

MUNICIPIO DE SANTA CATARINA MITA
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

“COMERCIALIZACIÓN (ZAPATERÍA)”

ADA LIS GRAJEDA DE PAZ

TEMA GENERAL

“DIAGNÓSTICO SOCIECONÓMICO, POTENCIALIDADES
PRODUCTIVAS Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN”

MUNICIPIO DE SANTA CATARINA MITA
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

TEMA INDIVIDUAL

“COMERCIALIZACIÓN (ZAPATERÍA)”

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2,005

2,005

(c)

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

SANTA CATARINA MITA - VOLUMEN 11

2 - 52 - 75 - AE - 2,005

Impreso en Guatemala, C.A.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

“COMERCIALIZACIÓN (ZAPATERÍA)”

MUNICIPIO DE SANTA CATARINA MITA
DEPARTAMENTO DE JUTIAPA

INFORME INDIVIDUAL

Presentado a la Honorable Junta Directiva y al

Comité Director

del

Ejercicio Profesional Supervisado de

la Facultad de Ciencias Económicas

por

ADA LIS GRAJEDA DE PAZ

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADA

Guatemala, febrero 2005

ACTO QUE DEDICO

- A Dios
Por guiarme en todo momento y permitir que se cumpla una de las metas más importantes en mi vida.
- A mis padres
José Ernesto Grajeda Monzón
María Argentina de Paz Alfaro de Grajeda
Con mucho amor, por su ejemplo y sabias enseñanzas.
- A mi hijo
José Ernesto Grajeda de Paz
Con todo mi amor, para que el triunfo que hoy disfruto lo enorgullezca y sea un ejemplo para él.
- A mis hermanas
Evelyn Marlene, Ada Lila y Zaira Varinia
Con amor fraternal, por su cariño y apoyo incondicional.
- A mis sobrinos
Carla Michelle, Carlos Ernesto, Juan Pedro, José Carlos, José Enrique, Marlen Andrea, Ana Regina y María José
Con especial afecto.
- A mis tíos y primos
Con cariño y respeto.
- A
Percy Juárez, Hugo Alvarez, Carlos Aldana, Antonieta de Alfaro, Silvia Fuentes, Gilda de León, Blanca Elisa, Rosario de Velásquez e Iris López
Por su amistad sincera y por compartir momentos agradables y especiales.
- A
Universidad de San Carlos de Guatemala
Por ser la casa de estudios en la cual me formé para ser una profesional.
- A
Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación
Por la oportunidad de realizarme en forma profesional y a mis compañeros de trabajo en especial a David, Eliseo y Brenda, por su cariño y respeto.
- A
Usted
Que hoy comparte conmigo este triunfo.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

i

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

1.1	ANTECEDENTES	01
1.2	ASPECTOS GEOGRÁFICOS	02
1.2.1	Localización y extensión territorial	02
1.2.2	Condiciones climatológicas	03
1.2.3	Suelos	03
1.2.4	Orografía	04
1.2.5	Hidrografía	04
1.3	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	04
1.3.1	Población	04
1.3.1.1	Por edad	04
1.3.1.2	Por sexo	05
1.3.1.3	Población urbana y rural	07
1.3.1.4	Etnia	07
1.3.1.5	Población económicamente activa	08
1.4	DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA	09
1.4.1	División política	09
1.4.2	División administrativa	10
1.5	INFRAESTRUCTURA	11
1.5.1	Vías de comunicación	11
1.5.2	Medios de transporte	11
1.5.3	Educación	11
1.6	SERVICIOS	12
1.6.1	Servicios estatales	12
1.6.1.1	Salud	13
1.6.1.2	Seguridad	13
1.6.2	Servicios municipales	13
1.6.2.1	Agua	13
1.6.2.2	Drenajes y alcantarillado	13
1.6.2.3	Mercado	14
1.6.2.4	Cementerio	14
1.6.2.5	Rastro	14

ÍNDICE GENERAL

1.6.2.6	Biblioteca	14
1.6.2.7	Academia de Mecanografía	14
1.6.2.8	Instalaciones deportivas	15
1.6.2.9	Recolección de basura	15
1.6.2.10	Servicio de limpieza	15
1.6.2.11	Tanque municipal	15
1.6.3	Servicios privados	15
1.6.3.1	Instituciones bancarias	15
1.6.3.2	Academia de mecanografía	15
1.6.3.3	Academia de computación	16
1.6.3.4	Medios de comunicación	16
1.6.3.5	Energía eléctrica	16
1.6.3.6	Salud	16
1.6.3.7	Otros servicios	16
1.7	FACTOR TIERRA	16
1.7.1	Tenencia y concentración	17
1.7.1.1	Tenencia	17
1.7.1.2	Concentración	18
1.7.2	Uso actual y potencial de los suelos	18

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADO

2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	21
2.1.1	Variedades	21
2.1.2	Características	21
2.1.2.1	Numeración	21
2.1.2.2	Diseño	22
2.1.2.3	Material	22
2.1.2.4	Marca y etiqueta	22
2.2	PRODUCCIÓN	22
2.2.1	Proceso productivo	22
2.2.1.1	Alistado	23
2.2.1.2	Ensuelado	23
2.2.1.3	Empaque	24
2.2.2	Volumen y valor de la producción	25
2.2.3	Destino de la producción	26

ÍNDICE GENERAL

2.3	TECNOLOGÍA	26
2.4	COSTOS	26
2.5	RENTABILIDAD	40
2.6	FINANCIAMIENTO	40
2.7	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	41
2.7.1	Producto	41
2.7.2	Precio	41
2.7.3	Plaza	42
2.7.3.1	Canales de comercialización	42
2.7.3.2	Márgenes de comercialización	44
2.7.4	Promoción	48
2.8	RESUMEN DE LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA	48
2.9	PROPUESTA DE SOLUCIÓN	50

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADO

3.1	ORGANIZACIONES EXISTENTES	53
3.1.1	Organizaciones sociales	53
3.1.2	Organizaciones productivas	53
3.2	ORGANIZACIÓN PROPUESTA	54
3.2.1	Tipo de organización	54
3.2.2	Justificación	55
3.2.3	Objetivos	55
3.2.3.1	General	55
3.2.3.2	Específicos	55
3.2.4	Funciones	56
3.2.5	Recursos	56
3.3	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	57
3.3.1	Diseño organizacional	57

ÍNDICE GENERAL

3.3.2	Sistema de organización	58
3.3.3	Funciones básicas de unidades administrativas	58
3.4	REQUERIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN	59
3.4.1	Localización	59
3.4.2	Operación	60
3.4.3	Distribución en planta	60
3.4.4	Relaciones operacionales y contractuales	60
3.4.5	Carga administrativa	60
3.5	PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	60
3.5.1	Social	60
3.5.2	Económica	61
3.5.3	Cultural	61
3.6	SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN	61
3.6.1	Legal	61
3.6.2	Mercadológico	62
3.6.3	Técnico	62
3.6.4	Financiero	62
3.6.5	Administrativo	63

CAPÍTULO IV

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

4.1	IDENTIFICACIÓN	64
4.2	OBJETIVOS	65
4.2.1	Generales	65
4.2.2	Específicos	65
4.3	JUSTIFICACIÓN	65
4.4	ESTUDIO DE MERCADO	66
4.4.1	Producto	66
4.4.1.1	Usos del producto	67
4.4.1.2	Variedades del producto	67
4.4.2	Demanda	68
4.4.3	Oferta	71

ÍNDICE GENERAL

4.4.4	Consumo aparente	73
4.4.5	Precio	74
4.4.6	Comercialización propuesta	74
4.5	ESTUDIO TÉCNICO	83
4.5.1	Localización	83
4.5.2	Tamaño	83
4.5.3	Proceso	84
4.5.4	Recursos	86
4.6	ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL	86
4.6.1	Organización propuesta	86
4.6.2	Justificación	87
4.6.3	Objetivos	87
4.6.4	Diseño organizacional	88
4.6.5	Funciones básicas de unidades administrativas	89
4.7	ESTUDIO FINANCIERO	91
4.7.1	Inversión fija	91
4.7.2	Inversión de capital de trabajo	93
4.7.3	Inversión total	95
4.7.4	Costos y precios	96
4.7.4.1	Estado de costo de producción	98
4.7.5	Fuentes de financiamiento	100
4.7.6	Estudio financiero proyectado	101
4.8	EVALUACIÓN	111
4.8.1	Financiera	111
4.8.2	Social	116

CONCLUSIONES
RECOMENDACIONES
ANEXOS
BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Nombre	Página
1	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, población total por fuente de datos, según sexo años 1994 y 2002	05
2	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, población total por fuente de datos, según área geográfica años 1994 y 2000	06
3	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, población total por fuente de datos según área geográfica, años 1994 y 2002	07
4	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, población total por fuente de datos según grupo étnico, años 1994 y 2002	07
5	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, población económicamente activa ocupada, por fuente de datos según área 2002	08
6	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, población económicamente activa por fuente de datos según actividad productiva año 2002	09
7	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, educación urbana y rural por nivel educativo, año 2002	12
8	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, uso de la tierra por extensión según tamaño de la finca, Diagnóstico 2002	18
9	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, volumen y valor de la producción artesanal anual de calzado, año 2002	25
10	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, costo directo de producción de zapatos sintéticos para niño, pequeño artesano, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	28
11	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, estado de resultados pequeño artesano, zapatos sintéticos para niño, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	29
12	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, costo directo de producción de zapatos de piel y suela para caballero, pequeño artesano, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	30

ÍNDICE DE CUADROS

13	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, estado de resultados pequeño artesano, zapatos de piel y suela para caballeros, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	31
14	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, costo directo de producción de zapatos sintéticos para bebé, mediano artesano, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	32
15	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, estado de resultados mediano artesano, zapatos sintéticos para bebé, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	33
16	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, costo directo de producción de zapatos de piel y plataforma para niña, mediano artesano, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	34
17	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, estado de resultados mediano artesano, zapatos de piel y plataforma para niña, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	35
18	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, costo directo de producción de zapatos sintéticos abiertos para dama, mediano artesano, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	36
19	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, estado de resultados mediano artesano, zapatos sintéticos abiertos para dama, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	37
20	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, costo directo de producción de botas de piel y plataforma para caballero, mediano artesano, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	38
21	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, estado de resultados mediano artesano, botas de piel y plataforma para caballero, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	39
22	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, rentabilidad de la actividad artesanal, del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003	40
23	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, costo y precio de venta sector artesanal, rama de calzado, por par de zapatos, año 2002.	42

ÍNDICE DE CUADROS

24	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, márgenes de comercialización, calzado sintético para niño, año 2002.	44
25	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, márgenes de comercialización, calzado piel y suela para caballero, año 2002.	45
26	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, márgenes de comercialización, calzado para bebé, año 2002.	45
27	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, márgenes de comercialización, calzado de piel y plataforma para niña, año 2002.	46
28	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, márgenes de comercialización, calzado sintético abierto para dama, año 2002.	47
29	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, márgenes de comercialización, botas con piel y plataforma, para caballero año 2002.	47
30	República de Guatemala, demanda nacional potencial total de chile pimienta, 1997 – 2001 (en miles de quintales)	69
31	República de Guatemala, demanda nacional proyectada de chile pimienta, 2002 – 2006 (en quintales)	69
32	República de Guatemala, demanda insatisfecha total de chile pimienta, 1997 – 2001 (en miles de quintales)	70
33	República de Guatemala, demanda insatisfecha proyectada de chile pimienta, 2002 – 2006 (en miles de quintales)	71
34	República de Guatemala, oferta nacional de chile pimienta, 1997 – 2001 (en miles de quintales)	72
35	República de Guatemala, oferta nacional proyectada de chile pimienta, 2002 – 2006 (en miles de quintales)	72
36	República de Guatemala, consumo aparente nacional total histórico de chile pimienta, 1997 – 2001 (en miles de quintales)	73

ÍNDICE DE CUADROS

37	República de Guatemala, consumo aparente nacional proyectado de chile pimiento, 2002 – 2006 (en miles de quintales)	74
38	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, márgenes de comercialización por caja, año 2002	82
39	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, oferta del proyecto y demanda insatisfecha, años 2002 – 2006 (en miles de quintales)	84
40	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, inversión fija, 10 manzanas 3 cosechas producción de chile pimiento, año 2002	92
41	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, inversión en capital de trabajo año 1, 10 manzanas 3 cosechas, año 2002	94
42	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, inversión total primer año, 2002	95
43	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, hoja técnica del costo de producción 1 manzana, 1 cosecha, año 1.	97
44	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, estado de costo directo de producción primer año, 10 manzanas 3 cosechas, año 2002.	99
45	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, plan de financiamiento, año 2002	100
46	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, cuadro de amortizaciones, año 2002	101
47	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, estado de costo directo de producción proyectado para 3 años, 10 manzanas 3 cosechas.	102

ÍNDICE DE CUADROS

48	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento estado de resultados proyectado mensual, primer año, 10 manzanas 3 cosechas	103
49	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, estado de resultados proyectado mensual, primer año, 10 manzanas 3 cosechas	104
50	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, estado de resultados proyectado para 3 años, 10 manzanas 3 cosechas	105
51	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, presupuesto de caja proyectado para 3 años, 10 manzanas 3 cosechas.	106
52	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, presupuesto de caja proyectado mensual, primer año, 10 manzanas 3 cosechas.	107
53	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, presupuesto de caja proyectado mensual, primer año, 10 manzanas 3 cosechas.	108
54	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, balance general proyectado para 3 años, 10 manzanas 3 cosechas.	109
55	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, balance general proyectado mensual, primer año, 10 manzanas 3 cosechas.	110
56	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimiento, balance general proyectado mensual, primer año, 10 manzanas 3 cosechas.	111

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.	Nombre	Página
1	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, canales de comercialización, producción artesanal de calzado año 2002	43
2	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, estructura organizacional, Asociación de productores de calzado – APROC –, año 2002.	57
3	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto proyección de chile pimienta, canales de comercialización, año 2002	81
4	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimienta, flujograma del proceso productivo, año 2002	85
5	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimienta, Estructura organizacional, año 2002.	89
6	Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa, proyecto: producción de chile pimienta, punto de equilibrio en valores, primer año	

INTRODUCCIÓN

El Ejercicio Profesional Supervisado – EPS – constituye uno de los métodos de evaluación final de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, previo a conferir el título profesional en las carreras de Economía, Contaduría Pública y Auditoría y Administración de Empresas.

El estudio es una actividad práctica, que proporciona la oportunidad de involucrarse en la realidad nacional, al entrar en contacto directo con diversas comunidades durante el período mínimo reglamentario de treinta días, con el fin de conocer la situación de la población y las dificultades que prevalecen en las mismas, en el desenvolvimiento económico.

Los objetivos que pretende alcanzar la investigación son:

- Propiciar el análisis de la base socioeconómica del municipio de Santa Catarina Mita, departamento de Jutiapa.
- Identificar potencialidades productivas.
- Contribuir con el desarrollo económico, para fomentar la inversión en proyectos productivos, cuya rentabilidad permita mejorar el nivel de vida de los habitantes del área.
- Proponer la forma de comercialización más adecuada, que se adapte a las propuestas de inversión a nivel de idea, de los productos objeto de diagnóstico, para alcanzar eficiencia y eficacia en las unidades productivas que lo integran.

El presente informe denominado “Comercialización Zapatería, forma parte del trabajo colectivo interdisciplinario “Diagnóstico Socioeconómico, Potencialidades Productivas y Propuestas de Inversión”, trabajo de investigación que se realizó en el mes de junio del año 2002, dirigido a la producción del municipio de Santa Catarina Mita, del departamento de Jutiapa.

El método que se utilizó es el científico; en cuanto a la indagación de los aspectos particulares se realizó por medio de técnicas de investigación documental y de campo, así como la utilización de instrumentos respectivos.

Se efectuó una encuesta con muestreo aleatorio simple, con una muestra de 395 hogares, a un margen de error del 5%, con un nivel de confianza del 95%. Contribuyeron a obtener la información descrita en cuatro capítulos en la forma siguiente:

Capítulo I, se refiere a las características generales del Municipio, entre ellas: antecedentes históricos, aspectos geográficos, división administrativa, aspectos demográficos, infraestructura y factor tierra.

Capítulo II, se muestra la comercialización de la producción artesanal de calzado actual, así como el resumen de la problemática encontrada y propuesta de solución.

Capítulo III, se refiere a la organización de la producción artesanal de calzado, análisis de las organizaciones existentes en el Municipio, se define la organización propuesta, su estructura, requerimientos, proyección y soporte.

Capítulo IV, se describe la propuesta de inversión producción de chile pimienta, la cual se considera dentro de las alternativas de crecimiento económico de la población en estudio.

Al final del trabajo se presentan las conclusiones, recomendaciones, anexos y bibliografía, derivados del desarrollo de la investigación.

El procedimiento que se utilizó en la investigación es el siguiente:

a) Seminario general

Tuvo una duración de cuatro meses, período en el cual se llevaron a cabo una serie de actividades, con el objetivo de reafirmar los conocimientos sobre

diagnóstico socioeconómico, elaboración de proyectos y técnicas de investigación. En el área de Administración de Empresas, se hizo énfasis en aspectos de comercialización y organización empresarial de la producción, para lo cual se realizó una investigación documental.

En esta fase también se seleccionó el lugar y actividad económica, objeto de investigación de cada practicante.

b) Visita preliminar

Se efectuó una visita de reconocimiento al Municipio, para identificar y tener contacto con las autoridades, y prueba de la boleta de encuesta, así como la observación de potencialidades productivas, para realizar propuestas de inversión.

c) Planificación de la investigación

Se formuló el diseño básico de la investigación, estrategia a seguir, programación de campo y elaboración de boletas a utilizar en la recolección de información. Se consideraron los recursos requeridos para la misma.

d) Trabajo de campo

Este trabajo consistió en la recopilación de información, por medio del llenado de boletas, observación y entrevistas a talleres de calzado y productores de chile pimiento.

e) Trabajo de gabinete

El procesamiento, análisis e interpretación de datos obtenidos en el trabajo de campo, así como elaboración de informes colectivo e individual, se realizaron en esta fase.

