

MUNICIPIO DE HUEHUETENANGO
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO

“COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(ELABORACIÓN DE COLCHAS) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE
PIMIENTO”

INGRID AZUCENA LÓPEZ LÓPEZ

TEMA GENERAL

"DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS Y
PROPUESTAS DE INVERSIÓN"

MUNICIPIO DE HUEHUETENANGO
DEPARTAMENTO DE HUEHUETENANGO

TEMA INDIVIDUAL

“COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(ELABORACIÓN DE COLCHAS) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE
PIMIENTO”

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2,007

2,007

(C)

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

HUEHUETENANGO – VOLUMEN

2-57-75-AE-2007

Impreso en Guatemala, C.A

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

“COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(ELABORACIÓN DE COLCHAS) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE
PIMIENTO”

MUNICIPIO DE HUEHUETENANGO
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

INGRID AZUCENA LÓPEZ LÓPEZ

previo a conferírsele el título de

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADA

Guatemala, noviembre de 2,007

**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:	S.B. Roselyn Jeanette Salgado Ico
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 a.i. de la Escuela de Administración:	Licda. Olga Edith Siekavizza Grisolia
Director del IIES:	Lic. Franklin Roberto Valdez Cruz
Jefe del Depto. de PROPEC:	Lic. Hugo Rolando Cuyán Barrera
Delegado Estudiantil Área de Economía.	Emerson Benjamín Rodríguez Alvarado
Delegado Estudiantil Área de Auditoria:	Jorge Roberto Pineda Samayoa
Delegado Estudiantil Área de Administración:	Cristián Estuardo Mayen Batz



**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS**

Edificio "S-8"
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

El Infrascrito Secretario de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, **HACE CONSTAR:** Que en sesión celebrada el día 20 de diciembre de 2007, según Acta No. 37-2007 Punto SEGUNDO, inciso 2.3, subinciso 2.3.17 la Junta Directiva de la Facultad conoció y aprobó el Informe Individual del Ejercicio Profesional Supervisado, que con el título de "COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL (ELABORACIÓN DE COLCHAS) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO", municipio de Huehuetenango, departamento de Huehuetenango.

Presentó

INGRID AZUCENA LÓPEZ LÓPEZ

Para su graduación profesional como: **ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**

Previo a la aprobación por parte de Junta Directiva de la Facultad, el trabajo citado sufrió el trámite de evaluación correspondiente, de acuerdo al Reglamento vigente del Ejercicio Profesional Supervisado, autorizándose su impresión.

Se extiende la presente, en la ciudad de Guatemala, a veintiún días del mes de enero de dos mil ocho.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


LIC. CARLOS ROBERTO CABREKA MORALES
SECRETARIO

Smp.



ACTO QUE DEDICO

A DIOS

Por derramar bendiciones en mi vida y darme la fortaleza para ser perseverante para alcanzar esta meta.

A MIS PADRES

Julio César López y Telma Yolanda López, por su sacrificio, apoyo y consejos durante toda mi carrera para lograr este éxito.

A MIS HERMANOS

Marleni, Bayron y Josué, por su apoyo y con quienes comparto este logro.

A MI ESPOSO E HIJOS

Edward Leonel, Andrea Alejandra y Rodrigo Fernando por su amor, comprensión y apoyo incondicional.

A MI TIA EVA

Con especial agradecimiento por toda su ayuda brindada.

A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS

Gracias por su amistad y momentos compartidos

A

Universidad de San Carlos de Guatemala, por mi formación profesional.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN		I
CAPÍTULO I		
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO		
1.1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	1
1.2	LOCALIZACIÓN	3
1.2.1	Extensión territorial	3
1.3	CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS	3
1.4	OROGRAFÍA	4
1.5	RECURSOS NATURALES	4
1.5.1	Bosques	5
1.5.2	Agua	6
1.5.3	Suelos	6
1.6	DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA	7
1.6.1	División política	7
1.6.2	División administrativa	9
1.7	VÍAS DE COMUNICACIÓN	11
1.8	SERVICIOS	12
1.8.1	Servicios estatales	12
1.8.1.1	Salud	12
1.8.1.2	Educación	13
1.8.1.3	Seguridad	16
1.8.2	Servicios municipales	16
1.8.2.1	Agua	16
1.8.2.2	Drenajes	17
1.8.2.3	Rastros	17
1.8.2.4	Mercado municipal	17
1.8.3	Servicios privados	18
1.8.3.1	Energía eléctrica	18

1.8.3.2	Correos	18
1.8.3.3	Telefonía	19
1.8.3.4	Transporte público	19
1.8.3.5	Radio difusoras	19
1.8.3.6	Extracción de basura	19
1.9	POBLACIÓN	20
1.9.1	Por edad	21
1.9.2	Por género	22
1.9.3	Población urbana y rural	23
1.9.4	Niveles de pobreza	24
1.9.5	Niveles de empleo	26
1.9.6	Niveles de ingreso	26
1.10	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	28
1.10.1	Organización productiva	28
1.10.2	Organización social	28
1.10.3	Organizaciones no gubernamentales	29
1.11	ESTRUCTURA AGRARIA	29
1.11.1	Tenencia de la tierra	29
1.11.2	Concentración de la tierra	31
1.11.3	Uso de la tierra	36
1.12	ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO	37
1.12.1	Producción agrícola	38
1.12.2	Producción pecuaria	40
1.12.3	Producción artesanal	41
1.12.4	Producción agroindustrial	42
1.12.5	Producción industrial	43
1.12.6	Comercio y servicio	44
1.13	FLUJO COMERCIAL	47
1.13.1	Principales productos que importan al Municipio	47

1.13.2	Principales productos que exporta el Municipio	48
--------	--	----

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO ELABORACIÓN DE COLCHAS

2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	49
2.1.1	Variedad del producto	49
2.1.2	Características y usos	49
2.2	PRODUCCIÓN PEQUEÑO ARTESANO	50
2.2.1	Volumen y valor	50
2.2.2	Destino de la producción	51
2.3	TECNOLOGÍA	51
2.4	COSTO DE PRODUCCIÓN	51
2.5	RENTABILIDAD	56
2.6	FINANCIAMIENTO	57
2.6.1	Tipos y fuentes de financiamiento	57
2.7	COMERCIALIZACIÓN	57
2.7.1	Producto	58
2.7.2	Precio	58
2.7.3	Plaza	58
2.7.3.1	Canales de comercialización	58
2.7.3.2	Márgenes de comercialización	59
2.7.4	Promoción	61
2.8	ORGANIZACIÓN	62
2.9	PRODUCCIÓN MEDIANO ARTESANO	62
2.9.1	Volumen y valor de la producción	63
2.9.2	Destino de la producción	63
2.10	TECNOLOGÍA	63
2.11	COSTO DE PRODUCCIÓN	64
2.12	RENTABILIDAD	69

2.13	FINANCIAMIENTO	70
2.13.1	Tipos y fuentes de financiamiento	70
2.14	COMERCIALIZACIÓN	71
2.14.1	Producto	71
2.14.2	Precio	71
2.14.3	Plaza	71
2.14.3.1	Canales de comercialización	72
2.14.3.2	Márgenes de comercialización	72
2.14.4	Promoción	75
2.15	ORGANIZACIÓN	75
2.16	PROBLEMÁTICA DE LA PRODUCCIÓN DE COLCHAS	76

CAPÍTULO III

	PROYECTO PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO	
3.1	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	77
3.1.1	Presentación del chile pimiento	77
3.1.2	Mercado meta	78
3.2	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	78
3.3	OBJETIVOS	78
3.3.1	Objetivo general	78
3.3.2	Objetivo específico	79
3.4	ESTUDIO DE MERCADO	79
3.4.1	Descripción del producto	79
3.4.1.1	Características del producto	80
3.4.1.2	Usos del producto	80
3.4.2	Oferta	81
3.4.2.1	Producción nacional	82
3.4.2.2	Importación nacional	82
3.4.3	Demanda	83

3.4.3.1	Demanda potencial	83
3.4.3.2	Consumo aparente	84
3.4.3.3	Demanda insatisfecha	85
3.4.4	Precio	86
3.4.5	Comercialización	86
3.5	ESTUDIO TÉCNICO	86
3.5.1	Localización del proyecto	86
3.5.1.1	Macro localización	87
3.5.1.2	Micro localización	87
3.5.2	Tecnología	87
3.5.3	Tamaño del proyecto	87
3.5.4	Recursos del proceso de producción	88
3.5.4.1	Recursos humanos	88
3.5.4.2	Recursos físicos	88
3.5.4.3	Recursos financieros	88
3.5.5	Producción	89
3.5.6	Proceso productivo	89
3.5.7	Distribución en planta	91
3.6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	93
3.7	ESTUDIO FINANCIERO	93
3.7.1	Inversión	93
3.7.1.1.	Inversión fija	93
3.7.1.2	Inversión capital de trabajo	95
3.7.1.3	Inversión total	97
3.7.1.4	Balance general	98
3.7.2	Estados de costo de producción	98
3.7.2.1	Costeo directo	98
3.7.2.2	Estado de costos directos de producción proyectados	102
3.7.2.3	Estado de resultados	103

3.7.3	Fuentes de financiamiento	107
3.7.3.1	Internas	107
3.7.3.2	Externas	107
3.8	EVALUACIÓN FINANCIERA	108
3.8.1	Punto de equilibrio	108
3.8.2	Valor actual neto	109
3.8.3	Tasa interna de retorno	110
3.8.4	Relación beneficio-costo	110
3.8.5	Tiempo de recuperación de la inversión	110
3.8.6	Porcentaje margen de seguridad	111
3.8.7	Rentabilidad	111

CAPÍTULO IV

COMERCIALIZACIÓN PRODUCCIÓN CHILE

PIMIENTO

4.1	SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMERCIALIZACIÓN	112
4.2	COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA	112
4.2.1	Proceso de comercialización	112
4.2.1.1	Concentración	112
4.2.1.2	Equilibrio	113
4.2.1.3	Dispersión	113
4.2.2	Comercialización	113
4.2.2.1	Instituciones de la comercialización	114
4.2.2.2	Estructura de la comercialización	115
4.2.2.3	Funciones de la comercialización	116
4.2.3	Operaciones de comercialización	119
4.2.3.1	Canales de comercialización	119
4.2.3.2	Márgenes de comercialización	120

CAPÍTULO V		
ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL		
5.1	ORGANIZACIÓN ACTUAL	122
5.2	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA	122
5.2.1	Justificación	122
5.2.2	Tipo y denominación	123
5.2.3	Localización	123
5.2.4	Marco jurídico	124
5.2.5	Objetivos	124
5.2.5.1	Objetivo general	125
5.2.5.2	Objetivos específicos	125
5.2.6	Funciones generales	125
5.2.7	Estructura organizacional	126
5.2.7.1	Diseño organizacional	126
5.2.7.2	Sistemas de organización	127
5.2.7.3	Funciones básicas de las unidades administrativas	127
5.3	RECURSOS	131
5.3.1	Recursos humanos	131
5.3.2	Recursos físicos o materiales	131
5.3.3	Recursos financieros	132
5.4	PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	132
5.4.1	Social	132
5.4.2	Económica	132
5.4.3	Cultural	132
	CONCLUSIONES	134
	RECOMENDACIONES	136
	ANEXOS	
	MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE CUADROS

No.		Página
1	Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango, División Política Comparativa, Años:1994-2002-2004.	8
2	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Distribución de Centros por Sector, Nivel y Área, Años: 1994-2004.	14
3	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Alumnos Inscritos y Cobertura por Nivel y Área, Año: 2004.	15
4	Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango, Población por Edad Urbana y Rural, Años: 1994– 2002–2004.	21
5	Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango, Población por Género, Años: 1994–2002–2004.	23
6	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Población por Área Urbana y Rural, Años: 1994–2002–2004.	24
7	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Ingresos Familiares, Año: 2004.	27
8	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Tenencia de la Tierra, Años: 1979-2003-2004.	30
9	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Concentración de la Tierra, Según Extensión y Número de Unidades Económicas	32
10	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Uso de la Tierra, Años: 1979-2004.	37
11	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Resumen de la Actividad Productiva, Año: 2004.	38
12	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Resumen de la Actividad Agrícola, Año: 2004.	39
13	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Resumen de la Actividad Pecuaria, Año: 2004.	40

14	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Resumen de la Actividad Artesanal, Año: 2004.	42
15	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Resumen de la Actividad Agroindustrial, Año: 2004.	43
16	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Resumen de la Actividad Industrial, Año: 2004.	44
17	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Número de Establecimientos Autorizados por Tipo de Servicio, Año: 2004.	45
18	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Número de Establecimientos Autorizados por Tipo de Comercio Año 2004.	46
19	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Producción de Colchas, Volumen y Valor de la Producción, Nivel Tecnológico Tradicional, Pequeño Artesano, Año: 2004.	50
20	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Requerimiento de Materia Prima Según Encuesta e Imputados, Producción de una Colcha, Nivel Tecnológico Tradicional, Pequeño Artesano, Año: 2004.	52
21	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Requerimiento de Mano de Obra Imputada, Producción de una Colcha, Nivel Tecnológico Tradicional, Pequeño Artesano, Año: 2004.	53
22	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Requerimiento Costos Indirectos Variables Imputados, Producción de una Colcha, Nivel Tecnológico Tradicional, Pequeño Artesano, Año: 2004.	54
23	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Costo Directo de Producción Según Encuesta e Imputado, Producción de Colcha, Nivel Tecnológico Tradicional, Pequeño Artesano, Año: 2004.	55

24	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Rentabilidad Producción de Colchas, Nivel Tecnológico Tradicional, Pequeño Artesano, Año: 2004.	56
25	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Márgenes de Comercialización, Elaboración de Colchas Imperial, Año: 2004.	60
26	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Márgenes de Comercialización, Elaboración de Colchas Semi matrimonial, Año: 2004	60
27	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Márgenes de Comercialización, Elaboración de Colchas Matrimonial, Año: 2004	61
28	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Volumen de Producción, Nivel Tecnológico II, Mediano Artesano, Año: 2004	63
29	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Requerimiento de Materia Prima Según Encuesta e Imputados, Producción de una Colcha, Nivel Tecnológico II, Mediano Artesano, Año: 2004.	63
30	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Requerimiento de Mano de Obra Imputada, Producción de una Colcha, Nivel Tecnológico II, Mediano Artesano, Año: 2004.	66
31	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Costos Indirectos Variables Imputados, Producción de una Colcha, Nivel Tecnológico Tradicional, Mediano Artesano, Año: 2004.	67
32	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Costo de Directo de Producción Según Encuesta e Imputado, Producción de Colcha, Nivel Tecnológico II, Mediano Artesano, Año: 2004.	68
33	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Rentabilidad, Producción de Colcha, Nivel Tecnológico II, Mediano Artesano, Año 2004.	69

34	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Márgenes de Comercialización, Elaboración de Colchas Imperial, Año: 2004.	73
35	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Márgenes de Comercialización, Elaboración de Colchas Semi-matrimonial, Año: 2004.	73
36	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Márgenes de Comercialización, Elaboración de Colchas Matrimoniales, Año: 2004.	74
37	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Márgenes de Comercialización, Elaboración de Colchas King, Año: 2004.	75
38	República de Guatemala, Oferta Histórica y Proyectada de Chile Pimiento, Años: 1999 – 2008, (quintales).	82
39	República Guatemala, Demanda Potencial Histórica y Proyectada de Chile Pimiento, Años: 1999 -2008; (quintales).	83
40	República Guatemala; Consumo Aparente Histórico y Proyectado de Chile Pimiento; Años: 1999 -2008; (quintales).	84
41	República Guatemala, Demanda Insatisfecha Histórica y Proyectada de Chile Pimiento, Años: 1999 -2008; (quintales).	85
42	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento; Programa de Producción, Año: 2004.	89
43	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Inversión Fija, Año: 2004.	94
44	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Inversión Capital de Trabajo para una Cosecha, Año: 2004.	96
45	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Inversión Total para una Cosecha, Año: 2004.	97

46	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento; Inversión Total Proyectada para dos cosechas y una manzana, Año 2004.	98
47	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Requerimiento de Insumos para una Manzana y una Cosecha, Año: 2004.	99
48	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Requerimiento de Mano de Obra para una Manzana y una Cosecha, Año: 2004.	100
49	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Costos Indirectos Variables para una Manzana y una Cosecha, Año: 2004.	101
50	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Costo de Producción de una Manzana, Año: 2004.	102
51	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Costo de Producción Proyectado, Año: 2004.	103
52	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Estado de Resultados Año: 2004.	104
53	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Estado de Resultados Proyectado, Año: del 01 de Enero 2004 al 31 de Diciembre 2008.	106
54	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Plan de Financiamiento, Año: 2004	108
55	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción Chile Pimiento, Márgenes de Comercialización Propuestos, Año: 2004 (cifras quetzales por caja)	121

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.		Página
1	Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango, División Administrativa, Organigrama de la Municipalidad de Huehuetenango, Año: 2004.	11
2	Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango, Grado de concentración de la tierra, Años: 1979-2003-2004	35
3	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Canales de Comercialización Indirecta, Elaboración de Colchas, Año:2004.	59
4	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Elaboración de Colchas, Organización Empresarial, Año:2004.	62
5	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Canales de Comercialización Indirecta, Elaboración de Colchas, Año: 2004.	72
6	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Elaboración de Colchas, Organización Empresarial, Mediano Empresario, Año:2004.	76
7	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Flujograma del Proceso Productivo, Año: 2004	91
8	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Distribución de Planta, Año: 2004.	92
9	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto Producción de Chile Pimiento, Canales de Comercialización Propuesto, Año:2004.	120
10	Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango, Proyecto: Producción de Chile Pimiento, Cooperativa Agrícola "Sucuj" R.L., , Organización Propuesta, Año:2004.	127

ÍNDICE DE TABLAS

No.		Página
1	Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango, Nivel de Ingresos, Año: 2004.	27

ÍNDICE DE MAPAS

No.		Página
1	Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango, Centros Poblados, Año: 2004.	9

INTRODUCCIÓN

El presente informe constituye el resultado de la investigación de campo realizada en el municipio de Huehuetenango, como parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), que la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, utiliza como método de evaluación previo a optar al Título Universitario en la Carrera de Administración de Empresas y de esta manera poner en práctica los conocimientos teórico-prácticos adquiridos, así como contribuir en la solución de los problemas económicos-sociales que afronta las comunidades.

El objetivo general del estudio es poder determinar y analizar la situación actual de la población, su organización, las unidades productivas, comerciales y de servicios y llevar propuestas que aporten una ayuda a su desarrollo; asimismo, establecer mediante el estudio la situación económica y social en la que se encuentra actualmente el Municipio.

El objetivo específico es dar un aporte a las unidades productivas y presentar un análisis de sus costos, métodos de comercialización y organización empresarial, los cuales pueden ayudar a optimizar sus ingresos.

Proponer alternativas de producción que ayuden al desarrollo de las comunidades, con la generación de empleo y observar las ventajas de encontrarse organizados.

El tema general se denomina “Diagnostico Socioeconómico, Potencialidades Productivas y Propuestas de Inversión” y el tema individual es “Comercialización y Organización Empresarial (Elaboración de Colchas) y Proyecto: Producción de Chile Pimiento” y forma parte del contenido de este documento. Como

propuesta de inversión se tomó la producción de chile pimiento, con la intención de que lo ejecuten las personas que, de acuerdo a la investigación de campo, manifestaron su interés en desarrollarlo.

Este informe y sus resultados representan un aporte valioso para el progreso del Municipio, objeto de estudio, al ser utilizado como un instrumento de evaluación por parte de los productores y un medio para generar ingresos.

El contenido del informe está dividido en cinco capítulos: El capítulo I trata todos los aspectos socioeconómicos del Municipio, como lo son antecedentes históricos, geográficos, recursos naturales con los que cuentan, división política y administrativa, aspectos demográficos, su infraestructura física, servicios básicos y otros. Todo esto con el objeto de tener un panorama socioeconómico que puede influir en la producción, comercialización y venta del producto estudiado.

El capítulo II contiene un diagnóstico de la situación actual de la producción, comercialización y organización empresarial de la actividad artesanal “elaboración de colchas”.

El capítulo III contiene la propuesta del proyecto de la producción de Chile Pimiento que comprende aspectos de mercado, técnicos, financieros y su evaluación.

El capítulo IV incluye una propuesta de los procesos, operaciones, canales y márgenes de comercialización para la producción de chile pimiento en el Municipio.

El capítulo V describe la propuesta administrativa y legal del proyecto, la cual

servirá para la obtención de fondos y de asistencia técnica. Así también, se establece la estructura organizacional que se adapta a los requerimientos que conlleva la puesta en marcha y las actividades propias de proyecto.

La última parte del informe está conformada por las conclusiones, recomendaciones del estudio, así como dos anexos que contienen: Manual de Normas y Procedimientos para la comercialización del chile pimiento y Manual de Organización para los socios y empleados de la organización propuesta.

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

Este capítulo presenta los principales indicadores y variables socioeconómicos del municipio de Huehuetenango, para ello es necesario conocer aspectos históricos, geográficos, sociales, productivos y culturales, por medio de la investigación documental y de campo que se realizó en aldeas, caseríos y demás centros poblados, que permite su conocimiento amplio.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Durante la época prehispánica, el señorío Mam era de los más dominantes en territorio, comprendía los departamentos de: Huehuetenango, Totonicapán, Quetzaltenango, San Marcos y la Provincia de Soconusco (ahora territorio mexicano). Por las luchas entre las diferentes tribus, este territorio fue desmembrado, debido a la invasión de los quiches al mando de Quicab el Grande, que junto a sus aliados los cachiqueles, obligaron a los mames a abandonar parte de su territorio, replegándose a la parte montañosa de su dominio, en especial Huehuetenango y San Marcos.

Huehuetenango fue la Población más importante del área Mam. De acuerdo con varios autores, su nombre original era Chinabajul y era capital del señorío de los mames del norte. Chinabajul y Zaculeu representaron el centro político y religioso más importante del área mam y cayó bajo el dominio quiché a principios del siglo XV, cuando este pueblo alcanzó su máximo poderío durante los reinados de Gucumatz y su hijo Quicab el Grande.

Durante la colonia, Huehuetenango formó parte del corregimiento encomendado al español Juan de Espinar, que participó en la conquista de Guatemala, junto con Pedro de Alvarado, después perteneció a la Alcaldía Mayor de Totonicapán

y Huehuetenango. La sede de los corregidores o Alcaldes Mayores estuvo indistinta en los dos pueblos, hasta el año 1732, cuando el Alcalde Mayor residió en Totonicapán, por ser más lucrativa en esta población el repartimiento de hilados y mercancías, principal fuente de ingresos de estos funcionarios. El primer corregidor de la jurisdicción, fue Francisco Díaz del Castillo, nombrado en 1579. hijo del célebre cronista Bernal Díaz del Castillo.

En 1580 religiosos de la orden de la Merced, sustituyeron a los misioneros dominicos en la atención de las parroquias del nor-occidente del corregimiento, entre ellas Huehuetenango, en el que permanecieron hasta finales del siglo VIII.

En el aspecto económico, durante el período colonial, Chiantla fue la que mas sobresalió, por sus minas de plata y plomo., así como también la crianza de ovejas en las haciendas de los Altos. Sin embargo, en Huehuetenango gracias a la lana de Chiantla, se desarrolló una importante actividad de tejido.

El 20 septiembre de 1821 la municipalidad de Huehuetenango, por el contacto que se tenía con Chiapas y sin conocer los sucesos del 15 de septiembre en Guatemala, declaró al territorio de Huehuetenango independiente de España y que permanecería unido a Guatemala con la condición de que éste abrace al partido de la independencia.

El 12 de noviembre de 1825, por decreto de la Asamblea constituyente, se le otorgó a Huehuetenango la categoría de Villa. Mediante decreto del 8 de mayo de 1866 fue creado el departamento de Huehuetenango y la cabecera fue elevada a la categoría de ciudad el 23 de noviembre de 1886.

La fiesta titular del municipio de Huehuetenango se celebra del 12 al 18 de julio. En la actualidad se denominan "Fiestas Julianas", de trascendencia nacional.

También se celebran la fiestas de concepción, del 6 al 18 de diciembre en honor a la Virgen de Concepción y el de la Virgen de Candelaria el 2 de febrero de cada año.¹

1.2 LOCALIZACIÓN

El municipio de Huehuetenango se encuentra en la parte Sur Occidental del departamento de Huehuetenango, pertenece a la Región VII Nor-occidente, según la Ley Preliminar de Regionalización Decreto número 70-86.

Se encuentra ubicado a doscientos sesenta y nueve kilómetros de la Capital de la República, cuenta con dos vías de acceso: La principal vía es la carretera CA-1 y la otra es la ruta nacional nueve (R9N9) que enlaza con la carretera 7W a la Cabecera Departamental con el municipio de Sacapulas del departamento de Quiché.. Sus límites son: Al Norte con los municipios de Chiantla y Aguacatán (Huehuetenango); al Sur con los municipios de Malacatancito, Santa Lucía La Reforma (Totonicapán); San Pedro Jocopilas (Quiché), al Este con los municipios de Aguacatán (Huehuetenango) y al Oeste con los municipios de Santa Bárbara y San Sebastián (Huehuetenango).

1.2.1 Extensión territorial

La extensión territorial del municipio de Huehuetenango es de 204 kilómetros cuadrados, se encuentra a una altura de 1902 metros sobre el nivel del mar y esta ubicado a 15 grados 19 minutos 14 segundos latitud norte y 91 grados 28 minutos y 13 segundos de longitud oeste del meridiano de Greenwich.

1.3 CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS

Según el Instituto de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología

¹ Fundación Centroamericana de desarrollo (FUNCEDE), GT 1995 Diagnóstico y Plan de Desarrollo del Municipio de Huehuetenango. Pág. 7.

-INSIVUMEH-, el clima del municipio de Huehuetenango esta clasificado como de Meseta y altiplanos, debido a las elevaciones de sus montañas que superan los 1,400 metros sobre el nivel del mar, lo que genera una diversidad de microclimas, que van de templados y semifríos con invierno benigno a semicálidos con invierno benigno, de carácter húmedo y semiseco con invierno seco, con valores promedio 6°C mínima, 25°C máxima y una media anual de 14°C. La humedad es del 66% y los vientos alcanzan una velocidad de 8.3 kilómetros por hora.

Las lluvias no son tan intensas, los registros más altos se obtienen de mayo a octubre, en los meses restantes éstas pueden ser deficitarias. Al año 2004 el clima ha tenido variaciones, ya que de templado a frío, es de cálido a templado, con problemas de sequía debido al escaso suelo boscoso que repercute en la escasez de precipitación pluvial, asimismo sufre de heladas a fines de diciembre e inicio de enero.

1.4 OROGRAFÍA

El territorio del municipio es quebrado e irregular, no existen dentro de su área montañas de importancia ya que se encuentra en las faldas de la Sierra Los Cuchumatanes. Sus quebradas barrancas y colinas están cubiertas de mediana vegetación lo que dan lugar a horizontes amplios con llanura extensas y numerosas.

1.5 RECURSOS NATURALES

Es todo bien que provee la naturaleza, susceptible de ser aprovechado por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades. Son valiosos para las sociedades humanas al contribuir con su bienestar y desarrollo, de manera directa o indirecta.

Estos recursos naturales representan fuentes de riqueza para la explotación económica, debido a que el hombre los puede utilizar de manera directa, por ejemplo: Los minerales, el suelo, los animales, las plantas, el viento y el agua. Su utilización depende del grado de conocimiento que el hombre tenga del el y de las leyes que rigen para su conservación.

1.5.1 Bosques

Se define a la comunidad vegetal, en la que predominan árboles u otra vegetación leñosa, que ocupa una gran extensión de tierra. Esta vegetación participa en la conservación de los suelos y el mantenimiento del régimen de lluvias.

El Municipio aún conserva parte de su bosque natural en las áreas más inclinadas de su topografía. Su variedad forestal lo conforman extensiones boscosas, formadas por pino, ciprés, encino y otras especies propias de la región. Los bosques del Municipio tienen las características de Bosque húmedo montano bajo subtropical.

De acuerdo al Censo Agropecuario III de 1979, la cobertura forestal estaba distribuida con 1,141.85 hectáreas de bosques y montes, 1,070.61 hectáreas de pastos y 118.93 hectáreas de otros, mientras que la estimación estadística realizada del Instituto Nacional de bosques -INAB-, del total de 10,862.535 hectáreas del Municipio al año 2004, se presenta la cobertura de los bosques y su porcentaje de participación: área sin cobertura forestal con 2,302.205 hectáreas y representa el 21.19%, bosques secundario/arbustos para 3,942.045 hectáreas y representa el 36.29%, mixtos y cultivos con 178.903 hectáreas y representa el 1.65%, bosque latifoliado con 6.330 hectáreas y representa el 0.06%, bosque de coníferas con 4,433.052 hectáreas con el 40.81%.

1.5.2 Agua

La situación hidrográfica del Municipio está definida por dos vertientes la suroeste y noreste, que llevan sus aguas por dos canales principales el río Usumacinta y el río Chiapas. De las corrientes que forman el río Usumacinta dos nacen el Huehuetenango que son el río Negro y el río Lacantún, así como los afluentes y orígenes del río de Chiapas por medio del río Selegua. La hidrografía del Municipio corresponde a la cuenca del Golfo de México.

Con el paso del tiempo, el aumento de la población, mayor concentración de tierra, los desastres naturales y la depredación de los recursos naturales, han hecho que el recurso agua, haya cambiado y disminuido.

Los recursos hidrológicos que se encuentran son: El río Selegua, Negro, Buca, Chancol, la Estancia y el Limonar que se nutren de una gran cantidad de ríos y riachuelos.

1.5.3 Suelos

El suelo como recurso natural, esta constituido por la capa de materiales orgánicos y minerales que cubre la corteza terrestre. La naturaleza orgánica de su conformación, es vital para el desarrollo de las plantas que fijan en él sus raíces y extraen de ahí, las sustancias que son necesarias para su nutrición.

En general el suelo del Municipio es de vocación forestal en un 36.30%, de acuerdo al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación. Sin embargo, por costumbre, tradición y necesidad es utiliza para la agricultura y ganadería, que emplea un 36.97% de su extensión.

La clasificación Ch.S.Simmons, J.M. Tarano y J.H. Pinto, para el territorio de Guatemala, clasifica sus suelos como rocosos y los distribuye en áreas que van

desde los 1926.0 hasta los 59,018.5 Km². Según esta clasificación, los suelos del municipio de Huehuetenango se encuentran en el tipo Suelos de la Altiplanicie Central, los cuales son de tipo Salamá, Acasaguastlán, Sacapulas y Chixocol.

1.6 DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA

Según artículo 253 de la Constitución Política de la República de Guatemala, los municipios de la República son instituciones autónomas. El municipio es la unidad básica de organización territorial del Estado y espacio inmediato de participación ciudadana en los asuntos públicos.

1.6.1 División política

En 1994 el municipio de Huehuetenango estaba distribuido en área urbana y rural. Integrado por veinticuatro caseríos, dieciocho aldeas, diez colonias y una ciudad. Para el año 2002 se determinaron veintitrés caseríos, dieciocho aldeas, tres colonias y una ciudad. En 2004 se establecieron diecisiete caseríos, dieciséis aldeas, nueve zonas, seis colonias y una ciudad.

La comparación de la división política del Municipio se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 1
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
División Política Comparativa
Años: 1994 - 2002 - 2004

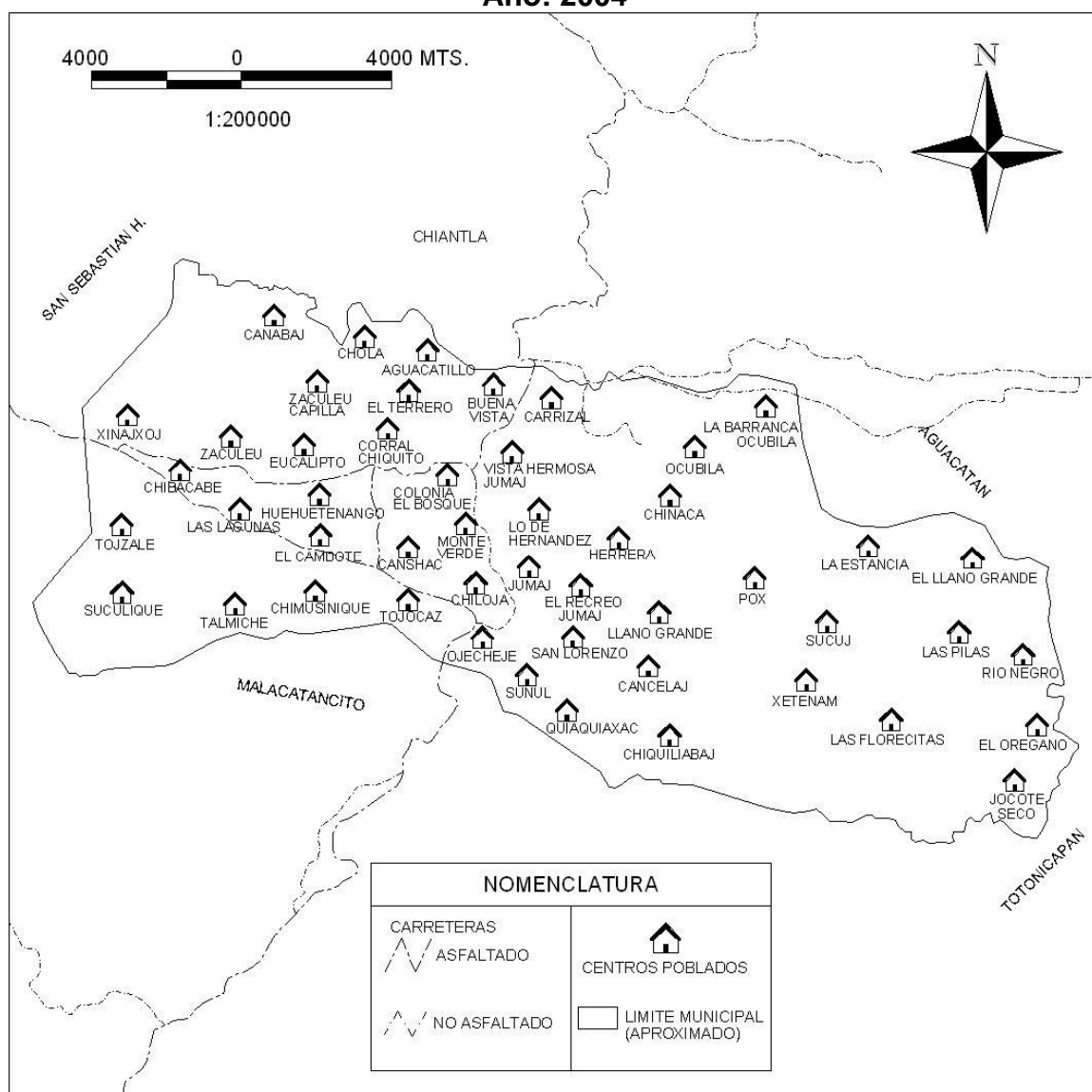
CATEGORÍA	Censo 1994	Censo 2002	Encuesta 2004
Ciudad	1	1	1
Zonas	0	0	9
Colonias	10	3	6
Aldeas	18	18	16
Caseríos	24	23	17
Total	53	45	49

Elaboración propia, con base en datos del X y XI Censo Nacional de Población, V y VI de Habitación del Instituto Nacional de Estadística –INE-, años 1994, 2002 y 2004 e Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Para el año 2004 se observa que la división política del Municipio ha variado, debido a que las colonias y zona urbanas han aumentado en nueve y tres en el mismo orden, con relación a los años de 1994 y 2002. Este aumento de la zona urbana se debe a que áreas rurales (aldeas y caseríos) ya no son identificadas como tales, sino que por zonas urbanas de la ciudad de Huehuetenango, las cuales a la fecha son 9, debido a la cercanía y crecimiento del casco urbano.

