

MUNICIPIO DE CONCEPCIÓN HUISTA
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO

“COMERCIALIZACIÓN (ELABORACIÓN DE TEJIDOS TÍPICOS)
Y PROYECTO: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CERA”

FRANCISCO ROLDÁN LÓPEZ Y LÓPEZ

TEMA GENERAL

“DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES
PRODUCTIVAS Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN”

MUNICIPIO DE CONCEPCIÓN HUISTA
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO

TEMA INDIVIDUAL

“COMERCIALIZACIÓN (ELABORACIÓN DE TEJIDOS TÍPICOS)
Y PROYECTO: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CERA”

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2007

2007

(c)

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

CONCEPCIÓN HUISTA - VOLUMEN

2-56-75 AE -2,007

Impreso en Guatemala, C.A.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

“COMERCIALIZACIÓN (ELABORACIÓN DE TEJIDOS TÍPICOS)
Y PROYECTO: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CERA”

MUNICIPIO DE CONCEPCIÓN HUISTA
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO

INFORME INDIVIDUAL

Presentado a la Honorable Junta Directiva y al

Comité Director

del

Ejercicio Profesional Supervisado de

la Facultad de Ciencias Económicas

por

FRANCISCO ROLDÁN LÓPEZ Y LÓPEZ

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, marzo 2007

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Decano:	Lic. José Rolando Secaida Morales
Secretario:	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal Primero:	Lic. Cantón Lee Villela
Vocal Segundo:	Lic. Mario Leonel Perdomo Salguero
Vocal Tercero:	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal Cuarto:	P.C. Efrén Arturo Rosales Álvarez
Vocal Quinto:	P.C. Deiby Boanergers Ramírez Valenzuela

**COMITÉ DIRECTOR DEL
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO**

Decano:	Lic. José Rolando Secaida Morales
Coordinador General:	Lic. Marcelino Tomas Vivar
Director de la Escuela de Economía:	Lic. Antonio Muñoz Saravia
Director de la Escuela de Auditoría:	Lic. Carlos Humberto Hernández Prado
Director de a.i. de la Escuela de Administración:	Licda. Olga Edith Siekavizza Grisolia
Director del IIES:	Lic. Miguel Ángel Castro Pérez
Jefe del Depto. de PROPEC:	Lic. Hugo Rolando Cuyán Barrera
Delegado Estudiantil Área de Economía.	
Delegado Estudiantil Área de Auditoría:	Norberto Jacobo González
Delegado Estudiantil Área de Administración.	

ACTO QUE DEDICO

A DIOS	Por haberme permitido alcanzar esta meta en mi vida y compartirla con ustedes.
A MIS PADRES	Marcela López y Feliciano López, por su amor, sacrificio y consejos.
A MIS HIJOS	Enzo Francisco y Norman Elí, que este triunfo, sirva de ejemplo para el logro de sus objetivos.
A MIS HERMANOS	Floridalma, Erwin, Alex, y Edelmira; por su apoyo y comprensión.
A MIS TIOS	Por su motivación y apoyo constante.
A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS	Por compartir etapas laboriosas y por su amistad en los momentos oportunos.
A MIS CATEDRÁTICOS	Por su esfuerzo y dedicación en transmitir sus conocimientos.
A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	En especial a la Facultad de Ciencias Económicas por su formación académica.
A GUATEMALA	Lugar en donde espero contribuir en su desarrollo social y económico.

ÍNDICE GENERAL

	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	i

CAPÍTULO I CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

1.1	ANTECEDENTE HISTÓRICOS	1
1.2	LOCALIZACIÓN Y EXTENSIÓN TERRITORIAL	2
1.3	CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS	3
1.4	OROGRAFÍA	4
1.5	RECURSOS NATURALES	4
1.5.1	Bosques	4
1.5.2	Suelos	5
1.5.3	Agua	6
1.6	DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA	7
1.7	VÍAS DE COMUNICACIÓN	9
1.8	SERVICIOS BÁSICOS	12
1.8.1	Educación	12
1.8.2	Salud	13
1.8.3	Policía Nacional Civil	14
1.8.4	Juzgado de Paz	14
1.8.5	Registro de Ciudadanos	14
1.8.6	Comité Nacional de Alfabetización	14
1.8.7	Agua	14
1.8.8	Tratamiento de aguas servidas	15
1.8.9	Drenajes	15
1.8.10	Recolección de basura	15
1.8.11	Cementerio	15

1.8.12	Mercado	16
1.8.13	Rastro	16
1.8.14	Áreas recreativas	16
1.8.15	Biblioteca	16
1.8.16	Energía eléctrica	16
1.8.17	Alumbrado público	17
1.8.18	Correos y telégrafos	17
1.9	POBLACIÓN	17
1.9.1	Población por área urbana-rural y sexo	17
1.9.2	Población por edad	20
1.9.3	Población por etnia y área	21
1.9.4	Densidad poblacional	22
1.9.5	Población económicamente activa	22
1.9.6	Empleo y niveles de ingresos	23
1.9.7	Nivel de pobreza	24
1.9.8	Migración	25
1.9.9	Vivienda	26
1.9.10	Analfabetismo	26
1.10	INFRAESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	27
1.10.1	Organizaciones sociales	27
1.10.2	Organizaciones productivas	28
1.10.3	Organizaciones no gubernamentales	29
1.10.4	Mancomunidad Huista	30
1.11	ESTRUCTURA AGRARIA	30
1.11.1	Tenencia de la tierra	31
1.11.2	Concentración de la tierra	34
1.11.3	Uso actual y potencial de los suelos	39
1.12	ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO	40
1.12.1	Actividad agrícola	41
1.12.2	Actividad pecuaria	42

1.12.3	Actividad artesanal	42
1.12.4	Servicios	43

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA ELABORACIÓN DE TEJIDOS TÍPICOS

2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	44
2.2	PRODUCCIÓN	45
2.3	TECNOLOGÍA	46
2.3.1	Proceso productivo	46
2.4	COSTOS	48
2.4.1	Rentabilidad	50
2.5	FINANCIAMIENTO	53
2.6	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	53
2.6.1	Producto	53
2.6.2	Precio	54
2.6.3	Plaza	55
2.6.4	Promoción	56
2.7	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	56
2.7.1	Planificación	56
2.7.2	Organización	56
2.7.3	Integración	57
2.7.4	Dirección	57
2.7.5	Control	57
2.8	PROBLEMÁTICA ENCONTRADA Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN	57
2.8.1	Propuesta de solución	58
2.8.1.1	Comercialización propuesta	58
2.8.1.2	Mezcla de mercadotecnia	58

CAPÍTULO III

PROYECTO: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CERA

3.1	IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	63
3.2	JUSTIFICACIÓN	63
3.3	OBJETIVOS	64
3.3.1	Objetivo general	64
3.3.2	Objetivos específicos	64
3.4	ESTUDIO DE MERCADO	64
3.4.1	Oferta	66
3.4.2	Demanda	72
3.4.2.1	Demanda potencial	73
3.4.2.2	Consumo aparente	80
3.4.2.3	Demanda insatisfecha	85
3.4.3	Precio	91
3.4.4	Comercialización	92
3.5	ESTUDIO TÉCNICO	92
3.5.1	Localización óptima de la planta	92
3.5.2	Tamaño óptimo de la planta	93
3.5.3	Duración del proyecto	95
3.5.4	Identificación y descripción del proceso	95
3.5.5	Requerimientos técnicos	103
3.6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	104
3.6.1	Justificación	104
3.6.2	Objetivos	105
3.6.3	Tipo y denominación	105
3.6.4	Localización	106
3.6.5	Marco jurídico	106
3.6.6	Estructura organizacional	107
3.6.7	Diseño de la organización	108

3.6.8	Recursos	110
3.7	ESTUDIO FINANCIERO	111
3.7.1	Inversión fija	111
3.7.2	Inversión en capital de trabajo	113
3.7.3	Inversión total	115
3.7.4	Financiamiento	116
3.7.5	Estados financieros	116
3.7.6	Evaluación financiera	128
3.7.7	Impacto social	132

CAPÍTULO IV
COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA
PROYECTO: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CERA

4.1	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	133
4.1.1	Producto	133
4.1.2	Precio	135
4.1.3	Plaza	136
4.1.4	Promoción	150

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

ANEXO MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

ANEXO PLAN ANUAL DE MERCADEO

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE CUADROS

No.	NOMBRE	PÁGINA
1	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Población estudiantil por sector, nivel y sexo Año: 2004.	13
2	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Población por centro poblado y género Años: 1994 y 2004.	19
3	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Población total por edad Año: 2004.	20
4	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Población total por etnia y área Año: 1994 y 2004.	21
5	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Nivel de ingresos Año: 2004	23
6	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Población según nivel de pobreza Año: 2004	24
7	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Régimen de tenencia de tierra 1979 Año: 1979	32
8	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Régimen de tenencia de tierra Año: 2003	33

9	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Régimen de tenencia de tierra según muestra Año: 2004	34
10	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Régimen de concentración de la tierra según tamaño de finca Año: 1979	35
11	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Régimen de concentración de la tierra por tamaño de finca Año: 2003	36
12	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Régimen de concentración de la tierra según tamaño de Finca Año: 2004	39
13	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Uso actual del suelo Año: 2004	40
14	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Actividades productivas Año: 2004	41
15	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Elaboración de tejidos típicos Costo de producción Del 01 de julio de 2003 al 30 de junio de 2004	49
16	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Elaboración de tejidos típicos Estado de resultados Del 01 de julio 2003 al 30 de junio de 2004	51
17	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Oferta de candelas pequeñas Período: 2000 - 2009	68

18	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Oferta de candelas medianas Período: 2000 - 2009	69
19	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Oferta de candelas grandes Período: 2000 - 2009	70
20	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Oferta de cirios Período: 2000 - 2009	71
21	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Oferta de veladoras Período: 2000 - 2009	72
22	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda potencial de candelas pequeñas Período: 2000 – 2009	74
23	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda potencial de candelas medianas Período: 2000 – 2009	76
24	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda potencial de candelas grandes Período: 2000 – 2009	77
25	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda potencial de cirios Período: 2000 – 2009	78
26	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda potencial de veladoras Período: 2000 – 2009	79
27	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Consumo aparente de candelas pequeñas Período: 2000– 2009	81

28	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Consumo aparente de candelas medianas Período: 2000– 2009	82
29	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Consumo aparente de candelas grandes Período: 2000– 2009	83
30	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Consumo aparente de cirios Período: 2000– 2009	84
31	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Consumo aparente de veladoras Período: 2000– 2009	85
32	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda insatisfecha de candelas pequeñas Período: 2000 - 2009	87
33	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda insatisfecha de candelas medianas Período: 2000 - 2009	88
34	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda insatisfecha de candelas grandes Período: 2000 - 2009	89
35	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda insatisfecha de cirios Período: 2000 - 2009	90
36	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Demanda insatisfecha de veladoras Período: 2000 – 2009	91

37	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Programa de producción Año: 2004	94
38	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Ficha de requerimientos de producción Año: 2004	103
39	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Inversión fija Año: 2004	112
40	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Inversión en capital de trabajo Año: 2004	114
41	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Inversión total Año: 2004	115
42	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Costo de producción mensual Año: 2004	117
43	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Asignación de producción mensual Año: 2004	118

44	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Costo de producción proyectado Año: 2004	119
45	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Producción por libra y quintal Año: 2004	120
46	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Presupuesto de ventas en mazos y valores Año: 2004	121
47	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Estado de resultados proyectado Del 01 de enero al 31 de diciembre del primer año	123
48	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Estado de resultado proyectado Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año	125
49	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Presupuesto de caja proyectado Año: 2004	127
50	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Margen de comercialización de candelas pequeñas por unidad Año: 2004	139

51	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango	142
	Proyecto: Elaboración de productos de cera	
	Margen de comercialización de candelas medianas por unidad	
	Año: 2004	
52	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango	145
	Proyecto: Elaboración de productos de cera	
	Margen de comercialización de candelas grandes por unidad	
	Año: 2004	
53	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango	148
	Proyecto: Elaboración de productos de cera	
	Margen de comercialización de cirios y veladoras por unidad	
	Año: 2004	

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.	NOMBRE	PÁGINA
1	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Curva de Lorenz Año: 2004	38
2	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Elaboración de tejidos típicos Flujograma del proceso productivo Año: 2004	48
3	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Elaboración de tejidos típicos Canal de comercialización Año: 2004	55
4	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Elaboración de tejidos típicos Canal de comercialización propuesto Año: 2004	61
5	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Flujograma del proceso productivo de candelas y cirios	98
6	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Flujograma del proceso productivo de veladoras	100
7	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Distribución física de la planta de producción Año: 2004	102

8	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Organigrama propuesto	108
9	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Canal de comercialización propuesto Año: 2004	138

ÍNDICE DE TABLAS

No.	NOMBRE	PÁGINA
1	Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango División política Año: 2004.	8
2	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Elaboración de tejidos típicos Margen de ganancia Del 01 de julio de 2003 al 30 de junio 2004	52
3	Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango Proyecto: Elaboración de productos de cera Margen de ganancia Primer año	130

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- designó a un estudiante de la carrera de Administración de Empresas, para realizar en el municipio de Concepción Huista, Huehuetenango el estudio del tema denominado “COMERCIALIZACIÓN (ELABORACIÓN DE TEJIDOS TÍPICOS) el cual forma parte del trabajo colectivo “DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN”.

El estudio constituye una actividad práctica, que proporciona la oportunidad de involucrarse en la realidad nacional, al tener contacto directo con las diferentes situaciones de la población y conocer los problemas en la comunidad.

Los objetivos de la presente investigación son:

Contribuir con el desarrollo socioeconómico del Municipio, presentando una propuesta de inversión rentable, para mejorar el nivel de vida de los habitantes del área.

Proponer alternativas de comercialización, con el fin de obtener mayores ingresos sobre sus productos.

Las etapas en la investigación fueron las siguientes:

Seminario general

Se llevaron a cabo diversas actividades, cuyo fin fue reafirmar los conocimientos sobre: diagnóstico socioeconómico, elaboración de proyectos y técnicas de investigación.

Seminario específico

A nivel de área de Administración de Empresas, se hizo énfasis en aspectos de comercialización y organización de la producción. En esta fase también se seleccionó el lugar y la actividad económica que sería objeto de investigación de cada practicante.

Visita preliminar

Se efectuó una visita de reconocimiento al Municipio, en donde se entrevistaron a las autoridades y se realizó la prueba de boletas.

Trabajo de campo

El trabajo de campo consistió en la recopilación de información mediante el llenado de boletas, observación y entrevistas a artesanos que elaboran tejidos típicos, así como la observación de potencialidades productivas para los proyectos, esta actividades se llevaron a cabo del 01 de junio al 30 de junio del 2004.

Trabajo de gabinete

La ordenación, procesamiento, análisis de datos obtenidos en el campo y elaboración de los informes colectivos e individual se realizaron en esta fase.

El presente informe se describe por medio de cuatro capítulos, en la forma siguiente:

Capítulo I, contiene las características generales del Municipio, en donde se analizan diferentes aspectos relacionados con el mismo, para determinar los cambios en tiempo y espacio. Dentro de estos temas se pueden mencionar: antecedentes históricos, localización y extensión territorial, condiciones climatológicas, orografía, recursos naturales, división político-administrativa, vías de comunicación, servicios básicos, población, infraestructura organizacional, estructura agraria y actividades productivas del Municipio.

El Capítulo II, se refiere a la situación actual de la elaboración de tejidos típicos, en donde se estudian temas como: descripción del producto, producción, tecnología, costos, financiamiento, mezcla de mercadotecnia, organización, problemática encontrada y propuesta de solución.

En el Capítulo III, se estudia el proyecto: elaboración de productos de cera, como propuesta de inversión en el Municipio, tomando en cuenta temas como: descripción, justificación, objetivos, estudios de mercado, técnico, administrativo legal y el financiero.

En el Capítulo IV, se presenta la comercialización propuesta, del proyecto: elaboración de productos de cera, a través de la mezcla de mercadotecnia.

Para finalizar en el presente informe, se presentan las conclusiones, recomendaciones, anexos y bibliografía.

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

El presente capítulo describe en términos generales aspectos económicos y sociales importantes del municipio de Concepción Huista, departamento de Huehuetenango.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Los primeros pobladores provenían de la comunidad de Ajul de Concepción, a la llegada de los españoles se refugiaron en el lugar llamado Yul ha', terminada la invasión regresaron a Ajul, con el tiempo los alimentos se fueron acabando, por lo que decidieron abandonar Ajul y situarse en el lugar denominado Tz' iquin Ha' que significa: Manantial donde las aves llegan a beber agua, lugar que actualmente ocupa la Cabecera Municipal. Los fundadores de la comunidad Popti' son: B'alunh Q'ana y su esposa B'alunh Imox, sepultados en el lugar conocido como Yul ha' que actualmente es un centro ceremonial maya sagrado dentro de la cosmovisión Popti'.

“El territorio que ocupa el municipio de Concepción está habitado desde hace muchos siglos por el grupo indígena Jacalteco y en menor medida, por algunos grupos de habla Mam. Con una población organizada en pequeños señoríos rurales, que tenían un patrón de vida muy simple sin grandes monumentos ni riquezas”.¹

“En 1672, cuando el cronista Francisco Antonio de Fuentes y Guzmán era corregidor de Totonicapán (que en esta época incluía el territorio actual de Huehuetenango) se produjo un nuevo conflicto a consecuencia que los habitantes

¹ Francis Gall. Diccionario Geográfico de Guatemala. (Tomo I, Tipografía Nacional, Guatemala, C.A., 1976). Pág. 487.

de la estancia de Concepción se negaban a contribuir con una fuerte suma de dinero para reconstruir la iglesia de Jacaltenango. La intervención del corregidor resolvió el problema temporalmente, pero los vecinos de Concepción, decidieron solicitar al Capitán General de Guatemala, para que Concepción cuente con su propio cabildo, la solicitud fue atendida y en el año de 1672, Concepción fue reconocido como un pueblo”²

El nombre de Concepción Huista se deriva de: Concepción en honor a la Purísima concepción de la Virgen María y el término Huista se deriva del vocablo popti’ Wuxhtaj que significa hermanos. La feria titular se celebra del 4 al 8 de diciembre de cada año, como un homenaje a la Virgen de Concepción, patrona del pueblo.

1.2 LOCALIZACIÓN Y EXTENSIÓN TERRITORIAL

El Municipio está ubicado en la parte central del departamento de Huehuetenango, colinda al norte con los municipios de: San Miguel Acatán y Jacaltenango, al este con San Juan Ixcoy, al sur con Todos Santos Cuchumatán, al oeste con San Antonio Huista y Jacaltenango.

Se encuentra a una distancia de 65 kilómetros de la Cabecera Departamental y de la ciudad capital a 322 kilómetros, 279 kilómetros es de carretera asfaltada y los restantes son de terracería.

Su extensión territorial es de 136 kilómetros cuadrados, registra una altitud que comprende desde 1,000 metros sector bajo, 2,220 metros el sector medio y 3,400 metros sobre el nivel del mar el sector alto.

²Ibidem., pág. 550

El Municipio tiene una latitud de 15 grados, 37 minutos y 30 segundos y una longitud de 91 grados, 39 minutos y 56 segundos.

1.3 CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS

Dado a la variedad de altitudes en el municipio de Concepción Huista, existen tres tipos de climas.

- **Clima húmedo subtropical templado**

Lo integran las aldeas de Santiago Petatán, Trapichitos, Secheu, y los caseríos Cabic, Yich Choch, Yulá, Chapul y Tzunhuitz. La altitud es de 1,000 a 1,500 metros sobre el nivel del mar y una precipitación pluvial de 1,000 a 2,000 milímetros, con una temperatura que oscila entre los 12 y 24 grados centígrados. Es un clima calido en la parte baja y templado en la parte alta.

- **Clima húmedo montano bajo subtropical**

Lo conforman la Cabecera Municipal, la aldea Ajul y los caseríos Tzuná, Canalaj, Checan, su altitud oscila entre 2,000 a 2,500 metros sobre el nivel del mar y con una precipitación pluvial de 1,000 a 2,000 milímetros, con una temperatura que va desde los 12 hasta 18 grados centígrados. Es un clima templado en las partes bajas y frío en la parte alta.

- **Clima muy húmedo montano bajo subtropical**

Está conformado por la aldeas Ap, Tzujan, Bakú, Ajul, Onlaj, Chalhuitz y los caseríos Kanwa, Cerro Alto, Las Peñas, Tzuná, Ramírez Flores, Tierra Blanca, Los Pérez, Tierra Común, Cantón Pérez y Yulhuitz, la altitud es de 2,500 a 3,000 metros sobre el nivel del mar y una precipitación pluvial de 1,500 a 2,500 milímetros, con una temperatura media de 12 grados centígrados. Es un clima frío en las partes bajas y frío benigno en las partes altas.

1.4 OROGRAFÍA

El Municipio cuenta con montañas como los ramales de la Sierra los Cuchumatanes tanto en la parte sur, como el norte de la comunidad y el cerro Yulab'an, componen la orografía de Concepción Huista, el cual alcanzan alturas desde 2,000 a 3,400 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura de 12 a 18 grados centígrados. La mayoría de estas montañas están deforestadas por la expansión de la agricultura y el crecimiento poblacional.

1.5 RECURSOS NATURALES

“Como recursos naturales se debe comprender a todos aquellos bienes que ofrece la naturaleza, los cuales pueden ser objeto de manejo, explotación y aprovechamiento por parte del ser humano, razón por la cual se convierten en bienes económicos”.³

Los recursos naturales en el Municipio están constituidos por los bosques, suelos e hidrografía.

1.5.1 Bosques

Los bosques se dividen en mixto y de coníferas; se encuentran en los tres sectores bajo, medio y alto.

• Sector bajo

En el sector bajo están las especies de árboles como el roble, mango, chalum, cedro, eucalipto. El clima calido es apto para la siembra de caña de azúcar, papaya, maíz, frijol y café; el maíz en estos sectores se siembra dos veces al año, por el clima su crecimiento es más rápido.

³ José, Aguilar Catalan. Metodología de la Investigación para los Diagnósticos Socioeconómicos, (Pautas para el desarrollo de las regiones en países que han sido mal administrados). (Guatemala, 2002). Pág. 31.

• Sector medio

En el sector medio se encuentran los árboles como pino, ciprés, aliso, gravilea, abeto, roble, eucalipto, aguacate. El clima es templado y es apto para la siembra de maíz, frijol, verduras, café y frutas como manzana, durazno y pera.

• Sector alto

En el sector alto están las especies de árboles como pino, ciprés, pinabete. Por ser clima frío es apto para la siembra de maíz, frijol, papa, trigo, avena, haba, y frutas como manzana, durazno, pera y melocotón. Tanto en el sector medio como alto el cultivo de maíz se da una vez al año.

Las áreas boscosas del Municipio están concentradas en la región sur, este y central; las regiones del norte y oeste se encuentran deforestadas. Actualmente existe una oficina Forestal Municipal que lleva a cabo un proyecto de reforestación, así como el manejo adecuado de las áreas boscosas y la importancia para la población, lo que permitió la formación de comités forestal con el apoyo de otras entidades tanto gubernamentales como no gubernamentales.

El promedio de área deforestada es de 40 kilómetros cuadrados, lo que representa un 29 % del territorio del Municipio. Los bosques del sector se clasifican en: coníferas y mixtos, los primeros con una extensión de 39 kilómetros cuadrados que constituye un 29 % y los segundos con 57 kilómetros cuadrados que representa el 42 % del área boscosa de Concepción Huista.

1.5.2 Suelos

Las variedades de suelos en el municipio de Concepción Huista son: Cretáceo y Terciario, Rocas Volcánicas, Material Cabráico, Sedimentos Volcánicos, Cuarzónica, Mármol Migmatitis, Culma, Aluvial y Suchitán.⁴

⁴ Instituto Técnico de Capacitación y Productividad. Clasificación de Suelos Nacionales. (Sector Primario, Guatemala, 1989). Pág. 10.

En cuanto a la capacidad productiva de la tierra del municipio de Concepción Huista se clasifica, según el Registro Geográfico Nacional, de la siguiente forma:

- **Clase I, II y III**

Representan únicamente el ocho por ciento de tierras del Municipio con topografía plana y ondulada, aptas para el riego. Las comunidades que cuentan con esta clase de suelos son los Caseríos Trapichitos y Cabic, las aldeas Santiago Petatán y Secheu.

- **Clase IV**

Son tierras para cultivos permanentes y de montaña, principalmente para fines forestales y pastos, con factores limitantes severos, con topografía quebrada con pendiente inclinada. Las lugares que pertenecen a estos suelos son: Aldeas Ajul y Tzujan, caseríos Kanwua, Tzuná, Chapul, Canalaj, Yichoch, Tzunhuitz, Cerro Alto, Yul ha', Checan y Mujel y Cabecera Municipal.

- **Clases V, VI, VII y VIII**

Tierras para cultivos perennes, específicamente bosques naturales o plantados con textura pesada y drenado imperfecto, con pedregosidad interna no limitante. Las comunidades con estos suelos son Aldeas Ap', Bacú, Chalhuitz, Onlaj, Yatolop y los caseríos Ramirez Flores, Tierra Blanca, Tierra Común, Cantón Pérez, Yulhuitz. De las clases IV a VIII representan el 92 por ciento de extensión territorial del Municipio.

1.5.3 Agua

“Dentro los recursos hidrológicos se pueden mencionar los ríos: Azul, Catalina, Rancho Viejo, Chanjón, Tzilbalchán y Tzuján; los arroyos Canlaj, Curtiembre, Chaca, Cañón, Quejan y Secheu; las quebradas Axola, Yalanculutz y Yimibitzcú. Así como también dispone de 10 nacimientos y pozos de agua.”⁵

⁵ Francis, Gall. Op. Cit. Pág. 77.

El río Azul es el más importante en la región y nace en la aldea Chalhuitz, pasa por aldea Ajul y el municipio de Jacaltenango; el resto de ríos nacen en Tzuna, Ajul, Tzujan, y Mujel; los arroyos y quebradas nacen en Secheu, Canalaj, Yulhuitz, Bacu, Tierra Común, Trapichitos, Chapul y Tzunhuitz. Los nacimientos de agua se ubican en los lugares antes mencionados, alimentando las cuencas de los ríos, arroyos y quebradas. Los pozos de agua se ubican en Secheu.

El crecimiento de la población y por ende la actividad agrícola, han generado contaminación de las fuentes de los ríos Chanjón, Secheu, Azul y el arroyo Cantón.

1.6 DIVISIÓN POLÍTICO – ADMINISTRATIVA

La división político-administrativa del municipio de Concepción Huista, se describe de la siguiente manera:

- **División política**

Se divide en área rural y urbana, según censo poblacional del año 1994 el Municipio contaba con 7 aldeas y 14 caseríos; divididos en cuatro micro regiones; de la investigación de campo realizada durante el mes de junio del año 2004, se determinó que existen 9 aldeas, 17 caseríos y la Cabecera Municipal. La Cabecera Municipal está dividida en cuatro cantones: Unión, Ciprés, Méndez, y Pozo.

La siguiente tabla constituye la división política del municipio de Concepción Huista:

Tabla 1
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
División política
Año: 2004

Microregión	Comunidad	Clasificación	Distancia en kms. de la Cabecera Municipal
I	Ajul	Aldea	5
	Kanwa	Caserío	11
	Tzuná	Caserío	8
	Tzuján	Aldea	16
	Cerro Alto	Caserío	13
II	Ap	Aldea	12
	Ramirez Flores	Caserío	13
	Bacú	Aldea	32
	Tierra Blanca	Caserío	34
	Chalhuitz	Aldea	10
	Yula	Caserío	5
	Onlaj	Aldea	12
	Tierra Común	Caserío	13
	Yatolop	Aldea	16
	Cantón Pérez	Caserío	16
	Yulhuitz	Caserío	18
III	Area Urbana	Cabecera	0
	Canalaj	Caserío	10
	Checán	Caserío	6
	Yichoch	Caserío	4.5
	Mujel	Caserío	12
	Secheu	Aldea	6
	Tzunhuitz	Caserío	6
IV	Cabic	Caserío	10
	Chapul	Caserío	10
	Trapichitos	Caserío	20
	Santiago Petatán	Aldea	12

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2,004.

En relación al año 1,994, se incrementaron el número de aldeas y caseríos, debido al crecimiento poblacional, algunos caseríos pasaron a ser aldeas y la creación de nuevos centros poblados conformó los caseríos.

- **División administrativa**

La división administrativa está compuesta por una Corporación Municipal quiénes son electos popularmente, la preside un alcalde, cinco concejales y tres síndicos. Las aldeas y caseríos cuentan con un alcalde auxiliar quienes son electos por los vecinos de la comunidad, el objetivo es velar por el mejoramiento de la población, a través de la exposición y representación de los problemas ante las autoridades Municipales.

El ente que coordina y regula los proyectos de desarrollo, infraestructura y servicios para los centros poblados es el Concejo Municipal, se reúnen con otras autoridades y representantes del Municipio para tratar los puntos según el plan de trabajo del mismo.

1.7 VÍAS DE COMUNICACIÓN

Concepción Huista cuenta con una amplia red de vías de comunicación formadas por carreteras de terracería, que generalmente se encuentran en mal estado, por las lluvias y por lo inclinado de los terrenos, complementado con el poco mantenimiento que se le da por las autoridades correspondientes.

El acceso al municipio de Concepción Huista desde la Cabecera Departamental, es a través de cinco rutas las que se describen a continuación:

- **Ruta No. 01**

El acceso es por la aldea Paquix del municipio de Chiantla, cabecera municipal de Todos Santos Cuchumatán, aldea San Martín de Todos Santos Cuchumatán hasta llegar a Concepción Huista. De 65 kilómetros de distancia, 22 están asfaltado el resto no.

- **Ruta No. 02**

Pasa por las aldeas de Camojá municipio de La Democracia y Cuatro Caminos Santa Ana Huista, cabeceras municipales de Santa Ana Huista, San Antonio Huista y Jacaltenango hasta llegar a Concepción Huista. De 128 kilómetros de distancia, 96 están asfaltado el resto no.

- **Ruta No. 03**

El acceso es por las aldeas de Camojá La Democracia, Cuatro Caminos Santa Ana Huista y Coronado municipio de Jacaltenango, cabecera municipal de Jacaltenango hasta llegar a Concepción Huista. De 120 kilómetros de distancia, 92 están asfaltados el resto no.

- **Ruta No. 04**

Pasa por la aldea de Camojá La Democracia, cabeceras municipales de Santa Ana Huista y San Antonio Huista, aldea Santiago Petatán Concepción Huista hasta llegar al Municipio. De 125 kilómetros de distancia, 96 están asfaltados el resto no.

- **Ruta No. 05**

La última ruta pasa por la aldea de Paquix Chiantla, cabecera municipal y aldea Las Cumbres de Todos Santos Cuchumatán, aldea Onlaj Concepción Huista hasta llegar al Municipio. De 52 kilómetros de distancia, 30 están asfaltos y resto no.

El acceso a las aldeas y caseríos del municipio de Concepción Huista desde la Cabecera Municipal, se describe a continuación.