- Seminario académico de preparación

- Estudio e investigación de los aspectos involucrados en la formulación de proyectos de inversión
- Visitas preliminares al Municipio
- Trabajo de campo
- Recopilación y tabulación de la información
- Elaboración del informe final

El contenido del trabajo se encuentra dividido en cinco capítulos, los cuales se describen a continuación:

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MUNICIPIO

En este capítulo, se hace una breve descripción del entorno del municipio de Santa Catarina Mita, departamento de Jutiapa, se consideran aspectos geográficos, condiciones climatológicas, orografía, recursos naturales, división político administrativa, vías de comunicación, servicios, población, entre otros.

1.1 ANTECEDENTES

Los primeros pobladores que ocuparon la región fueron los Toltecas – Pipiles y los Pocomames, territorio que hoy abarca una parte de Atescatempa, El Progreso y Agua Blanca, toda Asunción y Santa Catarina Mita; parte de San Manuel Chaparrón, Monjas (Jalapa) e Ipala. Los pobladores procedían de México; llegaron hasta el suelo oriental de Guatemala debido a la desintegración del Imperio Tolteca, en la meseta central de México entre los siglos XI y XII de nuestra era. Debido al desplazamiento de estas razas por toda la costa sur y por el suelo jutiapaneco, se supone que Mictlán se fundó enseguida como consecuencia de este desplazamiento, se ubicaron en la parte norte de Jutiapa y poblaron el extenso territorio que ellos llamaron Mictlán. Uno de los acontecimientos más interesantes en la historia del Municipio, fue el sometimiento de estas tribus al dominio español; antes de radicarse en un lugar geográfico determinado, observaban las condiciones naturales que ofrecía el ambiente. Esto sucedió al escoger el valle de Mictlán para fincarse en él, tenían en contra el clima pues era insalubre lo que hacía que con frecuencia se produjeran muchas defunciones entre sus moradores, razón por la cual motivó en llamarle Mictlán (Mita), palabra que entre otros significados quiere decir “Ciudad de los Muertos”¹.

¹ José Adalberto Osorio Sandoval . Santa Catarina Mita (Ensayo Monográfico). Guatemala, 2001. Pág. 19

Mictlán era un extenso territorio poblado, sin embargo, el gobierno estaba centralizado en La Asunción y Santa Catarina Mita, los que eran uno solo, bajo la responsabilidad política, administrativa, religión, etc., de otras comarcas.

“En tiempo de la colonia la comarca perteneció a Chiquimula de la Sierra, también se destacó como uno de los importantes dentro de esa jurisdicción. Por Decreto, el 9 de noviembre de 1,853 Santa Catarina Mita, los valles de Agua Blanca y el Espinal, se separan del departamento de Chiquimula y se agregan al de Jutiapa.”²

1.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

En el siguiente apartado se describen los aspectos geográficos que caracterizan al Municipio.

1.2.1 Localización y extensión territorial

Santa Catarina Mita se encuentra situado al norte de la demarcación del departamento de Jutiapa, a una distancia de 152 kilómetros de la ciudad capital y 28 kilómetros de la cabecera departamental. Está enclavada al final del pie norte del volcán de Suchitán, porque el trazo de sus avenidas se inclina de sur a norte. La extensión territorial es de 132 kilómetros cuadrados, colinda al norte con San Manuel Chaparrón (Jalapa); y parte de Agua Blanca (Jutiapa); al oriente misma Agua Blanca y Asunción Mita (Jutiapa); al occidente Monjas (Jalapa) y el Progreso o Achuapa (Jutiapa), y al sur con este último Municipio, Asunción Mita y una franja de la cabecera departamental de Jutiapa. Posee una población actual de 21.8 habitantes por kilómetro cuadrado, según estimaciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadística – INE – a nivel municipal; para el año 2002 se constituye como el cuarto Municipio más poblado del departamento de Jutiapa.

² ídem. Pág. 28

1.2.2 Condiciones climatológicas

El clima del Municipio, por lo general es cálido y templado; pero en los meses de marzo y abril, el calor se acentúa. Las aldeas, caseríos y fincas experimentan un clima más templado, por la altura en la cual se encuentran. En los meses de diciembre y enero, en los poblados ubicados en las lomas y colinas, así como en las aldeas Suchitán, Horcones, Limón, Quebracho, Carbonera, Zacuapa y aledaños, ubicadas en las faldas del volcán de Suchitán, se siente más frío.

Su altura es de 700.02 metros sobre el nivel del mar, igual que las aldeas Llano de Chinchilla, Los Zorrillos y La Barranca, las demás aldeas están situadas a diferentes alturas, todas mayores que las del propio poblado urbano.

1.2.3 Suelos

“El suelo es un cuerpo natural desarrollado de minerales y materia orgánica en descomposición que cubre una capa relativamente delgada sobre la superficie de la tierra. Es el medio natural en el cual las plantas germinan y se desarrollan”.³

De acuerdo a las características, en el Municipio existen las clases de suelos siguientes:

Entre los tipos de suelos que destacan en el Municipio se encuentran Chicaj, 1.92 Km², Culma, 66.95 Km², Jalapa, 4.74 Km², Mongoy, 81.79 Km², Pinula, 21.58 Km², Suchitán, 4.75 Km², y suelo de los Valles, 20.89 Km², que en total tienen un área de cobertura de 202.62 kilómetros cuadrados. Estos dos últimos son desarrollados sobre materiales volcánicos mixtos y color oscuro, en pendientes inclinadas, drenaje excesivo, textura superior franco arenosa, riesgo de erosión alto, potencialidad de fertilidad alta, pH ponderado 6.35; y suelos

³ Charles Simmons. Clasificación de Reconocimiento de Suelos de la República de Guatemala. Guatemala: editorial del Ministerio de Educación Pública, 1959. Pág. 5

desarrollados en terrenos casi planos o poco inclinados. Gran parte del terreno es pedregoso e inclinado apto sólo para pastos y bosques.

1.2.4 Orografía

Está compuesta por el volcán Suchitán y los cerros Ixtepeque, Bonete y San Vicente.

1.2.5 Hidrografía

“El Municipio posee agua abundante, es atravesado por el río Ostúa, a orillas de los centros poblados; nace al pie de las montañas que circundan la laguna de Ayarza, en el departamento de Santa Rosa, se estima dicha corriente como desagüe de esa laguna. Su longitud es de aproximadamente 100 kilómetros, tiene 15 metros de ancho, la profundidad media de un metro y desemboca en el lago de Güija.”⁴ También tiene los ojos de agua San Jerónimo conocido como Chomo y el Sunzo, el Amate y la Ceiba; las quebradas la Barranca, Agua Caliente, Pupujix, Barranca Honda, Santa Elena, el Obraje, el Brasilar, el Riíto y la Javía.

1.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

Estos aspectos son:

1.3.1 Población

La población desempeña un papel importante y decisivo dentro del proceso productivo económico y social del Municipio, la cual se detalla a continuación:

1.3.1.1 Por edad

Edad es el intervalo de tiempo que ha vivido una persona desde su nacimiento y la fecha de la encuesta.

⁴ Unidad Técnica Municipal. Caracterización del municipio de Santa Catarina Mita, Jutiapa. 1998. Pág. 6

Cuadro 1
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Población Total por Fuente de Datos según Rango de Edad
Año 1994 y 2002

Grupos de edad	Censo 1994		Proyección INE 2002		Encuesta 2002	
	Habitantes	%	Habitantes	%	Habitantes	%
TOTALES	21.207	100	28.108	100	1.872	100
0 a 6	4.355	20	5.772	20	221	12
7 a 14	5.027	24	6.663	24	371	20
15 a 64	10.747	51	14.244	51	1.165	62
65 y más	1.078	5	1.429	5	115	6

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación de 1994, del Instituto Nacional de Estadística – INE –.

Según el cuadro anterior al comparar el censo de 1994 con la proyección del Instituto Nacional de Estadística – INE – 2002, se observa que en el grupo con edad de cero a seis años, hay un incremento de 1,417 habitantes; de siete a 14 años 1,636; de 15 a 64 años 3,497; y de 65 a más años 351 respectivamente. También se puede determinar que la mayoría de la población radica en el grupo de edad entre 15 a 64 años, rango que conforma la población económicamente activa, que es más de la mitad del total de habitantes. Con relación a la encuesta, para una muestra representativa de 395 hogares (1,872 habitantes), se observa que en los grupos de edad en referencia, los porcentajes tienen un comportamiento similar con respecto al censo 1994 y proyección 2002. En resumen más de la mitad de la población está en capacidad de trabajar, porque posee condiciones físicas y de edad para hacerlo.

1.3.1.2 Por sexo

Según datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación de 1994, que realizó el Instituto Nacional de Estadística – INE –, el total de habitantes del municipio de Santa Catarina Mita fue de 21,207. Con base a este dato y a las tendencias históricas, el INE proyectó para el año 2002 una población de 28,108

habitantes. Para efectos del estudio se tomó como población del Municipio, la proyección del año 2002.

El cuadro siguiente muestra la población por sexo de los años 1994 y 2002.

Cuadro 2
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Población Total por Fuente de Datos, según Sexo
Año 1994 y 2002

Sexo	Censo 1994		Proyección INE 2002		Encuesta 2002	
	Habitantes	%	Habitantes	%	Habitantes	%
Total	21,207	100	28,108	100	1,872	100
Masculino	10,364	49	13,943	49	920	49
Femenino	10,843	51	14,165	51	952	51

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación de 1994, del Instituto Nacional de Estadística – INE –.

La muestra de la población está compuesta por el 49% de hombres y el 51% de mujeres, lo que demuestra un relativo balance en cuanto a sexo se refiere.

1.3.1.3 Población urbana y rural

“Se considera como área urbana a todas aquellas poblaciones, que se reconocen oficialmente con la categoría de ciudad, villa o pueblo (cabeceras departamentales y municipales), según Acuerdo Gubernativo del 7 de abril de 1938; y área rural son los lugares poblados que se reconocen oficialmente con la categoría de aldeas, caseríos, parajes, fincas y otros de cada municipio. Incluye la población dispersa, según el mismo Acuerdo Gubernativo”.⁵

Según el Censo de Población y Habitación del año 1994, del Instituto Nacional de Estadística presentó un total de 21,207 habitantes, de los cuales 5,973 son del área urbana y 15, 234 del área rural, donde se observa que la mayoría radica

⁵ Instituto Nacional de Estadística. X Censo Nacional de Población y V de Habitación 1994. Departamento de Jutiapa pág. 16.

en el área rural. Esta variable prevalece de acuerdo a la encuesta 2002, según se muestra en el cuadro siguiente.

Cuadro 3
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Población Total por Fuente de Datos, según Área Geográfica
Año 1994 y 2002

Area	Censo 1994		Encuesta 2002	
	Habitantes	%	Habitantes	%
Total	21,207	100	1,872	100
Urbana	5,973	28	590	32
Rural	15,234	72	1282	68

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación de 1994, del Instituto Nacional de Estadística – INE –.

Con base al cuadro anterior se determina que el 68% de sus habitantes radica en el campo y sólo el 32% lo hace en el casco urbano. Esto se explica por el carácter agrícola de la economía de la región, en donde los pobladores se ven en la necesidad de vivir cerca de las parcelas en que trabajan, aunque les represente prescindir de los servicios y comodidades que brinda el área urbana.

1.3.1.4 Etnia

De acuerdo a la distribución étnica de la población, se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 4
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Población Total por Fuente de Datos, según Grupo Étnico
Año 1994 y 2002

Grupo étnico	Censo 1994		Proyección 2002		Encuesta 2002	
	Habitantes	%	Habitantes	%	Habitantes	%
Total	21.207	100	28.108	100	1.872	100
No indígena	20.557	97	27.265	97	1.814	6
Indígena	372	2	843	3	58	0
Ignorado	278	1	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación de 1994, del Instituto Nacional de Estadística – INE –.

1.3.1.5 Población económicamente activa

“Esta población se integra por hombres y mujeres que trabajan en forma asalariada o independiente, familiares no remunerados que trabajan más de un tercio del tiempo normal de trabajo, sin laborar por encontrarse de vacaciones, suspendidos por el IGSS, con permiso laboral, etc., es decir que aunque no trabajaron estaban vinculados formalmente a un empleo”.⁶

Con base a datos del Instituto Nacional de Estadística se observa que en el Municipio la Población Económicamente Activa para el año 1994 fue de 2,015 habitantes en el área urbana y 3,952 en el área rural. En el cuadro siguiente se observa que la encuesta 2002 muestra que esa variable se mantiene, porque la PEA es mayor en el área rural.

Cuadro 5
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Población Económicamente Activa Ocupada, por Fuente de Datos según Área
1994 y 2002

Area	Censo 1994		Encuesta 2002	
	Habitantes	%	Habitantes	%
Total	5,967	100	645	100
Urbana	2,015	34	207	32
Rural	3,952	66	438	68

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del X Censo Nacional de Población y V de Habitación de 1994, del Instituto Nacional de Estadística – INE –.

Las cifras anteriores determinan que la población económicamente activa ocupada no presenta cambios significativos, aunque se demuestra que la mayor población que trabaja se concentra en el área rural. Lo anterior indica que las condiciones de vida de los habitantes no mejoran, porque si no hay más ingresos en los hogares, no satisfacen otras necesidades básicas como, salud y educación, lo que no permite mayor crecimiento económico en el Municipio.

⁶ ibid. P.16

Cuadro 6
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Población Económicamente Activa por Fuente de datos,
según Actividad Productiva
Año 2002

Actividad	PEA	%
Total	645	100
Agrícola	385	60
Artesanal	35	5
Pecuaria	6	1
Otros	219	34

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

Los resultados del cuadro anterior determinan que la actividad que ocupa más mano de obra, es la agrícola porque absorbe el 60% de la fuerza de trabajo, sin embargo, la misma alcanza hasta el 98% en algunas comunidades del área rural. El 34% corresponde a personas que se dedican a otras ocupaciones. La actividad artesanal sólo se realiza en el área urbana, con un aproximado del 5% de la mano de obra de la población y es la principal rama productiva. La actividad pecuaria no es muy significativa porque alcanza el 1% de la población económicamente activa, debido a que los propietarios de ganado vacuno trasladan sus hatos ganaderos al departamento de Petén, por considerar que tiene terrenos adecuados para sembrar pastos.

1.4 DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA

Su función principal es verificar la localización y ubicación de los centros poblados e indicar la forma en que está constituida su organización administrativa.

1.4.1 División política

El Municipio se conforma por un pueblo urbano que se denomina Santa Catarina Mita, la que tiene cinco barrios urbanos: El Centro, La Javía, El Barreal, Santa Elena y La Ermita; y las colonias: Valle Nuevo, Vista Hermosa y Colonia Nueva.

Las comunidades rurales principales son las aldeas siguientes: Horcones, Suchitán, las Lajas, El Quebracho, Llanos de Chinchilla, la Barranca, El Rodeo, Buena Vista, Brasilar, Aldea Nueva, Cuesta del Guayabo, el Limón, Magueyes, Santa Rosa, los Zorrillos, Jocote Dulce, Carbonera, la Arada, y Zacuapa; así mismo, las fincas San Isidro, Piedra Grande y San Miguel, en Horcones; y Oasis en Suchitán.

1.4.2 División administrativa

La administración actual del Municipio, está a cargo de un Comité Cívico. La municipalidad tiene el siguiente personal: Alcalde municipal, técnicos de la unidad técnica municipal, secretario, tesorero, auxiliar de tesorería, registrador civil, auxiliares de registro civil, conserjes, policías municipales, jardinero y encargado de la sección de agua.

El gobierno del Municipio lo constituye la corporación municipal, así: alcalde municipal, presidente de la corporación; síndico primero, encargado de agricultura, ganadería y alimentación, síndico segundo, se encarga de salud y asistencia social; síndico suplente, encargado de educación, cultura, turismo y deportes; concejal primero, vela por el desarrollo urbano y rural; concejal segundo, encargado de probidad; concejal tercero, vela por la protección al medio ambiente y patrimonio cultural; y concejal cuarto, también se encarga de agricultura, ganadería y alimentación. En las aldeas y caseríos se ejerce por medio de alcaldes auxiliares y el número de éstos depende de las necesidades administrativas que cada uno de ellos encierra. Las funciones generales que competen al Concejo Municipal, se encuentran descritas en el Título III, Capítulo I, Artículo 35 del Código Municipal. La misma se encarga de aprobar planes, programas y proyectos de la municipalidad, para su inversión.

1.5 INFRAESTRUCTURA

Todo centro poblado necesita tener obras de infraestructura básica tales como educación, vías y medios de comunicación, los que se describen a continuación:

1.5.1 Vías de comunicación

Santa Catarina Mita tiene dos vías de acceso principales: una de 19 kilómetros, por El Progreso (Jutiapa), la cual se encuentra asfaltada a partir de la aldea Horcones; y la otra de 10.5 Km., por el sur-oriente, desde la ciudad de Guatemala, por la carretera interamericana C-1, la cual conecta con el lugar conocido como la arenera, que sirve de enlace; hasta la plaza central del casco urbano, desde donde hay un aproximado de 12 Km., además existen caminos y veredas que comunican al resto de aldeas. La mayor parte de las comunidades posee accesos para comunicarse entre sí; sin embargo, como vía alterna utilizan puentes de hamaca, los que permiten a los pobladores desplazarse sobre el río ostúa hacia la cabecera municipal y otras comunidades.

1.5.2 Medios de transporte

Se presta el servicio de transporte desde la cabecera municipal hacia las diferentes aldeas, a través de las líneas de buses de segunda clase dentro de las cuales se encuentran Ostúa, Mejía, La Gitana, Caramelo y Norfa; también tiene servicio de microbuses. Las líneas de transporte extraurbano que llegan al Municipio son Lorenita, San Luiseña, Dorita y Fuente del Norte.

1.5.3 Educación

El Municipio posee tanto escuelas públicas como privadas, las que atienden un total de 1,323 estudiantes de los niveles preprimario, primario, básico y otros, según se muestra en el cuadro siguiente:

Cuadro 7
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Educación Urbana y Rural por Nivel Educativo
Año 2002

Nivel escolar	Area urbana	%	Area rural	%	Total	%
Total	712	99.9	1066	100	1797	100
Preprimaria	243	34	241	23	484	27
Primaria	248	35	739	69	987	55
Básicos	86	12	82	8	168	10
Diversificado	118	17	0	0	135	7
Otros	17	2	4	0	23	1

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la Dirección Técnica de Educación, Santa Catarina Mita, Jutiapa.