De conformidad con el Código Municipal, Decreto número 12-2002, la Municipalidad tiene la autoridad para definir su división territorial, por lo que deberá remitir la certificación de la división territorial existente al 2004, al Instituto Nacional de Estadística y al Instituto Geográfico Nacional. A continuación se presenta el mapa de los centros poblados del municipio de Huehuetenango:

Mapa 1
Municipio Huehuetenango –Departamento de Huehuetenango
Centros Poblados
Año: 2004



Fuente: Elaboración propia, con base en datos proporcionados por la Unidad de Sistema de Información Geográfica de Huehuetenango -USIGHUE-.

1.6.2 División administrativa

En el ejercicio de la autonomía que la Constitución Política de la República de Guatemala garantiza al Municipio, éste elige a sus autoridades y ejerce por medio de ellas, el gobierno y administración de sus intereses, obtienen y

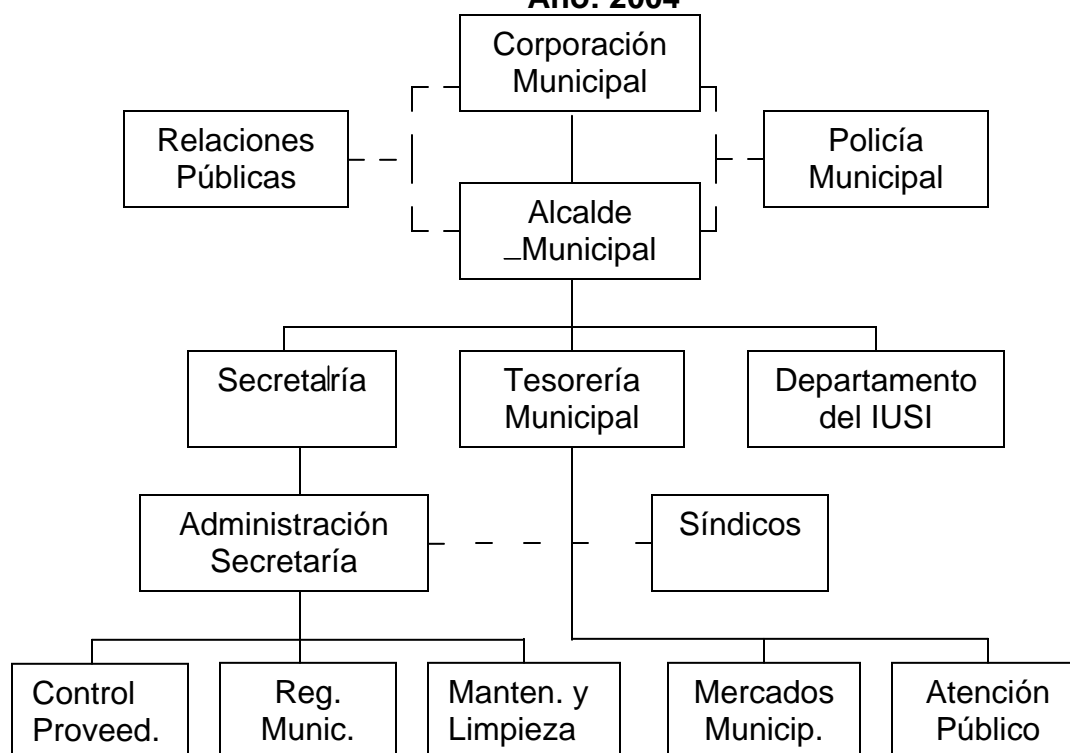
disponen de recursos patrimoniales, atiende servicios públicos y necesidades locales, realizan el ordenamiento territorial de su jurisdicción, fortalecen su economía y emiten ordenanzas y reglamentos de aplicación regional para sus actividades.

Al año 1994 la estructura administrativa del Municipios estaba integrada por: Concejo Municipal, Alcalde Municipal, Síndicos I y II, Concejales I al VII, electos para un período de 4 años. En el año 2004 la estructura municipal esta integrada por su Alcalde que preside el Concejo Municipal y es la máxima autoridad, dos Síndicos y siete Concejales; los cuales son electos cada cuatro años. La autoridad y representación en el área rural es ejercida por Alcaldes Auxiliares que trabajan en conjunto con los Comités Promejoramiento a falta de funcionamiento de los Consejos Comunitarios de Desarrollo -COCODES-.

De acuerdo con el Decreto 11-2002, Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, deben conformarse Consejos de Desarrollo que son el medio principal de participación de la población, en la gestión pública para llevar a cabo el proceso de planificación democrática que promueva el desarrollo integral del País. Se estableció que se encuentran registrados 32 Consejos Comunitarios de Desarrollo -COCODES-, pero no están en funciones por falta de acuerdos entre estos y la Municipalidad.

A continuación se muestra el organigrama de la División Administrativa del Municipio:

Gráfica 1
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
División Administrativa
Organigrama de la Municipalidad de Huehuetenango
Año: 2004



Fuente: Unidad técnica de planificación municipal, Municipalidad de Huehuetenango.

Para el año 2004 se estableció que la División Administrativa del Municipio ha tenido cambios con relación a 1994, al entrar en vigencia el Decreto 12-2002, Código Municipal, ya que ha creado la Oficina Municipal de Planificación, quien es el ente que se encarga de coordinar y consolidar los diagnósticos, planes, programas y proyectos de desarrollo del Municipio. Aunque el Organigrama de la Municipalidad no está actualizado, se pudo comprobar durante la investigación que sí está en funciones esta oficina técnica.

1.7 VÍAS DE COMUNICACIÓN

El área urbana cuenta con caminos de pavimento y asfalto en buen estado. El

área rural tiene caminos de tercería en mal estado, las poblaciones que tienen más problemas con las vías de acceso son los caseríos Llano Grande, Chivacabé, Pox, Las Florecitas, Rio Negro, Canshac, aldeas Lo de Hernández, Canabaj, Chinacá, Chiquiliabaj, Jumaj que poseen calles de terracería parcial que se complementan con caminos de herradura, los cuales son accesibles en tiempo de verano pero en invierno es difícil transitar por las condiciones que presentan.

El acceso por carreteras por terracería representa el 61%, aunque se encuentra en malas condiciones para el traslado de productos, insumos y personas. La comunicación por medio de vereda lo constituye el 20%, que en su mayoría es transitado a pie, por animal de carga u otro transporte, luego tenemos el acceso por carretera asfaltada que es solo 19%, por medio de la cual se llega a la cabecera departamental.

1.8 SERVICIOS

En este apartado se estudiarán los niveles de cobertura que tienen los servicios básicos, sobre la población tanto en el área urbana como rural.

1.8.1 Servicios estatales

Dentro de los servicios que prestan las autoridades, al municipio de Huehuetenango se encuentran:

1.8.1.1 Salud

En 1994 el Municipio tenía un Hospital General, un hospital del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, dos centros y tres puestos de salud, que atendieron a un total de 19,459 habitantes, para una cobertura del 32%.

Para el año 2002 los centros asistenciales de servicios de salud aumentaron en

un 100%, de forma primordial los puestos de salud y centros privados de asistencia, que a ese año sumaban seis y cuatro en el mismo orden. La demás infraestructura de salud del Municipio no sufrió cambio alguno. A este año la cobertura se incremento en 13% con relación a 1994, ya que se atendieron a 36,666 personas del Municipio, este aumento se debió a la apertura de tres nuevos puestos de salud y cuatro centros privados, con lo cual se le dio mayor cobertura y acceso a los habitantes de Huehuetenango.

En el 2004, la cobertura se amplio en 12%, ya que se creo otro puesto de salud y se abrió otra institución privada, la cantidad de habitantes atendidos fue de 58,912.

1.8.1.2 Educación

El fin primordial de la educación es contribuir a mejorar el desarrollo de los habitantes, por lo que se hace necesario maximizar los esfuerzos para eliminar el analfabetismo existente y ampliar la cobertura a nivel nacional.

En 1994 la educación era impartida por 66 centros educativos públicos y 43 privados. De los centros educativos oficiales el 74% atiende al nivel primario y el sector privado cubre el 33%.

En el año 2004 la educación en el Municipio, era impartida por el Estado y la iniciativa privada. La educación del sector privado se ha incrementado con 57 centros educativos y el sector público con 77 centros. En este año aparece la educación primaria para adultos, lo que permitió a personas mayores de edad a optar a dicha educación.

El siguiente cuadro muestra la distribución de centros educativos por sector, nivel y área para el municipio de Huehuetenango.

Cuadro 2
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Distribución de Centros por Sector, Nivel y Área
Año: 1994 - 2004

Nivel	Oficial			Privado		
	Urbana	Rural	Total	Urbana	Rural	Total
1994						
Pre-primaria	2	10	12	3	1	4
Primaria	9	40	49	11	3	14
Primaria adultos			0			0
Básicos	2	1	3	12	1	13
Diversificado	2		2	11	1	12
Total	15	51	66	37	6	43
2004						
Pre-primaria	8	47	55	15	4	19
Primaria	14	61	75	17	4	21
Primaria adultos	2		2	1		1
Básicos	4	3	7	27	3	30
Diversificado	4		4	26	3	29
Total	32	111	143	86	14	100

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

En 1994 el sector público contribuye con el 60.55% de los centros educativos, 66 escuelas, el sector privado participa con 43, para ser el 39.45%. De los cuales el 57.80% atiende el nivel primario, con 63 establecimientos, área urbana y rural, tanto del sector público como privado. Le siguen el nivel pre-primario y básico con el 14.68% cada uno, debido a que cuentan con 16 centros educativos, para las mismas áreas. El nivel diversificado tiene 14 establecimientos educativos, repartidos entre área urbana y rural, el sector privado contribuye con 11 centros educativos lo que representa el 85% de los mismos.

Para el año 2004 el nivel primario cuenta con 96 centros educativos, 33 más en relación con 1994, lo que significó un incremento del 52.38%. El nivel pre-primario tiene 74 escuelas, 58 establecimientos más. Este nivel educativo durante estos diez años es que mayor crecimiento tuvo, con un 362.50%, lo que

significo cuadruplicar su infraestructura. El nivel básico duplico sus establecimientos, de 16 a 37, lo que representa un incremento del 131.25%. El nivel diversificado también aumento en un 135.71%, ya que en la actualidad cuenta con 33 establecimientos. El incremento de los establecimientos educativos se dio tanto para el área urbana como rural, de parte del sector público y privado.

La cobertura educativa de Huehuetenango aumentó en un 122.94%, en relación a 1994, al existir nueva infraestructura educativa, ya que la cantidad de establecimientos aumento de 109 a 243, lo que significó 134 centros educativos más, para ambas áreas, urbana y rural.

En el siguiente cuadro se presenta los alumnos inscritos y nivel de cobertura y área:

Cuadro 3
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Alumnos Inscritos y Cobertura por Nivel y Área
Año: 2004

Nivel	Inscritos			Cobertura %		
	urbana	Rural	Total	Urbana	Rural	Total
Pre-primaria	1,663	1,730	3,393	57.52	57.51	57.52
Primaria	7,722	8,038	15,760	97.12	97.14	97.13
Básicos	2,790	2,905	5,695	80.26	80.29	80.28
Diversificado	2,764	2,876	5,640	90.86	90.84	90.85
Total	14,939	15,549	30,488	325.77	325.78	325.78

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

El cuadro anterior indica que el nivel primario al año 2004 atiende al 97.13% de la población en edad escolar del área urbana y rural. El nivel pre-primario es el que menor cobertura tiene en el Municipio, ya que solo cubre al 57.52%, de la población estudiantil para ambas áreas.

La población en edad escolar para el año 2004 era de 35,427 habitantes, de estos según el Ministerio de Educación, sólo el 86.06%, tiene acceso a los centros educativos, tanto en el área urbana como rural.

1.8.1.3 Seguridad

Huehuetenango cuenta con una estación de la Policía Nacional Civil, que presta el servicio a todo el Municipio. El personal, unidades de transporte y el equipo, que tiene asignada este cuerpo de seguridad, no son suficientes para atender el llamado de la población, según manifestaron los habitantes entrevistados, por lo que no prestan un buen servicio, lo cual redundando en inseguridad.

1.8.1 Servicios municipales

Dentro de los servicios que presta la municipalidad al Municipio se encuentran:

1.8.2.1 Agua

En el municipio de Huehuetenango no cuenta con nacimientos propios para brindar este servicio a la comunidad. El vital líquido es abastecido por pozos de captación ubicados en Chiantla, y es llevada por gravedad al Municipio, en donde la municipalidad se encarga de realizar el proceso necesario para que sea potable.

El X Censo de Población de 1994, del Instituto Nacional de Estadística –INE– indica que de 13,362 hogares 3,034 tenían el servicio de agua potable, que representa el 23%, en el XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación de 2002, de los 15,992 hogares. 10,184 contaban con dicho servicio, para una cobertura del 64%, lo que representó un incremento del 41% en la cobertura del servicio de agua potable. Para el año 2004 se determinó que el 75% de hogares entrevistado cuentan con este servicio, el cual no es abastecido en un 100%, debido a que reciben agua dos días a la semana.

Los centros poblados del área rural que carecen del servicio de agua potable son: Chimusinique, Sucuj, Xetenam, La Estancia, Las Florecitas, El orégano, Río Negro, El Carrizal I, Ojechejel, Suculique, Talmiche, Llano Grande, Cancelaj, Chiquiliabaj, Sunul y las Florecitas.

1.8.2.2 Drenajes

De acuerdo al censo del año 1994 la cobertura de drenajes era el 40 % de la población, según censo del año 2002 el 52% y según la encuesta realizada en el año 2004 de un total de 418 hogares; el 37% tiene el servicio de drenajes.

Las comunidades que no tienen este servicio son las aldeas El Terrero, Jumaj, Llano Grande, Chimusinique, Las Lagunas, Caserío Ojechejel, Canshac, Las Florecitas y Colonia Herrera.

1.8.2.3 Rastros

El Municipio cuenta con dos instalaciones de rastro que funcionan desde 1970 y se encuentra ubicados en la Terminal de buses zona 5 y el Cambote zona 11, en donde se encargan de destace del ganado.

En el rastro de la zona 5 el manejo de los desechos es deficiente, el agua, las vísceras son lanzadas al río Canshac, las condiciones sanitarias son deficientes, debido a que no cumplen con los requisitos mínimos para preservar la salud de la población. El rastro que se construyó en El Cambote zona 11 no funciona por reclamos de los habitantes que viven en ese sector, debido a la contaminación que genera en el ambiente.

1.8.2.4 Mercado municipal

El principal centro de comercio de Huehuetenango son los mercados municipales que se encuentran ubicados en la zona 2 Minerva y el mercado la

terminal en la zona 5. A estos concurren la mayoría de los poblados del interior, para comercializar sus productos, los días de plaza que son jueves y domingo, debido a que estos no disponen de ninguna instalación en sus comunidades para este fin.

1.8.3 Servicios privados

Dentro de los principales servicios privados que se brindan en el Municipio están:

1.8.3.1 Energía eléctrica

Este servicio es prestado por el Instituto Nacional de Electrificación –INDE- por medio de la Municipalidad del Municipio, el cual es irregular en Huehuetenango debido las constantes interrupciones que sufre por diversas causas.

EL X Censo de Población de 1994 del Instituto Nacional de Estadística –INE- reporta que de 13,362 hogares, 10,929 contaban con este servicio, para una cobertura del 82%. Para el año 2002 15,094 casas contaban con este servicio, para una cobertura del 94%. En el año 2004, el 99% de los hogares encuestado dijo poseer este tipo de servicio. Como se observa cobertura de este servicio ha ido en aumento y que para el año 2004 solo el 1% de la de los hogares del Municipio carece del servicio de energía eléctrica, la cual se encuentra ubicada en el área rural. Las comunidades que no poseen el servicio son los Caseríos: Las Florecitas, Orégano, Río Negro y Llano Grande.

1.8.3.2 Correos

En Huehuetenango se localiza una oficina de El Correo, que se encarga de enviar así como de recibir la correspondencia de la población, también existen empresas que brindan el servicio de encomiendas para los Estados Unidos y otras partes del mundo.

1.8.3.3 Telefonía

En el municipio en años anteriores, al servicio telefónico sólo tenían acceso los habitantes del área urbana, el que era prestado por la empresa Telecomunicaciones de Guatemala, S.A.

Al año 2004 el servicio telefónico comprendía: residencial, teléfonos comunitarios, monederos y servicio de telefonía móvil celular. Las empresas que prestan el servicio son PCS Digital, Comcel, Telefónica y Bell South, asimismo existe el servicio de arrendamiento de telefonía, prestado por personas particulares en el centro de la ciudad de Huehuetenango. En el área rural la población tiene acceso al servicio de teléfono comunitario y a teléfonos celulares

1.8.3.4 Transporte público

El Municipio se encuentra comunicado con el resto del país por medio de 70 líneas privadas de transporte para pasajeros, las cuales comunican la cabecera departamental con el resto de municipios de Huehuetenango, otras regiones del país y con la frontera de México. Existe también el servicio de transporte urbano de pasajeros prestado por buses, microbuses y pickups hacia las diferentes aldeas y caseríos, el cual es irregular debido a que no hay servicio de transporte todos los días (solo jueves y domingo) y a todas las comunidades.

1.8.3.5 Radio difusoras

En el Municipio existen siete radios ubicadas en diferentes zonas, en las cuales se transmite la información necesaria a la población: Radio Huehuetenango, Creativa, Hermosa Stereo, La Voz de Huehuetenango, Los Cuchumatanes, Stereo Contacto, Mam, Zaculeu.

1.8.3.6 Extracción de basura

En Huehuetenango existen basureros clandestinos en terrenos baldíos y

barrancos, lo que deterioran el medio ambiente y salud de los habitantes, esto es provocado por la falta de un mecanismo y procedimiento adecuado para la recolección de basura.

En el 2004 existen dos rellenos sanitarios (En Terrero Alto y Xetenám), donde toda la basura recolectada es llevada por medio del tren de aseo de la Municipalidad y las empresas privadas San Pablo y San José. El cobro por servicio municipal es de Q.20.00 al mes y de particulares de Q.30.00; para hoteles y comercios, el servicio privado les cobra Q.25.00. Según encuesta realizada, se determinó que el 61% de hogares del área rural no maneja de manera adecuada los desechos y el 39% de casas del área urbana si utilizan el servicio de extracción.

1.9 POBLACIÓN

Los habitantes son el recurso fundamental de toda comunidad, considerados como sujetos del proceso productivo, que relacionados con los otros elementos generan riqueza y desarrollo económico - social. El análisis de la población se realizará por medio de las variables siguientes: Edad, género y por área urbana y rural.

De acuerdo al X Censo de Población y V de Habitación de 1994, realizada por el Instituto Nacional de Estadística –INE- la población total del Municipio para dicho año era de 60,808 habitantes y de acuerdo al Censo al XI Censo de Población y VI de Habitación del año 2002, realizado por la institución antes mencionada era de 81,294 habitantes, lo que al comparar los mismos, la población se incrementó en un 34% y al año 2004 el total de habitantes es de 87,448 lo que representa un crecimiento del 8% con respecto al año 2002. Según la proyección del INE en el año 2002 tendría una población de 86,008 y en el año 2004 una población de 90,708 se observa un incremento en la proyección de la población del 20%, con

una tasa de crecimiento anual del 2.70%.

1.9.1 Por edad

Esta variable permitirá establecer el rango de edad que concentra la mayor población de un área determinada, así como aspectos económicos y sociales relevantes.

A continuación se presenta el total de la población por rango de edad según los Censos de 1994 y 2002 y proyección realizada para el 2004, según el Instituto Nacional de Estadística -INE-.

Cuadro 4
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Población por Edad Urbana y Rural
Años: 1994 - 2002 - 2004

Área	Rango Edades	Censo 1994	%	Censo 2002	%	Proyección 2004	%
Urbana	0-6	8,951	20	10,286	18	11,429	18
	7-14	9,856	22	11,303	20	12,699	20
	15-64	24,298	54	32,585	57	36,192	57
	más de 65	1,893	04	2,731	05	3,175	05
	Total	44,998	100	56,905	100	63,496	100
Rural	0-6	3,145	20	4,409	18	4,898	18
	7-14	3,463	22	4,844	20	5,442	20
	15-64	8,537	54	13,965	57	15,511	57
	más de 65	665	04	1,171	05	1,361	05
	Total	15,810	100	24,389	100	27,212	100
Total dos áreas		60,808		81,294		90,708	

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X y XI Censo Nacional de Población, V y VI de Habitación y proyección del Instituto Nacional de Estadística, -INE- años 1994, 2002 y 2004.

En el año de 1994 la población urbana representaba el 74% del total de la población, con 44,998 habitantes. El 26% restante se encuentra en el área

rural, que suman 15,810 habitantes. Para el año 2002 la población del área urbana alcanzó 56,905 habitantes que representan un 70% y el área rural 24,389 habitantes el 30% restante.

Para el 2004 la población del área urbana y rural, mantienen los mismos porcentajes de concentración de habitantes, 70% y 30% en el mismo orden. Lo que indica que para este año, en el área urbana 63,496 habitantes y 27,212 en las zonas rurales del Municipio.

La población por rango de edades para el censo de 1994, indica que la mayor cantidad de habitantes del Municipio se encontraba en el rango de los 15 a 64 años, con el 53.99% del total de la población, le sigue la población que se encuentra entre las edades de 7 a 14 años con el 21.90%. La población menor a 6 años representa el 19.89%, mientras que los habitantes mayores a 65 años, sólo son el 4.21% de la población.

Para el censo de 2002, la población entre los 15 y 64 años aumento con respecto al año de 1994 un 3.27%, 7 a 14 años, tanto para el área urbana como rural incremento un 2.04%, menor a 7 años 1.82% menos que el censo de 1994. Los adultos mayores aumentaron el 0.59%, tanto para el área urbana como rural.

La proyección realizada para el 2004, presenta la misma tendencia que el censo de 2002. De 15 a 65 años, área urbana y rural, representa el 57.26%, el 19.86% corresponde al rango de 7 a 14 años, los menores de 7 años son 18.08% y el restante 3.27% corresponde para los habitantes mayores a 65 años.

1.9.2 Por género

En el siguiente cuadro se presenta la distribución de la población por género,

para los años 1994, 2002 y 2004.

Cuadro 5
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Población por Género
Años: 1994 - 2002 - 2004

Área	Años								
	Censo 1994			Censo 2002			Proyección 2004		
	M	F	Total	M	F	Total	M	F	Total
Urbana	21,508	23,490	44,998	27,235	29,670	56,905	31,113	32,383	63,496
Rural	7,557	8,253	15,810	11,672	12,717	24,389	13,334	13,878	27,212
Total	29,065	31,743	60,808	38,907	42,387	81,294	44,447	46,261	90,708

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X y XI Censo Nacional de Población, V y VI de Habitación y proyección del Instituto Nacional de Estadística, -INE- años 1994, 2002 y 2004.

El Censo de 1994 indica que la población femenina es 4.40% mas que la masculina, tanto en el área urbana como rural, con 31,743 habitantes, para ser el 52.20%. Los hombres comprenden 29,065 pobladores, con el 47.80% del total de la población. En el año 2002, el género femenino representa el 52.14% de la población total y por área, mientras que el masculino tiene el 47.86%, con 24,389 habitantes, tanto urbana como rural.

La proyección realizada para el año 2004, presenta los mismos porcentuales de concentración por género y área. Esto indica que la tendencia se mantiene, y que las mujeres son más que los hombres en el Municipio, en cuanto a cantidad de habitantes y que las mismas se encuentra concentradas en el área urbana.

1.9.3 Población urbana y rural

El Acuerdo Gubernativo del 7 de abril de 1,938, se define como área urbana, a los lugares catalogados como: Ciudad, villa y pueblo y rural las aldeas, caseríos, fincas, cantones y parajes e incluye la población dispersa. La importancia de conocer la población por centro poblado, radica en medir su crecimiento y

densidad.

Cuadro 6
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Población por Área Urbana y Rural
Años: 1994 – 2002 – 2004

Área	Censo 1994	%	Censo 2002	%	Proyección 2004	%
Urbana	44,697	74	57,289	70	63,496	70
Rural	16,111	26	24,005	30	27,212	30
Total	60,808	100	81,294	100	90,708	100

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X y XI Censo Nacional de Población, V y VI de Habitación y proyección del Instituto Nacional de Estadística, -INE- años 1994, 2002 y 2004.

La población urbana y rural según el censo de 1994 representaba el 74% y 26% en el mismo orden. Para el censo del 2002, esta situación varió ya que disminuyó en cuatro puntos porcentuales la población del área urbana, lo que evidencia un crecimiento simultáneo para el área rural. La proyección del año 2004 presenta la misma tendencia.

1.9.4 Niveles de pobreza

La pobreza se define como: “La insuficiencia de recursos para satisfacer las necesidades básicas de alimentación, alojamiento, vestido, salud y educación.”² Es el resultado de la insuficiencia de ingreso y su concentración, está vinculado al mercado de trabajo y a la productividad. Por lo tanto el estudio de la pobreza, requiere la selección de una medida de bienestar que permita identificar a la población pobre, no pobre o pobre extrema según la profundidad y severidad de la misma.

La medida de bienestar se determina por medio de las necesidades básicas

² SEGEPLAN (Secretaría General de Planificación) GT 2003. Estrategia de Reducción de la Pobreza. Guatemala, 28 p.

insatisfechas o la ausencia de una necesidad elemental, los ingresos, el valor del consumo del hogar y el índice de desarrollo humano, son las variables más utilizadas para medir la línea de pobreza, que consiste en fijar un límite en términos de ingreso personal que al no ser alcanzado ubica a la persona dentro de un de pobreza. Este es determinado de tres formas: a) estimar el costo de una canasta básica de bienes y servicios, b) de manera general y subjetiva que se refiere a cómo se percibe la persona asimismo y c) crear una comparación internacional con un ingreso diario por persona equivalente a US\$ 2.00, lo que establece la frontera entre pobres y no pobres. Los habitantes que obtengan un ingreso mínimo de US\$ 1.00 se consideran en extrema pobreza.

Para medir la pobreza a nivel nacional, se utilizará como base la Primera Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI) del 2000 y el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2002, con lo cual se visualizará la pobreza y desigualdad en el bienestar de la población. Como complemento se los mapas de pobreza, como una herramienta que permita representar de manera geográfica las condiciones de vida de los habitantes y sus necesidades, para que la política pública, sociedad civil, cooperación internacional y las mismas comunidades, focalicen el gasto público para combatir la pobreza.

El informe realizado por el Banco Mundial sobre la pobreza en Guatemala, señala dos líneas, basadas en los datos de ENCOVI 2000. La línea de pobreza extrema, nos indica que el monto para satisfacer la necesidad calórica mínima es de Q1, 912.00; mientras que para la pobreza general es de Q4,319.00 que incluye un destino del 56% para artículos no alimentarios. De conformidad con lo anterior el 30% de la muestra obtiene ingresos entre los Q 500.00 y Q 1,000.00, para un promedio de Q 30.00 diarios, que servirán cubrir las necesidades de la canasta básica. Un 50% de la población obtiene ingresos superiores a los Q1001.00 producto de actividades comerciales, de servicios u

otro tipo. El 20% restante se encuentra en extrema pobreza, ya que su ingreso mensual es menor a Q 500.00 y se encuentran en el área rural, donde los miembros por familia son de seis integrantes.

De acuerdo al mapa de pobreza de 2000, elaborado por la Secretaría de Planificación Económica de la Presidencia de la República –SEGEPLAN- y el Instituto Nacional de Estadística –INE-, el nivel de pobreza de Huehuetenango es de 39.29% y el 9.66% para población pobre y pobreza extrema, en el mismo orden. La brecha es del 41%, con un valor de Q 33,131.667, que es lo que se necesita para que se llegue a la línea de pobreza.

1.9.5 Niveles de empleo

El empleo en el municipio de Huehuetenango, deriva de las actividades productivas de: Comercio, servicios, industria y agroindustria. El subempleo se genera en los sectores agrícola y pecuario, a través de actividades que consisten en cultivo de maíz y producción de leche, productos que destinan para el autoconsumo.

1.9.6 Niveles de ingreso

Se define como ingreso, al dinero u otra ganancia o rendimiento de naturaleza económica que se obtiene durante cierto período de tiempo. A continuación se presenta la situación de ingresos del municipio de Huehuetenango.

Cuadro 7
Municipio Huehuetenango –Departamento de Huehuetenango
Ingresos Familiares
Año: 2004

Población	Salario	Negocio Propio	Cosecha	Rentas	Jubilación	Remesas	Otros	Total de Ingresos
Urbana	495,060	160,290	0	1,000	17,313	5,500	6,251	685,414
Rural	238,735	95,302	5,018	1,200	11,933	12,533	4,905	369,626
Total	733,795	255,592	5,018	2,200	29,246	18,033	11,156	1,054,040

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

El cuadro anterior indica que los ingresos del área urbana representan el 65% del total, Q 685,414.00, de los cuales el 67% es percibido por concepto de salarios, 23.55% por negocio propio y 0.72% de cosechas, 7.87% por jubilaciones, 0.30% por remesas y por otros conceptos el 0.56%.

Del total de ingresos, el área rural capta el 35% integrados de la siguiente forma: 59.92% salarios, 37% de negocio propio, 1% por cosecha, 0.54% por rentas, 0.41% por jubilaciones, 0.70% por remesas y 0.43% por otros conceptos.

A continuación se presenta la tabla de los ingresos percibidos por las familias del Municipio, según la encuesta realizada en el año de 2004.

Tabla 1
Municipio Huehuetenango – Departamento Huehuetenango
Nivel de Ingresos
Año: 2004

Rango de Ingresos	Familias	%
1 - 500	152	30
501-1000	17	10
1001-1500	87	21
1501-2000	58	14
2001 a más	106	25
Total	420	100

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

La tabla anterior indica que el 40% de la población obtiene ingresos de Q.1.00 a Q.1,000.00 mensuales, este nivel esta por debajo del salario mínimo el cual es de Q.1,158.00 mensuales. Estos ingresos no son suficientes para cubrir las necesidades de la familia. El 60% restante tiene ingresos por arriba del salario mínimo.

1.10 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Las organizaciones sociales y productivas son importantes para el desarrollo económico de toda comunidad y para mejorar el nivel de vida de la población.

1.10.1 Organización productiva

En el año 2004 se comprobó que en el municipio de Huehuetenango, no existen instituciones que realicen labores para mejorar la producción de las actividades agrícolas, pecuarias y artesanales, sólo existen organizaciones de ahorro y crédito (Cooperativas) que brindan servicios financieros para que los productores que invierten en ella, entre las que se pueden mencionar: Cooperativa de Ahorro y Crédito La Inmaculada Concepción y Cooperativa Coosadeco R.L.,

1.10.2 Organización social

Están conformadas por todas aquellas agrupaciones que promueven las actividades eclesíásticas, mejoramiento de comunidades y prestar ayuda de carácter social.

Dentro de esta organización podemos mencionar a los consejos de desarrollo urbano y rural, CODODES; que tienen como objetivo principal, promover la participación de la población en la gestión pública y que en el año 2004 estaban en proceso de formación 32 consejos en el Municipio.

En Huehuetenango existe un Comité Ejecutivo de Justicia, que se constituyó como una instancia de encuentro y coordinación multisectorial en materia de justicia, que busca establecer relaciones de comunicación y colaboración entre autoridades locales, sociedad civil y funcionarios de justicia, que permitan una respuesta pronta, efectiva y pacífica de los conflictos de la comunidad. En dicha instancia los temas que se tratan son: Funcionamiento de los servicios formales de justicia penal, linchamientos, derecho consuetudinario, métodos alternativos de resolución de conflictos, violencia intrafamiliar, género, niñez y juventud (en su relación con la Justicia) y conflictos de tierra.

