC = 56 - 12 / 131 \times 100 = 13$$

El margen bruto de comercialización indica que por cada quetzal que paga el consumidor final en su compra, Q.0.43 centavos corresponden a los intermediarios y los restantes Q. 0.57 al productor.

En el proceso se observa un margen bruto de Q.56.00 que al sumarlo al precio de venta del productor asciende a Q. 131.00 precio a pagar por el consumidor final.

De acuerdo al margen neto, se establece que la comercialización del chile pimiento aporta una utilidad de Q 44.00 para el detallista y los restantes Q 12.00 corresponden a gastos de comercialización.

CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN PROPUESTA

A continuación se presenta, la situación actual de la organización existente en el Municipio, así como la organización propuesta para el proyecto de chile pimiento bajo invernadero.

5.1. SITUACIÓN ACTUAL

En la investigación de campo realizada en el municipio de Salcajá, se observó que la capacidad de organización se encuentra en bajo desarrollo, esta muestra dificultades de integración, principalmente en las aldeas mas lejanas, lo que limita el progreso de las mismas.

Se determinó un tipo de organización familiar, en la que el jefe de familia la toma como una actividad adicional, que no cuenta con una infraestructura y asesoría técnica que le permita tener al chile pimiento como un producto principal que represente una fuente de ingresos importantes.

La falta de organización para los agricultores, por no contar con garantías que amparen los requerimientos de las instituciones crediticias, los margina de las entidades de crédito y asistencia técnica. Se determinó que no existen organizaciones empresariales, con el objetivo de comercializar los productos agrícolas.

Según los resultados de entrevistas y encuestas que se efectuaron, los agricultores (chile pimiento), mostraron mucho interés en asociarse en algún tipo de organización, que les permita el acceso a comercializar y mejorar la calidad de la producción de chile pimiento.

5.2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA

De acuerdo al diagnóstico efectuado en el municipio de Salcajá, el tipo de organización empresarial para la propuesta del cultivo de chile pimiento bajo invernadero, es la formación de un Comité de Agricultores. La organización que se llevará a cabo, conlleva el detalle adecuado de las funciones y obligaciones del personal que laborará en la misma, lo anterior tiene como finalidad alcanzar los objetivos económicos y sociales.

5.2.1 Tipo de organización

Los tipos de organización sirven para impulsar el desarrollo económico y social de los sectores productivos, agrícola, comercial, industrial y financiero del país.

5.2.2 Localización

El Comité se ubicará en el Caserío El Tigre, del municipio de Salcajá, del departamento de Quetzaltenango.

5.2.3 Justificación

Con base en lo señalado con anterioridad se hace indispensable el establecimiento de una unidad técnicamente integrada, que asocie a los productores de las parcelas integradas, que permita el desarrollo de sus cultivos, proporcionándoles asistencia técnica, crediticia y financiera, en tal virtud se propone la creación de un “Comité de productores de chile pimiento” del Municipio de Salcajá, que reúna a los productores y les permita resolver sus problemas de comercialización y obtención de insumos, adquiriéndolos a precios

más bajos y aprovechar los programas que el Gobierno otorga a este tipo de organización, en la promoción del desarrollo económico y social del país.

5.2.4 Marco jurídico

Se refiere a las disposiciones legales que regulan la conducta a las personas, con carácter atributivo y de cumplimiento obligatorio, se clasifican en:

5.2.4.1 Internas

Integradas por el reglamento interno del comité, el que debe adaptarse a las condiciones de sus miembros. El reglamento debe ser elaborado, revisado y supervisado por Junta Directiva, encargada de controlar que se cumplan las normas establecidas.

5.2.4.2 Externas

El Comité adquiere personalidad jurídica mediante escritura pública o acta notarial, protocolizada y aprobada por el Ministerio de Gobernación de Guatemala, según Decreto 2082 de fecha 30 de agosto de 1940, con lo que quedan sujetos a la legislación aplicable, de lo contrario no tienen autorización para la recaudación de fondos y solamente se reconocen como representantes de la población. En lo que se refiere a las leyes laborales, son los productores los que realizarán las actividades agrícolas, los cuales no devengarán un salario, sino que obtendrán las utilidades que proporcione el proyecto. Con respecto a la legislación tributaria, para cumplir con esta obligación se deberá acudir a oficinas departamentales de la Superintendencia Tributaria SAT, para el registro e inscripción en el régimen tributario, obteniéndose el NIT, habilitación de libros y los registros necesarios para realizar los controles contables.

5.2.5 Objetivos

- Obtener y conceder financiamiento que tienda a la realización de sus propósitos.
- Estimular al grupo de asociados para el apoyo mutuo en la producción y comercialización de chile pimienta.
- Brindar asesoría y capacitación a los miembros del Comité para la tecnificación de los productos y comercialización.
- Elevar el nivel económico de los socios mediante la distribución de excedentes, resultantes de las operaciones efectuadas por el Comité de acuerdo a las normas existentes.
- Promover dentro de los miembros del Comité, actividades que tiendan al desarrollo de la organización y por ende de los asociados.

5.2.6 Funciones generales

La ayuda financiera y técnica, con el propósito de brindarle apoyo a los asociados, además establecer y ejecutar los mecanismos de control administrativo y contable en la utilización de los recursos financieros.

5.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

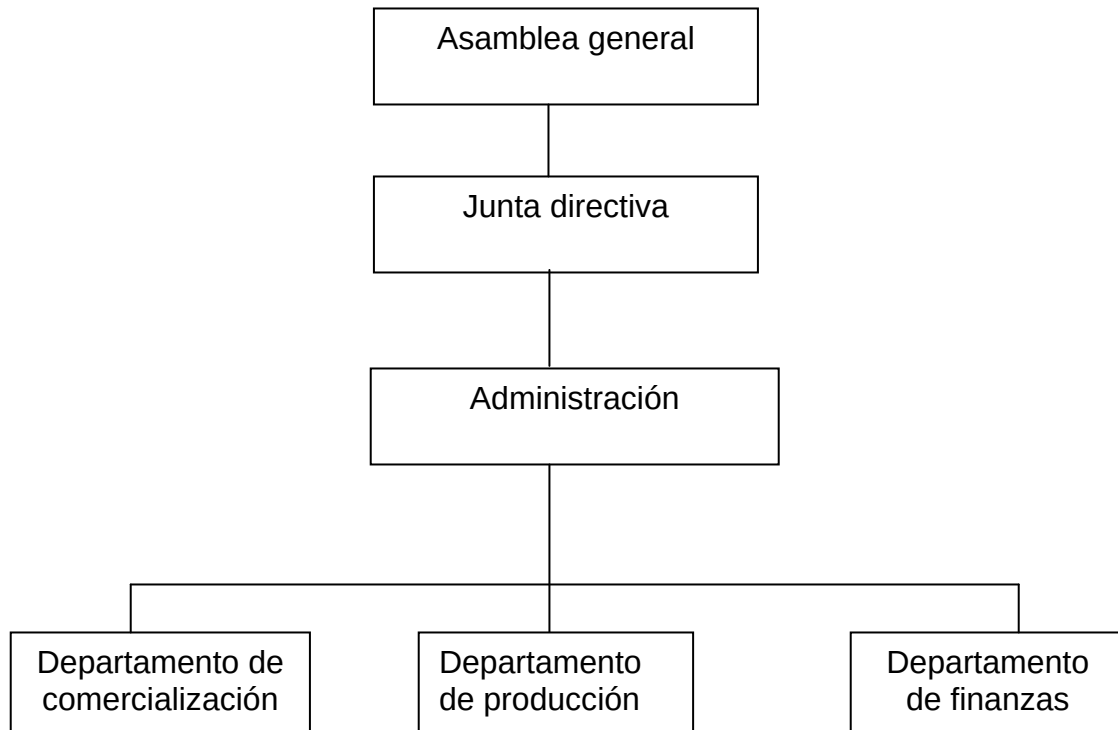
Se refiere a la forma técnica de las relaciones que deben darse entre las jerarquías, funciones y obligaciones individuales necesarios en un organismo social para su mayor eficiencia.

5.3.1 Diseño de la organización

Es la representación gráfica de la estructura de una institución o de una de sus áreas y de las relaciones que guarda entre sí con los órganos que la integran.

Contiene así los agrupamientos de las actividades básicas de los departamentos y otras unidades, así como las principales líneas de autoridad y responsabilidad que existen entre dichas unidades.

Gráfica 8
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimiento bajo invernadero
Estructura organizacional
Comité de productores
de chile pimiento



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

5.3.2 Sistema de la organización

El estilo de organización que tendrá el Comité, será el nivel lineal-staff, la autoridad la ejerce un solo jefe quien ordena y ejecuta las principales actividades; para alcanzar los objetivos planteados por el Comité, al mismo tiempo con apoyo de asesoría de otros órganos que también poseen autoridad en forma directa. Con el fin de trabajar con más eficacia en el cumplimiento de las metas trazadas y coordinar las actividades que tendrá cada uno de los integrantes de la estructura orgánica.

5.3.3 Funciones básicas de las unidades administrativas

Se refiere a la forma, de funcionamiento de la organización y responsabilidad de las unidades de la misma, para cumplir con sus objetivos, la organización estará integrada de la siguiente forma:

Asamblea general

Estará constituida por todos los asociados del comité, los cuales tienen derecho a voto para elegir a la Junta Directiva y para aprobar todos los planes de trabajo del proyecto.