Como se puede observar en el cuadro anterior, en el área urbana el grado de estudio en educación básica y diversificado es mayor, con relación al área rural, debido a que en las aldeas, sólo tienen acceso a escuelas de primaria y la distancia o situación económica en que viven los habitantes, impide el traslado de la población estudiantil al casco urbano para continuar los estudios medio y universitario; la mayoría de jóvenes que llegan al nivel medio de educación, emigran a otros municipios o departamentos para continuar sus estudios.

1.6 SERVICIOS

Son la base para el desarrollo de las comunidades; el Municipio cuenta con los que brindan las entidades estatales, municipales y privadas, cada una determina un papel importante en el desarrollo integral de los pobladores.

1.6.1 Servicios estatales

El gobierno central de Guatemala a través de sus diferentes Ministerios proporciona los siguientes servicios básicos:

1.6.1.1 Salud

Están a cargo del Centro de Salud, clasificado como tipo “A”; sin embargo, su funcionamiento es catalogado tipo “B” debido a que no posee sala de encamamiento, equipo y personal adecuado. Las aldeas, La Barranca, Jocote Dulce, Horcones y Aldea Nueva, también cuentan con ese servicio desde hace 14 años.

1.6.1.2 Seguridad

El Municipio tiene la sub-estación número 21.23 de la Policía Nacional Civil, con sede en la cabecera municipal. Poseen una radiopatrulla tipo automóvil y otra tipo pick-up. No existen celdas preventivas, por lo cual las personas detenidas se trasladan de inmediato a Asunción Mita.

1.6.2 Servicios municipales

Entre los servicios que proporciona la municipalidad de la localidad se encuentran:

1.6.2.1 Agua

“La municipalidad proporciona este servicio a 1,958 viviendas en el casco urbano y 2,686 viviendas en el área rural”.⁷ La única aldea que no posee servicio de agua entubada es Los Zorrillos y sus caseríos, San Vicente, Los Aguilares, Llano San Vicente y Cuesta de García, con una población total al censo 2000 de 37 pobladores.

1.6.2.2 Drenajes y alcantarillado

Este servicio se presta a un total de 701 viviendas, en la cabecera municipal; el resto aún no tiene drenajes. En el área rural no existe este servicio, sin embargo, posee letrización en algunas de ellas y en otras sanitarios lavables, pero los desechos desembocan en terrenos ajenos que llegan hasta los caseríos vecinos, riachuelos o quebradas, lo que provoca malos olores y proliferación de

⁷ Unidad Técnica Municipal. Primer Censo Rural 2000, Santa Catarina Mita, Jutiapa. Guatemala, 2000. Pág. 20

insectos, como sucede en el área urbana. La utilización de letrinas en los centros poblados tiene una cobertura aproximada de un 5%.

1.6.2.3 Mercado

El mercado sólo existe en la cabecera municipal, mismo que se inauguró el 24 de marzo del año 1999; se identifica como Centro Comercial Municipal. Los días principales de plaza son los domingos y jueves, el resto de la semana hay menos cantidad de comerciantes.

El día de mercado se ubica al aire libre entre el centro comercial municipal, parque central y estacionamiento de buses.

1.6.2.4 Cementerio

El Municipio posee un cementerio general que se ubica en el área urbana y 18 en el área rural, localizados en las aldeas, El Limón, Cuesta del Guayabo, Suchitán, Horcones, El Quebracho (con dos), Llano de Chinchilla, El Brasil, El Rodeo, Las Lajas, Zacuapa, La Barranca, Santa Rosa, Los Zorrillos, Jocote Dulce, Magueyes, Carbonera y Sabanetas.

1.6.2.5 Rastro

Existe uno que no llena los requisitos mínimos de higiene, por lo que la municipalidad implementó un proyecto de remodelación.

1.6.2.6 Biblioteca

La municipalidad brinda el servicio de una biblioteca que de manera temporal atiende al público en una casa particular.

1.6.2.7 Academia de Mecanografía

Se ubica en la aldea Suchitán, se imparten cursos libres y mecanografía básica, con una cobertura de 29 alumnos.

1.6.2.8 Instalaciones deportivas

En el área urbana existe una cancha de fútbol, que se ubica en el barrio El Barrial, una multicancha para básquetbol y papifútbol, que se encuentran a un costado del parque central.

1.6.2.9 Recolección de Basura

La municipalidad recolecta basura en el casco urbano, a un costo de Q 7.00 al mes; sin embargo en la actualidad solo 330 viviendas hacen uso del servicio.

1.6.2.10 Servicio de Limpieza

Lo realiza personal que forma parte de la Policía Municipal, quienes laboran desde las cuatro de la mañana en principales calles del centro, parque y la plaza que se utiliza como mercado.

1.6.2.11 Tanque Municipal

Existen dos tanques municipales en el área rural, en los cuales las amas de casa realizan sus labores de lavado de ropa.

1.6.3 Servicios privados

Existen entidades privadas que ayudan al desarrollo del Municipio, tales como:

1.6.3.1 Instituciones Bancarias

Se encuentran en el área urbana, las agencias bancarias de las instituciones Banco de Desarrollo Rural, Banco del Café y Banco G&T Continental, que atienden diversas actividades como por ejemplo préstamos hipotecarios, fiduciarios y otros.

1.6.3.2 Academia de Mecanografía

Funcionan dos en el área urbana y tres en el área rural que se encuentran en las aldeas El Rodeo, Horcones y Cuesta del Guayabo que imparten los cursos básico y libre.

1.6.3.3 Academia de Computación

Existe una academia con 10 máquinas; la municipalidad proporciona el local para su funcionamiento.

1.6.3.4 Medios de Comunicación

En la cabecera municipal hay servicio de El Correo, que tiene una agencia, King Express, Golden Express, tres teléfonos monederos particulares, cinco teléfonos comunales de la compañía Telgua, señal de teléfono celular, Internet y servicio de televisión por cable.

1.6.3.5 Energía Eléctrica

Este servicio lo proporciona la empresa Unión FENOSA, quien lo brinda al 97% de los habitantes.

1.6.3.6 Salud

Los servicios privados de salud se encuentran sólo en el área urbana del Municipio, cubierto por un sanatorio, tres clínicas médicas y una clínica parroquial.

1.6.3.7 Otros servicios

Existen diferentes servicios que satisfacen diversas necesidades de los pobladores, dentro de los que se mencionan: tiendas, cafeterías, farmacias, sastrería, carpintería, videocentro, estudio fotográfico, café internet, talleres de calzado, salones de belleza, entre otros.

1.7 **FACTOR TIERRA**

Se presenta la forma de tenencia, concentración de la tierra, uso actual y potencial de los suelos en el Municipio.

1.7.1 Tenencia y concentración

La resolución del problema agrario y el desarrollo rural son factores fundamentales e ineludibles a considerar como respuesta ante la situación de la mayoría de la población que vive en el área rural, que es la más afectada por pobreza y pobreza extrema. Por tal motivo con la transformación agraria se supone incorporar a esta población en los aspectos económico, social y político para lograr desarrollo sustentable y sostenible.

1.7.1.1 Tenencia

La tierra representa el principal y más importante recurso, es un medio de producción para la subsistencia de la población, es por ello que su tenencia supone el sustento diario, así como el principal elemento que se utiliza para la actividad económica y productiva de Santa Catarina Mita. Predominan los minifundios y alta concentración demográfica, lo que impide el desarrollo adecuado de la actividad agrícola - la principal -, que representa el 60% de la ocupación de la población total y el 98% en el área rural. Se considera que debido a esto, la región se destina a satisfacer las necesidades internas, con la comercialización y autoconsumo del producto, esto no permite una evolución tanto en la tecnología como en los niveles de producción.

Las unidades productivas propias representan el 56.27% del total de unidades económicas, esto indica que más de la mitad de la población es propietaria de la tierra que trabaja en el Municipio; característica que se muestra en todos los estratos, en especial en el de Fincas Subfamiliares. El arrendamiento representa el 31% del total de las unidades productivas. Estos son terrenos quebrados y pedregosos por lo que el rendimiento es bajo en comparación a la producción en terrenos planos y donde el valor de alquiler por manzana oscila entre Q150.00 a Q400.00 por temporada de producción. Además hay formas mixtas de tenencia de la tierra que representan el 13% del total.

1.7.1.2 Concentración

Según la investigación se observó que predomina la existencia de minifundios, o sean pequeñas extensiones de tierra en poder de la mayoría de los pobladores, como resultado de la frecuente distribución de las tierras. No existen considerables extensiones de terreno en poder de una sola persona o familia, porque éstas se concentran en los estratos II - Fincas Subfamiliares - y III - Fincas Familiares -, las que en conjunto ocupan el 79.23% del total de la extensión.

1.7.2 Uso actual y potencial de los suelos

El uso de la tierra en el Municipio, refleja el grado de utilización tradicional que se le da al recurso, dadas las condiciones topográficas que prevalecen y que lo caracterizan.

El cuadro que precede sirve de base para determinar el uso de la tierra para cultivos anuales, permanentes, asimismo para la tierra destinada a pastos, bosques y otros.

Cuadro 8
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Uso de la Tierra por Extensión según Tamaño de la Finca
Diagnóstico 2002

Tamaño De Finca	No. Unid. Econ.	Total Extensión		Cultivos Anuales		Cultivos Perman.		Pastos Bosq y Otros		
		%	Manzanas	%	Manzanas	%	Manzanas	%	(manzanas)	
Totales	395	100	524	100	296	100	20	100	208	100
Microfincas	51	13	21	4	14	5	0	0	7	3
Subfamiliares	316	80	334	64	179	60	2	10	153	73
Familiares	24	6	95	18	58	20	13	65	24	12
Mult. Mediana:	4	1	74	14	45	15	5	25	24	12
% Uso			100		57		6		37	

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

Según la encuesta, el uso actual de la tierra muestra las siguientes características:

- Producción agrícola

De acuerdo con el diagnóstico realizado para el uso de la tierra, las actividades agrícolas representan el 80% del total de la superficie, de las cuales el 94% se dedica a cultivos anuales, tales como el maíz blanco, frijol negro, sorgo o maicillo, tomate, cebolla, sandía, chile pimiento, entre otros, y el 6% para cultivos permanentes, dentro de los que se encuentran el café y árboles frutales como el mango, zapote, chico-zapote, limón, jocote, aguacate y papaya. El restante 20% es utilizado como bosques, pastos para ganado vacuno y otros.

- Área forestal

Por medio del Decreto Numero 50-99 del Congreso de la República (Ley de Creación del Parque Regional y Area Natural Recreativa Volcán de Suchitán), se creó el área protegida del volcán de Suchitán, el cual pretende preservar el atractivo natural, prevenir la degradación y evitar la destrucción a causa de la deforestación y uso irracional de los recursos, así como la invasión ilegal del suelo.

Como parte de la preservación de los bosques, la municipalidad en conjunto con los comités de las comunidades de El Limón, El Quebracho, La Montañita y Carbonera, llevan a cabo el proyecto “Reforestación con Producción en el Volcán de Suchitán, a través del cultivo de Aguacate” en el área protegida número tres, que comprende las alturas desde las partes bajas del volcán hasta 1,700 metros sobre el nivel del mar.

- Producción pecuaria

A pesar que la actividad pecuaria ocupa un lugar secundario dentro de las actividades del Municipio, se observó áreas de pastizales para las cabezas de ganado lechero, identificadas en las distintas comunidades, las cuales producen solo para el autoconsumo del núcleo familiar y una mínima parte para la venta.

Así mismo se encontró ganado porcino y aviar, los cuales son criados en patio; en el casco urbano se encuentra establecido un productor de ganado porcino que trabaja con bajo nivel tecnológico y reproductores de raza.

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADO

En el sector artesanal la actividad más representativa en cuanto a generación de empleo e ingresos es la producción de calzado. En este capítulo se analiza la comercialización, la cual se ejecuta en forma empírica y la desarrolla el propietario de cada taller de manera directa al minorista o mayorista, no utiliza vendedores o promotores. La distribución de calzado se da en función de que no todos se dedican a una misma línea, sino que se divide según el tipo de usuario, por ejemplo: caballeros, damas, niños, niñas, bebés, botas y botines.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto forma parte del rubro de consumo vestido y calzado, dentro de los componentes de la canasta básica familiar. Se elabora con diferentes materiales que pueden ser sintéticos o de piel (cuero).

2.1.1 Variedades

El calzado en el Municipio está dirigido a los segmentos de mercado caballeros, damas, niños, niñas y bebés, calzado que se utiliza tanto en ocasiones formales como informales. Producen botas, botines, sandalias, zapatillas cerradas y abiertas, zapato escolar, entre otros.

2.1.2 Características

El producto que se fabrica en el Municipio, presenta características en cuanto a numeración, diseño o estilo, material, marca y empaque.

2.1.2.1 Numeración

Se toma en cuenta la numeración francesa, la cual se utiliza normalmente en Latinoamérica; en el caso del calzado para niño y niña va del 17 al 26, del 27 al 32 y del 33 al 36; para caballero se clasifica del 37 al 44; y el de dama del 33 al 39.

2.1.2.2 Diseño

La elaboración del diseño está a cargo de cada dueño del taller, quien posee la experiencia en técnicas de confección de calzado. El tipo de calzado es formal e informal con estilos tradicionales.

2.1.2.3 Material

Las pieles que utilizan en la producción del calzado provienen de ganado vacuno, denominadas box – calf de clase B, producidas en el país, con buen brillo, suaves al tacto. El nombre comercial de estas pieles varía de acuerdo a la presentación del fabricante, algunos de los cuales son: grasosas, nubock, cosmos, softy, oscaría y otros, en colores café, amarillo, negro, blanco, tabaco, ladrillo, arena; en la etapa de ensuelado utilizan suela de res y/o plataformas prefabricadas de goma y hule.

2.1.2.4 Marca y etiqueta

Algunos fabricantes identifican y establecen una distinción entre sus productos mediante el uso de marcas. Una marca es un nombre, un término, un símbolo, un diseño o cualquier combinación de éstos, que diferencia los bienes y servicios de una empresa de los demás similares a ellos.

2.2 PRODUCCIÓN

Es la actividad que consiste en el desarrollo o fabricación de una serie de productos con el fin de ponerlos en el mercado para la venta.

2.2.1 Proceso productivo

Está dividido básicamente en tres etapas bien definidas: alistado, ensuelado y empaque. Cada una de estas actividades conlleva una serie de operaciones, las cuales se describen a continuación:

2.2.1.1 Alistado

En esta etapa del proceso, las operaciones son manuales: se utilizan cuchillas, aisladores, martillo, tijeras, perforador y máquinas de respuntar.

- Sección de moldes y cortes de piezas: de acuerdo al estilo que se produce, se seleccionan los moldes, los que están elaborados de papel y se procede a efectuar los cortes. En esta etapa, las piezas de los zapatos se dividen en piezas de piel (pala, plato, lateral, talón y ribete) y piezas de piel o sintético para forro (forro – talonera, forro – puntera, forro – plato, forro – lateral, forro – mini ribete).
- Sección de desbaste: esta operación consiste en bajar el grosor de la orilla de la piel, para facilitar la costura y tener un mejor acabado el producto.
- Sección de pintura: con ayuda de un aerógrafo, se pintan los bordes u orillas de las piezas de la piel que integran el corte del zapato, con el fin de cubrir todo el corte transversal de la piel, darle una mejor presentación y acabado al calzado.
- Sección de costura uno: con el uso de las máquinas de coser, se procede a unir los extremos de la pala con el plato, el lateral y el talón (según el estilo), para darle forma al corte de la parte de la piel.
- Sección de costura dos: a los componentes de piel, provenientes de la operación anterior, se pegan los forros y los ribetes y se procede a pegar y coser; esta operación requiere habilidad manual. (ver anexo 1).

2.2.1.2 Ensuelado

Se monta el corte elaborado en la etapa de alistado, de acuerdo con la talla, se le da forma según el estilo preestablecido y se coloca la entreplantilla, la suela y el tacón. (ver anexo 2).

- Sección de montado uno: en esta sección se realiza la operación de montar el corte del zapato a la horma, previo a la colocación de punteras

y traseras o taloneras; se ajusta el corte a las hormas, se revisa con la finalidad de eliminar arrugas de la piel y dejar el producto bien montado.

- Sección de montado dos: en esta sección se verifica la calidad de la plantilla y el retacón, ambos de cartón especial tipo bontex, cuya característica es la capacidad de absorber el sudor y la humedad. Aquí también se coloca entre el retacón y la suela, el cambrayón (pieza de metal que permite mantener el zapato flexible y evitar la deformación de la suela); por último se coloca la suela y el tacón.
- Sección de cardado y pulido: una vez el zapato esté completo (corte, suela y tacón de hule), se eliminan los defectos provenientes de las diferentes etapas del proceso, después se pule la suela y por al final se aplican los solventes para darle brillo natural.
- Sección de prensado: consiste en unir por medio de una costura de hilo grueso de poliéster, la suela y el corte, de tal manera que el zapato adquiera mayor garantía de pegado. En la actualidad esta operación la realizan terceras personas, porque los volúmenes individuales son bajos en comparación al precio de la máquina (pasadora) que se utiliza para tal efecto.
- Sección de acabado: se verifica cada par de zapatos a fin de identificar desperfectos de calidad, quitar hilos, ver el pintado de orillas, manchas de pegamento y otras sustancias ajenas a la presentación del calzado.

La capacidad de producción de esta etapa del proceso, depende de la talla, tipo de calzado, experiencia y agilidad del operario.

2.2.1.3 Empaque

Por lo general el empaque lo realiza el propietario en conjunto con su familia, quienes empacan el producto en bolsas plásticas; muy pocos talleres utilizan cajas de cartón.