1.10.3 Organizaciones no gubernamentales

Son instituciones que ofrecen apoyo económico y social a las comunidades, con el objetivo de lograr el bien común. En la actualidad el Municipio cuenta con 40 organizaciones no gubernamentales (ONG'S); y la población obtiene beneficios en el campo educativo, salud y conservación del medio ambiente.

1.11 ESTRUCTURA AGRARIA

La tierra es el factor indispensable para la explotación agrícola, forestal y pecuaria, que por medio del proceso productivo se vinculan con el hombre para la reproducción de su fuerza de trabajo. Estas actividades dependerán de la forma de tenencia de la tierra, grado de concentración, uso actual y potencial, con lo que se garantizará el desarrollo del municipio y por ende el de su población.

1.11.1 Tenencia de la tierra

Consiste en la relación jurídica existente entre el productor y el área de terreno que trabaja. En Guatemala, las formas de tenencia de la tierra son: Propias, arrendadas, comunales, colonatos y mixtas. En el municipio de Huehuetenango, la tenencia sigue el mismo patrón de comportamiento en

cuanto a tenencia, propia, arrendada y mixta. A continuación se presenta la tenencia de la tierra del municipio de Huehuetenango.

Cuadro 8
Municipio Huehuetenango-Departamento de Huehuetenango
Tenencia de la Tierra
Años: 1979 - 2003 - 2004

Fincas	1979		2003		2004	
	Superficie en Manzanas	%	Superficie en Manzanas	%	Superficie en Manzanas	%
Propia	4,878.72	99	6,333.94	99	443.29	97
Arrendada	49.28	1	60.06	1	9.14	2
Mixtas	-	-	-	-	4.57	1
Total	4,928.00	100	6,394.00	100	457.00	100

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del III y IV Censo Nacional Agropecuario de 1979 y 2003 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Los censo de 1979 y 2003 revelaron que la tierra propia en el Municipio representa el 0.99%, para los mismos períodos de tiempo, ampliándose la superficie para el año 2003 en 14,455.22 manzanas. Este aumento se debió por las compras, herencias, legados o donaciones, entre familiares o particulares. El arrendamiento de la superficie mantiene la conducta de crecimiento entre 1979 y 2003 con el 0.01 y el 10.78 de manzanas de superficie, lo que representa la tenencia de la tierra de manera temporal, sin necesidad de compra.

Para el año 2004, esta situación no vario, ya que la tenencia de la tierra propia lo representa el 0.02 en la tierra propia. La tierra arrendada ascendió al 0.02, con 9.14 de manzanas de superficie, que equivalió al 97 % de la superficie, en tanto que las tierras mixtas se extendieron en 4.57 manzanas con 0.01 de crecimiento. Esta forma de tenencia de la tierra, formada de la propiedad y el arrendamiento no muestra incidencia para el análisis, porque se destinan para vivienda y pastos.

1.11.2 Concentración de la tierra

El Instituto Nacional de Estadística -INE-, de acuerdo a la extensión de tierra, clasifica las fincas o estratos en:

- Microfincas extensiones de 0 a 1 manzana
- Subfamiliares extensiones de 1 a 10 manzanas.
- Familiares extensiones de 10 a 64 manzanas.
- Multifamiliares extensiones de 1 a más caballerías.

La tenencia de la tierra en el Municipio, como en la mayoría del altiplano del País presenta concentración en pocos propietarios y muchos propietarios con las menores extensiones de este recurso. La comparación de los Censos Agropecuarios de los años 1979 y 2003, refleja que la superficie del Municipio se encuentra dividida en los siguientes estratos: Microfincas, subfamiliares, familiares y multifamiliares.

El análisis de la concentración o equidistribución del recurso tierra, al efectuar la comparación de los datos de los Censos Agropecuarios de 1979, 2003 y 2004, indica que en el período analizado, ha existido modificaciones sustantivas en la estructura agraria de Municipio, como lo refleja el siguiente cuadro de concentración de la tierra de Huehuetenango.

Cuadro 9
Municipio Huehuetenango- Departamento de Huehuetenango
Concentración de la Tierra
Según Extensión y Número de Unidades Económicas

	Tamaño Finca	No. de Fincas	% Fincas	Superf. en Mz	% Super	X Fincas acum.	Y Superf. acum.	Xi (Yi+1)	(Xi+1) Yi
Censo 1979	Microfinca	444	69	446	9	69	9	0	0
	Subfamiliares	153	24	1,537	31	93	40	2,760	837
	Familiares	35	5	2,195	45	98	85	7,905	3,920
	Multifamiliares	12	2	750	15	100	100	9,800	8,500
	Total 1979	644	100	4,928	100			20,465	13,257
Censo 2003	Microfinca	1,483	64	572	9	64	9	0	0
	Subfamiliares	726	31	2,223	35	95	44	2,816	855
	Familiares	102	4	2,361	37	99	81	7,695	4,356
	Multifamiliares	8	1	1,238	19	100	100	9,900	8,100
	Total 2003	2,319	100	6,394	100			20,411	13,311
Muestra 2004	Microfinca	27	61	23	5	61	5	0	0
	Subfamiliares	11	25	109	24	86	29	1,769	430
	Familiares	6	14	325	71	100	100	8,600	2,900
	Multifamiliares	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total 2004	44	100	457	100			10,369	3,330

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del III y IV Censo Nacional Agropecuario de 1979 y 2003 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

El Censo Agropecuario de 1979 en Huehuetenango se registraron 644 fincas con 4,928 manzanas de superficie, distribuidas en microfincas, fincas subfamiliares, familiares y multifamiliares. Como se observa las 35 fincas familiares concentran el 45% de la superficie total del Municipio, con una extensión de 2,195 manzanas, le sigue las subfamiliares con el 31% y una superficie en manzanas de 1,537, luego las multifamiliares que representan el 15% de la superficie, para un total de 750 manzanas, por ultimo las microfincas que representan el 69% de las fincas, pero sólo abarca el 9% de la superficie con 446 manzanas.

En el censo del 2003, la concentración de la tierra presentó ciertas variaciones

pero bajo las mismas tendencias, en donde las fincas familiares concentran el 37% de la superficie del Municipio, un 8% menos que el censo de 1979. Las subfamiliares aumentaron un 4%, para alcanzar 686 manzanas y totalizar 2,223 de superficie. Las multifamiliares disminuyeron en número de fincas, pero aumentó el 4% en superficie, para sumar 1,238 manzanas. Las Microfincas no sufrieron cambio alguno, ya que mantuvieron su 9% del total de la superficie del Municipio, con 572 manzanas.

Para el año 2004, la concentración de la tierra mantuvo el índice de desigualdad, debido a que las fincas familiares concentran el 71% de la superficie del Municipio, con 325 manzanas. Las subfamiliares son el 24%, con una extensión de 109 manzanas de superficie. Las microfincas representan el 61% de las fincas y el 5% de superficie, con 23 manzanas.

Para analizar el grado de concentración de la tierra se utiliza el Coeficiente de Gini y la Curva de Lorenz.

- Coeficiente de Gini

Es el valor que mide la cuantificación del grado de concentración de la tierra o del ingreso, expresado por el coeficiente del área comprendido entre la curva y la recta de equidistribución. La equidistribución y su desplazamiento hacia la derecha expresa mayor concentración de la tierra. La línea de equidistribución representa una situación teórica, en la cual el recurso tierra es distribuido de forma similar entre los habitantes de un lugar de estudio. Para obtener este coeficiente es necesario aplicar la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$CG = \frac{\text{Suma } X_i (Y_i + 1) - \text{Suma } Y_i (X_i + 1)}{100}$$

100

En donde las variables representan:

$X_i(Y_i+1)$ = número de fincas acumuladas

$(X_i+1)Y_i$ = superficie acumulada

Substitución de valores para el año 1979

$$CG = \frac{20,465 - 13,257}{100} = \frac{7,208}{100} = \frac{72.08}{100} = 0.7208$$

Substitución de valores para el año 2003

$$CG = \frac{20,411 - 13,311}{100} = \frac{7,100}{100} = \frac{71}{100} = 0.71$$

Substitución de valores para la muestra del año 2004

$$CG = \frac{10,369 - 3,330}{100} = \frac{7039}{100} = \frac{70.39}{100} = 0.7039$$

Según los datos obtenidos del Censo Agropecuario de 1979, el porcentaje de concentración de la tierra refleja un Coeficiente de Gini -CG- de 0.7208 y su concentración se encuentra en las fincas familiares.

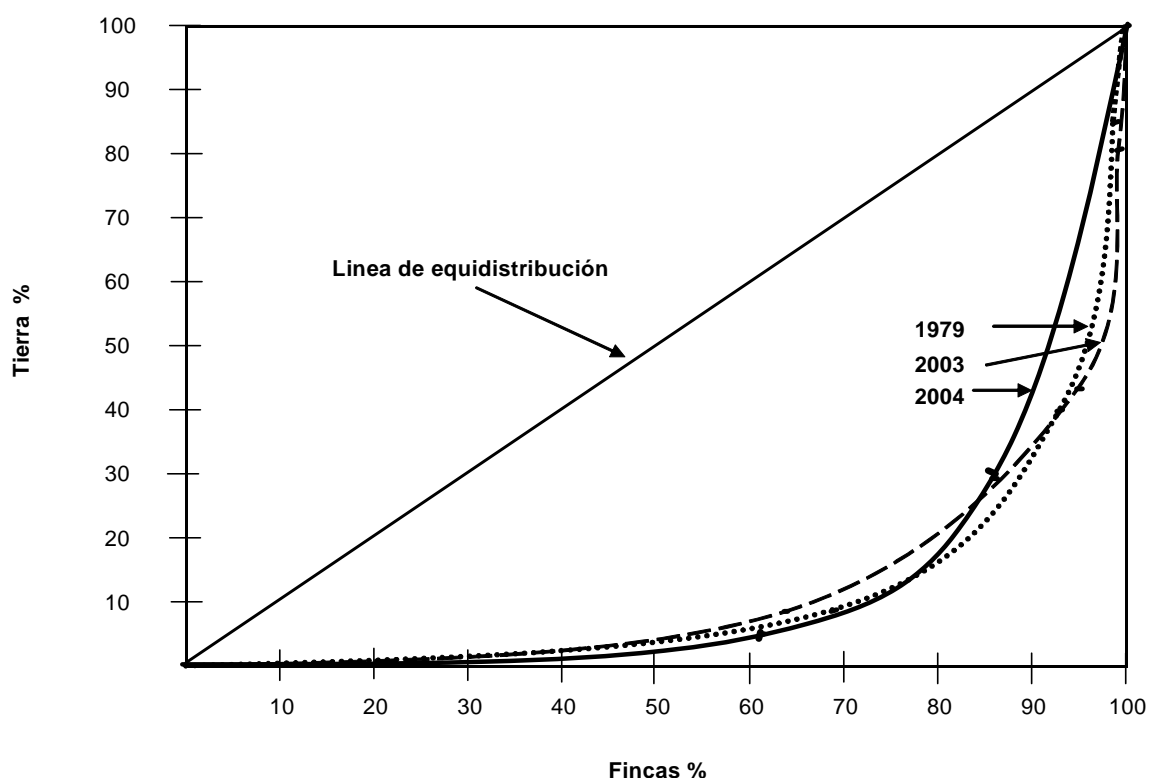
Con relación al Censo Agropecuario de 2003 el -CG- es de 0.7100, al igual que el censo de 1979 refleja que la concentración se encuentra en el mismo estrato que disminuyó en 0.0108. El Coeficiente de Gini de la muestra es de 0.7093, lo que confirma que la tendencia de concentración de la tierra esta en la fincas familiares del total de la extensión territorial del Municipio.

- Curva de Lorenz

Es un modelo gráfico utilizado para el estudio de la desigualdad de la renta o de

la riqueza. En este caso, la curva mide la desigualdad relativa a la concentración de la tierra, se grafica con los porcentuales acumulados de la cantidad de fincas y superficie. Sobre el eje de las abscisas X se designa al porcentaje de fincas y en el eje de las coordenadas Y el porcentaje de la tierra. A continuación la gráfica señalada.

Gráfica 2
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Grado de Concentración de la Tierra
Años: 1979 – 2003 - 2004



Fuente: Elaboración propia, con base en datos del III y IV Censo Nacional Agropecuario de 1979 y 2003 del Instituto Nacional de Estadística -INE- e Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Como se observa la curva del Censo de 1979 está más cerca de la línea de equidistribución, mientras que la del Censo de 2003 se encuentra más alejada

de esta, lo que significa que el nivel de concentración de la tierra para 1979 era importante, situación que se acentúa para el 2003, tal como se describe en el cuadro 9, en donde se refleja que las fincas familiares han sido dominantes o las que concentran la mayor cantidad de tierra. En la encuesta se confirma la tendencia de concentración de la tierra en las fincas familiares con un índice del 70.39% para una extensión de 325 manzanas.

1.11.3 Uso de la tierra

Se entiende como uso de los suelos, al destino o aprovechamiento que en determinado momento se le da a un área o fracción de los mismos. Los factores económicos, sociales, tecnológicos y naturales (fertilidad, clima, viento y lluvia) miden el grado de aprovechamiento y uso que se le pueda dar.

No todo el suelo del Municipio posee las condiciones y características para realizar cultivos, su vocación es forestal en un 67%, un 20% es adecuado para pastos y cultivos permanentes, sólo el 13% de sus suelos son cultivables, debido a la topografía de sus suelos, que lo hacen irregular. Las quebradas, barrancas y colinas de fácil acceso, cubiertas de mediana vegetación, son aptas para cultivar maíz, frijol, legumbres y frutas según datos del Instituto Geográfico Nacional.

Los suelos aptos para cultivo no son aprovechados al máximo por sus habitantes, por falta de asesoría técnica, de parte de las entidades gubernamentales encargadas, sumadas a esto, la falta de lluvia que provoca que las siembras se pierdan, en especial en tiempo de verano, donde la escasez del agua alcanza niveles de sequía, lo que ocasiona problemas sociales y económicos a la comunidad. El cuadro siguiente, muestra el uso de la tierra para el año 1979 y 2004

Cuadro 10
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Uso de la Tierra
Años: 1979 – 2004

Uso de la Tierra	1979	%	2004	%
	Superficie en Manzanas		Superficie en Manzanas	
Cultivos Temporales	1,983	40	137	30
Pastos	1,478	30	119	26
Vivienda	739	15	133	29
Bosques	493	10	27	6
Caminos	235	5	41	9
Total	4,928	100	457	100

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Censo Nacional Agropecuario de 1979 del Instituto Nacional de Estadística -INE-, e Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

Se observa que los cultivos temporales para 1979 ocupaban el 40% de la superficie del Municipio, con 1983 manzanas. Pastos cubría una extensión de 1,478 manzanas, para representar el 30%, la ocupación habitacional lo comprenden 739 manzanas, para hacer un 15%. Los bosques cubren solo el 10% de la superficie, caminos y carreteras alcanzan las 235 manzanas de la superficie del Municipio.

Para el año 2004 los cultivos temporales cubrían el 30% de la superficie, 133 manzanas de superficie que se convirtieron en espacios para vivienda. Los pastizales ocuparon el 26%, los bosques comprendían un área de 27 manzanas, los caminos vecinales ocupan el 9% de la superficie, con 41 manzanas.

1.12 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL MUNICIPIO

Son aquellas que se realizan para producir, explotar y transformar recursos naturales y que inciden en el desarrollo de una población.

La base fundamental del sistema económico del Municipio, descansa en las actividades productivas siguientes: Agrícola, pecuaria, artesanal, agroindustrial,

industrial, servicio y comercio

En el siguiente cuadro se describen actividades productivas y su participación en la economía para el año 2004.

Cuadro 11
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Resumen de la Actividad Productiva
Año: 2004

Sector productivo	Volumen	Valor de la Producción Q.	Participación %
Agrícola	2,008 qq	241,210.00	1
Pecuario	548,890 U	9,823,200.00	45
Artesanal	2,719,728 U	6,701,568.00	30
Agroindustrial	560 qq	860,000.00	4
Industrial	870,240 U	1,174,800.00	5
Servicios y Comercio		3,342,000.00	15
Total		22,142,778.00	100

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

Como se aprecia en el cuadro anterior la actividad más importante y la que predomina en la economía del Municipio es la pecuaria desde el punto de vista del valor de la producción que representa el 45%, mientras que la actividad artesanal ocupa el segundo lugar con una participación de 30%, le sigue la actividad de servicios y comercio con 15%, la actividad industrial con 5%, agroindustrial con 4% y por último la actividad agrícola con 1%.

1.12.1 Producción agrícola

El destino de la producción agrícola del Municipio en un 85% es para autoconsumo en relación al maíz y en un 100% el frijol, que en la actualidad son los únicos que se producen Esta actividad representa el 1% de la producción total del Municipio y genera 300 empleos.

El siguiente cuadro muestra la actividad agrícola del municipio

Cuadro 12
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Resumen de la Actividad Agrícola
Año: 2004

Concepto	Manzanas Cultivadas	Quintales Producidos	Valor de la Producción Q.	Participación %
Microfincas				
Maíz	3	81	8,910.00	4
Fríjol	3	15	4,500.00	2
Subfamiliares				
Maíz	19	551	60,610.00	25
Fríjol	5	32	9,600.00	4
Familiares				
Maíz	27	1269	139,590.00	58
Frijol	5	60	18,000.00	7
Total			241,210.00	100

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

La producción de maíz del Municipio asciende a 1.901 quintales anuales que se concentra en un 96% en los caseríos Quiaquixac, Suculique, La Estancia, Llano Grande, Corral Chiquito y Xetenam, debido a estos caseríos cuentan con grandes extensiones de tierras para cultivarla. El 4% restante es producido por las demás comunidades del Municipio, en donde se les dedica menores extensiones de tierra para su cultivo.

La producción de fríjol es de 107 quintales con precio de venta de Q.300.00 para un total de Q. 32,100.00. Esta actividad productiva por ser para autoconsumo no genera fuentes de empleo para la población del Municipio, ya que la misma es realizada por el núcleo familiar.

1.12.2 Producción pecuaria

Aporta a la economía del Municipio el 45%, constituyéndose en la principal fuente de ingresos. Genera empleo para 1,307 habitantes, lo que representa un 4% de la población económicamente activa -PEA- de Huehuetenango. Destaca, la crianza y engorde de porcinos y pollos; así como también la crianza de ganado bovino, por la producción de leche y sus derivados

En el siguiente cuadro se presenta el resumen de la actividad pecuaria del Municipio.:

Cuadro 13
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Resumen de la Actividad Pecuaria
Año: 2004

Concepto	Volumen Unidades	Valor de la Producción Q.	Participación %
Microfincas			
Ganado bovino en la producción de leche y sus derivados	20,520	91,800.00	1
Ganado porcino	544	816,000.00	8
Subfamiliares			
Ganado porcino	1,026	1,539,000.00	16
Familiares			
Ganado bovino en la producción de leche y sus derivados	204,800	614,400.00	6
Producción avícola	322,200	6,762,000.00	69
Total	548,890	9,823,200.00	100

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

Como se aprecia en el cuadro anterior, la producción avícola es el rubro que mayor ingreso representa a los productores con un 69%, le sigue en orden de importancia el ganado porcino con un 24%, por último el ganado bovino para la producción de leche y sus derivados con un 7%.

En el Municipio existen cinco granjas de crianza y engorde de pollos, ubicadas en aldea Las Lagunas y El Terrero, aldea Ojechejel, asimismo existe una granja que se dedica sólo a la producción de huevos y su comercialización es dentro y fuera del Municipio.

En lo que respecta al ganado porcino, de acuerdo a la muestra estudiada, se determinó que la Aldea Chinacá es la que se dedica a la crianza y engorde de cerdos. La producción se vende en el mercado local del Municipio.

1.12.3 Producción artesanal

El porcentaje de participación de esta actividad productiva dentro de la economía del Municipio es del 30% y genera empleo a 700 personas que representan el 2% de la población económica activa -PEA-, ya que la mano de obra que emplea es familiar y los productores sólo requieren contratar mano de obra asalariada si el nivel de producción es alto.

Entre las actividades artesanales que se pueden encontrar en el municipio de Huehuetenango se destacan: La elaboración de colchas, con 43 productores, localizados en: Zonas 9 (Zaculeu Centro y Zaculeu Capilla), 10, 11 y 12, además de las Aldeas: Las Lagunas, San Lorenzo, Chimusinique, Cambote, Suculique, Canselaj y El Caserío Chilojá.

También se localizaron herrerías y carpinterías, que sólo producen contra pedido o encargo. La producción de pan es diaria y se distribuye en las diferentes zonas y mercados del Municipio.

El cuadro siguiente presenta el resumen de la actividad artesanal del Municipio para el año 2004.

Cuadro 14
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Resumen de la Actividad Artesanal
Año: 2004

Concepto	Volumen Unidades	Valor de la Producción Q.	Participación %
Pequeño artesano			
Panadería	2,649,600	874,368.00	13
Carpintería	576	1,113,600.00	17
Herrería	2,352	1,209,600.00	18
Colchas	9,600	336,000.00	5
Mediano artesano			
Colchas	57,600	3,168,000.00	47
Total	2,374,128	6,701,568.00	100

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

La actividad de elaboración de colchas tiene un 52% de participación en la economía del Municipio, la herrería contribuye con el 18%, lo que genera un valor de producción de Q 1,209,600.00, la carpintería aporta Q 1,113,600.00 para colaborar con el 17%. La panadería aporta Q 874,368.00 que representa 13% de participación en el valor de la producción.

1.12.4 Producción agroindustrial

Entre la actividad agroindustrial que realiza el Municipio se puede mencionar tres tostaderías de café, que participa en la economía con un valor de la producción equivalente al 4% y genera empleo a menos del 1% de la población económica activa -PEA-. A continuación se presenta el resumen de la actividad agroindustrial:

Cuadro 15
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Resumen de la Actividad Agroindustrial
Año: 2004

Concepto	Volumen Unidades	Valor de la Producción Q.	Participación %
Mediana empresa			
Café	50,000	650,000.00	76
Grande Empresa			
Café	6,000	210,000.00	24
Total	56,000	860,000.00	100

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

Como se observa en el Municipio se efectúa una sola actividad agroindustrial, y esta consiste en el procesamiento y comercialización de 56,000 libras de grano, que produce un ingreso económico de Q 860,000.00.

1.12.5 Producción industrial

La producción industrial de Huehuetenango es generada por dos industrias: Fábrica de helados Superior y Embotelladora de bebidas y agua pura El Manantial. El proceso industrial representa el 5% de la actividad económica del Municipio, con un valor de Q1,174,800.00, que corresponde a la fábrica de helados, la embotelladora no proporciona información respecto a su volumen de producción y ventas . Estas industrias generan empleo para 69 personas, que representa el 1% de la población económicamente activa -PEA-. En el siguiente cuadro se presenta el resumen de la actividad industrial.

Cuadro 16
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Resumen de la Actividad Industrial
Año: 2004

Concepto	Volumen Unidades	Valor de la Producción Q.	Participación %
Mediana empresa			
Heladería			
Paleta	720,000	792,000.00	67
Sándwich	144,000	324,000.00	28
Helado cremoso envasado	6,240	58,800.00	5
Total	870,240	1,174,800.00	100

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

El cuadro anterior, indica que el helado de paleta genera el mayor ingreso de la actividad industrial del Municipio, con un valor en la producción de Q 792.,000.00, que representa el 67% de los ingresos. El sándwich participa con el 28% y un valor de producción de Q 324,000.00. El helado cremoso envasado constituye el 5% del total de la producción de la fabrica de Helados superior.

1.12.6 Comercio y servicio

Este sector genera 2,784 empleos, que representa el 8% de la población económicamente activa –PEA-. La participación en la economía del municipio de Huehuetenango se estableció con base a datos proporcionados por la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT- y de acuerdo al trabajo de campo realizado. Las principales actividades se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 17
Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango
Número de Establecimientos Autorizados por Tipo de Servicio
Año: 2004

Actividad	No. de establecimientos	%
Barbería	6	2.68
Bancos	16	7.14
Hoteles	30	13.39
Café Internet	8	3.57
Clínicas	21	9.38
Constructoras	13	5.80
Cooperativas de Ahorro	3	1.34
Funerarias	4	1.79
Imprenta	4	1.79
Laboratorio Clínico	6	2.68
Molinos de Nixtamal	20	8.93
Oficina Contable	7	3.13
Oficina Jurídica	15	6.70
Restaurantes y Cafeterías	41	18.30
Salones de belleza	7	3.12
Taller mecánico	15	6.70
Transportes	5	2.23
Veterinarias	3	1.33
Total	224	100

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Censo Oficial de la Cabecera Departamental de la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-.

El cuadro anterior indica que los servicios de mayor trascendencia son: Restaurantes y los Hoteles, con el 18.30% y 13.39% en el mismo orden, para un total de 71 establecimientos. El desarrollo comercial del Municipio es evidente, año con año, debido a que en el casco urbano existe una diversidad de comercios que ofrece bienes y servicios a los habitantes de Huehuetenango.

A continuación se presenta el número de establecimientos autorizados por tipo de comercio, para el año 2004.

Cuadro 18
Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango
Número de Establecimientos Autorizados por Tipo de Comercio
Año: 2004

Actividad	No. de establecimientos	%
Abarrotería y Miscelánea	15	3.48
Aceitera y Acumuladores	6	1.39
Agropecuarias	8	1.86
Almacenes	62	14.39
Repuestos vehículos	25	5.80
Beneficio de Café	3	0.70
Zapaterías	25	5.80
Cantinas	12	2.78
Comerciales varios	48	11.15
Depósitos varios	17	3.94
Distribuidoras varias	42	9.74
Electrodomésticos	4	0.93
Electrónicas	5	1.16
Farmacia	23	5.34
Ferretería	17	3.94
Estudios fotográficos	9	2.09
Gasolineras	6	1.39
Librerías	22	5.10
Repuestos motocicletas	3	0.70
Mueblerías	5	1.16
Óptica y joyerías	7	1.62
Supermercados	2	0.46
Panaderías	6	1.39
Peleterías	7	1.63
Tiendas	52	12.06
Total	431	100

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Censo Oficial de la Cabecera Departamental de la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-.

En el cuadro anterior se observa que los establecimientos con mayor presencia en el Municipio son: Los almacenes, distribuidoras, farmacias, zapaterías, venta de repuestos para vehículos y librerías.

Dentro de esta clasificación no se incluyeron varios comercios y servicios que por su importancia económica no fueron detalladas por no representar un

porcentaje significativo en relación a los otros. Entre éstos están: Heladerías, servicios de seguridad, gimnasio, pinchazos, venta de computadoras, serigrafía, multifiestas, escuelas de automovilismo y venta de gas.

1.13 FLUJO COMERCIAL

Representa los principales productos de importación y exportación que se comercializan dentro del Municipio.

1.13.1 Principales productos que importa el municipio

Se tomará en cuenta como importaciones los productos que ingresan y se utilizan para el consumo, transformación o comercialización. A continuación, se detallan los principales productos que importa Huehuetenango: Llantas, pinturas, combustibles y lubricantes, electrodomésticos, vehículos, repuestos, calzado, insumos agrícolas, insumos textiles, insumos agropecuarios, telefonía celular y accesorios, computadoras y accesorios, agua pura embotellada, cervezas, bebidas gaseosas, golosinas, boquitas, maquinaria y equipo, alimentos envasados, mariscos, papelería y útiles de oficina, libros, harina, medicamentos, productos lácteos, embutidos, cigarrillos, cosméticos, lámina, hierro, abarrotes en general, revistas y periódicos, materiales eléctricos, materiales de construcción, gas propano, productos de plástico, utensilios de cocina, juguetes, productos cerámicos, vinos, licores, accesorios para ópticas y equipo de cocina, los cuales provienen de la Capital de la República y departamentos circunvecinos.

Productos que importa del exterior, de forma principal de México: Ropa de vestir, ropa de cama, galletas, golosinas, productos de limpieza, medicina, productos lácteos, joyería, electrodomésticos, implementos deportivos, cosméticos, abarrotes, utensilios de cocina y materiales eléctricos entre otros.

1.13.2 Principales productos que exporta el Municipio

Entre estos productos se encuentran: Colchas, carne pollo y cerdo en pie y minerales. Estos productos son vendidos a mayoristas para ser colocados en mercados de la ciudad capital y municipios circunvecinos. Huehuetenango es un municipio consumidor y no productor, por lo que son escasos los productos para exportar, debido a la falta de organización de pequeños productores, con lo cual no pueden tener acceso recursos financieros y técnicos existentes.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO ELABORACIÓN DE COLCHAS

Se determinó que la elaboración de colchas es parte de la rama artesanal del municipio de Huehuetenango y según el I Censo Artesanal de 1978, existían artículos confeccionados de materiales textiles 210 establecimientos, hilado, tejido y acabado de textiles 48 establecimientos, esto significa que según información obtenida esta clase de tejido a comparación con otros años, ha bajado en 78%, una de las causas por la importación de productos, y la dedicación de otros trabajos como la albañilería, en el Municipio hay artesanos que se dedican a la actividad de fabricación de colchas, de diferentes estilos y tamaños, las cuales se elaboran en telares de pie.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Las colchas son piezas grandes de algodón, hilo y/o sedalina, en diversos colores tales como: azul, verde, blanco, durazno, celeste y colores combinados, asimismo en diseños variados. Este producto es elaborado en forma manual en telares.

2.1.1 Variedad del producto

Existen varios tamaños de colchas entre los cuales están: imperial, semi matrimonial, matrimonial y king.

2.1.2 Características y usos

Las colchas ofrecen suavidad al tacto, durabilidad, bajo costo y facilidad de lavado. Otras cualidades que tienen son: colores firmes, diseños modernos y son lavables en casa.

Se trata de un artículo de ornamento para la cama; indispensable para dar presencia y buena imagen en la recámara de todos los hogares, independiente del nivel socioeconómico.

2.2 PRODUCCIÓN PEQUEÑO ARTESANO

La elaboración de colchas es una actividad de importancia para las diferentes comunidades del Municipio. En la actualidad existen cinco unidades productivas que se clasifican como pequeños artesanos y los ingresos que obtienen de la producción son utilizados para los diferentes gastos familiares.

2.2.1 Volumen y valor

El volumen y valor de la producción se determina por la cantidad que el productor fabrica, por lo cual se tomaron en cuenta cinco unidades productivas como pequeños artesanos datos proporcionados por el productor. A continuación se presenta el siguiente cuadro la producción de colchas anual

Cuadro 19
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Producción de Colchas
Volumen y Valor de la Producción
Nivel Tecnológico Tradicional
Pequeño Artesano
Año: 2004

Producto	Unidades productivas	Volumen de producción	Precio de Venta Q.	Valor Q.
Colchas				
Imperial	5	4,800	25.00	120,000.00
Semi-matrimonial	5	4,800	45.00	216,000.00
Total		9,600		336,000.00

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

Se estableció que el pequeño artesano produce 4,800 unidades de colchas

imperial así como de semi matrimonial, con un valor de Q120,000.00 y de Q216,000 el orden mencionado.

2.2.2 Destino de la producción

Los pequeños artesanos venden las colchas que elaboran al mayorista, el cual está ubicado dentro del Municipio. Los ingresos que adquieren son utilizados para continuar con esta actividad y para los gastos familiares.

2.3 TECNOLOGÍA

La tecnología utilizada es nivel tradicional, debido que la mano de obra es familiar, no existe división del trabajo, proceso productivo simple, no existe asistencia técnica, maquinaria construida de manera con piezas de metal, su uso de forma manual y de pie.

2.4 COSTO DE PRODUCCIÓN

Está integrado por la materia prima, mano de obra y costos indirectos variables en la producción de colchas tamaño imperial y semi-matrimonial para el pequeño artesano.

- **Materia prima**

En el siguiente cuadro se presenta el requerimiento de materia prima necesaria para la elaboración de una colcha, en tamaño imperial y semi-matrimonial.

Cuadro 20
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Requerimiento de Materia Prima Según Encuesta e Imputados
Producción de una Colcha
Nivel Tecnológico Tradicional
Pequeño Artesano
Año: 2004

Año: 2004						
Concepto	Unidad de Medida	Cantidad por colcha		Precio Unitario Q.	Valor por colcha	
		Imperial	Semi-metri.		Imperial Q.	Semi-metri. Q.
MATERIA PRIMA						
Hilo	Libra	0.5	1	15.00	7.50	15.00
Lana color	Libra	0.5	1	17.00	8.50	17.00
Total					16.00	32.00

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

El cuadro anterior muestra la materia prima requerida para la fabricación de colchas, según encuesta es la misma que la imputada, la materia prima para la elaboración de colchas utiliza hilo y lana.

- **Mano de obra**

A continuación se presenta el requerimiento de mano de obra, para la fabricación de una colcha, para el tamaño imperial, y el semi-matrimonial.

Cuadro 21
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Requerimiento Mano de Obra Imputada
Producción de una Colcha
Nivel Tecnológico Tradicional
Pequeño Artesano
Año: 2004

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad por colcha		Costo Unitario Q.	Valor por colcha	
		Imperial	Semi-matri		Imperial	Semi-Matri
					Q.	Q.
MANO DE OBRA						
Tejedor	Unidad	1		3.50	3.50	
Tejedor	Unidad		1	5.00		5.00
Bonificación	Hora				0.52	1.04
Séptimo día	%				0.67	1.01
Total					5.00	7.00

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

El cuadro anterior muestra los costos que no cuantifican en la de producción, como se puede apreciar la mano de obra es pagada por pieza producida en este caso la colcha tamaño Imperial es fabricada en media hora y la matrimonial en una hora, esto indica que el tejedor puede producir un promedio de una a quince unidades, lo cual podría ganar de Q 35.00 a Q 50.00 quetzales diarios depende de las piezas producidas por el tejedor.

- **Costos indirectos variables**

En el siguiente cuadro se detalla los costos indirectos que participan en el proceso de producción de una colcha, imperial y semi-matrimonial.