Junta directiva

Estará integrada por Presidente, Tesorero y Secretario quienes como órgano superior tendrá la representación legal del comité, velará por la ejecución de los planes de trabajo y tendrá a su cargo el control administrativo del proyecto.

Administración

Es el encargado de planificar, organizar y velar por el manejo adecuado de los recursos disponibles.

Departamento de producción

Estará conformada por dos miembros del comité, nombrados por la Asamblea General que tendrán dentro de sus atributos el velar por el desarrollo y coordinación de las actividades técnicas de producción.

Departamento de comercialización

Es la encargada de establecer el sistema de mercadeo de los productos que permite obtener y trasladar al mayorista, minorista detallista y consumidor final, productos de alta calidad. Deberá establecer la información constante sobre oferta, demanda y precios del producto en el mercado nacional.

Departamento de finanzas

Controla y maneja los recursos financieros, para lo cual presentará informes periódicos a la Junta Directiva.

5.4 RECURSOS NECESARIOS

Son todos aquellos que dispone una organización para su funcionamiento, y sin los cuales sería imposible la puesta en marcha de la misma.

5.4.1 Humanos

Estará integrado por diez agricultores asociados y personal administrativo que se encargará de desarrollar la propuesta de inversión, además de la contratación para los puestos en finanzas, producción, comercialización y un encargado de los invernaderos.

Para el área operacional se contará con personal de siembra y cosecha, los cuales se dedicarán al cultivo del chile pimienta, asignándoles un rubro para pago de mano de obra.

5.4.2 Materiales

Están constituidos por todos los materiales indispensable para el desarrollo del proyecto.

Se contará con los siguientes recursos:

- Tierra: Se utilizará para el proyecto una extensión de cinco manzanas.
- Insumos: Se asignará una cantidad estimada para la compra de estos.
- Equipo: Se utilizará equipo agrícola, como carretas de mano, palas, bombas, cuchillas de corte, machetes, etc.
- Instalaciones: Se alquilará un local para el funcionamiento del Comité de productores.

- **Mobiliario y Equipo:** Se adquirirá equipo de oficina, como máquinas, computadora, archivos de metal, calculadoras y escritorio

5.4.3 Financieros

El capital es variable y estará integrado por las aportaciones de los diez socios que integran el Comité, con un valor nominal cada uno de Q. 5,000.00, lo que asciende a Q. 50,000.00, así como un préstamo que se solicitará a BANRURAL por un monto de Q. 32,500.00, también incluye algunas contribuciones ordinarias y extraordinarias que solicite la Asamblea General para fines específicos.

5.5 PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La proyección de la presente propuesta se enfoca a través de tres puntos de vista: social, económico y cultural.

5.5.1 Social

Con la realización de la propuesta de inversión de la producción del cultivo de chile pimiento bajo invernadero, se mejorará los ingresos de la población con lo que podrán adquirir otros productos que mejoren su dieta alimenticia, además de orientar y estimular inquietudes organizativas, para el desarrollo comunitario y de crear fuentes de trabajo para la población del Municipio.

5.5.2 Económica

La contribución del Comité, será el de incrementar el nivel de población económicamente activa, al generar nuevos empleos, al estar organizados lograrán tener acceso a financiamiento de instituciones nacionales e internacionales que cuenten con bolsas de crédito para proyectos agrícolas, para mejorar el nivel de ingresos de los productores y con el traslado de mayor producción al mercado interno.

5.5.3 Cultural

La proyección cultural del Comité, estará básicamente a cargo de actividades de carácter educativo y recreativo, con la modificación de valores, cambiar actitudes en el comportamiento de los habitantes al introducir un producto nuevo que mejore la dieta alimenticia.

5.6 APLICACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO

Es el conjunto de fases sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, están interrelacionadas y se forma como un proceso integral: Planeación, organización, integración, dirección, control y operaciones.

5.6.1 Planeación

Es un proceso que demanda un esfuerzo intelectual; requiere determinar conscientemente los cursos de acción a seguir y basar las decisiones en propósitos, conocimientos y estimaciones bien estudiados. Asimismo incluye la visión y misión.

Visión

Ser un Comité de productores eficiente y agresivo, líder en la producción y comercialización de productos agrícolas de calidad, con decidida participación en el mercado nacional, que alcance altos índices de rentabilidad, a través de una mística de trabajo en equipo, con enfoque de servicio al cliente y al consumidor.

Misión

Ofrecer a los asociados la mejor oportunidad posible de desarrollo dentro del Comité, de igual forma para los clientes y consumidores, así contribuir al desarrollo productivo y crecimiento, para lograr la rentabilidad adecuada, apoyados en los recursos tecnológicos y humanos disponibles.

5.6.2 Organización

Es la estructura técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

La organización contiene el punto de enlace entre lo práctico y lo técnico, detalla todo el trabajo que debe ejecutarse para alcanzar las metas establecidas, divide la carga de trabajo en actividades que pueden ser ejecutadas en la forma lógica y cómoda, por una persona o grupo de personas, vigila la eficiencia de la organización.

Dentro de la organización de la presente propuesta, es importante contar con la colaboración de todos los integrantes de la misma, es conveniente organizarse en equipo de trabajo, para el desarrollo de los diferentes actividades, esto permite alcanzar los objetivos trazados, asimismo es conveniente definir la estructura de funciones en la que se especifique los deberes y obligaciones.

Carga administrativa

En el cuadro siguiente se establece la carga administrativa que tendrá el desarrollo del proyecto de cultivo de chile pimienta.

Cuadro 31
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimienta bajo invernadero
Carga administrativa
Año: 2001

Sueldos y salarios	Q.12,000.00
Prestaciones laborales	Q. 3,666.00
Cuota Patronal IGGSS	Q 800.00
Gastos diversos	Q. 3,534.00
TOTAL	Q.20,000.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

La carga administrativa para el proyecto de cultivo de chile pimienta es el 40%, de la inversión de capital de trabajo, los cuales se reducirán unitariamente conforme la productividad del proyecto vaya en aumento, será hasta que se complemente la superficie total a producir, lo que permitirá al Comité ofrecer mejores precios en la venta de los cultivos.

5.6.3 Integración

La función administrativa de integración de personal, se define como, cubrir y mantener los puestos de la estructura organizacional. Este objetivo se cumple al identificar los requerimientos de la fuerza de trabajo, realizar un inventario de personal disponible y reclutar, seleccionar, contratar, ascender, evaluar, remunerar y capacitar o desarrollar en otra forma a los candidatos como a los titulares de los puestos, para que puedan cumplir con sus tareas de un modo eficaz y eficiente.

5.6.4 Dirección

Es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida en base a decisiones, tomadas directamente y con frecuencia delegar dicha autoridad y se vigila que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas.

La dirección es la etapa más importante del proceso administrativo, porque es dinámica y humana, se aplica en todas las áreas de la empresa, establece la comunicación necesaria para que los objetivos, políticas, procedimientos y funciones sean oportunamente conocidas y aplicadas.

Debido a que esta etapa del proceso administrativo es muy importante, en el presente proyecto la dirección estará a cargo del Presidente de la Junta Directiva, quién tendrá el compromiso de dirigir, comunicar y coordinar al personal para

que se ejecuten las diferentes actividades que están encausadas al desarrollo del proyecto.

5.6.5 Control

Es un sistema del que se vale la administración moderna para determinar si las actividades se realizan con apego a los métodos y procedimientos establecidos.

Entre los controles que deberá aplicar la Junta Directiva están:

- Aprovechamiento al máximo de los recursos.
- Llevará controles de los volúmenes de producción.
- Evaluará los costos y gastos, ingresos y materiales que se han utilizado en el cultivo del chile pimiento.
- Se elaborarán formatos que permitan mejores controles y que sean prácticos y de fácil manejo.

De acuerdo a los puntos mencionados anteriormente se podrá diagnosticar si los resultados están de acuerdo a lo programado.

5.7 SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN

Se refiere a las bases sobre las cuales esta cimentada la organización propuesta para los productores de chile pimiento.

5.7.1 Legal

Los requisitos legales para su constitución se encuentran contemplados en el Acuerdo Gubernativo 515-93, del Ministerio de Gobernación, artículo 183 inciso C, de la Constitución Política de Guatemala y el artículo 15 numeral 3 del Código Civil.

Los expedientes del Comité serán presentados en original y duplicado dentro de los treinta días siguientes a su constitución, al Ministerio de Gobernación, quien le corresponde darle facultad jurídica a la misma.

Aprobados todos los requisitos anteriores el Comité como entidad, logrará la producción y comercialización de los cultivos del Proyecto, se encargará de trasladar la producción a mercados de mayor demanda, incrementando así las utilidades de los productores asociados y además servir de contacto con intermediarios.

Para su consolidación, se contempla otras formas de organización, sin discriminación ni preferencias, para dar oportunidad a todos para que manifiesten el deseo de integrarse, de compartir los mismos ideales, propósitos y que estén dispuestos a respetar los convenios suscritos entre sí.