- **Microregión I**

El acceso a las aldeas y caseríos es a través de caminos y veredas, se puede ingresar en pick-up a estas comunidades por el municipio de Todos Santos Cuchumatán y por la aldea de San Marcos Huista Jacaltenango, en época de verano. Recientemente la municipalidad arregló con maquinaria el camino a estas comunidades y por falta de fondos no se ha balastrado.

- **Microregión II**

En la región II, solamente las aldeas Bacú y Onlaj tienen acceso por medio de carretera de terracería, transitan camionetas, camiones y pick-ups de doble tracción, todo el año, aunque en invierno se torna un poco difícil el acceso a estos lugares por los deslaves y derrumbes provocados por las lluvias, que se dan en el sector. Las otras aldeas y caseríos su acceso es por medio de caminos y veredas.

- **Microregión III**

El acceso a la región III, a la aldea Secheu es por medio de carretera de terracería, donde transitan camionetas, camiones y pick-up, en los caseríos Canalaj y Tzunhuitz, existen caminos transitables en pick-up regularmente en época de verano. El resto de caseríos solamente cuentan con caminos y veredas.

- **Microregión IV**

El acceso a esta región es por medio de carretera de terracería, regularmente la aldea Santiago Petatán y el Caserío Cabic es transitable todo el año, aunque es común que en invierno se torne un poco difícil el acceso. Los caseríos Trapichitos y Chapul son transitables en pick-up.

Por la topografía del terreno y las condiciones climatológicas de la región, en época de invierno es cuando la población del Municipio sufre por las condiciones de acceso inadecuadas entre las comunidades mencionadas en las cuatro regiones, ya que es necesario mantener una relación comercial opcional y una relación jurídica por pertenecer al Municipio.

1.8 SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta o gratuitos y son intangibles, pueden ser proporcionados por entidades estatales, municipales y privados. Dentro de ellos se pueden mencionar: Salud, agua, drenajes, electricidad, limpieza de calles y extracción de basura, indispensables para una vida saludable.

1.8.1 Educación

Se cuenta con centros escolares a nivel preprimaria bilingüe, párvulos, primaria y básico, con un total de 45 establecimientos para el sector oficial, ocho del Programa Nacional de Educación (PRONADE) y dos del sector privado, ubicados en el área urbana y rural del municipio de Concepción Huista.

Para los 55 centros educativos están asignados 187 docentes, el 76% corresponde al sector oficial, el 18% al Programa Nacional de Educación (PRONADE) y el 6% al sector privado. Las escuelas que son bilingües, utilizan el idioma de la región, el Poptí.

El presente cuadro describe el total de la población estudiantil del Municipio por sector, nivel y sexo:

Cuadro 1
Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango
Población estudiantil por sector, nivel y sexo
Año: 2004

Descripción	Preprimaria bilingüe			Párvulos			Primaria			Básico			Total
	M	F	Total	M	F	Total	M	F	Total	M	F	Total	
Sector oficial	210	173	383	153	121	274	969	859	1,828	0	0	0	2,485
PRONADE	91	72	163	0	0	0	190	191	381	0	0	0	544
Sector privado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	124	94	218	218
Total	301	245	546	153	121	274	1,159	1,050	2,209	124	94	218	3,247

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Ministerio de Educación del año 2004.

El cuadro anterior demuestra la cantidad de estudiantes del Municipio con un total de 3,247 alumnos, el 17% corresponde a nivel de preprimaria bilingüe, el 8% párvulos, el 68% primaria y el 7% básico; así mismo la participación del sexo masculino en la escuela es de 54% y femenino el 46%. La mayoría de alumnos pertenece al área rural con 70% y urbana 30%.

Los resultados obtenidos anteriormente indican, que se les da prioridad a los hombres para que estudien, a pesar de contar con una población con mayoría de mujeres, la deserción escolar alcanza un 8% al año 2004, ambos sexos se retiran de la escuela por motivos de trabajo, por la agricultura en el caso de los hombres y por actividades domésticas las mujeres.

1.8.2 Salud

La salud pública está a cargo de 1 centro de salud, 3 puestos de salud y 10 clínicas comunales, distribuidos en la Cabecera, aldeas y caseríos del Municipio, atendidos por técnicos de salud, auxiliares de enfermería y un médico Cubano eventualmente. Los servicios que se prestan son de primeros auxilios y enfermedades comunes como diarreicas y respiratorias. Las causas de mortalidad más comunes en el Municipio son: bronconeumonía, deshidratación y desnutrición.

1.8.3 Policía Nacional Civil

El servicio de Seguridad ciudadana lo proporciona la subcomisaría No. 43-52, ubicada en la Cabecera Municipal, que reporta directamente a la comisaría No. 43-05 con sede en el Municipio de San Antonio Huista.

1.8.4 Juzgado de Paz

El juzgado de paz está ubicado en la Cabecera Municipal, prestando los servicios a toda la comunidad, actualmente carece de instalaciones propias para el funcionamiento, la mayoría de problemas que aquejan a la población son de límites territoriales y faltas a las costumbres.

1.8.5 Registro de Ciudadanos

La oficina de la subdelegación del Registro de Ciudadanos, es una dependencia del Tribunal Supremo Electoral, presta servicios de empadronamiento a la población, ubicada en la Cabecera Municipal.

1.8.6 Comité Nacional de Alfabetización

Actualmente existe una delegación del comité nacional de alfabetización en la Cabecera Municipal, desarrolla programas de alfabetización en las comunidades, así también coordina actividades relacionadas con el sistema educativo.

1.8.7 Agua

El servicio de agua es entubada, según investigación de campo se determinó, que el 84% de familias cuentan con el mismo, distribuidos así: el 28% corresponde al área urbana y el 56% al rural que es la más beneficiada con agua entubada ya que en 1994 solamente contaba con el 33% y el sector urbano el 27%, actualmente el agua es limitada ya que llega de dos a tres veces por semana y solamente por dos horas.

1.8.8 Tratamiento de aguas servidas

Actualmente no existen sistemas de tratamiento de aguas servidas, la mayoría de ríos, nacimientos de agua y pozos están contaminados lo que afecta la salud de los pobladores.

1.8.9 Drenajes

La red de drenajes se determinó, que en el 66% de viviendas no tienen éste servicio y el 34% si, el área urbana cuenta con el 11% y el rural con 23% en donde solamente la aldea Santiago Petatán y caserío Cabic son los que integran este porcentaje, en relación al año 1,994 el área rural es la mas beneficiada ya que solamente contaba con el 2%, los lugares que no cuentan con este servicio, sus drenajes son a flor de tierra y contribuyen al deterioro de la salud, por la creación de focos constantes de contaminación.

1.8.10 Recolección de basura

El servicio de recolección de basura inició en los primeros meses del año 2004 en la Cabecera Municipal, por medio de un camión recolector propiedad de la municipalidad, los comerciantes del mercado cuentan con un botadero municipal situado en el área del parque y la población tiene el servicio de recolección frente a sus casas, de donde posteriormente es trasladado al basurero municipal. Por falta de costumbre de los pobladores, no utilizan adecuadamente este recurso.

1.8.11 Cementerio

Actualmente existe un cementerio en la Cabecera Municipal y uno en cada una de las diez aldeas, los cuales son utilizados por habitantes de comunidades y caseríos aledaños, según investigación realizada se estableció que las instalaciones que ocupa el cementerio de la Cabecera Municipal, a la fecha es insuficiente lo que obliga a algunos vecinos a llevar los cadáveres de sus familiares a poblados cercanos.

1.8.12 Mercado

Actualmente existe un mercado, ubicado en el cantón Unión, Cabecera Municipal, el espacio físico con que se cuenta es pequeño debido al crecimiento comercial de la comunidad, lo que permite a que los vendedores se instalen en la calle principal. Una parte de los locales son utilizados como oficinas y el resto para negocios, no cuenta con servicios sanitarios.

1.8.13 Rastro

El Municipio cuenta con un rastro desde el año 1996, construido de block, es utilizado una vez por semana, el día miércoles. Está ubicado en el cantón Ciprés el ganado proviene regularmente del municipio de Chiantla.

1.8.14 Áreas recreativas

Concepción Huista cuenta con nueve campos de fútbol y ocho de básquetbol ubicados así: Dos de fútbol y dos de básquetbol en la micro región I; dos de fútbol y tres de básquetbol en la micro región II; tres de fútbol y tres de básquetbol en la micro región III y dos de fútbol y una de básquetbol en la micro región IV.

1.8.15 Biblioteca

A inicios de febrero del 2004 inició el funcionamiento de la biblioteca, como una iniciativa del magisterio del área urbana y el Alcalde Municipal. Existe un promedio de 900 libros, clasificados en libros de educación primaria y secundaria, cultura general, organización, mercadotecnia, agronomía y Acuerdos de Paz entre otros.

1.8.16 Energía eléctrica

Tanto el área urbana como rural cuentan con el servicio de energía eléctrica es suministrada por la Empresa Distribuidora de Energía de Occidente, S.A., que se encarga de llevar el fluido eléctrico a los hogares.

Según Censo de 1994, el 87% de los hogares tenían energía eléctrica y el 13% no, actualmente el 98% cuentan con dicho servicio, el sector rural es donde se incremento el abastecimiento. A pesar de que la mayoría de los hogares cuentan con este servicio, la prestación del mismo es irregular durante el transcurso del año por interrupciones continuas por parte de la empresa distribuidora.

1.8.17 Alumbrado público

Solamente cuatro poblados son los que no cuentan con alumbrado público los cuales son: Caseríos Yulá y Yulhuitz ubicados en la Micro región II; caseríos Checán y Mujel ubicados en la Micro región III. El área urbana cuenta con éste servicio desde el año 1978, el mayor porcentaje de introducción de alumbrado público se obtuvo diez años después.

1.8.18 Correos y telégrafos

El servicio de correos y telegramas lo presta la empresa El Correo, S.A., cuyas oficinas están ubicadas en la Cabecera Municipal, y aldea Santiago Petatán, en la Cabecera inició operaciones en 1994 cuando pertenecía al estado, su privatización se llevo a cabo en 1998 a nivel nacional.

1.9 POBLACIÓN

El recurso más importante en una sociedad es el humano, constituye la base del desarrollo a través de la producción de bienes y servicios, por medio de la combinación económica con otros recursos de la actividad productiva.

1.9.1 Población por área urbana – rural y sexo.

De acuerdo a los datos obtenidos del X Censo de Población y V de Habitación del año 1994, realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE); se determinó que el municipio de Concepción Huista contaba con un total de 15,204 habitantes y

según el XI Censo de Población y VI de Habitación del año 2002 cuenta con un total de 16,691 habitantes.

Para la proyección al año 2004 se utilizó el método de interés compuesto en base a datos del censo de 1994, donde se determinó que el número de habitantes del Municipio ascendió a 18,502.

El siguiente cuadro representa la población por área y sexo, proyectado al año 2004:

Cuadro 2
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Población por centro poblado y género
Años: 1994 y 2004

Microregión	Comunidad	Clasificación	Censo 1994			Proyección 2004		
			Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
I	Ajul	Aldea	383	428	811	439	491	930
	Kanwa	Caserío	133	123	256	153	141	294
	Tzuná	Caserío	141	152	293	162	174	336
	Tzuján	Aldea	373	406	779	428	466	894
	Cerro Alto	Caserío	13	14	27	229	210	439
Subtotal I			1,043	1,123	2,166	1,410	1,482	2,892
II	Ap	Aldea	417	440	857	478	505	983
	Ramirez Flores	Caserío				152	154	306
	Bacú	Aldea	218	226	444	250	259	509
	Tierra Blanca	Caserío	0	0	0	45	48	93
	Chalhuitz	Aldea	123	132	255	141	151	292
	Yula	Caserío	24	33	57	28	38	66
	Onlaj	Aldea	308	339	647	353	389	742
	Tierra Común	Caserío	185	176	361	212	202	414
	Yatolop	Aldea	369	386	755	423	443	866
	Cantón Pérez	Caserío	0	0	0	70	73	143
III	Yulhuitz	Caserío	67	61	128	77	70	147
	Subtotal II		1,711	1,793	3,504	2,229	2,331	4,560
	Area Urbana	Cabecera	2,605	2,687	5,292	2,988	3,082	6,070
	Canalaj	Caserío	45	41	86	52	47	99
	Checán	Caserío	53	49	102	61	56	117
	Yíchoch	Caserío	0	0	0	58	57	115
	Mujel	Caserío	14	28	42	16	32	48
	Secheu	Aldea	301	261	562	345	299	644
	Tzunhuitz	Caserío	124	140	264	142	161	303
	Subtotal III		3,142	3,206	6,348	3,662	3,734	7,396
IV	Cabic	Caserío	407	438	845	467	502	969
	Chapul	Caserío	95	77	172	109	88	197
	Trapichitos	Caserío	138	133	271	158	153	311
	Santiago							
	Petatán	Aldea	955	943	1,898	1,095	1,082	2,177
Subtotal IV			1,595	1,591	3,186	1,829	1,825	3,654
Total			7,491	7,713	15,204	9,130	9,372	18,502

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X Censo de Población y V de Habitación 1,994 del Instituto Nacional de Estadística -INE- y proyección al año 2,004.

Según el cuadro anterior al año 2004 se estimó la población en un 33% para el área urbana y el 67% para el área rural, para el año 1994 el área urbana contaba con el 35% y el área rural con el 65%, lo que indica un incremento de la población en el área rural, debido al crecimiento de la actividad agrícola en dicha área.

También se puede observar que existen más mujeres que hombres en el Municipio, en un 49 y 51% respectivamente.

1.9.2 Población por edad

La proyección de la población por edades realizada con datos del Censo de 1994, es predominantemente joven, se puede establecer que la franja preproductiva es de (0 a 14 años) representa el 49.21%, mientras que la productiva es de (15 a 64 años) representa el 47.29% que constituye la población en edad de trabajar desde el punto de vista de la teoría poblacional, y un 3.5% compuesto por la post-productiva es de (65 y más años) que son los habitantes que ya no están en edad de trabajar.

A continuación se detalla la población del Municipio según rango de edad:

Cuadro 3
Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango
Población total por edad
Año: 2004

Rangos de edad	Urbana	Rural	Total	Porcentaje
0 a 6	1.477	3.281	4.758	25.71
7 a 14	1.420	2.928	4.348	23.50
15 a 64	2.953	5.797	8.750	47.29
65 y más	220	426	646	3.50
Totales	6.070	12.432	18.502	100.00

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

En el Municipio la edad productiva inicia desde los siete años, esto se debe a la necesidad de ingresos en las familias de escasos recursos, en donde los niños acompañan a los padres al campo para el desarrollo de trabajos agrícolas y las niñas realizan trabajos domésticos, pastorean ovejas y hacen tejidos típicos.

1.9.3 Población por etnia y área

La población predominante en el Municipio es indígena de origen Poptí y en menor porcentaje de la etnia Mam. No existe discriminación racial por la cultura y se conservan las costumbres ancestrales en lo que respecta a espiritualidad.

A continuación se presenta el cuadro de población indígena y no indígena:

Cuadro 4
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Población total por etnia y área
Años: 1994 y 2004

Descripción	Censo 1994				Proyección 2004			
	Urbana	Rural	Total	Porcentaje	Urbana	Rural	Total	Porcentaje
Indígena	5,011	8,614	13,625	89.61	5,747	10,944	16,691	90.21
No indígena	17	1,214	1,231	8.10	19	1,393	1,412	7.63
Ignorado*	264	84	348	2.29	304	95	399	2.16
Totales	5,292	9,912	15,204	100.00	6,070	12,432	18,502	100.00

*Ignorado: Corresponde a la población que no proporcionó información.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X Censo de Población y V de Habitación 1,994 del Instituto Nacional de Estadística -INE- y proyección al año 2,004.

Según cuadro anterior de la proyección de población al año 2004 se establece que el 90.21% de los habitantes del municipio de Concepción Huista son indígenas, el 7.63% no indígenas y el 2.16% pertenecen al grupo de personas que no proporcionaron información sobre su origen, en relación al año 1994 los porcentajes son similares tanto para los indígenas como para los no indígenas.

La población indígena es menor en el área rural que el área urbana, esto se debe que algunas personas no indígenas de otros municipios han emigrado al área rural de Concepción Huista.

1.9.4 Densidad poblacional

Se refiere a la cantidad de personas que habitan en un determinado espacio geográfico. La relación entre el total de la población 15,204 habitantes al año de 1994, con los 136 kilómetros cuadrados de superficie del Municipio; muestra una densidad poblacional de 112 habitantes por kilómetro cuadrado, lo que supera la densidad promedio departamental que consta de 95 habitantes por kilómetro cuadrado, y a nivel nacional es de 98 habitantes.⁶

Según las proyecciones de población del Municipio al año 2004, se determinó un total de 18,502, se obtiene una densidad poblacional de 136 por kilómetro cuadrado, lo que indica que el número de habitantes por kilómetro cuadrado cada vez es mayor, debido al crecimiento de la población, se considera negativa en relación a los medios de producción, ya que la población es eminentemente agrícola.

1.9.5 Población económicamente activa

Se le llama población económicamente activa, a las personas que efectivamente se encuentran ofreciendo su fuerza de trabajo, estén o no ocupados.⁷

Según el X Censo de Población y V de Habitación realizado en el año de 1994 el Instituto Nacional de Estadística (INE), tomó como parámetro a personas comprendidas de 07 años de edad a 60, para determinar la población económicamente activa del municipio de Concepción Huista. En dicha estimación se obtuvo que asciende a 4,229, lo que equivale a el 27.81% de la población total.

⁶ Segeplan. Indicadores Sociodemográficos. (Cuaderno No. I. Guatemala, 1995). Pág. 41.

⁷ Arthur Haupt y Kane Tomas. Guía Rápida De Población. (Guatemala, 1980). Pág. 50.

Con base en la proyección para el año 2,004, el municipio de Concepción Huista, cuenta con una población de 18,502 habitantes, de la cual el 24.52% (4,536), constituye la Población Económicamente Activa –PEA-.

La población económica activa del Municipio se distribuye así: la mayoría se dedica a la agricultura, y el resto a actividades pecuarias, artesanales, comercios, servicios, construcción y administración pública.

1.9.6 Empleo y niveles de ingresos

En el área urbana de Concepción Huista se cuenta con empleos formales e informales. La subsistencia de las familias del Municipio se basa en los ingresos que obtienen por la venta de la producción agrícola y en menor escala de la producción pecuaria y artesanal; un aspecto importante que cabe mencionar es el crecimiento acelerado de las transferencias de dinero que reciben de familiares en el exterior, especialmente de Estados Unidos.

Los niveles de ingresos del Municipio según muestra son los siguientes:

Cuadro 5
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Nivel de ingresos
Año: 2004

De	A	Muestra	Porcentaje
1	400	124	27
401	800	109	24
801	1,200	95	21
1,201	1,600	79	17
1,601	2,000	12	3
2,001	Más	36	8
Totales	0	455	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

De acuerdo a los datos del cuadro anterior según investigación de campo, se determinó que un alto porcentaje de la población vive con un mínimo nivel de ingresos, lo que determina las condiciones precarias de subsistencia de los pobladores del Municipio.

1.9.7 Nivel de pobreza

En Guatemala la pobreza es la experimentada por aquellas personas cuyos ingresos se encuentran por debajo de la media o promedio nacional; la pobreza extrema es cuando las personas no disponen de los alimentos necesarios para mantenerse sanas. Para efectos del presente estudio el nivel de pobreza se mide por el ingreso familiar, en la siguiente forma:

Cuadro 6
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Población según nivel de pobreza
Año: 2004

Nivel	Nivel de ingresos en Q.		Muestra 2004	
	De	A	Familias	Porcentaje
Pobreza extrema	1	800	233	51
Pobreza	801	1,200	95	21
Sobre-vivencia	1,201	2,000	91	20
No pobres y acomodados	2,001	más	36	8
Totales			455	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Según el cuadro anterior el 51% de la población del Municipio vive en extrema pobreza y a través de la investigación de campo se observó que la mayoría de personas que se encuentran bajo este nivel son del área rural, debido a que no logran cubrir las necesidades básicas como vivienda, vestuario, educación y otras. Las personas en condición de pobres representan el 21%, no cubren la totalidad de las necesidades básicas; las personas no pobres y acomodados son aquellos que

viven en mejores condiciones y logran cubrir más de lo necesario para sobrevivir, la mayoría vive el área urbana.

El índice de desarrollo humano esta conformado por los aspectos de salud, educación y nivel de ingresos; para el Municipio fue de 0.459 al año 1994 y 0.541 al año 2004, se da un incremento del 0.082, esto ubica a Concepción Huista en el puesto 16 de 31 municipios del Departamento.

1.9.8 Migración

La migración es el desplazamiento con cambio de residencia habitual de personas, desde un lugar de origen a un lugar de destino, 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.⁸

• Migración interna

Es el proceso de traslado de población, dentro de un mismo país desde un área geográfica de destino, que implica cambio definitivo de domicilio. Para efectos de medición de migración el área geográfica de residencia puede ser el municipio o departamento.⁹

En el municipio de Concepción Huista para junio 2004, se pudo determinar que del total de población el 15% no son originarios del Municipio, provienen de lugares aledaños al mismo especialmente del municipio de Todos Santos Cuchumatán.

• Migración externa

Es el cambio de domicilio de la población fuera del país, geográficamente a otro, en busca de mejores oportunidades económicas para beneficiar a los familiares. Según el Instituto Nacional de Estadística, la emigración calculada anualmente es

⁸ Instituto Nacional De Estadística. X Censo Nacional de Población y V de Habitación. (Guatemala, 1994). Pág. 125.

⁹ Ídem. Pág. 150.

el 58% de la población; entre sus destinos está el sur de México y Estados Unidos de América.

Según investigación de campo se determinó que el 41% de la población ha emigrado, de los cuales el 36% a Estados Unidos, el 2% a la Ciudad Capital y 3% al Sur de México.

1.9.9 Vivienda

La vivienda es un factor importante para establecer el grado de desarrollo social y económico de una población, ésta satisface una necesidad básica, ayuda a mejorar la calidad de vida y estimula el sistema productivo. Según el diagnóstico Municipal al año 2002 el número de viviendas es de 3,629 y familias de 3,648; con un promedio de 6 personas por vivienda.

Según investigación de campo, se determinó la forma de tenencia de la vivienda el 98% es propia y los materiales más utilizados son: la pared 52% es de adobe, 25% de block y 23% de madera; el techo 71% es de lamina metálica, 13% de concreto y 16% de teja; el piso 44% es de torta de cemento, tierra 37% y granito 19%.

1.9.10 Analfabetismo

El analfabetismo permite determinar el grado de desarrollo cultural y social del Municipio, a la vez sirve de variable para planificación. Según el Comité Nacional de Alfabetización (CONALFA), el porcentaje de analfabetismo en el municipio de Concepción Huista al año 2003 es del 53.22%; provocada por la deserción escolar imperante en el Municipio.

Según la muestra seleccionada, el porcentaje de analfabetos en el Municipio es del 49% y el porcentaje de alfabetos representa el 51%, que comparado con el X Censo de Población el analfabetismo disminuyó en 8%, esto se debe a que la mayoría de los pobladores les interesa que sus hijos estudien.

1.10 INFRAESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Actualmente Concepción Huista esta organizado por comités, asociaciones y cooperativas, orientados a la superación y bienestar de la población así como a la conservación de los recursos naturales.

1.10.1 Organizaciones sociales

Actualmente las comunidades se han organizado en comités pro mejoramiento y asociaciones, cuyo objetivo es la participación activa de los grupos existentes para facilitar el desarrollo económico y social; su inscripción se lleva a cabo en la Municipalidad, posteriormente en Gobernación Departamental ubicada en Huehuetenango, agotado los tramites queda legalizada para su funcionamiento.

Los comités de desarrollo local están situados en los siguientes centros poblados:

Microregión I. Comunidades: Tzuján, Ajul, Kanwa y Tzuná, el número de integrantes por microregión es de 20 personas.

Microregión II. Comunidades: Onlaj, Ap, Tierra Común, Chalhuitz, Yula y Ramirez Flores, el número de integrantes por microregión es de 45 personas.

Microregión III: Comunidades: Cabecera Municipal, Checán, Tzunhuitz, Secheu y Canalaj, el numero de integrantes es de 25 personas por microregión.

Microregión IV: Comunidades: Petatán, Cabic, Trapichitos y Chapul, el número de integrantes es de 46 personas por microregión y cuenta con el mayor número de comités, lo cual redundo en una mejor organización y desarrollo comunal.

Los comités de desarrollo están integrados por un presidente, vicepresidente, tesorero, secretario, vocal I, II y III, realizan actividades correspondiente según el fin para el cual fueron creados.

Existen otras organizaciones de carácter religioso, los que se definen a continuación:

- **Iglesia católica**

En mayor porcentaje los pobladores de Concepción Huista, profesan la religión católica, actualmente carecen de párroco. La iglesia es la encargada de organizar a varios grupos como cofradías, grupos de liturgia así como la Pastoral Social; dentro de las atribuciones de éstos grupos se realizan una serie de actividades como: pláticas con orientación a adolescentes, cursos prematrimoniales y catequesis de preparación para confirmaciones.

- **Iglesias evangélicas**

Esta organización se caracteriza por proporcionar ayuda económica en casos extraordinarios a todas aquellas personas miembros de la Iglesia, que tengan problemas de enfermedad o cualquier otro tipo, los cuales son planteados en las reuniones que se llevan a cabo dentro de la Iglesia.

1.10.2 Organizaciones productivas

Sus objetivos principales son: desarrollar proyectos relacionados con la agricultura, ganadería y artesanía. A través de la investigación realizada se determinó la existencia de diferentes organizaciones productivas y organizaciones no gubernamentales (ONG's), que prestan apoyo y asesoría técnica en agricultura y educación a través de convenios con Autoridades Municipales, enfocados a buen manejo de los fondos sociales. Se pueden mencionar las siguientes:

- **Cooperativa Bitenam, R. L.**

Se compone por 239 asociados, representa una fuente de trabajo fijo, como mínimo para 25 personas, dicha cooperativa se dedica al financiamiento y comercialización de la producción de café, guayaba tailandesa y tomate. Las oficinas centrales se encuentran ubicadas en aldea Santiago Petatán.

- **Cooperativa Axola, R. L.**

Se dedica al financiamiento y comercialización de la producción de café. Las oficinas están ubicadas en la aldea Santiago Petatán. Esta cooperativa esta integrada por 220 asociados, proporciona trabajo fijo a 20 personas.

- **Cooperativa La Esperanza, R. L.**

La cooperativa La Esperanza se compone por 500 miembros, genera trabajo fijo a 30 personas, esta organización se dedica al financiamiento y comercialización de la producción de café, prestan los servicios de transporte de pasajeros, venden materiales de construcción, eléctricos, ferretería, agroquímicos y productos de la canasta básica. Las oficinas están ubicadas en el cantón Pozo, de la Cabecera Municipal.

1.10.3 Organizaciones no gubernamentales (ONG's)

Estas son entidades privadas que realizan programas que tradicionalmente estaban a cargo del Estado. Por principio se asume que éstas no son lucrativas y que persiguen el bien común. Las principales ONG's en el Municipio se describen a continuación:

- **Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD),**

Institución que lleva a cabo convenios de cooperación en conjunto con la municipalidad de Concepción Huista, Segeplan y la comunidad, los cuales se relacionan con organización, producción, educación y salud.

- **Proyecto de los Cuchumatanes (PROCUCH)**

Es un proyecto de desarrollo forestal para la conservación del medio ambiente y reforestación de la Sierra de los Cuchumatanes, con el apoyo financiero de la Cooperación de los Países Bajos. La actividad conlleva cuatro componentes básicos: conservación, educación ambiental, participación de la población local y beneficios económicos a la población.

- **Asociación de Desarrollo Integral Productivo Yamanonh (ADIPY)**

Se encarga de promover y realizar seminarios, talleres, cursos y conferencias con el fin de lograr un desarrollo humano sostenible solicitando apoyo técnico, administrativo y financiero a organismos nacionales e internacionales para su ejecución.

1.10.4 Mancomunidad Huista

Es una asociación civil no lucrativa, creada sobre la base del artículo 34 de la Constitución Política de la República de Guatemala, el día 20 de febrero del 2002; con el fin de gestionar y promover proyectos de desarrollo que fortalezcan la autonomía territorial y política, el proceso de diálogo y armonía entre los municipios de Jacaltenango, Concepción Huista, San Antonio Huista, Santa Ana Huista, Nentón, La Democracia, Todos Santos Cuchumatán y San Miguel Acatán del departamento de Huehuetenango.

1.11 ESTRUCTURA AGRARIA

Comprende las relaciones del trabajo del hombre con la tierra y sus frutos; de tal manera que los elementos a estudiar son las formas de tenencia de la tierra, su concentración y distribución entre la población; el uso actual y potencial.

1.11.1 Tenencia de tierra

La tenencia de la tierra expresa las relaciones legales y tradicionales entre personas, grupos o instituciones que regulan los derechos al uso de la tierra, el traspaso y goce de los productos así como las obligaciones adheridas a tales derechos.

En el Municipio existe una división de la propiedad que consiste en:

- **Tierra propia**

Se refiere a la tierra que es propiedad del agricultor y es trabajada por él o algún familiar. Esta clasificación corresponde asimismo a la tierra que no tiene título de propiedad, únicamente cuenta con documentos simples que la Municipalidad les ha otorgado obteniendo el derecho de trabajarla como propia.

- **Tierras comunales**

Son tierras explotadas colectivamente, en donde los productores cultivan una o más parcelas, para el beneficio de una comunidad.

- **Tierras municipales**

Son tierras explotadas por los productores pero no tienen escrituras, no pueden enajenarlas, venderlas o hipotecarlas ya que éstas pertenecen a la Municipalidad. A la fecha solamente existen nueve desmembraciones de la finca matriz.

En el cuadro siguiente se puede observar como están clasificadas las propiedades de la tierra al año 1979:

Cuadro 7
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Régimen de tenencia de tierra
Año: 1979

Régimen de tenencia	Total	Porcentajes
Forma simple:		
Otras formas	8.32	1.07
Forma mixta:		
Propia en arrendamientos	667.05	86.14
Otras formas	99.03	12.79
Totales	774.40	100.00

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

Según el cuadro anterior se determinó que en el Municipio para el año de 1979, la forma de tenencia predominante es la forma mixta: propia en arrendamiento con 86%, no existen datos en el Instituto Nacional de Estadística sobre otras formas de tenencia simples como: comunales, en arrendamiento, colonato, usufructo y ocupada.

En el cuadro siguiente se puede observar como están clasificadas las propiedades de la tierra al año 2003:

Cuadro 8
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Régimen de tenencia de tierra
Año: 2003

Régimen de tenencia	Total	Porcentajes
Forma simple:		
Propia o a modo de propietario	5,691.67	87.55
En arrendamiento	147.12	2.26
En Colonato	20.33	0.31
Ocupada	3.75	0.06
Otras formas	0.94	0.01
Forma mixta:		
Propia y en arrendamiento	599.99	9.23
Propia y en usufructo	12.20	0.19
Propia y colonato	18.76	0.29
Propia y ocupada	0.80	0.01
Otras formas	5.88	0.09
Totales	6,501.44	100.00

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del IV censo agropecuario 2,003 del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

Según el cuadro anterior se determinó que la tenencia predominante de la tierra al año 2003 es la forma simple: propia a modo de propietario con el 88% de la superficie total del Municipio, las otras formas, no tienen mayor representatividad.