Cuadro 22
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Requerimiento Costos Indirectos Variables Imputados
Producción de una Colcha
Nivel Tecnológico Tradicional
Pequeño Artesano
Año: 2004

Concepto	Unidad de Medida Q.	Base Legal Q.	Monto Base Q.	Valor Q.
COSTOS INDIRECTOS VARIABLES				
Imperial				
Combustible	Galón	0,0081	16.00	0.13
Cuota patronal	Porcentaje	12,67	4.17	0.53
Prestaciones Laborales	Porcentaje	30,55	4.17	1.27
Total				2.00
Semi-matrimonial				
Combustible	Galón	0,0081	16.00	0.13
Cuota patronal	Porcentaje	12,67	6.01	0.76
Prestaciones Laborales	Porcentaje	30,55	6.01	1.84
Total				3.00

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

El cuadro anterior describe los costos indirectos que participan en la elaboración de colchas, dichos costos el productor no cuantifica en sus costos. Entre ellos se hace mención de las cuotas patronales con un porcentaje de 12.67%.

Con lo referente a las prestaciones laborales con un porcentaje del 30.55%, esta integrada de la siguiente manera: 9.72% indemnización según el artículo 82 del Código de Trabajo Decreto 1441, 8.33% aguinaldo según artículo uno de acuerdo al Decreto 76-78 Ley Reguladora de la Prestación de Aguinaldo de los Trabajadores del Sector privado, 8.33% bono 14 según artículo uno del Decreto 42-92 del Congreso de la República de Guatemala, 4.17% vacaciones según lo establece el artículo 130 de acuerdo al Código de Trabajo.

- **Costo directo de producción**

Se presenta el cuadro que contiene los elementos que participan en el costo de producción de colchas

Cuadro 23
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Costo Directo de Producción Según Encuesta e Imputado
Producción de Colcha
Nivel Tecnológico Tradicional
Pequeño Artesano
Año: 2004

Concepto	Según Encuesta		Según Imputado		Variaciones
	Imperial Q.	Semi-matri. Q.	Imperial Q.	Semi-matri. Q.	
Materia Prima	76,800.00	153,600.00	76,800.00	153,600.00	
Mano de Obra			24,000.00	33,600.00	(57,600.00)
Costos Indirectos					
Variables			9,600.00	14,400.00	(24,000.00)
Costo de Producción	76,800.00	153,600.00	110,400.00	201,600.00	(81,600.00)
Producción en Unidades	4800	4800	4800	4800	
Costo Uni.	16.00	32.00	23.00	42.00	

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

En el cuadro anterior se observa los tres elementos que intervienen en la producción de fabricación de colchas, para ambos tamaños se produce la cantidad de 4800 unidades, El elemento de mayor inversión para el productor es la materia prima con 76%, el tamaño semi-matrimonial y 70% para el tamaño imperial.

Al comparar los datos según encuesta con lo imputado puede apreciarse que existe variación en el elemento mano de obra y costos indirectos variables esto indica que el productor no considera todos los costos, (bonificación incentivo, séptimo día, prestaciones laborales, cuota patronal).

2.5 RENTABILIDAD

Rendimiento que obtiene el productor por las unidades producidas, en relación con una inversión determinada, se analizará con relación a valor total de las ventas y el costo de producción.

Cuadro 24
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Rentabilidad
Producción de Colchas
Nivel Tecnológico Tradicional
Pequeño Artesano
Año: 2004

Concepto	Cantidad en Unidades	Valor De Ventas Q.	Costos De Producción Q.	Ganancia Marginal Q.	Rentabilidad	
					s/ventas	s/costos
					%	%
Encuesta						
Imperial	4,800	120,000.00	76,800.00	43,200.00	36	56
Semi-Matr.	4,800	216,000.00	153,600.00	62,400.00	29	40
Imputados						
Imperial	4,800	120,000.00	110,400.00	9,600.00	8	9
Semi-Matr.	4,800	216,000.00	201,600.00	14,400.00	7	7

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

El cuadro anterior indica según encuesta que por cada quetzal que invierte el productor obtiene una utilidad de Q0.56 en la producción de colchas tamaño imperial y Q0.40 para el tamaño semi-matrimonial. Por cada quetzal que ingresa se genera un beneficio de Q0.36 por la colcha tamaño imperial y Q0.29 para el tamaño semi-matrimonial.

Según datos imputados por cada quetzal invertido se obtiene la utilidad de Q0.09 y por cada quetzal que ingresa se genera también un beneficio de Q 0.08 en lo que respecta al tamaño imperial y en relación al tamaño semi-matrimonial

por cada quetzal que invierte el productor obtienen utilidad de Q 0.07 y por cada quetzal que ingresa se genera un beneficio de Q 0.07.

La variación en la rentabilidad entre los datos de la encuesta y lo imputado es debido a que el productor artesanal no cuantifica todos los costos.

2.6 FINANCIAMIENTO

Acto a través del cual las instituciones bancarias y financieras otorgan fondos a los artesanos que elaboran colchas, quienes deben cumplir con requisitos establecidos para tener acceso al crédito, el que contribuye para mejorar la producción y expandir las ventas.

2.6.1 Tipos y fuentes de financiamiento

Es de donde se obtienen los recursos financieros para la ejecución de una nueva actividad de producción de bienes y servicios, los cuales pueden ser internos o externos.

- **Financiamiento Interno:**

Se estableció que los productores de colchas usan el autofinanciamiento, consiste en reinvertir las utilidades obtenidas en producciones anteriores.

- **Financiamiento Externo:**

Es cuando recibe préstamos de instituciones bancarias, financieras, crédito de parte de proveedores y anticipos por parte de los clientes sobre los productos a elaborar.

2.7 COMERCIALIZACIÓN

En la producción y comercialización de estos productos debe tomarse en cuenta

la mezcla de mercadotecnia que comprende producto, precio, plaza y promoción.

2.7.1 Producto

Las colchas son clasificadas como productos duraderos, están elaboradas de forma manual a base de hilo, lana y algodón, en distintas presentaciones, colores como: azul, verde, blanco, durazno, celeste y colores combinados así como en diversos tamaños: imperial, semi-matrimonial y matrimonial. La comercialización se realiza en las viviendas de los artesanos que es donde se elaboran. Se utilizan bolsas plásticas transparentes para el empaque y de esta manera se facilita el traslado del producto.

2.7.2 Precio

Se determina por los costos en los cuales ha incurrido el artesano para elaborar el producto.

Los precios para los diferentes tamaños de colchas son los siguientes: imperial Q25.00, semi matrimonial Q45.00, matrimonial Q50.00.

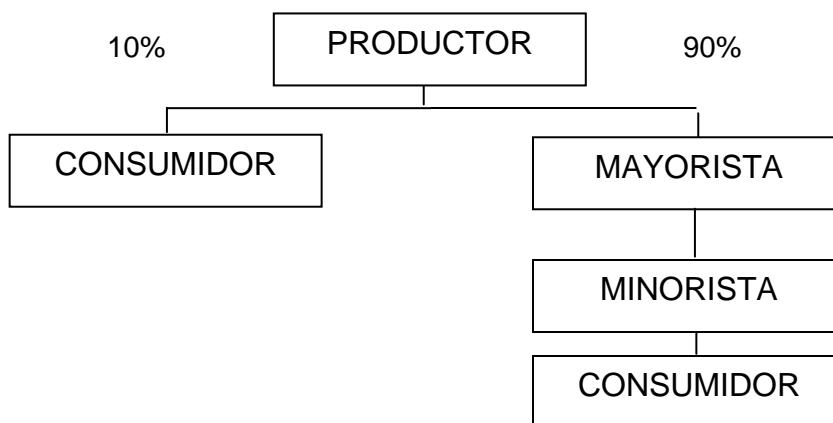
2.7.3 Plaza

La comercialización de este producto se realiza en las viviendas que es donde están ubicados los telares, asimismo los artesanos realizan las entregas en forma directa al mayorista.

2.7.3.1 Canales de comercialización

Es una serie de fases por la cuales debe pasar un producto, desde que se produce hasta que se va a consumir. El canal que se utiliza en la comercialización de colchas es el indirecto, ya que existen intermediarios para llegar al consumidor final como se puede observar en la siguiente gráfica:

Gráfica 3
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Canales de Comercialización Indirecta
Elaboración de Colchas
Año: 2004



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

En la gráfica se observa que el 90% de la producción es vendida al mayorista y el 10% restante al consumidor final. La transportación de las colchas es realizada por cada uno de los artesanos hacia la ubicación del mayorista y la entrega es efectuada el día sábado de cada semana, este costo es incluido dentro del precio de venta.

2.7.3.2 Márgenes de comercialización

Son la diferencia que existe entre el precio que paga el consumidor y el que recibe el productor. A continuación se presenta el cuadro de margen de comercialización de la elaboración de colchas:

Cuadro 25
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Márgenes de Comercialización
Elaboración de Colchas Imperial
Año: 2004

Agente O Ente	Precio de Venta	Margen Bruto de Comerc.	Costo De Mercadeo	Margen Neto Comerc.	% Rentabilidad	% Participación
<u>Productor</u>						
Imperial	23					51
<u>Mayorista</u>						
Imperial	25	2.00	0.75	1.25	5.44	49
Empaque			0.25			
Transporte			0.50			
Total		2.00		1.25		100

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

El productor tiene el 51% de participación en el precio de venta al consumidor mientras que el intermediario el 49%, quien obtiene además un rendimiento del 5.44% de la inversión que realiza. El margen bruto de comercialización establece que por cada quetzal que paga el consumidor final, Q. 0.49 es para el intermediario y Q.0.51 para el artesano.

Cuadro 26
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Márgenes de Comercialización
Elaboración de Colchas Semi matrimonial
Año: 2004

Agente O Ente	Precio de Venta	Margen Bruto de Comerc.	Costo De Mercadeo	Margen Neto Comerc.	% Rentabilidad	% Participación
<u>Productor</u>						
Semi-matrimonial	35.00					58
<u>Mayorista</u>						
Semi-matrimonial	45.00	10.00	1.50	8.50	24.29	42
Empaque			0.50			
Transporte			1.00			
Semi-matrimonial		10.00		8.50		100

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

El productor participa con el 58% del precio al consumidor y el 42% restante corresponde al mayorista, quien obtiene un rendimiento del 24.29% de la inversión que realiza. El margen bruto de comercialización establece que por cada quetzal que paga el consumidor final, Q. 0.42 es para el intermediario y Q.0.58 para el artesano.

Cuadro 27
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Márgenes de Comercialización
Elaboración de Colchas Matrimonial
Año: 2004

Agente O Ente	Precio de Venta	Margen Bruto de Comerc.	Costo De Mercadeo	Margen Neto Comerc.	% Rentabilidad	% Participación
<u>Productor</u>						
Matrimonial	50					56
<u>Mayorista</u>						
Matrimonial	60	10.00	3.00	7.00	14	44
Empaque			1.00			
Transporte			2.00			
Total		10.00		7.00		100

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

El productor participa con el 56% del precio al consumidor y el 44% restante corresponde al mayorista, quien obtiene un rendimiento del 14% de la inversión que realiza. El margen bruto de comercialización establece que por cada quetzal que paga el consumidor final, Q. 0.44 es para el intermediario y Q.0.56 para el artesano.

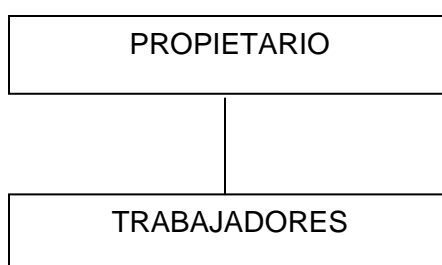
2.7.4 Promoción

Los artesanos que elaboran las colchas no utilizan ningún tipo de promoción. Los habitantes conocen la ubicación de los telares por lo que pueden referenciar a los nuevos clientes.

2.8 ORGANIZACIÓN

Se determinó que la elaboración de colchas puede ser clasificada como microempresa porque los instrumentos de trabajo son manuales, el propietario es el jefe de familia, está involucrado en la producción, en muchas ocasiones no tiene empleados sólo él elabora los productos, comercializa y adquiere los insumos.

Gráfica 4
Municipio Huehuetenango - Departamento de Huehuetenango
Elaboración de Colchas
Organización Empresarial
Año 2004



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

En la gráfica se puede observar que la organización lineal y todas las decisiones son tomadas por el propietario.

2.9 PRODUCCIÓN MEDIANO ARTESANO

Se identificó la existencia de un productor de colchas que se clasifican dentro de un nivel de tecnología II. Mediano artesano es aquel que se dedica a elaborar productos con un modesto capital, se encuentra por debajo de los niveles de acumulación, equipo tradicional de fábrica, mano de obra familiar, operarios asalariados, asistencia técnica en pequeña escala y materiales adecuados de mediana calidad.

2.9.1 Volumen y valor de la producción

Se determinó que el volumen de producción es de 100 docenas semanales de colchas, produce al año 4,800 docenas, en diferentes tamaños pero se costean las más vendidas como la semi-matrimonial y la matrimonial, lo cual se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 28
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Volumen de Producción
Nivel Tecnológico II
Mediano Artesano
Año: 2004

Producto	Unidades productivas	Volumen de producción	Precio de Venta Q.	Valor Q.
Colchas				
Semi-matrimonial	1	28,800	50.00	1,440,000.00
Matrimonial	1	28,800	60.00	1,728,000.00
Total		57,600		3,168.000.00

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

Como se puede apreciar el cuadro anterior presenta el volumen de producción de colchas del mediano artesano, los tamaños que se produce más son matrimonial que representan un 54% y el 46% semi-matrimonial

2.9.2 Destino de la producción

Las colchas son para la venta tanto a mayorista como a consumidor final. Los ingresos que adquieren en las ventas son utilizados para los gastos familiares así como para ser invertidos en las siguientes producciones.

2.10 TECNOLOGÍA

Esta clase de actividad artesanal, la maquinaria que utilizan son telares de pie que están fabricados con madera y son utilizados en forma manual, la medida

de estos telares de pie miden un aproximado de dos metros y medio.

Son talleres que utilizan los materiales necesarios de mediana calidad, herramienta y equipo tradicional, la división del trabajo se da en menor escala y tienen operarios que realizan el proceso productivo, emplean mano de obra propia y familiar, el rendimiento de su actividad genera ganancia. Las instalaciones son amplias, el mantenimiento de los telares de pie solo utilizan aceite.

Existe el inconveniente que la compra de las colchas baja durante la época de verano pero en invierno se incrementa la misma, lo anterior no afecta la producción ya que el producto se mantiene almacenado en bodegas. Sus centros de venta son en la capital y en el Municipio.

2.11 COSTO DE PRODUCCIÓN

Son operaciones que se realizan para determinar el costo de la producción de colchas tamaño semi-matrimonial y matrimonial para el mediano artesano, costos que se obtienen a través de los elementos, integrados por materia prima, mano de obra, costo directo de producción. A continuación se presentan los requerimientos necesarios para elaboración de una colcha.

- **Materia prima**

En el siguiente cuadro se presenta el requerimiento de materia prima necesaria para la elaboración de una colcha, en tamaño semi-matrimonial y matrimonial

Cuadro 29
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Requerimiento de Materia Prima Según Encuesta e Imputados
Producción de una Colcha
Nivel Tecnológico II
Mediano Artesano
Año: 2004

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad		Precio	Valor por colcha	
		Semi-Matr.	Matr.	Unitario Q.	Semi-Matr. Q.	Matr. Q.
MATERIA PRIMA						
Hilo	Libra	1	1.25	14.00	14.00	18.00
Lana color	Libra	1	1.25	16.00	16.00	20.00
Total					30.00	38.00

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

Se puede apreciar en el cuadro anterior que la materia prima necesaria para fabricar las colchas, según encuesta es la misma que la imputada, representa del total del costo de producción 73%, en esta actividad artesanal solo utilizan dos clases de materiales hilo y lana, el precio varía en comparación del pequeño artesano, esta clase de material el productor lo compra en el departamento de Guatemala.

- **Mano de obra**

A continuación se presenta el requerimiento de mano de obra, para la fabricación de una colcha, para el tamaño semi-matrimonial y matrimonial.

Cuadro 30
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Requerimiento Mano de Obra Imputada
Producción de una Colcha
Nivel Tecnológico II
Mediano Artesano
Año: 2004

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad		Costo Unitario Q.	Valor por colcha	
		Semi-Matr.	Matr.		Semi-Matr. Q.	Matr. Q.
MANO DE OBRA						
Tejedor	Unidad	1		5.00	5.00	
Tejedor	Unidad		1	7.00		7.00
Bonificación	Hora				1.04	1.56
Séptimo día	Día				1.01	1.43
Total					7.00	10.00

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

El cuadro anterior muestra la mano de obra que el productor utiliza en la elaboración de colchas semi matrimonial y matrimonial. Como se puede apreciar la mano de obra es pagada por pieza producida en este caso la colcha tamaño semi-matrimonial es fabricada en una hora y la matrimonial en una hora y media, esto indica que el tejedor puede sacar un promedio de seis a ocho colchas lo cual podría ganar de Q 40.00 a Q 50.00 quetzales diarios depende de las piezas producidas por el tejedor.

- **Costos indirectos variables**

En el siguiente cuadro se detalla los costos indirectos variables imputados que forman parte del proceso productivo.

Cuadro 31
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Costos Indirectos Variables Imputados
Producción de una Colcha
Nivel Tecnológico Tradicional
Mediano Artesano
Año: 2004

Concepto	Unidad de Medida Q.	Base Legal Q.	Monto Base Q.	Valor Q.
COSTOS INDIRECTOS VARIABLES				
Semi-matrimonial				
Combustible	Galón	0.0081	16.00	0.13
Cuota patronal	Porcentaje	12.67	6.01	0.76
Prestaciones Laborales	Porcentaje	30.55	6.01	1.84
Total				3.00
Matrimonial				
Combustible	Galón	0,0081	16.00	0.13
Cuota patronal	Porcentaje	12.67	8.34	1.06
Prestaciones Laborales	Porcentaje	30.55	8.34	2.55
Total				4.00

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

El cuadro anterior describe los costos indirectos que participan en la fabricación, dichos costos el productor no los cuantifica. Entre ellos se hace mención de las cuotas patronales con porcentaje de 12.67%.

Con lo referente a las prestaciones laborales con porcentaje del 30.55%, esta integrada de la siguiente manera: 9.72% indemnización según el artículo 82 del Código de Trabajo Decreto 1441, 8.33% aguinaldo según artículo uno de acuerdo al Decreto 76-78 Ley Reguladora de la Prestación de Aguinaldo de los Trabajadores del Sector privado, 8.33% bono 14 según artículo uno del Decreto 42-92 del Congreso de la República de Guatemala, 4.17% vacaciones según lo establece el artículo 130 del acuerdo al Código de Trabajo.

- **Costo indirecto de producción**

A continuación se presenta el cuadro que contiene el costo directo de producción para la fabricación de 57,600 unidades de colchas.

Cuadro 32
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Costo Directo de Producción Según Encuesta e Imputado
Producción de Colcha
Nivel Tecnológico II
Mediano Artesano
Año: 2004

Concepto	Según Encuesta		Según Imputado		Variaciones
	Semi-Matr. Q.	Matrimonial Q.	Semi-Matr. Q.	Matrimonial Q.	
Materia	864,000.00	1,094,400.00	864,000.00	1,094,400.00	
Prima					
Mano de Obra			201,600.00	288,000.00	(144,000.00)
Costos Ind.					
Variables			86,400.00	115,200.00	(201,600.00)
Costo de					
Producción	864,000.00	1,094,400.00	1,152,000.00	1,497,600.00	(345,600.00)
Producción					
en unidades	28,800	28,800	28,800	28,800	
Costo					
Unitario.	30.00	38.00	40.00	52.00	

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

El cuadro anterior muestra los elementos que intervienen en el proceso de producción de colchas y la variación que se observa es debido a que el productor no cuantifica todos sus costos (bonificación incentivo, séptimo día, prestaciones laborales y cuota patronal). La materia prima participa con 75% para tamaño semi-matrimonial y 73% tamaño matrimonial, la mano de obra para la colcha semi-matrimonial es del 18%, el tamaño matrimonial 19%, los costos indirectos variables están representados por 7% tamaño semi-matrimonial y 8% para matrimonial.

2.12 RENTABILIDAD

Es el grado de capacidad para producir una renta o beneficio. A continuación se presenta la rentabilidad sobre las ventas y sobre la inversión, por lo cual se obtiene la utilidad por cada quetzal.

Cuadro 33
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Rentabilidad
Producción de Colcha
Nivel Tecnológico II
Mediano Artesano
Año: 2004

Concepto	Cantidad En Unidades	Valor De Ventas Q.	Costo De Producción Q.	Ganancia Marginal Q.	Rentabilidad	
					s/Vent	s/cost
					%	%
Encuesta						
Semi-matri.	28,800	1,440,000.00	864,000.00	576,000.00	40	67
Matrimonial	28,800	1,728,000.00	1,094,400.00	633,600.00	36	58
Imputados						
Semi-matri.	28,800	1,440,000.00	1,152,000.00	288,000.00	20	25
Matrimonial	28,800	1,728,000.00	1,497,400.00	230,400.00	13	15

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

En la relación ganancia – costos según encuesta la fabricación de colchas se obtiene de rendimiento 67% tamaño semi-matrimonial, 58% tamaño matrimonial esto significa que por cada quetzal que se invierte en costos se obtiene Q 0.67 y Q 0.58 para el respectivo tamaño. Con lo referente a datos imputados el productor por cada quetzal que invierte obtiene un rendimiento 25% y 15% sobre el costo, esto equivale en quetzales Q 0.25 y Q 0.15 por cada tamaño.

Como se observa en la información anterior la relación ganancia – ventas para la fabricación de colchas según encuesta se obtuvo una ganancia de 40% y 36%

correspondiente para el tamaño semi-matrimonial y matrimonial, por cada venta realizada obtiene utilidad de Q 0.40 semi-matrimonial y Q 0.36 tamaño matrimonial.

Con lo referente a los datos imputados se obtiene utilidad por cada quetzal 20% y 13% por cada producto que se vende, que equivale a Q 0.20 y Q 0.13, utilidad respectiva para cada tamaño.

2.13 FINANCIAMIENTO

Es de donde se obtienen los recursos financieros para la ejecución de una nueva actividad de producción de bienes y servicios, los cuales pueden ser internos o externos.

2.13.1 Tipos y fuentes de financiamiento

Los medianos artesanos obtienen su financiamiento de la siguiente manera:

- **Financiamiento Interno:**

Es el aporte de la mano de obra familiar y la reinversión de utilidades obtenidas en producciones anteriores.

- **Financiamiento Externo**

Los artesanos prefieren trabajar su producción financiada por una cooperativa local llamada Coosadeco R.L. debido a que el trámite para realizar la gestión del crédito es más sencilla que la de otras instituciones bancarias. El porcentaje de interés es 16% y la garantía es de tipo fiduciario. El plazo para el pago de la deuda adquirida es de hasta 36 meses. Además los proveedores brindan crédito de hasta 30 días en las compras de materia prima.

La recuperación de la inversión en la producción de colchas es en forma

inmediata debido a que la venta se efectúa al contado.

2.14 COMERCIALIZACIÓN

En la producción y comercialización de estos productos debe tomarse en cuenta el precio, el lugar y forma en que se llegará al consumidor final, los medios de comunicación que se emplearán para dar a conocer al consumidor el producto, por lo que a continuación se analiza esta actividad por medio de la mezcla de mercadeo.

2.14.1 Producto

Las colchas son elaboradas con hilo y lana, en diferentes colores, tamaños, están identificadas con etiquetas de los artesanos. Su presentación se realiza en el lugar donde se producen y para ser entregadas al consumidor se empaca en una bolsa de plástico sin ningún tipo de promoción.

La línea de producto que existe es: colchas tamaño imperial, semi matrimonial, matrimonial y king

2.14.2 Precio

Es determinado al tomar en cuenta la inversión realizada, la mano de obra y la ganancia que desea tener el artesano sobre el producto.

Los precios para los diferentes tamaños de colchas son los siguientes: imperial Q25.00, semi matrimonial Q50.00, matrimonial Q60.00 y king Q100.00

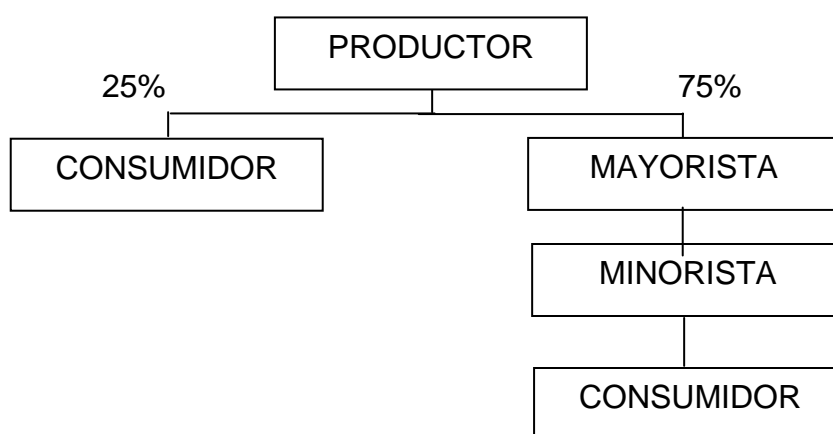
2.14.3 Plaza

La comercialización de este producto se realiza de dos maneras, en los mismos lugares de elaboración que a la vez son sus viviendas y entregas al mayorista en la ciudad capital, para lo cual utiliza vehículo propio para el traslado respectivo.

2.14.3.1 Canales de comercialización

El canal de mercadotecnia es el indirecto ya que existen intermediarios para llegar al consumidor final como se puede observar en la siguiente gráfica:

Gráfica 5
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Canales de Comercialización Indirecta
Elaboración de Colchas
Año: 2004



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

En la gráfica se observa que el 25% de la producción es vendida al consumidor final y el 75% al mayorista. La transportación de las colchas es realizada por el productor hacia Guatemala donde se encuentra el mayorista, el costo de este traslado es incluido dentro del precio de venta, no se utiliza ningún empaque especial, las colchas se colocan por docenas en bolsas transparentes de una arroba.

2.14.3.2 Márgenes de comercialización

Tiene por objetivo cubrir los costos de mercadeo y remunerar la intermediación por su participación en el proceso. Para su estudio se divide en margen bruto y margen neto de comercialización. A continuación se presenta el cuadro de margen de comercialización de la elaboración de colchas:

Cuadro 34
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Márgenes de Comercialización
Elaboración de Colchas Imperial
Año: 2004

Agente o Ente	Precio de Venta	Margen bruto de Comerc.	Costo De Mercadeo	Margen Neto Comerc.	% Rentabilidad	% Participación
<u>Productor</u>						
Imperial	25					42
<u>Mayorista</u>						
Imperial	40	15	0.75	14.25	57	58
Empaque			0.25			
Transporte			0.50			
Total		15		14.25		100

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

El productor participa con el 42% del precio al consumidor y el 58 % restante corresponde al mayorista, quien obtiene un rendimiento del 57% de la inversión que realiza. El margen bruto de comercialización establece que por cada quetzal que paga el consumidor final, Q. 0.42 es para el intermediario y Q.0.58 para el artesano.

Cuadro 35
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Márgenes de Comercialización
Elaboración de Colchas Semi-matrimonial
Año: 2004

Agente o Ente	Precio de Venta	Margen bruto de Comerc.	Costo De Mercadeo	Margen Neto Comerc.	% Rentabilidad	% Participación
<u>Productor</u>						
Semi-matrimonial	50					53
<u>Mayorista</u>						
Semi-matrimonial	75	25	1.50	23.50	47	47
Empaque			0.50			
Transporte			1.00			
Total		25		23.50		100

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

El productor participa con el 53% del precio al consumidor y el 43% restante corresponde al mayorista, quien obtiene un rendimiento del 47% de la inversión que realiza. El margen bruto de comercialización establece que por cada quetzal que paga el consumidor final, Q. 0.47 es para el intermediario y Q.0.53 para el artesano.

Cuadro 36
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Márgenes de Comercialización
Elaboración de Colchas Matrimoniales
Año: 2004

Agente o Ente	Precio de Venta	Margen bruto de Comerc.	Costo De Mercadeo	Margen Neto Comerc.	% Rentabilidad	% Participación
<u>Productor</u>						
Matrimonial	60					60
<u>Mayorista</u>						
Matrimonial	80	20	3.00	17	28	40
Empaque			1.00			
Transporte			2.00			
Total		20		17		100

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

El productor participa con el 60% del precio al consumidor y el 40% restante corresponde al mayorista, quien obtiene un rendimiento del 28% de la inversión que realiza. El margen bruto de comercialización establece que por cada quetzal que paga el consumidor final, Q. 0.40 es para el intermediario y Q.0.60 para el artesano.

Cuadro 37
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Márgenes de Comercialización
Elaboración de Colchas King
Año: 2004

Agente o Ente	Precio de Venta	Margen bruto de Comerc.	Costo De Mercadeo	Margen Neto Comerc.	% Rentabilidad	% Participación
<u>Productor</u>						
King	100					67
<u>Mayorista</u>						
King	125	25	<u>3.00</u>	22	22	33
Empaque			1.00			
Transporte			2.00			
Total		25		22		100

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

El productor participa con el 67% del precio al consumidor y 33% restante corresponde al mayorista, quien obtiene un rendimiento del 22% de la inversión que realiza. El margen bruto de comercialización establece que por cada quetzal que paga el consumidor final, Q. 0.33 es para el intermediario y Q.0.67 para el artesano.

2.14.4 Promoción

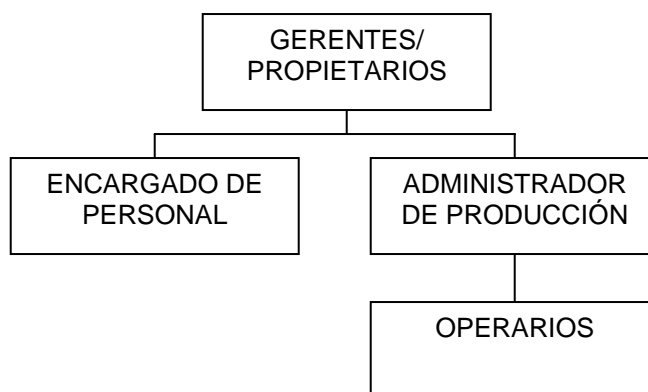
Los artesanos que elaboran las colchas no utilizan promociones. Para obtener información sobre los productos los habitantes de cada una de las aldeas y cantones conocen la ubicación de los artesanos, la referencia de los clientes es la que sirve para adquirir nuevos consumidores. En la actualidad el mediano empresario teje en la misma colcha el nombre de la empresa, por lo que puede ser visto por consumidores potenciales.

2.15 ORGANIZACIÓN

Este artesano se clasifica como pequeño empresario, cuenta con mano de obra asalariada, existe la división de trabajo, planificación de actividades; a pesar de lo anterior aún tienen deficiencias en su organización.

Por el contrario de los microempresarios, sí están inscritos en el Registro Mercantil General de la República, en la Superintendencia de Administración Tributaria, por lo que cumplen con el pago de sus impuestos.

Gráfica 6
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Elaboración de Colchas
Organización Empresarial-Mediano Empresario
Año: 2004



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS, segundo semestre 2004

La toma de decisiones es del gerente o propietario por lo que todas las actividades de comercialización, compra de materiales y producción están a cargo de él.

2.16 PROBLEMÁTICA DE LA PRODUCCIÓN DE COLCHAS

Entre los problemas que se presentan en la actualidad la producción de colchas se pueden mencionar:

- La falta de mano de obra ya que la población no tiene el mismo interés en esta actividad que en años anteriores y han dejado sus telares abandonados
- El que no exista una organización de los productores de colchas
- Falta de asistencia financiera y técnica en el área de comercialización

CAPÍTULO III

PROYECTO PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

En este capítulo se presenta el proyecto que consiste en la producción de chile pimiento, el cual beneficiará a los productores y a la población del municipio de Huehuetenango en forma económica asimismo en la creación de fuentes de trabajo.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Consiste en desarrollar la producción de chile pimiento, en una extensión de una manzana de terreno propiedad de un grupo de agricultores de la aldea Sucuj del municipio de Huehuetenango, para atender la demanda del mercado nacional. Este proyecto incluye estudio de mercado que lo comprende la oferta y demanda del producto, costos, canales y márgenes de comercialización, estudio técnico que presenta el proceso productivo, recursos que se necesitarán para el proyecto y la localización geográfica; el estudio administrativo legal que describe la forma de organización y condiciones legales necesarias para realizar el proyecto.

3.1.1 Presentación del chile pimiento

El chile pimiento es conocido científicamente como *Capsicum annum* L. *Var annum*, incluye un promedio de 25 especies y tiene su centro de origen en las regiones tropicales y subtropicales de América.

Los usos de los frutos naturales o procesados del chile pimiento son múltiples. Aparte del consumo de fresco, cocido o como un condimento o “especia” en comidas típicas de diversos países, existe una gran gama de productos industriales que se usan en la alimentación humana congelados, deshidratados, en curtidos, enlatados, pastas y salsas. Además, un uso de significación del

Chile es como materia prima para la obtención de colorantes y de oleoresinas para fines industriales.

3.1.2 Mercado meta

La producción que se obtenga de chile pimienta estará dirigida a la población a nivel nacional, mayores de siete años para lo cual se ha tomado un 80% del total de la República de Guatemala.

3.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El Municipio durante estos últimos meses ha decrecido en su producción agrícola, ya que la población ha perdido el interés para dedicarse a esta actividad, debido a la falta de lluvias por lo que la producción, no es suficiente para obtener los ingresos y así cubrir sus necesidades. El proyecto de producción de chile pimienta ayudará a que los habitantes que aún desean trabajar en el área agrícola, puedan diversificar los productos a los cuales en la actualidad están enfocados, así como para la generación de ingresos, ya que el chile pimienta es consumido en todo el país y también es exportado a otros, por lo que existe demanda de esta hortaliza.