5.7.2 Mercadológico

Consistirá en impulsar, coordinar y vigilar las acciones en la producción de los cultivos del proyecto, con el fin de que en conjunto con el Comité se entrelace de la mejor manera para buscar los puntos de venta y utilizar los recursos disponibles.

Para el proyecto de cultivos de hortaliza, este soporte estará a cargo directamente por el Presidente de la Junta Directiva , así como del Asesor de Producción y Comercialización, quienes establecerán de mutuo acuerdo un sistema de mercado de los productos a fin de trasladar a intermediarios y consumidor final un producto de calidad. Además de revisar en forma periódica el avance o los problemas suscitados en este aspecto.

Dentro de las funciones del Comité está la de obtener y proporcionar a los asociados información sobre la ubicación de los compradores, los canales apropiados para distribuir los productos, ubicación de los competidores, políticas de precios a seguir, lo que vendrá a beneficiar a los asociados.

Este componente persigue básicamente que los productores vendan directamente su producto a través del Comité, así eliminar al máximo los intermediarios y obtener mejores precios, además de la reducción de costos de producción y mejora de la calidad, para asegurar precios competitivos en el

mercado, garantizados en el ámbito local, aumentando así los ingresos de las familias.

5.7.3 Técnico

Con la intermediación del Comité se podrá tener un adecuado control de la producción, de la dosificación de insumos durante el proceso productivo y todo lo relacionado con el manejo y uso de los recursos financieros.

Para el presente proyecto la parte técnica estará a cargo del Asesor de Producción y Comercialización y del Presidente, quienes se encargarán de promover y realizar seminarios, reuniones de trabajo, eventos de educación y capacitación con el fin de mejorar el conocimiento y participación de directivos, asociados y habitantes en general en la toma de decisiones y en la búsqueda de soluciones para diferentes problemas que rodean a los Comités y comunidades en general. Además de la promoción y gestión ante entidades gubernamentales, privadas y organismos internacionales, apoyo, asistencia técnica, administrativa y financiera para la ejecución del proyecto, a fin de alcanzar los objetivos propuestos.

Con la puesta en marcha de este proyecto se mejorará la forma de producción de los cultivos y se contribuirá con el mejoramiento del nivel de vida de la población.

5.7.4 Financiero

Constituye el componente matriz para el impulso de actividades y realización de los proyectos productivos. Alrededor de esto el Comité cuenta con fuentes de financiamiento internas; con los aportes de cada uno de los socios, y externas; con el préstamo bancario . Estará a cargo por el tesorero, y el contador del Comité, quienes implementarán los servicios que se requieran, derivado de su crecimiento y desarrollo.

5.7.5 Administrativo

Se sustenta básicamente con una estructura técnico administrativa mínima. Con una organización lineal-staff conformada por la Junta Directiva, Puestos de Asesoría al nivel de staff, y un nivel operacional. La estructura orgánica demuestra la agrupación de actividades y funciones por divisiones, departamentos y unidades operacionales, con lo que asignan responsabilidades, autoridad y relaciones de trabajo, desde Junta Directiva, como aparato administrativo, puestos a nivel staff, que se encargará de brindar asesoría, hasta puestos a nivel operativo, quienes ejecutarán los procedimientos.

5.8 ESTRATEGIAS

Las estrategias serán los cursos de acción que seguirán los órganos que integran la estructura organizacional del Comité.

5.8.1 Mercadológicas

La estrategia mercadológica dará seguimiento al plan estratégico empresarial, cuyo propósito será llevar a cabo la misión comercial que conduzca al logro de la visión organizacional. Entre las estrategias diseñadas, está el facilitar la adquisición del producto a los mayoristas, realizando la toma del pedido de la manera que al cliente mejor le convenga, por teléfono, fax, o visitándolo personalmente en sus puntos de venta, de manera que se logre el envío con la rapidez y exactitud que este demande.

Conforme se desarrolle la propuesta y ésta muestre un crecimiento ascendente, se solicitará ayuda a la Asociación de exportadores de Productos no Tradicionales (AGEXPRONT), para considerar la posibilidad de exportar el chile pimienta a los mercados extranjeros que mejores posibilidades y mayores garantías ofrezcan.

5.8.2 Financieras

Para la puesta en marcha del Comité, es necesario contar con las aportaciones de todos los socios y el préstamo solicitado a BANRURAL. El total de las aportaciones es de Q.50,000.00, y el préstamo adquirido por un valor de Q.32,500.00, ambos rubros conforman un capital total de Q.82,500.00, una parte se destinará a la inversión fija y la otra constituirá el capital de trabajo.

5.8.3 Administrativas

Esta estrategia ayudará a cumplir y hacer que se cumplan todos los propósitos y objetivos del Comité, con el uso de todas las facultades que le otorgan los estatutos, reglamentos y la representación de todos los asociados, facultando a todas las personas que realizarán funciones encaminadas a planear, organizar, integrar, dirigir, controlar y operar el trabajo que el Comité debe desempeñar para cumplir con el propósito de su creación.

5.8.4 Empresariales

La estrategia empresarial estará basada en el plan estratégico, elaborado por los órganos de dirección, tiene como propósito principal alcanzar los objetivos propuestos por todos los asociados del Comité.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los análisis realizados sobre la comercialización de cortes típicos y el proyecto de inversión producción y comercialización del chile pimienta bajo invernadero se puede concluir lo siguiente.

1. El Municipio es eminentemente agrícola y artesanal, sus principales actividades generadoras de ingresos son el cultivo de maíz, melocotón y elaboración de cortes típicos. La asistencia técnica y financiera que reciben los agricultores y artesanos es mínima, lo cual es un factor que no les permite mejorar las condiciones de producción y comercialización.

2. Derivado de la caída de los precios internacionales del café, se redujo la fuente de empleo en las fincas, lo que provocó que los jornaleros de origen indígena, no tengan la capacidad de adquisición de los cortes típicos, debido a que sus ingresos son bajos, por lo consiguiente lo utilizan para satisfacer sus necesidades básicas.
3. Los artesanos que elaboran los cortes típicos carecen de credibilidad crediticia por no cumplir con los requisitos que la instituciones financieras establecen.
4. Los artesanos no se organizan debido a que desconocen los factores necesarios para la creación y dirección de un Comité, que les permita obtener los beneficios que proporciona una organización establecida.
5. El municipio de Salcajá, cuenta con las características agronómicas adecuadas para la producción de gran variedad de hortalizas y verduras, y derivado de los estudios realizados para el proyecto del cultivo de chile pimiento bajo invernadero, se determinó que es factible.

RECOMENDACIONES

Derivado de las conclusiones se elaboraron las siguientes recomendaciones que se consideran podrían ser las adecuadas.

1. Que los agricultores y artesanos se organicen en un Comité, para que trabajen de manera conjunta y ordenada en la búsqueda de soluciones a los problemas relacionados con la producción y comercialización de sus productos de manera eficiente para obtener mayor rentabilidad.

2. Que los agricultores soliciten al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, asesoría técnica para implementar programas de diversificación de cultivos, los cuales permitan formar nuevas fuentes de empleo, que proporcionen a los jornaleros de origen indígena, un mejor nivel social y económico.
3. Que por medio del Comité propuesto, se inicie un proceso para el impulso de nuevas organizaciones de desarrollo, tendientes a obtener fuentes de financiamiento de las diferentes instituciones de crédito, para mejorar el nivel de vida de los pobladores de las distintas comunidades del Municipio.
4. Que a través de la creación del Comité, se proponga el uso y aplicación de los manuales de normas y procedimientos (Ver anexo1), así como el de organización (Ver anexo 2), que les proporcione una guía para su mejor funcionamiento.
5. Que se ponga en marcha el proyecto del cultivo del chile pimienta bajo invernadero, por el Comité propuesto, debido a que la demanda del producto es alta en el occidente del país y a nivel nacional; lo que generaría fuentes de empleo e incrementaría el nivel económico de la población del área, a través de la comercialización y organización empresarial.

ANEXO 1

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

I. INTRODUCCIÓN

El cumplimiento de los objetivos de la administración del Comité de Productores Agrícolas del Caserío El Tigre del departamento de Quetzaltenango, implica un esfuerzo consciente y ordenado de cada uno de los miembros que participan en su proceso administrativo, de tal manera, en el presente documento se identifican algunos procedimientos a aplicarse.

Que con la puesta en práctica del manual, los distintos integrantes del Comité cuenten con un instrumento que los oriente para llevar a cabo las diferentes actividades.

Tiene como finalidad simplificar, organizar y sistematizar los procedimientos de trabajo, su carácter es práctico y operativo.

El propósito de presentar los procedimientos a utilizar para la ejecución de actividades, es contribuir a presentar un instrumento de trabajo que facilite la ejecución de las labores a todas aquellas personas que participen en dicho contexto administrativo.

II. OBJETIVOS

- Servir como instrumento operativo e informativo para el Comité.
- Contar con una guía técnica para todos los que laboran en el Comité, que los oriente hacia la forma de ejecutar y realizar las atribuciones propias de su puesto de trabajo en las que participan de manera directa.
- Describir los pasos de cada uno de los procedimientos, en forma gráfica proporcionando una secuencia de actividades, en una forma clara y sencilla, para facilitar su interpretación.