En el siguiente cuadro se presenta la tenencia de tierra en el Municipio, según muestra obtenida:

Cuadro 9
Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango
Régimen de tenencia de tierra según muestra
Año: 2004

Régimen de tenencia	Número de unidades	Porcentaje	Superficie en manzanas	Porcentaje
Propia	410	90	491	90
Arrendada	36	8	43	8
Usufructo	9	2	11	2
Total	455	100	545	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2,004.

De acuerdo a los datos del cuadro anterior se determina que la mayor parte de régimen de tenencia es propia, pero sin ningún documento que ampare dicha propiedad.

1.11.2 Concentración de tierra

Se tomó como fuente básica la información del III Censo Agropecuario realizado en el año de 1979, así como también la investigación de campo realizada; se pone especial énfasis en la dinámica del cambio de propiedad de la tierra durante el período transcurrido de la realización del Censo de 1979 con el último Censo Agropecuario del año 2003.

Para el estudio de la concentración de tierra se tomó en cuenta la siguiente clasificación:

Microfincas: son unidades de producción menores de una manzana (menores de 16 cuerdas).

Subfamiliares: son fincas de una a menos de diez manzanas (16 a menos de 160 cuerdas).

Familiares: consta de diez a menos de sesenta y cuatro manzanas (160 a menos de 1,024 cuerdas).

- **Índice de Ginni**

El municipio de Concepción Huista se caracteriza por la existencia de desigualdad en la distribución de la tierra, para medirla se hace uso del coeficiente de Ginni que se basa en el número de fincas y su extensión.

En 1979 el Municipio contaba con 1,440 unidades económicas, que de acuerdo con los estratos antes señalados, se representan en el siguiente cuadro:

Cuadro 10
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Régimen de concentración de la tierra según tamaño de finca
Año: 1979

Tamaño	Fincas		Superficie		Acumulación			
	Número	%	Número	%	Fincas Xi	Superficie Yi	Xi(Yi+1)	Yi(Xi+1)
Microfincas	193	13	132.02	3	13	3		
Subfamiliares	1.158	81	3,568.86	69	94	72	936	282
Familiares	89	6	1,453.54	28	100	100	9.400	7.200
Total	1.440	100	5,154.42	100			10.34	7.482

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

En el cuadro anterior, se observa que el segmento de fincas subfamiliares tiene mayor proporción de la tierra, seguida por microfincas y por último el estrato de fincas familiares. Según el III Censo Nacional Agropecuario de 1979, indica que el 29% de la tierra está en poder de pocos propietarios como se desarrolla a continuación:

Simbología

X_i = % Acumulado fincas

Y_i = % Acumulado superficie

Fórmula

$$IG = \frac{\sum X_i (Y_i + 1) - \sum Y_i (X_i + 1)}{100}$$

Procedimiento

$$IG = \frac{10,336.00 - 7,482.00}{100} = IG = 28.54$$

En el cuadro que se presenta a continuación se detalla la concentración de tierra según IV Censo Nacional Agropecuario 2003:

Cuadro 11
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Régimen de concentración de la tierra por tamaño de finca
Año: 2003

Tamaño	Fincas		Superficie		Acumulación			
	Número	%	Número	%	Fincas		$X_i(Y_i+1)$	$Y_i(X_i+1)$
					X_i	Y_i		
Microfincas	814	29	515.73	8	29	8		
Subfamiliares	1.967	69	5,093.26	78	98	86	2.494	784
Familiares	57	2	892.45	14	100	100	9.800	8.600
Total	2.838	100	6,501.44	100			12.294	9.384

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del IV censo agropecuario 2,003 del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

En el cuadro anterior se observa que el segmento de fincas subfamiliares al año 2003, ha disminuido en un 12% con respecto del año de 1979 provocado por la

repartición de tierras de padres a hijos. Según el IV Censo Nacional Agropecuario de 2003, indica que el 29% de la tierra está en poder de pocos propietarios como se desarrolla a continuación:

Simbología:

X_i = % Acumulado Fincas

Y_i = % Acumulado Superficie

Fórmula:

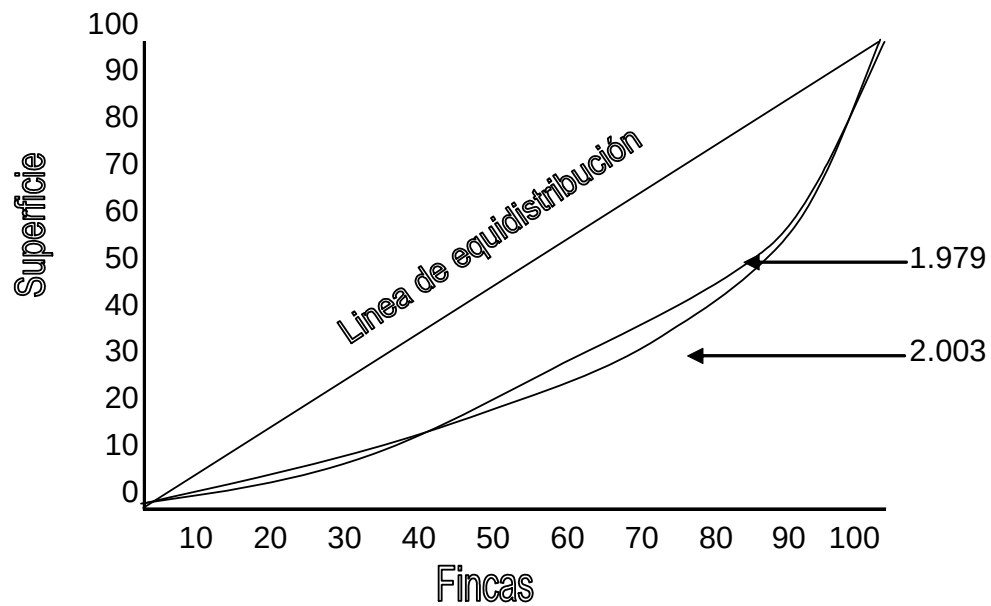
$$IG = \frac{\sum X_i (Y_i + 1) - \sum Y_i (X_i + 1)}{100}$$

Procedimiento:

$$IG = \frac{12,294.00 - 9,384.00}{100} = IG = 29.10$$

La concentración de tierra también se puede apreciar en forma gráfica por medio de la Curva de Lorenz, donde se muestra el comportamiento entre el año base y el comparado para establecer la variación de la misma, como se aprecia en la siguiente gráfica:

Gráfica 1
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Curva de Lorenz
Año: 2004



Fuente: Elaboración propia, con base a datos del III y IV censo agropecuario 1,979 y 2,003 del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

Del año 1979 al 2003, han transcurrido 24 años y se observa que la variación de concentración de tierra es cero punto cincuenta y seis (0.56) puntos porcentuales, lo que expresa un mínimo movimiento de concentración de la tierra.

En el cuadro que se muestra a continuación se presenta el régimen de concentración de tierra, según investigación de campo efectuada:

Cuadro 12
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Régimen de concentración de la tierra según tamaño de finca
Año: 2004

Tamaño	Número de fincas	Porcentaje	Superficie en manzanas	Porcentaje
Microfincas	213	47	181	33
Subfamiliares	242	53	363	67
Total	455	100	544	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Según datos del cuadro precedente se concluye que la forma de concentración de la tierra encontrada en la investigación de campo fue de microfincas y fincas subfamiliares, debido al fraccionamiento de fincas grandes en fincas de menor proporción por repartición de tierra entre familiares.

1.11.3 Uso actual y potencial de los suelos

Se refiere al uso y aprovechamiento de la tierra, esta intervención puede ser perjudicial o benéfica para el ecosistema y el medio ambiente. En el municipio de Concepción Huista, la tierra es utilizada para la actividad agrícola, se considera la base de la producción y la principal riqueza de esta localidad. El uso potencial del suelo del Municipio es para cultivo de café y hortalizas en la parte baja y media, en la parte alta para el área forestal en especial la siembra de pinabete.

Según investigación de campo, en el Municipio el uso actual del suelo se describe en el siguiente cuadro:

Cuadro 13
Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango
Uso actual del suelo
Año: 2004

Actividad	Número de finca	Porcentaje
Agrícola	273	60
Pecuaría	82	18
Artesanal	91	20
Comercio	9	2
Total	455	100

Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., primer semestre 2004.

En la muestra se determinó que la actividad agrícola es la más relevante en el Municipio, en donde los productores tienen el recurso suelo como medio para subsistir, a través de la siembra de maíz, frijol, café y otros.

1.12 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO

Son todas las actividades que satisfacen una necesidad y fortalecen la economía de la comunidad. En Concepción Huista las principales actividades productivas son: agrícola, pecuaria y artesanal como se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro 14
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Actividades productivas
Año: 2004

Actividad	Volúmen de producción	Unidad de medida	Valor de la producción	Unidades productivas	PEA en %
Agrícola	12,033	Quintales	1,681,015	349	77
Pecuaria	2,463	Cabezas	607,570	73	16
Artesanal	2,444	Unidades	1,352,000	33	7
Total			3,640,585	455	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

La actividad agrícola representa el mayor porcentaje de la Población Económicamente Activa, ya que 77 de cada 100 unidades productivas es agrícola según muestra obtenida, la actividad artesanal es representativa respecto al valor de la producción con un 37% de los ingresos del Municipio, a pesar de que representa un 7% de las unidades productivas.

1.12.1 Actividad agrícola

La producción de mayor importancia en el Municipio es agrícola, ya que contribuye en un 46.17% del total de la producción interna. Así mismo forma parte de los productos de consumo de la localidad.

Los principales productos que se cultivan según observación son: maíz, café, frijol, papa, haba, trigo, tomate, legumbres; los más representativos en relación con el área cultivada son el café y el maíz.

- **Café**

La mayoría de fincas en el Municipio se dedican a la producción de café, se debe a que el producto es el mejor pagado en la región y en el mercado internacional, así como el clima es apto para dicha producción; se obtienen productos de calidad

como es el café tradicional y café orgánico; éste último es considerado un producto que a futuro mantendrá la hegemonía económica de la localidad.

- **Maíz**

Constituye la base de alimentación de la población, ya que gran parte de la producción esta destinada para el autoconsumo, las semillas que se utilizan para la siembra es criolla y cosechan una vez al año.

1.12.2 Actividad pecuaria

La actividad pecuaria está destinada a la producción de ganado ovino, porcino y aves de corral que son vendidas en el mercado local, contribuye en 16.69% a la producción interna del Municipio.

- **Ganado ovino**

La crianza y engorde de ovejas, en la actualidad tiene relevancia en las Micro regiones I y II del Municipio, forma parte importante en la economía de las familias de esta región, se desarrolla en microfincas y fincas subfamiliares

- **Ganado porcino**

La crianza de ganado porcino, es una actividad pecuaria que realizan en los traspatios de los hogares, la producción es destinada al autoconsumo y las razas son criollas.

- **Ganado aviar**

La crianza y engorde de aves de corral es desarrollada en forma doméstica dentro de los hogares de la población, la producción es para autoconsumo o venta local.

1.12.3 Actividad artesanal

En el Municipio la elaboración de artesanías (tejidos típicos), la mayoría está destinada para uso familiar, la habilidad para tejer se ha conservado en la

población debido a que es transmitida por las mujeres de generación en generación, así también han existido algunas capacitaciones para la elaboración de cortes por medio del telar de pie.

En la actualidad existen talleres artesanales de carpintería y herrería, los cuales cuentan con herramientas y equipos de escasa tecnología, considerados como pequeños y medianos artesanos. Se constituyen como actividades en crecimiento, por la demanda de productos.

La producción de tejidos y otras actividades artesanales, son vendidas en el mercado local y contribuyen 37.14% a la producción interna del Municipio.

1.12.4 Servicios

Dentro de los servicios que se pueden mencionar como actividad productiva dentro del Municipio están: agencia del Banco de Desarrollo Rural, Cooperativas Bitenam, Axola y La Esperanza; servicio de energía eléctrica, teléfonos, comedores, pensiones y transporte; existen pequeños comerciantes, que contribuyen a la actividad productiva del Municipio, tienen comercios individuales tales como: tiendas, ferreterías, centros fotográficos, fotocopadoras y otros.

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA ELABORACIÓN DE TEJIDOS TÍPICOS

De las actividades principales en el sector artesanal fue seleccionada la rama de Tejidos Típicos, en donde el producto más representativo del mismo es el corte típico. A continuación se presenta la situación actual del producto, por medio de los diferentes aspectos como: descripción, producción, tecnología, costos, financiamiento, comercialización, organización empresarial y un resumen de la problemática encontrada y propuesta de solución desarrollada.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

La producción de cortes típicos, constituye una actividad que se desarrolla de forma manual, las materias primas que se utilizan para la creación de dicho producto son: hilo, lana y sedalina en diferentes colores.

El corte típico es una prenda de vestir que es utilizada por el sexo femenino del municipio de Concepción Huista, departamento de Huehuetenango, se produce en varios hogares por amas de casas en su mayoría, utilizan para ello telares de pedal o cárcolas.

Actualmente se produce una sola talla de corte típico, la medida es de una yarda de ancho por seis varas de largo, básicamente es un tamaño estándar que esta en función del tamaño de los telares, especialmente el ancho.

Una de las características principales de dicha prenda, es que la base es elaborada de hilo color negro con líneas verticales de lana, sedalina e hilos; los colores que predominan son rosados, morados y verdes.

La forma de uso de este producto es: se coloca de la cintura hacia abajo, se enrolla en la cintura de una forma ajustada de tal manera que quede como una especie de falda y posteriormente el esquinero de la ultima orilla se introduce en medio de la piel y la pieza para que preñe y quede listo para su uso, de tal manera que no se caiga.

2.2 PRODUCCIÓN

Los cortes típicos son elaborados por pequeñas unidades artesanales, únicamente se necesita de una persona para el proceso productivo, actualmente dichas actividades se llevan a cabo en tiempos libres especialmente por las tardes de lunes a viernes y todo el día los fines de semana.

- **Volumen**

Según la investigación de campo se determinó el volumen de la producción, actualmente esta consiste en 1,020 piezas elaboradas por 15 artesanos, en un período de un año de 01 de julio del 2003 al 30 de junio del 2004.

- **Valor**

El valor de cada prenda esta determinada por el precio promedio de mercado de Q.275.00 cada unidad, multiplicado por el volumen de la producción asciende a un valor de Q.280,500.00.

- **Destino**

Una vez producidos los cortes típicos son utilizados para uso familiar y para la venta a través de pedidos de los vecinos aledaños a la ubicación de la unidad productiva, en algunos casos los artesanos con mayor capacidad de producción cuentan con un inventario de existencia, exhibiéndolo en su local o taller.

2.3 TECNOLOGÍA

El equipo indispensable para la producción de cortes típicos se conoce con el nombre de telar de pedal o de carcolas, el origen de este equipo es español, se requiere conocimientos para manipularlo, la tecnología utilizada es baja, la inversión en maquinaria y equipo asciende a Q.3,000.00. El telar es elaborado de madera, se le incorpora algunas piezas de metal para cumplir con su función. Las herramientas que contribuyen al proceso productivo son: urdidora, redina, trascañadera, carrizos y lanzaderas.

2.3.1 Proceso productivo

Para la elaboración de un corte típico es importante mencionar las siguientes etapas:

- **Devanar**

Consiste en llenar de hilo el carrizo para hacer conos y luego colocarlos en la trascañadera.

- **Trascañadera**

Los carrizos se colocan en la trascañadera y se traslada el hilo a la urdidora para enrollarlo donde se le da ocho vueltas, para obtener las portadas.

- **Elaborar portadas**

Se obtiene del proceso de darle vuelta al hilo ocho veces en la urdidora, según las portadas que sean necesarias.

- **Separar portadas**

Las portadas son trasladadas al telar por medio de un cilindro enrollador, en donde son separadas a través de una pieza de madera llamada rastrillo y posteriormente es llevado al telar.

- **Telar**

Se toman las portadas y se separan, se llevan a una malla del telar llamada aviadura. Se colocan en el peine de acero, luego se hala el hilo y se amarra en un tubo enrollador de un metro de largo. En los extremos del cilindro se sujetan dos lazos para llevar la tela al cilindro enrollador.

- **Tejer**

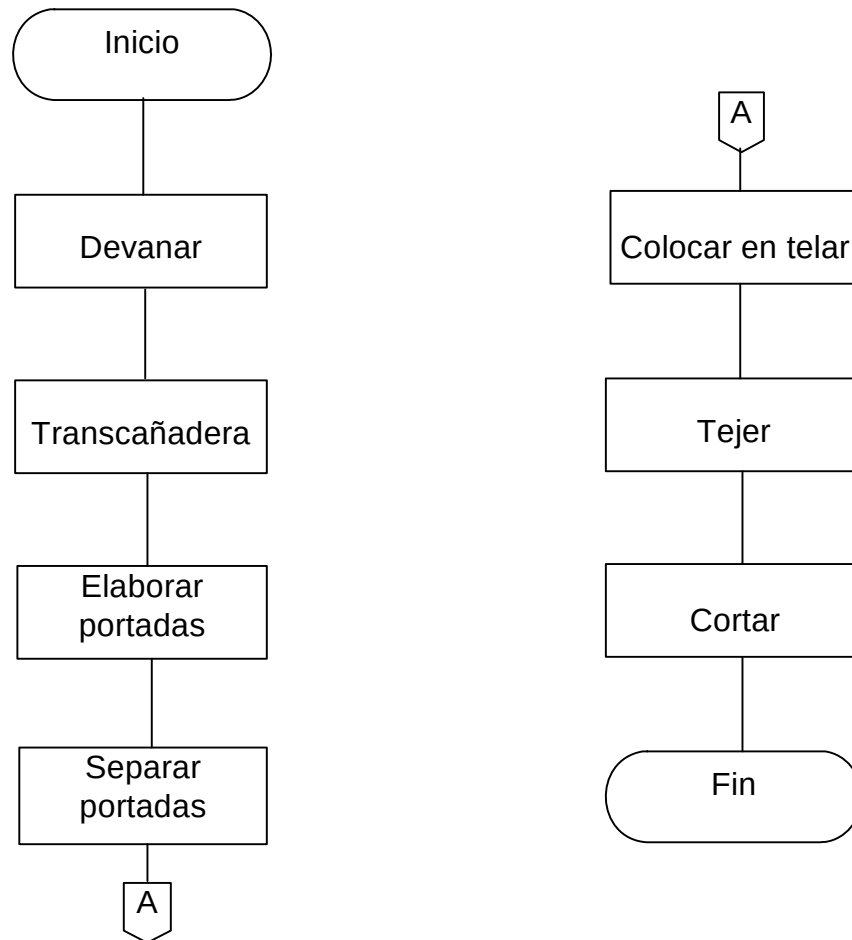
Consiste en introducir la lana o sedalina en la base de hilo, para darle forma al corte e intercalar los diferentes colores seleccionados según el diseño establecido.

- **Cortar**

Se refiere a cortar la primera pieza al llegar a seis varas de largo por una yarda de ancho, con las portadas colocadas en el telar se pueden obtener diez cortes que generalmente es el promedio.

En la presente gráfica se describe el proceso productivo de cortes típicos:

Gráfica 2
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Elaboración de Tejidos Típicos
Flujograma del proceso productivo
Año: 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

2.4 COSTOS

Para la producción de tejidos típicos se incurren en gastos de materias primas, mano de obra, y de fabricación.

En el presente cuadro se detallan los valores del costo de producción para la elaboración de cortes típicos según encuesta y costos según datos imputados:

Cuadro 15
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Elaboración de tejidos típicos
Costo directo de producción
Del 01 de julio de 2003 al 30 de junio de 2004
(Cifras en quetzales)

Concepto	Datos encuesta	Datos imputados	Variación
Materia prima:	98,940.00	98,940.00	0.00
Hilo blanco	20,400.00	20,400.00	0.00
Lana	44,880.00	44,880.00	0.00
Hilo de colores	33,660.00	33,660.00	0.00
Mano de obra:	76,500.00	151,844.00	(75,344.00)
Mano de obra directa	76,500.00	104,652.00	(28,152.00)
Séptimo día	0.00	21,692.00	(21,692.00)
Bonificación incentivo	0.00	25,500.00	(25,500.00)
Costos indirectos variables:	0.00	53,342.00	(53,342.00)
Cuotas patronales	0.00	14,744.00	(14,744.00)
Prestaciones laborales	0.00	38,598.00	(38,598.00)
Total costo directo de producción	175,440.00	304,126.00	(128,686.00)
Total unidades producidas	1.020	1.020	0
Costo directo de producción por unidad	172.00	298.00	(126.00)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El cuadro anterior describe el costo total de producción según encuestas, el resultado cambia en relación a datos imputados en un 73%, esto se debe a que los productores no toman en cuenta ciertos costos:

El artesano promedia su día de trabajo en Q.25.00, según datos de encuesta y los sueldos con datos imputados es de Q.34.20, que corresponden al salario mínimo, por Acuerdo Gubernativo 459-2002, del 28 de noviembre de 2002.

No toman en cuenta la bonificación incentivo, que es una retribución por día trabajado, por un valor de Q 250.00 mensuales, igual a Q.8.33 diarios, según decreto 78-89, reformado por el Decreto 37-2001, emitido por el Congreso de República de Guatemala y el séptimo día de acuerdo al artículo 127 del Código de Trabajo, modificado por el artículo 5 Decreto 64-92.

Por pertenecer a pequeños artesanos no incluyen los costos indirectos variables como la cuota patronal del IGSS, 10.67% según cobertura: Accidentes en general, enfermedad y maternidad, invalidez vejez y sobrevivencia.

Por ser personas individuales no pagan las cuotas del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la empresa privada de Guatemala, (IRTRA) y al Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP) ambas con el 1%.

No aplican las prestaciones laborales que se componen por: Indemnización 9.72%, Aguinaldo 8.33%, Vacaciones 4.17%, Bonificación anual (bono 14) 8.33%, y las prestaciones laborales hacen un total de (30.55%) dicho porcentaje se le calcula al sueldo base da cada trabajador, todos regulados por el código de trabajo.

2.4.1 Rentabilidad

Para determinar la rentabilidad de un producto, es necesario elaborar el estado de resultados, con el objetivo de establecer ganancia o pérdida durante un año de operaciones.

Se presenta el estado de resultados con un período de julio 2003 a junio 2004, según datos de la encuesta:

Cuadro 16
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Elaboración de tejidos típicos
Estado de resultados
Del 01 de julio 2003 al 30 de junio de 2004
(Cifras en quetzales)

Concepto	Datos encuesta	Datos imputados	Variación
Ventas	280,500.00	280,500.00	0.00
(-) Costo directo de producción	175,440.00	304,126.00	(128,686.00)
Utilidad bruta	105,060.00	(23,626.00)	128,686.00
(-) Gastos variables de venta	0.00	0.00	0.00
Ganancia marginal	105,060.00	(23,626.00)	128,686.00
(-) Gastos de operación	0.00	10,013.00	(10,013.00)
Depreciación equipo	0.00	8,850.00	(8,850.00)
Depreciación herramienta	0.00	1,163.00	(1,163.00)
Utilidad antes del I.S.R.	105,060.00	(33,639.00)	138,699.00
Impuesto sobre la renta 31%	0.00	0.00	0.00
Utilidad o pérdida neta	105,060.00	(33,639.00)	138,699.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Los resultados obtenidos anteriormente, demuestran una utilidad en el ejercicio según datos de encuesta y con datos imputados se obtuvo pérdida, con una variación de Q.138,699,00. La diferencia se debe a que no incluyen el total de los costos incurridos en mano de obra y costos indirectos de fabricación, como se puede observar en el cuadro 15. También se debe aplicar la tasa del 31% del impuesto sobre la renta, siempre que se obtengan ganancias ó utilidad en el ejercicio, según artículo 44 del Decreto 26-92, Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Así mismo, el productor no estima una depreciación al equipo y herramientas cuyo valor está incluido dentro de los gastos de operación, lo que hace la diferencia.

- **Margen de ganancia**

Con base a los estados financieros se mide el grado de ganancia que obtienen los productores en un período de operaciones (un año), esto se determina a través de los índices financieros que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 2
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Elaboración de tejidos típicos
Margen de ganancia
Del 01 de julio de 2003 al 30 de junio de 2004

Concepto	Datos encuesta	Datos imputados
Relación ganancia		
Relación utilidad neta - ventas:		
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} * 100$	$\frac{105,060.00}{280,500.00} * 100$	$\frac{(33,639.00)}{280,500.00} * 100$
Relación utilidad neta - costos y gastos:		
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Costos y gastos}} * 100$	$\frac{105,060.00}{175,440.00} * 100$	$\frac{(33,639.00)}{304,126.00} * 100$
Resultados:		
Relación utilidad neta - ventas:	37%	0%
Relación utilidad neta - costos y gastos:	60%	0%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Los datos obtenidos anteriormente indican el margen de ganancia en la elaboración de cortes típicos, por los porcentajes de utilidad presentados, tanto en ventas 37% como en costo y gastos 60%, con base en datos encuestados; en relación a datos imputados no se obtiene rentabilidad por los costos que no toman en cuenta.

2.5 FINANCIAMIENTO

Se define como los medios o recursos de que dispone un productor para llevar a cabo su proceso productivo, dentro de las fuentes de financiamiento se encuentran: fuentes internas y externas.

- **Fuentes internas**

Constituyen los recursos propios que aportan los productores para desarrollar las actividades de tejidos típicos.

De acuerdo a la investigación realizada, se identificó que el financiamiento para la actividad artesanal de tejidos típicos es interna, y se lleva a cabo por medio de ahorros, reinversión de utilidades, remesas familiares, anticipo de dinero por parte de los compradores, ganancia de sus artículos vendidos.

2.6 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

El proceso de comercialización de la producción del corte típico, se estudia a través de la mezcla de mercadotecnia, donde se analizan los conceptos de producto, precio, plaza y promoción.

2.6.1 Producto

El corte típico constituye el producto que se obtiene por medio de la utilización de materia prima como el hilo, lana y sedalina de varios colores.

- **Variedades**

La variedad de cortes típicos que se fabrican en el municipio de Concepción Huista, se distinguen por los colores que se utilizan en la confección de los mismos, estos

son: rojo con azul, rosado con azul, verde con azul y la mezcla de tres o más colores.

- **Calidad**

Los aspectos de calidad que los artesanos de tejidos típicos, toman en cuenta en su elaboración son: la combinación de colores, la utilización de materia prima que no destiñe, tejer y cortar correctamente para obtener mayor consistencia.

- **Diseño**

Los cortes típicos que elaboran los artesanos se componen de colores llamativos como el rosado, azul, morado y verde; tienen líneas verticales de colores de un centímetro de ancho, esta se obtiene como resultado del tejido de la prenda.

- **Tamaño**

El corte típico es de seis varas de largo por una yarda de ancho, es una medida estándar según el tamaño del telar, si se desea obtener un menor ancho es necesario modificar el mismo.

2.6.2 Precio

Es el valor monetario que se paga por un producto, para el corte típico es necesario tomar en cuenta factores como el tamaño y los colores utilizados, esto lo determina el artesano según materias primas, mano de obra y el margen de ganancia establecido.

- **Precio de lista**

El precio de venta de un corte típico al consumidor final es de Q.275.00, según las medidas mencionadas anteriormente. El margen de ganancia por cada prenda es 37.45% según datos de la encuesta. Los precios se determinan basados en los costos.

2.6.3 Plaza

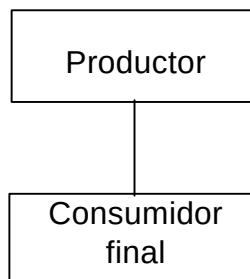
La plaza es el lugar donde se lleva a cabo el proceso de intercambio del producto, también se le conoce como mercado, actualmente la venta de cortes típicos es local, la mayor parte de la producción se consume en la Cabecera Municipal y una minoría en las aldeas.

- **Canal de comercialización**

El canal de comercialización que utilizan los artesanos de cortes típicos, es directo del productor al consumidor final, sin la utilización de intermediarios.

El canal que se encontró en la comercialización de cortes típicos, se presenta a continuación:

Gráfica 3
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Elaboración de tejidos típicos
Canal de comercialización
Año: 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Según la gráfica anterior, el canal de comercialización es directo, por el tipo de producto, la inexistencia de intermediarios en el proceso de intercambio, evita el incremento del precio de venta.

2.6.4 Promoción

Según información obtenida, se estableció que los artesanos no utilizan publicidad o promoción, ya que producen para consumo familiar y para la venta por medio de pedidos.

- **Ventas personales**

Una forma de dar a conocer sus productos es por medio de las ventas personales, a través de conversación con los posibles compradores que solicitan el producto y en algunas ocasiones los artesanos más grandes venden en sus locales y en los días de mercado de la localidad.

2.7 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

De acuerdo a la información proporcionada por la encuesta realizada, se determinó que los productores de cortes típicos trabajan de forma individual, por lo que no están organizados para obtener asistencia técnica y financiera.

2.7.1 Planificación

Los artesanos llevan a cabo la planificación de los productos que elaboran en determinado período, estiman el tiempo que utilizan en producir un corte, que son tres días, igualmente tienen presupuestados los costos en que se incurre, así mismo, calculan la cantidad de hilo, lana y sedalina que se utilizará.

2.7.2 Organización

Se estableció actualmente que los artesanos de cortes típicos, cuentan con una organización en el proceso productivo, porque siguen de manera empírica las etapas del proceso administrativo.

2.7.3 Integración

La integración se da por la experiencia en el manejo de las herramientas necesarias en el proceso, en este caso el telar, y contar con estimaciones de materia prima necesaria para la elaboración de un corte típico para no incurrir en merma, aprovechando sus recursos.

2.7.4 Dirección

La dirección, aplica desde el punto de vista de la toma de decisiones, ya que el propietario es quien decide cuanto producir y en que tiempo, tomando en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores.

2.7.5 Control

El propietario del taller lleva control sobre las materias primas e insumos en que incurre, lo que le permite cuantificar los costos del corte a elaborar.

2.8 RESUMEN DE LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Según el estudio realizado en el municipio de Concepción Huista, se observó que uno de los principales problemas de los artesanos de cortes típicos, en la comercialización es la falta de mercado para sus productos, ya que producen una parte para consumo familiar y el resto para la venta local, sobre todo a los mismo vecinos.

Estas actividades son desarrolladas regularmente en un 50% de una jornada de trabajo y en su mayoría por las amas de casa como un complemento de los ingresos familiares.

2.8.1 Propuesta de solución

En base a la problemática encontrada se presenta la siguiente propuesta de solución seleccionada.

2.8.1.1 Comercialización propuesta

La comercialización propuesta en el Municipio, permitirá el crecimiento de las unidades productivas actuales que participan en la actividad artesanal de cortes típicos, a través de producir más para la venta, que para el consumo familiar, lo que generaría mayores utilidades a los mismos.

2.8.1.2 Mezcla de mercadotecnia

Para el desarrollo de la comercialización propuesta, es necesaria la aplicación de la mezcla de mercadotecnia, para llevar a cabo un adecuado intercambio de los cortes típicos en el municipio de Concepción Huista.