3.3 OBJETIVOS

El estudio sobre la producción de chile pimienta se ubicará en el Municipio, el cual persigue los siguientes objetivos:

3.3.1 Objetivo general

Aprovechar en forma adecuada el uso de los suelos para incrementar y diversificar la producción agrícola, lo que conllevará a la generación de empleo y aumento de los ingresos de los productores de la comunidad para contribuir y mejorar su nivel de vida.

3.3.2 Objetivos específicos

- Crear una nueva fuente de trabajo, la cual permita el desarrollo de cada uno de los asociados como de sus familias.
- Establecer un adecuado control y registro de los costos en que incurran los productores al inicio y durante el proyecto.
- Promover la organización de los productores, para mejorar la producción y comercialización.
- Fortalecer la actividad económica y social de la comunidad.

3.4 ESTUDIO DE MERCADO

Permite conocer la posibilidad que tiene el producto que se desea introducir en el mercado, al determinar la necesidad que tienen los consumidores actuales, los potenciales; identificar, cuantificar a los participantes y los factores que influyen en el comportamiento del producto.

Se tomará en cuenta la identificación, características del producto, la oferta, demanda, precios y comercialización en el mercado a nivel nacional al distribuir el producto a los mayoristas de la Terminal y Central de Mayoreo –CENMA-.

3.4.1 Descripción del producto

Originario de América tropical meridional que contiene una decena de especies, entre ellas el pimiento rojo común, que han dado lugar a numerosas variedades de interés culinario.

El fruto es una baya que encierra numerosas semillas; según las variedades, se llama pimiento, guindilla, chile o ají, se consume cocinado, incorporado a diversas salsas y encurtido. Los pimientos no picantes o dulces se presentan en numerosas variedades, en colores rojo, amarillo, verde, en formas y tamaños muy diversos.

Los pimientos son especies y variedades del género *Capsicum*, de la familia Solanaceae. El pimiento rojo común es *Capsicum annum*. La variedad roja de fruto alargado y curvo es *Capsicum annum longum*; el pimiento morrón rojo o verde corresponde a la variedad *Capsicum annum grossum*.

El suelo más apto para la producción de chile pimiento es el franco, franco arenoso, fértil y profundo con un PH de 5.5 a 7.0, aunque es adaptable a una variedad de suelos. Se adapta al clima cálido templado así como al frío.

El período vegetativo o el tiempo necesario que requiere para la producción es de tres meses con una vida productiva que se aproxima a los cuatro meses.

3.4.1.1 Características del producto

El fruto de las especies es una baya con características muy variables. El peso de los frutos fluctúa entre unos pocos gramos hasta medio kilo. Se encuentran formas redondas, acorazonadas, aguzadas, cilíndricas, cónicas, rectangulares y hasta cuadradas.

Hay frutos inmaduros de color blanco, verde, café y hasta negro. En maduro predominan los frutos de color rojo, pero también los hay de color marfil, amarillo, anaranjado, café, lila o morado y negro. En la placenta se disponen numerosas semillas pequeñas, planas de color crema a pardo. Las semillas del *C. pubescens* son de color negro, únicas en el género.

3.4.1.2 Usos del producto

Su consumo como hortaliza fresca entre los vegetarianos se ha incrementado, de manera especial por proveer antioxidantes a la dieta. La industria de alimentos, así como las empresas de cosméticos, aprecian mucho el pigmento natural de *Capsicum*. Se puede mencionar que el potencial agroindustrial del

género está en 1) la extracción de pigmentos, 2) la extracción de capsicina pura, 3) la producción de páprika y 3) la obtención de oleorresina. Adicional a lo anterior, el género *Capsicum* puede generar divisas al fomentarse las empresas de producción comercial de semillas de chile mejoradas para el mundo. Y finalmente, pero no menos importante es el nicho de producción de plantas de *Capsicum* con propósitos ornamentales.

3.4.2 Oferta

Consiste en la cantidad de chile pimienta que existe en el mercado a disposición de la población ya sea de producción nacional e internacional.

El chile pimienta se produce en la actualidad en Guatemala en los siguientes Departamentos: Guatemala, Progreso, Sacatepéquez, Chimaltenango, Escuintla, Santa Rosa, Sololá, Suchitepéquez, Retalhuleu, San Marcos, Huehuetenango, Quiché, Alta Verapaz, Baja Verapaz, Petén, Izabal, Zacapa, Chiquimula y Jutiapa. Es importado de los países de Estados Unidos, México, El Salvador, Honduras, España, Corea del Sur e Italia.

Se presenta a continuación el cuadro que detalla la oferta histórica y la proyectada a nivel nacional:

Cuadro 38
República de Guatemala
Oferta Histórica y Proyectada de Chile Pimiento
Años: 1999 - 2008
(quintales)

Años	Producción₁/	Importaciones	Total
1999	81,358	803	82,161
2000	83,008	913	83,921
2001	84,658	1,023	85,681
2002	86,308	1,133	87,441
2003	87,958	1,243	89,201
2004 _{a/}	89,608	1,353	90,961
2005	91,258	1,463	92,721
2006	92,908	1,573	94,481
2007	94,558	1,683	96,241
2008	96,208	1,793	98,001

Método: $1/y=a+bx$ en donde $x=3$; $a=84,658$; $b=1,650$. _{a/} Cifras proyectadas.

Fuente: Elaboración propia, con base en datos Estadísticos de Producción, Importaciones y Exportaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación -MAGA-.

En el cuadro anterior se puede apreciar que la producción de chile pimiento es constante, aumenta en 1.80% anual y con las importaciones se tiene el mismo comportamiento, por lo que el proyecto puede implementarse e incrementar de esta manera la producción nacional.

3.4.2.1 Producción nacional

El chile pimiento se produce en la actualidad en Guatemala en los siguientes Departamentos: Guatemala, Progreso, Sacatepéquez, Chimaltenango, Escuintla, Santa Rosa, Sololá, Suchitepéquez, Retalhuleu, San Marcos, Huehuetenango, Quiché, Alta Verapaz, Baja Verapaz, Petén, Izabal, Zacapa, Chiquimula y Jutiapa.

3.4.2.2 Importación nacional

El chile pimiento es importado de los países de Estados Unidos, México, El

Salvador, Honduras, España, Corea del Sur e Italia.

3.4.3 Demanda

Está constituida por la cantidad de un producto que es necesaria cubrir para poder satisfacer la necesidad del mismo en la población, según determinadas condiciones de precio, calidad, gusto, preferencias e ingresos.

Con relación al chile pimiento se quiere determinar la existencia de posibles compradores, para ello se delimitó la población en un 80% del total nacional dado la edad (mayores de 5 años) para su consumo y nivel de ingreso.

3.4.3.1 Demanda potencial

La demanda potencial histórica y potencial del chile pimiento a nivel nacional, se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 39
República de Guatemala
Demanda Potencial Histórica y Proyectada de Chile Pimiento
Años: 1999 - 2008
(quintales)

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN DELIMITADA 80%₁/	CONSUMO PER-CAPITA	DEMANDA POTENCIAL
1999	11,088,372	8,870,698	0.011	97,578
2000	11,225,403	8,980,322	0.011	98,784
2001	11,503,653	9,202,922	0.011	101,232
2002	11,791,136	9,432,908	0.011	103,762
2003	12,087,014	9,669,611	0.011	106,366
2004	12,390,451	9,912,361	0.011	109,036
2005	12,700,611	10,160,489	0.011	111,765
2006	13,018,759	10,415,007	0.011	114,565
2007	13,344,770	10,675,816	0.011	117,434
2008	13,677,815	10,942,252	0.011	120,365

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación del Instituto nacional de Estadística -INE- año 2002.

Al multiplicar la población delimitada por el consumo que cada persona debe incluir en su dieta diaria que es de 0.011 quintales de chile pimiento de acuerdo al Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá INCAP, se puede notar que la demanda potencial tanto en los años anteriores como los proyectados es creciente, por lo que el mercado del chile pimiento está garantizado lo cual es de beneficio para el proyecto.

3.4.3.2 Consumo aparente

El consumo aparente es la demanda interna del producto y se da en un período determinado, se toma en cuenta la producción nacional, más las importaciones, y se restan las exportaciones. A continuación se presenta el consumo aparente a nivel nacional del chile pimiento:

Cuadro 40
República de Guatemala
Consumo Aparente Histórico y Proyectado de Chile Pimiento
Años: 1999 - 2008
(quintales)

AÑOS	PRODUCCIÓN	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CONSUMO APARENTE
1999	81,358	803	13,645	68,516
2000	83,008	913	16,400	67,521
2001	84,658	1,023	19,170	66,511
2002	86,308	1,133	21,930	65,511
2003	87,958	1,243	24,690	64,511
2004	89,608	1,353	27,453	63,508
2005	91,258	1,463	30,215	62,506
2006	92,908	1,573	32,977	61,504
2007	94,558	1,683	35,739	60,502
2008	96,208	1,793	38,501	59,500

Fuente: Elaboración propia, con base en datos Estadísticos de Producción, Importaciones y Exportaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación -MAGA-.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, para los cinco años de vida útil del proyecto, se estima que el producto podrá ser consumido por los demandantes en cantidades apropiadas para mantener un equilibrio entre la oferta y demanda, en virtud de que el chile pimienta es un producto agrícola que satisface las necesidades del consumidor en la preparación de alimentos.

3.4.3.3 Demanda insatisfecha

Se refiere a la cantidad que es necesaria producir para cubrir en su totalidad la necesidad de consumo del chile pimienta, lo que permite determinar si el proyecto será factible. A continuación se presenta la demanda insatisfecha en años anteriores como los proyectados para la duración del proyecto:

Cuadro 41
República de Guatemala
Demanda Insatisfecha Histórica y Proyectada de Chile Pimiento
Años: 1999 - 2008
(quintales)

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	CONSUMO APARENTE	DEMANDA INSATISFECHA
1999	97,578	68,516	29,062
2000	98,784	67,521	31,263
2001	101,232	66,511	34,721
2002	103,762	65,511	38,251
2003	106,366	64,511	41,855
2004	109,036	63,508	45,528
2005	111,765	62,506	49,259
2006	114,565	61,504	53,061
2007	117,434	60,502	56,932
2008	120,365	59,500	60,865

Fuente: Elaboración propia, con base en datos Estadísticos de Producción, Importaciones y Exportaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación -MAGA-.

Existe oportunidad en el mercado nacional ya que la demanda insatisfecha se incrementa al año alrededor de 3,500 quintales; asimismo en el mercado

internacional el chile pimienta es consumido y también es transformado para usos diferentes.

3.4.4 Precio

Para la determinación del precio del chile pimienta para el proyecto es tomado en cuenta los costos en los cuales se incurren, asimismo mantener el que establece el mercado, por lo que la caja tendrá un precio de Q75.00. Este puede considerarse por la época en la cual se comercialice, ya que existen altas en la venta del producto por las diferentes comidas típicas del País y el chile pimienta es un ingrediente principal en las comidas tradicionales.

3.4.5 Comercialización

Es la etapa de mayor relevancia ya que en ella se hará llegar el producto al consumidor final por medio de los diferentes entes o agentes que intervienen en el mercadeo. Este tema se encuentra desarrollado en el Capítulo IV.

3.5 ESTUDIO TÉCNICO

Se delimitará la localización y el tamaño del proyecto, los requerimientos necesarios para el proceso productivo así como el recurso humano necesario, para que el proyecto satisfaga las necesidades del consumidor a través del producto que se comercializará.

3.5.1 Localización del proyecto

Es un factor de vital importancia la localización ya que debe ser óptima para que contribuya de una forma social y económica a la comunidad así como a los inversionistas por lo que se analizarán los factores de transporte, abastecimiento, disponibilidad y costo de mano de obra, disponibilidad de servicios básicos, comunicaciones y factores ambientales.

3.5.1.1 Macrolocalización

El proyecto se realizará en el municipio de Huehuetenango que tiene una extensión territorial de 204 kilómetros cuadrados, es la cabecera del departamento de Huehuetenango, ubicado al Nor-occidente del país, la distancia de la Ciudad Capital es de 265 kilómetros, la carretera hacia el Municipio es transitable en todas las épocas del año.

3.5.1.2 Microlocalización

De acuerdo a los requerimientos que se deben determinar para la producción de chile pimiento, se considera que el caserío Sucuj ofrece las condiciones necesarias para llevar a cabo el proyecto, éste se encuentra a quince kilómetros de la cabecera municipal de Huehuetenango, comunicada con una vía de acceso de terracería en buen estado, existen las condiciones para la siembra, tales como agua, terreno, clima y mano de obra.

3.5.2 Tecnología

La tecnología que será implementada en el proceso productivo del chile pimiento es la intermedia, en la cual se utilizan técnicas para la preparación de suelo, agroquímicos, sistema de riego por gravedad; asimismo, se solicitará financiamiento para la producción.

3.5.3 Tamaño del proyecto

De acuerdo a las necesidades para realizar la producción de chile pimiento y lo acordado con los agricultores del caserío, el proyecto se desarrollará durante cinco años para lo cual se destinará una manzana de terreno, con dos cosechas al año y una producción por cosecha de 1,100 cajas con 90 y 100 unidades cada una.

3.5.4 Recursos del proceso de producción

Para la ejecución del proyecto durante los cinco años de vida útil del mismo, es necesario contar con los recursos humanos, físicos y financieros para que se pueda cumplir con la producción planificada.

3.5.4.1 Recursos humanos

Es el más importante en las organizaciones y para llevar a cabo este proyecto es necesaria la contratación de ocho jornaleros para labores de plantación y culturales de campo, tres personas para el área administrativa de la Cooperativa Agrícola, asimismo se contará con el apoyo de los veinte agricultores que se integrarán a la Cooperativa.

3.5.4.2 Recursos físicos

Para el proyecto se contará con dos manzanas de terreno para la producción del chile pimiento, dos ambientes de 3.0 x 7.0 m² para bodega y oficinas, se utilizará herramientas agrícolas, como: ocho azadones, diez machetes, diez cobas y cuatro limas, asimismo el mobiliario y equipo, consistente en dos escritorios, dos sillas ejecutivas, un archivo de metal, una computadora, una mesa de reuniones, diez sillas para reuniones, una sumadora, un máquina de escribir.

3.5.4.3 Recursos financieros

Lo conforman las aportaciones de los socios que consiste en un terreno valorado en Q.10,000.00 e inversión en efectivo de Q23,418.00, además un préstamo fiduciario de Q40,000.00 en la cooperativa COOSADECO, R.L. con una tasa de interés del 16% anual sobre saldos, amortizado a partir del primer año del proyecto con una duración de tres años.

3.5.5 Producción

El proyecto se desarrollará en una extensión de tierra de una manzana, con un volumen de producción anual de 2,100 cajas entre 90 y 100 unidades de chile pimiento cada una, durante el proyecto no se tendrá ningún incremento en la producción anual.

La oferta total del proyecto quedará de la siguiente manera:

Cuadro 42
Municipio de Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Programa de Producción
Año: 2004

Año	Superficie en Manzanas	Producción de cajas por Manzana	Número de cosechas	Total de Producción en Cajas
1	1	1,100	2	2,200
2	1	1,100	2	2,200
3	1	1,100	2	2,200
4	1	1,100	2	2,200
5	1	1,100	2	2,200

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

Como se puede observar la vida útil del proyecto será de cinco años, con dos cosechas anuales con un total de 11,000 cajas durante la ejecución del mismo.

3.5.6 Proceso productivo

A continuación se describen las actividades necesarias para la producción de chile pimiento desde la preparación del suelo hasta la cosecha del producto.

- Preparación del suelo

Consiste en arar, rastrear y surquear la tierra en forma cruzada hasta dejarla libre de terrones grandes lo cual puede hacerse con la utilización del azadón, de manera que quede un suelo bien suelto, mullido y nivelado.

- Siembra

Se realizará a una distancia de un metro entre surcos y 30 centímetros entre una y otra planta, a ésta actividad también se le llama transplante y se recomienda efectuarlo de 30 a 45 días después de sembrado en el semillero.

- Fertilización

Es después del riego, el principal factor limitante de la producción hortícola, y tiene como objetivo fundamental la restitución al medio de cultivo de las cantidades de nutrientes absorbidas por las plantas.

Los elementos nutricionales críticos para la producción de chile, el área de Centro América son: Fósforo (P205), Calcio (Ca), Magnesio (Mg), Zinc (Zn). Boro (B) y Nitrógeno (N). Todos los elementos son necesarios e indispensables, pero el Fósforo y el Nitrógeno son los elementos con los cuales hay mayor respuesta del producto.

- Riego

Es el factor que más condiciona el crecimiento, desarrollo y productividad de este producto. Un aporte de agua irregular, en exceso o en defecto, puede provocar la caída de flores y frutos recién cuajados y la aparición de necrosis apical, por lo que es aconsejable los riegos poco copiosos y frecuentes.

- Control de malezas

Las malezas constituyen un verdadero problema para cualquier cultivo dado que además de competir por la luz, agua, nutrientes y espacio, son hospederos alternos de plagas y enfermedades, de manera especial, hospederos de insectos chupadores, razón por la cual deben de eliminarse.

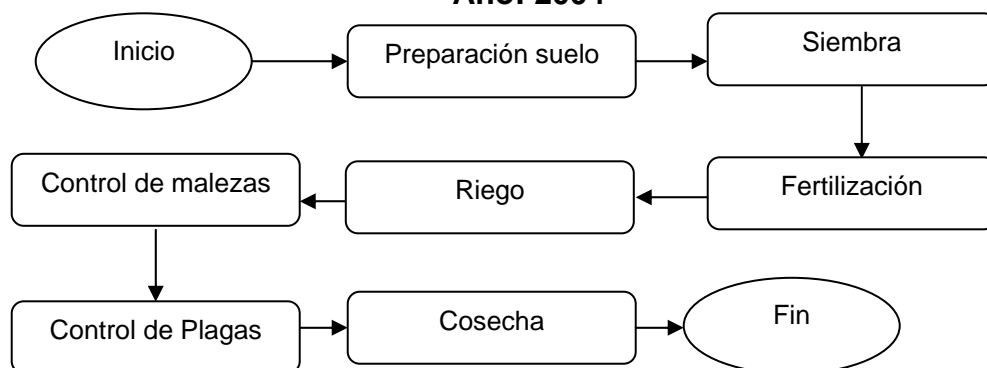
- Control de plagas

El cultivo del chile es afectado por varias plagas. Uno de los mayores problemas ha sido su reconocimiento y el abuso del control con plaguicidas.

- Cosecha y clasificación

La cosecha se realizará entre 90 y 120 días después del transplante, se espera obtener tres cortes por período vegetativo, clasificándose según tamaño y calidad, para su conveniente comercialización el producto se empacará en cajas, para una mejor comprensión visual del proceso productivo de la producción de chile pimiento, se describe en la siguiente gráfica:

Gráfica 7
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Flujograma del Proceso Productivo
Año: 2004

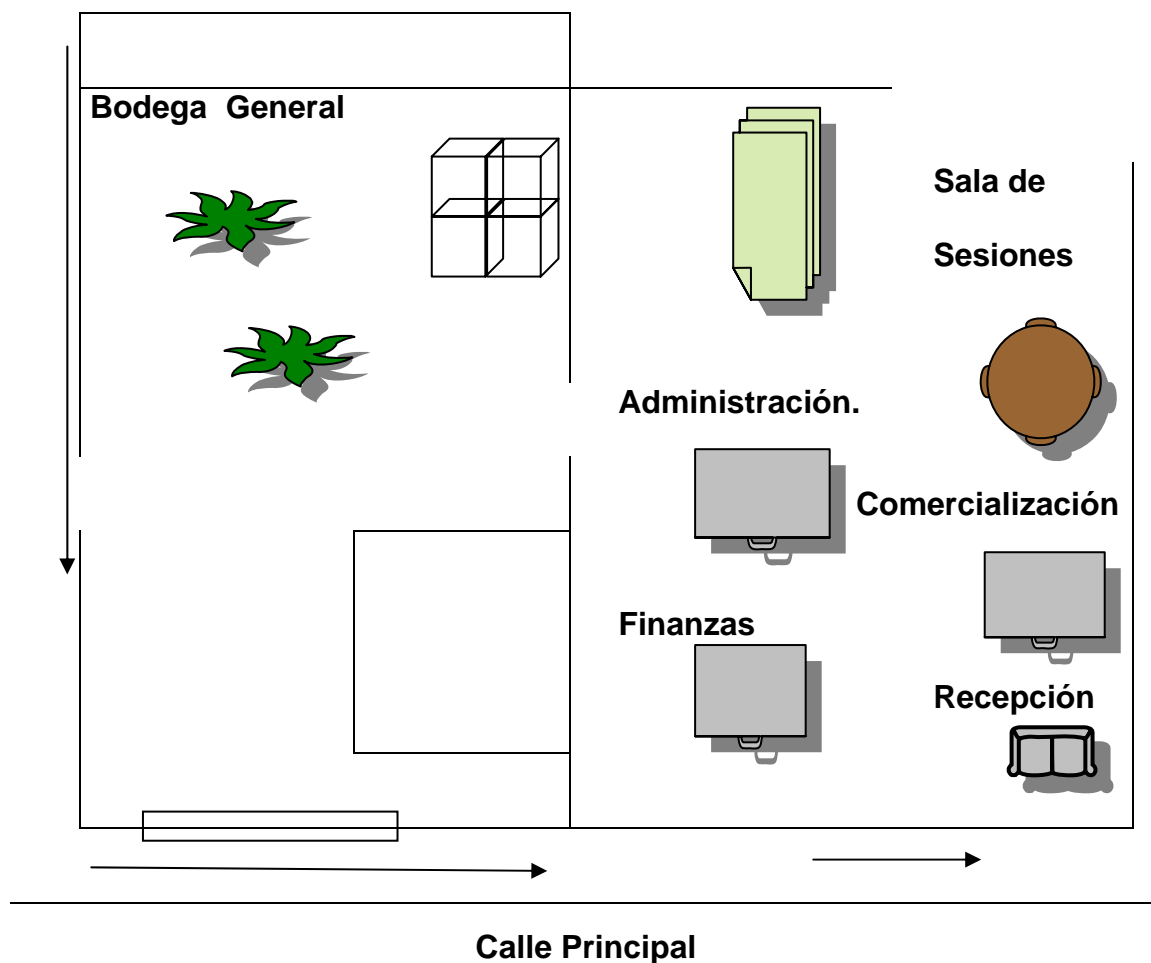


Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2004.

3.5.7 Distribución en planta

En la siguiente gráfica se expone el diagrama de las oficinas y bodega con que contará el proyecto.

Gráfica 8
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Distribución de planta
Año: 2004



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

El diagrama anterior muestra la ubicación de cada una de las unidades a trabajar dentro del Comité y por la naturaleza del mismo no requiere más que de la infraestructura básica.

3.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Se refiere a la creación de un sistema y una estructura organizativa con base legal para alcanzar los objetivos trazados, mediante el uso racional de los recursos disponibles. Este tema está ampliado y desarrollado en el Capítulo V.

3.7 ESTUDIO FINANCIERO

Sirve para visualizar la obtención de los recursos que se requieren en la inversión del proyecto de chile pimiento, establecer los gastos y el financiamiento necesario para poner en marcha el proyecto.

3.7.1. Inversión

Es toda erogación en activos fijos que se requieren para la transformación de los insumos, más el capital de trabajo inicial para la puesta en marcha del proyecto.

3.7.1.1 Fija

Comprende los bienes de capital para poner en marcha el proyecto de chile pimiento.

Cuadro 43
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión Fija
Año: 2004

Concepto	Unidades	Valor Unitario	Total
TANGIBLE			
Terreno			10,000.00
Terreno (una manzana)	1.00	10,000.00	10,000.00
Mobiliario y equipo			12,800.00
Escritorios	2.00	1,200.00	2,400.00
Sillas para oficina	2.00	350.00	700.00
Archivo	1.00	1,500.00	1,500.00
Equipo de computación	1.00	5,000.00	5,000.00
Máquina de escribir	1.00	1,500.00	1,500.00
Sumadora	1.00	800.00	800.00
Mesa para reuniones	1.00	600.00	600.00
Silla para reuniones	10.00	30.00	300.00
Equipo agrícola			2,800.00
Cajas plástica	100.00	10.00	1,000.00
Bombas Mochila	4.00	450.00	1,800.00
Herramienta			702.00
Azadones	8.00	40.00	320.00
Machetes	10.00	20.00	200.00
Cobas	10.00	15.00	150.00
Limas	4.00	8.00	32.00
INTANGIBLES			
Gastos de Organización			3,000.00
Total			29,302.00

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

De acuerdo al cuadro anterior se establece que el proyecto de Chile Pimiento tendrá una inversión fija de Q.29,302.00, aportado por los 20 socios que consiste en mobiliario, equipo agrícola, herramienta y un terreno de una manzana, el valor del mismo es un estimado con base el precio de venta obtenido en la entrevista realizada en el municipio de Huehuetenango.

3.7.1.2 Capital de trabajo

Está constituido por los fondos disponibles para cubrir los costos directos, indirectos y los costos fijos, necesarios para las operaciones del proyecto.

Cuadro 44
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión Capital de Trabajo para una Cosecha
Año: 2004

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario Q.	Valor Q.
Insumos				10,553.00
Pilones	Unidad	15,000	0.55	8,250.00
Estaca tutora	Unidad	1,000	0.20	200.00
Insecticidas				
Thiodan	Litro	2	79.00	158.00
Tamaron	Litro	2	100.00	200.00
Funguicidas				
Antracol	Bolsa	2	56.00	112.00
Dithane	Bolsa	2	42.00	84.00
Mancosed	Bolsa	2	25.00	50.00
Abonos				
Abono 1050-0	Quintal	5	185.00	925.00
Gallinaza	Saco	20	14.00	280.00
Byfolan forte	Litro	7	42.00	294.00
Mano de obra				7,118.00
Preparación de la tierra	Jornal	24	38.60	926.00
Siembra	Jornal	24	38.60	926.00
Abonado	Jornal	8	38.60	309.00
Fertilización	Jornal	8	38.60	309.00
Limpías	Jornal	36	38.60	1,390.00
Fumigación	Jornal	10	38.60	386.00
Corte	Jornal	16	38.60	618.00
Empaque		4	38.60	154.00
Bonificación incentivo 37-2001		130	8.33	1,083.00
Séptimo día	Q.6,101.00/6			1,017.00
Costos indirectos variables				3,509.00
Pita de nylon	Rollo	20	30.00	600.00
Masacarillas	Unidad	20	15.00	300.00
Cuota patronal IGSS	%	12.67	6,035.00	765.00
Prestaciones laborales	%	30.55	6,035.00	1,844.00
Gastos de administración				22,936.00
Sueldos				13,920.00
Bonificación incentivo 37-2001	Meses	12	250.00	3,000.00
Cuota patronal IGSS	%	12.67	13,920.00	1,764.00
Prestaciones laborales	%	30.55	13,920.00	4,252.00
Total				44,116.00

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

El cuadro anterior muestra la inversión en capital de trabajo necesario para iniciar el proyecto, la cual asciende a la cantidad Q, 44,116.00, integrados por los costos de producción (insumos, mano de obra y gastos indirectos variables) con un 48%, mientras que los gastos de administración representan el 52% de lo invertido.

3.7.1.3 Inversión total

Es el total de desembolso en la que se van incurrir para que marche el proyecto, está constituida por los elementos tangibles e intangibles necesarios para el funcionamiento del proyecto.

Cuadro 45
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión Total para una Cosecha
Año: 2004

Concepto	Total Q
Inversión fija	29,302.00
Capital de trabajo	44,116.00
Total	73,418.00

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

Se determinó que para poder comenzar el proyecto los inversionistas necesitan invertir la cantidad de Q. 73,418.00, de la cual el 40% lo conforma la inversión fija, mientras la inversión de capital de trabajo representa el 60%. A continuación se presenta la inversión total proyectada para dos cosechas y una manzana:

Cuadro 46
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión Total Proyectada para dos cosechas y una manzana
Año: 2004

Concepto	Año1 Q.	Año 2 Q.	Año 3 Q.	Año 4 Q.	Año 5 Q.
Inversión fija	29,302.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Capital de trabajo	88,232.00	88,232.00	88,232.00	88,232.00	88,232.00
Total	117,534.00	88,232.00	88,232.00	88,232.00	88,232.00

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

En la inversión total proyectada para dos cosechas se observa que los inversionistas requieren de Q. 29,302.00 en inversión fija para el primer año a producir y Q. 88,232.00 de capital de trabajo en cada año de producción.

3.7.1.4 Balance general

Muestra la situación del proyecto a un tiempo determinado y sirve de base para la toma de decisiones dentro de la organización.

3.7.2 Estados de costos de producción

Representa la suma total de insumos, mano de obra y costos indirectos variables incurridos para llegar a obtener el producto final, que para este caso es el valor de la producción de chile pimiento.

3.7.2.1 Costeo directo

Son todos los costos incurridos en forma directa en la producción de chile pimiento. A continuación se presenta los requerimientos de los insumos en la producción del proyecto.

Cuadro 47
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Requerimiento de Insumos para una Manzana y una Cosecha
Año: 2004

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario Q.	Valor Q.
INSUMOS				
Pilones	unidad	15,000	0.55	8,250.00
Estaca tutora	unidad	1,000	0.20	200.00
Insecticidas				
Thiodan	Litro	2	79.00	158.00
Tamaron	Litro	2	100.00	200.00
Fungicidas				
Antracol	Bolsa	2	56.00	112.00
Dithane	Bolsa	2	42.00	84.00
Mancosed	Bolsa	2	25.00	50.00
Abonos				
Abono 1050-0	Quintal	5	185.00	925.00
Gallinaza	Saco	20	14.00	280.00
Byfolan forte	Litro	7	42.00	294.00
Total				10,553.00

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

El cuadro anterior muestra los insumos necesarios para llevar a cabo la producción de Chile Pimiento en una extensión de tierra de una manzana, el costo asciende a la cantidad de Q.10,553.00. Para un mejor aprovechamiento del tiempo y costos se compran pilones en viveros para la siembra.

A continuación se presenta los requerimientos de mano de obra utilizados en la producción de chile pimiento:

Cuadro 48
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Requerimiento de Mano de Obra para una Manzana y una Cosecha
Año: 2004

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario Q.	Valor Q.
MANO DE OBRA				
Preparación de la tierra	jornal	24	38.60	926.00
Siembra	jornal	24	38.60	926.00
Abonado	jornal	8	38.60	309.00
Fertilización	jornal	8	38.60	309.00
Limpias	jornal	36	38.60	1,390.00
Fumigación	jornal	10	38.60	386.00
Corte	jornal	16	38.60	618.00
Empaque		4	38.60	154.00
Bonificación incentivo 37-2001		130	8.33	1,083.00
Séptimo día	Q.6,101.00/6			1,017.00
Total				7,118.00

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

Se observa en el cuadro anterior los diferentes trabajos que se realizan para la producción de una manzana de de chile pimiento y la cantidad de jornales por cada actividad del proceso productivo, los cuales totalizan la cantidad de Q7,118.00.

El salario se determinó con base a lo que establece el Código de Trabajo en relación al salario mínimo establecido en Q,38.60 por jornal. Se calculó una bonificación incentivo de Q. 250.00 mensual de acuerdo con el Decreto 37-2001, de Salarios Mínimos.

Para la determinación del séptimo día se tomó como base al Decreto 64-92, Reformas al Código de Trabajo, que en su artículo 126, indica que todo trabajador tiene derecho a gozar de un día de descanso después de seis días de trabajo.

A continuación se presenta los requerimientos de los costos indirectos variables para la producción.

Cuadro 49
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Costos Indirectos Variables para una Manzana y una Cosecha
Año: 2004

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario Q.	Valor Q.
COSTOS INDIRECTOS VARIABLES				
Pita de nylon	Rollo	20	30.00	600.00
Mascarillas	Unidad	20	15.00	300.00
Cuota patronal IGSS	%	12.67	6,035.00	765.00
Prestaciones laborales	%	30.55	6,035.00	1,844.00
Total				3,509.00

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

Los costos indirectos variables ascienden a Q 3,509.00 y está constituido por utensilios necesarios para la producción, la cuota patronal del IGSS y prestaciones laborales integradas con 9.72% de indemnizaciones de acuerdo con el artículo 82 del Decreto 1441 Código de Trabajo.

El aguinaldo se calculó con base a los artículos primero y noveno del Código de Trabajo donde establece 8.33% sobre el sueldo. Asimismo en los artículos primero, segundo y tercero del Decreto 42-92 del Congreso de la República determina 8.33% para el pago del bono 14. Para el cálculo de las vacaciones se tomó como base el Artículo 130 del Código de Trabajo que establece 4.17%.

A continuación se muestra el costo de producción del primer año.

Cuadro 50
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Costo de producción de una Manzana
Año: 2004

Concepto	Primer Cosecha	Segunda Cosecha	Total Q.
Insumos	10,553.00	10,553.00	21,106.00
Mano de Obra	7,118.00	7,118.00	14,236.00
Costos indirectos variables	3,509.00	3,509.00	7,018.00
Costo de Producción	21,180.00	21,180.00	42,360.00
Producción total cajas	1,100.00	1,100.00	2,200
Costo Unitario por caja	19.26	19.26	19.26

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

En el cuadro anterior se puede observar que los insumos representan el 50%, la mano de obra el 34% y los costos indirectos variables el 16% del total de los costos.

3.7.2.2 Estado de costos directos de producción proyectados

Constituye una herramienta de análisis porque a través del mismo es posible determinar el comportamiento de los costos de producción. A continuación se presenta el costo de producción proyectado a cinco años.