2.2.2 Volumen y valor de la producción

El volumen de la producción, es la cantidad de bienes que el productor espera elaborar en un tiempo determinado. De acuerdo a la investigación, el volumen de productos de los fabricantes de calzado es de pocos artículos, porque el artesano los elabora de acuerdo a pedidos. En esta rama producen calzado de bebé, niños, niñas, damas y caballeros, en diferentes estilos, tallas y colores. El valor de la producción lo constituye la riqueza que el artesano le agrega a la materia prima, en el proceso de transformación y varía de acuerdo al tamaño de la empresa.

El cuadro siguiente muestra el volumen de la producción artesanal de calzado:

Cuadro 9
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Volumen y Valor de Producción Artesanal Anual de Calzado
Año 2002

Clasificación de zapatos	Unidad de medida	Valor		
		Volumen	unitario Q	Valor total
Sintéticos para niño Pequeño artesano	Pares	768	60	46,080
De piel y suela para caballero Pequeño artesano	Pares	768	110	84,480
Sintéticos para bebé Mediano artesano	Pares	4,608	19	87,552
De piel y plataforma para niña Mediano artesano	Pares	2,560	60	153,600
Sintéticos para dama Mediano artesano	Pares	3,840	65	249,600
Botas de piel y plataforma Mediano artesano	Pares	4,608	170	783,360
Totales		17,152		1,404,672

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, el volumen de producción anual corresponde a las unidades artesanales encuestadas. En el Municipio existen unos 300 talleres de

calzado, pequeños y medianos artesanos, ubicados en el casco urbano. Según la Unidad Técnica Municipal, se estima que el volumen anual de producción de manera global, asciende a 738,720 pares de zapatos, equivalente a Q31,026,240.

2.2.3 Destino de la producción

La producción de calzado del Municipio se coloca en los mercados de la ciudad capital, Retalhuleu, Quetzaltenango, Izabal, Chiquimula y Petén.

2.3 TECNOLOGÍA

Es el grado de desarrollo que en forma sistemática posee un grupo de personas sobre las ciencias y artes, que les permite la aplicación del conocimiento organizado a tareas prácticas.

Los productores artesanales de calzado utilizan poca tecnología, que se caracteriza porque predominan los procesos manuales, usan equipo y herramienta tradicional, mano de obra familiar, sin división de tareas, bajo monto de capital de trabajo.

Dentro del equipo que emplean para la realización de su trabajo, se observó máquinas de coser manuales adaptadas algunas con motor eléctrico, cuchillas, leznas, martillos, tijeras, sacabocados y pequeñas estufas eléctricas construidas por ellos mismos, con resistencias sobre ladrillos.

2.4 COSTOS

- Costo de producción

La determinación del costo de producción es un factor muy importante en el proceso administrativo, porque tiene a su cargo asegurar que la organización marche bien hacia el logro de los objetivos de la empresa, lo que incluye la obtención de un rendimiento adecuado de la inversión.

Se presentan los costos de producción de la actividad artesanal de zapatería del Municipio, se desarrolla por pequeños y medianos artesanos. Para determinarlos, se utilizó el método de costeo directo, en el cual se carga al producto todos aquellos costos y gastos que varían al volumen de la producción; integrado por materia prima, mano de obra y costos indirectos variables. Se considera como materia todos los insumos necesarios para la elaboración de los zapatos; la mano de obra es la fuerza de trabajo que interviene en la producción y los costos indirectos variables, son los que están relacionados directamente con el proceso productivo.

- Estado de resultados

Es un documento o estado financiero que sirve para determinar los resultados netos (ganancia o pérdida de un negocio en un período dado; es distinto del balance general.

En los cuadros siguientes se presentan los costos de producción y estado de resultados de cada uno:

Cuadro 10
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Zapatos Sintéticos para Niño,
Pequeño Artesano
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Insumos	25,329	25,329	0
Imitación de piel polo	6,758	6,758	0
Forro galleta	2,458	2,458	0
Plataforma	8,448	8,448	0
Talonera y puntera	2,427	2,427	0
Hilo	115	115	0
Clavo	61	61	0
Pegamento	1,137	1,137	0
Solvente	499	499	0
Duramil	154	154	0
Cartón	384	384	0
Cambrayón	269	269	0
Costura	1,152	1,152	0
Otros materiales	1,467	1,467	0
Mano de obra a destajo	7,872	10,430	(2,558)
Alistado	3,840	3,840	0
Ensuelado	3,840	3,840	0
Empaque	192	192	0
Bonificación incentivo decreto 37-2001	0	1,068	(1,068)
Séptimo día	0	1,490	(1,490)
Costos indirectos variables	0	3,633	(3,633)
Prestaciones patronales	0	622	(622)
Prestaciones laborales	0	2,857	(2,857)
Energía eléctrica	0	154	(154)
Total costo directo de producción	33,201	39,392	(6,191)
Producción anual en unidades	768	768	
Costo directo por unidad	43.23	51.29	(8.06)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

Como se observa en el cuadro anterior, en el costo directo de producción por unidad hay una diferencia de Q 8.06, debido a que en los valores de encuesta

no están considerados los costos indirectos variables y en la mano de obra no calculan la bonificación incentivo y el séptimo día.

Cuadro 11
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados
Pequeño Artesano, Zapatos Sintéticos para Niño
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	46,080	46,080	0
768 pares de zapatos a Q 60.00			
(-) Costo Directo de Producción	33,201	39,392	(6,191)
Insumos	25,329	25,329	0
Mano de obra	7,872	10,430	(2,558)
Costos indirectos variables	0	3,633	(3,633)
Ganancia Bruta en Ventas	12,879	6,688	(6,191)
(-) Gastos variables de venta	0	254	(254)
Material de empaque	0	77	(77)
Fletes	0	177	(177)
Ganancia Marginal	12,879	6,434	(6,445)
(-) Costos fijos de producción	0	115	(115)
Depreciación de maquinaria y equipo	0	115	(115)
(-) Gastos de Administración	0	1,370	(1,370)
Alquileres	0	900	(900)
Papelería y útiles	0	120	(120)
Energía eléctrica y agua	0	300	(300)
Gastos varios	0	50	(50)
Utilidad antes de ISR	12,879	4,949	(7,930)
ISR 31%	3,992	1,534	2,458
Utilidad Neta	8,887	3,415	(5,472)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se observa que con las ventas según encuesta se obtiene una ganancia neta del 19% , y al imputar los gastos variables, fijos e impuesto, refleja al final del período una disminución en la utilidad neta del 12%.

Cuadro 12
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Zapatos de Piel y Suela para Caballero
Pequeño Artesano
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Insumos	44,037	44,037	0
Piel de res	19,154	19,154	0
Forro de cerdo	2,880	2,880	0
Suela de res	11,520	11,520	0
Tacón	2,304	2,304	0
Talonera y puntera	2,004	2,004	0
Cambrayón	768	768	0
Pegamento	707	707	0
Hilo	230	230	0
Cartón	822	822	0
Costura	1,152	1,152	0
Otros materiales	2,496	2,496	0
Mano de obra a destajo	12,480	15,806	(3,326)
Alistado	6,144	6,144	0
Ensuelado	6,144	6,144	0
Empaque	192	192	0
Bonificación incentivo 37-2001	0	1,068	(1,068)
Séptimo día	0	2,258	(2,258)
Costos indirectos variables	0	5,637	(5,637)
Prestaciones patronales	0	983	(983)
Prestaciones laborales	0	4,500	(4,500)
Energía eléctrica	0	154	(154)
Total costo directo de producción	56,517	65,480	(8,963)
Producción anual en unidades	768	768	
Costo directo por unidad	73.59	85.26	(11.67)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

La variación en el costo directo de producción por unidad, se debe a la imputación de los costos indirectos variables, la bonificación incentivo y el séptimo día de la mano de obra.

Cuadro 13
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados Pequeño artesano
Zapatos de Piel y Suela para Caballero
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	84,480	84,480	0
768 pares de zapatos a Q 110.00			
(-) Costo Directo de Producción	56,517	65,480	(8,963)
Insumos	44,037	44,037	0
Mano de obra	12,480	15,806	(3,326)
Costos indirectos variables	0	5,637	(5,637)
Ganancia Bruta en Ventas	27,963	19,000	(8,963)
(-) Gastos variables de venta	0	446	(446)
Material de empaque	0	100	(100)
Fletes	0	346	(346)
Ganancia Marginal	27,963	18,554	(9,409)
(-) Costos fijos de producción	0	115	(115)
Depreciación de maquinaria y equipo	0	115	(115)
(-) Gastos de Administración	0	1,775	(1,775)
Alquileres	0	1,200	(1,200)
Papelería y útiles	0	150	(150)
Energía eléctrica y agua	0	350	(350)
Gastos varios	0	75	(75)
Utilidad antes de ISR	27,963	16,664	(11,299)
ISR 31%	8,669	5,166	3,503
Utilidad Neta	19,294	11,498	(7,796)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

Se observa que con las ventas según encuesta se obtiene una utilidad neta del 23%, y al imputar los costos fijos, variables e impuesto, refleja al final del período una disminución en la utilidad neta del 9%.

Cuadro 14
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Zapatos Sintéticos para Bebé
Mediano Artesano
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Insumos	27,696	27,696	0
Polipiel	8,064	8,064	0
Forro sintético	2,765	2,765	0
Cuerina	968	968	0
Suela de esponja	5,115	5,115	0
Cerquillo de costura	599	599	0
Pegamento	2,074	2,074	0
Hilo	323	323	0
Hebillas	4,608	4,608	0
Otros materiales	3,180	3,180	0
Mano de obra a destajo	16,312	23,961	(7,649)
Alistado	7,695	7,695	0
Ensuelado	7,695	7,695	0
Empaque	922	922	0
Bonificación incentivo 37-2001	0	4,239	(4,239)
Séptimo día	0	3,410	(3,410)
Costos indirectos variables	0	8,294	(8,294)
Prestaciones patronales	0	1,336	(1,336)
Prestaciones laborales	0	6,036	(6,036)
Energía eléctrica	0	922	(922)
Total costo directo de producción	44,008	59,951	(15,943)
Producción anual en unidades	4,608	4,608	
Costo directo por unidad	9.55	13.01	(3.46)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, en el costo directo de producción por unidad hay una diferencia de Q 3.46, debido a que en los valores de encuesta no están considerados los costos indirectos variables y en la mano de obra no toman en cuenta la bonificación incentivo y el séptimo día.

Cuadro 15
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados Mediano Artesano, Zapatos Sintéticos para Bebé
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	87,552	87,552	0
4,608 pares de zapatos a Q 19.00			
(-) Costo Directo de Producción	44,008	59,951	(15,943)
Insumos	27,696	27,696	0
Mano de obra	16,312	23,961	(7,649)
Costos indirectos variables	0	8,294	(8,294)
Ganancia Bruta en Ventas	43,544	27,601	(15,943)
(-) Gastos variables de venta	0	1,290	(1,290)
Material de empaque	0	230	(230)
Fletes	0	1,060	(1,060)
Ganancia Marginal	43,544	26,311	(17,233)
(-) Costos fijos de producción	0	691	(691)
Depreciación de maquinaria y equipo	0	691	(691)
(-) Gastos de Administración	0	2,075	(2,075)
Alquileres	0	1,500	(1,500)
Papelería y útiles	0	150	(150)
Energía eléctrica y agua	0	350	(350)
Gastos varios	0	75	(75)
Utilidad antes de ISR	43,544	23,545	(19,999)
ISR 31%	13,499	7,299	6,200
Utilidad Neta	30,045	16,246	(13,799)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se observa que con las ventas según encuesta se obtiene una utilidad neta del 34%, y al imputar los costos variables, fijos e impuesto, refleja al final del período una disminución en la utilidad neta del 16%.

Cuadro 16
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Zapatos de Piel y Plataforma para Niña
Mediano Artesano
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Insumos	81,843	81,843	0
Piel osaria	44,160	44,160	0
Forro sintético prin	640	640	0
Talonera y puntera	1,280	1,280	0
Duramil	512	512	0
Hilo	2,560	2,560	0
Clavo	128	128	0
Pegamento	1,280	1,280	0
Solvente	1,203	1,203	0
Hebillas	2,560	2,560	0
Plataforma de hule	25,472	25,472	0
Costura	2,048	2,048	0
Mano de obra a destajo	22,400	31,079	(8,679)
Alistado	11,520	11,520	0
Ensuelado	10,240	10,240	0
Empaque	640	640	0
Bonificación incentivo 37-2001	0	4,250	(4,250)
Séptimo día	0	4,429	(4,429)
Costos indirectos variables	0	10,496	(10,496)
Prestaciones patronales	0	1,792	(1,792)
Prestaciones laborales	0	8,192	(8,192)
Energía eléctrica	0	512	(512)
Total costo directo de producción	104,243	123,418	(19,175)
Producción anual en unidades	2,560	2,560	
Costo directo por unidad	40.72	48.21	(7.49)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, en el costo directo de producción por unidad hay una diferencia de Q 7.49, debido a que en los valores de encuesta no están considerados los costos indirectos variables y en la mano de obra no incluyen la bonificación incentivo y el séptimo día.

Cuadro 17
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados
Mediano Artesano, Zapatos de Piel y Plataforma para Niña
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	153,600	153,600	0
2,560 pares de zapatos a Q 60.00			
(-) Costo Directo de Producción	104,243	123,418	(19,175)
Insumos	81,843	81,843	0
Mano de obra	22,400	31,079	(8,679)
Costos indirectos variables	0	10,496	(10,496)
Ganancia Bruta en Ventas	49,357	30,182	(19,175)
(-) Gastos variables de venta	0	845	(845)
Material de empaque	0	256	(256)
Fletes	0	589	(589)
Ganancia Marginal	49,357	29,337	(20,020)
(-) Costos fijos de producción	0	384	(384)
Depreciación de maquinaria y equipo	0	384	(384)
(-) Gastos de Administración	0	2,650	(2,650)
Alquileres	0	2,000	(2,000)
Papelería y útiles	0	200	(200)
Energía eléctrica y agua	0	350	(350)
Gastos varios	0	100	(100)
Utilidad antes de ISR	49,357	26,303	(23,054)
ISR 31%	15,301	8,154	7,147
Utilidad Neta	34,056	18,149	(15,907)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, con las ventas según encuesta se obtiene una ganancia neta del 22%, y al imputar todos los gastos, la utilidad neta disminuye en 10%.

Cuadro 18
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Zapatos Sintéticos Abiertos para Dama
Mediano Artesano
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Insumos	99,340	99,340	0
Piel sintética	9,677	9,677	0
Nuboc	5,990	5,990	0
Pellejo	2,035	2,035	0
Cambrayón de metal	1,613	1,613	0
Suela sintética	53,760	53,760	0
Pegamento	6,528	6,528	0
Hilo	614	614	0
Marca	2,304	2,304	0
Hebillas	11,520	11,520	0
Cartón	5,107	5,107	0
Otros materiales	192	192	0
Mano de obra a destajo	38,976	50,496	(11,520)
Alistado	19,200	19,200	0
Ensuelado	19,200	19,200	0
Empaque	576	576	0
Bonificación incentivo 37-2001	0	4,301	(4,301)
Séptimo día	0	7,219	(7,219)
Costos indirectos variables	0	17,971	(17,971)
Prestaciones patronales	0	3,072	(3,072)
Prestaciones laborales	0	14,131	(14,131)
Energía eléctrica	0	768	(768)
Total costo directo de producción	138,316	167,807	(29,491)
Producción anual en unidades	3,840	3,840	
Costo directo por unidad	36.02	43.70	(7.68)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el costo directo de producción por unidad hay una diferencia de Q7.68, debido a que en los valores de encuesta no están considerados los costos indirectos variables y en la mano de obra no calculan la bonificación incentivo y el séptimo día.

Cuadro 19
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados Mediano Artesano
Zapatos Sintéticos Abiertos para Dama
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	249,600	249,600	0
3,840 pares de zapatos a Q 65.00			
(-) Costo Directo de Producción	138,316	167,807	(29,491)
Insumos	99,340	99,340	0
Mano de obra	38,976	50,496	(11,520)
Costos indirectos variables	0	17,971	(17,971)
Ganancia Bruta en Ventas	111,284	81,793	(29,491)
(-) Gastos variables de venta	0	1,843	(1,843)
Material de empaque	0	499	(499)
Fletes	0	1,344	(1,344)
Ganancia Marginal	111,284	79,950	(31,334)
(-) Costos fijos de producción	0	960	960
Depreciación de maquinaria y equipo	0	960	(960)
(-) Gastos de Administración	0	4,900	(4,900)
Alquileres	0	3,600	(3,600)
Papelería y útiles	0	600	(600)
Energía eléctrica y agua	0	400	(400)
Gastos varios	0	300	(300)
Utilidad antes de ISR	111,284	74,090	(37,194)
ISR 31%	34,498	22,968	11,530
Utilidad Neta	76,786	51,122	(25,664)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, con las ventas según encuesta se obtiene una utilidad neta del 31%, y al imputar los costos variables, fijos e impuesto, refleja al final del período una disminución en la ganancia neta del 10%.

Cuadro 20
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Botas de Piel y Plataforma para Caballero
Mediano Artesano
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Insumos	443,059	443,059	0
Piel de res	177,408	177,408	0
Tela para forro	2,304	2,304	0
Desbaste	10,368	10,368	0
Talonera y puntera	9,216	9,216	0
Hilo	9,216	9,216	0
Clavo	4,608	4,608	0
Pegamento	9,677	9,677	0
Solvente	3,686	3,686	0
Esponja	46,080	46,080	0
Plataforma de hule	165,888	165,888	0
Costura	4,608	4,608	0
Mano de obra a destajo	112,896	141,696	(28,800)
Alistado	46,080	46,080	0
Ensuelado	62,208	62,208	0
Empaque	4,608	4,608	0
Bonificación incentivo 37-2001	0	8,571	(8,571)
Séptimo día	0	20,229	(20,229)
Costos indirectos variables	0	50,504	(50,504)
Prestaciones patronales	0	8,893	(8,893)
Prestaciones laborales	0	40,689	(40,689)
Energía eléctrica	0	922	(922)
Total costo directo de producción	555,955	635,259	(79,304)
Producción anual en unidades	4,608	4,608	
Costo directo por unidad	120.65	137.86	(17.21)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, en el costo directo de producción por unidad hay una diferencia de Q17.21, debido a que en los valores de encuesta no están

considerados los costos indirectos variables y en la mano de obra no calculan la bonificación incentivo y el séptimo día.