- **Producto**

Los productos que se elaboran son los cortes típicos, para una mejor comercialización es necesaria la implementación de nuevos diseños y tamaños de los productos.

Variedades

Se recomienda en la fabricación de tejidos típicos en el municipio de Concepción Huista, la utilización de los mismos colores que son: rojo con azul, rosado con azul, verde con azul y la mezcla de tres o más colores, así mismo los colores demandados en Municipios aledaños.

Calidad

La combinación de colores, la utilización de materias primas que no destiñen, tejer y cortar correctamente para obtener mayor consistencia, son aspectos de la calidad

que los artesanos de tejidos típicos, deberán tomar en cuenta para la obtención de productos de mejor calidad.

Diseños

Se propone la mezcla de hilos, lana y sedalina de varios colores, según los gustos y preferencias de cada persona, no solamente producir para la etnia Poptí, sino en menores cantidades para la etnia Mán y Jacalteca del Municipio.

Tamaño

Los tamaños son aspectos importantes de cada prenda, sobre todo el ancho de los cortes típicos pueden ser no solamente de una yarda que es el estándar, sino de $\frac{3}{4}$ y $1 \frac{1}{4}$ de yarda; el largo de la misma podría variar en relación al ancho ya que el estándar es de 6 varas, el que tiene $\frac{3}{4}$ de yarda podría ser de 4 o 5 varas de largo, para un mejor aprovechamiento de la tela por parte del consumidor.

Producir para vender implica mantener un stock adecuado a la demanda de los productos, ya no solo producir a base de pedidos, sino también para ofrecer en los mercados locales y alrededores al Municipio.

• Precio

Los precios deben de estar acorde a los costos en que incurre el producto, esto no implica solamente vender y obtener ingresos, sino determinar si realmente se esta ganando o perdiendo, por lo que es necesario evaluar la materia prima, mano de obra y gastos de fabricación a utilizar más el margen de ganancia a obtener.

Precios de lista

Actualmente el precio de un corte típico es de Q.275.00 lo que implica la obtención de una ganancia mínima, que en su mayoría cubre solamente los costos. Se propone el precio adecuado con un mejor margen de ganancia, según datos contables es de Q.225 para el corte pequeño, Q.300.00 para el mediano o estándar

y Q.375.00 para el grande, con los mismos se obtiene una tasa justa por el rendimiento de la inversión y son similares a los de la competencia, se recomienda vender solamente al contado para una mejor rotación de la inversión.

- **Plaza**

Los cortes típicos deben ser comercializados no solamente en donde se ubican las unidades productivas, días de mercado y feria patronal del municipio de Concepción Huista, se proponen en menor cantidad en otros mercados compuestos por las cabeceras municipales de Todo Santos Cuchumatán, Jacaltenango y San Antonio Huista, se tomarán como base los diseños demandados en dichos lugares, ya que son habitados por las etnias Mán y Jacalteca, las épocas más aptas para la venta son los días de mercado, así como la celebración de las ferias patronales de los mismos. El acceso es rápido, existe transporte diario de Concepción a dichos lugares, aunque en invierno se complicaría un poco el acceso por el deterioro de las carreteras.

No esperar a que el cliente llegue hacia el producto, sino el producto llegue hacia el cliente.

- **Canal de comercialización**

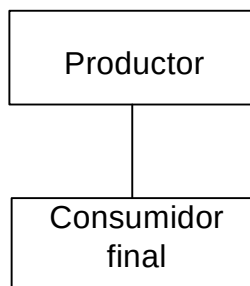
Para la comercialización propuesta, el canal adecuado sería el mismo, que va del productor al consumidor final, en donde el productor tendría una participación directa por el intercambio de sus productos. Este nivel de canal permitirá entrar en contacto directamente con el consumidor final por medio de la negociación de dichos productos, este proceso facilitará a los productores tomar en cuenta pedidos o diseños que no se están produciendo actualmente, lo que generaría una nueva oportunidad de mercado.

Se recomienda la comercialización de cortes típicos en los municipios de Todos Santos Cuchumatán, Jacaltengo y San Antonio Huista de manera colectiva, ya que

esto permitiría a los artesanos del Municipio obtener mayores beneficios y ser más competitivos.

A continuación se presenta el canal de comercialización propuesto:

Gráfica 4
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Elaboración de tejidos típicos
Canal de comercialización propuesto
Año: 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

La gráfica anterior constituye el canal propuesto, para que los artesanos de tejidos típicos comercialicen sus productos de manera eficiente, sin la utilización de intermediarios.

- **Promoción**

La promoción es vital para dar a conocer los productos a los consumidores.

Publicidad

Se propone identificar los puntos de ventas por rótulos con el nombre del negocio y los productos como medio de publicidad.

Ventas personales

Se utilizarán las ventas personales como instrumento de promoción no solamente local sino departamental, esto ayudará a obtener mayores unidades de venta y por ende ingresos para la unidad productora artesanal.

CAPÍTULO III

PROYECTO: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CERA

En el siguiente capítulo se analizan los siguientes temas: identificación, justificación, objetivos, estudio de mercado, técnico, administrativo legal y financiero, que permitirán establecer la viabilidad del presente proyecto.

3.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto consistirá en la producción de veladoras, cirios y veladoras en el municipio de Concepción Huista, departamento de Huehuetenango. Dichos productos se comercializarán en el Municipio y en las cabeceras municipales de San Antonio Huista, Santa Ana Huista, Jacaltenango y aldea San Marcos Huista, municipio de Jacaltenango. Por lo que se instalará un centro de producción artesanal en la cabecera municipal de Concepción Huista, al que se le denominará “Cerería Yulha” que se clasifica en el nivel de grandes artesanos.

3.2 JUSTIFICACIÓN

Actualmente no existe ningún taller artesanal que se dedique a la elaboración de productos de cera en la Región Huista. Estos productos son trasladados para su comercialización desde la Cabecera Departamental.

La elaboración de productos de cera es una actividad atractiva, que permitirá generar ingresos para el Municipio, como una nueva opción de inversión, debido a que existen recursos físicos, humanos y otros requerimientos necesarios para elaborar productos de calidad y a precios económicos, esto permitirá, que su comercialización, promueva el desarrollo de la economía de Concepción Huista.

3.3 OBJETIVOS

Los objetivos pueden ser generales y específicos, los que permiten determinar alcances y beneficios del presente proyecto:

3.3.1 Objetivo general

Establecer una unidad de elaboración de productos de cera, en la cabecera del municipio de Concepción Huista, departamento de Huehuetenango, en donde a través de su comercialización, se obtendrán ingresos para los entes participantes, y así contribuir a mejorar las condiciones económicas de la comunidad.

3.3.2 Objetivos específicos

- Generar nuevas fuentes de trabajo y mejorar el nivel de vida de los habitantes.
- Comercializar la producción a través de intermediarios, proporcionando márgenes de ganancias atractivos.
- Capacitar al personal de producción para obtener productos de calidad, por medio del desempeño efectivo de sus actividades y el uso adecuado del equipo.
- Crear la estructura organizacional adecuada para la correcta administración de los recursos del proyecto.
- Obtener beneficios tanto para el inversionista como para los empleados, a través de la puesta en marcha del proyecto.

3.4 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es de vital importancia, porque permite determinar el “conjunto de todos los compradores reales y potenciales de una oferta de mercado”¹⁰. Su análisis permite establecer la factibilidad del presente proyecto. El

¹⁰ Philip Kotler, Dirección del marketing. (Editorial Pearson Education, Edición del milenio, México: 2001). Pág. 118.

mercado objetivo esta compuesto por el municipio de Concepción Huista, las cabeceras municipales de San Antonio Huista, Santa Ana Huista, Jacaltenango y aldea San Marcos Huista de Jacaltenango.

- **Identificación del producto**

La elaboración de productos de cera, se identifica por fabricar productos de una variedad de materias primas, dentro de éstas se pueden mencionar: cera de abejas, cera vegetal, cebo de unto y parafina de origen mineral. Esta última es la comúnmente utilizada y debe derretirse por medio de calor para su manipulación.

De los productos que se fabricarán se encuentran: candelas pequeñas, candelas medianas, candelas grandes, cirios y veladoras; la forma de comercialización es por mazos formando grupos de 32 unidades para las candelas pequeñas con peso de una libra, el mazo para candelas medianas es de 16 unidades con peso de una libra, el mazo de candelas grandes es de nueve unidades de una libra de peso y el mazo de cirios es de 12 unidades con un peso de dos libras; las veladoras se venderán por docenas con un peso de dos libras.

- **Usos del producto**

Las candelas, cirios y veladoras son utilizados para varios fines, pero los principales son:

- **Religión**

Son símbolos de fe, para los fieles de la Iglesia Católica, se emplea en los sacramentos católicos como el bautismo, primera comunión y confirmación, también se utilizan en las iglesias para Semana Santa, Cuaresma, Navidad, Corpus Cristo y otras actividades como sepelios, el 83% de la población profesa esta religión por lo que las necesidades cotidianas y los ritos practicados por la iglesia genera el consumo de los productos de cera.

Desde la época colonial los españoles enseñaron a los mayas el uso de candelas de cera para alumbrar a los santos en los templos religiosos así como en las casas, desde entonces el uso de las velas es tradicional en todos los ritos de los centros ceremoniales.

En la actualidad las cofradías y hermandades, en algunos casos se mezclan, debido al ritual religioso predominante que es el cristianismo católico. Sin embargo, en la actualidad la llamada espiritualidad maya prevalece en todo el departamento de Huehuetenango, ya que en cada población permanentemente se practican rituales en lugares diferentes y alejados de la comunidad religiosa católica o protestante.

– Iluminación

El 98% de la población del Municipio cuenta con el servicio de energía eléctrica prestado por la empresa Distribuidora de Energía de Occidente, S.A. -DEOCSA-, aunque la cobertura es bastante alta, el servicio es deficiente, por lo que el uso de candelas es indispensable para iluminar los hogares, por la interrupción constante de este servicio y también para el 2% de hogares que no cuentan con él.

Comúnmente los hogares del Municipio cuentan solamente con iluminación eléctrica dentro de las habitaciones principales, por lo que utilizan candelas para iluminar fuera de la vivienda, así como para otros usos domésticos.

3.4.1 Oferta

Esta se compone por la cantidad de mercancía que los productores o poseedores están dispuestos a ofrecer a un precio, espacio y tiempo determinado.

Los oferentes de productos de cera en los municipios de Concepción Huista, San Antonio Huista, Santa Ana Huista y Jacaltenango, provienen de la Cabecera

Departamental. La oferta se compone por datos históricos y proyectados, por lo que se presentan a continuación para su comprensión y análisis:

- **Oferta histórica**

Se refiere a la producción de años anteriores y para efectos del presente proyecto, se establecieron datos estadísticos según investigación de campo sobre los productos de cera que se ofertaron en los Municipios antes mencionados.

- **Oferta proyectada**

Consiste en la producción de los próximos cinco años. Esta se obtuvo de acuerdo a las importaciones de los productos de cera histórica, lo que se proyectó para el período comprendido del año 2005 a 2009.

El cálculo de la proyección se realizó de acuerdo a la fórmula $Y_c = a + bx$

A continuación se detalla la oferta total de la producción de velas pequeñas:

Cuadro 17
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Oferta de candelas pequeñas
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Oferta total
2000	0	106,346	106,346
2001	0	113,489	113,489
2002	0	120,997	120,997
2003	0	129,038	129,038
2004	0	137,564	137,564
2005	0	144,884	144,884
2006	0	152,683	152,683
2007	0	160,482	160,482
2008	0	168,281	168,281
2009	0	176,080	176,080

1/No existen datos de producción.

2/ $Y_c = a + bx$ donde para el año 2005, $a=121,487$; $b=7,799$; $x = 3$.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Según datos del cuadro anterior, se detallan las unidades de candelas pequeñas de la oferta histórica de los productores de la Cabecera Departamental en los Municipios asignados, con un índice de crecimiento del 29% comprendido durante el período del año 2000 al 2004 y para la oferta proyectada el crecimiento es del 22% comprendido del año 2005 al 2009.

A continuación se detalla la oferta total de la producción de candelas medianas:

Cuadro 18
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Oferta de candelas medianas
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Oferta total
2000	0	63,803	63,803
2001	0	68,090	68,090
2002	0	72,595	72,595
2003	0	77,419	77,419
2004	0	82,534	82,534
2005	0	86,925	86,925
2006	0	91,604	91,604
2007	0	96,283	96,283
2008	0	100,962	100,962
2009	0	105,641	105,641

1/No existen datos de producción.

2/ $Y_c = a + bx$ donde para el año 2005, $a=72,888$; $b=4,679$; $x = 3$.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El cuadro anterior refleja la cantidad de candelas medianas que fueron ofertados en los municipios de Concepción Huista, San Antonio Huista, Santa Ana Huista y Jacaltenango, durante los primeros cinco años con un 29% de crecimiento. Lo que se espera ofertar está relacionada con el incremento de la población, con un índice de crecimiento del 22% en los últimos cinco años.

La oferta total de la producción de candelas grandes, se detalla a continuación:

Cuadro 19
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Oferta de candelas grandes
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Oferta total
2000	0	21,295	21,295
2001	0	22,726	22,726
2002	0	24,228	24,228
2003	0	25,839	25,839
2004	0	27,546	27,546
2005	0	29,013	29,013
2006	0	30,575	30,575
2007	0	32,137	32,137
2008	0	33,699	33,699
2009	0	35,261	35,261

1/No existen datos de producción.

2/ $Y_c = a + bx$ donde para el año 2005, $a=24,327$; $b=1,562$; $x = 3$.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

La oferta histórica de candelas grandes, según el cuadro anterior refleja la cantidad de unidades que del año 2000 al 2004, se ofertaron por productores departamentales con un total de 121,634 unidades; y lo que se espera ofertar del año 2005 al 2009 corresponde a la oferta proyectada con 160,685 unidades.

El siguiente cuadro constituye la oferta total de la producción de cirios:

Cuadro 20
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Oferta de cirios
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Oferta total
2000	0	7,975	7,975
2001	0	8,511	8,511
2002	0	9,074	9,074
2003	0	9,677	9,677
2004	0	10,316	10,316
2005	0	10,866	10,866
2006	0	11,451	11,451
2007	0	12,036	12,036
2008	0	12,621	12,621
2009	0	13,206	13,206

1/No existen datos de producción.

2/ $Y_c = a + bx$ donde para el año 2005, $a=9,111$; $b=585$; $x = 3$.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Según el cuadro anterior, constituye las unidades de cirios que fueron importadas hacia el mercado seleccionado, representa el 29% del total de las importaciones durante el período de los primeros cinco años. Para la oferta proyectada le corresponde un 22% de incremento durante el período de cinco años que comprende el ciclo de vida del proyecto total de la oferta.

A continuación se presenta la producción total de veladoras, a través del siguiente cuadro:

Cuadro 21
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Oferta de veladoras
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Oferta total
2000	0	14,591	14,591
2001	0	15,571	15,571
2002	0	16,605	16,605
2003	0	17,709	17,709
2004	0	18,875	18,875
2005	0	19,883	19,883
2006	0	20,954	20,954
2007	0	22,025	22,025
2008	0	23,096	23,096
2009	0	24,167	24,167

1/No existen datos de producción.

2/ $Y_c = a + bx$ donde para el año 2005, $a=16,670$; $b=1,071$; $x = 3$.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

La producción de veladoras descrita en el cuadro anterior, constituyen 83,351 unidades ofertadas por medio de importaciones; dentro del período del año 2000 al año 2004 y para la oferta proyectada el total de veladoras, para los años comprendidos durante el 2005 al 2009 será de 110,125 unidades.

3.4.2 Demanda

“Es el volumen total que compraría un grupo de clientes, en un área geográfica, en un período de tiempo, dentro de un entorno y bajo un programa de marketing definidos”.¹¹

¹¹ Ibidem, Pág. 120.

La demanda de productos de cera en el municipio de Concepción Huista y municipios aledaños, es abastecida por productores de la Cabecera Departamental de Huehuetenango, en donde el canal de comercialización es a través de los detallistas.

3.4.2.1 Demanda potencial

La demanda potencial se divide en histórica y proyectada, está compuesta por los hogares del municipio de Concepción Huista, así como las cabeceras municipales de San Antonio Huista, Santa Ana Huista, Jacaltenango y la aldea San Marcos Huista Jacaltenango, en donde fue necesario determinar la demanda del producto a través de los datos proyectados de los hogares, con base en el X Censo de Población y V de Habitación 1994, para determinar el consumo promedio de productos de cera por hogar en base a investigación de campo.

Según investigación de campo realizada, se pudo observar que en el mercado potencial de estos productos influyen bastante las tradiciones, espiritualidad, costumbres, religión, fe, etcétera; en donde el consumo de candelas, cirios y veladoras es muy alto ya que son utilizadas en centros ceremoniales mayas, iglesias católicas, procesiones, fiestas de Corpus Cristo, conmemoraciones de los días de los santos, de los difuntos, fiestas de las localidades de Concepción Huista, Santa Ana Huista, San Antonio Huista, Jacaltenango y San Marcos Huista. Se mantiene la tradición que los jefes de los hogares encienden una vela por eventualidades que surgen en el hogar, entre los que se pueden mencionar enfermedades, problemas financieros, disminución de las lluvias y cuando se llevan a cabo las siembras agrícolas, estos productos se utilizan por el tiempo que dure el suceso.

- **Demanda potencial histórica**

Se compone de la cantidad de productos que los hogares pudo haber demandado en años anteriores, según el consumo promedio anual de productos de cera.

- **Demanda potencial proyectada**

Está compuesta por la cantidad de productos que los hogares espera consumir en los próximos años. La demanda potencial del Municipio se presenta en los cuadros siguientes por producto:

El siguiente cuadro describe la demanda potencial de candelas pequeñas:

Cuadro 22
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda potencial de candelas pequeñas
Período: 2000 - 2009

Años	Hogares/1	Hogares delimitados (96%)	Consumo por hogar (unid.)	Demanda total (unidades)
2000	7,170	6,883	96	660,768
2001	7,539	7,237	96	694,752
2002	7,928	7,611	96	730,656
2003	8,336	8,003	96	768,288
2004	8,765	8,414	96	807,744
2005	9,216	8,847	96	849,312
2006	9,691	9,303	96	893,088
2007	10,190	9,782	96	939,072
2008	10,715	10,286	96	987,456
2009	11,267	10,816	96	1,038,336

$1/S = P (1 + i)^n$ donde para el año 2000 $P = 5,305$; $i = 0.0515$; $n = 6$ y 11

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X censo de población y V de habitación 1994 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

De acuerdo a los datos anteriores se concluye que la demanda potencial histórica comprendida entre el período 2000 al 2004, ascendió a 3,662,208 unidades de candelas pequeñas. Así también se puede observar el comportamiento de la demanda en los próximos cinco años, para el mercado que se pretende cubrir, se consideró el incremento de hogares en un 22%, situación que resulta ser atractiva para la inversión, por el tamaño de la misma, lo que permitirá generar utilidades

para el productor. El alto porcentaje de hogares delimitados se expone en el punto 3.4 Estudio de mercado – usos del producto.

La formula utilizada para delimitar los hogares se expresa a continuación:

$$S = P (1 + i)^n$$

Donde:

P = Hogares censo 1994

i = Tasa de crecimiento

n = Años

S = Hogares proyectados

$$S = 5,305 (1 + 0.0515)^6$$

$$S = 5,305 (1.35)$$

$$S = 7,170$$

A continuación se detalla la demanda potencial de candelas medianas:

Cuadro 23
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda potencial de candelas medianas
Período: 2000 - 2009

Años	Hogares/1	Hogares delimitados (96%)	Consumo por hogar (unid.)	Demanda total (unidades)
2000	7,170	6,883	57	392,331
2001	7,539	7,237	57	412,509
2002	7,928	7,611	57	433,827
2003	8,336	8,003	57	456,171
2004	8,765	8,414	57	479,598
2005	9,216	8,847	57	504,279
2006	9,691	9,303	57	530,271
2007	10,190	9,782	57	557,574
2008	10,715	10,286	57	586,302
2009	11,267	10,816	57	616,512

/1 Ver cuadro 22 de este estudio.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X censo de población y V de habitación 1994 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Como se puede observar en el cuadro anterior, la demanda potencial histórica de candelas medianas, se incrementó en un 22%, durante el período del año 2000 al 2004. Así mismo se observa el comportamiento de la demanda en los próximos cinco años, al igual que para las candelas pequeñas, se consideró el porcentaje de incremento de los hogares, el cual es de un 22%.

El cuadro de la demanda potencial de candelas grandes es el siguiente:

Cuadro 24
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda potencial de candelas grandes
Período: 2000 - 2009

Años	Hogares/1	Hogares delimitados (96%)	Consumo por hogar (unid.)	Demanda total (unidades)
2000	7,170	6,883	21	144,543
2001	7,539	7,237	21	151,977
2002	7,928	7,611	21	159,831
2003	8,336	8,003	21	168,063
2004	8,765	8,414	21	176,694
2005	9,216	8,847	21	185,787
2006	9,691	9,303	21	195,363
2007	10,190	9,782	21	205,422
2008	10,715	10,286	21	216,006
2009	11,267	10,816	21	227,136

/1 Ver cuadro 22 de este estudio.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X censo de población y V de habitación 1994 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Según datos del cuadro anterior la demanda potencial histórica descrita tiene un crecimiento del 22% dentro de los primeros cinco años, tomando como consumo veinte y una unidades por hogar. También se refleja la demanda que se espera para las candelas grandes, la misma tiene el menor porcentaje de consumo, sin embargo, la demanda incrementa de acuerdo al aumento de los hogares de la región en un 22%.

La demanda potencial de cirios se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 25
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda potencial de cirios
Período: 2000 - 2009

Años	Hogares/1	Hogares delimitados (96%)	Consumo por hogar (unid.)	Demanda total (unidades)
2000	7,170	6,883	12	82,596
2001	7,539	7,237	12	86,844
2002	7,928	7,611	12	91,332
2003	8,336	8,003	12	96,036
2004	8,765	8,414	12	100,968
2005	9,216	8,847	12	106,164
2006	9,691	9,303	12	111,636
2007	10,190	9,782	12	117,384
2008	10,715	10,286	12	123,432
2009	11,267	10,816	12	129,792

/1 Ver cuadro 22 de este estudio.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X censo de población y V de habitación 1994 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Como se puede ver en el cuadro anterior las unidades de cirios que los hogares demandaron alcanzaron un total de 457,776 que corresponde a la demanda potencial histórica y para demanda potencial proyectada el crecimiento de cirios en unidades será de 588,408 en el período comprendido del año 2005 al año 2009.

En el siguiente cuadro se detalla la demanda potencial de veladoras.

Cuadro 26
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda potencial de veladoras
Período: 2000 - 2009

Años	Hogares/1	Hogares delimitados (96%)	Consumo por hogar (unid.)	Demanda total (unidades)
2000	7,170	6,883	6	41,298
2001	7,539	7,237	6	43,422
2002	7,928	7,611	6	45,666
2003	8,336	8,003	6	48,018
2004	8,765	8,414	6	50,484
2005	9,216	8,847	6	53,082
2006	9,691	9,303	6	55,818
2007	10,190	9,782	6	58,692
2008	10,715	10,286	6	61,716
2009	11,267	10,816	6	64,896

/1 Ver cuadro 22 de este estudio.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X censo de población y V de habitación 1994 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Según datos del cuadro anterior, la demanda potencial histórica asciende durante los primeros cinco años a 228,888 unidades con un consumo de seis veladoras por hogar. Para la demanda potencial proyectada ascenderá a un total de 294,204 unidades durante los cinco años, con un crecimiento anual del 5%.

Para efectos del presente análisis, fue necesario aplicar los porcentajes correspondientes del consumo promedio por producto y tamaños, sobre el total general del consumo de 192 unidades, para determinar la demanda potencial total de candelas, cirios y veladoras.

3.4.2.2 Consumo aparente

Está representado por la cantidad de productos que los hogares del mercado objeto de estudio consumen, también se le conoce como demanda efectiva y se divide en histórica y proyectada.

- **Consumo aparente histórico**

Para el consumo aparente histórico se determinó la producción y comercialización de productos de cera, de artesanos departamentales, considerando lo que el mercado meta demandó en años anteriores.

- **Consumo aparente proyectado**

El consumo aparente proyectado, se determinó con base a datos históricos y el crecimiento de los hogares, para los productos de candelas, cirios y veladoras.

A continuación, se presenta el cuadro de consumo aparente de candelas pequeñas:

Cuadro 27
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Consumo aparente de candelas pequeñas
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Exportaciones/1	Consumo aparente
2000	0	106,346	0	106,346
2001	0	113,489	0	113,489
2002	0	120,997	0	120,997
2003	0	129,038	0	129,038
2004	0	137,564	0	137,564
2005	0	144,884	0	144,884
2006	0	152,683	0	152,683
2007	0	160,482	0	160,482
2008	0	168,281	0	168,281
2009	0	176,080	0	176,080

1/No ha existido producción ni exportaciones

2/Ver cuadro 17 de este estudio.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

De acuerdo al cuadro anterior, el consumo aparente histórico para candelas pequeñas obtuvo un incremento anual del 7%, lo cual refleja una oportunidad atractiva en relación a las ventas que se pueden realizar. También se muestran la cantidad de candelas pequeñas que los hogares consumirán en el futuro las cuales ascienden a 802,410 unidades del año 2005 al 2009. Por el tamaño del producto, aumenta el número de unidades de consumo.

A continuación se presenta el consumo aparente de candelas medianas:

Cuadro 28
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Consumo aparente de candelas medianas
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Exportaciones/1	Consumo aparente
2000	0	63,803	0	63,803
2001	0	68,090	0	68,090
2002	0	72,595	0	72,595
2003	0	77,419	0	77,419
2004	0	82,534	0	82,534
2005	0	86,925	0	86,925
2006	0	91,604	0	91,604
2007	0	96,283	0	96,283
2008	0	100,962	0	100,962
2009	0	105,641	0	105,641

1/No ha existido producción ni exportaciones

2/Ver cuadro 18 de este estudio.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

De acuerdo a datos del cuadro anterior, éstos reflejan un incremento durante los primeros cinco años del 29%, situación que proporciona un ambiente favorable para la implantación de este proyecto. Según datos de los últimos cinco años el consumo futuro de candelas medianas en el mercado meta seleccionado, refleja un incremento del 5% anual.

El cuadro de consumo aparente de candelas grandes es el siguiente:

Cuadro 29
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Consumo aparente de velas grandes
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Exportaciones/1	Consumo aparente
2000	0	21,295	0	21,295
2001	0	22,726	0	22,726
2002	0	24,228	0	24,228
2003	0	25,839	0	25,839
2004	0	27,546	0	27,546
2005	0	29,013	0	29,013
2006	0	30,575	0	30,575
2007	0	32,137	0	32,137
2008	0	33,699	0	33,699
2009	0	35,261	0	35,261

1/No ha existido producción ni exportaciones

2/Ver cuadro 19 de este estudio.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El cuadro anterior muestra incremento del consumo de velas grandes del 7% anual, del año 2000 al 2004, a medida que el tamaño de velas aumenta, disminuye el volumen de unidades de consumo. El consumo total de velas grandes de los cinco años 2005 al 2009 es de 160,685 unidades, lo que corresponde a un incremento anual del 5%. No existen datos de producción ni de exportación.

El siguiente cuadro refleja el consumo aparente de cirios:

Cuadro 30
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Consumo aparente de cirios
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Exportaciones/1	Consumo aparente
2000	0	7,975	0	7,975
2001	0	8,511	0	8,511
2002	0	9,074	0	9,074
2003	0	9,677	0	9,677
2004	0	10,316	0	10,316
2005	0	10,866	0	10,866
2006	0	11,451	0	11,451
2007	0	12,036	0	12,036
2008	0	12,621	0	12,621
2009	0	13,206	0	13,206

1/No ha existido producción ni exportaciones

2/Ver cuadro 20 de este estudio.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

A pesar de que los cirios no son productos de alto consumo, reflejan incremento anual del 7% según se observa en el cuadro anterior en lo histórico. Según lo proyectado los cirios reflejan un incremento total del 22% en el consumo durante los cinco años, el cual está relacionado con el incremento de los hogares.

El cuadro siguiente contiene la información del consumo aparente de veladoras:

Cuadro 31
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Consumo aparente de veladoras
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Producción/1	Importaciones/2	Exportaciones/1	Consumo aparente
2000	0	14,591	0	14,591
2001	0	15,571	0	15,571
2002	0	16,605	0	16,605
2003	0	17,709	0	17,709
2004	0	18,875	0	18,875
2005	0	19,883	0	19,883
2006	0	20,954	0	20,954
2007	0	22,025	0	22,025
2008	0	23,096	0	23,096
2009	0	24,167	0	24,167

1/No ha existido producción ni exportaciones

2/Ver cuadro 21 de este estudio.

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Según datos del cuadro anterior el consumo aparente de veladoras durante el período del año 2000 al 2004 es de 83,351 unidades con un crecimiento del 29% anual. De acuerdo a la proyección, el incremento total del consumo a futuro de veladoras, es de un 22%, situación que torna favorables las condiciones de mercado del proyecto. Las variaciones de consumo de un producto podrían darse en tamaños, presentaciones o proveedores.

3.4.2.3 Demanda insatisfecha

Está representada por el volumen de producción total requerida por la población, que queda sin atenderse.

- **Demanda insatisfecha histórica**

La oportunidad de mercado de los productos, está determinado por la demanda insatisfecha, y se obtiene de restar el consumo aparente histórico la demanda potencial histórica.

- **Demanda insatisfecha proyectada**

Para el mercado que se pretende cubrir, se estableció la demanda insatisfecha proyectada, según las líneas de productos que se comercializan actualmente, así como las del presente proyecto que se detallan a continuación:

Cuadro 32
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda insatisfecha de candelas pequeñas
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2000	660,768	106,346	554,422
2001	694,752	113,489	581,263
2002	730,656	120,997	609,659
2003	768,288	129,038	639,250
2004	807,744	137,564	670,180
2005	849,312	144,884	704,428
2006	893,088	152,683	740,405
2007	939,072	160,482	778,590
2008	987,456	168,281	819,175
2009	1,038,336	176,080	862,256

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El cuadro anterior muestra las unidades de candelas pequeñas que los hogares dejaron de adquirir, las cuales ascienden a 3,054,774 del año 2000 al 2004, lo que se puede atribuir a diversos factores que influyen directa o indirectamente a los consumidores tales como: económicos, escasa oferta, vías de acceso inadecuadas, diversificación de productos, entre otros. La demanda insatisfecha proyectada de candelas pequeñas, arrojan una cantidad de 3,904,854 unidades que el mercado permite cubrir con la producción del proyecto, lo cual hace viable al mismo.