Cuadro 51
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Costo de Producción Proyectado
Año: 2004

Concepto	Año 1 Q.	Año 2 Q.	Año 3 Q.	Año 4 Q.	Año 5 Q.
Insumos	21,106	21,106	21,106	21,106	21,106
Mano de Obra	14,236	14,236	14,236	14,236	14,236
Costos Indirectos Variables	7,018	7,018	7,018	7,018	7,018
Costo de Producción	42,360	42,360	42,360	42,360	42,360
Producción total cajas	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
Costo unitario por caja	19.25	19.25	19.25	19.25	19.25

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

El cuadro anterior muestra el comportamiento que tendrá el costo de producción durante los cinco años que durará el proyecto, en donde los insumos representan el 50%, la mano de obra el 34% y los costos indirectos variable el 16%.

3.7.2.3 Estado de resultados

En el estado de Resultados se observan los ingresos, costos, gastos de operación y financieros que incurren a un período determinado.

Cuadro 52
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Estado de Resultados
Año: 2004

Concepto	Primer Cosecha	Segunda Cosecha	Total Q.
Ventas	82,500.00	82,500.00	165,000.00
(-) Costo de producción	21,180.00	21,180.00	42,360.00
Ganancia bruta en ventas	61,320.00	61,320.00	122,640.00
(-) Gastos variables en venta	2,000.00	2,000.00	4,000.00
Ganancia marginal	59,320.00	59,320.00	118,640.00
 (-) Costos fijos de producción	 0.00	 0.00	 0.00
 (-) Gastos de administración	 11,768.00	 11,768.00	 23,536.00
Sueldos	6,960.00	6,960.00	13,920.00
Bonificación incentivo	1,500.00	1,500.00	3,000.00
Cuota patronal IGSS	882.00	882.00	1,764.00
Prestaciones laborales	2,126.00	2,126.00	4,252.00
Amort. gastos de organización	300.00	300.00	600.00
Ganancia en operación	47,552.00	47,552.00	95,104.00
 (-) Gastos financieros	 3,200.00	 3,200.00	 6,400.00
Intereses bancarios	3,200.00	3,200.00	6,400.00
Utilidad antes del I.S.R.	44,352.00	44,352.00	88,704.00
(-) Impuesto sobre la renta (31 %)	13,749.00	13,749.00	27,498.00
Utilidad del período	30,603.00	30,603.00	61,206.00

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

En el Estado de Resultados los ingresos corresponden a la venta de 2,200 cajas de chile pimiento con un precio de venta de Q.75.00 cada una, el costo de producción representa el 26% en relación a la venta, los gastos variables de venta incluyen fletes y compra de cajas plásticas que constituye el 2% que da como resultado una ganancia marginal de 72% equivalente a Q. 118,640.00.

Los gastos de operación representan el 14% conformado por sueldos de trabajadores administrativos, bonificación incentivo según decreto 37-2001 del Congreso de la República, cuota IGSS patronal, prestaciones laborales y gastos de organización. El 4% los constituye los intereses generados por el préstamo.

La utilidad generada en el primer año asciende a la cantidad de Q. 61,206.00 equivalentes al 37% en la producción del proyecto de chile pimiento.

- **Estado de resultados proyectado**

Refleja el análisis de los resultados económicos de una empresa y espera obtener en cada año de operaciones del proyecto. A continuación se presenta el cuadro del Estado de Resultados que corresponde a los cinco años que durará el mismo.

Cuadro 53
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Estado de Resultados Projectado
Año: del 01 de Enero 2004 al 31 de Diciembre 2008

Concepto	Año 1 Q.	Año 2 Q.	Año 3 Q.	Año 4 Q.	Año 5 Q.
Ventas	165,000	165,000	165,000	165,000	165,000
(-) Costo de producción	42,360	42,360	42,360	42,360	42,360
Ganancia bruta en ventas	122,640	122,640	122,640	122,640	122,640
(-) Gastos variables de venta	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
Ganancia marginal	118,640	118,640	118,640	118,640	118,640
(-) Costos fijos de producción	-	700	700	700	700
Depreciación equipo agrícola	-	200	200	200	200
Depreciación equipo de riego	-	360	360	360	360
Depreciación herramientas	-	140	140	140	140
(-) Gastos de administración	23,536	26,096	26,096	26,096	26,096
Sueldos	13,920	13,920	13,920	13,920	13,920
Bonificación incentivo	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Cuota patronal IGSS	1,764	1,764	1,764	1,764	1,764
Depreciaciones	-	2,560	2,560	2,560	2,560
Prestaciones laborales	4,252	4,252	4,252	4,252	4,252
Amortización gastos organización	600	600	600	600	600
Ganancia en operación	95,104	91,844	91,844	91,844	91,844
(-) Gastos financieros	6,400	4,267	2,133	-	-
Intereses bancarios	6,400	4,267	2,133	-	-
Utilidad antes del I.S.R.	88,704	87,577	89,711	91,844	91,844
ISR 31 %	27,498	27,149	27,810	28,472	28,472
Utilidad neta disponible	61,206	60,428	61,901	63,372	63,372

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

De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro anterior se observa la utilidad que generará durante los años que dure el proyecto, la cual refleja que el proyecto de chile pimiento es rentable.

3.7.3 Fuentes de financiamiento

Las diferentes formas para obtener ingresos para realizar el proyecto están las siguientes:

3.7.3.1 Internas

Lo conforman las aportaciones de los 20 socios, constituido en efectivo Q.23,418.00 y terreno valorado en Q.10,000.00.

3.7.3.2 Externas

Este lo conformará un préstamo fiduciario de Q 40,000.00 en la cooperativa COOSADECO, R.L., la tasa de interés es del 16% anual sobre saldos, la amortización se realizará a partir del primer año del proyecto, su duración es de 3 años.

El siguiente cuadro muestra los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto con fuentes de recursos propios y fuentes de recursos ajenos.

Cuadro 54
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Plan de Financiamiento
Año: 2004

Concepto	Inversión Total Q.	Propios Q.	Ajenos Q.
INVERSIÓN FIJA	29,302.00	16,502.00	12,800.00
Terrenos	10,000.00	10,000.00	
Mobiliario y equipo	12,800.00	-	12,800.00
Equipo agrícola	2,800.00	2,800.00	
Herramientas	702.00	702.00	
Gastos de organización	3,000.00	3,000.00	
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	44,116.00	16,916.00	27,200.00
Insumos	10,553.00	10,553.00	-
Mano de obra	7,118.00	2,854.00	4,264.00
Gastos indirectos variables	3,509.00	3,509.00	-
Gastos de administración	22,936.00	-	22,936.00
Inversión total	73,418.00	33,418.00	40,000.00

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

En el cuadro anterior se observa que el total de plan de financiamiento asciende a Q.73,418.00, del cual el 46% son recursos propios aportados por los socios, el 54% restante se obtendrá a través de financiamiento externo por medio de préstamo fiduciario en la cooperativa COOSADECO, R.L. por valor de Q.40,000.00. El préstamo se obtendrá al inicio del proyecto, la amortización es a partir del primer año.

3.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

Se determina con base al estado de resultados del primer año, con las siguientes herramientas simples:

3.8.1 Punto de equilibrio

Establece el monto de ventas mínimo para cubrir los gastos y costos, momento

en el cual no existe pérdida y ganancia en las operaciones del proyecto, se obtiene a través de punto de equilibrio en valores y en unidades.

Punto de equilibrio en valores

Sirve para determinar el monto de las ventas necesarias para obtener el equilibrio económico en las operaciones.

$$\begin{array}{rcl} \text{PE} = & \text{Gastos fijos} & \text{Q. 22,936.00} \\ & \text{-----} & \text{-----} = \text{Q. 31,856.00} \\ & \% \text{ Ganancia marginal} & 72 \% \end{array}$$

El punto de equilibrio en valores es Q.31,856.00, es decir que al recibir estos ingresos no existe ganancia y pérdida.

Al obtener ventas por Q31,856.00 es el momento en el que terminan las pérdidas y empiezan las ganancias.

Punto de equilibrio en unidades

Permite determinar el número de unidades que deben vender para no perder ni ganar.

$$\begin{array}{rcl} \text{PE Unidades} = & \text{PE} & \text{Q. 31,856.00} \\ & \text{-----} & \text{-----} = 425 \text{ cajas} \\ & \text{Precio de Venta} & \text{Q. 75.00} \end{array}$$

Según el cálculo anterior se determina que es necesario vender 425 cajas de chile pimienta al precio de Q75.00 cada una para no ganar y perder.

3.8.2 Valor actual neto

Es uno de los métodos que considera el valor temporal del dinero y consiste en

comparar los ingresos y costos, aunque los mismos se den en diferente tiempo de la vida útil del proyecto. Permite establecer si es prudente llevar a cabo el proyecto.

3.8.3 Tasa interna de retorno

Representa el porcentaje de la inversión que retorna al capital.

$$\frac{\text{Retorno al capital}}{\text{Inversión}} = \frac{\text{Q. 58,133.00}}{\text{Q. 73,418.00}} = 0.7918 \times 100 = 79.18\%$$

La evaluación anterior demuestra que por cada quetzal invertido se recupera Q0.79 centavos en el primer año, se considera que el proyecto es aceptable en el mercado.

3.8.4 Relación beneficio-costo

Este método busca evaluar la eficiencia en la utilización de los recursos del proyecto. Compara los valores presentes de los beneficios y los costos de un proyecto y expresa su proporción con una relación de la tasa de actualización utilizada que suele ser el costo de oportunidad del capital.

3.8.5 Tiempo de recuperación de la inversión

La importancia de este índice es proporcionar el tiempo en el cual se recupera la inversión.

$$\frac{\text{Inversión}}{\text{Utilidad} - \text{Amortización préstamo} + \text{Depreciaciones} + \text{amort. gtos. organización}} = \frac{\text{Q. 73,418.00}}{\text{Q. 61,206.00} - \text{Q. 13,333.00} + 3,260.00 + 600.00} = \frac{\text{Q. 73,418.00}}{\text{Q. 51,733.00}} = 1.4$$

La inversión se recupera al año y 4 meses.

3.8.6 Porcentaje margen de seguridad

$$\frac{\text{Ventas - PEQ.}}{\text{Ventas}} = \frac{165,00.00 - 31,856.00}{165,000.00} = 0.81$$

Este porcentaje indica que la puesta en marcha del proyecto de producción de chile pimienta puede representar éxito para los miembros de la cooperativa en un 81%, ya que al relacionar el punto de equilibrio en valores mínimos con las ventas, representa un margen de seguridad aceptable y razonable.

3.8.7 Rentabilidad

Rendimiento que obtiene el productor por las unidades producidas, en relación con una inversión determinada, se analizará con relación a valor total de las ventas y el costo de producción.

CAPÍTULO IV

COMERCIALIZACIÓN PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

En este capítulo se presenta la situación actual y la propuesta, con relación al proceso de comercialización en el municipio de Huehuetenango, departamento de Huehuetenango.

4.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMERCIALIZACIÓN

El Municipio no produce chile pimienta, por lo que no es posible analizar el proceso de comercialización de este producto. El chile pimienta que se consume en el Municipio es importado de departamentos aledaños así como de la capital. Esto no es una limitante para el proyecto ya que los agricultores conocen y están en la disponibilidad de cultivar y comercializar este producto.

4.2 COMERCIALIZACIÓN PROPUESTA

Con base al diagnóstico realizado se presenta a continuación el proceso de comercialización propuesto y de esta manera poder alcanzar los objetivos trazados del proyecto.

4.2.1 Proceso de comercialización

Corresponde a los pasos a seguir en el traslado de bienes y servicios entre el productor y consumidor, dentro de este proceso se analizarán las fases de concentración, equilibrio y dispersión o distribución de la producción.

4.2.1.1 Concentración

Está formado por todas las actividades encaminadas a la reunión de los productos en lotes homogéneos, lo que facilita su comercialización. El lugar donde se reunirá la producción como punto inicial es en el área de cultivo para lo cual es seleccionado y clasificado el producto, luego debe ser trasladado hacia

las bodegas en las cuales permanecerá poco tiempo para ser llevado hacia los diferentes demandantes.

4.2.1.2 Equilibrio

Tiene como propósito acomodar el abastecimiento de los productos que se van a vender en las cantidades, tiempo y forma demandadas por los consumidores.

En otras palabras, es el proceso por medio del cual se abastecerá al mercado con la venta del producto. Para el proyecto se tienen estipuladas dos cosechas durante el año. lo cual podrá cubrir parte de la demanda que se tiene durante el año completo a nivel nacional.

4.2.1.3 Dispersión

Es la distribución del chile pimiento cuando está en condiciones de ser comprado por el consumidor final, la dispersión se realiza en distintos puntos. La realización de esta etapa estará a cargo de la cooperativa con el apoyo de los diferentes encargados de la organización. El producto se concentrará, seleccionará y clasificará de acuerdo a su calidad en la bodega de la cooperativa para luego ser trasladado en cajas de plástico hacia el mercado mayorista según sea requerido.

4.2.2 Comercialización

Se concibe como la actividad o actividades de manipulación y transferencia de los productos como un mecanismo primario que coordina la producción, distribución y consumo. Este se realiza mediante las etapas que se efectúan para que el producto llegue de las manos del productor hasta las del consumidor final.

Es la distribución del chile pimiento cuando está en condiciones de ser

comprado por el consumidor final, la dispersión se realiza en distintos puntos. Para la propuesta se efectuará su estudio a través de las funciones de la comercialización.

4.2.2.1 Instituciones de la comercialización

Consiste en conocer a los entes o participantes que formarán parte del proceso de comercialización.

- **Productor o agricultor**

Son los agricultores que se encargarán de producir el chile pimiento desde la preparación de la tierra hasta la cosecha del producto, en este proyecto los productores serán los miembros de la cooperativa que trabajarán para el logro de los objetivos establecidos.

- **Mayorista**

Adquiere el producto en grandes lotes para distribuir a los minoristas. Este intermediario comprará el producto directamente a la cooperativa quienes estarán ubicados de la Terminal y Centro de Mayoreo –CENMA- en la ciudad capital, es decir en los mercados donde se distribuirá el producto. En este caso el mayorista ocupará el primer lugar en lo referente a la compra del chile pimiento y se considera una organización de compra-venta de mercancías.

- **Minorista**

Es un ente importante en el proceso de comercialización, pues es el encargado directo de vender al consumidor final. Conformado por los vendedores de mercados de zonas, vendedores ambulantes y tiendas.

- **Consumidor final**

Lo constituye el último participante del proceso de comercialización y el más importante ya que todas las actividades del mercadeo son dirigidas hacia la

satisfacción de sus necesidades, porque es quién determina el lugar, cantidad, calidad y tiempo en que se va a consumir un determinado producto.

4.2.2.2 Estructura de la comercialización

Consiste en estudiar los elementos que intervienen en la transferencia de los productos desde el productor hasta el consumidor final, en función de la estructura del mercado, conducta y eficiencia.

- **Estructura de mercado**

Se refiere a la forma como se interrelacionan los diferentes agentes que participan en el proceso de comercialización, en este caso los oferentes (productores) y los de mandantes (compradores intermediarios). En cuanto a la estructura del mercado, la cooperativa ofrecerá una producción 2,200 cajas de chile pimiento por año, de forma directa a los mayoristas y minoristas de los mercados meta. Estos intermediarios por su parte, trasladarán a los consumidores finales el producto y lo venderán en unidades de medida menor a la que la cooperativa ofrece.

- **Conducta de mercado**

El concepto de conducta de mercado está ligado con el de estructura de mercado y depende de ella. Los patrones de comportamiento que las empresas siguen en su proceso de adaptación o ajuste a los mercados en los cuales venden o compran. La cooperativa para la fijación de precios, se basará en el costo de producción y utilizará como referencia el sondeo de precios a nivel nacional y regional que el Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación – MAGA- ofrece al sector agrícola del País.

- **Eficiencia de mercado**

Se define a través del desempeño del mercado o como los resultados a los

cuales llegan los participantes como producto de las líneas de conducta que adoptan. Será de acuerdo a la movilidad del chile pimienta en el mercado y al cuidado que se tenga sobre el producto para mantener la calidad, además conocer los precios que se tengan en la actualidad.

4.2.2.3 Funciones de la comercialización

Consiste en la serie de procesos que implican movimientos que tengan secuencia lógica y coordinada para la transferencia ordenada de los productos. Las funciones de la comercialización de productos agrícolas son las que permiten que dichos productos atraviesen ciertas etapas que van desde la cosecha hasta la fijación de precios para la venta final.

- **Funciones de intercambio**

Son las que se relacionan con la transferencia de derecho de propiedad de los bienes y se subdividen en compraventa y determinación de precios. Entre estas funciones de la comercialización se mencionan las siguientes:

- ✓ **Compraventa**

Es donde participan en el proceso de mercadeo los productores, intermediarios y consumidores al comprar y vender los productos por lo que se propone para el proyecto el método de inspección esto porque el producto es perecedero y no podría utilizarse el de descripción y esperar que se decidan para su compra

- ✓ **Determinación de precios**

Existen varios sistemas para la determinación de precios como; regateo o subasta pública. Para la fijación del precio de venta del chile pimienta se basa en el costo de producción y comercialización. Los precios que se manejan en el mercado son determinados por los mayoristas quienes son los principales compradores.

- **Funciones físicas**

Son las que se relacionan con la transferencia y modificaciones, fisiológicas del producto. Es de suma importancia considerarlas, ya que se refieren a la transferencia de los productos en su estado físico, por tal razón las mismas ocasionan costos adicionales lo cual provoca un aumento en el precio.

- ✓ **Acopio**

Es el lugar donde se reúne la producción de distintos productores en forma de lotes, para facilitar el transporte y otras funciones de comercialización. Para la producción de chile pimiento no se contempla la utilización un lugar para acopio del producto ya que el mismo será entregado directamente a cada uno los entes de la comercialización.

- ✓ **Almacenamiento**

Es la función de mantener el producto en depósito por un tiempo con el propósito de ajustar la oferta a los requerimientos de la demanda. La producción de chile pimiento tendrá un almacenamiento temporal porque el producto se distribuirá dentro de los cinco días después de su recolección para evitar su rápida descomposición y poder obtener el beneficio máximo del mismo.

- ✓ **Clasificación y empaque**

La función de empaque cumple con los objetivos de preservar el producto, de hacer lotes, para su manipulación y dividirlos con el fin de facilitar su distribución.

El producto debe clasificarse en base a tamaño y calidad para poder determinar su precio así como la cantidad de producto que deberá oscilar entre 90 a 100 chiles por cada caja de plástico, las cuales tendrán que ser bien ventiladas para mantener la frescura y facilitar su transporte.

✓ **Transporte**

El producto será transportado a su destino final por medio de fletes que se tiene contemplado como servicio adicional por parte de la cooperativa.

• **Funciones auxiliares**

Contribuyen con la ejecución de las funciones físicas y de intercambio por lo que cubren lo relacionado con:

✓ **Información de precios y de mercado**

La cooperativa deberá buscar y mantenerse informado sobre el comportamiento del mercado y los precios del producto, para que sean tomados en cuenta para la comercialización y poder brindar la información correcta a los demandantes cuando sea requerida. La información puede ser obtenida por medio de las diferentes instituciones que apoyan la agricultura en el país, como el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación –MAGA-, Ministerio de Economía.

Esta información permitirá a corto plazo elaborar estrategias de mercadeo tales como: cuando vender y a quien vender el producto en los mercados. A largo plazo permitirá modificar las estrategias si es necesario, ya que podrán establecer cual es la evolución del chile pimienta en el mercado, la aceptación y por ende dónde es más conveniente su venta, que precios pagarán a la cooperativa y cuales son las calidades demandadas.

✓ **Aceptación de riesgos**

Es una de las más importantes funciones en la comercialización y se dan dos tipos de riesgos: pérdida física y financiera.

Los riesgos que corren los productores pueden ser desde la siembra, ya que por diferentes razones la cosecha no puede ser como se esperaba, cuando el

producto es trasladado hacia los diferentes agentes de comercialización, el precio en el mercado sea menor para cubrir los costos en los cuales se incurrieron y el crecimiento de la oferta en ciertas épocas del año.

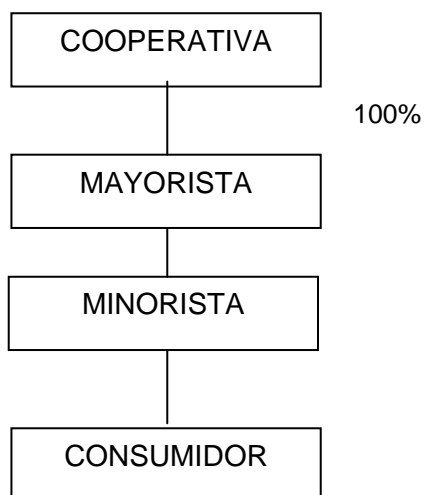
4.2.3 Operaciones de comercialización

La fase de la operacionalidad de la comercialización ofrece una visión muy clara de lo que significa, en términos monetarios y porcentuales, el rendimiento y la ganancia que percibe cada ente que forma la cadena en los canales de comercialización, los cuales se realizan desde que sale el producto de las manos del productor hasta la adquisición del mismo por parte del consumidor final.

4.2.3.1 Canales de comercialización

Para la comercialización del chile pimienta, será la Cooperativa quien se encargue de vender en forma directa a los intermediarios, para lo cual se propone los siguientes canales:

Gráfica 9
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Canales de Comercialización Propuesto
Año: 2004



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

En la gráfica se puede observar que la Cooperativa de productores de chile pimiento, venderá a los mayoristas en un 100% y que lo comercializarán al minorista.

4.2.3.2 Márgenes de comercialización

Se determinan al tomar en cuenta los diferentes intermediarios o entes que participan en el proceso de comercialización, precio y los diferentes costos en los que se incurren como empaque, transporte, derecho de piso y de esta manera conocer la diferencia que existe entre el precio que paga el consumidor por el producto y el precio recibido por el productor.

Dentro de los márgenes de comercialización existen los siguientes:

Margen bruto: Diferencia entre lo recibido por el productor y pagado por el

consumidor final.

Margen neto: Es la utilidad que obtienen los intermediarios en el mercadeo de un producto, restándole los costos de comercialización en que incurren.

En el cuadro siguiente se muestran los márgenes de comercialización del chile pimienta:

Cuadro 55
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Márgenes de Comercialización Propuestos
Año: 2004
(Cifras en quetzales por caja)

Agente Ó Ente	Precio De Venta	Margen bruto de Comerc.	Costo De Mercadeo	Margen Neto Comerc.	% Rentabilidad	% Participación
<u>Productor</u>	75.00					
<u>Mayorista</u>	90.00	15.00	<u>3.50</u>	11.50	15.33	79
Transporte			2.00			
Derecho piso			0.50			
Otros			1.00			
<u>Minorista</u>	95.00	5.00	<u>2.50</u>	2.50	2.77	21
Transporte			1.50			
Derecho piso			0.50			
Otros			0.50			
Totales		20.00	6.00	14.00		

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

El cuadro anterior muestra que la Cooperativa, al participar en el proceso de comercialización tendrá el 79% de participación en el precio de venta al consumidor, el margen bruto de comercialización establece que por cada quetzal que paga el consumidor final, Q. 0.21 es para el intermediario y Q.0.79 para el productor.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

Este capítulo describe la propuesta administrativa y legal del proyecto, la cual servirá para la obtención de fondos y de asistencia técnica. Así también, se establece la estructura organizacional que se adapta a los requerimientos que conlleva la puesta en marcha y las actividades propias del proyecto.

5.1 ORGANIZACIÓN ACTUAL

Se determinó que no hay agricultores que se dediquen a la producción de chile pimiento y como consecuencia no cuentan con una organización que facilite las operaciones en cuanto a producción, administración y comercialización de la cosecha.

5.2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PROPUESTA

La organización que se propone para el mejor desarrollo de las diversas actividades que conlleva la producción de chile pimiento, es la creación de una Cooperativa Agrícola, la cual estará formada por veinte campesinos que se beneficiarán entre ellos mismos al producir, comercializar de manera eficiente el producto.

5.2.1 Justificación

Dentro de los diferentes tipos de organización empresarial que existen en Guatemala, para administrar y hacer funcionar técnicamente una propuesta, se encuentra la cooperativa. Es uno de los sistemas de organización que más se utiliza en la actualidad.

Es importante mencionar que según los resultados de la encuesta realizada en el caserío de Sucuj, los agricultores manifestaron la necesidad de organizarse

para beneficio de todos, la existencia de una cooperativa, permitirá que se reúnan para decidir y ejecutar en forma coordinada y clara todo lo referente a la producción y comercialización de chile pimiento.

Dentro de las ventajas que conlleva la conformación de una cooperativa están:

- La participación de varias personas en la dirección y toma de decisiones.
- Se tiene acceso a nuevos mercados
- Se tendrá acceso a financiamiento para poder incrementar en un futuro la producción, porque se tendrá controles y procesos organizados.
- Obtener un mejor nivel de vida económico y social de sus integrantes y por ende de la comunidad.
- Para legalizar la cooperativa es un proceso simple y rápido

5.2.2 Tipo y denominación

Se propone formar una Cooperativa Agrícola, caracterizado por tener como socios a pequeños campesinos que han trabajado anteriormente como productores individuales y que se integrarán con el objeto de cultivar y mejorar sus volúmenes de producción, tecnificar el proceso productivo y obtener mejores beneficios económicos. La organización en la cual se agruparán los veinte asociados actuará bajo la denominación de “Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.”

.

5.2.3 Localización

El desarrollo de las actividades agrícolas y administrativas de la Cooperativa Agrícola Sucuj R.L., se ubicará en el municipio de Huehuetenango, departamento de Huehuetenango. El terreno para la producción de chile pimiento, será proporcionado por los socios y las instalaciones administrativas serán alquiladas.

5.2.4 Marco jurídico

Los aspectos legales que la cooperativa debe cumplir se detallan a continuación.

Normas externas

- Constitución Política de la República de Guatemala. Artículo 34. Derecho de Asociación y Artículo 199. Obligaciones del Estado inciso e).
- Ley General de Cooperativas. Decreto No. 82-78 y su Reglamento contenido en el Acuerdo Gubernativo No 7-79 del Ministerio de Economía
- Código de Comercio. Decreto No. 2-70, Artículos 14, 6/18, 64/67 y 78
- Código de Trabajo. Decreto 1441-2004
- Código Civil. Decreto Ley No. 106 Artículos 14,16, 19,24, 27 ,438, 440 y 1664
- Ley de Impuesto sobre la Renta I.S.R. y su Reglamento. Acuerdo Gubernativo 496-97, Artículo 6 numeral 9
- Ley de Impuesto al Valor Agregado I.V.A. y su Reglamento contenido en el Acuerdo Gubernativo No. 0311-97 Artículo 2 numerales 6, 7 y numeral 1 inciso a).

Normas internas

- La cooperativa para que quede establecida de forma legal, deberá hacer un acta constitutiva, autorizada por el alcalde de su jurisdicción.
- Las reglas de funcionamiento de toda cooperativa lo constituyen sus estatutos, las cuales son aprobadas por la Asamblea General.

5.2.5 Objetivos

Dentro de los objetivos que se pretenden lograr en la cooperativa, son los siguientes:

5.2.5.1 Objetivo general

Conceder igualdad de derechos y obligaciones para todos los asociados y contribuir al mejoramiento económico, cultural y social de la comunidad. Integrar a los agricultores de la comunidad interesados en la producción de chile pimiento, para realizar de manera conjunta las actividades de producción y comercialización.

5.2.5.2 Objetivos específicos

- Aumentar el capital con las aportaciones de cada uno de los asociados para incrementar la producción y de esta manera poder obtener mayores ganancias
- Crear fuente de trabajo para los habitantes de la comunidad
- Comercializar el chile pimiento no sólo a nivel local sino que también a nivel nacional
- Mejorar los ingresos familiares tanto de los asociados como a los que se les contratará para trabajar en el proyecto
- Tener acceso a la asistencia técnica y financiera para el mejoramiento de la producción, que en la actualidad no se puede obtener en forma individual
- Mejorar el nivel económico y social de la comunidad

5.2.6 Funciones generales

Las funciones que llevará a la cooperativa son las siguientes:

- Solicitar asistencia técnica y financiera a entidades privadas y gubernamentales
- Gestionar solicitud de préstamos a bancos y financieras
- Adquirir la maquinaria, insumos, herramientas y equipo que serán de utilidad para la producción de chile pimiento

- Efectuar las gestiones necesarias para la comercialización de la producción
- Administrar las aportaciones de cada asociado así como los ingresos que se obtengan del proyecto

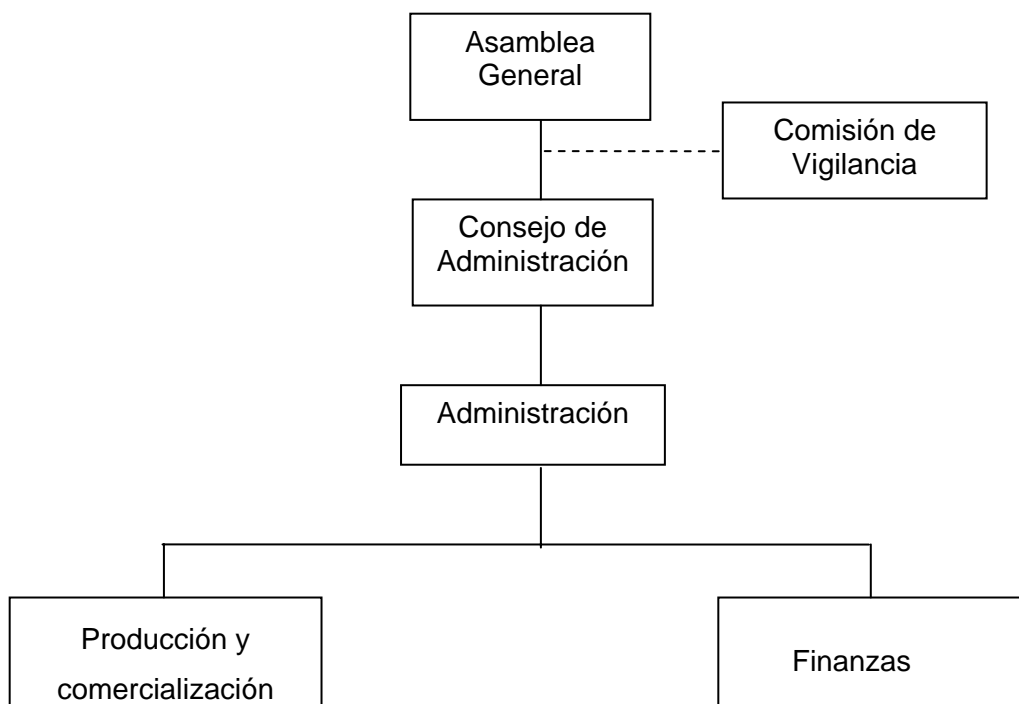
5.2.7 Estructura organizacional

Indica cómo están unificadas todas las funciones, la relación que existe entre cada función y establecer en forma visible los niveles jerárquicos que comprenderán la cooperativa para su correcta coordinación y administración de las actividades a realizar y de los recursos humanos; lo cual permitirá tener claras las líneas de autoridad y responsabilidad así como desarrollar en forma correcta el desempeño del grupo a través de las reglas y procedimientos establecidos.

5.2.7.1 Diseño organizacional

A continuación se presenta el diseño organizacional a través de un organigrama sugerido para la cooperativa, en cual se pueden observar los niveles jerárquicos, la autoridad y responsabilidad, la división del trabajo y la coordinación que se debe llevar para cada actividad a ejecutar.

Gráfica 10
Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.
Organización Propuesta
Año: 2004



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

5.2.7.2 Sistemas de organización

El sistema de organización que se propone para la Cooperativa Agrícola Sucuj R.L. será de tipo lineal, ya que es una organización sencilla, mantiene los niveles de jerarquía, a los jefes se atribuye las funciones de mando con lo cual se da los principios de la unidad de mando y dirección.

5.2.7.3 Funciones básicas de las unidades administrativas

A continuación se detallan las funciones que realizarán cada uno de los que integran la estructura administrativa propuesta:

Asamblea General

Es la máxima autoridad de decisión y acción de la cooperativa, le corresponde tomar las decisiones de mayor importancia que tengan implicación en el funcionamiento de la misma, integrada por los veinte socios que conforman la organización: Entre sus funciones están:

- Decidir sobre las políticas de organización, dirección y control interno de la empresa
- Estudiar, modificar, aprobar o no aprobar el presupuesto anual de ingresos y egresos.
- Elegir, revocar o modificar las sanciones impuestas por la Junta Directiva
- Resolver la reforma o modificación de los estatutos
- Modificar el acta constitutiva, planes de producción, servicios de financiamiento
- Acordar la disolución o liquidación de la cooperativa

Comisión de vigilancia:

Su función principal es fiscalizar a la Asamblea General en relación con los negocios en que esta incurra, además supervisa los planes que desarrolla la cooperativa. Las funciones que le competen son las siguientes:

- Practicar la realización de auditorias o instruir al Consejo de Administración que contrate servicios profesionales para ello.
- Revisar periódicamente los registros contables de la cooperativa.
- Convocar a Asamblea General ordinaria o extraordinaria, cuando de conformidad con los Estatutos, no lo haga el Consejo de Administración.
- Presentar el informe de sus actividades.
- Practicar cortes de caja y arqueos de valores.
- Velar porque se cumplan los acuerdos de la Asamblea General y del Consejo de Administración.