Cuadro 21
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados Mediano Artesano
Botas de Piel y Plataforma para Caballero
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	783,360	783,360	0
4,608 pares de zapatos a Q 170.00			
(-) Costo Directo de Producción	555,955	635,259	(79,304)
Insumos	443,059	443,059	0
Mano de obra	112,896	141,696	(28,800)
Costos indirectos variables	0	50,504	(50,504)
Ganancia Bruta en Ventas	227,405	148,101	(79,304)
(-) Gastos variables de venta	0	2,765	(2,765)
Material de empaque	0	691	(691)
Fletes	0	2,074	(2,074)
Ganancia Marginal	227,405	145,336	(82,069)
(-) Costos fijos de producción	0	1,152	1,152
Depreciación de maquinaria y equipo	0	1,152	1,152
(-) Gastos de Administración	0	8,200	(8,200)
Alquileres	0	4,800	(4,800)
Papelería y útiles	0	1,200	(1,200)
Energía eléctrica y agua	0	1,200	(1,200)
Gastos varios	0	1,000	(1,000)
Utilidad antes de ISR	227,405	135,984	(91,421)
ISR 31%	70,496	42,155	28,341
Utilidad Neta	156,909	93,829	(63,080)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se observa que con las ventas según encuesta se obtiene una ganancia neta del 20%, y al imputar los costos variables, fijos e impuesto, refleja al final del período una disminución en ésta, del 8%.

2.5 RENTABILIDAD

El análisis de la rentabilidad de las empresas es un aspecto importante a considerar, ya que la solvencia y la estabilidad de la misma repercuten en los resultados que produzca.

A continuación se presenta un cuadro respecto al calzado, el cual contiene información sobre el total de unidades vendidas, su precio de venta, la ganancia neta, es decir lo que en realidad queda después de deducir el impuesto sobre la renta y el margen neto de utilidades expresados en porcentajes.

Cuadro 22
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Rentabilidad de la Actividad Artesanal
Del 1 de julio de 2002 al 30 de junio de 2003
(cifras en quetzales)

Producto	Unidad de medida	Precio venta	Total ventas	Utilidad neta según encuesta	Utilidad neta según imputados	Margen neto de utilidades Encuesta	Margen neto de utilidades Imputados
Zapato	Pares						
Bebé	4,608	19	87,552	30,045	16,246	34%	19%
Niño	768	60	46,080	8,887	3,415	19%	7%
Niña	2,560	60	153,600	34,056	18,149	22%	12%
Dama	3,840	65	249,600	76,786	51,122	31%	20%
Caballero	768	110	84,480	19,294	11,498	23%	14%
Botas	4,608	170	783,360	156,909	93,829	20%	12%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

2.6 FINANCIAMIENTO

El financiamiento que utilizan en el sector artesanal de calzado es externo y en una pequeña proporción interno, a base de ahorros; sin embargo, los préstamos bancarios a cooperativas y particulares son las principales fuentes que utilizan los propietarios de talleres de calzado. Otra fuente importante de financiamiento la constituyen las remesas familiares recibidas por miembros del hogar que se encuentran en los Estados Unidos de Norteamérica, fenómeno que con el transcurso del tiempo ha ido en incremento por falta de oportunidades para los

habitantes de la región. En el Municipio existen tres entidades que tienen agencia bancaria, Banco de Desarrollo Rural – BANRURAL –, G&T Continental y Banco del Café – BANCAFE –.

2.7 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

El producto, precio, plaza y promoción son factores determinantes a considerar en este aspecto; para la producción artesanal de calzado se presentan de la forma siguiente:

2.7.1 Producto

Es la principal variable controlable en el sentido que constituye el punto focal para las otras actividades controlables. Se ha hecho notar que el producto es el medio por el cual se proporciona beneficio de la forma al mercado; pero no se trata de sólo un artículo tangible que se ofrece para el intercambio, sino también incluye características intangibles que adquieren los compradores. En consecuencia éstas son las que encierran el mayor atractivo.

El producto está constituido por calzado para caballeros, damas, niños, niñas y bebés, en diferentes diseños, marcas, colores y números. Su calidad depende del material y acabado que se le dé. El productor lo entrega en bolsa plástica o cajas de cartón.

2.7.2 Precio

Se determinó que la elaboración de un par de calzado varía según el tipo, estilo y material que se utilice, por lo cual cada par de zapatos puede tener un precio diferente y el productor es quien lo establece para la venta, en ocasiones se considera el precio de la competencia local. Por el tipo de producto y las características del mismo, en los talleres de calzado ofrecen un precio favorable o descuento sobre pedidos por docena o más.

Cuadro 23
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo y precio de venta sector artesanal
Rama de calzado, por par de zapatos
Año 2002
(Cifras en quetzales)

Artículo	Costo directo de producción	Precio de Venta
Zapato para bebé	13.29	19.00
Zapato para niño	51.62	60.00
Zapato para niña	48.54	60.00
Zapato para dama	44.18	60.00
Zapato para caballero	85.84	110.00
Botas para caballero	138.46	170.00

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

El cuadro anterior muestra del costo del productor y el precio que paga el mayorista.

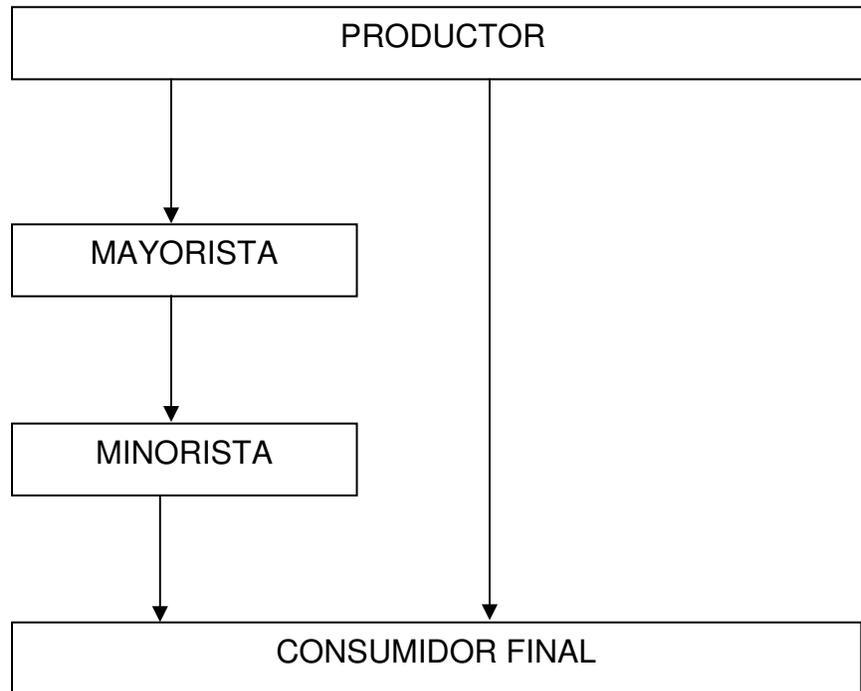
2.7.3 Plaza

El producto está dirigido a personas de ambos sexos, de todas las edades con ingresos económicos. El proceso de comercialización, se integra a través de canales de comercialización bien definidos, quienes para entregar su producto utilizan bus extraurbano, vehículo propio o flete. Es importante mencionar que el calzado no se vende dentro del Municipio, porque la población no lo adquiere, por el nivel de ingresos de las personas y porque existe competencia con calzado que llevan de fuera que es de menor calidad pero más barato. Tampoco lo colocan en el exterior.

2.7.3.1 Canales de comercialización

A continuación se muestran los canales de comercialización que utilizan los productores artesanales de calzado.

Gráfica 1
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Canales de comercialización
Producción Artesanal de Calzado
Año 2002



Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002

Como se observa en la gráfica anterior, los artesanos de calzado distribuyen su producto al mayorista y/o consumidor final, los cuales por lo general lo adquieren en las unidades económicas, pero en ocasiones el productor debe trasladar el calzado al lugar donde se lo soliciten.

Aun cuando existe una Cooperativa de Calzado, la actividad de comercialización la realizan los mismos productores, quienes no poseen un centro de acopio general, sino que cada uno realiza el proceso y funciones de la misma. Una ventaja de esta distribución es que el propio productor realiza la venta directa a los distribuidores mayoristas, lo que representa mayor ganancia para ellos.

Los productos son exhibidos solo en el propio taller, no llevan controles de inventario de acuerdo a las ventas que realizan y la mayoría adquiere la materia prima necesaria para cubrir la producción del pedido.

2.7.3.2 Márgenes de comercialización

Lo constituye la diferencia entre el precio que percibe el productor y el que paga el consumidor final. En los casos en que participan intermediarios se incrementa el valor del producto.

En los cuadros siguientes se muestra los márgenes de comercialización de los diferentes tipos de calzado que se producen en el Municipio.

Cuadro 24
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Márgenes de Comercialización, Calzado Sintético para Niño
Año 2002

Descripción	Precio de venta por par	Margen Bruto	Gastos de mercadeo	Margen Neto	Rendimiento sobre Inversión	Participación %
Productor	60.00					55%
Mayorista	75.00	15.00	1.12	13.88	23.13	20%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Minorista	100.00	25.00	1.12	23.88	31.84	25%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Totales		40.00	2.24	37.76		100%

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

El margen bruto que obtendrán los intermediarios es de Q 40.00 que equivale al 40% del precio que paga el consumidor final y la participación del productor es del 55%, el margen neto es de Q 37.76 sobre el precio de venta.

Cuadro 25
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Márgenes de Comercialización, Calzado Piel y Suela para Caballero
Año 2002

Descripción	Precio de venta por par	Margen Bruto	Gastos de mercadeo	Margen Neto	Rendimiento sobre Inversión	Participación %
Productor	110.00					56%
Mayorista	140.00	30.00	1.12	28.88	26.25	21%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Minorista	180.00	40.00	1.12	38.88	27.77	22%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Totales		70.00	2.24	67.76		100%

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

El margen bruto que obtendrán los intermediarios es de Q 70.00 que equivale al 70% del precio que paga el consumidor final y la participación del productor es del 56%, el margen neto es de Q 67.76 sobre el precio de venta.

Cuadro 26
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Márgenes de Comercialización, Calzado para Bebé
Año 2002

Descripción	Precio de venta por par	Margen Bruto	Gastos de mercadeo	Margen Neto	Rendimiento sobre Inversión	Participación %
Productor	19.00					32%
Mayorista	25.00	6.00	1.12	4.88	25.68	24%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Minorista	45.00	20.00	1.12	18.88	75.52	44%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Totales		26.00	2.24	23.76		100%

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

El margen bruto que obtendrán los intermediarios es de Q 26.00 que equivale al 26% del precio que paga el consumidor final y la participación del productor es del 32%, el margen neto es de Q 23.76 sobre el precio de venta.

Cuadro 27
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Márgenes de Comercialización, Calzado de Piel y Plataforma para Niña
Año 2002

Descripción	Precio de venta por par	Margen Bruto	Gastos de mercadeo	Margen Neto	Rendimiento sobre Inversión	Participación %
Productor	60.00					55%
Mayorista	75.00	15.00	1.12	13.88	23.13	20%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Minorista	100.00	25.00	1.12	23.88	31.84	25%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Totales		40.00	2.24	37.76		100%

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

El margen bruto que obtendrán los intermediarios es de Q 40.00 que equivale al 40% del precio que paga el consumidor final y la participación del productor es del 55%, el margen neto es de Q 37.76 sobre el precio de venta.

Cuadro 28
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Márgenes de Comercialización, Calzado Sintético Abierto para Dama
Año 2002

Descripción	Precio de venta por par	Margen Bruto	Gastos de mercadeo	Margen Neto	Rendimiento sobre Inversión	Participación %
Productor	65.00					37%
Mayorista	90.00	25.00	1.12	23.88	36.74	28%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Minorista	140.00	50.00	1.12	48.88	54.31	36%
Empaque			0.02			
Transporte			1.00			
Carga y descarga			0.10			
Totales		75.00	2.24	72.76		100%

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

El margen bruto que obtendrán los intermediarios es de Q 75.00 que equivale al 75% del precio que paga el consumidor final y la participación del productor es del 37%, el margen neto es de Q 72.76 sobre el precio de venta.

Cuadro 29
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Márgenes de Comercialización, Botas con Piel y Plataforma, para Caballero
Año 2002

Descripción	Precio de venta por par	Margen Bruto	Gastos de mercadeo	Margen Neto	Rendimiento sobre Inversión	Participación %
Productor	170.00					50%
Mayorista	250.00	80.00	1.70	78.30	46.06	32%
Empaque			0.05			
Transporte			1.50			
Carga y descarga			0.15			
Detallista	350.00	100.00	1.70	98.30	39.32	29%
Empaque			0.05			
Transporte			1.50			
Carga y descarga			0.15			
Totales		180.00	3.40	176.60		100%

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

El margen bruto que obtendrán los intermediarios es de Q 180.00 que equivale al 180% del precio que paga el consumidor final y la participación del productor es del 50%, el margen neto es de Q 176.60 sobre el precio de venta.

2.7.4 Promoción

En la actualidad los talleres de calzado realizan actividades mínimas de promoción, se dan a conocer por referencia de otras personas que adquieren el producto; tampoco colocan rótulos que los identifique.

Por ser talleres pequeños no contratan vendedores para impulsar la venta de los productos, es el propietario quien realiza esa labor.

Como se observa, la mezcla de mercadotecnia no se puede tomar en forma independiente, en virtud que cada actividad afecta a las demás. Las decisiones deben integrarse con el objeto de proporcionar un conjunto de beneficios coordinados.

2.8 RESUMEN DE LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA

De acuerdo a los resultados obtenidos durante el proceso de investigación en el municipio de Santa Catarina Mita, Jutiapa, se observó que las unidades artesanales de calzado son de medianos y pequeños artesanos.

Con relación a los pequeños artesanos, las técnicas de trabajo que utilizan para la fabricación del producto son manuales, porque usan herramientas sencillas. El oficio es familiar porque los padres lo enseñan a sus hijos conforme los incorporan al proceso productivo.

La organización de estas empresas se desarrolla en forma empírica, sin procedimientos técnicos para buscar incrementar la producción, o mejorar la

calidad; no llevan controles contables que les informe sobre los resultados reales obtenidos en su actividad.

Se estableció que los pequeños artesanos realizan el trabajo en sus propias casas de habitación; algunos destinan un área específica de la casa para desarrollar el trabajo, otros lo hacen dentro de los mismos ambientes del hogar, o sea dormitorios, comedor, sala, sin que exista un orden ni división de actividades.

Por lo general, el jefe de hogar es quien realiza el proceso de producción y venta; por ser una actividad familiar, la mano de obra también lo es y no se remunera. Trabajan con capital propio, que resulta insuficiente para hacer mejoras y/o ampliaciones del negocio; es para subsistencia.

Con relación a los medianos artesanos, se determinó que trabajan en una forma más favorable, porque tienen un capital más amplio; están en capacidad de contratar mano de obra no familiar. Existe división del trabajo, aún cuando el jefe del hogar es el encargado de la mayor parte de las actividades que se realizan. La mano de obra que se contrata es a destajo, no hay contratos de trabajo que establezcan horarios; los obreros laboran de martes a viernes, aunque en ocasiones esto no se cumple, lo que ocasiona problemas al propietario en el cumplimiento de la producción para cubrir el pedido de los clientes.

Tanto los pequeños como los medianos artesanos no reciben capacitación, ni asesoría técnica, por lo que no poseen los conocimientos indispensables para determinar con efectividad los costos reales; no tienen capacidad de producción para responder a demandas grandes. Por otra parte la inadecuada organización como artesanos, no les permite tener acceso a mejor trato en la adquisición de materia prima, venta de productos, compra de equipo y maquinaria entre otros.

Se observó que debido a la situación económica de la población en general, el producto no se vende dentro del Municipio; además, por la cantidad de zapatos que ingresa de Taiwán y otros lugares como los importados que manejan el mercado de las pacas, que son de segundo uso, a menor precio.

2.9 PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Con relación a la problemática que se encontró en el sector artesanal de zapatería, se presenta una propuesta que permita el crecimiento de las unidades productivas actuales del Municipio.

Como se estableció, esta actividad representa la mayor fuente que genera ingresos y empleo a los habitantes de Santa Catarina Mita, por lo que es necesario que por medio de la Cooperativa de calzado, o a través de la Municipalidad local, se solicite al Instituto Técnico de Capacitación y Productividad – INTECAP –, un programa completo de capacitación, el cual coadyuvará en el aprendizaje de nuevas técnicas de producción, modelaje, comercialización y otras actividades que permitirán mejorar la calidad del producto con mano de obra calificada.

La mercadotecnia de todo negocio consiste en numerosas actividades, muchas de las cuales ocurren incluso antes que un producto se fabrique y esté listo para su distribución y venta. Tales actividades se relacionan en forma directa con la identificación, en la determinación del mercado objetivo, preparación, comunicación y entrega de un conjunto de satisfactores a ese mercado. Producto, precio, plaza y promoción se combinan para integrar la mezcla de mercadotecnia. En la actualidad se requiere más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance de los clientes meta.

Con relación al producto, aun cuando los talleres artesanales de zapatos, cubren parte de la demanda real del mercado guatemalteco, con lo que han logrado

sobrevivir durante más de 30 años, se hace indispensable renovar los estilos o diseños, ya que como se dijo son tradicionales, por lo que se sugiere que cada productor se actualice con lo que está de moda a través de catálogos y considere los gustos y preferencias del consumidor.

El precio deben determinarlo con base a los costos de producción y a los precios que establece el mercado; muchos productores venden por debajo de la competencia.

La necesidad del calzado y el poder de compra de los usuarios, se manifiesta a través de la demanda, en el caso específico del mercado que se atenderá y la capacidad de pago. Es necesario que los artesanos orienten su producción hacia un sector definido, que les garantice la demanda constante de sus productos, de lo contrario este sector tendrá un crecimiento poco significativo, por lo tanto para que haya una distribución eficiente se debe actuar en función de una estructura de mercado en la que se establezcan características indispensables que permitan determinar las relaciones entre los diferentes componentes de éste, es decir entre compradores y vendedores.