III. CAMPO DE APLICACIÓN

El manual de normas y procedimientos del Comité tendrá aplicación dentro de la organización pero específicamente en el departamento de ventas.

IV. NORMAS DE APLICACIÓN GENERAL

- Es responsabilidad de la gerencia motivar el interés de los empleados para conocer a fondo este instrumento administrativo, a efecto de desempeñar y agilizar eficientemente las actividades relacionadas con la administración.
- Hacer revisión a cualquiera de los procedimientos contenidos en este manual cuando sea necesario, y solicitar la participación de cada uno de los puestos responsables de su ejecución.
- Para cualquier implementación o modificación que se realice en el manual, debe seguirse la estructura que se ha establecido en este documento.

FUNCIONES DEL COMITÉ

Dentro de las principales funciones de la organización están las siguientes:

- Impulsar y promover la participación continua, constante y dinámica de los miembros, en el proceso de planificación ejecución y control de las actividades y tareas en las distintas áreas de competencia del proyecto.
- Organizar y definir los mecanismos de distribución de trabajo y responsabilidad de los miembros al frente de las operaciones empresariales.

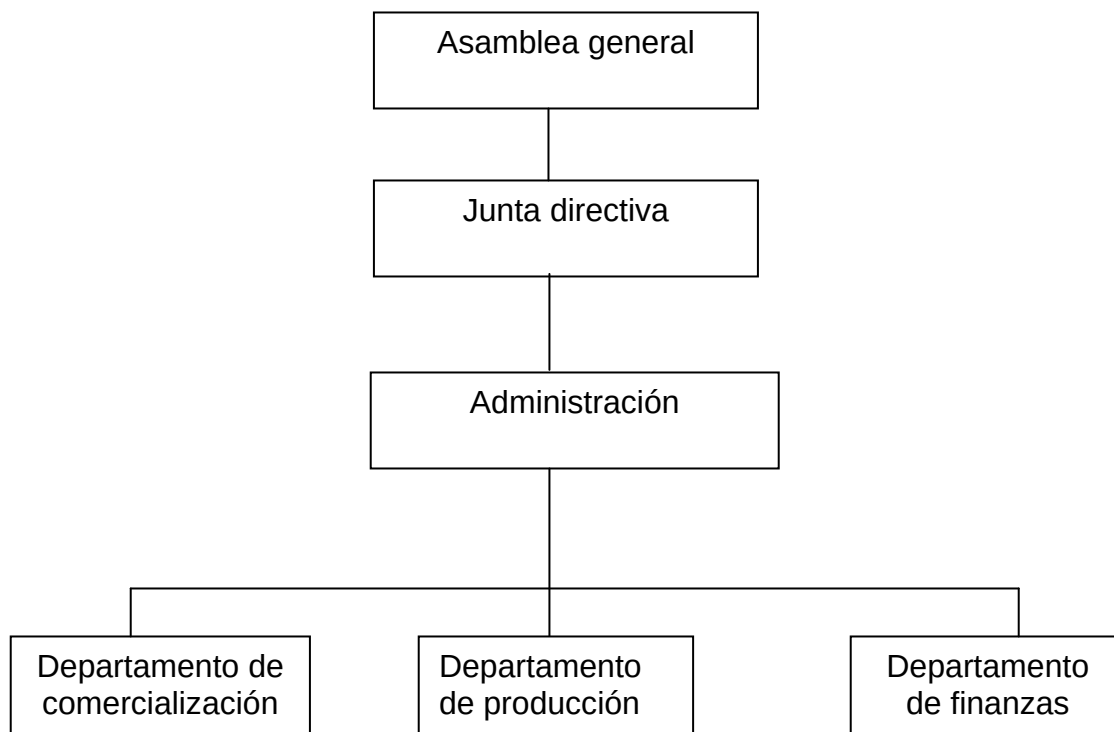
- Diseñar los canales de comunicación adecuados para el funcionamiento eficaz del proyecto.
- Implementar los contactos necesarios tendientes a proveer de la asesoría técnica necesaria de las instituciones dedicadas a la producción agrícola que puedan funcionar en el área y dotar a los asociados de la capacitación constante.
- Establecer mecanismos de control interno, administrativo y contable para el aprovechamiento óptimo de los recursos financieros y patrimonio de la organización.
- Identificar los mecanismos necesarios para el mantenimiento oportuno de información referente a las condiciones del mercado y períodos adecuados para la comercialización de la producción.

Asamblea General

- Es el órgano rector del Comité, constituido por todos los asociados convocados y reunidos en asamblea, con objetivos comunes.
- Las asambleas serán constituidas de carácter legal al lograr la participación del cincuenta y uno por ciento del total de asociados.
- Las asambleas ordinarias se llevarán a cabo dos veces al año, en los meses a convenir, con el objeto de informar a los asociados sobre los planes de trabajo concluidos y los programados para el período siguiente.
- Las asambleas extraordinarias se convocarán al momento de ser necesarias de acuerdo con Junta Directiva.

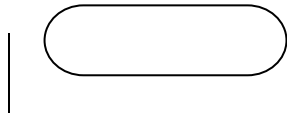
- Las resoluciones y disposiciones de la asamblea se tomarán por mayoría de votos de los asociados presentes, para lo que debe dejarse constancia de lo actuado mediante la suscripción del acta respectiva.
- Las asambleas serán convocadas a través del Presidente del Comité, por lo menos ocho días antes de realizarse, por los medios más convenientes, con detalle de lugar, día y hora en que se llevarán a cabo.
- Las asambleas serán presididas por la máxima autoridad de la Directiva, con asistencia del Secretario quien dará fe de lo actuado a través de acta respectiva, que será leída y referida para próxima reunión.
- La agenda a tratar dependerá de las necesidades, aunque se actuará acorde a planes y programas de trabajo.

Gráfica 8
Municipio de Salcajá – departamento de Quetzaltenango
Proyecto: producción de chile pimiento bajo invernadero
Estructura organizacional
Comité de productores
de chile pimiento

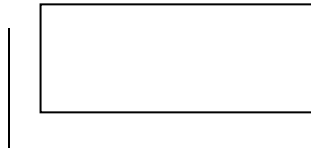


Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2,001.

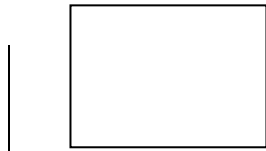
V. SIMBOLOGIA UTILIZADA EN LOS PROCEDIMIENTOS



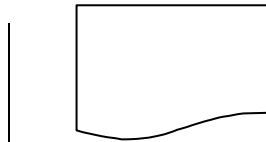
Inicio y fin
Indica el principio y final de
un procedimiento



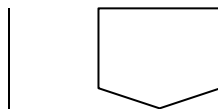
Operación
Representa las operaciones o
pasos de un procedimiento



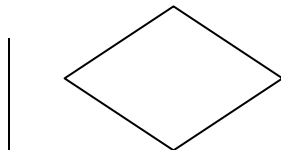
Inspección
Ocurre cuando se revisa algo
del trabajo ejecutado



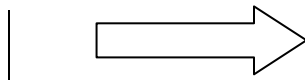
Documento
Se utiliza para simbolizar un documento,
libros, folletos, formularios y hojas.



Conector
Indica que el proceso continúa en otra
columna u hoja



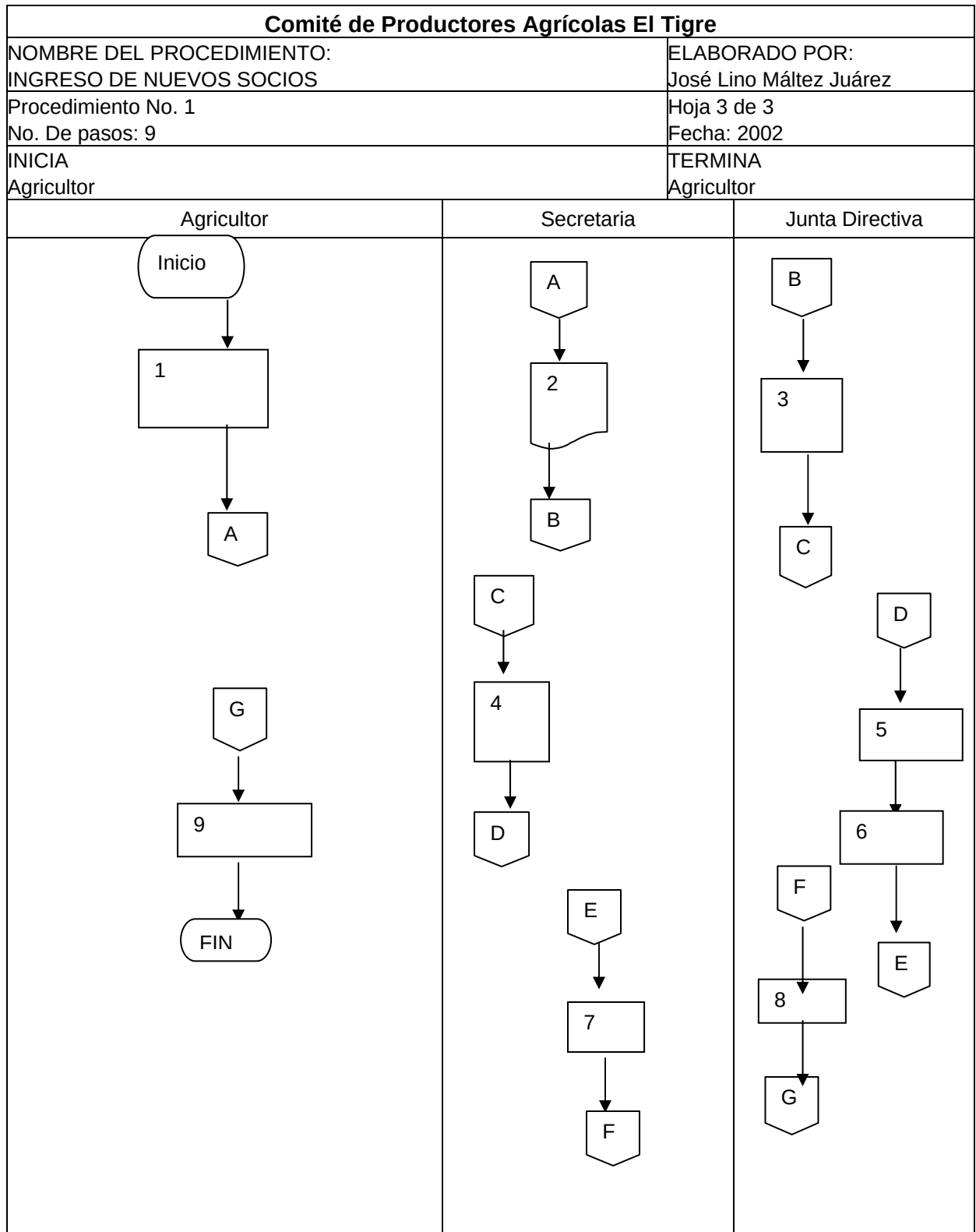
Decisión
Se utiliza cuando es necesario decidirse
por alguna alternativa