Consejo de Administración:

Es el órgano responsable de velar porque se cumplan las políticas, acuerdos y resoluciones de la Asamblea General. Tiene autoridad sobre los departamentos de administración, producción-comercialización y finanzas, estará integrada como mínimo con cinco consejeros que sus cargos son: Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Secretario y Vocales. Las funciones que le competen serán las siguientes:

- Cumplir con las disposiciones contempladas en el marco jurídico que enmarcan a la cooperativa
- Someter a consideración de la Asamblea General, las políticas, planes, programas de producción y demás servicios concernientes a la organización
- Convocar la Asamblea General ordinaria y extraordinaria
- Informar de sus actividades en forma detallada y documentada a la Asamblea General
- Aprobar los programas de capacitación y asistencia técnica

Administración

Es el departamento que se encarga de administrar los recursos de la cooperativa. Dentro de sus funciones están las siguientes:

- Tener control de la ejecución del presupuesto de gastos e informar a la Junta Directiva en forma mensual, trimestral y anual.
- Facturar y tener el control de los ingresos y egresos de efectivo a caja, así como elaborar y presentar cuadros estadísticos a la Junta Directiva, en forma semanal, mensual, y anual
- Controlar los inventarios de producto, así como los kárdex por cada uno de los socios, para los pagos respectivos
- Realizar, revisar y conciliar las operaciones contables de la cooperativa

- Cotizar y comprar oportunamente los insumos y herramientas que se necesitan
- Tener el control del flujo de correspondencia que ingresa y egresa de la cooperativa
- Controlar y fiscalizar las operaciones de los departamentos de producción-comercialización y finanzas

Producción y Comercialización

Le corresponde planificar, coordinar, dirigir la producción y distribuir y comercializar el producto. Contará con el recurso humano necesario para las diferentes actividades que requiera la producción. Dentro de sus funciones están:

- Establecer los períodos más propicios para la producción
- Establecer el plan de producción anual y presentarlo a la Junta Directiva para su revisión, previo a la aprobación por la Asamblea General
- Realizar solicitudes de materiales e insumos necesarios para la producción
- Asignar tareas a los trabajadores de campo y verificar su cumplimiento
- Establecer y mantener los contactos necesarios para la venta
- Atender los pedidos y los cobros
- Buscar nuevos canales de ventas
- Llevar el producto en las condiciones y tiempo requeridas por los compradores
- Elaborar reportes sobre ventas realizadas
- Establecer normas para la venta
- Tener el control de los precios de venta

Finanzas

Estará a cargo del control financiero y contable, asimismo producirá información financiera de las diferentes transacciones que efectúe la cooperativa. Entre sus funciones están:

- Recoger aportaciones monetarias de los asociados
- Llevar los ingresos y egresos
- Llevar el control de kardex de ingresos y egresos de los materiales e insumos
- Solicitar cotizaciones a proveedores de requerimientos
- Apoyar a la elaboración del presupuesto
- Producir la información financiera necesaria para la Asamblea General

5.3 RECURSOS

Para el completo funcionamiento y para el logro de los objetivos trazados se debe contar con los recursos necesarios entre los cuales se pueden mencionar los recursos humanos, físicos o materiales y financieros.

5.3.1 Recursos humanos

Es el más importante en las organizaciones y para llevar a cabo este proyecto es necesaria la contratación de ocho jornaleros para labores de plantación y culturales de campo, tres personas para el área administrativa, asimismo se contará con el apoyo de los veinte agricultores que se integrarán a la cooperativa.

5.3.2 Recursos físicos o materiales

Se contará con dos manzanas de terreno para la producción del chile pimiento, dos ambientes de 3.0 x 7.0 m² para bodega y oficinas, se utilizará herramientas agrícolas (ocho azadones, diez machetes, diez cobas y cuatro limas) asimismo, dos escritorios, dos sillas ejecutivas, un archivo de metal, una computadora, una

mesa de reuniones, diez sillas para reuniones, una sumadora, un máquina de escribir.

5.3.3 Recursos financieros

Lo conforman las aportaciones de los socios que consiste en un terreno valorado en Q.10,000.00 e inversión en efectivo de Q23,418.00, además un préstamo fiduciario de Q40,000.00 en la cooperativa COOSADECO, R.L. con una tasa de interés del 16% anual sobre saldos, amortizado a partir del primer año del proyecto con una duración de tres años.

5.4 PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Dentro de la proyección que conlleva la conformación de la cooperativa está lo social, económico y cultural.

5.4.1 Social

Con la puesta en marcha del proyecto se beneficiará a la población, ya que varios miembros de familias tendrán participación en el mismo, mejorará su nivel de vida social y económico, lo cual beneficiará en lo que respecta a la salud y educación de los asociados así como de la comunidad en general.

5.4.2 Económica

La cooperativa ayudará a la creación de nuevos empleos a través de la producción y comercialización del chile pimienta en el mercado nacional, lo cual permitirá que se incrementen los ingresos de los empleados así como de sus asociados.

5.4.3 Cultural

El proyecto permitirá a la población unificarse para poder coordinar actividades que sean de beneficio colectivo, asimismo poder contar con recursos educativos

también capacitaciones para los agricultores del chile pimiento y de otro producto que la población este interesado en producir en un futuro.

CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación realizada a los factores socioeconómicos, financieros, administrativos y comercialización en la actividad agrícola de producción de chile pimienta así como de la actividad artesanal de la elaboración de colchas en el municipio de Huehuetenango, departamento de Huehuetenango, se presentan las siguientes conclusiones.

1. Se determinó que los artesanos no están organizados, lo cual impide que obtengan asistencia técnica y financiera para mejorar su producción, la comercialización y obtener un sistema adecuado para la determinación de los costos de la elaboración de colchas y de esta manera establecer el precio de venta del producto.
2. La actividad artesanal ha perdido importancia en la economía del Municipio debido a que los productores desconocen las formas de comercialización que existen y esto impide llegar a nuevos mercados.
3. Los proveedores de los insumos para la elaboración de colchas, se localizan fuera del Municipio y a nivel local existe sólo un proveedor quien es el que provee el material, lo que provoca que el costo sea mayor.
4. Por las condiciones topográficas, características de suelo, clima, y humedad, entre otros, el Municipio puede ser de nuevo una comunidad que su principal actividad sea agrícola.
5. El proyecto propuesto para la producción de chile pimienta es factible para ponerse en práctica, ya que se cuenta con el clima adecuado, suelo fértil y

existe demanda insatisfecha a nivel nacional, lo que ayudará a la diversificación de la producción agrícola del Municipio.

6. Se determinó que la forma organizativa para los productores de chile pimiento que más se adapta a sus necesidades es la de Cooperativa Agrícola R.L.

RECOMENDACIONES

Con base en las conclusiones formuladas sobre la investigación socioeconómica, agrícola y artesanal llevada a cabo en el municipio de Huehuetenango, a continuación se presentan las siguientes recomendaciones:

1. Que se organicen los artesanos en un comité artesanal y de esta manera obtener asistencia técnica y financiera para el incremento de producción, ventas y la implementación de herramientas que ayude al control de los costos.
2. Que el comité de artesanos, utilice nuevas estrategias para promover la actividad artesanal y también brinde información de las formas en que se puede mejorar la comercialización y poder alcanzar un nivel de competencia en el mercado.
3. Que a través del comité de artesanos se realice la adquisición de los insumos para elaboración de las colchas, ya que se comprarán cantidades mayores lo que ayudará a la disminución de los costos de producción.
4. Que la población busque apoyo técnico y financiero de entidades gubernamentales y no gubernamentales para aprovechar la topografía, suelos y clima para explotar la producción agrícola en el Municipio.
5. Que los productores del Municipio, pongan en marcha la propuesta de inversión de producción de chile pimiento, ya que de acuerdo a los resultados del estudio efectuado, se determinó que es un proyecto rentable y que puede ser financiado con recursos obtenidos mediante

concesión de un préstamo, y mejorar así el nivel productivo y económico de los productores.

6. Que los agricultores cumplan con los compromisos que adquiere la Cooperativa Agrícola de Chile Pimiento, para llevar a cabo el desarrollo del proyecto y obtener los resultados económicos deseados.

ANEXOS

ANEXO I
MANUAL DE ORGANIZACIÓN
COOPERATIVA AGRÍCOLA “SUCUJ” R.L.
PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

ÍNDICE

	Página
I. INTRODUCCIÓN	
II. IMPORTANCIA	1
III. APROBACIÓN	1
IV. MARCO JURÍDICO	1
V. OBJETIVOS	1
VI. CONSIDERACIONES FINALES	2
VII. GENERALIDADES DE LA COOPERATIVA	2
VIII. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	3
IX. FUNCIONES DE LOS ÓRGANOS DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN	4

INTRODUCCIÓN

El manual de organización es un instrumento administrativo que es utilizado para dar a conocer la estructura administrativa y las funciones de cada puesto que integran una organización y de las relaciones que éstas guardan entre sí.

Asimismo determina los canales de comunicaciones y relación que existirá con los diferentes niveles jerárquicos. En cuanto a la motivación, ésta proporcionará a cada funcionario una visión global de la unidad, un conocimiento completo de su papel dentro de aquella y un medio para perfeccionar su función profesional en las actividades que tenga que realizar.

Este manual de organización contiene la organización de la Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L., sus objetivos, funciones generales y la descripción de las atribuciones y responsabilidades del personal que conforman la estructura general de la misma. Se indica de manera clara cuales son los canales de comunicación, grado de autoridad y responsabilidad entre los niveles jerárquicos. Dado que toda organización está en constante cambio, este manual deberá actualizarse en forma periódica.

II. IMPORTANCIA

El uso y aplicación del contenido del manual ayudará a los directivos, agricultores y empleados, a conocer las diferentes posiciones y niveles de comunicación existentes para el desarrollo de las actividades de una forma organizada.

III. APROBACIÓN

El manual será aprobado por la Asamblea General así como los diversos cambios que sufra el mismo de acuerdo al crecimiento y desarrollo.

IV. MARCO JURÍDICO

Deberá regirse por el Decreto 82-78 “Ley General de Cooperativas” que indica que su régimen administrativo tendrá los órganos sociales: Asamblea General, Consejo de Administración y la Comisión de Vigilancia, asimismo indica que podrá tener otras posiciones de gestión y control.

V. OBJETIVOS DEL MANUAL

A continuación se describen cuales son los objetivos generales y específicos del manual:

Objetivo general

Servir de guía para que los socios y trabajadores de la Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L., conozcan cuales son las funciones, atribuciones y responsabilidades de cada uno que conforman las diferentes áreas de trabajo, de tal forma que esto contribuya a que sea aprovechado cada uno de los recursos de la organización.

Objetivos específicos

- Contribuir en la definición de la división del trabajo y delimitación de funciones para los socios y trabajadores
- Alcanzar los objetivos que se trazaron, a través del conocimiento de cada uno de sus integrantes de sus roles y responsabilidades

VI. CONSIDERACIONES FINALES

El presente manual estará a disposición de todos los directivos, agricultores y empleados que conforman la Cooperativa Agrícola, con el fin de dar a conocer los roles y responsabilidades de cada unidad administrativa, dicho manual estará ubicado en la sede de la Cooperativa para su consulta.

VII. GENERALIDADES DE LA COOPERATIVA AGRÍCOLA “SUCUJ” R.L.

Incrementar y diversificar la producción agrícola a través del chile pimienta, mejorar el nivel de vida de los socios y de los habitantes de la comunidad, lo cual se logrará por la creación de una nueva fuente de trabajo, la producción, comercialización del producto y al establecer un adecuado control y registro de los costos en los que incurran los productores. Asimismo cuenta con las siguientes funciones:

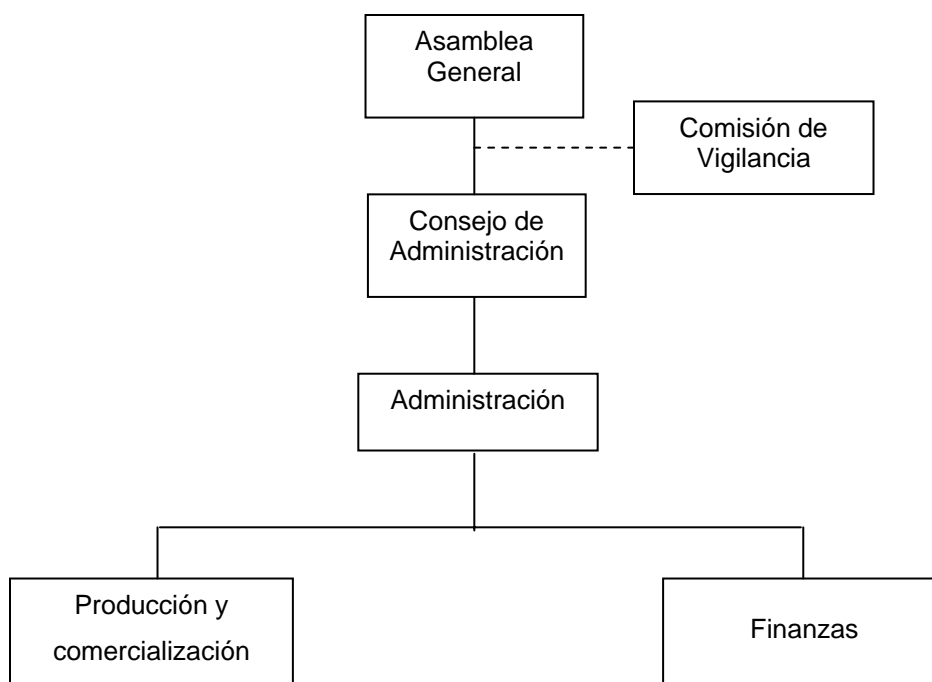
- a) Organizar al personal para que realice las distintas actividades.
- b) Planificar, organizar e implementar todos los elementos humanos, físicos y financieros necesarios para el buen funcionamiento de la organización,
- c) Fijar niveles de autoridad para la toma de decisiones, definir políticas, estrategias, normas y procedimientos con el propósito de alcanzar los objetivos.
- d) Investigar sobre los canales de comercialización más convenientes para la venta del producto.

- e) Solicitar asistencia técnica y financiera a entidades privadas y gubernamentales
- f) Gestionar solicitud de préstamos a bancos y financieras
- g) Adquirir la maquinaria, insumos, herramientas y equipo que serán de utilidad para la producción de chile pimiento
- h) Efectuar las gestiones necesarias para la comercialización de la producción que se obtenga durante el proyecto
- i) Administrar las aportaciones de cada asociado así como los ingresos que se obtengan durante el proyecto

VIII. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA COOPERATIVA AGRÍCOLA “SUCUJ” R.L.

A continuación se presenta la estructura administrativa para la Cooperativa, en cual se pueden observar los niveles jerárquicos, la autoridad y responsabilidad, la división del trabajo y la coordinación que se debe llevar para cada actividad a ejecutar.

Municipio Huehuetenango – Departamento de Huehuetenango
Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.
Organización Propuesta



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

IX. FUNCIONES DE LOS ÓRGANOS DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN

A continuación se presentan la descripción, integración y requisitos de los órganos administrativos de la Cooperativa:

Asamblea General

Es la máxima autoridad de decisión y acción, le corresponde tomar las decisiones de mayor importancia que tengan implicación en el funcionamiento de la misma, integrada por los veinte socios que conforman la organización: Entre sus funciones están:

- Decidir sobre las políticas de organización, dirección y control interno de la empresa

- Estudiar, modificar, aprobar o no aprobar el presupuesto anual de ingresos y egresos.
- Elegir, revocar o modificar las sanciones impuestas por la Junta Directiva
- Resolver la reforma o modificación de los estatutos
- Modificar el acta constitutiva, planes de producción, servicios de financiamiento
- Acordar la disolución o liquidación de la Cooperativa

Comisión de vigilancia:

Su función principal es fiscalizar a la Asamblea General en relación con los negocios en que esta incurra, además supervisa los planes que desarrolla la Cooperativa.

- Practicar la realización de auditorias o instruir al Consejo de Administración que contrate servicios profesionales para ello.
- Revisar periódicamente los registros contables.
- Convocar a Asamblea General ordinaria o extraordinaria, cuando de conformidad con los Estatutos, no lo haga el Consejo de Administración.
- Presentar a la Asamblea General ordinaria el informe de sus actividades.
- Practicar cortes de caja y arqueos de valores.
- Velar porque se cumplan los acuerdos de la Asamblea General y del Consejo de Administración.

Consejo de Administración:

Es el órgano responsable de velar porque se cumplan las políticas, acuerdos y resoluciones de la Asamblea General. Tiene autoridad sobre los departamentos de administración, producción-comercialización y finanzas, estará integrada como mínimo por cinco consejeros que sus cargos son: Presidente, Vicepresidente, Tesorero, Secretario y Vocales. Las funciones que le competen serán las siguientes:

- Cumplir con las disposiciones contempladas en el marco jurídico que enmarcan a la Cooperativa
- Someter a consideración las políticas, planes, programas de producción y demás servicios concernientes a la organización
- Convocar la Asamblea General ordinaria y extraordinaria
- Informar de sus actividades en forma detallada y documentada
- Aprobar los programas de capacitación y asistencia técnica

Administración

Es el departamento que se encarga de administrar los recursos de la Cooperativa. Dentro de sus funciones están las siguientes:

- Tener control de la ejecución del presupuesto de gastos e informar a la Junta Directiva en forma mensual, trimestral y anual.
- Facturar y tener el control de los ingresos y egresos de efectivo a caja, así como elaborar y presentar cuadros estadísticos a la Junta Directiva, en forma semanal, mensual, y anual
- Controlar los inventarios de producto, así como los kárdex por cada uno de los socios, para los pagos respectivos
- Realizar, revisar y conciliar las operaciones contables
- Cotizar y comprar oportunamente los insumos y herramientas que se necesitan
- Tener el control del flujo de correspondencia que ingresa y egresa
- Controlar y fiscalizar las operaciones de los departamentos de producción-comercialización y finanzas

Producción y Comercialización

Le corresponde planificar, coordinar, dirigir la producción y distribuir y comercializar el producto. Contará con el recurso humano necesario para las

diferentes actividades que requiera la producción. Dentro de sus funciones están:

- Establecer los períodos más propicios para la producción
- Establecer el plan de producción anual y presentarlo a la Junta Directiva para su revisión, previo a la aprobación por la Asamblea General
- Realizar solicitudes de materiales e insumos necesarios para la producción
- Asignar tareas a los trabajadores de campo y verificar su cumplimiento
- Establecer y mantener los contactos necesarios para la venta
- Atender los pedidos y los cobros
- Buscar nuevos canales de ventas
- Llevar el producto en las condiciones y tiempo requeridas por los compradores
- Elaborar reportes sobre ventas realizadas
- Establecer normas para la venta
- Tener el control de los precios de venta

Finanzas

Estará a cargo del control financiero y contable, asimismo producirá información financiera de las diferentes transacciones que efectúe la Cooperativa. Entre sus funciones están:

- Recoger aportaciones monetarias de los asociados
- Llevar los ingresos y egresos
- Llevar kardex de ingresos y egresos de los materiales e insumos
- Solicitar cotizaciones a proveedores de requerimientos
- Apoyar a la elaboración del presupuesto
- Producir la información financiera necesaria para la Asamblea General

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Cargo: Presidente
<p>I. Descripción del cargo Es la máxima jerarquía dentro del Consejo de Administración, su cargo es de carácter administrativo cuya función es velar por el uso adecuado de los recursos humanos, financieros y materiales de la Cooperativa.</p> <p>II. Atribuciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representante de la Cooperativa ante las diferentes actividades que se realicen, preside las sesiones del Consejo de Administración. • Autorizar con el Secretario las actas de la Asamblea General y Junta Directiva • Autorizar con el Tesorero todos los gastos directos e indirectos del proceso administrativo y productivo de la Cooperativa • Formular y someter a consideración de la Asamblea General, el plan general de trabajo de la Cooperativa. • Realizar de manera periódica revisión al plan de trabajo de la Cooperativa, con el objeto de verificar su funcionalidad y/o proponer cambios que se consideren pertinentes. <p>III. Relaciones de Trabajo: Por la naturaleza de las funciones mantendrá relaciones de trabajo con los miembros de la Asamblea General, Consejo de Administración y personal que labora para la Cooperativa.</p> <p>IV. Autoridad Delegar funciones a los miembros del Consejo de Administración, así como al Administrador</p> <p>V. Responsabilidades Es responsable directo de la consecución de los objetivos y metas planificadas dentro de la Cooperativa</p>	

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Cargo: Presidente
VI. Especificaciones: El candidato deberá cumplir como mínimo con los siguientes requisitos: Educación: Título a nivel medio Experiencia: Mínimo 2 años Habilidades y destrezas Capacidad para resolver problemas Don de mando Facilidad de expresión	

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Cargo: Vicepresidente
<p>I. Descripción del cargo: Cargo de carácter administrativo, tiene como objetivo servir de apoyo al Presidente en la administración de la Cooperativa</p> <p>II. Atribuciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la representación legal de la Cooperativa en casos de ausencia del Presidente, previa autorización de los demás integrantes del Consejo de Administración • Dirigir y supervisar las actividades a realizar por la Cooperativa • Apoyar al Presidente en la formulación y elaboración del plan general de trabajo. <p>III. Relaciones de Trabajo: Por la naturaleza de sus funciones, mantendrá relaciones con el resto de los miembros del Consejo de Administración y el personal de la Cooperativa</p> <p>IV. Autoridad: Sobre el personal de la Cooperativa, siempre y cuando esté supliendo al Presidente, tendrá voz y voto en las reuniones del Consejo de Administración.</p> <p>V. Responsabilidades Consecución junto con el Consejo de Administración el desarrollo y cumplimiento de las metas y objetivos de la Cooperativa.</p> <p>VI. Especificaciones: El candidato deberá cumplir como mínimo con los siguientes requisitos</p> <p style="padding-left: 40px;">Educación: Título a nivel medio</p> <p style="padding-left: 40px;">Experiencia: Mínimo 2 años</p> <p style="padding-left: 40px;">Habilidades y destrezas Facilidad de expresión Don de mando</p>	

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Cargo: Secretario
<p>I. Descripción del cargo Responsable de tomar nota por escrito de todo lo que se trate en las reuniones del Consejo Administrativo</p> <p>II. Atribuciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar y transcribir apuntes emanados del Consejo Directivo de la Cooperativa • Coordinar y controlar que todas las actividades y reuniones del Consejo Directivo se lleven a cabalidad • Planificar y organizar todas las actividades que se ejecuten en la Secretaría <p>III. Relaciones de Trabajo: Se relacionará con los miembros de la Asamblea General, el Consejo de Administración y Administrador</p> <p>IV. Autoridad No tiene personal a su cargo, tiene voto en decisiones del Consejo de Administración.</p> <p>V. Responsabilidades Llevar control adecuado por escrito de cada punto tratado en las reuniones así como el respectivo seguimiento.</p> <p>VI. Especificaciones: El candidato deberá cumplir como mínimo con los siguientes requisitos</p> <p style="padding-left: 40px;">Educación: Título a nivel medio</p> <p style="padding-left: 40px;">Experiencia: Mínimo 2 años</p> <p style="padding-left: 40px;">Habilidades y destrezas Manejo de equipo de oficina Buena redacción</p>	

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Cargo: Tesorero
<p>I. Descripción del cargo Encargado de los recursos financieros de la Cooperativa, es decir el control de los aportes de los miembros y gastos efectuados</p> <p>II. Atribuciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recaudar y custodiar los fondos de sus miembros • Autorizar con el Presidente las erogaciones acordadas por la Asamblea General o por el Consejo de Administración en ejercicio de sus atribuciones, así como los pagos que se efectúen. • Rendir un informe mensual del movimiento de caja • Elaborar el proyecto de presupuesto anual de la Cooperativa, el cual será presentado a la Asamblea General ordinaria para su aprobación <p>III. Relaciones de Trabajo: Estrecha relación con el Presidente del Consejo de Administración, Administrador y Encargado de Finanzas.</p> <p>IV. Autoridad Solicitar información al Encargado de Finanzas y tiene voto en decisiones tomadas por el Consejo de Administración.</p> <p>V. Responsabilidades Velar por el uso racional de los recursos financieros</p> <p>VII. Especificaciones: El candidato deberá cumplir como mínimo con los siguientes requisitos</p> <p style="padding-left: 40px;">Educación: Título a nivel medio</p> <p style="padding-left: 40px;">Experiencia: Mínimo 2 años</p> <p style="padding-left: 40px;">Habilidades y destrezas Preparar reportes Numérica</p>	

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL CARGO

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Cargo: Vocal
<p>I. Descripción del cargo Auxiliar al Presidente del Consejo de Administración, Secretario y Tesorero cuando estos lo requieran</p> <p>II. Atribuciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participar en sesiones de trabajo con los integrantes del Consejo de Administración • Sustituir en su cargo a cualquiera de los integrantes del Consejo de Administración en su ausencia. <p>III. Relaciones de Trabajo: Con todos los miembros del Consejo de Administración y de la Cooperativa</p> <p>IV. Autoridad Voz y voto en decisiones tomadas por el Consejo de Administración</p> <p>V. Responsabilidades Las atribuciones que le sean asignadas por el Consejo de Administración</p> <p>VI. Especificaciones: El candidato deberá cumplir como mínimo con los siguientes requisitos</p> <p style="padding-left: 40px;">Educación: Título a nivel medio</p> <p style="padding-left: 40px;">Experiencia: En cargo similar</p> <p style="padding-left: 40px;">Habilidades y destrezas Buenas relaciones humanas Capacidad coordinar trabajos</p>	

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Puesto: Administrador
<p>I. Descripción del puesto Es un puesto que tiene a su cargo la administración general de la Cooperativa. La persona de este puesto es responsable de guiar al grupo, tomar decisiones en bien de los asociados, buscar formas de desarrollo para los mismos y debe estar en continua comunicación con la Junta Directiva.</p> <p>II. Atribuciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asegurar el buen funcionamiento de las unidades de: Finanzas, Producción y Comercialización a través de procedimientos de control y dirección • Dar seguimiento a los diferentes planes propuestos para cumplir con los objetivos trazados para la Cooperativa. • Apoyar a los agricultores y encontrar soluciones viables a problemas presentados por cualquier unidad. • Participar en las juntas programadas por la asamblea general y junta directiva • Contactar empresas proveedoras de insumos y herramientas, con el objetivo de recibir mejores precios y asesoría técnica para los agricultores en los procesos productivos. • Contratar o rescindir los servicios de los empleados de la Cooperativa <p>III. Relaciones de Trabajo: Por la naturaleza de su función deberá mantener relación con la Junta Directiva, Finanzas, Producción y Comercialización.</p> <p>IV. Autoridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toma decisiones para el beneficio de la Cooperativa • Reuniones con los socios para tratar asuntos de interés • Delegar funciones y actividades a las demás unidades que le sea conferida por la Junta Directiva <p>V. Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administrar los fondos de la Cooperativa • Velar por el cumplimiento del reglamento interno 	

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Puesto: Administrador
VI. Especificaciones: El candidato deberá cumplir como mínimo con los siguientes requisitos. Educación: Título a nivel medio Experiencia: No necesaria Habilidades y destrezas Tener liderazgo Tener don de mando Ser estratégico en la toma de decisiones	

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Puesto: Encargado Producción- Comercialización
<p>I. Descripción del puesto Encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de producción y comercialización del chile pimiento producido por los socios de la Cooperativa.</p> <p>II. Atribuciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar y coordinar los trabajos de la producción de chile pimiento. • Organizar capacitaciones agrícolas para todos los agricultores asociados. • Planificar el mercadeo de la producción. • Supervisar que la producción planificada se lleve a cabo. • Diseñar los controles de calidad necesarios para garantizar la producción del chile pimiento. • Elaborar planes de comercialización para el cultivo de chile pimiento. • Llevar registros estadísticos de precios, volúmenes de producción. • Proponer estrategias de comercialización. • Buscar canales de comercialización adecuados para la venta del chile pimiento. • Encargado del cobro del producto vendido. <p>III. Relaciones de Trabajo: Por la naturaleza de su función deberá mantener relación con la administración, agricultores y los diferentes entes de la comercialización</p> <p>IV. Autoridad Informar a la Administración acerca de la producción y comercialización del chile pimiento.</p> <p>V. Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar planes de acción preventivos y correctivos para evitar anomalías en el proceso productivo. • Dar seguimiento a los planes de acción para su cumplimiento. • Velar porque se cumplan los estándares de calidad en el producto a cultivar. • Comercializar el producto entre los cinco primeros días de su cosecha 	

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Puesto: Encargado Producción- Comercialización
<ul style="list-style-type: none"> • Vender el producto al mejor precio <p>VI. Especificaciones del puesto El candidato deberá cumplir como mínimo con los siguientes requisitos.</p> <p>Educación: Título a nivel medio</p> <p>Experiencia: En Producción y comercialización agrícola</p> <p>Habilidades y destrezas Ser ordenado Ser analítico Conocer sobre la producción de chile pimiento Tener conocimiento sobre preparación, cuidado, uso y cultivo de los suelos</p>	

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Puesto: Encargado de Finanzas
<p>I. Descripción de Puesto:</p> <p>Puesto administrativo que tiene como función principal la recepción y control de los ingresos y gastos que se generen dentro de la Cooperativa por medio del control de las cuentas contables y generación de los reportes financieros que le sean requeridos.</p> <p>II. Atribuciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar pagos a los asociados y proveedores. • Llevar control de ingresos o aportaciones de los asociados. • Llevar control en la compra de insumos • Ejecutar las tareas contables y administrativas que tengan asignadas. • Generar la información financiera requerida por la administración <p>III. Relaciones de Trabajo:</p> <p>Por la naturaleza de su función deberá mantener relación directa con la administración y con los asociados.</p> <p>IV. Autoridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para realizar pagos de compras de insumos autorizados por administración. • Recepción de las aportaciones de los socios. • Realizar y analizar los estados financieros necesarios para el buen funcionamiento de la Cooperativa. <p>V. Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar informes mensuales de gastos e ingresos a la Administración y Junta Directiva • Reportar en forma mensual la situación financiera • Mantener un archivo actualizado de toda la documentación • Controlar los ingresos y gastos de la Cooperativa para el debido control del flujo de efectivo <p>VI. Especificaciones del puesto:</p> <p>El candidato deberá cumplir con los siguientes requisitos.</p>	

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	Manual de Organización
Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango	Puesto: Encargado de Finanzas
<p>Educación: Perito Contador</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año</p> <p>Habilidades y destrezas Preparar reportes Establecer y mantener relaciones de trabajo con los demás Con los números Manejo de computadora o máquina de escribir</p>	

ANEXO II
MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS
COOPERATIVA AGRÍCOLA “SUCUJ” R.L.
PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

ÍNDICE

	Página
I. INTRODUCCIÓN	
II. OBJETIVOS	1
III. CAMPO DE APLICACIÓN	1
IV. NORMAS DE APLICACIÓN GENERAL	1
V. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS	3
VI. DIAGRAMAS DE FLUJO O FLUJOGRAMAS	7
VII. SIMBOLOGÍA UTILIZADA EN LOS PROCEDIMIENTOS	23

INTRODUCCIÓN

El manual de normas y procedimientos, es de suma importancia para cualquier organización, ya que describe las actividades que se realizan en las distintas unidades que forman una empresa.

Está conformado por tres procedimientos, que se consideran de importancia para el funcionamiento del proceso de la comercialización en la Cooperativa Agrícola "Sucuj" R.L. del municipio de Huehuetenango.

En cada uno de los procedimientos se describe el objetivo, normas específicas, descripción y flujograma.

II. OBJETIVOS DEL MANUAL

- Aportar una guía técnica para conocer en forma detallada, los pasos necesarios que deben seguirse para realizar el proceso de comercialización en la Cooperativa Agrícola Sucuj, R.L., en el Municipio de Huehuetenango.
- Suministrar a todo el personal un instrumento técnico para evitar duplicidad de esfuerzo en las actividades y procedimientos para aprovechar los recursos existentes y evitar atrasos respectivos

III. CAMPO DE APLICACIÓN

De acuerdo a la estructura propuesta, el manual de normas y procedimientos fue diseñado para que los miembros de la Cooperativa Agrícola, lo conozcan y lo apliquen en la ejecución de sus actividades de comercialización del chile pimiento.

Como puede notarse lo expuesto con anterioridad se orienta a buscar la eficiencia en el trabajo y la optimización de los recursos humanos y económicos financieros con que se cuenta en la Cooperativa Agrícola.

IV. NORMAS DE APLICACIÓN GENERAL

1. El manual deberá ser conocido por los asociados y los trabajadores de la Cooperativa, para su aplicación después de su aprobación por la Asamblea General y publicación oficial en la Cooperativa.
2. Cada asociado y trabajador de la Cooperativa es responsable del cumplimiento de las normas de este manual.

3. El Consejo de Administración velará porque se cumplan y apliquen las normas y procedimientos contenidos en el presente manual.
4. El manual, deberá ser revisado cada seis meses, para realizar las modificaciones pertinentes con la respectiva aprobación del Consejo de Administración.

V. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS

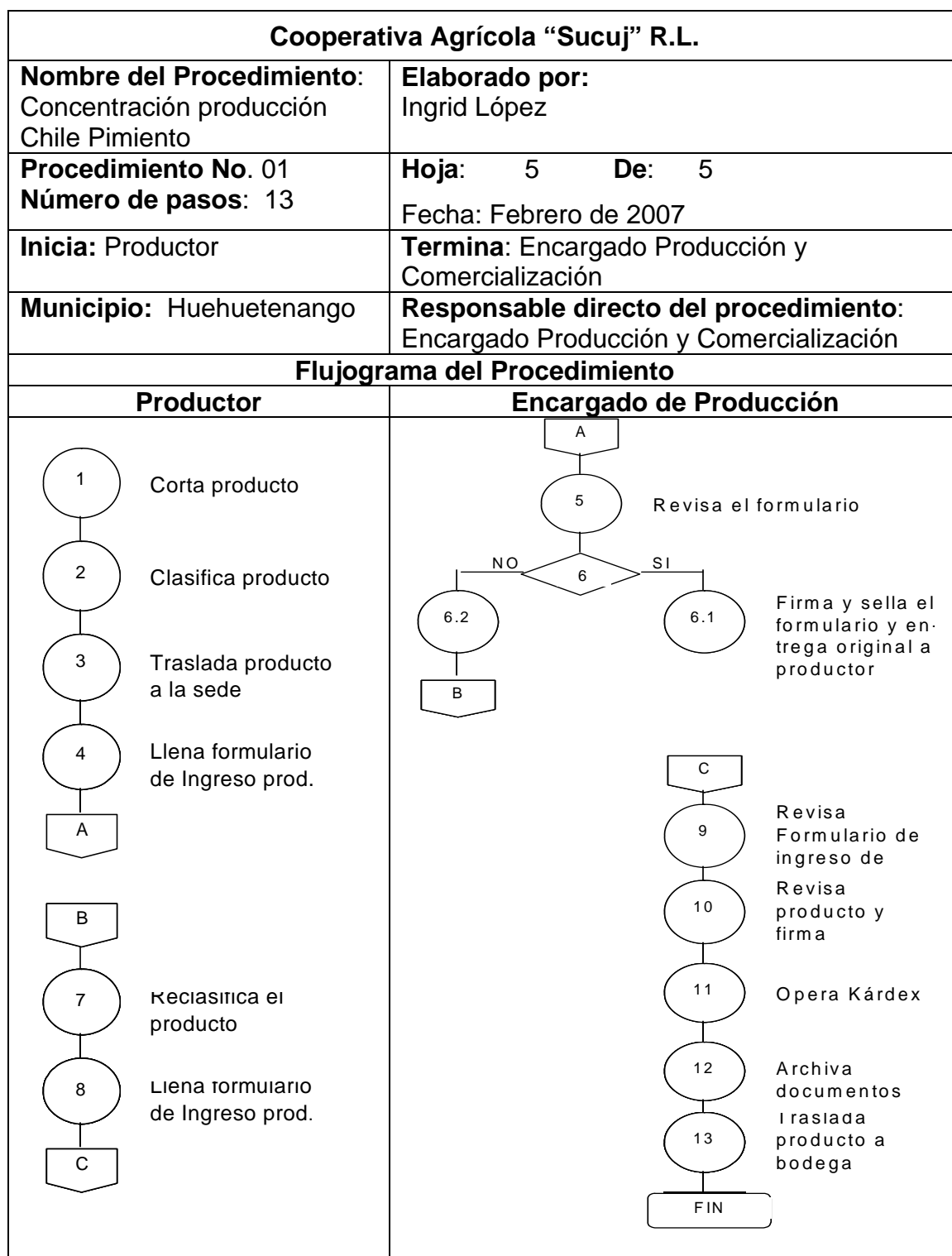
Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	
Nombre del Procedimiento: Concentración producción Chile Pimiento	Elaborado por: Ingrid López
Procedimiento No. 01 Número de pasos: 13	Hoja: 1 De: 5 Fecha: Febrero de 2007
Inicia: Productor	Termina: Encargado Producción y Comercialización
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Encargado Producción y Comercialización
<p>Descripción</p> <p>Se refiere al proceso de la concentración de la producción de chile pimiento en forma ordenada, para su comercialización.</p> <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> – Que cada socio productor que integra la cooperativa, se entere de los pasos que son necesarios, para un mejor control de la concentración del producto. – Que se tenga el control de las cantidades de chile pimiento en beneficio de todos los socios productores integrantes de la cooperativa. – Contar con una herramienta útil para los socios. <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Todos los socios productores deberán llevar su producto a la sede de la cooperativa para comercializarlo en conjunto. – Ningún productor en particular podrá entregar su producción a terceras personas sin que sea controlado por la cooperativa. – Todos los socios productores deberán llevar su producción ya clasificada de acuerdo a calidad, tamaño y color. 	

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.		
Nombre del Procedimiento: Concentración producción Chile Pimiento		Elaborado por: Ingrid López
Procedimiento No. 01 Número de pasos: 13		Hoja: 2 De: 5 Fecha: Febrero de 2007
Inicia: Productor		Termina: Encargado Producción y Comercialización
Municipio: Huehuetenango		Responsable directo del procedimiento: Encargado Producción y Comercialización
Puesto	Paso	Actividad
Productor	1	Realiza el corte de la producción.
Encargado de Producción	2	Clasifica el producto, de acuerdo a los estándares de calidad, tamaño y color.
	3	Traslada el producto recolectado en el día en las respectivas cajas, hacia la cooperativa.
	4	Llena formulario “Ingreso de Producto”.
	5	Revisa formulario lleno por el productor.
	6	Revisa el producto de acuerdo al formulario “Ingreso de producto” en cantidades, calidad, tamaño y color.
	6.1	Si el producto cumple con los estándares pre-establecidos, firma y sella original y copia del formulario “Ingreso del producto” y entrega original al productor.

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.		
Nombre del Procedimiento: Concentración producción Chile Pimiento		Elaborado por: Ingrid López
Procedimiento No. 01 Número de pasos: 13		Hoja: 3 De: 5 Fecha: Febrero de 2007
Inicia: Productor		Termina: Encargado Producción y Comercialización
Municipio: Huehuetenango		Responsable directo del procedimiento: Encargado Producción y Comercialización
Puesto	Paso	Actividad
Productor	7	6.2 Si el producto no cumple con los estándares pre-establecidos, solicita reclasificación.
	8	Reclasifica el producto de acuerdo a estándares pre-establecidos
Encargado de producción	9	Nuevamente “Llena el Formulario”
	10	Revisa formulario lleno por el productor.
Encargado de producción		Revisa el producto de acuerdo al formulario “Ingreso de producto”, en cantidad, calidad, tamaño y color, firma y sella original y copia del formulario “Ingreso de producto”, entrega original a productor.

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.		
Nombre del Procedimiento: Concentración producción Chile Pimiento		Elaborado por: Ingrid López
Procedimiento No. 01 Número de pasos: 13		Hoja: 4 De: 5 Fecha: Febrero de 2007
Inicia: Productor		Termina: Encargado Producción y Comercialización
Municipio: Huehuetenango		Responsable directo del procedimiento: Encargado Producción y Comercialización
Puesto	Paso	Actividad
Encargado de producción	11	Opera kardex por productor.
	12	Archiva documentos.
	13	Traslada producto a bodega, rotulado, identificado: calidad, tamaño y color

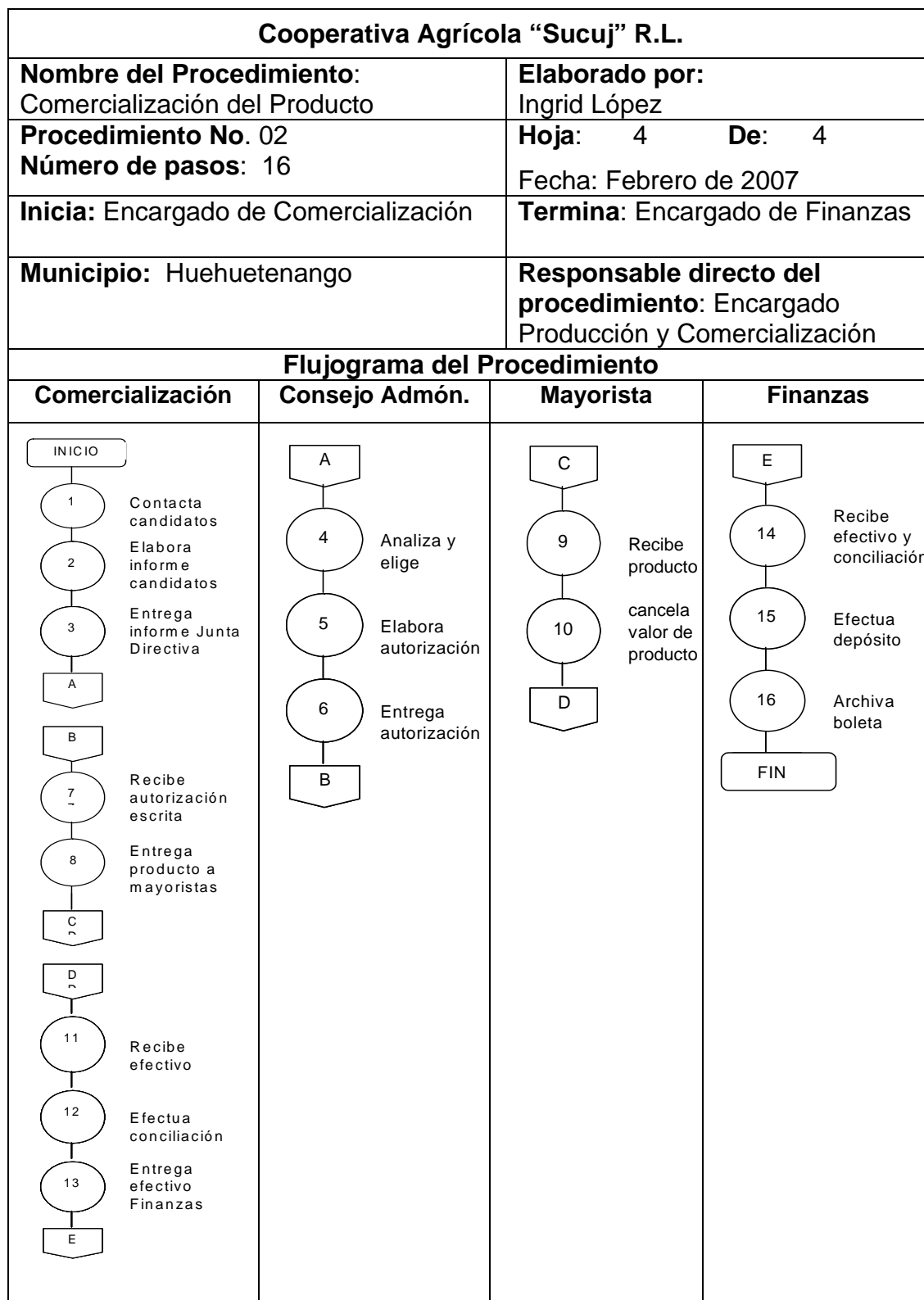
VI. DIAGRAMA DE FLUJO O FLUJOGRAMAS



Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	
Nombre del Procedimiento: Comercialización del Producto	Elaborado por: Ingrid López
Procedimiento No. 02 Número de pasos: 16	Hoja: 1 De: 4 Fecha: Febrero de 2007
Inicia: Encargado de Comercialización	Termina: Encargado de Finanzas
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Encargado Producción y Comercialización
<p>Descripción</p> <p>Este procedimiento se refiere a la forma como se comercializará la producción de chile pimienta a través de la cooperativa agrícola.</p> <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> – Comercializar la producción a los mejores precios del mercado por medio de los canales de distribución establecidos. – Realizar contactos con diferentes mayoristas de chile pimienta por medio del encargado de comercialización y elegir el que oferte precio más alto. – Evitar gastos innecesarios para los socios productores, mismos que elevan los costos de producción. – Disminuir los riesgos que el productor puede contraer, al trabajar en forma individual. <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ninguno de los asociados puede comercializar sus productos en forma individual. – Los productores deberán aceptar los precios de venta del producto aprobados por la junta directiva. 	

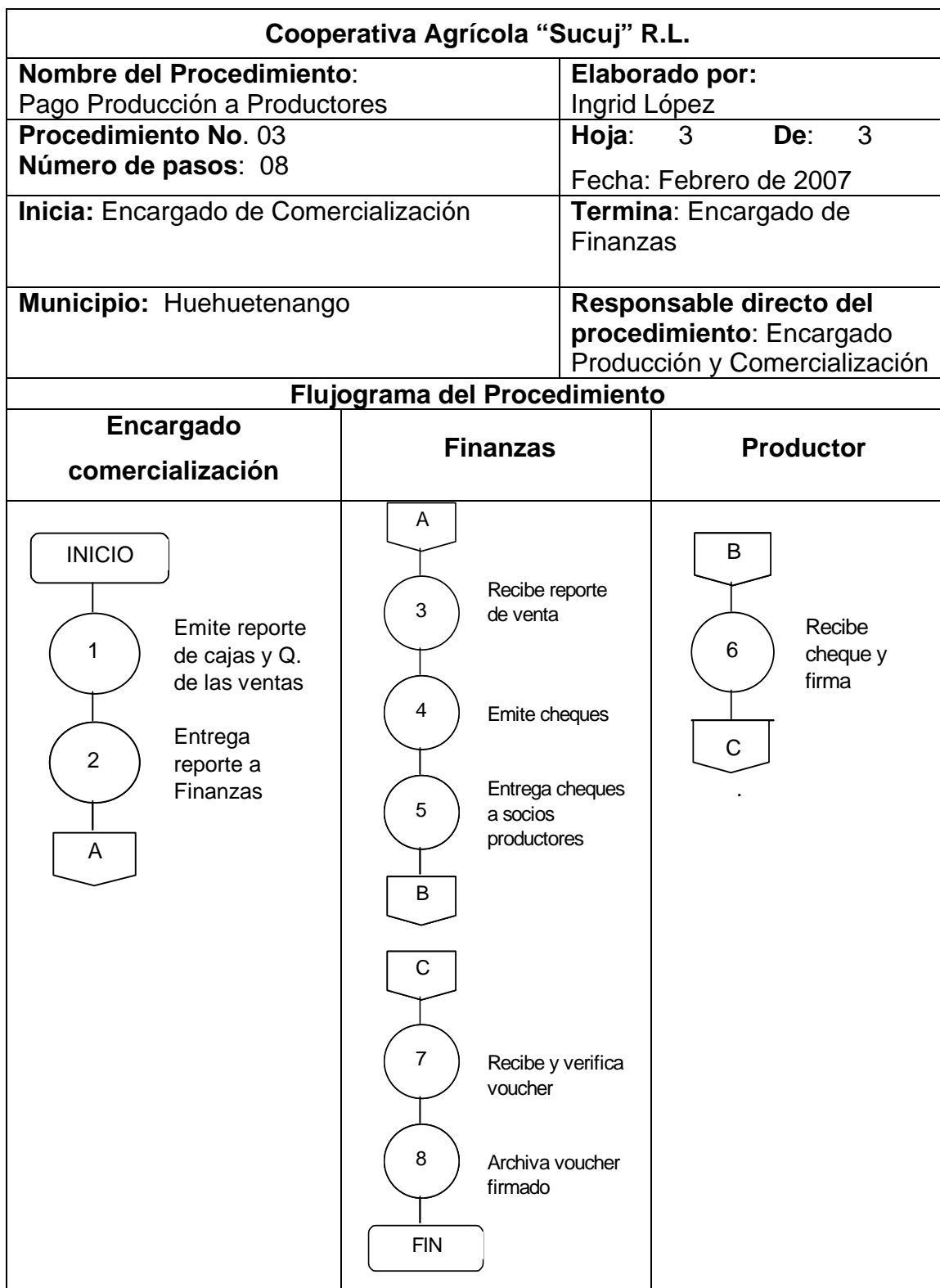
Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.		
Nombre del Procedimiento: Comercialización del Producto	Elaborado por: Ingrid López	
Procedimiento No. 02 Número de pasos: 16	Hoja: 2 De: 4 Fecha: Febrero de 2007	
Inicia: Encargado de Comercialización	Termina: Encargado de Finanzas	
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Encargado Producción y Comercialización	
Puesto	Paso	Actividad
Encargado de producción y comercialización Consejo Administración Encargado de producción	1	Contacta candidatos mayoristas
	2	Elabora informe de candidatos
	3	Entrega informe de candidatos a junta directiva
	4	Analiza y toma decisión a quienes venderle
	5	Elabora autorización por escrito y lista los nombres de los favorecidos
	6	Entrega autorización por escrito a encargado de comercialización
	7	Recibe autorización por escrito, donde indica los nombre de las personas, a quienes se les venderá
	8	Entrega el producto a los mayoristas, clasificado de acuerdo a las normas de calidad, tamaño y color

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.		
Nombre del Procedimiento: Comercialización del Producto	Elaborado por: Ingrid López	
Procedimiento No. 02 Número de pasos: 16	Hoja: 3 De: 4 Fecha: Febrero de 2007	
Inicia: Encargado de Comercialización	Termina: Encargado de Finanzas	
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Encargado Producción y Comercialización	
Puesto	Paso	Actividad
Mayorista	9	Recibe el producto
	10	Paga el valor de los productos a encargado de comercialización
	11	Recibe efectivo equivalente al valor del producto entregado a mayoristas.
	12	Concilia el producto vendido con efectivo recibido
Encargado de comercialización	13	Entrega efectivo y conciliación a Finanzas
	14	Recibe efectivo y conciliación
	15	Efectúa depósito de efectivo a banco del sistema
	16	Archiva copia de boleta de depósito bancaria
Encargado de Finanzas		



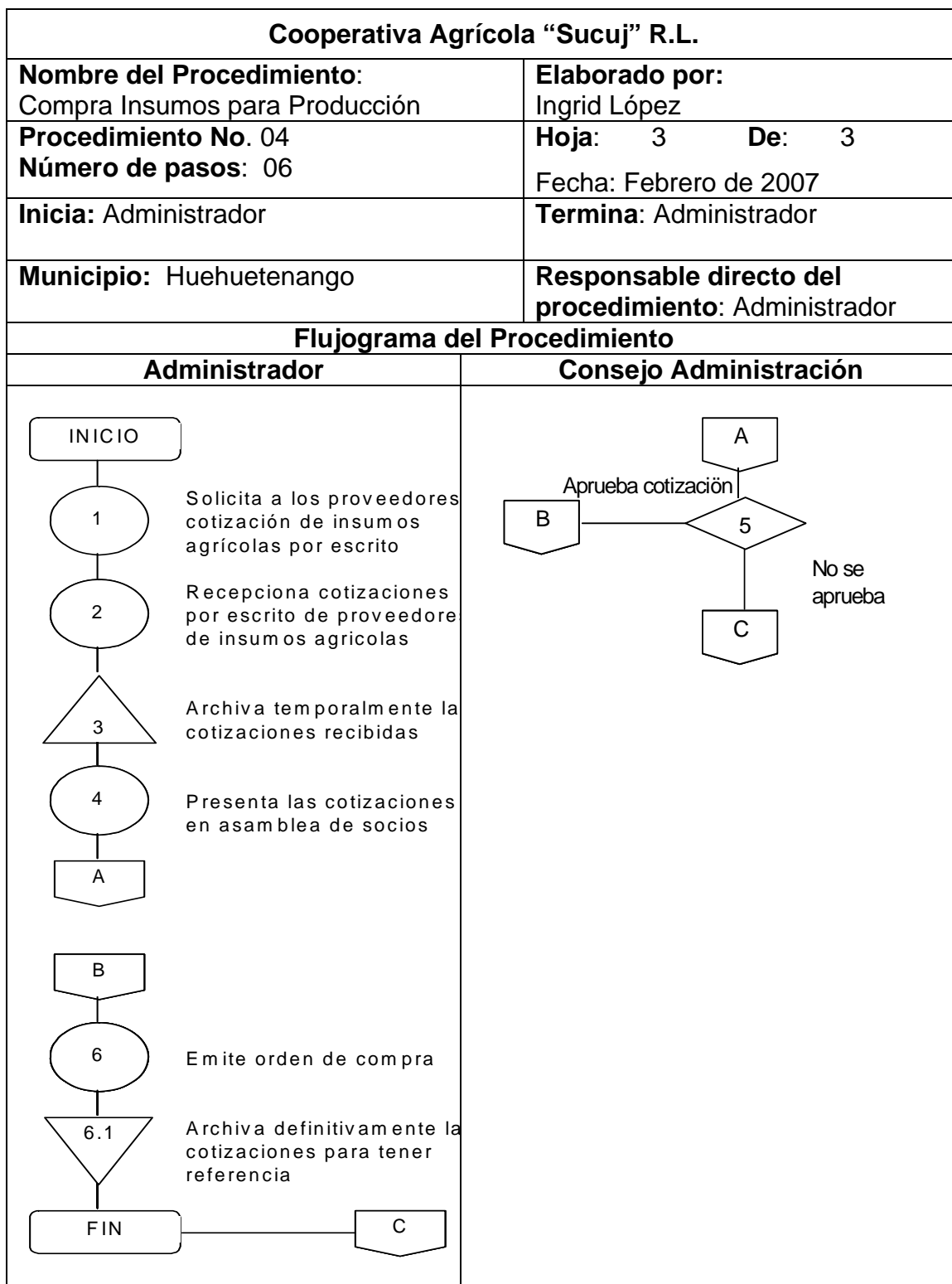
Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	
Nombre del Procedimiento: Pago Producción a Productores	Elaborado por: Ingrid López
Procedimiento No. 03 Número de pasos: 08	Hoja: 1 De: 3 Fecha: Febrero de 2007
Inicia: Encargado de Comercialización	Termina: Encargado de Finanzas
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Encargado Producción y Comercialización
<p>Descripción</p> <p>Este procedimiento es referente a la forma en que se reembolsará el valor de los productos recibidos de los productores.</p> <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> – Garantizar a los productores, el reembolso del valor de sus productos de forma inmediata. – Contar con la herramienta adecuada y ordenada para que los socios la tomen como base para sus trámites de cobro. <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Los pagos o reembolsos se harán por medio de cheque al portador los días viernes en los horarios de 8 de la mañana a 4 de la tarde. – Los pagos se harán de manera personal a los socios registrados en la cooperativa. 	

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.		
Nombre del Procedimiento: Pago Producción a Productores	Elaborado por: Ingrid López	
Procedimiento No. 03 Número de pasos: 08	Hoja: 2 De: 3 Fecha: Febrero de 2007	
Inicia: Encargado de Comercialización	Termina: Encargado de Finanzas	
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Encargado Producción y Comercialización	
Puesto	Paso	Actividad
Encargado de comercialización	1	Emite reporte de cantidades recibidas por socio, con cantidad en cajas y quetzales
	2	Entrega el reporte de ventas a encargado de finanzas
Encargado de Finanzas	3	Recibe reporte de ventas con cajas y quetzales
	4	Emite cheques a nombre de cada productor
Productor	5	Entrega cheques a los productores
	6	Recibe cheque y firma voucher
Encargado de Finanzas	7	Recibe voucher y verifica
	8	Archiva voucher firmado



Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	
Nombre del Procedimiento: Compra Insumos para Producción	Elaborado por: Ingrid López
Procedimiento No. 04 Número de pasos: 06	Hoja: 1 De: 3 Fecha: Febrero de 2007
Inicia: Administrador	Termina: Administrador
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Administrador
<p>Descripción</p> <p>Este procedimiento es por medio del cual se adquirirán los insumos para la producción de chile pimienta, para lo que se requerirán cotización a un número determinado de proveedores.</p> <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> – Evaluar y analizar las cotizaciones para lograr negociaciones favorables para los productores – Establecer contacto con proveedores que abastezcan de una manera eficiente las necesidades de los insumos – Contar los insumos necesarios que eleven la calidad y rendimiento de la producción <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Los insumos deben comprarse de acuerdo a su calidad, ya que de esto dependerá la producción Para llevar a cabo la compra deben presentarse las cotizaciones recibidas por la Junta Directiva – Todas las cotizaciones deben archivar para contar con el control necesario para mantener las condiciones pactadas en el momento de decidir la compra 	

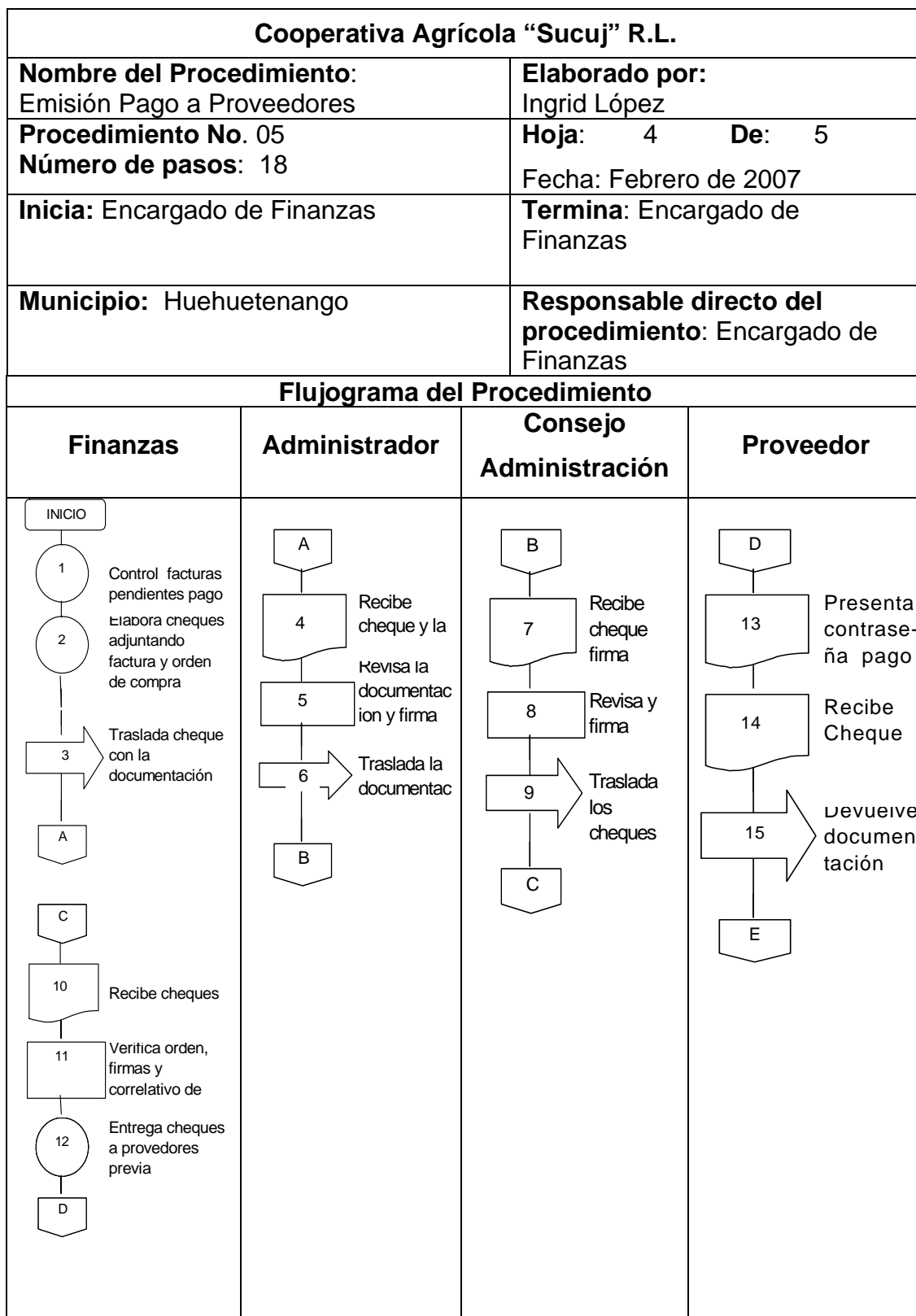
Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.		
Nombre del Procedimiento: Compra Insumos para Producción		Elaborado por: Ingrid López
Procedimiento No. 04 Número de pasos: 06		Hoja: 2 De: 3 Fecha: Febrero de 2007
Inicia: Administrador		Termina: Administrador
Municipio: Huehuetenango		Responsable directo del procedimiento: Administrador
Puesto	Paso	Actividad
Administrador	1	Solicita a los proveedores cotización de insumos agrícolas
	2	Recibe cotizaciones por escrito de proveedores
	3	Las cotizaciones recibidas se archivan para ser presentadas a la Junta Directiva
	4	Presenta cotizaciones de los proveedores a Junta Directiva
Consejo Administración	5	Revisan las cotizaciones recibidas y autorizan emitir orden de compra
		5.1 No autorizan emitir orden de compra
Administrador	6	Realiza orden de compra
		6.1 Archiva definitivamente los documentos como referencia



Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.	
Nombre del Procedimiento: Emisión Pago a Proveedores	Elaborado por: Ingrid López
Procedimiento No. 05 Número de pasos: 18	Hoja: 1 De: 5 Fecha: Febrero de 2007
Inicia: Encargado de Finanzas	Termina: Encargado de Finanzas
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Encargado de Finanzas
<p>Descripción</p> <p>Este procedimiento es por medio del cual se cancelarán las diferentes facturas de compras que se tengan de los proveedores de la cooperativa.</p> <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> – Realizar los pagos a su debido tiempo a los proveedores de acuerdo a lo programado – Contar con crédito disponible con los proveedores al realizar los pagos correspondientes <p>Normas:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Todo pago debe estar revisado y autorizado por el Administrador antes de efectuarse – Los pagos deben llevar adjunto la orden de compra original y sellada de recibido conforme, la factura contable con el visto bueno del Administrador – Las facturas deben llenar los requisitos contables exigidos por la ley 	

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.		
Nombre del Procedimiento: Emisión Pago a Proveedores	Elaborado por: Ingrid López	
Procedimiento No. 05 Número de pasos: 18	Hoja: 2 De: 5 Fecha: Febrero de 2007	
Inicia: Encargado de Finanzas	Termina: Encargado de Finanzas	
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Encargado de Finanzas	
Puesto	Paso	Actividad
Encargado de Finanzas	1	Revisa archivo de facturas para pago, vencidas
	2	Elabora cheque, adjunta la factura y orden de compra original
	3	Traslada el cheque con la documentación a firma
	4	Recibe cheques para firma
	5	Revisa la documentación y firma los cheques
Administrador	6	Traslada documentación
	7	Recibe cheques para firma
	8	Revisa y firma cheques
	9	Traslada cheques ya firmados
	10	Recibe cheques
Consejo Administración		

Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.		
Nombre del Procedimiento: Emisión Pago a Proveedores	Elaborado por: Ingrid López	
Procedimiento No. 05 Número de pasos: 18	Hoja: 3 De: 5 Fecha: Febrero de 2007	
Inicia: Encargado de Finanzas	Termina: Encargado de Finanzas	
Municipio: Huehuetenango	Responsable directo del procedimiento: Encargado de Finanzas	
Puesto	Paso	Actividad
Encargado de Finanzas	11	Verifica que los cheques tengan las firmas correspondientes
	12	Entrega cheques proveedores contra contraseña de pago
	13	Traslada cheque al proveedor
	14	Presenta contraseña de pago
	15	Recibe cheque y emite recibo para dar por cancelada factura
Proveedor	16	Entrega documentación con la firma de recibido conforme el pago
Encargado de Finanzas	17	Recibe y revisa la documentación
	18	Procede al archivo correspondiente de la copia del voucher del cheque



Cooperativa Agrícola “Sucuj” R.L.			
Nombre del Procedimiento: Emisión Pago a Proveedores		Elaborado por: Ingrid López	
Procedimiento No. 05 Número de pasos: 18		Hoja: 5 De: 5 Fecha: Febrero de 2007	
Inicia: Encargado de Finanzas		Termina: Encargado de Finanzas	
Municipio: Huehuetenango		Responsable directo del procedimiento: Encargado de Finanzas	
Flujograma del Procedimiento			
Finanzas	Administrador	Consejo Administración	Proveedor
<div><div>E</div><div>16</div><div>Traslada cheque a proveedor</div><div>17</div><div>Recibe y revisa la documentación</div><div>18</div><div>Archiva copias de cheques y documentos que acompañan</div><div>FIN</div></div>			

VII. SIMBOLOGÍA

Los símbolos son una especie de lenguaje convencional con los que se designan o representan ideas, conceptos, acciones, etc.

SIMBOLOGÍA DE MANUALES DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS		
SÍMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	INICIO/FINAL	Muestra el inicio y el final de un procedimiento
	OPERACIÓN	Representa las actividades realizadas en el procedimiento
	ARCHIVO DEFINITIVO	Guarda en forma definitiva la papelería
	CONECTOR	Une dos símbolos que están en secuencia en la misma hoja
	DECISIÓN	Cuando la respuesta es afirmativa o negativa para continuar el proceso
	INSPECCIÓN	Revisa o verifica de acuerdo a la calidad o cantidad del expediente
	TRASLADO	Es el cambio de un lugar a otro de un documento
	ARCHIVO TEMPORAL	Archiva los documentos mientras se continua siguiente proceso
	DOCUMENTO	Se utiliza para simbolizar un documento, formulario impreso, libro, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR CATALÁN, J. A. 2002. Metodología de la Investigación para los Diagnósticos Socioeconómicos. (Pautas para el desarrollo de las regiones en países que han sido mal administrados). 1a. ed. Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), Guatemala. 44 p.

BANCO DE GUATEMALA. Estadísticas de Producción, Exportación, Importaciones y Precios medios de los Principales Productos Agrícolas. Departamento de Estadística Económica, Sección de Cuentas Nacionales, Guatemala, 2004, 5 páginas.

FUNDACIÓN CENTROAMERICANA DE DESARROLLO (FUNCEDE). 1995. Diagnóstico y Planificación de Desarrollo para el Municipio de Huehuetenango. 95 p.

GONZÁLEZ-SALAN, MAX El Género Capsicum al Servicio de la Sociedad Guatemalteca, Junio 2004, 10 páginas.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). 1994 X Censo Nacional de Población y V de Habitación. Guatemala. 425 p.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). 2003 XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación. Guatemala. 271 p.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). 1979 III Censo Nacional Agropecuario. Guatemala. 438 p.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). 2003 VI Censo Nacional Agropecuario, Guatemala. 152 p.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) 1990 Hoja de Balance de Alimentos, Departamento de Alimentos y Nutrición, 90 p.

KOTLER, P. 1989 Mercadotecnia. 3a. ed. México, Prentice Hall. 885 p.

ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE SALUD (OPS), INSTITUTO DE NUTRICION DE CENTROAMÉRICA Y PANAMA (INCAP). 2002. La Canasta Básica de Alimentos en Centroamérica. Guatemala. 155 p.

SIMONS, C., TARANO, J. M. Y PINTO, J. H. 1959. Clasificación de Reconocimiento de los Suelos de la República de Guatemala. Guatemala, Editorial José de Pineda Ibarra. 999 p.

SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS, 2004. Publicación Precios de Productos e Insumos Agropecuarios, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, 3 p.