El siguiente cuadro describe la demanda insatisfecha de candelas medianas:

Cuadro 33
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda insatisfecha de candelas medianas
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2000	392,331	63,803	328,528
2001	412,509	68,090	344,419
2002	433,827	72,595	361,232
2003	456,171	77,419	378,752
2004	479,598	82,534	397,064
2005	504,279	86,925	417,354
2006	530,271	91,604	438,667
2007	557,574	96,283	461,291
2008	586,302	100,962	485,340
2009	616,512	105,641	510,871

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Según datos proporcionados por el cuadro anterior sobre la demanda insatisfecha para candelas medianas, muestran las unidades que no fueron adquiridas por los hogares en los primeros cinco años las cuales son de 1,809,995. Las unidades de candelas medianas que no se adquirirán en el siguiente período años 2005 al 2009 son 2,313,523. Estos resultados visualizan un panorama favorable para la implementación del proyecto, ya que reflejan oportunidad de participar en este mercado.

A continuación se presenta el cuadro de la demanda insatisfecha de candelas grandes:

Cuadro 34
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda insatisfecha de candelas grandes
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2000	144,543	21,295	123,248
2001	151,977	22,726	129,251
2002	159,831	24,228	135,603
2003	168,063	25,839	142,224
2004	176,694	27,546	149,148
2005	185,787	29,013	156,774
2006	195,363	30,575	164,788
2007	205,422	32,137	173,285
2008	216,006	33,699	182,307
2009	227,136	35,261	191,875

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Los datos históricos del cuadro anterior indican las unidades de candelas grandes que los hogares de la región no demandaron, las cuales ascienden a 679,474, lo que fue atractivo para el proyecto en dicho período, según la proyección. Según los datos proyectados, indican que existe un porcentaje del 5% anual de crecimiento de la demanda insatisfecha de candelas grandes que no es cubierta por el mercado oferente, lo cual hace atractiva la demanda de los consumidores.

La demanda insatisfecha de cirios se presenta a continuación:

Cuadro 35
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda insatisfecha de cirios
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2000	82,596	7,975	74,621
2001	86,844	8,511	78,333
2002	91,332	9,074	82,258
2003	96,036	9,677	86,359
2004	100,968	10,316	90,652
2005	106,164	10,866	95,298
2006	111,636	11,451	100,185
2007	117,384	12,036	105,348
2008	123,432	12,621	110,811
2009	129,792	13,206	116,586

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Los cirios no adquiridos según resultados del cuadro anterior son de 447,345 unidades, lo que indica que existió oportunidad de comercializar dicho producto en el período del año 2000 al 2004. Con base en la demanda insatisfecha proyectada anterior, los cirios podrán ser comercializados en la región, pues existe un mercado el cual no ha sido cubierto con éste producto.

El siguiente cuadro detalla la demanda insatisfecha de veladoras:

Cuadro 36
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Demanda insatisfecha de veladoras
Período: 2000 - 2009
(en unidades)

Años	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2000	41,298	14,591	26,707
2001	43,422	15,571	27,851
2002	45,666	16,605	29,061
2003	48,018	17,709	30,309
2004	50,484	18,875	31,609
2005	53,082	19,883	33,199
2006	55,818	20,954	34,864
2007	58,692	22,025	36,667
2008	61,716	23,096	38,620
2009	64,896	24,167	40,729

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Los resultados del cuadro anterior, representan las unidades de veladoras que no fueron demandadas por consumidores de dicho producto, éstas acumulan un total de 145,537 en los primeros cinco años. Las veladoras tienen una excelente oportunidad de mercado, debido a que la demanda insatisfecha proyectada no está cubierta, de tal manera que existe un mercado en el cual se puede ofertar. Se proporcionarán productos de calidad, a precio accesible, diversificación y abastecimiento constante del mercado, lo que permitirá obtener el éxito deseado del presente proyecto.

3.4.3 Precios

Los precios establecidos para la comercialización de candelas, cirios y veladoras, son analizados en el capítulo IV. Comercialización propuesta.

3.4.4 Comercialización

La comercialización de los productos de cera, es objeto de estudio en el capítulo IV. Comercialización propuesta, a través de la mezcla de mercadotecnia.

3.5 ESTUDIO TÉCNICO

“Consiste en la determinación del perfil operativo del proyecto, es decir, los aspectos propios de la naturaleza del proyecto. En esta fase se definen los recursos, los procesos, el tamaño del proyecto y todo lo relacionado con la estructura del plan”.¹²

3.5.1 Localización óptima de la planta

Está compuesta por el área donde se instalará el proyecto. Para delimitar la ubicación se presentan los siguientes temas:

- **Macrolocalización**

El proyecto se ubicara en la parte central del Departamento de Huehuetenango, en el municipio de Concepción Huista.

- **Microlocalización**

Se propone la ubicación del proyecto, en el cantón Unión de la Cabecera Municipal. Este lugar se considera como un punto estratégico para llegar a todos los centros poblados que se pretende cubrir en el presente proyecto.

¹²Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos. (4ª. Edición, México: 2001). Pág. 82.

3.5.2 Tamaño óptimo de la planta

“El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción al año”.¹³

La capacidad de producción del proyecto se detalla en el siguiente cuadro:

¹³ Ibidem, Pág. 84.

Cuadro 37
Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Programa de producción
Año: 2004

Producto	Quintales por año	Unidad por quintal	Unidades anuales	Mazos anuales
Año 1	864.00		1,391,040	75,600.00
Candelas pequeñas	216.00	3.200	691.200	21.600
Candelas medianas	259.20	1.600	414.720	25.920
Candelas grandes	172.80	900	155.520	17.280
Cirios	172.80	600	103.680	8.640
Veladoras	43.20	600	25.920	2.160
Año 2	907.20		1,460,592	79,380.00
Candelas pequeñas	226.80	3.200	725.760	22.680
Candelas medianas	272.16	1.600	435.456	27.216
Candelas grandes	181.44	900	163.296	18.144
Cirios	181.44	600	108.864	9.072
Veladoras	45.36	600	27.216	2.268
Año 3	952.56		1,533,622	83,349.00
Candelas pequeñas	238.14	3.200	762.048	23.814
Candelas medianas	285.77	1.600	457.229	28.577
Candelas grandes	190.51	900	171.461	19.051
Cirios	190.51	600	114.307	9.526
Veladoras	47.63	600	28.577	2.381
Año 4	1,000.19		1,610,303	87,516.45
Candelas pequeñas	250.05	3.200	800.150	25.005
Candelas medianas	300.06	1.600	480.090	30.006
Candelas grandes	200.04	900	180.034	20.004
Cirios	200.04	600	120.023	10.002
Veladoras	50.01	600	30.006	2.500
Año 5	1,050.20		1,690,818	91,892.27
Candelas pequeñas	262.55	3.200	840.158	26.255
Candelas medianas	315.06	1.600	504.095	31.506
Candelas grandes	210.04	900	189.036	21.004
Cirios	210.04	600	126.024	10.502
Veladoras	52.51	600	31.506	2.625

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El programa de producción anterior, constituye el tamaño óptimo de producción de la planta del proyecto, tanto en los diferentes productos como en sus respectivas presentaciones.

Contará con capacidad de almacenar 72 quintales de parafina y la producción equivalente a una semana.

Las instalaciones medirán 48 metros cuadrados. Distribuidos en: bodega de materia prima y producto terminado, planta de producción y administración.

3.5.3 Duración del proyecto

Se proyecta una vida útil de cinco años, tiempo mediante el que se puede comprobar la rentabilidad y estabilidad del proyecto.

3.5.4 Identificación y descripción del proceso

El estudio de ingeniería, se le conoce como el proceso de producción, que consiste en la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos o servicios mediante un determinado procedimiento técnico.

Descripción del proceso productivo

Es el conjunto de operaciones que realiza el personal y la maquinaria para elaborar el producto terminado.

Para la descripción del proceso, se utilizará la técnica diagrama de flujo del proceso, que a través de una simbología representan las actividades a ejecutar del presente proyecto.

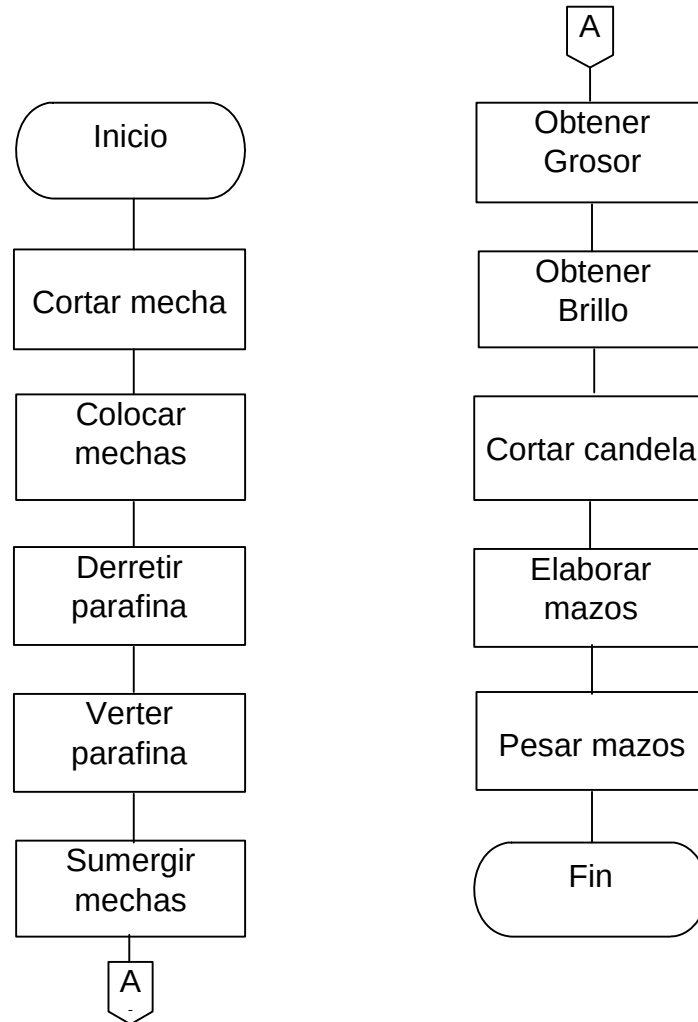
A continuación se muestran los pasos necesarios para la elaboración de velas y cirios, proceso que permite la participación de la mano de obra con conocimientos técnicos y utilización de equipos, herramientas, mencionados en los requerimientos del proyecto.

- Las velas se elaboran cortando hilo de algodón, utilizando una regla con clavos para los diferentes tamaños: vela pequeña 12 cm., vela mediana 15 cm., vela grande 20 cm. y cirios de 15 cm.
- Las velas se colocan en varitas de madera y se colocan en el tendido hecho del mismo material, para iniciar el proceso de producción.
- La parafina se derrite en un medio tonel con capacidad de 26 galones aproximadamente, colocada sobre la base que contiene la estufa en combustión, la misma se derrite cuando alcanza 80 ó 90 grados centígrados.
- La parafina líquida del medio tonel, se vierte en un tanque de hojalata de 5 galones de capacidad.
- Las velas de las varitas, se sumergen en la parafina del tanque para el primer baño.
- Se repite el proceso de cuatro a seis veces, dejando siempre la punta de la vela libre, esta operación se realiza las veces necesarias dependiendo del tamaño de la vela que se este fabricando, hasta obtener el grosor deseado.
- La vela terminada se vuelve a sumergir en el tanque de parafina caliente y luego en un tanque similar con agua fría para darle el brillo a la misma.
- Se corta la punta de la vela para dar el tamaño estándar.

- Se procede a elaborar los mazos.
- Se pesan en la balanza los mazos para confirmar el peso requerido.

A continuación se presenta el flujograma del proceso productivo de la elaboración de velas y cirios:

Gráfica 5
 Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
 Proyecto: Elaboración de productos de cera
 Flujograma del proceso productivo de candelas y cirios



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

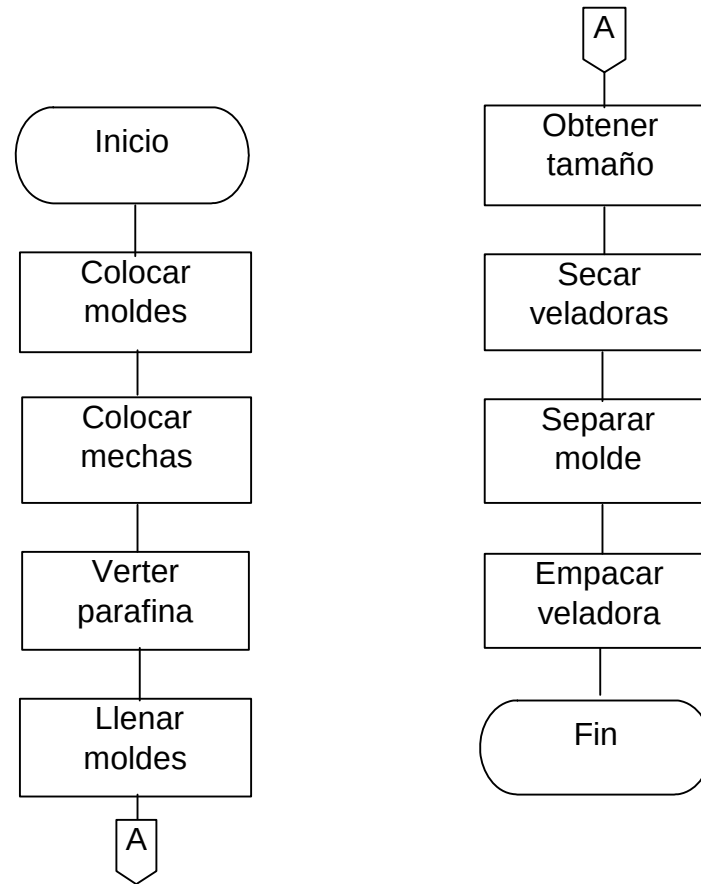
A continuación se muestran los pasos necesarios para la elaboración de veladoras:

- Colocación de moldes sobre la mesa de trabajo.

- Colocación en los moldes la porta mecha y mecha.
- Se vierte la parafina derretida, obtenida del mismo proceso de las candelas, en pichel de metal.
- Se llenan los moldes de parafina. Primer capa.
- Se repite el proceso cuatro veces hasta obtener el tamaño de la veladora.
- Se deja en reposo por transcurso de una hora para secado.
- Se retira la veladora del molde.
- Se coloca el empaque a cada veladora.

El flujograma que identifica los pasos para la elaboración de veladoras es el siguiente:

Gráfica 6
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Flujograma del proceso productivo de veladoras



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

- **Adquisición de equipo**

Por el tipo de actividad artesanal a realizarse, no se requiere de inversión en maquinaria de alta tecnología, solamente es necesaria la implementación de equipo y herramientas.

Este equipo puede ser fabricado por los herreros y carpinteros del Municipio, factor que ayuda en el precio del mismo. Las dimensiones del equipo son pequeñas por lo

que se pueden instalar en un área de 16 metros cuadrados. Para la utilización del mismo, no se requiere de mayor capacitación, ya que es sencillo para ejecutar el proceso de trabajo. En combustible, se requiere del uso de gas propano para preparar la parafina para uso.

- **Distribución en planta**

La adecuada distribución de la planta proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, con medidas óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Con la distribución de planta propuesta se cumple con dos objetivos básicos:

- Integrar todos los elementos que contribuyen a la transformación de la materia prima para la obtención de producto terminado.
- Minimizar distancia de recorrido, que permitirá reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.

Una buena distribución brindará seguridad y bienestar al trabajador, minimizando los riesgos de accidentes como incendios o quemaduras, de igual forma contribuirá al buen manejo de materiales y al correcto almacenamiento.

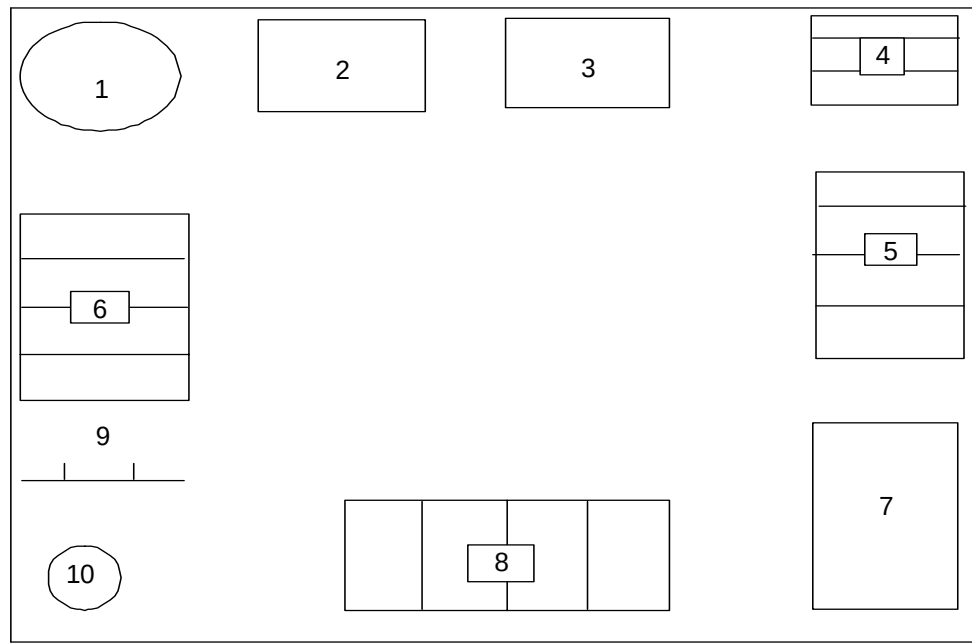
- **Tipo de distribución**

El tipo seleccionado para este proyecto es: la distribución por proceso, esto se debe a que el equipo es poco costoso y no se requiere de mano de obra especializada. Esta distribución consiste en agrupar a las personas y al equipo de trabajo para realizar funciones similares y secuenciales.

El tipo de distribución se aplica al trabajo por órdenes de producción individuales.

A continuación se presenta la gráfica de la distribución física de la planta.

Gráfica 7
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Distribución física de la planta de producción
Año: 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Elementos que conforman la planta de producción:

- 1 Tonel con parafina derretida.
- 2 Hojalata con parafina derretida.
- 3 Hojalata con agua.
- 4 Parafina sin procesar.
- 5 Primer tendido de candelas y cirios.
- 6 Segundo tendido de candelas y cirios.
- 7 Mesa para elaborar veladoras.
- 8 Tendido para preparar las mechas.
- 9 Regla donde se cortan las mechas.

- 10 Balanza para pesar los productos terminados.
- 11 Estufa de gas.

3.5.5 Requerimientos técnicos

Estos son todos aquellos recursos necesarios para la ejecución del proyecto, entre los cuales se pueden mencionar instalaciones, equipo, herramientas, insumos, mano de obra; los que se describen en el cuadro siguiente:

Cuadro 38
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Ficha de requerimientos de producción
Año: 2004

Descripción	Unidad	Cantidad	Descripción	Unidad	Cantidad
Terrenos:					
Producción y bodega	m ²	48	Insumos:		
Planta y equipo:			Parafina	Quintales	72
Mesas	Unidad	1	Mechas	Libras	116
Toneles	Unidad	1	Portamechas	Libras	5
Balanzas	Unidad	1	Cajas de cartón	Cientos	3
Trocket	Unidad	1	Etiquetas	Cientos	24
Moldes de veladoras	Unidad	20	Gas propano	Cilindros	25
Estanterías	Unidad	1			
Cuchillos	Unidad	2	Mano de obra directa:		
Cucharones	Unidad	2	Producción candelas	Jornal	54
Paletas	Unidad	2	Producción cirios	Jornal	14
Protectores de dedos	Unidad	4	Producción veladoras	Jornal	4
Picheles de lámina	Unidad	3			
Recipiente hojalata	Unidad	2			
Bancos y palillos	Unidad	3			
Estufa de gas	Unidad	1			
Cilindro de gas (25 lbs)	Unidad	1			

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Los requerimientos mencionados anteriormente son los necesarios que permitirán a la empresa, llevar a cabo el proyecto y alcanzar los objetivos establecidos.

3.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

El presente estudio permite determinar la capacidad administrativa para llevar a cabo el proyecto, así como las implicaciones legales que éste involucra. Así también busca establecer la estructura organizacional del proyecto, a fin de definir los distintos cargos y el sistema de remuneraciones.

El estudio legal busca identificar las restricciones legales del proyecto en cuanto a tributación, publicidad, uso del producto y requerimientos legales para instalarse y operar.

Se propone formar una sociedad civil, que es una de organización en la que se obtiene la personalidad jurídica de forma rápida y es sencilla de comprender. Se persigue, con esta forma de organización, la creación de una estructura que permita que cada uno de los integrantes desarrolle diversas actividades de manera efectiva y conjunta, para alcanzar las metas del grupo con el esfuerzo individual y la viabilidad del mismo. Esta organización igualmente permitirá guiar a los integrantes, a través del aprovechamiento de los recursos físicos, financieros y humanos con que cuente.

3.6.1 Justificación

Las razones que justifican la propuesta de la organización del proyecto están consideradas de acuerdo al tipo de producción a que se dedicará y el tamaño del mismo, que incluye aspectos como: la cantidad de personal necesario para la realización y el volumen de producción. Así también, el estar constituido de esta

forma le permitirá tener acceso a financiamiento y otros aspectos importantes para el desarrollo del mismo.

Uno de los propósitos elementales de la creación de esta organización artesanal, será generar nuevas fuentes de empleo, lo que permitirá la participación de diez personas en el proyecto, con opción al retorno de la inversión e incremento de la misma, así como, mejorar la calidad de vida de los participantes del proyecto.

3.6.2 Objetivos

Los objetivos que se pretenden alcanzar son los siguientes:

- Constituir la Cerería Yulha, como una sociedad civil.
- Crear fuentes de trabajo locales.
- Cumplir con todas las leyes y reglamentos aplicables a esta actividad comercial.
- Contribuir en la introducción de nuevas formas de organización y técnicas de producción en la actividad artesanal.
- Procurar el mejoramiento social y económico de los miembros de la organización mediante el esfuerzo común.
- Fomentar la participación de los habitantes a través de la inversión económica, para el desarrollo del Municipio.

3.6.3 Tipo y denominación

Se propone constituir una sociedad civil, de acuerdo al Código Civil en el artículo 1741 la razón social se formará con el nombre completo y apellido de uno o más socios con la agregación de las palabras Sociedad Civil.

De acuerdo a lo descrito anteriormente, el proyecto se denominará: “Cería Yulha”, y su razón social será “Jacinto Alonzo Sociedad Civil”.

3.6.4 Localización

El proyecto de inversión se localizará en el Cantón Unión de la cabecera municipal de Concepción Huista, departamento de Huehuetenango.

3.6.5 Marco jurídico

Está integrado por las leyes, normas y reglamentos a los que la organización deberá someterse y cumplir para su creación y funcionamiento, está clasificado como: Normatividad externa e interna, que a continuación se describen.

- **Normatividad externa**

La organización propuesta en este proyecto, se debe constituir mediante escritura pública elaborada por un Abogado y Notario. Este documento debe contener los siguientes requisitos legales: la fecha de constitución, datos generales de los integrantes de la sociedad, el objeto de la misma, nombre del administrador, domicilio, duración, patrimonio, motivos de disolución, modo de resolver las diferencias de la sociedad. A continuación, con ésta escritura debe inscribirse en el Registro Civil y en la Superintendencia de Administración Tributaria, para obtener la certificación de la inscripción de la Sociedad y su Número de Identificación Tributaria.

Para el tipo de organización propuesta la normatividad externa a la cual deberá regirse, ya constitutiva, se puede encontrar en las siguientes leyes, en las que además se detallan los artículos específicos relacionados a la organización:

- Constitución Política de la República, artículo 34. “Libertad de Asociación”.
- Código Civil, Título III del artículo 1728 al 1789. En los que se define las disposiciones generales de las Sociedades.
- Código de Trabajo, artículos 82, 127 y 130, que regulan las prestaciones laborales.
- Ley del Impuesto Sobre la Renta y su reglamento, artículos 19, 44, 46.

- Ley del Impuesto al Valor Agregado, artículo 29 “Documentos obligatorios” y artículo 37 “Libros de compras y ventas”.
- Reglamento del IGSS, regula las obligaciones de los patronos hacia los trabajadores.
- Decreto 42-92 de la Ley de bonificación anual de trabajadores del sector privado y público, artículos 1, 2, 3 y 4.
- Ley de Creación de la Bonificación Incentivo a la Productividad del Sector Privado, Decreto 78-89 reformado por el Decreto 37-2001, emitidos por el Congreso de la República de Guatemala.
- Ley Reguladora de la prestación de aguinaldo para los trabajadores del sector privado, artículos 1 y 9.

- **Normatividad interna**

Los documentos que formarán parte de esta normativa interna, están conformados por: normas, reglamentos, políticas y manuales administrativos.

3.6.6 Estructura organizacional

“Es un marco que preparan los gerentes para dividir y coordinar las actividades de los miembros de una organización”.¹⁴

- **Tipo de Organización**

El tipo de organización que se recomienda es el lineal staff, que se caracteriza porque la línea de autoridad y responsabilidad pasa de uno a otro escalón jerárquico en forma directa; desde la cúspide de la organización hasta el último plano de la misma y a la vez se brinda asesoría para la planificación.

Se propone la participación de los socios en la aportación del capital y que se delegue la responsabilidad de la administración de la empresa, mediante convenio,

¹⁴ James A. F. Stoner, Op. Cit. P.355.

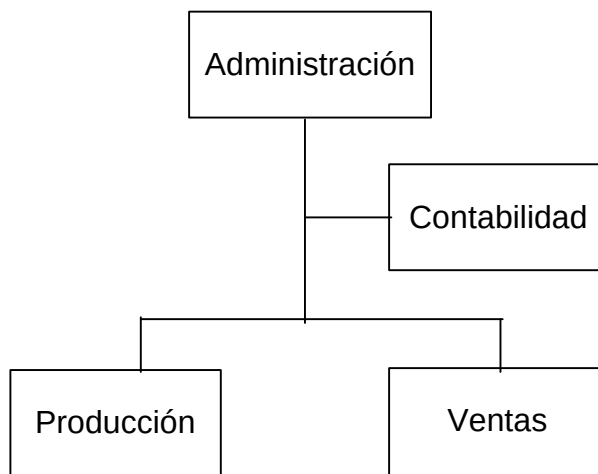
a uno de los socios. Así mismo que se contrate personal para llevar a cabo el proceso productivo y la labor de ventas.

3.6.7 Diseño de la organización

Se compone por el organigrama de la empresa, el cual esta estructurado de acuerdo a las unidades que serán necesarias para el funcionamiento de la misma, en estas se incluyen: Administración, producción y ventas. Se contratará el servicio de un contador externo para los asuntos legales y contables.

A continuación se presenta el organigrama propuesto para el proyecto de elaboración de productos de cera:

Gráfica 8
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Organigrama propuesto



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

La gráfica anterior, permite dar conocer la organización de la sociedad, para la comprensión de la estructura que se propone para la administración efectiva del proyecto.

- **Funciones básicas de las unidades administrativas**

A continuación se describen las funciones que se consideran necesarias, para cada unidad para el correcto funcionamiento de la sociedad.

- **Administración**

Es la unidad encargada de llevar a cabo el proceso administrativo: planificación, organización, integración, dirección y control; para la obtención de los objetivos de la empresa. Debe buscar siempre, el beneficio para la comunidad y colaboradores de la organización.

Supervisa el proceso productivo y colabora en actividades diversas del mismo para apoyar al personal. Maneja y controla los recursos financieros de la empresa.

Desarrolla la actividad de compras, vela por un adecuado inventario de materias primas y producto terminado. Debe tener control sobre la existencia de materiales, papelería y útiles de oficina e insumos de limpieza.

- **Ventas**

Le corresponde a esta unidad promover cada uno de los productos de la empresa, resuelve los problemas que puedan tener cada uno de sus clientes, en cuanto a: exhibición del producto, cambios, precios, promociones; es responsable de los cobros por mercadería y despachos; recibe y entrega los pedidos a los clientes, proporciona información de ventas y entrega ingresos a la administración.

– **Producción**

Unidad encargada del proceso productivo, para la elaboración de cada producto de acuerdo al procedimiento definido. Es el responsable del uso correcto del equipo de trabajo que se le asigne para la labor de producción. Debe informar a la administración acerca de los inventarios de materia prima y producto terminado, además de trabajar en base a las proyecciones del departamento de ventas para el cumplimiento de entrega de los pedidos.

– **Contabilidad**

Será el encargado de llevar el registro contable de la empresa y determinar las obligaciones fiscales de la empresa.

3.6.8 Recursos

Para el desarrollo del presente proyecto será necesaria la utilización de los siguientes recursos:

- **Humanos**

El recurso humano a emplear en la planta de cerería se detalla a continuación: administrador, vendedor y tres operadores.

- **Financieros**

Para desarrollar el presente proyecto se necesitará una inversión de Q.65,000.00, los cuales serán aportados por los 10 integrantes, de la siguiente forma: Q.6,500.00 cada uno.

- **Físicos**

Los recursos físicos necesarios para el proyecto, consisten en su instalación distribuidos en planta de producción, bodega y administración, con sus respectivos equipos y otras herramientas, necesarias para el desarrollo de las actividades.

3.7 ESTUDIO FINANCIERO

La importancia de realizar este estudio radica en establecer el total de recursos financieros necesarios para el proyecto elaboración de productos de cera, tanto en inversiones fijas, capital de trabajo, así como el financiamiento necesario hasta que el proyecto se pueda mantener por sí solo.

3.7.1 Inversión fija

En este rubro están enmarcadas las adquisiciones de activos tangibles e intangibles necesarios para iniciar las operaciones, se pueden mencionar instalaciones, equipo, herramientas, gastos de organización, etc. Dichos gastos se describen en el cuadro que a continuación se presenta:

Cuadro 39
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Inversión fija
Año: 2004
(Cifras en quetzales)

Cantidad	Descripción	Costo unidad	Costo total
	Equipo producción:		1,430.00
1	Mesas	100.00	100.00
1	Toneles	100.00	100.00
1	Trocket	100.00	100.00
3	Bancos y palillos	100.00	300.00
2	Recipiente de hojalata	150.00	300.00
1	Balanza	100.00	100.00
20	Moldes para veladoras	4.00	80.00
1	Estanterías	50.00	50.00
1	Estufa de gas	200.00	200.00
1	Cilindro de gas	100.00	100.00
	Herramientas:		220.00
2	Cuchillos	15.00	30.00
4	Protectores de dedos	10.00	40.00
2	Cucharones	20.00	40.00
2	Paletas	10.00	20.00
3	Picheles de lámina	30.00	90.00
	Mobiliario y equipo de admón.		475.00
1	Escritorio	100.00	100.00
4	Sillas	25.00	100.00
1	Calculadora	125.00	125.00
1	Máquina de escribir	150.00	150.00
	Instalaciones		15,000.00
	Gastos de organización		2,500.00
	Total de inversión fija		19,625.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El cuadro anterior muestra la inversión fija necesaria para el proyecto de elaboración de productos de cera, los gastos detallados en el cuadro que antecede son objetos de depreciación de acuerdo a los porcentajes establecidos por el Decreto 26-92 Ley del Impuesto Sobre la Renta, la depreciación del equipo de producción y las herramientas están incluidas en el costo de producción, mientras que los demás se incluyen en gastos administrativos en el estado de resultados. Se podrá observar que no figuran vehículos debido a que es más económico rentar el servicio, ya sea por fletes o contratación de un empleado con vehículo al que se le pagaría la gasolina y una cuota por depreciación del mismo.