Para realizar la comercialización dentro del Municipio, se deberá considerar una mini feria de calzado, en la cual los productores exhiban su producto y lo vendan a precios favorables, sin que ello represente pérdida en sus ganancias. Se puede solicitar al Alcalde de la localidad, el salón Municipal o bien el Polideportivo, para que haya suficiente espacio de montar un stand por cada taller participante. Esta actividad podrá coordinarla la Cooperativa COOPROCALZA.

Por lo general el pequeño y mediano artesano se apoya en la intuición para dirigir sus esfuerzos hacia la satisfacción del cliente; se considera importante realizar una investigación de mercados, para determinar si obtiene del mercado

un beneficio razonable, decidir si ofrece un producto adecuado a las demandas específicas, establecer si los precios que ofrece son compatibles con tales demandas e identificar clientes potenciales. El propietario de cada taller trabajará sobre hechos y no se basará en suposiciones.

Los canales de comercialización que utilizan son adecuados, en virtud que realizan la venta directa al mayorista, quien se encarga de distribuirla al minorista y consumidor final, aunque el productor también vende en forma directa a este último, pero en mínima parte; los márgenes de comercialización deben mantenerse, porque los porcentajes de participación de cada uno, reflejan que son convenientes.

El éxito empresarial está en función de las ventas y la promoción que se haga debido a que éstas generan los ingresos. Para incrementarlas es necesario adoptar una actitud agresiva hacia el mercado, buscar nuevos clientes, diversificar la producción con la finalidad de estimular la demanda; además innovar diseños y estilos así como todas aquellas modificaciones que puedan hacerse al producto, de tal manera que se mantenga a la moda; exhibir el calzado en aparadores o estanterías, contar con existencia de muestras, poseer un rótulo de identificación, para que las personas que visitan el Municipio ubiquen el lugar donde puedan adquirir zapatos, así mismo a través de la radio municipal, pueden solicitar un espacio y anunciar el producto.

En resumen, las innovaciones de maquinaria y tecnología moderna, capacitación, localización estratégica, estructura adecuada de la organización, canales de comercialización que se adapten a su producción y demanda, utilización de técnicas de promoción de ventas, diversificación del producto, dará como resultado alta calidad, satisfacción en el cliente, buen precio e ingresos que beneficiarán a toda la población.

CAPÍTULO III

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CALZADO

Este capítulo muestra las organizaciones avaladas por el Código de Comercio, tanto productivas como sociales, y las que posee el Municipio. Se define además la propuesta para la rama artesanal de calzado.

3.1 ORGANIZACIONES EXISTENTES

Guatemala tiene diversos tipos de organización, tanto de carácter social como productivo.

3.1.1 Organizaciones sociales

Empresas Campesinas Asociativas (E.C.A.), Patrimonio Agrario Colectivo (P.A.C.), Grupos solidarios, Comités campesinos, Cooperativas, Asociación de pequeños productores entre otras. Estas son asociaciones de pequeños y medianos productores para fines de prestación de servicios en la producción, comercialización o suministro de alimentos de consumo. Una de sus ventajas es que pueden incorporarse como grupos precooperativistas; es un medio de inducción para aprender a trabajar en equipo.

3.1.2 Organizaciones productivas

Las organizaciones productivas regidas por el Código de Comercio son: Sociedad Colectiva, Sociedad en Comandita Simple, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad en Comandita por Acciones, Sociedad Anónima.

En la investigación que se efectuó se observó que existen organizaciones de carácter social, productivo, de apoyo que ayudan a mejorar el nivel de vida de la población, promueven crecimiento y desarrollo económico en el Municipio. Entre ellas están de tipo comunitario como Comités de Desarrollo, Organizaciones

Políticas; sociales, la Iglesia Católica; productivas, Asociación de Productores Agropecuarios del Suchitán – APAS –, Cooperativa de Productores de Calzado – COOPROCALZA –; de apoyo, Supervisión Técnica de Educación, Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente, Delegación de Tribunal Supremo Electoral, Juzgado de Paz, Proyecto de Desarrollo Rural Sostenible de Zonas de Fragilidad Ecológica en la Región del Trifinio, - PRODERT - y Comité Nacional de Alfabetización, - CONALFA; además la Cooperación Española, Alianza para el Desarrollo, Cooperación Alemana GTZ entre otras, que son entidades no gubernamentales.

3.2 ORGANIZACIÓN PROPUESTA

De acuerdo al análisis socioeconómico del Municipio se determinó que sólo existe una Cooperativa de Calzado que se denomina COOPROCALZA, la cual tiene 25 asociados, que representan el 8% de los productores. La Cooperativa se organizó el 9 de agosto de 1996, con el objetivo principal de la compra – venta de materia prima, fabricación de calzado y financiamiento de insumos a los asociados.

En la actualidad la Cooperativa se encuentra en búsqueda de fuentes de financiamiento, al inicio fue la aportación de los socios con Q 2,000.00 cada uno, la que sirvió para empezar a ofrecer crédito, además de los ingresos que obtienen por la prestación del servicio de la máquina Pasadora, que se utiliza para coser suelas, que ofrecen a miembros y no miembros.

Como dentro de la Cooperativa no es posible asociar más personas, se propone formar una Asociación de productores de calzado, para los artesanos que no pertenezcan a la cooperativa

3.2.1 Tipo de organización

La organización es de carácter social; es una asociación de productores de calzado, que da oportunidad de ingresar a más personas.

3.2.2 Justificación

Como la asociación es una organización de tipo social y al comprobarse que los productores están de acuerdo en integrarse para poder obtener financiamiento, asistencia técnica, insumos a bajo costo y mejor comercialización, se considera que la organización propuesta es la forma más adecuada, al considerar el carácter que posee y su fácil constitución.

3.2.3 Objetivos

Toda organización persigue un fin común, por lo que se plantean los siguientes objetivos:

3.2.3.1 General

Constituir una organización al servicio de los productores asociados, por medio de la cual sea posible darle solución a problemas de producción, comercialización, asesoría técnica, otros servicios y actividades que contribuyan al bienestar económico y social.

3.2.3.2 Específicos

- Aprovechar al máximo los recursos humanos, físicos y financieros puestos al servicio de la asociación, para asegurar su crecimiento y desarrollo.
- Ser el instrumento legal, a través del cual se tenga acceso a fuentes de financiamiento.
- Asistir a sus asociados en aquellas actividades que demanden estrecha colaboración, para obtener los beneficios de estar integrados.
- Aplicar procesos administrativos que permitan a los asociados realizar las metas que han planificado.
- Fomentar entre los socios todas aquellas actividades tendientes a desarrollar técnicas como medio de mejoramiento de la producción en calidad y cantidad, con el fin de minimizar costos y maximizar utilidades.

3.2.4 Funciones

Se debe establecer relaciones efectivas de comportamiento entre las personas que integren la asociación, para que puedan trabajar con eficiencia y obtener la satisfacción de realizar objetivos personales y de grupo, para lo cual se plantean las siguientes funciones.

- Ser la estructura administrativa que facilite el desarrollo efectivo, dinámico y ordenado de los propósitos de la misma.
- Agrupar a los productores de calzado bajo una forma de asociación legal.
- Ser el medio formal a través del cual se obtenga financiamiento.
- Adquirir personería jurídica, para tener reconocimiento legal.
- Planificar las actividades a realizar
- Controlar de manera eficiente, los recursos que posea.

3.2.5 Recursos

Para el funcionamiento de toda empresa se requiere de recursos humanos, físicos y financieros.

- Humanos

Este es el recurso de mayor importancia en el desarrollo de las actividades de la organización. La asociación iniciará sus actividades con un mínimo de 25 socios, con la posibilidad de incorporar más productores.

- Físicos

Debe poseer un local para sede, donde se ubicará una oficina administrativa, mobiliario, equipo y todo lo necesario para operar. Cada productor de calzado tendrá su propio taller, pero se centralizará el control en la central.

- Financieros

Los recursos necesarios se podrán obtener de fuentes internas y externas.

Fuentes internas

Son los recursos propios que la empresa emplea para llevar a cabo sus diferentes actividades productivas. En este caso se tiene la aportación de los socios, quienes para iniciar lo harán con Q 3,000.00 cada uno. Posterior a ello los gastos en que incurra cualquier actividad que realicen, serán cubiertos en forma equitativa por los propietarios de cada taller.

Fuentes externas

Se constituye como préstamo que proporcionan entidades o personas ajenas; en este caso se solicitará financiamiento al Banco de Desarrollo Rural, S.A. – BANRURAL –, quien brinda este servicio a asociaciones productivas.

3.3 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Para que funcione la asociación se diseña su estructura como una organización de tipo lineal, bastante sencilla, porque conserva la autoridad y responsabilidad en forma íntegra, transmitida a través de un solo jefe para cada función.

3.3.1 Diseño Organizacional

Se presenta el siguiente diseño organizacional

Gráfica 2
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estructura Organizacional
Asociación de Productores de Calzado – APROC –
Año 2002



Fuente: Investigación de campo, EPS., primer semestre 2002.

3.3.2 Sistema de Organización

Es la forma por medio de la cual se agrupan las funciones con autoridad y delegación de responsabilidad en cada integrante de la organización. La asociación de productores de calzado por ser una entidad de interés social y de propiedad colectiva, se organiza con la participación de todos sus integrantes, con igualdad de derechos y obligaciones, todas las actividades se planificarán, organizarán, dirigirán y controlarán por los asociados, quienes tienen funciones específicas, razón por la cual se hace necesario establecer el tipo de organización adecuada y presentar cuál es la línea de mando.

3.3.3 Funciones básicas de unidades administrativas

Dentro de la estructura organizacional se debe definir con claridad cada unidad e indicar cuáles son las obligaciones y responsabilidades, métodos a emplear para realizar trabajos, técnicas, sistemas, procedimientos y relaciones que deben existir para satisfacer los requerimientos organizacionales en lo referente a productividad, eficiencia y calidad del producto.

- Asamblea General

Constituida por todos los miembros de la asociación, en ella se aloja la máxima autoridad y la toma de decisiones, siempre que se encuentren dentro del marco jurídico legal que ampara al comité. Todos tienen la oportunidad de elegir y ser electos.

- Junta Directiva

Es electa por la Asamblea General y su actividad es de carácter administrativo. Su función principal es cumplir y hacer que se cumplan los estatutos, reglamentos y resoluciones de la Asamblea General. Se integra con los siguientes cargos: Presidente, Secretario, Tesorero y Vocal. Tiene entre sus atribuciones promover actividades que contribuyan a mejorar los procesos de trabajo, supervisar la administración y preparar informes para la Asamblea

General, además colaborar con las áreas de administración, producción, comercialización y finanzas.

- **Administración**

Se encargará de administrar la asociación y velar porque se lleve a cabo la planificación, organización, dirección, integración, control, toma de decisiones, logro de objetivos y manejo de aspectos legales, así como un programa completo de capacitación y búsqueda de asistencia técnica.

- **Producción**

Será responsable del proceso de producción, verificará los estándares de calidad en todas sus fases, como control de materias primas, procedimientos, cantidades entre otros.

- **Comercialización**

Tiene la función de vender el producto a mejor precio, ampliar el segmento de mercado, analizar canales de distribución, realizar informes estadísticos e información actualizada de clientes.

- **Finanzas**

Será el responsable de los registros contables de acuerdo con los requisitos legales, así como presentar información a la Junta Directiva del movimiento financiero de la asociación y entregar los informes periódicos que exige la ley.

3.4 REQUERIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN

La organización para su buen funcionamiento necesita satisfacer los siguientes requerimientos:

3.4.1 Localización

La sede se localizará en la Cabecera Municipal, en donde se rentará una casa o local para instalar la oficina administrativa y bodega.

3.4.2 Operación

La organización operará con una oficina administrativa y cada uno de los socios realizará la producción en el propio taller.

3.4.3 Distribución en planta

No habrá instalación en planta en virtud que cada socio ya posee instalación propia.

3.4.4 Relaciones operacionales y contractuales

Al momento de integrar la asociación, todos se constituyen en responsables de su funcionamiento, responden por igual ante las obligaciones adquiridas. Al obtener financiamiento se dividirá en partes iguales a todos los socios, salvo en aquellas ocasiones en que sea necesario asignar más recursos a otro socio.

3.4.5 Carga administrativa

Son todos aquellos costos en que incurrirá la administración para su funcionamiento, como alquiler de local, adquisición de papelería, útiles de oficina y otros.

3.5 PROYECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Al iniciar operaciones la asociación se proyectará a la comunidad en forma social, económica y cultural.

3.5.1 Social

Se refiere al mejoramiento de las condiciones de vida de las familias de los asociados y por ende al bienestar de la comunidad.

El intercambio de ideas, experiencias y conocimientos entre los socios, ayudará a mejorar la utilización de técnicas de producción de calzado.

3.5.2 Económica

El fin primordial es mejorar el nivel de ingresos de los socios y esto se logrará a través de utilizar técnicas adecuadas, formulación de estrategias e implementación de canales de distribución apropiados.

3.5.3 Cultural

Se pretende mejorar el nivel educativo de los socios, a través de capacitaciones y asistencia técnica que obtengan de instituciones como el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad – INTECAP –.

3.6 SOPORTE DE LA ORGANIZACIÓN

En toda organización se requiere de soporte legal, mercadológico, técnico, financiero y administrativo

3.6.1 Legal

El comité de productores de calzado se fundamentará en las siguientes leyes; Decreto 12 – 2002, Código Municipal, artículos 18, 19 y 175; Decreto Ley 106, Código Civil, artículos 15, 438 y 439; Constitución Política de la República de Guatemala, artículos 34, 43 y 67, en forma respectiva.

La asociación se constituirá mediante escritura pública cuyo testimonio se presentará al Registrador Civil, para los efectos del otorgamiento de la personalidad jurídica e inscripción en el libro correspondiente del registro civil, en un tiempo no mayor de 30 días calendario. Los requisitos que debe cumplir la escritura pública, sin perjuicio de lo que establece el artículo veintinueve (29) del Código de Notariado, serán: nombre, sede y la duración de la asociación, establecer en forma clara sus fines, objetivos, el ámbito de su acción, forma de su organización, la identificación fehaciente de las personas que la integran, y designación de quien ejercerá su representación legal.

3.6.2 Mercadológico

En la actualidad existe un mercado definido, con ventas en la ciudad capital y departamentos como Retalhuleu, Quetzaltenango, Izabal, Chiquimula y Petén, pero existe la posibilidad de ampliar a otros mercados departamentales municipales y hasta llegar a colocar el producto a nivel internacional.

La función fundamental es que el fabricante se apoye para alcanzar ventas que permitan una justa utilidad y dejen satisfacción en el cliente y un beneficio social. Cada propietario de taller, mantendrá sus líneas de calzado, pero juntos pueden surtir o responder en forma conjunta a grandes demandas del mercado.

3.6.3 Técnico

Lo constituye la asesoría que se garantiza a través de la empresa que ya posee experiencia en la producción, como el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad – INTECAP –. Con la capacitación que reciban, podrán con facilidad tomar decisiones con relación a:

- Capacidad de producción
- Fijación de precios (con base en costos de producción y competencia)
- Si es necesario modificar los canales de distribución
- Posibilidad de tener un grupo de promotores
- Penetración de nuevas zonas o áreas de venta
- Acceso a mercado internacional, entre otros.

3.6.4 Financiero

La asociación tendrá la aportación garantizada por parte de los miembros, que consiste en Q 3,000.00 al inicio y su patrimonio, representado por las instalaciones actuales con sus activos fijos, así como la probabilidad de obtener crédito por medio del Banco de Desarrollo Rural – BANRURAL –.

3.6.5 Administrativo

La administración de la organización se concentrará en los miembros con el apoyo de un Jefe Administrativo, por lo que será interés de los socios dar seguimiento a todas las actividades productivas del mismo, es importante hacer notar que cada asociado va a dirigir las actividades en su beneficio, por tal razón deberá hacer buen uso de todos los recursos disponibles para lograr las metas propuestas y obtener utilidades en un plazo no mayor de un año.

CAPITULO IV

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE CHILE PIMIENTO

Se presenta la producción de chile pimiento, a realizarse en la aldea Suchitán, municipios de Santa Catarina Mita, departamento de Jutiapa, con una duración de tres años.

Para comprobar la viabilidad del proyecto se evalúan diferentes aspectos, los que se detallan a continuación.

4.1 IDENTIFICACIÓN

El chile pimiento pertenece a la familia de las solanáceas, su nombre científico es CAPSICUM, ANNUM L. Es una planta de producción anual, herbácea, de tallo anguloso, surcado sencillo, puede alcanzar alturas de 30 a 70 centímetros, tiene flores hermafroditas solitarias, de color blanco amarillento fructificada en baya semicartilaginosa, no jugosa, de formas y dimensiones distintas, con dos ó tres celdas no complementarias aisladas, las paredes de separación no llegan al vértice del fruto.

El chile pimiento posee propiedades nutricionales muy importantes, se destaca su alto contenido en vitaminas A y C, según se muestra:

Composición	Pimiento Dulce	Pimiento Picante
Materia seca (%)	8.00	34.60
Energía (kcal)	26.00	116.00
Proteína (gr)	1.30	6.30
Fibra (gr)	1.40	15.00
Calcio (mg)	12.00	86.00
Hierro (mg)	0.90	3.60
Carotenos (mg)	1.80	6.60
Tiamina (mg)	0.07	0.37
Riboflavina (mg)	0.08	0.51
Niacina (mg)	0.80	2.50
Vitamina C (mg)	103.80	96.00
Valor Nutritivo Medio (ANV)	6.61	27.92
ANV por 100 gr, de materia seca	82.60	80.70

4.2 OBJETIVOS

Para la ejecución del proyecto es necesario definir ciertos objetivos generales y específicos que son:

4.2.1 Generales

- Contribuir al desarrollo económico y social del Municipio, con el uso adecuado de los recursos existentes.
- Proporcionar solución a problemas de orden económico, a través de la generación de mayores ingresos.