Traslado
Se utiliza para el traslado, tanto de un
documento, como el paso de una
actividad de un puesto a otro

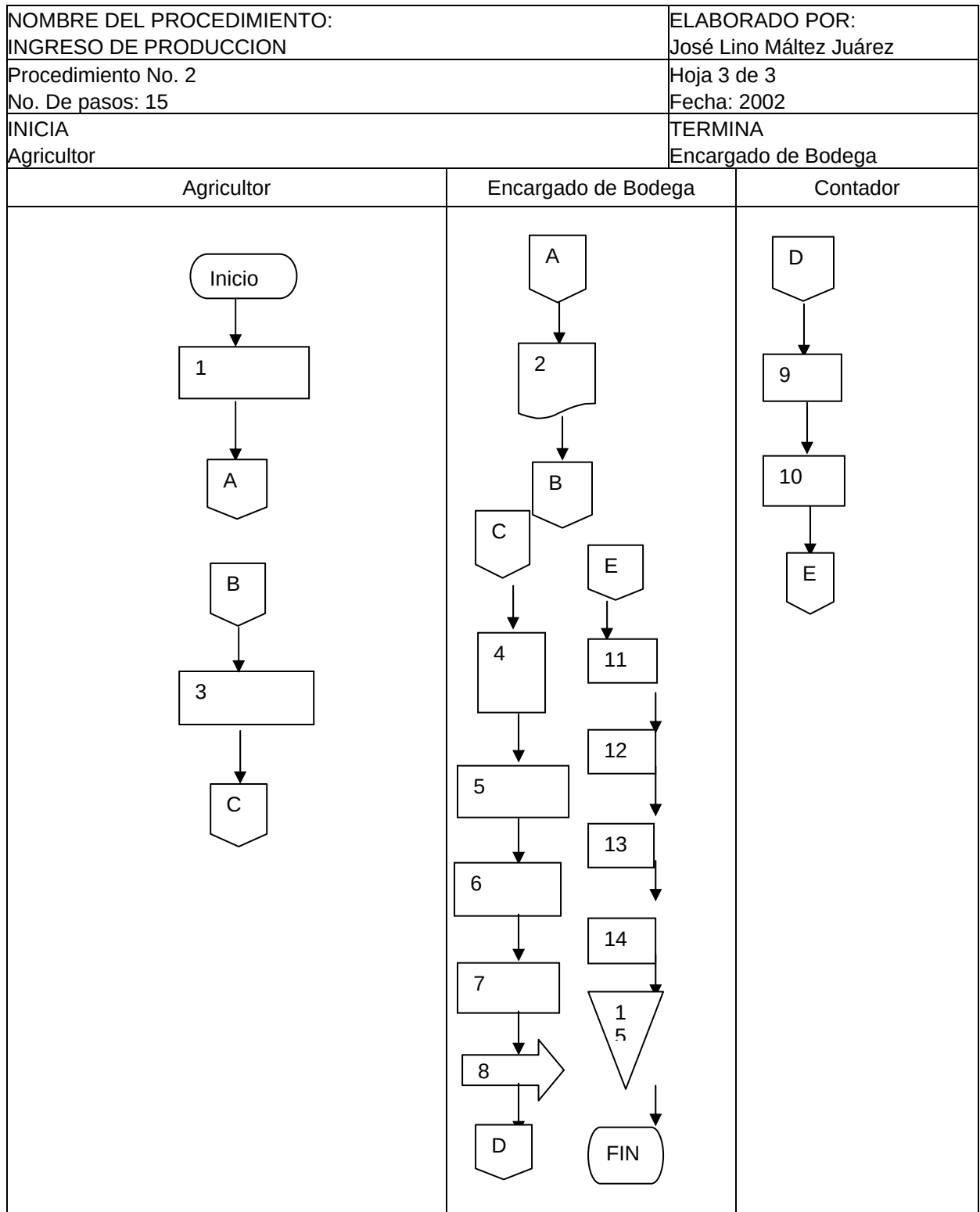
Comité de Productores Agrícolas El Tigre	
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: INGRESO DE NUEVOS SOCIOS	ELABORADO POR: José Lino Mártez Juárez
Procedimiento No. 1 No. De pasos: 9	Hoja 1 de 3 Fecha: 2002
INICIA Productor	TERMINA Productor
OBJETIVOS Y NORMAS	
Objetivos: – Reclutar a productores que se interesen en la producción del cultivo de chile jalapeño bajo invernadero, interesados en participar y formar parte del Comité. – Promover la participación del productor en la comercialización y mejorar el nivel de vida de la población Normas – Las persona interesadas deberán presentar una solicitud por escrito, dirigida a la Junta Directiva del Comité. – La Junta Directiva será quien analice y resuelva sobre la aceptación del nuevo miembro – Únicamente se aceptarán productores del Municipio.	

Comité de Productores Agrícolas El Tigre			
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: INGRESO DE NUEVOS SOCIOS		ELABORADO POR: José Lino Mártez Juárez	
Procedimiento No. 1 No. De pasos: 9		Hoja 2 de 3 Fecha: 2002	
INICIA: Agricultor		TERMINA: Agricultor	
Responsable		Paso	
U/Administrativa	Puesto	No.	ACTIVIDAD
Depto. De Producción	Agricultor	1	Presenta solicitud por escrito a la Junta Directiva del Comité
Recepción	Secretaria	2	Recibe solicitud
Administración	Presidente	3	Realiza entrevista al productor
Recepción	Secretaria	4	Registra datos del productor
Administración	Presidente	5	Pone a consideración la solicitud a los miembros de la Junta Directiva
Administración	Presidente	6	Analiza y discute la solicitud, previo a la autorización
Administración	Presidente	7	Se levanta acta respectiva, firmada por miembros de la Junta Directiva
Administración	Presidente	8	Firma acta respectiva y se le notifica al productor
Producción	Agricultor	9	Es informado que es aceptado como socio del Comité



NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO:	ELABORADO POR:
INGRESO DE PRODUCCION	José Lino Mártez Juárez
Procedimiento No. 2	Hoja 1 de 3
No. De pasos: 15	Fecha: 2002
INICIA	TERMINA
Agricultor	Encargado de Bodega
OBJETIVOS Y NORMAS	
Objetivos: – Inspeccionar durante todo el proceso productivo, para evitar pérdidas. – Mantener actualizado el inventario de la producción para conocer en cualquier momento la disponibilidad del producto para la venta – Minimizar los costos a través del procedimiento correcto de producción. Normas – Todo agricultor deberá seguir este procedimiento para darle ingreso a su producción y llevar control del número de cajas que entrega al Comité. – El encargado de bodega es el responsable, de recibir toda producción, proveniente de los agricultores, y de llevar un estricto control de calidad, clasificando el producto de acuerdo a su tamaño. – Dar aviso cuando exista un lote considerable de producto para disponerlo a la venta.	