3.7.2 Inversión en capital de trabajo

La inversión esta representada por los desembolsos que hay que realizar para los costos y gastos, tales como: insumos, mano de obra, costos indirectos variables, gastos fijos de producción y administración, así también por los gastos de ventas; es decir el capital necesario para elaborar la primera producción.

Para iniciar el proyecto elaboración de productos de cera, se necesita el capital de trabajo que se describe en el cuadro siguiente:

Cuadro 40
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Inversión en capital de trabajo
Año: 2004
(Cifras en quetzales)

Elementos	Parcial	Total
Insumos		27,223.00
Mano de obra		4,032.00
Costos indirectos variables		3,105.00
Gastos variables de ventas:		1,564.00
Comisiones	1,204.00	
Empaques	360.00	
Gastos administrativos:		5,461.00
Sueldos	2,690.00	
Bonificación	500.00	
Cuota patronales	314.00	
Prestaciones laborales	822.00	
Honorarios	350.00	
Mantenimiento vehículo	250.00	
Agua, luz, teléfono, otros.	535.00	
Total		41,385.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Para este caso el capital de trabajo esta constituido por los gastos y costos necesarios para un mes, debido a que la producción es diaria y por consiguiente los ingresos también, por lo que la producción del mes siguiente ya se autofinancia, se puede apreciar que se incluye un rubro de mantenimiento de vehículo este se refiere a una cuota que se le paga al propietario de dicho transporte.

Se puede decir que los gastos que el proyecto efectúa en un mes ascienden a Q.41,385.00.

3.7.3 Inversión total

La inversión total para la puesta en marcha del proyecto, está constituida por las inversiones realizadas en las instalaciones, herramientas, equipo, etc. (Inversión fija); así como por los gastos necesarios para la primera producción (Inversión en capital de trabajo).

Cuadro 41
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Inversión total
Año: 2004
(Cifras en quetzales)

Descripción	Total
Equipo de producción	1,430.00
Herramientas	220.00
Mobiliario y equipo de administración	475.00
Instalaciones	15,000.00
Gastos de organización	2,500.00
Total inversión fija:	19,625.00
Insumos	27,223.00
Manos de obra	4,032.00
Costos indirectos variables	3,105.00
Gastos variables de ventas	1,564.00
Gastos administrativos	5,461.00
Total inversión capital de trabajo:	41,385.00
Inversión total	61,010.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Como se puede notar en el cuadro anterior están todos los gastos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, la inversión fija es tan solo del 32% del total, mientras que la inversión en capital de trabajo abarca el 68%, esto debido a que la

empresa es parte de la actividad artesanal, la cual se caracteriza por la poca inversión fija que necesitan para el desarrollo de sus labores.

3.7.4 Financiamiento

La aportación de capitales, bienes o prestaciones crediticias que facilitan el desenvolvimiento de una empresa o ejecución de un proyecto se le conoce como financiamiento; dentro de las fuentes de financiamiento se pueden mencionar: las fuentes internas y las fuentes externas. Para el desarrollo del proyecto el origen del dinero necesario para financiar el mismo será aportado por los socios, desembolsando cada uno la cantidad de Q.6,500.00, lo cual cubrirá todos los gastos y quedará un remanente en caja.

3.7.5 Estados financieros

Los estados financieros son instrumentos contables que permiten conocer la situación económica de una empresa y tomar decisiones adecuadas para el bienestar de la misma. Para el caso del presente proyecto, se consideran estados financieros el costo de producción, el estado de resultados y el presupuesto de caja.

- **Costo directo de producción**

Éste es un estado en el que se presentan las estimaciones de los elementos que integran el costo directo de producción, los cuales son: insumos, mano de obra directa y gastos indirectos.

Para este caso se presenta un estado de costo directo de producción en el cual se incluyen los cinco productos a producir.

Cuadro 42
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Costo directo de producción anual por producto
Año: 2004
(Cifras en quetzales)

Descripción	Candelas			Cirios	Veladoras	Costo anual
	Pequeñas	Medianas	Grandes			
Insumos:	81,216.00	97,459.00	64,973.00	64,973.00	18,058.00	326,678.00
Parafina	74,736.00	89,683.00	59,789.00	59,789.00	14,947.00	298,944.00
Mecha	6,480.00	7,776.00	5,184.00	5,184.00	259.00	24,883.00
Portamecha	0.00	0.00	0.00	0.00	1,296.00	1,296.00
Etiquetas	0.00	0.00	0.00	0.00	1,555.00	1,555.00
Mano de obra:	12,096.00	14,515.00	9,677.00	9,677.00	2,419.00	48,384.00
Mano de obra direc.	8,569.00	10,282.00	6,855.00	6,855.00	1,714.00	34,275.00
Séptimo día	1,728.00	2,074.00	1,382.00	1,382.00	346.00	6,912.00
Bonificación incent.	1,799.00	2,159.00	1,439.00	1,439.00	360.00	7,197.00
Costos ind. Variab.	9,315.00	11,178.00	7,452.00	7,452.00	1,863.00	37,261.00
Cuotas patronales	1,202.00	1,442.00	961.00	961.00	240.00	4,807.00
Prestaciones labor.	3,146.00	3,775.00	2,517.00	2,517.00	629.00	12,583.00
Flete (parafina)	4,320.00	5,184.00	3,456.00	3,456.00	864.00	17,280.00
Gas propano	648.00	778.00	518.00	518.00	130.00	2,592.00
Total costo directo	102,627.00	123,153.00	82,102.00	82,102.00	22,340.00	412,324.00
Quintales producidos	216.00	259.20	172.80	172.80	43.20	864.00
Costo directo unitario por quintal	475.13	475.13	475.13	475.13	517.13	477.23

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El cuadro anterior demuestra los insumos, mano de obra directa y gastos indirectos, en que incurre cada producto de cera en un año, por lo que se ocupan tres operarios, cada uno de los cuales devenga Q.39.67 diarios, las cuotas patronales del IGSS se calcularon sobre la base del 11.67%; las prestaciones laborales 30.55%.

Se ocuparan 3 operarios, cada uno de ellos laborará un quintal de parafina diario, lo que mensualmente trabajarán 72 quintales, los cuales se distribuyen de la siguiente forma:

Cuadro 43
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Asignación de producción mensual
Año: 2004

Productos	Porcentajes	Quintales asignados
Candelas pequeñas	25	18.00
Candelas medianas	30	21.60
Candelas grandes	20	14.40
Cirios	20	14.40
Veladoras	5	3.60
Total	100	72.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Las candelas medianas son las que más se producirán debido a la demanda del producto.

Durante los 5 años de vida del proyecto, la producción se incrementará en un 5% anual, en donde se conservará el mismo número de trabajadores; con lo cual los costos de producción proyectados quedan de la siguiente forma:

Cuadro 44
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Costo directo de producción proyectado
Año: 2004
(Cifras en quetzales)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos:	326,678.00	343,012.00	360,163.00	378,171.00	397,080.00
Parafina	298,944.00	313,891.00	329,586.00	346,065.00	363,368.00
Mecha	24,883.00	26,127.00	27,434.00	28,805.00	30,246.00
Portamecha	1,296.00	1,361.00	1,429.00	1,500.00	1,575.00
Etiquetas	1,555.00	1,633.00	1,715.00	1,800.00	1,890.00
Mano de obra:	48,384.00	48,384.00	48,384.00	48,384.00	48,384.00
Mano de obra direc.	34,275.00	34,275.00	34,275.00	34,275.00	34,275.00
Séptimo día	6,912.00	6,912.00	6,912.00	6,912.00	6,912.00
Bonificación incent.	7,197.00	7,197.00	7,197.00	7,197.00	7,197.00
Costos ind. Variab.	37,261.00	37,391.00	37,527.00	37,670.00	37,820.00
Cuotas patronales	4,807.00	4,807.00	4,807.00	4,807.00	4,807.00
Prestaciones labor.	12,583.00	12,583.00	12,583.00	12,583.00	12,583.00
Flete (parafina)	17,280.00	17,280.00	17,280.00	17,280.00	17,280.00
Gas propano	2,592.00	2,722.00	2,858.00	3,001.00	3,151.00
Total costo directo	412,324.00	428,787.00	446,074.00	464,225.00	483,283.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Como se puede observar las variaciones entre el primer año y los demás, son únicamente en el valor de los insumos así como el gasto de la leña, los demás desembolsos se mantienen iguales. El costo de producción para los cinco años del proyecto, permite conocer si existe alguna variación en el desarrollo o vida del proyecto y hacer las modificaciones o tomar las medidas necesarias para el buen funcionamiento del mismo.

Hay que mencionar cuantos productos se obtienen de cada libra de parafina, cuantas unidades forman un mazo y la cantidad de mazos que se obtienen de un quintal, lo cual se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro 45
Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Producción por libra y quintal
Año: 2004

Concepto	Candelas pequeñas	Candelas medianas	Candelas grandes	Cirios	Veladoras
Unidades por libra	32	16	9	6	6
Unidades por mazo	32	16	9	12	12
Mazos por quintal	100	100	100	50	50

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

A través del cuadro anterior se comprende mejor, tanto la producción como las ventas, las cuales deben de estar presupuestadas.

- **Presupuesto de ventas**

Da a conocer las ventas proyectadas para los cinco años en mazos y valores. A continuación se presenta el siguiente cuadro:

Cuadro 46
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Presupuesto de ventas en mazos y valores
Año: 2004

Producto	Mazos al año	Precio por mazo	Total venta
Año 1	75,600.00		577,800.00
Candelas pequeñas	21.600	6.50	140,400.00
Candelas medianas	25.920	6.50	168,480.00
Candelas grandes	17.280	6.50	112,320.00
Cirios	8.640	14.50	125,280.00
Veladoras	2.160	14.50	31,320.00
Año 2	79,380.00		606,690.00
Candelas pequeñas	22.680	6.50	147,420.00
Candelas medianas	27.216	6.50	176,904.00
Candelas grandes	18.144	6.50	117,936.00
Cirios	9.072	14.50	131,544.00
Veladoras	2.268	14.50	32,886.00
Año 3	83,349.00		637,024.50
Candelas pequeñas	23.814	6.50	154,791.00
Candelas medianas	28.577	6.50	185,749.20
Candelas grandes	19.051	6.50	123,832.80
Cirios	9.526	14.50	138,121.20
Veladoras	2.381	14.50	34,530.30
Año 4	87,516.45		668,875.73
Candelas pequeñas	25.005	6.50	162,530.55
Candelas medianas	30.006	6.50	195,036.66
Candelas grandes	20.004	6.50	130,024.44
Cirios	10.002	14.50	145,027.26
Veladoras	2.500	14.50	36,256.82
Año 5	91,892.27		702,319.51
Candelas pequeñas	26.255	6.50	170,657.08
Candelas medianas	31.506	6.50	204,788.49
Candelas grandes	21.004	6.50	136,525.66
Cirios	10.502	14.50	152,278.62
Veladoras	2.625	14.50	38,069.66

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Las veladoras y cirios se venderán en presentaciones de mazos, para las veladoras se utilizará la unidad de medida docena.

- **Estado de resultados**

El estado de resultados se define como un resumen ordenado de los ingresos, costos y gastos que posee la unidad económica durante un período normal de operaciones, para determinar si obtuvo ganancia o pérdida durante el mismo.

A continuación se presenta el estado de resultados proyectado al primer año de vida del proyecto:

Cuadro 47
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Estado de resultados proyectado
Del 01 de enero al 31 de diciembre del primer año
(Cifras en quetzales)

Descripción	Valor	
Ventas	577,800.00	
(-) Costo directo de producción	412,324.00	
Ganancia bruta en ventas	165,476.00	
(-) Gastos variables en ventas		
Comisiones	14,445.00	
Empaques	4,320.00	18,765.00
Ganancia marginal	146,711.00	
(-) Gastos fijos en ventas		
Sueldos	14,281.00	
Bonificación	3,000.00	
Cuotas patronales	1,667.00	
Prestaciones laborales	4,363.00	
Mantenimiento vehículo	3,000.00	
Combustibles y lubricantes	3,000.00	
Publicidad	2,400.00	
	31,711.00	
(-) Gastos de administración		
Honorarios	4,200.00	
Sueldos	18,000.00	
Bonificación	3,000.00	
Cuotas patronales	2,101.00	
Prestaciones laborales	5,499.00	
Energía eléctrica	720.00	
Agua	300.00	
Depreciación mobiliario y equipo	95.00	
Amortización gastos de organización	250.00	
	34,165.00	
(-) Gastos fijos de producción		
Depreciación de herramientas	55.00	
Depreciación de instalaciones	750.00	
Depreciación equipo de producción	286.00	
	1,091.00	
Total gastos de operación	66,966.00	
Ganancia antes de I.S.R.	79,745.00	
(-) Impuesto Sobre la Renta 31%	24,721.00	
Ganancia neta del ejercicio	55,024.00	

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004

El cuadro anterior da a conocer la utilidad obtenida durante el primer año de operaciones: y con el mismo (cuadro) se integrará el costo de producción para los cinco años que se estima el proyecto, lo que se presenta a continuación:

Cuadro 48
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Estado de resultados proyectado
Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año
(Cifras en quetzales)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	577,800.00	606,690.00	637,025.00	668,876.00	702,320.00
(-) Costo directo pro.	412,324.00	428,787.00	446,074.00	464,225.00	483,283.00
Ganancia bruta ventas	165,476.00	177,903.00	190,951.00	204,651.00	219,036.00
(-) Gastos variab. ve.	18,765.00	19,703.00	20,688.00	21,723.00	22,809.00
Comisiones	14,445.00	15,167.00	15,926.00	16,722.00	17,558.00
Empaques	4,320.00	4,536.00	4,763.00	5,001.00	5,251.00
Ganancia marginal	146,711.00	158,200.00	170,262.00	182,928.00	196,227.00
(-) Gastos fijos ventas					
Sueldos	14,281.00	14,281.00	14,281.00	14,281.00	14,281.00
Bonificación	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Cuotas patronales	1,667.00	1,667.00	1,667.00	1,667.00	1,667.00
Prestaciones labor.	4,363.00	4,363.00	4,363.00	4,363.00	4,363.00
Mantenimiento vehíc.	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Combust. y lubrican.	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Publicidad	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
	31,711.00	31,711.00	31,711.00	31,711.00	31,711.00
(-) Gastos de admón.					
Honorarios	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
Sueldos	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Bonificación	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Cuotas patronales	2,101.00	2,101.00	2,101.00	2,101.00	2,101.00
Prestaciones labor.	5,499.00	5,499.00	5,499.00	5,499.00	5,499.00
Energía eléctrica	720.00	720.00	720.00	720.00	720.00
Agua	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Deprec. mob. y equi.	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00
Amort. gtos. de orga.	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
	34,165.00	34,165.00	34,165.00	34,165.00	34,165.00
(-) Gastos fijos de pro.					
Deprec. de herram.	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00
Deprec. de instalac.	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00
Deprec. equipo de pr.	286.00	286.00	286.00	286.00	286.00
	1,091.00	1,091.00	1,091.00	1,091.00	1,091.00
Total gastos de ope.	66,966.00	66,966.00	66,966.00	66,966.00	66,966.00
Ganancia antes I.S.R.	79,745.00	91,233.00	103,296.00	115,962.00	129,261.00
(-) I.S.R. 31%	24,721.00	28,282.00	32,022.00	35,948.00	40,071.00
Ganancia neta del eje.	55,024.00	62,951.00	71,274.00	80,014.00	89,190.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Se observa en el cuadro anterior el incremento de las ventas del 5% que se menciono anteriormente, en igual porcentaje aumentan los gastos variables en ventas. Como consecuencia del aumento de las ventas y mantenimiento de los gastos fijos, incrementa la utilidad, así como los impuestos a cancelar.

- **Presupuesto de caja**

Es una herramienta contable que integra el total de ingresos y egresos de efectivo que resultan como consecuencia de la predeterminación de ventas, costos y gastos. En el siguiente cuadro se refleja el movimiento de las entradas y salidas de dinero o efectivo que se planean para desarrollo del proyecto durante los cinco años:

Cuadro 49
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Presupuesto de caja proyectado
Año: 2004
(Cifras en quetzales)

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial		45,375.00	126,556.00	194,505.00	270,954.00	356,330.00
(+) Entradas efec.						
Ventas		577,800.00	606,690.00	637,025.00	668,876.00	702,320.00
Aportaciones	65,000.00					
Otros ingresos						
Total ingresos	65,000.00	623,175.00	733,246.00	831,529.00	939,830.00	1,058,650.00
(-) Salidas efec.						
Costo directo pro.		412,324.00	428,787.00	446,074.00	464,225.00	483,283.00
Sueldos		32,281.00	32,281.00	32,281.00	32,281.00	32,281.00
Bonificación		6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Cuotas patron.		3,767.00	3,767.00	3,767.00	3,767.00	3,767.00
Prestac. labor.		9,862.00	9,862.00	9,862.00	9,862.00	9,862.00
Honorarios		4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
Mantenim. vehíc.		3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Agua, luz, tel.		6,420.00	6,420.00	6,420.00	6,420.00	6,420.00
Comisiones		14,445.00	15,167.00	15,926.00	16,722.00	17,558.00
Empaque		4,320.00	4,536.00	4,763.00	5,001.00	5,251.00
Inversión fija	19,625.00					
I.S.R. a pagar		0	24,721.00	28,282.00	32,022.00	35,948.00
Total de salidas	19,625.00	496,619.00	538,742.00	560,575.00	583,500.00	607,571.00
Saldo disponible	45,375.00	126,556.00	194,505.00	270,954.00	356,330.00	451,079.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Como se menciona anteriormente, el presupuesto de caja trata de ingresos y egresos de efectivo de los cinco años del presente proyecto. El rubro del estado de resultados que no se traslado fue depreciaciones y amortizaciones.

3.7.6 Evaluación financiera

El propósito fundamental de la evaluación financiera en el proyecto de elaboración de productos de cera, en el municipio de Concepción Huista, departamento de Huehuetenango, es demostrar la viabilidad del proyecto y el éxito financiero. Para su realización se utilizan diferentes técnicas para analizar, evaluar e interpretar aspectos que intervienen en su ejecución.

De esta evaluación se obtienen ciertos resultados que constituyen un panorama de las perspectivas financieras e instrumentos que proporcionan suficiente, adecuada y oportuna información, con el fin de ayudar al inversionista a tomar la decisión de poner en marcha el proyecto. Las herramientas a utilizar son las razones simples y se detallan a continuación:

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se le conoce como el nivel de producción, en donde son exactamente iguales los beneficios por ventas y la suma de los gastos fijos y variables. Es muy útil para analizar las relaciones entre los costos variables y los beneficios; otra función que posee es que indica el nivel mínimo de producción necesaria para no incurrir en pérdidas, pero tampoco se obtiene utilidad. Para su cálculo es necesario conocer el valor de las ventas, costos variables y gastos fijos expresados en el estado de resultados.

- **Punto de equilibrio en valores**

A través de este se logra determinar el monto que debe venderse para mantener el equilibrio del proyecto, es decir las ventas a alcanzar para no perder ni ganar. Para obtener el punto de equilibrio en valores se determina así:

Ganancia marginal = Ventas (-) costo directo de producción y gastos variables

Ganancia marginal en Q. = Q.577,800.00 (-) Q.431,089.00 = Q.146,711.00

Ganancia marginal en % = 25.39 %

En donde el porcentaje de ganancia marginal, se obtiene dividiendo la ganancia marginal entre el total de ventas de ese mismo año. El punto de equilibrio en valores queda de la siguiente forma:

$$\text{PEV} = \frac{\text{Gastos fijos}}{\% \text{ de ganancia marginal}}$$

$$\frac{\text{Q.66,966.00}}{25.39 \%} = \text{Q.263,736.00}$$

Con el resultado anterior el proyecto indica el monto de ventas a alcanzar para que no se obtenga pérdida o ganancia en el proyecto; en este caso para el primer año, de igual forma se determinará para los siguientes años.

– Punto de equilibrio en unidades

Es el resultado de dividir el punto de equilibrio en valores entre el precio de venta del producto, para determinar la cantidad de unidades a vender sin obtener ganancia y tampoco pérdida. Pero en este caso no se calcula por haber cinco productos diferentes, por ello únicamente se calculó el punto de equilibrio en valores, y para el cálculo del margen de seguridad se utilizó la siguiente fórmula.

$$\text{Margen de seguridad} = \frac{\text{Ventas (-) P.E.Q.}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de seguridad} = \frac{577,800 (-) 263,736}{577,800} = 54\%$$

El porcentaje anterior indica la diferencia positiva entre el punto de equilibrio en valores y los ingresos por ventas del proyecto.

- **Margen de ganancia**

Con base en los estados financieros, se mide el grado de ganancia que se obtiene en un período de operaciones (un año), se mide a través de los índices financieros y para el análisis de estos se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 3
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Margen de ganancia
Primer año

Concepto	Primer año
Relación ganancia	
Relación utilidad neta - ventas:	
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} * 100$	$\frac{55,024.00}{577,800.00} * 100$
Relación utilidad neta - costos y gastos:	
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Costo y gastos}} * 100$	$\frac{55,024.00}{412,324.00} * 100$
Resultados:	
Relación utilidad neta - ventas	10%
Relación utilidad neta - costos y gastos	13%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El cuadro anterior, refleja una utilidad del 10% sobre las ventas, lo que significa que por cada Q.100.00 que se vendan en el primer año se obtienen Q.10.00 de ganancia, lo que se considera una rentabilidad aceptable.

El cuadro también refleja un 13% de rendimiento sobre el costo de producción, lo que significa que se cubren los costos que implica la producción y adicionalmente se obtendrán un beneficio (excedente de Q.13.00 por cada Q.100.00 invertido).

- **Tasa de recuperación de la inversión**

Esta se obtiene a través de la combinación de los siguientes elementos:

$$\text{TRI} = \frac{\text{Utilidad neta (-) Amort. Prest. (+) Deprec. Amort.}}{\text{Inversión total}}$$

$$\text{TRI} = \frac{\text{Q.56,460.00}}{\text{Q. 61,010.00}} = 92.54 \%$$

El porcentaje anterior indica que en el primer año se puede recuperar el 92.54% de la inversión inicial, la tasa es superior en relación a lo que cualquier entidad financiera paga por inversiones de capital.

- **Tiempo de recuperación de la inversión**

Determina el tiempo en que se recupera la inversión inicial efectuada, para poner en marcha la propuesta.

$$\text{TRI} = \frac{\text{Inversión total}}{\text{Utilidad neta (-) Amort. Prest. (+) Deprec. Amort.}}$$

$$\text{TRI} = \frac{\text{Q.61,010.00}}{\text{Q.56,460.00}} = 1.08 \text{ años}$$

Para el proyecto la inversión se recuperará en un año y un mes de inicio de actividades. Lo que significa que la inversión inicial puede gozar de beneficios económicos por su pronta recuperación.

- **Retorno al capital**

El capital que retorna en el primer año se puede determinar así:

RC = Utilidad (-) Amort. Préstamo (+) Inter. (+) Deprec. y amort.

RC = 55,024.00 (-) 0 (+) 0 (+) 1,436.00 = Q.56,460.00

Según la operación anterior se determina que los Q.56,460.00 constituye la parte del capital que retornará en el primer año.

3.7.7 Impacto social

Al desarrollar y poner en marcha el proyecto de elaboración de productos de cera, en el municipio de Concepción Huista, departamento de Huehuetenango, permitirá obtener beneficios económicos y sociales durante la vida útil del mismo, debido a la generación de cinco nuevas plazas fijas de empleo durante cinco años, las cuales gozarán de todas las prestaciones establecidas por la ley (descritas en capítulos anteriores), por lo que su remuneración será mayor a la que actualmente pagan en el Municipio, así también se beneficiarán indirectamente a 10 familias de los socios.

Al tomar como base las familias que directa e indirectamente se beneficiarán, con un promedio de 6 integrantes, se dice que ayuda económicamente alrededor de 90 personas. Un efecto positivo dentro del Municipio será contar con una unidad productiva que tiene la posibilidad de asistencia técnica y obtención de créditos los cuales serán utilizados en el mismo proyecto o en otros para el desarrollo de toda la comunidad.

CAPÍTULO IV

COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA

PROYECTO: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CERA

En este capítulo se presenta una propuesta que permita a través de la comercialización, el éxito del presente proyecto en la actividad artesanal de productos de cera.

4.1 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

La comercialización propuesta es objeto de estudio a través de la mezcla de mercadotecnia, que consiste en las actividades que se llevan a cabo para que los productos satisfagan las necesidades de los clientes, desde el productor, intermediarios, hasta llegar al consumidor final, por lo que se analizó para la distribución de las velas, cirios y veladoras; las variables producto, precio, plaza y promoción.

4.1.1 Producto

Para la elaboración de productos de cera, las materias primas que se proponen utilizar son: la parafina de origen mineral derivado del petróleo de color blanco y amarillo, así como mechas de hilos de algodón. Se utilizarán la parafina japonesa por su calidad y la china por su bajo costo, de la mezcla de ambas se obtendrá un material fácil de manipular en el proceso productivo.

- **Variedades**

De los productos que se fabricarán se encuentran: velas pequeñas, velas medianas, velas grandes, cirios y veladoras; para la comercialización se formaran grupos de 32 unidades para las velas pequeñas con peso de una

libra, 16 unidades para candelas medianas con una libra de peso, nueve unidades para candelas grandes con una libra de peso y los cirios de 12 unidades con peso de dos libras; estos grupos se denominarán mazos como unidades de medida para la venta, las veladoras se venderán por docenas con un peso de dos libras.

- **Calidad**

Los productos que se elaborarán de cera, serán de calidad por las parafinas que se utilizarán, así como la capacitación de los operarios, lo que permitirá a la empresa contar con una ventaja competitiva.

- **Diseño**

Se propone elaborar los mismo diseños de candelas, cirios y veladoras, que actualmente se comercializan en el mercado estos diseños son cilíndricos y lisos sin ninguna decoración, son conocidos como populares o tradicionales, los colores serán blanco y amarillo, colores naturales de la parafina.

- **Marca**

Para el presente proyecto, se ha propuesto como marca de los productos a “Cerería Yulha”. La misma contribuirá en gran medida al éxito de la empresa, porque permitirá generar imagen identificando a la empresa y sus productos. La marca será visible en las veladoras por la etiqueta.

- **Empaque**

Para las candelas y cirios se utilizará como empaque las bolsas de gabacha en el momento de la entrega del producto al cliente y en algunos casos en cajas de cartón cuando el pedido sea grande, protegiendo del contacto con objetos externos que puedan dañarlos. Las veladoras contarán con empaque de papel para su protección y presentación, en el momento de entrega hacia los clientes se utilizarán bolsas de gabacha.

El embalaje a utilizar para los productos terminados serán cajas de cartón, lo que ayudará al fácil manejo de operación del producto, desde el almacenamiento, traslado, hasta la entrega del producto al detallista.

- **Tamaños**

Los tamaños de los productos son: veladoras pequeñas 12 centímetros, veladoras mediana 15 centímetros, veladoras grandes 20 centímetros y cirios de 15 centímetros de largo, las veladoras serán de 8 centímetros de alto. Estos tamaños son los que actualmente tienen mayor demanda en el mercado meta según investigación de campo.

- **Devoluciones**

Los productos que son dañados como resultados del traslado hacia los clientes, serán objeto de cambios o devoluciones, los productos dañados serán reciclados nuevamente. No se harán cambios por el mal manejo de parte de los clientes, ya que esto elevaría los costos a la empresa.

4.1.2 Precio

El precio es el valor monetario de un bien o servicio que el consumidor paga por su adquisición, se integra por el costo fijo, costo variable y margen de utilidad.

- **Precio de lista**

Los precios de lista a manejar para los detallistas serán: para veladoras pequeñas el precio de venta es de Q.6.50 por mazo; veladoras medianas a Q.6.50 el mazo; veladoras grandes a Q.6.50 el mazo; los cirios a Q.14.50 el mazo; las veladoras sin vaso a Q.14.50 la docena. Con los precios anteriores la empresa podrá comercializar los productos, la forma de pago será al contado y en efectivo, obteniendo utilidades a través de márgenes de ganancias aceptables.

El consumo mensual por hogar y los precios sugeridos del detallista al consumidor final por unidad son los siguientes: candela pequeña consumo de ocho unidades a Q.0.25 cada una, candela mediana consumo de cinco unidades a Q.0.50 cada una, candela grande consumo de dos unidades a Q.1.00 cada una, cirio consumo de una unidad a Q.1.50 cada uno y veladora consumo de una unidad a Q.1.50 cada una. De la información anterior se deduce que el consumo promedio mensual por hogar es de 17 unidades a un costo total promedio mensual de Q.9.50 lo que significa un 2.37% de Q.400.00 y un 1.18% de Q.800.00 que representa el 27% y 24% respectivamente del ingreso promedio mensual de la población de Concepción Huista.

- **Descuentos y bonificaciones**

Para las épocas en donde los productos podrían sufrir una baja en la demanda y en casos de que los clientes sean mayoristas, será necesaria la aplicación de un descuento del 5%, así mismo se podrá bonificar a algunos clientes, en la compra de una docena, gratis una o dos unidades, de la misma presentación adquirida.

- **Condiciones de crédito**

El crédito constituye un beneficio que los clientes podrán recibir de la empresa, esta deberá proporcionarse a algunos clientes con altos volúmenes de ventas con un plazo de 8 días mínimo y de 15 máximos, según autorización de la administración de la empresa y evaluación sobre capacidad de pago del cliente.

4.1.3 Plaza

La plaza para los productos de cera, está conformada por el mercado meta, lugar geográfico en donde se comercializarán candelas, cirios y veladoras, según la demanda proyectada en el estudio de mercado.

- **Cobertura**

La cobertura de la plaza esta compuesta por: el municipio de Concepción Huista, cabecera municipal de Jacaltenango, San Antonio Huista y Santa Ana Huista, aldea San Marcos Huista municipio de Jacaltenango; el mercado de venta se considera como departamental. Fueron seleccionados dichos lugares por el tamaño del proyecto y la ubicación de la planta en la cabecera municipal de Concepción Huista, como punto estratégico, por el acceso a dichos lugares.

- **Variedades**

La plaza puede variar de un lugar a otro, según el comportamiento de los clientes y consumidores, se mencionan como clientes detallistas a las tiendas, abarroterías e iglesias ubicadas en Cabeceras Municipales, aldeas y caseríos del mercado seleccionado.

- **Ubicaciones**

La plaza fue seleccionada adecuadamente previa investigación de campo realizada, tomando en cuenta las potencialidades de ventas de los productos de cera en las comunidades. Para tal efecto se establecieron los centros poblados de los lugares geográficos asignados como mercado o plaza, considerando a todos los detallistas ubicados en el lugar.

- **Inventarios**

Será necesario establecer un stock óptimo de productos para cubrir la demanda así: candelas pequeñas 450 mazos, candelas medianas 540 mazos, candelas grandes 360 mazos, cirios 180 mazos y veladoras 45 docenas, para mantener abastecida a la clientela, este inventario se ajustará previo a la demanda de los mismos.