4.2.2 Específicos

- Promover el cultivo del chile pimiento para atender la demanda nacional e internacional.
- Beneficiar a las familias de la aldea Suchitán que cultivarán el producto para mejorar sus condiciones de vida económica y social.
- Determinar las fuentes y condiciones de financiamiento posibles, que les permita obtener recursos financieros necesarios para invertir en el proyecto.
- Establecer los costos de producción en forma adecuada, para determinar la rentabilidad del proyecto.

4.3 JUSTIFICACIÓN

La agricultura constituye la actividad productiva principal, que brinda sustento alimenticio a muchas familias de escasos recursos. Esta actividad agrícola incluye el cultivo de hortalizas, entre las cuales está el chile pimiento, que se utiliza en el área doméstica e industrial; tiene gran cantidad de consumidores actuales y potenciales.

La investigación de campo permitió determinar que la aldea Suchitán, posee las características adecuadas para implementar este cultivo, porque reúne condiciones agronómicas, hídricas y climáticas, que favorecen el buen desarrollo

del mismo, además tiene vías de comunicación adecuadas, que facilitan el acceso a la Aldea.

Además se justifica porque:

- Habrá diversificación de la producción en escala y rotación de cultivos, lo que favorecerá al recurso suelo en la recuperación de sus nutrientes y reactivará este cultivo en la región.
- La ejecución de la propuesta contribuirá a mejorar la economía rural, en especial en el área de influencia del mismo, porque los pequeños y medianos agricultores se verán beneficiados con mayores ingresos.

El cultivo de hortalizas representa una opción de inversión que puede permitir al agricultor obtener utilidades, pero debe existir un sistema adecuado de organización y administrar los recursos disponibles en forma eficiente.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

Su finalidad es determinar y medir la demanda satisfecha e insatisfecha, para establecer el mercado potencial de consumidores que la producción pretende satisfacer.

4.4.1 Producto

El género *Capsicum* incluye un promedio de 25 especies, tiene su origen en las regiones tropicales y subtropicales de América. El pimiento se difundió en forma rápida a nivel mundial, luego de su llegada a España. Al retorno del primer viaje de Colón, en el año 1493, se conocieron las plantas de *Capsicum* americanas, en la península ibérica. La nueva especie se aclimató con rapidez y pronto se difundió por toda Europa y el Oriente. Durante los siguientes 200 años, el pimiento revolucionó la gastronomía de una parte muy considerable del mundo.

El chile pimiento se utiliza en forma natural, maduro o verde, en la preparación de diferentes platillos, como un elemento accesorio o principal. Además en la industria se usa como pigmento en carnes frías, salchichas, aderezos, en la manufactura de cosméticos y/o como alimento a las aves para darle color a la yema de los huevos.

4.4.1.1 Usos del producto

El chile pimiento se puede utilizar en forma natural, maduro o verde como condimento de cocina, es disecado para la preparación de platos típicos guatemaltecos como tamales y chuchitos. Es consumido en la preparación de diferentes platillos, como un elemento accesorio o principal, de fácil aceptación en la dieta familiar. Además en la industria se utiliza como pigmento en carnes frías, salchichas, aderezos, en la manufactura de cosméticos, como alimento a las aves para darle color a la yema de los huevos.

4.4.1.2 Variedades del producto

Las variedades más importantes son:

- California Wonder

Plantas vigorosas, frutos erectos, color verde oscuro, sin punta, carne gruesa, excelente para transportarse a grandes distancias. Al madurar es de sabor dulce. Se cosecha de 80 a 90 días después del trasplante y el fruto puede llegar a medir hasta 20 centímetros de largo por 10 centímetros de diámetro.

- Yolo Wonder

Plantas vigorosas, con la característica de que el fruto se desprende con facilidad al tiempo de corte, mide hasta 15 centímetros de largo por 9.5 centímetros de diámetro. Se cosecha de 40 a 45 días después del trasplante.

- Early Wonder

Plantas vigorosas, con frutos de carne gruesa para todo uso. Se cosecha de 65 a 70 días después del trasplante.

- Criollo

Variedad de pimiento dulce, planta de 60 a 70 centímetros de altura, produce frutos de carne gruesa, erectos, color verde, rojo o amarillo, de forma y dimensiones distintas, útiles para todo uso. Puede sembrarse a distancias de 70 centímetros. Se cosecha de 80 a 90 días después del trasplante.

La variedad de chile pimiento que se sugiere para el proyecto es el California Wonder, por las características que presenta, además puede transportarse a grandes distancias sin riesgo de pérdida.

4.4.2 Demanda

Este producto tiene gran demanda en el mercado nacional, para consumo en empresas que se dedican a la venta de comida, supermercados, mercados, amas de casa y otros que procesan productos alimenticios.

- Demanda Potencial

Es la cantidad de chile pimiento que la población podría demandar, sin tomar en cuenta la capacidad real de adquisición y si estuviese dispuesta a comprar el producto, por lo que ésta se calcula de acuerdo al crecimiento de la población que lo consume.

Para analizar la demanda potencial se tomó como base el consumo per cápita para una dieta mínima, que según el Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá – INCAP –, es de 1.1 libras anuales y la población se estratificó de los cinco años de edad en adelante, por considerar que de cero a cuatro años, no consumen este producto.

Cuadro 30
República de Guatemala
Demanda Nacional Potencial Total de Chile Pimiento
Período 1997 - 2001
(En miles quintales)

AÑO	POBLACION 5 años en adelante (En miles)	Consumo Per Cápita (En lbs.)	Demanda Potencial (En quintales)
1997	8,767,982	1.1	96,448
1998	9,019,210	1.1	99,211
1999	9,276,464	1.1	102,041
2000	9,539,892	1.1	104,939
2001	9,788,151	1.1	107,670

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Instituto Nacional de Estadística – INE -. Población total por años calendario, período 1995 -2050.

Según la información anterior la demanda potencial histórica, creció un 10.42% en el período citado en función al crecimiento de la población.

En el cuadro siguiente se presenta la demanda nacional total proyectada de Chile Pimiento la que se calculó por medio del método de mínimos cuadrados.

Cuadro 31
República de Guatemala
Demanda Nacional Total Proyectada de Chile Pimiento
Período 2002 – 2006
(En quintales)

AÑO	POBLACION 5 años en adelante (En miles)	Consumo Per Cápita (En lbs.)	Demanda Potencial (En quintales)
2002	10,046,646	1.1	110,513
2003	10,302,748	1.1	113,330
2004	10,558,850	1.1	116,147
2005	10,814,952	1.1	118,964
2006	11,071,054	1.1	121,782

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Instituto Nacional de Estadística – INE -. Población total por años calendario, período 1995 -2050.

La demanda potencial proyectada muestra un incremento debido al crecimiento de la población: puede observarse que en el año 2002, la demanda será de 110,513 quintales y se espera un comportamiento ascendente, al año 2006 de

121,782 quintales. Lo anterior indica que con la demanda potencial que tiene el proyecto, asegura un mercado a cubrir.

- Demanda Insatisfecha

Es el resultado de la diferencia de la demanda potencial que se da por la cantidad del producto que requiere la población y el consumo aparente del mismo.

La demanda insatisfecha establece la viabilidad y posible ejecución de la propuesta, al determinar que gran parte de la población no es satisfecha con este producto, según el cuadro siguiente:

Cuadro 32
República de Guatemala
Demanda Insatisfecha Total de Chile Pimiento
Período 1997 – 2001
(En miles de quintales)

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	CONSUMO APARENTE	DEMANDA INSATISFECHA
1997	96,448	68,563	27,885
1998	99,211	69,517	29,694
1999	102,041	69,175	32,866
2000	104,939	68,834	36,105
2001	107,670	68,490	39,180

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de cuadros 18 y 22.

El cuadro anterior muestra que la demanda insatisfecha histórica se incrementó en 11,295 quintales de chile pimiento entre el año 1997 al 2001, lo que representa el 28.83% de 39,180 quintales del último año.

El cuadro siguiente da a conocer la demanda insatisfecha proyectada de chile pimiento.

Cuadro 33
República de Guatemala
Demanda Insatisfecha Proyectada de Chile Pimiento
Período 2002 – 2006
(En miles quintales)

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	CONSUMO APARENTE	DEMANDA INSATISFECHA
2002	110,513	68,668	41,845
2003	113,330	68,586	44,744
2004	116,147	68,501	47,646
2005	118,964	68,419	50,545
2006	121,782	68,335	53,447

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de cuadros 17 y 18.

El cuadro anterior refleja que el consumo aparente para todos los años es inferior a la demanda potencial de la población, por lo que se tiene una demanda insatisfecha que no cubre la oferta. La tendencia de la demanda insatisfecha para el período que se proyecta es creciente, lo que se considera oportuno para desarrollar este producto. Para el año 2006, el 44% que consume chile pimiento, quedará insatisfecho en comparación con la población total de ese mismo año, esto determina la existencia de un mercado seguro y hace viable la propuesta.

4.4.3 Oferta

La producción nacional de chile pimiento, se destina por lo general para el consumo nacional. La oferta de la propuesta la conforma la producción, la que se cultivará en un área de 10 manzanas de tierra.

- **Oferta Nacional**

Guatemala es un país agrícola, por lo que su economía se determina en gran parte por este sector. La producción nacional se destina en su mayoría para el consumo local y una pequeña parte es para la exportación.

La oferta nacional de chile pimiento, se consideró con base a datos del Banco de Guatemala. a información de producción e importación se registraron anualmente, como se muestra en el cuadro siguiente, en el período 1997 – 2001.

Cuadro 34
República de Guatemala
Oferta Nacional de Chile Pimiento
Período 1997 – 2001
(En miles de quintales)

AÑO	PRODUCCION	IMPORTACION	TOTAL
1997	78,058	166	78,224
1998	79,708	693	80,401
1999	82,019	802	82,821
2000	84,330	912	85,242
2001	86,640	1,021	87,661

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del documento Información de Mercados Agropecuarios. Unidad Sectorial de Planificación Agropecuaria y de Alimentación USPADA (1984 – 1989).

El cuadro anterior determina, que la producción promedio anual durante el período de 1997 a 2001 fue de 82,870 quintales. La oferta nacional se conforma por las importaciones de países como España, Estados Unidos y México. Guatemala no importa volúmenes considerables de chile pimiento, por ser un país que posee recursos naturales adecuados.

El siguiente cuadro muestra la oferta nacional proyectada de chile pimiento, para los años 2002 al 2006, así como la proyección de las importaciones del producto, cálculo que se basó en el método de mínimos cuadrados.

Cuadro 35
República de Guatemala
Oferta Nacional Proyectada de Chile Pimiento
Período 2002 - 2006
(En miles de quintales)

AÑO	PRODUCCION	IMPORTACION	TOTAL
2002	88,687	1,298	89,985
2003	90,865	1,490	92,355
2004	93,044	1,683	94,727
2005	95,223	1,876	97,099
2006	97,401	2,069	99,470

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del documento Información de Mercados Agropecuarios. Unidad Sectorial de Planificación Agropecuaria y de Alimentación USPADA (1984 – 1989).

El cuadro anterior muestra que la oferta de chile pimienta se constituye básicamente en la producción nacional, la cual se origina en diferentes departamentos de la república de Guatemala. Con las proyecciones que se efectuaron se aprecia que el comportamiento para el año 2002, será de 89,985 quintales y para el 2006 ascenderán a 99,470 con lo cual se espera un aumento de 9,485 quintales; las importaciones para el 2002 serán de 1,298 quintales, las que se incrementarán para el año 2006 en 771 quintales en forma respectiva.

4.4.4 Consumo aparente

Es una estimación mediante indicadores indirectos de la demanda o consumo real de determinados bienes y servicios. Este indicador se obtiene de la suma de la producción nacional más las importaciones y se resta las exportaciones, según se muestra en el cuadro siguiente:

Cuadro 36
República de Guatemala
Consumo Aparente Nacional Total Histórico de Chile Pimiento
Período 1997 – 2001
(En miles quintales)

AÑO	PRODUCCION	IMPORTACION (+)	EXPORTACION)	(- CONSUMO APARENTE
1997	78,058	166	9,661	68,563
1998	79,708	693	10,884	69,517
1999	82,019	802	13,646	69,175
2000	84,330	912	16,408	68,834
2001	86,640	1,021	19,171	68,490

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El consumo aparente nacional histórico muestra un crecimiento del 1.26% entre los años 1997 y 1998, pero de 1998 al año 2001 sufrió un decremento del 5%.

El cuadro siguiente muestra el consumo aparente proyectado de chile pimienta.

Cuadro 37
República de Guatemala
Consumo Aparente Nacional Proyectado de Chile Pimiento
Período 2002– 2006
(En miles quintales)

AÑO	PRODUCCION	IMPORTACION (+)	EXPORTACION (-)	CONSUMO APARENTE
2002	88,687	1,298	21,317	68,668
2003	90,865	1,490	23,772	68,583
2004	93,044	1,683	26,226	68,501
2005	95,223	1,876	28,680	68,419
2006	97,401	2,069	31,135	68,335

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del cuadro anterior

El cuadro anterior permite determinar que el proyecto es viable, porque las exportaciones para el año 2002, representan el 24% de la producción nacional y cada año se incrementa ese porcentaje.

4.4.5 Precio

El precio es quizá el elemento de la estrategia comercial más importante en la determinación de la rentabilidad de la propuesta, porque será quien defina en último término el nivel de los ingresos. Los precios del producto varían en función de la época del año y son sensibles a fenómenos naturales, así como al precio existente en el mercado externo. Se estableció un precio entre Q 35.00 a Q 50.00 por caja, entre 95 a 125 chiles cada una, en el lugar de producción. Éste se ajusta a los precios medios existentes en el mercado nacional.

4.4.6 Comercialización propuesta

La comercialización de productos agrícolas es un proceso que inicia desde el momento en que el agricultor toma la decisión de producir para la venta.

Engloba actividades físicas y económicas bajo un marco legal e institucional, en el proceso de trasladar los bienes y servicios desde la producción hasta el consumidor final.

- Proceso de comercialización

En el municipio de Santa Catarina Mita, se pudo constatar que no existe una organización que se encargue de comercializar el producto. La producción de

chile pimienta es escasa, debido a falta de asesoramiento, recursos económicos y asistencia técnica, para lograr mejoras en el proceso de producción.

Con base en el proyecto de inversión, la comercialización y producción sugerida de chile pimienta, se efectuará a través de la Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán – ADECAETAS –, quienes se encargarán de producir, clasificar y entregar el producto al intermediario y éste a su vez lo hará llegar al consumidor final, para lo cual debe realizar las siguientes actividades:

La comercialización de productos agrícolas es un proceso que inicia desde el momento en que el agricultor toma la decisión de producir para la venta. Engloba actividades físicas y económicas bajo un marco legal e institucional, en el proceso de trasladar los bienes y servicios desde la producción hasta el consumidor final. En la aldea Suchitán, municipio de Santa Catarina Mita, la comercialización de chile pimienta se propone de la siguiente manera: los productores venderán en forma directa al intermediario, que puede ser un acopiador camionero; éste a su vez traslada el producto a diferentes mercados, tanto de algunos departamentos como a La Terminal de la zona cuatro de la ciudad capital y dejarán una parte para cubrir la demanda local.

El proceso de comercialización se dará en sus tres etapas: concentración, equilibrio y dispersión.

– Etapa de concentración

El proceso de concentración de chile pimienta en la aldea Suchitán, se inicia con la cosecha y recolección del producto en el lugar de siembra, que para su comercialización se colocará en cajas de madera, que el intermediario proporcionará. Tendrán capacidad de un aproximado de 40 libras cada una, a manera que no se deteriore el producto. Por el carácter perecedero del mismo, se despachará de inmediato en planta de producción.

- Etapa de equilibrio

La cosecha de chile pimiento se realizará tres veces al año, durante los meses de octubre, febrero y junio. El equilibrio está determinado por la oferta y demanda del mercado local y departamental, por lo que se debe planear cada cosecha, para lograr el margen de ganancia deseado. ADECAETAS deberá llevar un archivo que contenga integraciones de ventas y/o producción, así como cuadros comparativos de fluctuación de precios, de aspectos que suceden en el mercado y notificar a los asociados.

- Etapa de dispersión

La distribución de chile pimiento la realizará ADECAETAS, de tal forma que la misma organice y planifique la producción y dispersión del producto, quienes tendrán un contacto previo con los intermediarios para la venta y éstos a su vez lo harán llegar al consumidor final. Este proceso se llevará a cabo en la aldea Suchitán, porque los productores venden el producto en planta.

- Instituciones de la comercialización

Procura dar a conocer los participantes en las actividades de la comercialización, que por su carácter de permanente le permite una categoría de institución. Forman los canales de comercialización, los cuales deben pasar los bienes en el proceso de transferencia entre productor y consumidor final. Para la presente propuesta se establecen los siguientes:

- Productor

Será el primer participante del proceso, quien forma parte de la Asociación, y tomará las decisiones sobre la producción. En el presente proyecto participarán 20 asociados de la zona.

- Mayorista

Será el encargado de dar fluidez a través de los contactos que establezca con los distintos canales de comercialización. Recibirá el 100% de la producción.

Este canal estará formado por las instituciones y revendedores particulares, quienes distribuirán el producto en el mercado La Terminal, mercados municipales, cantonales y otros.

– Minorista

La participación de éste es muy importante en el mercado de chile pimiento, pues es quien se relacionará en forma directa con los consumidores finales, mediante organizaciones como vendedores en los mercados cantonales, municipales, supermercados entre otros.

– Consumidor final

Es el último participante en el proceso, es el que usa o consume el producto, con el propósito de gozar de las satisfacciones incorporadas en él. Esta formado por amas de casa, restaurantes y toda persona que desee degustar la calidad del chile pimiento que se producirá en la aldea Suchitán, municipio de Santa Catarina Mita, Jutiapa.

- Funciones de la comercialización

Se clasificarán las actividades que determinan el papel que jugará la comercialización, en la creación de utilidades de lugar, tiempo, forma y posesión, en las etapas de transferencia de la producción de chile pimiento, desde que la Asociación ADECAETAS lo produce, hasta que llega al consumidor final.