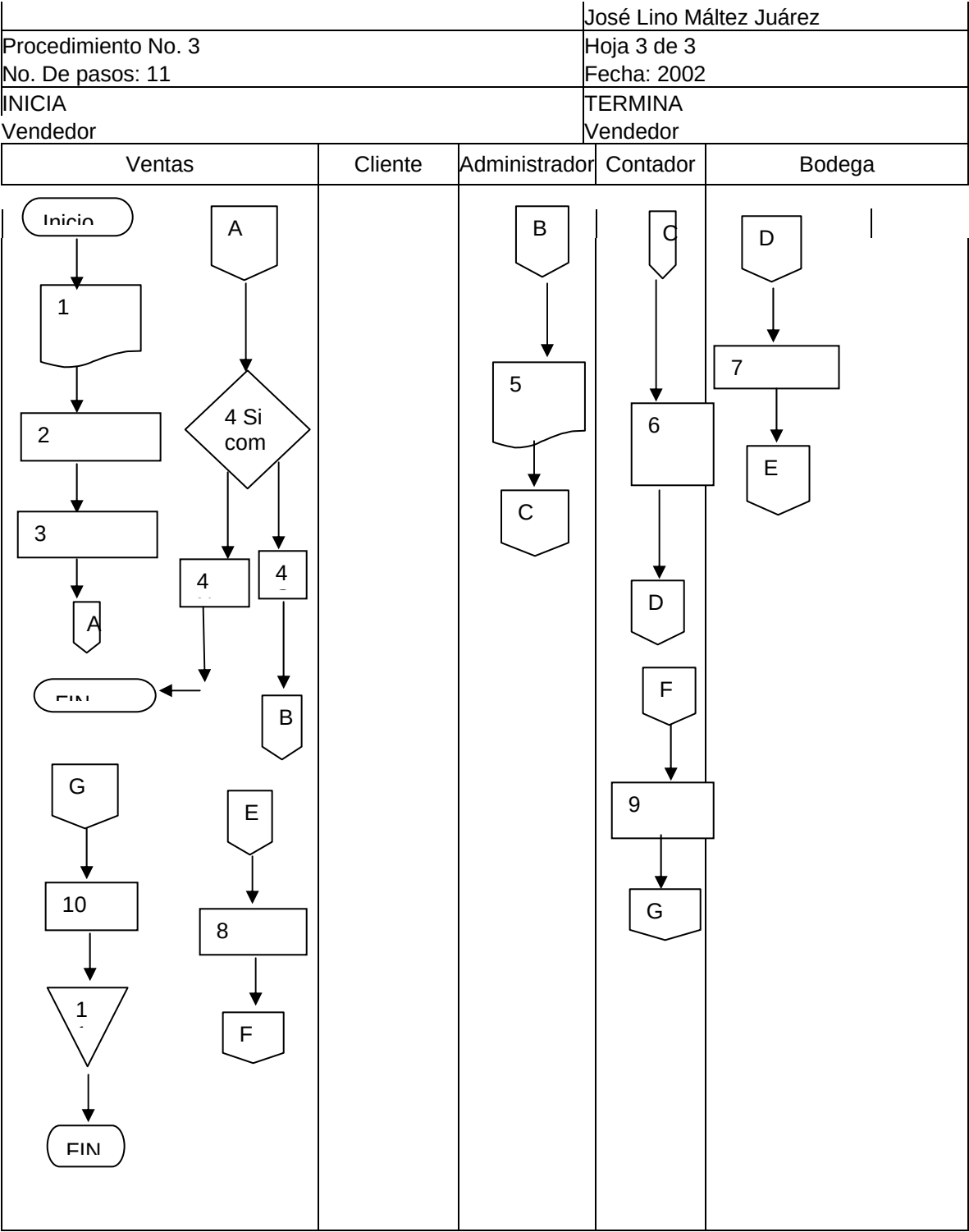
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: INGRESO DE PRODUCCION			ELABORADO POR: José Lino Máltez Juárez
Procedimiento No. 2 No. De pasos: 15			Hoja 2 de 3 Fecha: 2002
INICIA: Agricultor			TERMINA: Encargado de bodega
Responsable		Paso	
U/Admon.	Puesto	No.	ACTIVIDAD
Producción	Agricultor	1	Solicita boleta para entrega de producción.
Producción	Enc.Bodega	2	Entrega formulario solicitando, original y dos copias.
Producción	Agricultor	3	Entrega formulario de producción.
Producción	Enc.Bodega	4	Pesa y revisa calidad del chile pimientito.
Producción	Enc.Bodega	5	Firma y sella de recibido, entregando original al agricultor
Producción	Enc.Bodega	6	Da ingreso al cultivo a la bodega.
Producción	Enc.Bodega	7	Registra en su kardex el ingreso, para llevar control
Producción	Enc.Bodega	8	Envía documentos al encargado de ventas y contabilidad sobre el nuevo ingreso.
Finanzas	Contador	9	Registra datos del ingreso de nuevo producto.
Finanzas	Contador	10	Se encarga de pagar al agricultor el producto.
Finanzas	Contador	11	Clasifica y prepara en lotes el producto.
Finanzas	Contador	12	Mantiene estricto control sobre la producción, evitar pérdidas por maduración
Finanzas	Contador	13	Prepara para la venta, y registra la salida.
Finanzas	Contador	14	Registra la salida del producto.
Finanzas	Contador	15	Archiva copia de paso 2 y paso 8.



Comité de Productores Agrícolas El Tigre	
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO:	ELABORADO POR:

VENTA	José Lino Maltez Juárez
Procedimiento No. 3	Hoja 1 de 3
No. De pasos: 11	Fecha: 2002
INICIA	TERMINA
Vendedor contacta posible comprador	Vendedor
OBJETIVOS Y NORMAS	
Objetivos: – Lograr más participación dentro del mercado mayorista, ofreciendo precios mas que la competencia siempre y cuando las circunstancias lo permitan – Ofrecer al comprador producto con calidad, que llene las características de tiempo y lugar – Estimular al comprador a través de ofrecer un excelente producto. – Contar con un procedimiento sencillo y rápido para dar una adecuada atención a los clientes Normas – De preferencia las ventas deben realizarse al contado. – Cuando se refiera a clientes fijos y de confianza, puede negociarse un máximo de 10 días de crédito, el único que tiene autoridad para autorizar es la Junta Directiva – No se harán descuentos. – No se recibirán devoluciones	

Comité de Productores Agrícolas El Tigre	
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: VENTA	ELABORADO POR:



ANEXO 2

Manual de Organización

- **Concepto:**

Es el documento técnico que describe detalladamente las estructuras organizacionales, señala los puestos y la relación que existe entre ellos para el logro de sus objetivos. Explica jerarquía, grados de autoridad y responsabilidad; funciones y actividades de los diversos órganos que conforman la organización.

- **Aspectos del manual de organización**

Detalla la información que identifica el campo de acción y la extensión en que se va a realizar el manual.

Nombre: Comité de Productores Agrícolas El Tigre

Extensión del Manual: Todos los puestos que conforman el Comité.

OBJETIVOS DEL MANUAL

- Dar a conocer al recurso humano con que cuenta la organización, la ubicación, funciones, canales de comunicación y niveles jerárquicos para realizar las distintas actividades programadas.
- Identificar con información precisa el perfil de las personas que ocuparán los distintos puestos de trabajo.
- Fijar y dar a conocer de forma escrita u oral las diversas funciones y atribuciones del personal que conformará el Comité.
- Eliminar la duplicidad de funciones.
- Servir de guía para todos los asociados del Comité, dotándolos de un instrumento administrativo que sirva para lograr la eficacia en el aprovechamiento del recurso humano disponible.
- Contribuir con la organización, a efecto de convertirla en una empresa competitiva en el mercado de chile pimienta, para que en un mediano plazo pueda ampliar y diversificar su producción.

OBJETIVOS DEL COMITÉ

El Comité de Productores Agrícolas Caserío El Tigre, tendrá los siguientes objetivos.

- **Generales**

Mejorar las condiciones socioeconómicas de los habitantes del Caserío El Tigre, municipio de Salcajá, Quetzaltenango, a través del fortalecimiento, diversificación del proceso de producción agrícola bajo invernadero y la comercialización, por medio del trabajo integrado de grupo.

Promover el uso eficiente de los recursos físicos, humanos y financieros de la comunidad agrícola.

- **Específicos**

Incrementar la producción de nuevos cultivos que permitan elevar el nivel de ingresos económicos, a través de incentivos para el trabajo de grupo.

Fomentar por medio de la organización, las innovaciones en el proceso productivo agrícola que permita aprovechar el tiempo ocioso y los recursos físicos que se generan en el período que se deja de sembrar otras hortalizas, en el caso específico la producción de chile pimiento bajo invernadero.

Implementar el uso de un nivel más elevado de tecnología, que sea el adecuado para optimizar la producción, a fin de minimizar costos y maximizar la rentabilidad.

Establecer mecanismos de comercialización que permitan lograr la colocación del producto en el mercado a un precio más favorable para el productor como para el consumidor.

Aprovechar el trabajo organizado para establecer contacto para recibir apoyo técnico y financiero que permita el incremento de la producción.

- **Misión**

La misión prevista para el Comité de Productores Agrícolas Caserío El Tigre es **“Constituirse como la plataforma de desarrollo rural del municipio de Salcajá, a través de la diversificación de la producción agrícola”.**

- **Visión**

“Alcanzar un mejor nivel de vida de los habitantes del Caserío El Tigre, por medio del trabajo organizado y participativo, que permita la capacitación técnica constante, asistencia crediticia y mejorar las opciones productivas y de comercialización de los productos agrícolas”.