- **Transporte**

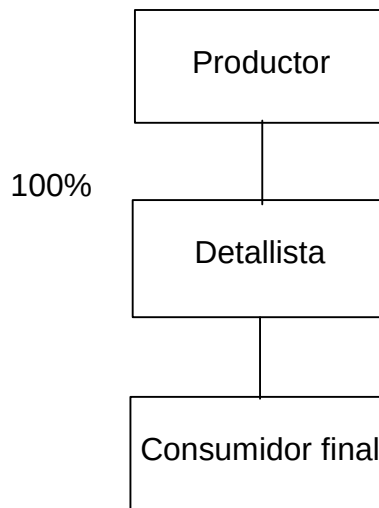
Por medio de un pick up serán transportados los productos, desde la bodega hasta los clientes detallista, por medio del vendedor, permitiendo los abastecimientos según las necesidades de cada detallista.

- **Canales**

Se definen como las etapas por las cuales pasan los bienes, en el proceso de transferencia entre el productor y el consumidor final. Para la distribución de los productos de cera, serán necesarios los canales siguientes: productor, detallista y consumidor final.

A continuación se presenta el canal de comercialización propuesto:

Gráfica 9
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Canal de comercialización propuesto
Año: 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El canal descrito anteriormente, fue seleccionado adecuadamente para la comercialización de productos de cera, como medios para generar mayores unidades de ventas, facilitando el intercambio de los productos entre el productor y consumidor final.

- **Márgenes**

Los márgenes de comercialización que proporcionará la empresa, son considerados atractivos. El objetivo es establecer costos y riesgos, así como generar beneficios netos a los entes participantes en los productos de cera.

Candelas pequeñas

La integración de costos y gastos en que incurren el productor y detallista, en las candelas pequeñas, se describen en el siguiente cuadro:

Cuadro 50
Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Margen de comercialización de candelas pequeñas por unidad
Año: 2004

Instituciones	Precio de venta	M.B.C.	Costo de mercadeo	M.N.C.	Rendimiento de inversión	Participación
Productor	0.20					80%
Detallista	0.25	0.05	0.02	0.03	15%	20%
Alquiler			0.01			
Empaque			0.01			
Total		0.05	0.02	0.03		100%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Se estimo la participación del productor y detallista, en el margen bruto y neto de comercialización y rendimiento de la inversión, sobre las candelas pequeñas, a

través de la aplicación de procedimientos correspondientes, lo que se considera como márgenes atractivos para la comercialización.

- **Participación del productor**

La parte del precio pagado por el consumidor, se expresa por medio de la siguiente formula:

$$PDP = \frac{\text{Precio pagado por consumidor} - \text{margen bruto de comercialización}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} * 100$$

$$PDP = \frac{0.25 - 0.05}{0.25} * 100 \quad PDP = 80\%$$

El resultado anterior indica la participación del productor en candelas pequeñas del 80% y el intermediario del 20%.

- **Margen bruto de comercialización**

El margen bruto para los productos de candelas pequeñas es el siguiente:

$$MBC = \frac{\text{Precio pagado por consumidor} - \text{costo de producción}}{\text{Precio pagado por consumidor}} * 100$$

$$MBC = \frac{0.25 - 0.20}{0.25} * 100 \quad MBC = 20\%$$

$$MBC = Q.0.25 * 18.75\% \quad MBC = Q.0.05$$

El productor percibirá Q0.80 y el intermediario Q.0.20, por cada quetzal que consumidor invertirá en la compra de candelas pequeñas.

- **Margen neto de comercialización**

El margen neto de comercialización del producto antes mencionado se determina en la siguiente fórmula:

$$\text{MNC} = \frac{\text{MBC} - \text{costos de mercadeo}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} * 100$$

$$\text{MNC} = \frac{0.05 - 0.02}{0.25} * 100 \qquad \text{MNC} = 12\%$$

$$\text{MNC} = Q.0.25 * 12\% \qquad \text{MNC} = Q.0.03$$

El margen neto de comercialización determinado anteriormente, corresponde lo que el consumidor final invierte por cada quetzal en candelas pequeñas, una vez deducidos los costos de mercadeo.

- **Rendimiento de inversión**

El porcentaje sobre el rendimiento de la inversión, según el producto a comercializar se describe a continuación:

$$\text{RI} = \frac{\text{Margen neto de comercialización}}{\text{Precio del productor}} * 100$$

$$\text{RI} = \frac{0.03}{0.20} * 100 \qquad \text{RI} = 15\%$$

A través de la formula anterior se puede analizar el rendimiento de la inversión, en donde se estableció el porcentaje del producto: candelas pequeñas, lo que

generará beneficios a los entes participantes. Por ser el producto de mayor rotación el rendimiento de la inversión es menor.

Candelas medianas

Los márgenes de comercialización de candelas medianas se presentan en el cuadro siguiente:

Cuadro 51
Municipio de Concepción Huista – Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Margen de comercialización de candelas medianas por unidad
Año: 2004

Instituciones	Precio de venta	M.B.C.	Costo de mercadeo	M.N.C.	Rendimiento de inversión	Participación
Productor	0.41					82%
Detallista	0.50	0.09	0.03	0.06	15%	18%
Alquiler			0.01			
Empaque			0.01			
Arbitrio			0.01			
Total		0.09	0.03	0.06		100%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Se utilizaron los procedimientos correspondientes para los cálculos de los márgenes de candelas medianas, lo que refleja oportunidad de participar en la venta del mismo, donde los resultados obtenidos demuestran márgenes adecuados por la inversión a realizar en esta clase de producto.

- **Participación del productor**

La parte del precio pagado por el consumidor, se expresa por medio de la siguiente formula:

$$\text{PDP} = \frac{\text{Precio pagado por consumidor} - \text{margen bruto de comercialización}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} * 100$$

$$\text{PDP} = \frac{0.50 - 0.09}{0.50} * 100 \quad \text{PDP} = 82\%$$

Según el resultado anterior indica que el productor sobre el precio final, tendrá una participación de: 82% y el intermediario de 18%.

- **Margen bruto de comercialización**

Para las velas medianas por unidad, el margen bruto de comercialización es el siguiente:

$$\text{MBC} = \frac{\text{Precio pagado por consumidor} - \text{costo de producción}}{\text{Precio pagado por consumidor}} * 100$$

$$\text{MBC} = \frac{0.50 - 0.41}{0.50} * 100 \quad \text{MBC} = 18\%$$

$$\text{MBC} = Q.0.50 * 18\% \quad \text{MBC} = Q.0.09$$

El resultado obtenido del margen anterior, representa la proporción que le corresponderá al productor y al detallista, por cada quetzal que el consumidor pagará por la adquisición de velas medianas: productor Q.0.82 y detallista Q.0.18.

- **Margen neto de comercialización**

El margen neto de velas medianas en el proyecto se describe a continuación:

$$\text{MNC} = \frac{\text{MBC} - \text{costos de mercadeo}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} * 100$$

$$\text{MNC} = \frac{0.09 - 0.03}{0.50} * 100 \quad \text{MNC} = 12\%$$

$$\text{MNC} = Q.0.50 * 12\% \quad \text{MNC} = Q.0.06$$

La aplicación de la fórmula anterior, refleja el porcentaje que le corresponde al productor y detallista, por cada quetzal que paga el consumidor, una vez efectuados los descuentos sobre los costos de mercadeo, según la clasificación del producto de velas medianas.

- **Rendimiento de inversión**

El porcentaje sobre el rendimiento de la inversión se describe a continuación:

$$\text{RI} = \frac{\text{Margen neto de comercialización}}{\text{Precio del productor}} * 100$$

Sustituyendo valores:

$$\text{RI} = \frac{0.06}{0.41} * 100 \quad \text{RI} = 14.63\%$$

El rendimiento de la inversión según el resultado anterior, corresponde lo que el detallista obtiene en velas medianas 14.63%, se considera como aceptable por la rotación del producto, así como a menor rotación mayor porcentaje.

Candelas grandes

El siguiente cuadro describe los márgenes de comercialización de las candelas grandes, por unidad:

Cuadro 52
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Margen de comercialización de candelas grandes por unidad
Año: 2004

Instituciones	Precio de venta	M.B.C.	Costo de mercadeo	M.N.C.	Rendimiento de inversión	Participación
Productor	0.72					72%
Detallista	1.00	0.28	0.06	0.22	31%	28%
Alquiler			0.02			
Empaque			0.03			
Arbitrio			0.01			
Total		0.28	0.06	0.22		100%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

En el proceso de comercialización de candelas grandes, se generarán márgenes que permiten establecer los beneficios a obtener por invertir en el producto antes mencionado, los resultados obtenidos según el cuadro anterior refleja el producto con mayor margen, aunque la rotación sea menor por lo que no deja de ser rentable, para el productor y detallistas.

- **Participación del productor**

La parte del precio pagado por el consumidor, se expresa por medio de la siguiente formula:

$$\text{PDP} = \frac{\text{Precio pagado por consumidor} - \text{margen bruto de comercialización}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} * 100$$

$$\text{PDP} = \frac{1.00 - 0.28}{1.00} * 100 \quad \text{PDP} = 72\%$$

El porcentaje anterior indica la participación del productor sobre el precio final de velas grandes y la participación del intermediario es de 28%.

- **Margen bruto de comercialización**

El margen bruto para velas grandes por unidad es el siguiente:

$$\text{MBC} = \frac{\text{Precio pagado por consumidor} - \text{costo de producción}}{\text{Precio pagado por consumidor}} * 100$$

$$\text{MBC} = \frac{1.00 - 0.72}{1.00} * 100 \quad \text{MBC} = 28\%$$

$$\text{MBC} = Q.1.00 * 28\% \quad \text{MBC} = Q.0.28$$

El resultado anterior indica que por cada quetzal que el consumidor invierte en velas grandes, le corresponde al productor Q.0.72 y al intermediario Q.0.28.

- **Margen neto de comercialización**

El margen neto de velas grandes se analiza mediante la siguiente fórmula:

$$\text{MNC} = \frac{\text{Margen bruto de comercialización} - \text{costo de mercadeo}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} * 100$$

$$\text{MNC} = \frac{0.28 - 0.06}{1.00} * 100 \qquad \text{MNC} = 22\%$$

$$\text{MNC} = Q.1.00 * 22\% \qquad \text{MNC} = Q.0.22$$

El margen neto de veladoras grandes es el más atractivo para el intermediario y permitirá generar mayores ingresos a través de su comercialización, por lo que se debe incrementar su rotación.

- **Rendimiento de inversión**

El porcentaje sobre el rendimiento de la inversión se describe a continuación:

$$\text{RI} = \frac{\text{Margen neto de comercialización}}{\text{Precio del productor}} * 100$$

$$\text{RI} = \frac{0.22}{0.72} * 100 \qquad \text{RI} = 30.55\%$$

El producto con mayor rendimiento de inversión lo constituyen las veladoras grandes, según el porcentaje obtenido anteriormente.

Cirios y veladoras

Los cirios y veladoras son productos diferentes, debido a que sus precios son iguales se presentan en el siguiente cuadro los márgenes de comercialización:

Cuadro 53
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Margen de comercialización de cirios y veladoras por unidad
Año: 2004

Instituciones	Precio de venta	M.B.C.	Costo de mercadeo	M.N.C.	Rendimiento de inversión	Participación
Productor	1.21					81%
Detallista	1.50	0.29	0.09	0.20	17%	19%
Alquiler			0.03			
Empaque			0.04			
Arbitrio			0.02			
Total		0.29	0.09	0.20		100%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Se utilizaron los procedimientos indicados para calcular los márgenes de cirios y veladoras, que reflejan oportunidad de participar en la venta de dichos productos, según los resultados obtenidos demuestran una buena oportunidad de inversión.

- **Participación del productor**

La parte del precio pagado por el consumidor, se expresa por medio de la siguiente formula:

$$\text{PDP} = \frac{\text{Precio pagado por consumidor} - \text{margen bruto de comercialización}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} * 100$$

$$\text{PDP} = \frac{1.50 - 0.29}{1.50} * 100 \quad \text{PDP} = 80.67\%$$

Según el resultado anterior indica que el productor sobre el precio final, tendrá una participación en los cirios y veladoras del 81% y el intermediario de 19%.

- **Margen bruto de comercialización**

El margen bruto para los cirios y veladoras por unidad es el siguiente:

$$\text{MBC} = \frac{\text{Precio pagado por consumidor} - \text{costo de producción}}{\text{Precio pagado por consumidor}} * 100$$

$$\text{MBC} = \frac{1.50 - 1.21}{1.50} * 100 \quad \text{MBC} = 19.33\%$$

$$\text{MBC} = 1.50 * 19.33\% \quad \text{MBC} = 0.29$$

El resultado obtenido del margen anterior, representa la proporción que le corresponderá al productor y al detallista por cada quetzal que el consumidor pagará por la adquisición de los productos: Productor, Q.0.81 y detallista Q.0.19.

- **Margen neto de comercialización**

El margen neto de comercialización de cirios y veladoras se determina en la siguiente fórmula:

$$\text{MNC} = \frac{\text{MBC} - \text{costos de mercadeo}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} * 100$$

$$\text{MNC} = \frac{0.29 - 0.09}{1.50} * 100 \quad \text{MNC} = 13.33\%$$

$$\text{MNC} = 1.50 * 13.33\% \quad \text{MNC} = 0.20$$

La aplicación de la formula anterior, refleja el porcentaje que le corresponde al productor y detallista, por cada quetzal que paga el consumidor, una vez realizados

los descuentos sobre los costos de mercadeo, según los productos cirios y veladoras.

- **Rendimiento de inversión**

El porcentaje sobre el rendimiento de la inversión en los productos antes mencionados se describe a continuación:

$$RI = \frac{\text{Margen neto de comercialización}}{\text{Precio del productor}} * 100$$

Sustituyendo valores:

$$RI = \frac{0.20}{1.21} * 100 \qquad RI = 16.53\%$$

El resultado obtenido anteriormente corresponde el rendimiento de la inversión que el detallista obtiene en los cirios y veladoras 17%, considerándose como aceptable por la rotación del producto, ya a que menor rotación mayor porcentaje.

Se considera el proyecto de elaboración de productos de cera atractivo, por los márgenes que se determinaron anteriormente, la puesta en marcha constituye una alternativa para el mejoramiento del nivel de vida de los integrantes de la empresa, una oportunidad de empleo para la mano de obra local, que desempeñará nuevas actividades.

4.1.4 Promoción

Son actividades que se llevarán a cabo para la comunicación de las características y cualidades de las candelas, cirios y veladoras, hacia los clientes del mercado meta seleccionado.

- **Publicidad**

Se propone instalar un rótulo que se ubicará en la planta de producción, permitiendo identificar a la empresa a través del nombre y los productos que se elaborarán; las etiquetas de las veladoras estarán impresas con el nombre de la misma.

- **Ventas personales**

Esta función la llevará a cabo el vendedor, por medio de las relaciones interpersonales con los clientes en los distintos puntos de ventas. También se atenderán pedidos que los clientes realicen directamente a la planta de producción y el administrador es el encargado de realizar dicha operación.

- **Promoción de ventas**

Las promociones de ventas se aplicarán en las épocas de menor demanda de productos, lo que permitirá a la empresa alcanzar sus metas de ventas proyectadas, las promociones a utilizar serán en precios por medio de descuentos y en productos a través de bonificaciones por mazo.

CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación realizada en el municipio de Concepción Huista, Huehuetenango, sobre el tema: comercialización (elaboración de tejidos típicos), se llegó a las siguientes conclusiones.

- El crecimiento de la actividad agrícola ha permitido la deforestación de áreas boscosas y la contaminación de ríos, nacimientos de agua y pozos, en el municipio de Concepción Huista.
- La educación de los niños y niñas del Municipio se ve interrumpida por las actividades agrícolas y domésticas, lo que genera la deserción escolar, debido a que los mismos deben ayudar al núcleo familiar, en donde se le da prioridad al sexo masculino por la educación.
- La mayor parte de los cortes típicos producidos por los artesanos del Municipio, es para uso familiar, la falta de asociación no les permite generar mayores unidades de venta, a través de su comercialización en el sector.
- Los artesanos de tejidos típicos no le dedican el tiempo suficiente a dicha actividad, ya que lo toman como parte complementaria de los oficios domésticos y la agricultura.
- Actualmente no existen empresas que se dediquen a la elaboración de productos de cera en el sector, lo que significaría una oportunidad de inversión rentable para los habitantes.
- La implementación del proyecto: elaboración de productos de cera, generará utilidades para los inversionistas y fuentes de trabajo para los habitantes del Municipio.

- La comercialización de productos de cera en el mercado seleccionado, permitirá al productor y detallista obtener márgenes de ganancias adecuadas, así como proporcionar productos de calidad al consumidor final.
- La diversidad de productos de cera a comercializar, permitirá a la empresa productora incursionar más rápido en el mercado y obtener mayores unidades de venta para satisfacer la demanda.

RECOMENDACIONES

Como resultado de la investigación efectuada y de las conclusiones obtenidas, se presentan las siguientes recomendaciones:

- Que los agricultores del Municipio utilicen técnicas adecuadas de producción, para reducir el crecimiento de las áreas agrícolas y el aprovechamiento del recurso tierra, lo que contribuirá a disminuir la deforestación y la contaminación de los ríos, nacimientos de agua y pozos.
- Que los padres de familia le den mayor importancia a la educación, para que los niños no abandonen la escuela por actividades agrícolas y las niñas por actividades domésticas, lo que permitirá reducir la deserción escolar en el Municipio.
- Que los artesanos de tejidos típicos del Municipio, se asocien para producir no solamente para uso familiar, sino para la venta, la comercialización de sus productos en el sector contribuirá a la obtención de mayores y mejores ingresos.
- Que los artesanos de tejidos típicos le dediquen mayor tiempo a dicha actividad, ya que esto permitirá obtener ingresos para sostén de la familia.
- Que los habitantes del Municipio, inviertan en el proyecto: elaboración de productos de cera, ya que no existe producción en el sector y es una inversión rentable según los estudios de mercado, técnico, financiero y administrativo legal realizados.

- Que los habitantes del Municipio, lleven a cabo la implementación del proyecto, ya que generará ingresos tanto para los inversionistas como para los empleados a utilizar.
- Que el productor y los detallistas, comercialicen las veladoras, cirios y veladoras en el mercado seleccionado, para su adquisición por parte del consumidor final, lo que permitirá generar ingresos para los entes participantes, según los márgenes de comercialización establecidos.
- Que la empresa productora comercialice los productos seleccionados, para satisfacer la demanda insatisfecha, según el estudio de mercado realizado y contrarrestar la competencia para el aseguramiento del éxito del proyecto.

ANEXO

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

PROYECTO: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CERA

MUNICIPIO DE CONCEPCIÓN HUISTA
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO

INTRODUCCIÓN

El presente MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS, contiene en forma ordenada y sistemática, datos sobre los objetivos y procedimientos generales del departamento de ventas, en el proceso de comercialización de los productos de la empresa CERERÍA YULHA, como una propuesta para el proyecto: Elaboración de productos de cera.

Dentro del contenido se da importancia a varios aspectos relacionados con su aplicación, en donde se determinan los procedimientos que se realizarán en el departamento de ventas, así como especificar las funciones y atribuciones del vendedor para un mejor desenvolvimiento de la empresa dentro del ámbito comercial y el aseguramiento del éxito de la puesta en marcha del siguiente manual, para el logro de las metas y objetivos trazados por parte de la empresa.

1. OBJETIVOS

- 1.1 Promover y cuidar al personal que integrará el departamento de ventas, para que realice adecuadamente las actividades que se le asignen para ofrecer a los clientes, productos de buena calidad y un excelente servicio.
- 1.2 Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar el trabajo del personal, con el propósito de alcanzar las metas trazadas en lo proyectado en ventas.
- 1.3 Evaluar constantemente el trabajo a realizar con el fin de buscar los mecanismos para la solución de los problemas en la promoción y distribución de los productos de cera.

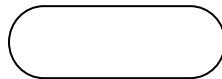
2 NORMAS

- 2.1 Brindar buena atención a los clientes para promover la venta, de tal forma que puedan desplazar los productos y obtener utilidades.
- 2.2 Verificar el inicio y finalización de las actividades del personal de ventas que integrará la empresa y que se ejecuten de acuerdo al manual de normas y procedimientos.
- 2.3 Evaluar la solvencia económica y moral de los clientes que solicitaran crédito y llevar a cabo la acción de cobro sobre facturación por venta al contado y crédito.
- 2.4 Cualquier problema deberá comunicarse al administrador como jefe inmediato.

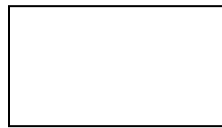
3 SIMBOLOGÍA

Los símbolos son una especie de lenguaje convencional que representan ideas, conceptos, acciones, etc., y para efectos del proyecto se presenta la simbología utilizada en el siguiente flujograma.

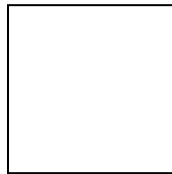
- Inicio y final de un procedimiento, se representa por medio de la figura elíptica:



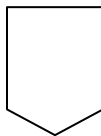
- Las operaciones del procedimiento, por medio de un rectángulo:



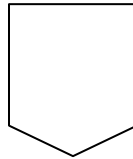
- Las inspecciones, revisiones o verificaciones, por medio de un cuadrado:



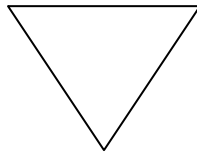
- El conector se utiliza para traslados de una actividad a otra o cuando la misma finaliza:



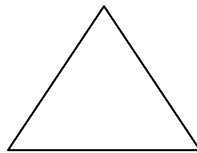
- Para la transferencia se utiliza este símbolo, cuando en el flujo del proceso o sistema interviene otra sección, siempre y cuando son de interés los pasos que se realizan en ese lugar y que puedan significar una demora.



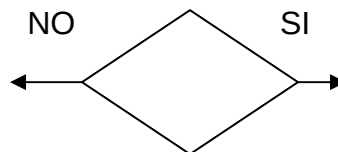
- Los archivos definitivos de papelería, formularios, por medio de un triángulo invertido.



- Los archivos temporales, por medio de un triángulo:



- Una decisión-alternativa a tomarse en un procedimiento, por medio de un rombo:



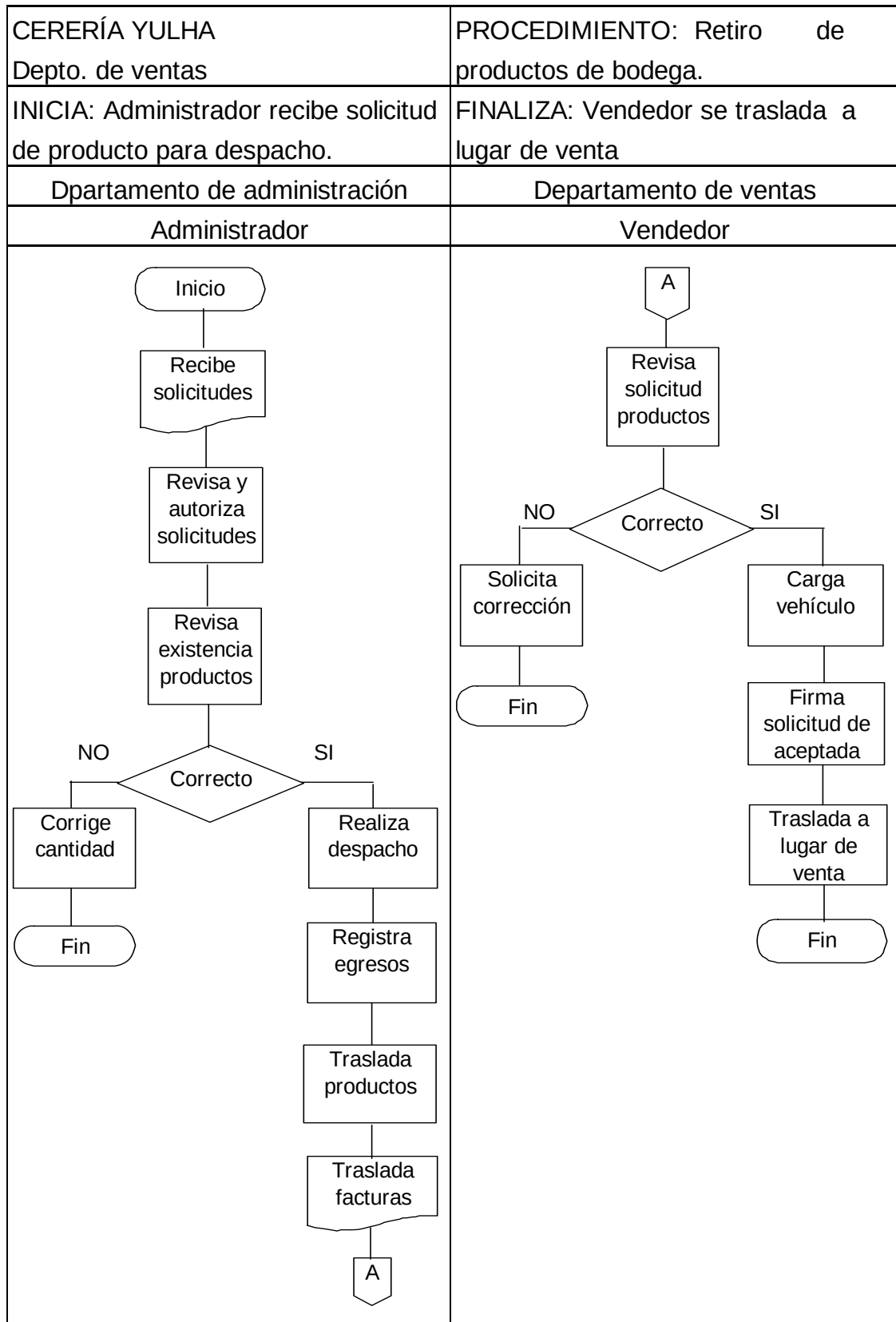
- La utilización de documentos, libros, folletos, formularios y hojas, por medio de la siguiente figura:



CERERÍA YULHA Depto. de ventas	PROCEDIMIENTO: Retiro de productos de bodega.	
INICIA: Administrador recibe solicitud de productos para despacho.		FINALIZA: Vendedor se traslada a lugar de venta.
1 DEFINICIÓN Consiste en el egreso de productos de la planta de producción de CERERÍA YULHA, para satisfacer las necesidades de los clientes mediante solicitud del vendedor. 2 OBJETIVOS 2.1 Indicar cuales son los pasos a seguir para poder adquirir productos en bodega. 2.2 Ayudar a orientar a las personas que realizan las actividades, sobre cual es el procedimiento indicado para un mejor control. 2.3 Ahorrar tiempo al realizar las actividades en el orden establecido y evitar duplicidad de funciones. 3 NORMAS 3.1 Todo pedido que se solicite debe especificarse en forma clara para evitar contratiempos. 3.2 Los productos deben de ser entregados solamente al vendedor. 3.3 Debe firmarse las solicitudes de productos de recibidos.		

CERERÍA YULHA Depto. de ventas	PROCEDIMIENTO: Retiro de productos de bodega.	
INICIA: Administrador recibe solicitud de productos para despacho.		FINALIZA: Vendedor se traslada a lugar de venta.
3.4 Debera verificarse que los productos esten en buenas condiciones antes de ser entregados al vendedor.		

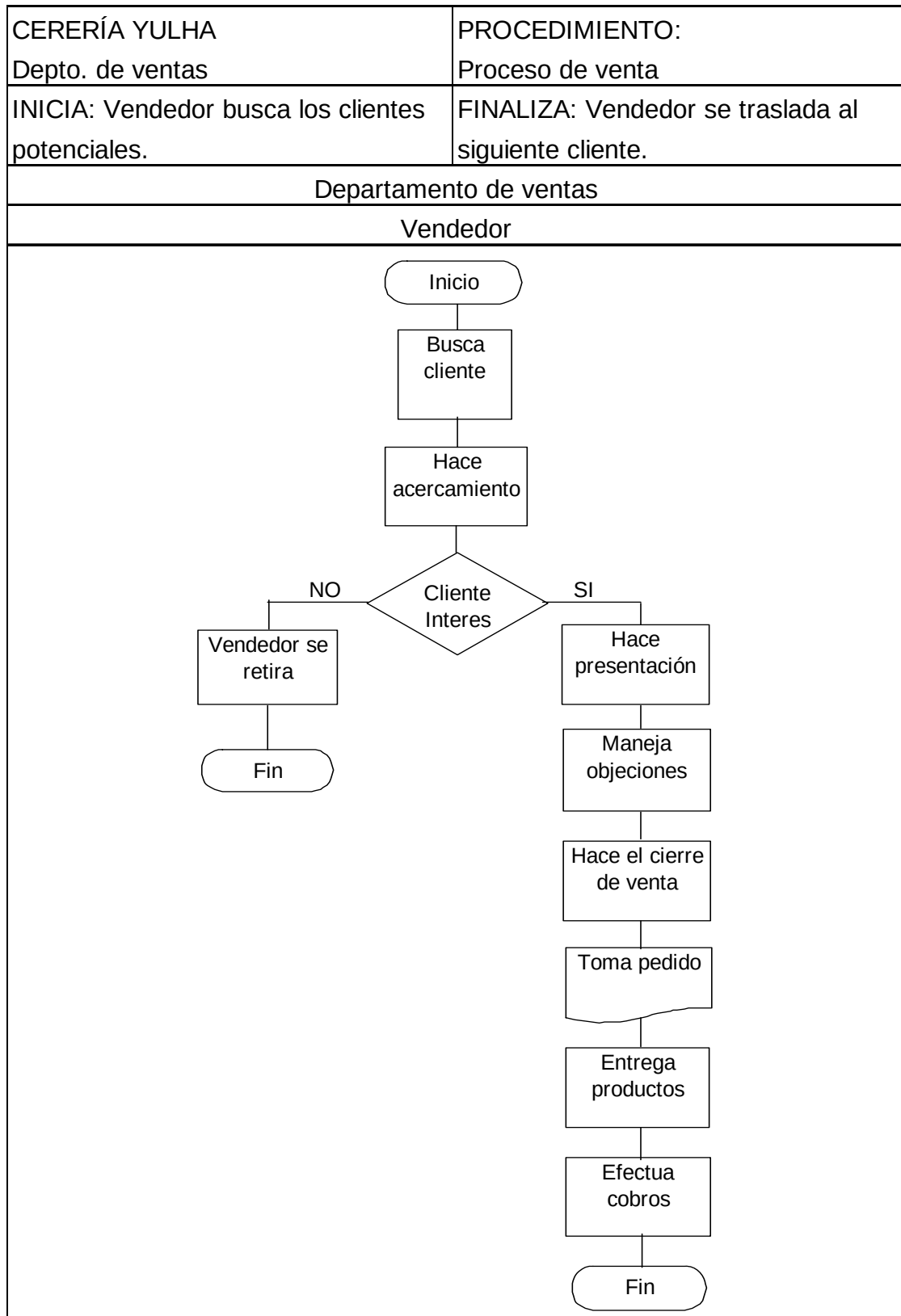
CERERÍA YULHA Depto. de ventas		PROCEDIMIENTO: Retiro de productos de bodega.		FORMAS No. 1 PASOS No. 9	
INICIA: Administrador recibe solicitud de productos para despacho.			FINALIZA: Vendedor se traslada a lugar de venta.		
RESPONSABLE		PASO No.	ACCIÓN		
UNIDAD	PUESTO				
Depto. de administración	Administrador	1	Recibe solicitud de pedido y facturas para la autorización respectiva.		
		2	Revisa y autoriza solicitud para despacho.		
		3	Revisa existencias en base a solicitud de pedido. 3.1 Si hay existencia procede a realizar despacho. 3.2 Caso contrario corrige cantidad en la solicitud según existencia.		
		4	Registra los egresos de bodega en kardex.		
		5	Traslada productos al vendedor.		
		6	Traslada talonarios de facturas al vendedor.		
Depto. de ventas	Vendedor	7	Revisa solicitud de productos que seran puesto a la venta. 7.1 Si todo esta en base a lo solicitado, carga vehículo. 7.2 Caso contrario, solicita corrección según existencia		
		8	Firma solicitud de pedido de recibido.		
		9	Se traslada a lugar de venta.		