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA			Hecho por: José Lino Maltez
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			
Manual de Organización	Descripción del cargo	Fecha	Hora
	Presidente	28/07/2003	14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
<u>I IDENTIFICACIÓN</u>			Código 01-01
Ubicación administrativa	Junta Directiva		
Inmediato superior	Asamblea General		
Subalternos	Administrador, encargados de Departamentos		
<u>II DESCRIPCION</u>			
Naturaleza	Es un puesto de carácter directivo, eminentemente de dirección y coordinación administrativa de las actividades programadas por el Comité.		
Relación de trabajo	Deberá mantener estrecha relación con todo el administrador, con los departamentos de comercialización, producción y finanzas.		
Autoridad	Delegar funciones, tareas o actividades en forma específica al administrador y departamentos de comercialización, producción y finanzas.		
Responsabilidad	Es conjunta con la Junta Directiva, para la consecución de los objetivos y metas		
<u>III ESPECIFICACIÓN DEL CARGO</u>			
Educación	Leer y escribir y ser vecino de la comunidad		
Experiencia	Tener conocimiento del funcionamiento de un Comité		
Habilidades y destrezas	Poseer don de mando, responsabilidad, puntualidad y liderazgo		
<u>IV OTROS</u>			
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa		

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA			Hecho por: José Lino Maltez
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			
Manual de Organización	Descripción del cargo	Fecha	Hora
	Vicepresidente	28/07/2003	14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I <u>IDENTIFICACIÓN</u>			Código 01-02
Ubicación administrativa	Junta Directiva		
Inmediato superior	Asamblea General		
Subalternos	Administrador, encargados de departamentos		
II <u>DESCRIPCION</u>			
Naturaleza	Es un puesto de carácter directivo, comparte responsabilidades con el presidente y en caso de faltar el asume cargo temporal para dirigir y coordinar administrativa las actividades programadas por el Comité.		
Relación de trabajo	Deberá mantener estrecha relación con el administrador, departamentos de comercialización, producción y finanzas.		
Autoridad	Delegar funciones, tareas o actividades en forma específica al administrador y departamentos de comercialización, producción y finanzas.		
Responsabilidad	Es conjunta con la Junta Directiva, para la consecución de los objetivos y metas		
III <u>ESPECIFICACIÓN DEL CARGO</u>			
Educación	Leer y escribir y ser vecino de la comunidad		
Experiencia	Tener conocimiento del funcionamiento de un Comité		
Habilidades y destrezas	Poseer don de mando, responsabilidad, puntualidad y liderazgo		
IV <u>OTROS</u>			
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa		

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA			Hecho por: José Lino Maltez
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			
Manual de Organización	Descripción del cargo	Fecha	Hora
	Vocal	28/07/2003	14:00

COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE

I <u>IDENTIFICACIÓN</u>		Código 01-03
Ubicación administrativa	Junta Directiva	
Inmediato superior	Asamblea General	
Subalternos	Administrador, encargados de departamentos	
II <u>DESCRIPCION</u>		
Naturaleza	Es un puesto de carácter directivo, donde su punto de vista u opinión cuenta para la dirección y coordinación administrativa de las actividades programadas por el Comité.	
Relación de trabajo	Deberá mantener estrecha relación con el administrador, con los departamentos de comercialización, producción y finanzas.	
Autoridad	Revisa y analiza, actividades en forma específica del administrador y departamentos de comercialización, producción y finanzas.	
Responsabilidad	Es conjunta con la Junta Directiva, para la consecución de los objetivos y metas	
III <u>ESPECIFICACIÓN DEL CARGO</u>		
Educación	Leer y escribir y ser vecino de la comunidad	
Experiencia	Tener conocimiento del funcionamiento de un Comité	
Habilidades y destrezas	Poseer don de mando, responsabilidad, puntualidad y liderazgo	
IV <u>OTROS</u>		
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa	

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA			Hecho por: José Lino Maltez
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			
Manual de Organización	Descripción del cargo	Fecha	Hora
	Tesorero	28/07/2003	14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I <u>IDENTIFICACION</u>			Código 01-04
Ubicación administrativa	Junta Directiva		
Inmediato superior	Asamblea General		
Subalternos			
II <u>DESCRIPCION</u>			
Naturaleza	Es un puesto de carácter administrativo, eminentemente de control financiero, de movimientos económicos del Comité.		
Relación de trabajo	Deberá mantener relación con los miembros de la junta directiva, contador, administrador y con el encargado de ventas y bodega.		
Autoridad	Contará con vos y voto para las disposiciones emanadas de Junta Directiva.		
Responsabilidad	Es conjunta con la Junta Directiva, para la consecución de los objetivos y metas planteadas dentro de la organización.		
III <u>ESPECIFICACIÓN DEL CARGO</u>			
Educación	Leer y escribir y ser vecino de la comunidad		
Experiencia	Tener conocimiento del funcionamiento de un Comité		
Habilidades y destrezas	Poseer don de mando, responsabilidad, puntualidad y liderazgo		
IV <u>OTROS</u>			
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa		

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA			Hecho por: José Lino Maltez
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			
Manual de Organización	Descripción del cargo	Fecha	Hora
	Secretario	28/07/2003	14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I IDENTIFICACION			Código 01-05
Ubicación administrativa	Junta Directiva		
Inmediato superior	Asamblea General		
Subalternos			
II DESCRIPCION			
Naturaleza	Es un puesto de carácter administrativo, eminentemente de apoyo y control llevar una historia documentada de todas las actividades realizadas por el comité, además del trabajo secretarial y de archivo que se necesite.		
Relación de trabajo	Deberá mantener estrecha relación con el administrador, con los departamentos de comercialización, producción y finanzas.		
Autoridad	Contará con vos y voto para las disposiciones emanadas de Junta Directiva.		
Responsabilidad	Es conjunta con la Junta Directiva, para la consecución de los objetivos y metas. Informar del trabajo realizado y transcribir todo a la Asamblea General.		
III ESPECIFICACIÓN DEL CARGO			
Educación	Leer y escribir y ser vecino de la comunidad		
Experiencia	Tener conocimiento del funcionamiento de un Comité		
Habilidades y destrezas	Habilidad para escribir, control de archivo, responsabilidad y puntualidad.		
IV OTROS			
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa		

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA			Hecho por: José Lino Maltez
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			
Manual de Organización	Descripción del cargo Administrador	Fecha 28/07/2003	Hora 14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I IDENTIFICACION			Código 02-01
Ubicación administrativa	Administración		
Inmediato superior	Junta Directiva		
Subalternos	Deptos. de comercializacion, producción y finanzas.		
II DESCRIPCION			
Naturaleza	Trabajo de tipo administrativo, su función principal la ejecución del plan de trabajo mediante la aplicación de procesos administrativos, guía al personal con que se relaciona para alcanzar metas propuestas.		
Relación de trabajo	Deberá mantener estrecha relación con todo lo administrativo, la Junta Directiva, los departamentos de comercialización, producción y finanzas.		
Autoridad	Delegar funciones, tareas o actividades en forma específica al los departamentos de comercialización, producción y finanzas.		
Responsabilidad	Control de bienes del Comité, proveer y suministrar los insumos necesarios para el funcionamiento de la organización.		
III ESPECIFICACIÓN DEL CARGO			
Educación	Tener como mínimo un tercero básico de escolaridad.		
Experiencia	Tener conocimiento del funcionamiento de un Comité		
Habilidades y destrezas	Poseer habilidad numérica, don de mando, responsabilidad, puntualidad y liderazgo		
IV OTROS			
-	Ser honrado, responsable, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa.		

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA			Hecho por: José Lino
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			Maltez
Manual de Organización	Descripción del cargo Encargado/producción.	Fecha 28/07/2003	Hora 14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I IDENTIFICACION			Código 03-01
Ubicación administrativa	Departamento de producción.		
Inmediato superior	Administrador		
Subalternos	Bodeguero y agricultores.		
II DESCRIPCION			
Naturaleza	Trabajo operativo, consiste en elaborar programas de capacitación para el personal a su cargo, proporcionar asistencia sobre técnicas de cultivo, aplicación de insumos, cuidado culturales y mantenimiento de plantación.		
Relación de trabajo	Debe mantener estrecha relación con el administrador, con los deptos.de comercialización, finanzas y el bodeguero y agricultores.		
Autoridad	Delegar funciones, tareas o actividades en forma específica al bodeguero y los agricultores.		
Responsabilidad	Tiene bajo su responsabilidad las herramientas e insumos que se utiliza en la producción, así como en las labores que realiza cada una de las personas que participan en el proceso productivo y la producción de plantas por su tamaño y calidad.		
III ESPECIFICACIÓN DEL CARGO			
Educación	Haber cursado el ciclo básico y ser vecino de la comunidad		
Experiencia	Tener conocimiento del funcionamiento de un Comité y manejo de invernaderos.		
Habilidades y destrezas	Poseer don de mando, responsabilidad, puntualidad y liderazgo		
IV OTROS			
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa		

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA			Hecho por: José Lino Maltez
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			
Manual de Organización	Descripción del cargo Encargado/comercialización	Fecha 28/07/2003	Hora 14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I <u>IDENTIFICACION</u>			Código 03-02
Ubicación administrativa	Departamento de comercializacion		
Inmediato superior	Administrador		
Subalternos	Vendedores		
II <u>DESCRIPCION</u>			
Naturaleza	Trabajo administrativo que consiste en seccionar el producto. Establecer el precio basándose en las condiciones de mercado (oferta y demanda) así como de los costos de producción, buscar los mercados mas importantes para el producto.		
Relación de trabajo	Deberá mantener estrecha relación con el administrador, con el encargado de producción y vendedores.		
Autoridad	Delegar funciones, tareas o actividades en forma específica a vendedores.		
Responsabilidad	Es conjunta con la Junta Directiva, para la consecución de los objetivos y metas tienen bajo su responsabilidad la comercializacion del producto, así como su distribución, en busca de los canales mas adecuados para el Comité.		
III <u>ESPECIFICACIÓN DEL CARGO</u>			
Educación	Haber cursado el ciclo básico y ser vecino de la comunidad.		
Experiencia	Tener conocimiento del funcionamiento de un Comité y sobre todo en mercadeo.		
Habilidades y destrezas	Poseer don de mando, entusiasmo, responsabilidad, puntualidad y liderazgo		
IV <u>OTROS</u>			
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa		

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			Hecho por: José Lino Maltez
Manual de Organización	Descripción del cargo Encargado/finanzas	Fecha 28/07/2003	Hora 14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I IDENTIFICACION			Código 03-03
Ubicación administrativa Inmediato superior	Departamento de Finanzas Administrador		
II DESCRIPCION			
Naturaleza	Trabajo asalariado, con remuneración mensual, puesto de carácter administrativo financiero y quien tendrá las funciones contables del Comité, debiéndose ajustar a las normas y procedimientos legales y a los principios de contabilidad generalmente aceptados.		
Relación de trabajo	Por la naturaleza de sus funciones, deberá mantener estrecha relación con el administrador, con los departamentos de comercialización y de producción.		
Responsabilidad	Rendir cuentas al administrador de todas las transacciones contables que se realicen en el Comité.		
III ESPECIFICACIÓN DEL CARGO			
Educación	Título de perito contador y ser vecino de la comunidad		
Experiencia	Tener conocimientos contables y del funcionamiento de un Comité		
Habilidades y destrezas	Responsabilidad, puntualidad, liderazgo, conocer aspectos legales y fiscales		
IV OTROS			
- Ser honrado, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa			

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			Hecho por: José Lino Maltez
Manual de Organización	Descripción del cargo Bodeguero	Fecha 28/07/2003	Hora 14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I <u>IDENTIFICACION</u>			Código 03-01-01
Ubicación administrativa	Bodega		
Inmediato superior	Encargado de producción		
II <u>DESCRIPCION</u>			
Naturaleza	Es un puesto operativo, el desempeño debe cumplirse de acuerdo a las normas establecidas, tiene gran responsabilidad en el manejo y almacenaje del producto.		
Relación de trabajo	Deberá mantener estrecha relación con el encargado de producción, agricultores, departamento de comercialización y finanzas.		
Responsabilidad	Debe mantener control de materiales de producción, registro del producto terminado, control de órdenes de compra y requisiciones de materia prima, entregar y recibir materia prima, manejo de inventarios.		
III <u>ESPECIFICACIÓN DEL CARGO</u>			
Educación	Leer y escribir y ser vecino de la comunidad		
Experiencia	Tener conocimiento del funcionamiento de un Comité		
Habilidades y destrezas	Ser ordenado, conocer sobre manejo de productos perecederos y control de inventarios.		
IV <u>OTROS</u>			
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa		

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			Hecho por: José Lino Maltez
Manual de Organización	Descripción del cargo Agricultor	Fecha 28/07/2003	Hora 14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I <u>IDENTIFICACION</u>			Código 03-01-02
Ubicación administrativa Inmediato superior	Invernaderos Encargado de producción		
II <u>DESCRIPCION</u>			
Naturaleza	Puesto operativo, encargado del cultivo del producto en los invernaderos, los cuidados culturales de la siembra y recolección de la cosecha.		
Relación de trabajo	Deberá mantener estrecha relación con el encargado de producción y el bodeguero.		
Responsabilidad	Mantenimiento de las plantaciones y calidad del producto.		
III <u>ESPECIFICACIÓN DEL CARGO</u>			
Educación	Ser vecino de la comunidad		
Experiencia	Tener conocimiento de la agricultura, manejo de fertilizantes y plaguicidas.		
Habilidades y destrezas	Habilidad en la siembra y cosecha de productos perecederos.		
IV <u>OTROS</u>			
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa		

CASERIO EL TIGRE, MUNICIPIO DE SALCAJA			Hecho por:
DEPARTAMENTO DE QUETZALTENANGO			José Lino Maltez
Manual de Organización	Descripción del cargo	Fecha	Hora
	Vendedor	28/07/2003	14:00
COMITÉ DE PRODUCTORES AGRICOLAS EL TIGRE			
I <u>IDENTIFICACION</u>			Código 03-02-01
Ubicación administrativa	Departamento de Comercialización		
Inmediato superior	Encargado de Comercialización		
II <u>DESCRIPCION</u>			
Naturaleza	Es un puesto que requiere de habilidad y destreza en el área de ventas, persona creativa y buenas relaciones interpersonales, experiencia en el área, asesora clientes que visita.		
Relación de trabajo	Deberá mantener estrecha relación con el departamento de comercialización, clientes y bodeguero.		
Responsabilidad	Es responsable de la atención al cliente, cumplimiento de metas y la búsqueda de mercados potenciales para el producto.		
III <u>ESPECIFICACIÓN DEL CARGO</u>			
Educación	Leer y escribir y ser vecino de la comunidad		
Experiencia	Tener conocimiento sobre venta de productos perecederos		
Habilidades y destrezas	Saber manejo de vehículo, responsable, puntual y creativo.		
IV <u>OTROS</u>			
-	Ser honrado, pertenecer al Comité, tener buenas relaciones humanas, espíritu colaborador e iniciativa		

BIBLIOGRAFÍA

ALVARADO PINETTA, EDGAR. La Agricultura en Guatemala. Guatemala: Talleres Gráficos, 1981.

ARIAS, RAFAEL. Diagnóstico Socioeconómico Municipio de Santa Rosa de Lima. Costos y Rentabilidad. Cultivo de Maíz y Frijol. Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de San Carlos de Guatemala. Volumen A.

CABRERA MÉRIDA, NORMA Licda., Diagnóstico y lineamientos del E.P.S, año 2000 Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala

CAMO JUÁREZ, ALBA JUDITH. Estudio de Prefactibilidad del Proyecto Cultivo de Tomate. Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de San Carlos de Guatemala. Volumen 4.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA, Decreto 78-89. Bonificación Incentivo para trabajadores del sector privado. Publicada en Diario Centro América el 19 de Diciembre de 1989.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA, Decreto 27-92. Ley del Impuesto Sobre la Renta, publicado en el Diario Centro América el 27 de julio de 1992.

DÍAZ AMAYA, ANTONIO. Costos y Rentabilidad del Cultivo de Tomate. Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de San Carlos de Guatemala. Volumen 1-3.

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA. Ministerio de Economía. III Censo Nacional Agropecuario 1979. Guatemala: 1982-1984. Volumen I y II.

GALL, FRANCIS. COMPILACIÓN. Diccionario Geográfico de Guatemala. Guatemala: Tipografía Nacional, 1983. 4 Tomos.

INFORME COLECTIVO, Estudios de prefactibilidad de los proyectos: fabricación y comercialización de cal hidratada, producción y comercialización de papá. Producción y comercialización de tomate. Guatemala, 1998, Municipio de Purulha, departamento de Baja Verapaz, volumen 1. Facultad de Ciencias Económicas.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. X Censo Nacional de Población y V de Habitación 1994. Departamento de Suchitepéquez. Guatemala: 1995. 145 pp.

MELENDRERAS SOTO, TRISTÁN; CASTAÑEDA QUAN, LUIS ENRIQUE. Aspectos Generales para Elaborar una Tesis Profesional o una investigación Documental. Segunda Edición. Guatemala: Departamento de Publicaciones.

Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de San Carlos de Guatemala, 1991. 104 pp.

MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL. Acuerdo Gubernativo 838-2000. Fijación de Salarios Mínimos para actividades agrícolas y no agrícolas. Publicado en el Diario de Centro América el 30 de Noviembre del 2000

PARMO LÓPEZ, JOSÉ LUIS. Perfil del proyecto. Cultivo de Tomate. 185 pp.

PERDOMO SALGUERO, MARIO LEONEL. Contabilidad Agrícola. Guatemala: Editorial Ediciones Contables. Administrativas, 2000. Primera Edición. 147 pp.

SIMMONS, CHARLES; TÁRANO, JOSÉ MANUEL; Y PINTO, JOSÉ HUMBERTO. Clasificación de Reconocimiento de los Suelos de la República de Guatemala. Guatemala: Editorial del Ministerio de Educación Pública José de Pineda Ibarra, 1959. 995 pp.

VILLACORTA ESCOBAR, MANUEL. Recursos Económicos de Guatemala. Biblioteca Centroamericana de las Ciencias Sociales. Tercera Edición. Guatemala. Editorial Piedra Santa, 1984. 265 pp.