CERERÍA YULHA Depto. de ventas	PROCEDIMIENTO: Proceso de venta.	
INICIA: Vendedor busca a los clientes potenciales.		FINALIZA: Vendedor se traslada al siguiente cliente.
1 DEIFINICIÓN Consiste en visitar al cliente detallista, para ofrecerle los productos de la empresa y obtener ingresos a través de la venta, según la necesidad de cada cliente. 2 OBJETIVOS 2.1 Visitar a cada uno de los cliente potenciales, según el mercado meta. 2.2 Ofrecer al cliente, cada uno de los productos que tiene a la venta la empresa, por tipos, tamaños y precios. 2.3 Generar ingresos monetarios para la empresa por medio de la venta de productos. 2.4 Proporcionar información necesaria a los clientes sobre productos, precios y frecuencia de visita. 2.5 Darse a conocer como representante de ventas de la empresa. 3 NORMAS 3.1 El vendedor, es la unica persona responsable de visitar a todos los clientes, según su área de trabajo.		

CERERÍA YULHA Depto. de ventas	PROCEDIMIENTO: Proceso de venta.	
INICIA: Vendedor busca a los clientes potenciales.		FINALIZA: Vendedor se traslada al siguiente cliente.
3.2 No podra ofrecer descuentos y créditos sin previa autorización del administrador. 3.3 Debera entregar los productos según lo solicitado por el cliente. 3.4 Cobrará el valor monetario de los productos solicitados por el cliente. 3.5 Entregará todos los ingresos producto de la venta al administrador. 3.6 Eleborará reporte de venta del día, y entregarlo al administrador.		

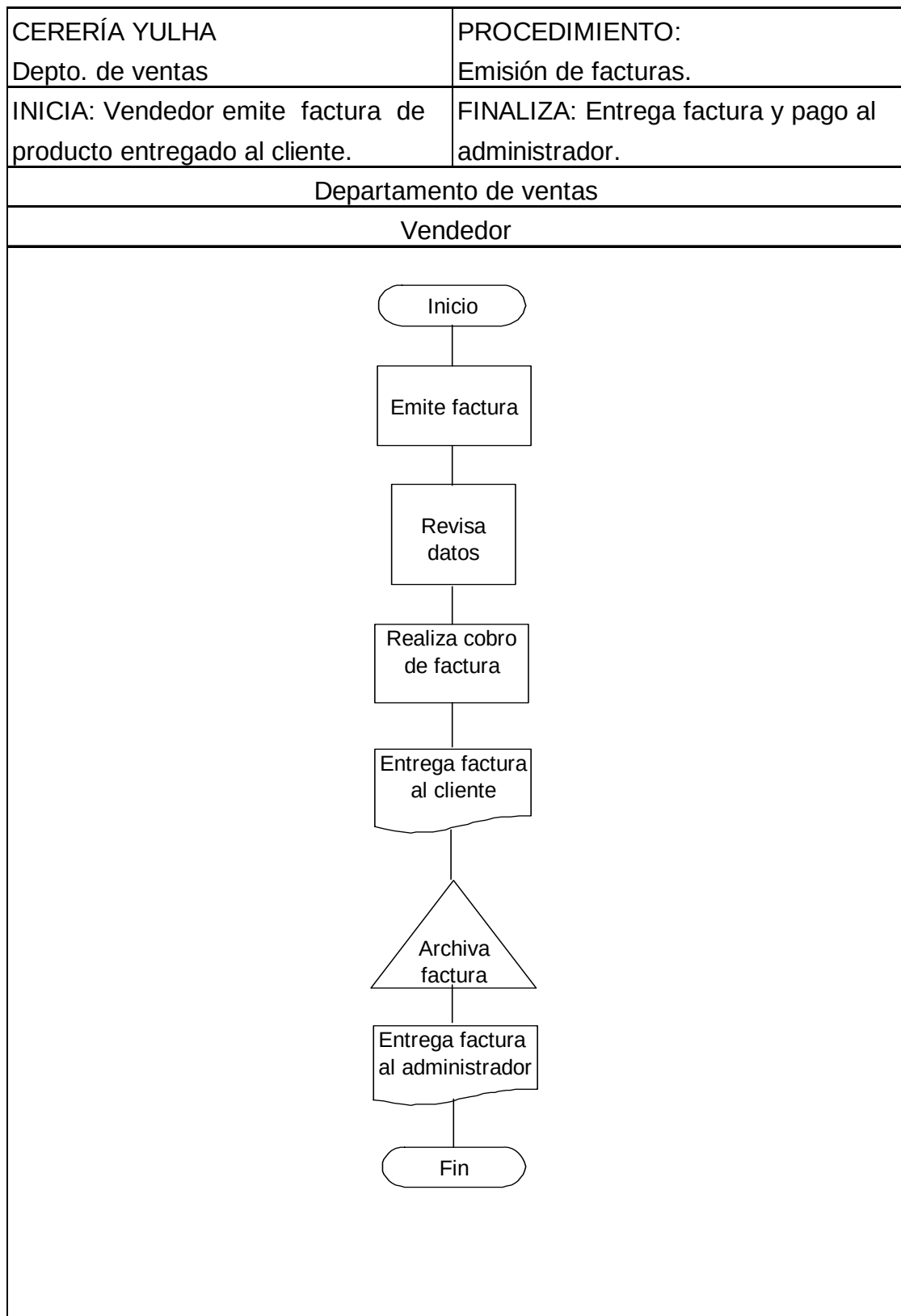
CERERÍA YULHA		PROCEDIMIENTO:		FORMAS No. 2	
Depto. de ventas		Proceso de venta.		PASOS No. 7	
INICIA: Vendedor busca a los clientes potenciales.			FINALIZA: Vendedor se traslada al siguiente cliente.		
RESPONSABLE		PASO		ACCIÓN	
UNIDAD	PUESTO	No.			
Depto. de ventas	Vendedor	1		Busca a clientes potenciales en el mercado meta.	
		2		Realiza el acercamiento, indicando su nombre y la empresa que representa.	
		2.1		Si el cliente esta interesado, realiza la presentación de los productos.	
		2.2		El cliente no esta interesado, vendedor se retira.	
		3		Maneja algunas objeciones o cualquier duda que el cliente tenga sobre los productos o precios.	
		4		Hace el cierre de la venta.	
		5		Toma pedido según las necesidades del cliente.	
		6		Entrega producto al cliente, según lo solicitado.	
		7		Realiza el cobro por el valor de la mercadería vendida.	
		8		Se traslada al siguiente cliente.	



CERERÍA YULHA Depto. de ventas	PROCEDIMIENTO: Emisión de facturas.	
INICIA: Vendedor emite factura de producto entregado al cliente.		FINALIZA: Entrega factura y pago al administrador.
1 DEFINICIÓN Consiste en la emisión de un documento (factura) que ampara toda venta realizada, para un buen control del movimiento de productos y operar como lo establece la ley. 2 OBJETIVOS 2.1 Llevar a cabo un control adecuado tanto de los productos vendidos, como de los ingresos. 2.2 Dejar constancia de los productos que el cliente adquirió y de lo invertido. 2.3 Proporcionar información al administrador sobre los clientes, como base de datos para la empresa. 2.4 Facilitar las operaciones contables a efectos de determinar los ingresos y los impuestos a pagar. 3 NORMAS 3.1 Facturar por cada cliente que compre productos. 3.2 El vendedor sera el responsable del buen uso de las facturas, deberá entregar original al cliente y copia a contabilidad.		

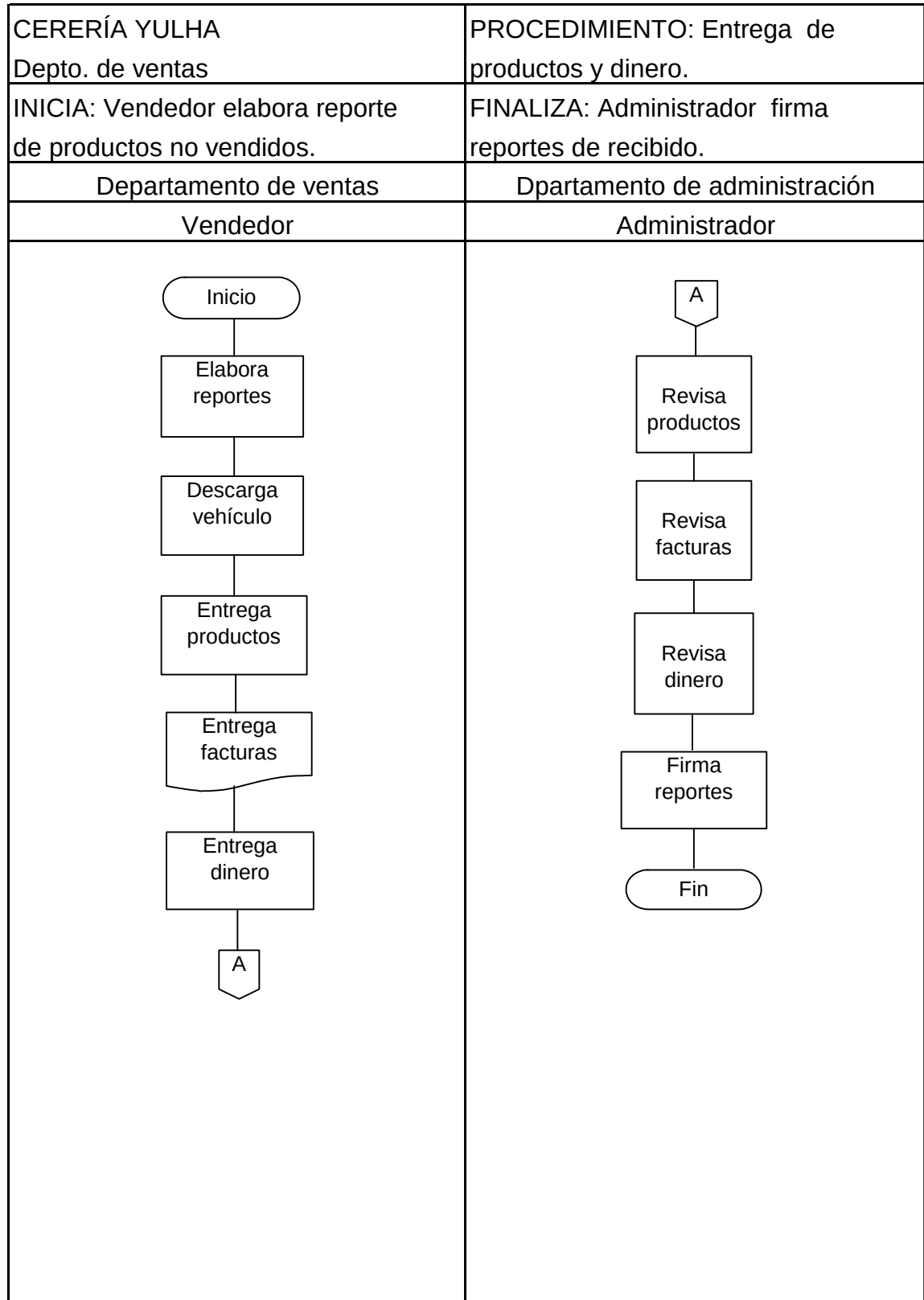
CERERÍA YULHA Depto. de ventas	PROCEDIMIENTO: Emisión de facturas.	
INICIA: Vendedor emite factura de producto entregado al cliente.	FINALIZA: Entrega factura y pago al administrador.	
3.3	Toda factura emitida deberá estar cancelada y firmada por el vendedor.	
3.4	Entregar al final del día al administrador facturas emitidas, según el correlativo de los mismos.	
3.5	El valor facturado debe ser igual al total de ingresos, según la venta del día.	

CERERÍA YULHA		PROCEDIMIENTO:		FORMAS No. 2	
Depto. de ventas		Emisión de facturas.		PASOS No. 7	
INICIA: Vendedor emite factura de producto entregado al cliente.			FINALIZA: Entrega factura y pago al administrador.		
RESPONSABLE		PASO		ACCIÓN	
UNIDAD	PUESTO	No.			
Depto. de ventas	Vendedor	1		Emite factura según el producto entregado al cliente.	
		2		Revisa datos del cliente, unidades y precios de lo facturado.	
		3		Realiza cobro según el valor de lo facturado.	
		4		Entrega factura original al cliente.	
		5		Guarda copia de factura para contabilidad.	
		6		Entrega facturas respectivas al administrador.	



CERERÍA YULHA Depto. de ventas	PROCEDIMIENTO: Entrega de productos e ingresos al final del día.
INICIA: Vendedor elabora reporte sobre productos a entregar	FINALIZA: Administrador firma reportes de recibido.
1 DEFINICIÓN Consiste en entregar los productos que no se vendieron y el dinero producto de la venta del día, al administrador. 2 OBJETIVOS 2.1 Llevar un control adecuado de los productos, que no fueron vendidos. 2.2 Llevar un control de los ingresos monetarios de la empresa. 2.3 Determinar el stock necesario para el mercado meta. 2.4 Determinar el volúmen de ingreso para establecer el éxito de las ventas y de la empresa. 3 NORMAS 3.1 Elaborar reporte de los productos no vendidos. 3.2 Elaborar reporte de los ingresos monetarios, según lo facturado. 3.3 Entregar facturas emitidas y sobrantes. 3.4 Entregar productos no vendidos. 3.5 Entregar dinero de la venta.	

CERERÍA YULHA Depto. de ventas		PROCEDIMIENTO: Entrega de productos e ingresos.		FORMAS No. 4 PASOS No. 9	
INICIA: Vendedor elabora reporte sobre productos a entregar.			FINALIZA: Administrador firma reportes de recibido.		
RESPONSABLE		PASO		ACCIÓN	
UNIDAD	PUESTO	No.			
Depto. de ventas	Vendedor	1	Elabora reporte de productos no vendidos y de ingresos monetarios.		
Depto. de administración	Administrador	2	Descarga vehículo de productos.		
		3	Entrega productos a bodega.		
		4	Entrega facturas al administrador.		
		5	Entrega dinero de la venta.		
		6	Revisa productos no vendidos según reporte.		
		7	Revisa facturas según correlativo, tanto emitidas como vacías.		
		8	Revisa el dinero de la venta que esté completo.		
9		Firma reportes de recibido.			



ANEXO

PLAN ANUAL DE MERCADEO

PROYECTO: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CERA

MUNICIPIO DE CONCEPCIÓN HUISTA
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO

PLAN ANUAL DE MERCADEO

Es un documento de trabajo, que detalla acciones y estrategias específicas de mercadeo, con objetivos y metas diariamente o semanalmente definidas, dentro de un marco de trabajo del departamento de mercadotecnia o ventas.

1 RESÚMEN EJECUTIVO

El plan de mercadeo inicia con un breve resumen de las principales metas y recomendaciones del plan. El resumen ejecutivo permite a la administración captar la idea general del plan.

- El mercado meta seleccionado se compone por 8,847 hogares, representa aproximadamente Q.704,980.00 de ingresos, que equivale a 1,698,750 unidades para el año 2,005, con una tasa de crecimiento del 5% por año.
- Para el año 2004 el mercado total en unidades fue de 1,615,552 unidades, con una participación de 17% de los productores actuales, con un precio promedio por unidad de Q.0.43.
- Los principales competidores de cera en el mercado, son productores de la cabecera departamental de Huehuetenango.
- Los productos de cera comercializados en el sector son: candelas, cirios y veladoras que son vendidos el 50% en tiendas, 40% en abarrotería y el 10% en iglesias y otros canales, con márgenes de comercialización del 14 al 16%.
- El proyecto tiene como meta obtener una utilidad de Q.55,024.00 para el año 2005, con un rendimiento del 10% sobre inversión.

- Se tiene planificado obtener como meta un volumen de ventas de 1,391,040 unidades con ingresos de Q.577,800.00 para el año 2005, con una participación de mercado del 82%.
- Las actividades de publicidad y promoción, son partes de las estrategias de mercadeo para alcanzar los objetivos y metas, con un costo de Q.2,400.00 para el año 2005.

Con las actividades antes mencionadas, se espera que la ejecución del presente plan, garantice el éxito del proyecto, para asegurar su posicionamiento y crecimiento en el mercado.

2 ANÁLISIS DEL MERCADO

El propósito del análisis, es obtener información sobre el mercado, desempeño del producto, la competencia y la distribución.

2.1 SITUACIÓN DEL MERCADO

Se refiere a la descripción del mercado meta de los productos de cera. Esto incluye el tamaño y crecimiento del mercado por segmentos. También se analiza las necesidades, percepciones y tendencias de comportamiento de los clientes.

- El mercado meta seleccionado para los productos de cera representa un promedio de Q.704,980.00, que equivale a 1,698,750 unidades para el año 2,005, se espera un crecimiento del mercado de un 5% anual, en el municipio de Concepción Huista, cabeceras municipales de San Antonio Huista, Santa Ana Huista, Jacaltenango y la aldea de San Marcos Huista, Jacaltenango.

- Los compradores de candelas, cirios y veladoras, son consumidores de diferentes estratos económicos y de diferentes edades, que quieren satisfacer sus necesidades de iluminación por deficiencias del servicio de energía eléctrica, así como símbolo de fe sobre actividades religiosas y cualquier otro evento como cumpleaños y defunciones.
- Los consumidores del sector quieren productos de calidad, precio accesible y sobre todo existencia de inventario para cuando lo necesiten.

2.2 SITUACIÓN DEL PRODUCTO

Consiste en mostrar las ventas, precios, márgenes de contribución y utilidades netas, sobre datos históricos del producto. El análisis de la situación actual del producto se realiza a través del siguiente estado de resultados, por lo que se presenta a continuación:

Cuadro 1
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Elaboración de productos de cera
Estado de resultados históricos
Años: 2003 - 2004

No.	Concepto	Valores	
		Año 2003	Año 2004
1	Mercado total en unidades	1,536,417	1,615,552
2	Participación de mercado	16%	17%
3	Precio promedio por unidad	0.43	0.43
4	Costo variable por unidad	0.32	0.32
5	Márgen de contribución por unidad	0.11	0.11
6	Volumen de ventas en unidades	252,221	268,881
7	Ingresos por ventas	108,455	115,619
8	Márgen de contribucion bruto	27,744	29,577
9	Gastos fijos	6,500	6,930
10	Márgen de contribución neto	21,244	22,647
11	Publicidad y promoción	0	0
12	Fuerza de ventas y distribución	9,760	10,400
13	Utilidad neta de operación	11,484	12,247

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

A través del estado de resultados anterior, se analiza mejor la situación actual de los productos de competidores departamentales, con una participación de mercado de 16% para el año 2003 y 17% para el 2004, lo que indica la poca presencia en el mercado de dichos productores, a través de sus productos de cera.

2.3 SITUACIÓN COMPETITIVA

Aquí se identifican y describen los principales competidores en relación a tamaño, metas, participación de mercado, calidad de producto, estrategias de

mercadotecnia y otras características que se necesitan para comprender sus intenciones y su comportamiento.

- Los principales competidores del proyecto de cera en el mercado, son productores de la cabecera departamental de Huehuetenango. Estos competidores ofrecen una gama completa de productos de cera, a través de los depósitos, abarroterías y tiendas en el sector.
- Los competidores Departamentales podrían seguir ofertando la misma gama de productos, así como los mismos precios en el mercado actual.

2.4 SITUACIÓN DE DISTRIBUCIÓN

En esta sección se presentan datos sobre el tamaño y la importancia de cada canal de distribución.

- Las veladoras, cirios y veladoras se venden a través de tiendas, abarroterías e iglesias del sector. Los productos de cera se venden el 50% en tienda, 40% a través de abarroterías, el resto en iglesias y otros canales.
- Los productores Departamentales distribuyen a los canales actuales una vez por mes y con márgenes de comercialización del 14 al 16%.

2.5 SITUACIÓN DEL MACROENTORNO

Describe las tendencias generales del macroentorno, demográficas, económicas, tecnológicas y socioculturales, que afectan las líneas de productos.

- Aproximadamente el 83% de los pobladores del sector son católicos, por lo que utilizan con más frecuencia el uso de los productos de cera.
- El mejoramiento del servicio de energía eléctrica en el sector, contribuiría a reducir el consumo de los productos de cera.
- El crecimiento de la población en un 5.29% anual, permite que el consumo de dichos productos también se incremente.

3 ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

Consiste en identificar las principales oportunidades, riesgos, fuerzas, debilidades y los problemas que enfrentan las líneas de productos de cera seleccionados. Su propósito es hacer que la administración anticipe los fenómenos de importancia que influirán en el proyecto.

3.1 ANÁLISIS DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

El administrador del proyecto identificará los principales riesgos y oportunidades que el negocio enfrenta.

Las principales oportunidades que tienen las líneas de productos de cera son:

- Los consumidores están interesados más en comprar productos de cera de calidad y a precios económicos, que los productos de mala calidad.
- Los detallistas están dispuestos a trabajar con empresas que proporcionen mayores márgenes de comercialización.

Las principales amenazas que enfrentan los productos del proyecto de cera son:

- El surgimiento de productores nuevos de cera en la región.
- Los clientes leales, no fácilmente aceptarían a proveedores nuevos de dichos productos.

3.2 ANÁLISIS DE FUERZAS Y DEBILIDADES

El proyecto debe identificar las fuerzas y debilidades de los productos.

Dentro de las principales fortalezas se pueden mencionar:

- El proyecto de elaboración de productos de cera, tendrá un buen programa de distribución, para un abastecimiento constante de productos.
- La ubicación estratégica del proyecto, le permitirá acceder más fácil hacia los clientes, y así disminuir los costos de distribución.
- La calidad de materias primas y mano de obra a utilizar, ayudaran a ofrecer productos de calidad.
- Los márgenes de comercialización del proyecto, son más altos que la competencia y oscilan entre el 18 y 28%.

Las principales debilidades del proyecto son:

- Los productos del proyecto, no están posicionados en el mercado en comparación de los productores Departamentales.

- No existe una relación de negocios con los clientes actuales, por lo que hay que crearla.

3.3 ANÁLISIS DE PROBLEMAS

El análisis de problemas principales, se efectúa en base al análisis de fuerzas y debilidades.

Problemas básicos a considerar del proyecto de elaboración de productos de cera son:

- ¿Debe llevarse a cabo la creación del proyecto: Elaboración de productos de cera?
- ¿Pueden competir eficazmente los productos del proyecto en el mercado?
- ¿Debe el proyecto incrementar más sus gastos en publicidad y promoción?

4 OBJETIVOS Y METAS

Los objetivos se exponen como metas que la administración del proyecto desea que se obtengan, a través de un buen desempeño del aspecto financiero y mercadeo o ventas.

4.1 OBJETIVOS FINANCIEROS

Los objetivos financieros son los siguientes:

- Obtener una tasa anual de rendimiento sobre la inversión del 10%, durante los próximos cinco años.
- Obtener utilidades netas de Q.55,024.00 en el año 2005.
- Producir un flujo de efectivo o caja de Q.126,556.00 en el año 2005.

4.2 OBJETIVOS DE MERCADEO

Los objetivos de mercadeo son:

- Obtener ventas por Q.577,800.00 en el 2005, con un incremento del 5% en el siguiente año.
- Alcanzar un volumen de ventas de 1,391,040 unidades, lo cual representa una participación esperada en el mercado del 82%.
- Tener una cobertura del 100% de distribución en el mercado seleccionado.

5 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Es la lógica de mercadotecnia mediante la cual la unidad de negocios espera lograr sus objetivos.

Dentro de las estrategias de mercadotecnia para el proyecto se proponen las siguientes:

- **Mercado meta**

Son hogares integrado por personas de diferentes estratos económicos, ambos sexos y de diferentes edades, del municipio de Concepción Huista, cabeceras municipales de San Antonio Huista, Santa Ana Huista, Jacaltenango y la aldea de San Marcos Huista, Jacaltenango.

- **Posicionamiento**

Lograr la aceptación de los clientes, a través de productos de cera de calidad y con los mejores acabados.

- **Línea de producto**

La fabricación de veladoras pequeñas, medianas y grandes; cirios de tamaño normal y veladoras pequeñas sin vaso.

- **Precio**

Precios similares a la competencia en las diversas líneas de productos.

- **Canales de distribución**

Presencia constante en tiendas, abarroterías e iglesias, así como en depósitos de abarrotes.

- **Fuerza de ventas**

Controlar el 100% del mercado de ventas seleccionado, a través del vendedor del proyecto.

- **Servicio**

Frecuencia de visita constante a los clientes, en base a las rutas de ventas programadas.

- **Publicidad y promoción**

Desarrollar una campaña de publicidad y promoción que apoye las estrategias de posicionamiento, precio y servicio, con la participación de los canales de distribución.

6 PROGRAMAS DE ACCIÓN

Las estrategias de mercadotecnia se deben convertir en programas de acción, indican cuando se inician y finalizan, el responsable y el costo de la actividad, para el proyecto se proponen los siguientes:

Cuadro 2
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Programa de acción
Año: 2005

No.	Actividad	Responsable	Fecha	Costo
1	Promoción por introducción de productos.	Vendedor	1/1/5 al 15/1/5	700.00
2	Promoción por mayor compra de productos generales.	Vendedor	16/5/5 al 31/5/5	500.00
3	Concurso por la mayor compra en cirios.	Administrador	1/8/5 al 31/8/5	500.00
4	Entrega de calendarios a clientes.	Vendedor	16/12/5 al 31/12/5	700.00
Total				2,400.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

Las actividades mencionadas en el cuadro anterior, permitirán incrementar el volumen de ventas del proyecto para alcanzar las metas fijadas, por lo que su ejecución, contribuirán en el logro de los objetivos.

7 PRESUPUESTOS

Consiste en una declaración de las utilidades y pérdidas proyectada. Se presenta el siguiente cuadro de estado de resultados proyectado:

Cuadro 3
Municipio de Concepción Huista - Huehuetenango
Proyecto: Elaboración de productos de cera
Estado de resultados proyectado
Período: 2005 - 2006
(Cifras en quetzales)

No.	Concepto	Valores	
		Año 2005	Año 2006
1	Mercado total en unidades	1,698,752	1,786,240
2	Participación de mercado	82%	82%
3	Precio promedio por unidad	0.42	0.42
4	Costo variable por unidad	0.30	0.29
5	Márgen de contribución por unidad	0.12	0.12
6	Volumen de ventas en unidades	1,391,040	1,460,592
7	Ingresos por ventas	577,800	606,690
8	Márgen de contribucion bruto	165,476	177,903
9	Gastos fijos	35,256	35,256
10	Márgen de contribución neto	130,220	142,647
11	Publicidad y promoción	2,400	2,400
12	Fuerza de ventas y distribución	48,076	49,014
13	Utilidad neta de operación	79,744	91,233

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2004.

El cuadro anterior da a conocer las utilidades y pérdidas del proyecto para el año 2005 y 2006, se analizan dos años para ver el comportamiento de cada uno de los elementos que componen el presente estado financiero y comprender mejor la sección de presupuestos.

8 METODOS APLICABLES PARA CONTROL DEL PROCESO DEL PLAN

Permitirá supervisar el progreso de la puesta en marcha del plan, lo que ayudará a detectar problemas y corregirlos para alcanzar los objetivos y metas del proyecto.

Los controles a utilizar son los siguientes:

- Analizar las ventas generales y por líneas de productos, para ser comparados con las metas del proyecto.
- Analizar el volumen de ventas, para determinar el comportamiento del mercado objetivo en relación a las ofertas, para el logro de las metas de la empresa.
- Analizar la participación del mercado, a través de las actividades del proyecto en el mercado total y la competencia en función de la mezcla de mercadotecnia.
- Analizar los gastos de mercadeo con relación a las ventas, para asegurar que la empresa no sobrepase sus costos y lograr sus metas de ventas.
- Analizar el costo de mercadotecnia, para determinar la rentabilidad de las líneas de productos, a través de un estudio detallado de los gastos operativos del estado de pérdidas y ganancia de la empresa.
- Analizar el desempeño de los clientes, el mercado y la calidad de los productos.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, CATALÁN, JOSÉ. Metodología de la Investigación para los Diagnósticos Socioeconómicos. (Pautas para el desarrollo de las regiones en países que han sido mal administrados). Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala, 2002. Págs. 44.

- BACA URBINA, GABRIEL. Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición, México, 2001. Págs. 435.

- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Código de Comercio. Última edición, Guatemala: Ediciones ALENDRO, 2004. Págs. 180.

- DE AGUILAR, LILY. Guía Requisitos Legales y Procedimientos de Investigación Registro Mercantil. Guatemala: Tipografía Nacional de Guatemala, C.A. Enero 2003. Págs. 120.

- GALL, FRANCIS. Diccionario Geográfico de Guatemala. Tomo I, Tipografía Nacional de Guatemala, C.A., 1976. Págs. 1500.

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA –INE-. X Censo Nacional de Población y V de Habitación 1994. Guatemala, 1995. Págs. 389.

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA –INE-. XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación 2002. Guatemala, 2003. Págs. 438.

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA –INE-. III Censo Nacional Agropecuario 1979. Guatemala, 1980. Págs. 496.

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA –INE-. IV Censo Nacional Agropecuario 2003. Guatemala, 2004. Págs. 503.
- INSTITUTO TÉCNICO DE CAPACITACIÓN Y PRODUCTIVIDAD –INTECAP-. Clasificación de Suelos Nacionales. Sector Primario, Guatemala, 1989, Págs. 70.
- KANE TOMAS, ARTHUR HAUPT. Guía Rápida de Población. Guatemala, 1,980. Págs. 75.
- KOTLER, FHILIP. ARMSTRONG, GARY. Fundamentos de Mercadotecnia. 4ta. Edición Prentice Hall Hispanoamérica, S.A., México, 1998. Págs. 826.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Memoria de Labores 2004, (en línea). Consultado el 06 de abril 2005. Disponible en <http://www.mineduc.gob.gt>
- MUNICIPALIDAD DE CONCEPCIÓN HUISTA. Diagnóstico Municipal de Concepción Huista, Huehuetenango. Año 2002. Págs.55.
- PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Informe Nacional de Desarrollo Humano 2005, Primera edición, Editorial del Sur, Guatemala, 2005. Págs. 423.
- SECRETARÍA GENERAL DE PLANIFICACIÓN –SEGEPLAN-. Indicadores Sociodemográficos. Cuaderno No. I, Guatemala, 1995. Págs. 105.