Funciones de Intercambio

El objetivo es obtener una diferencia de precio entre la compra – venta del producto, la que deberá ser suficientemente amplia para cubrir los gastos de operación. La venta se realizará por medio del método de inspección en el lugar de la transacción. La actividad se desarrollará por medio de la Asociación productora, quien determinará el precio al cual venderá con base en los costos y márgenes de comercialización establecidos.

- Compra – venta

La venta se realizará por medio del método de inspección en el lugar de la transacción. La actividad se desarrollará por medio de la Asociación productora ADECAETAS, quien tendrá el contacto directo con los mayoristas.

- Determinación del precio

La Asociación será quien determinará el precio al cual venderá la caja con base en los costos y márgenes de comercialización establecidos, así como en los precios del mercado.

Funciones Físicas

Estas actividades se refieren a la transferencia física de los productos a través del acopio, almacenamiento, clasificación, empaque y transporte.

- Acopio

El acopio lo realizará el intermediario camionero, por medio de cajas de madera, quien se encargará de llevarlo a los demás canales de comercialización propuestos.

- Almacenamiento

El producto no se almacenará, pues será entregado al intermediario mayorista de inmediato después de la cosecha.

- Transformación

El proyecto del cultivo de chile pimiento, ofrecerá la venta del producto en fresco, es decir que no habrá transformación del mismo; por lo que no se incurrirá en costos de industrialización.

- Clasificación

Estará a cargo de los miembros de la Asociación, quienes lo clasificarán y supervisarán de acuerdo a calidad y tamaño, con la finalidad de evitar rechazo, así como establecer diferencia de precios y facilidad de acopio y transporte. Esta

actividad comprende en excluir los frutos afectados por plagas o alteraciones que sean impropias para el consumo.

- Empaque

Para el producto se utilizarán cajas de madera con capacidad para 40 libras que proporcionará el mayorista.

- Transporte

El producto se trasladará por medio del recurso humano, al acopiador camionero, quien será el propietario del transporte, para lo cual se utilizarán las cajas de madera.

Funciones Auxiliares

Están encaminadas a apoyar el desarrollo de las funciones físicas y de intercambio; se dan en todo el proceso de comercialización y consisten en información de precios, financiamiento y aceptación de riesgos.

- Información de precios y de mercados

La Asociación será la encargada de solicitar al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, información relativa a la situación de la oferta, demanda, fluctuación de precios, lo que permitirá tener información actual y estrategias para producir y vender. Una adecuada información de precios constituye uno de los factores que brindan transparencia al mercado, permiten a los oferentes y demandantes accionar en el momento conveniente y con las mejores posibilidades de negociación.

- Financiamiento

Será integrado por el aporte que cada asociado haga y el préstamo que se gestione en el Banco de Desarrollo Rural, para completar el monto de la inversión.

- Aceptación de riesgos

En determinado momento se puede ver afectado en el mercado por la competencia, en el cual la oferta y la demanda se igualan; así también en ocasiones se darán condiciones climáticas que afecten el producto, lo que ocasionará la reducción del precio y perjudicará a los miembros de la Asociación, al no obtener la ganancia deseada.

- Promoción de mercados

Es importante mencionar que debe considerarse la demanda del producto, ya que no puede existir un plan de producción sin una estrategia de mercado. Los miembros de la Asociación y el intermediario, serán los responsables de la búsqueda de oportunidades de mercado para la producción de Chile Pimiento.

• Estructura de la comercialización

En la mayoría de los países existe una tipología común de los mercados tales como: mercados de productores, de mayoristas, de materias primas, de detallistas y de bolsas agropecuarias.

- Estructura

Esta se desarrollará por un grupo de agricultores organizados en forma de Asociación y que junto a los mayoristas y detallistas comprenden los compradores y vendedores reales y potenciales.

La producción se venderá a los mayoristas, para abastecer la demanda en los diferentes lugares del país.

- Eficiencia

Se pretende una producción anual de tres cosechas de Chile Pimiento indispensable para la venta, así también obtener mayor ganancia por la generación de un producto a menor costo, mayor productividad y primera calidad, con la utilización del mismo nivel de costos, con lo cual se agrega eficiencia al sistema y satisfacción a los consumidores.

- Conducta

Con la Asociación se podrá llevar a cabo una serie de acciones que permita producir cantidades apropiadas para la venta, obtener precios favorables, planificar la fecha de siembra y los requerimientos de materia prima e insumos, asesoría técnica y financiera para obtener productos de buena calidad. Con base a la competencia el chile pimiento se puede clasificar como un mercado de competencia pura, porque existen muchos compradores y vendedores (detallistas), que realizan transacciones comerciales con productos semejantes.

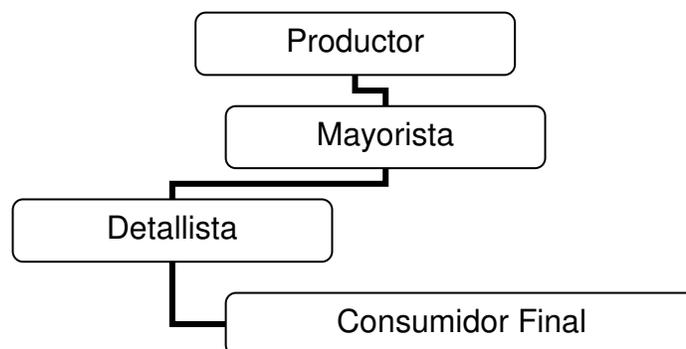
- Operaciones de comercialización

A continuación se presentan las operaciones de este proceso.

- Canales de comercialización propuestos

Se propone una estructura encabezada por un grupo de productores asociados a través de una Asociación Campesina, quienes podrán producir y comercializar en forma directa al mayorista.

Gráfica 3
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Canales de Comercialización
Año 2002



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El canal de comercialización propuesto, se mantiene actual, en virtud que favorece la reducción de costos de venta del producto, porque permite la negociación directa con el intermediario mayorista con el 100% de la producción.

- **Costos y Márgenes de comercialización**

Dan a conocer los gastos en que se incurre y la ganancia de cada participante.

El cuadro siguiente presenta los márgenes de comercialización y los costos por la intermediación para hacer llegar el producto a los consumidores.

Cuadro 38
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto Producción de Chile Pimiento
Márgenes de Comercialización
Por caja
(Cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Precio de venta por caja	Costo de mercadeo	Margen Bruto	Margen Neto	Rendimiento sobre Inversión	% de participación
Productor	40.00					40%
Mayorista	80.00	4.50	40.00	35.50	100%	40%
Acarreo		0.25				
Arbitrio municipal		1.00				
Carga y descarga		0.25				
Transporte		3.00				
Detallista	100.00	4.60	20.00	15.40	25%	20%
Acarreo		0.25				
Carga y descarga		0.25				
Piso de plaza		1.00				
Empaque		0.10				
Transporte		3.00				
Totales		9.10	60.00	50.90		100%

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El margen bruto que obtendrán los intermediarios es de Q 60.00, que equivale al 60% del precio que paga el consumidor final y la participación del productor es del 40%, el margen neto es de Q 50.90 sobre el precio de venta asociado.

La Asociación ejercerá control sobre los precios para garantizar la competitividad de los mismos en el mercado. Los costos y márgenes de comercialización anteriores muestran que por cada quetzal que gaste el consumidor final, Q 0.40 le corresponden al productor, Q 0.40 al mayorista y Q 0.20 al detallista.

Con los márgenes propuestos, los productores de la aldea Suchitán, tendrán mayores beneficios al estar organizados en Asociación, porque la venta de chile pimiento garantiza utilidad, además de recuperar los costos y la inversión inicial.

4.5 ESTUDIO TÉCNICO

Es este se muestra la viabilidad del proyecto y justifica la opción que mejor se ajusta a los criterios y posibilidades de agricultor; abarca los puntos siguientes:

4.5.1 Localización

Se refiere al lugar donde se llevará a cabo el proyecto, el cual cumple con las expectativas adecuadas para realizar esta producción. La inversión se sustenta al considerar los siguientes aspectos: suelos aptos, disponibilidad de tierras, clima, adquisición de insumos, vías de acceso y recurso humano.

El proyecto de chile pimiento se localizará en el municipio de Santa Catarina Mita, departamento de Jutiapa, el cual dista a 158 kilómetros de la capital de Guatemala, que se comunica por la carretera Interamericana.

4.5.2 Tamaño

El área a cultivar será de 10 manzanas de extensión, tres cosechas al año, con una duración de tres años. El rendimiento es de 54,000 cajas por año, que equivale a 18,900 quintales (una caja contiene 95 chiles pimientos de primera, que miden 15 cm cada uno, y una caja de segunda contiene 125 chiles pimientos de menor tamaño). En la vida útil del proyecto, se obtendrá una producción de 56,700 quintales de chile pimiento.

En el cuadro siguiente se presenta la oferta del proyecto y la demanda insatisfecha, así como el porcentaje de participación.

Cuadro 39
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Oferta del Proyecto y Demanda Insatisfecha
Período 2002 – 2006
(en miles de quintales)

Años	Oferta del proyecto	Demanda Insatisfecha	% de participación
2002	18,900	41,845	45%
2003	18,900	44,744	42%
2004	18,900	47,646	40%
2005	18,900	50,545	37%
2006	18,900	53,447	35%

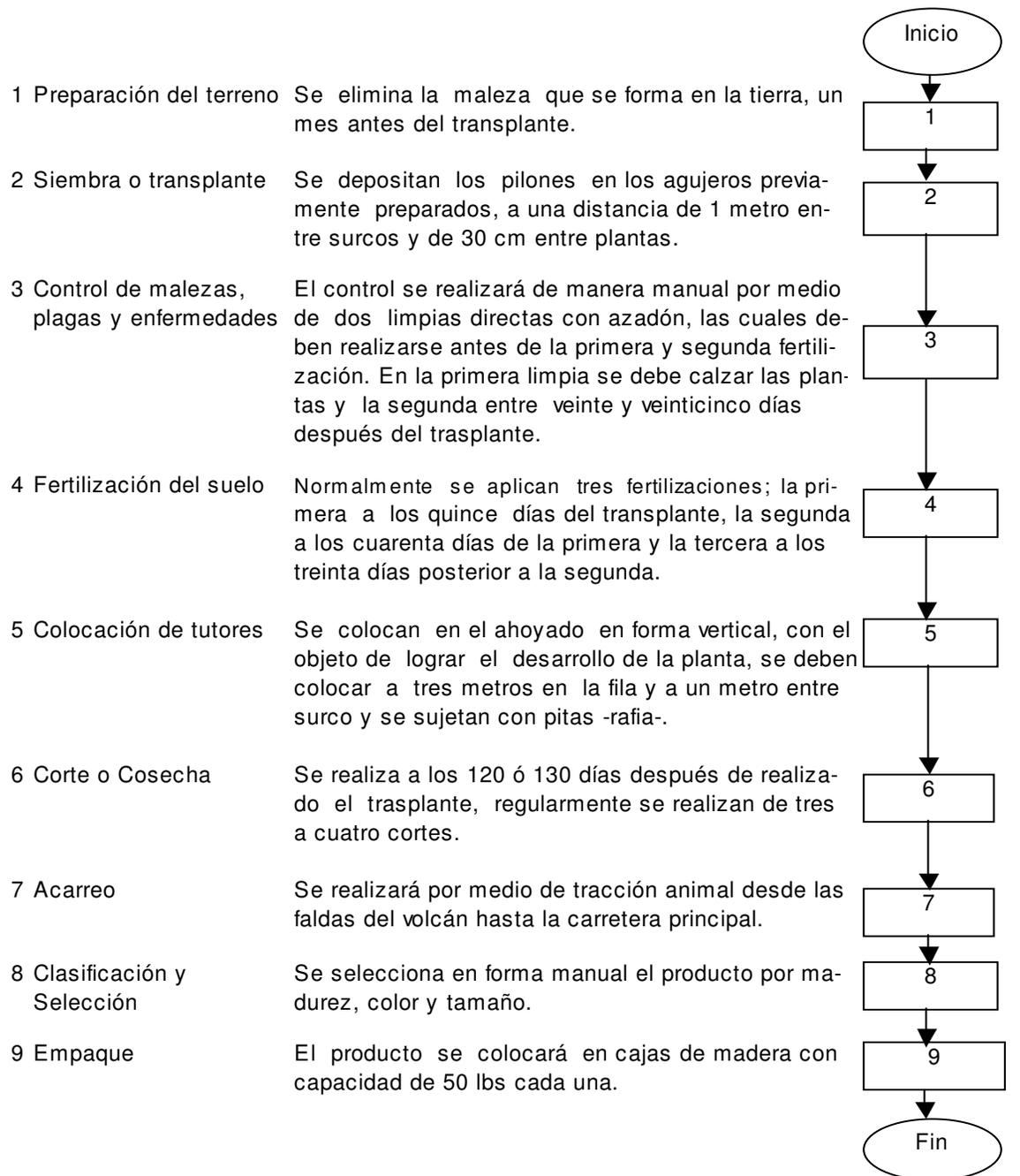
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El cuadro anterior muestra que el proyecto tendrá la capacidad de satisfacer la demanda insatisfecha, con una cobertura entre el 35 y 45% correspondiente del año 2002 al 2006.

4.5.3 Proceso

Describir el proceso de producción es enumerar y detallar cada uno de los pasos a realizar, por lo que a continuación se muestran las etapas del mismo:

Gráfica 4
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Proyecto: producción de chile pimiento
Flujograma del Proceso Productivo del Cultivo de Chile Pimiento
Año 2002



Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

4.5.4 Recursos

Se consideran los humanos, físicos y financieros, necesarios para el adecuado funcionamiento de la institución.

- Humanos

La Asociación tiene 20 miembros activos. Para ejecutar el proyecto se requiere la participación de 15 agricultores.

- Materiales

Poseerá recursos físicos y equipo de oficina, los que se utilizarán para optimizar las diferentes actividades a realizar.

- Financieros

Se obtendrán mediante aportaciones de los miembros asociados, tanto al inicio como con cuotas mensuales asignadas y préstamo que se hará en el Banco de Desarrollo rural – BANRURAL –.

4.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO - LEGAL

Trata de establecer la estructura organizacional de la empresa que dirigirá el proyecto y diseña aquella que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Esto es fundamental para definir las necesidades de personal calificado y los costos de la mano de obra ejecutiva.

4.6.1 Organización propuesta

El tipo de organización productiva de mayor conveniencia para administrar el proyecto es la Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán – ADECAETAS –, que es una entidad privada, civil, apolítica, no lucrativa, no religiosa, de servicio, asistencia social y desarrollo integral de sus asociados, creada el 20 de octubre del año 2000, brindará apoyo en la ejecución de la propuesta de producción de Chile Pimiento. La sede se ubica en la aldea

Suchitán, municipio de Santa Catarina Mita, departamento de Jutiapa, situada a 11 kilómetros de la cabecera municipal y 163 de la ciudad capital.

El marco jurídico por el cual se sustentará y seguirá el funcionamiento se rige por las leyes siguientes:

Internas

Estatutos, reglamentos y disposiciones de la Asambleas Generales y Junta Directiva de la Asociación.

Externas

Código Civil, Decreto Ley 106-1963; Código Municipal, Decreto 12-2002; Código de Trabajo, Decreto 1441-1961; Constitución Política de la República de Guatemala, 1985 de la Asamblea Nacional Constituyente, reformada por la Consulta Popular según Acuerdo Legislativo No. 18-93; Ley de Impuesto sobre la Renta, Decreto 26-92; Ley de Impuesto al Valor Agregado, Decreto 27-92; Ley de Impuesto a Empresas Mercantiles y Agropecuarias, Decreto 99-98, todos del Congreso de la República de Guatemala.

4.6.2 Justificación

ADECAETAS se creó como una organización con personalidad jurídica, capaz de representar a sus integrantes, para coordinar, canalizar los esfuerzos y obtener recursos financieros, asistencia técnica, insumos a mejor costo e impulsar proyectos de beneficio común, generar ingresos por la venta apropiada de los productos, para un desarrollo integral de sus asociados y la comunidad, encaminados a promover un mejor nivel de vida.

4.6.3 Objetivos

Los objetivos de la creación de la Asociación son los siguientes:

General

Dar solución a problemas de producción, comercialización, asesoría técnica y otros servicios o actividades que contribuyan al bienestar social y económico de los asociados.

Específicos

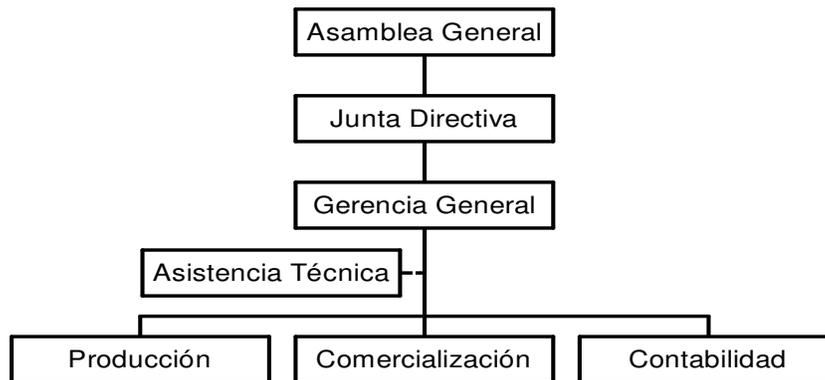
- Lograr el mejoramiento de la producción agrícola, con cultivos como chile pimiento.
- Ser el instrumento legal a través del cual los agricultores tengan acceso a fuentes de financiamiento.
- Aplicar en forma adecuada el proceso productivo, mediante asistencia técnica de instituciones gubernamentales y privadas.
- Utilizar en forma oportuna los recursos humanos, físicos y financieros puestos al servicio de la organización, para asegurar su crecimiento y desarrollo.
- Contratar asesoría técnica en conjunto para que obtengan un producto de calidad y minimicen los costos.
- Introducir mejoras en la tecnología productiva y comercialización del producto.
- Buscar mercados para colocar el producto.
- Coordinar la producción para que no exista saturación del mercado y baja de precios.

4.6.4 Diseño organizacional

Es la forma en que se dividirá el trabajo de la organización y cómo se asignará entre posiciones, grupos, departamentos, divisiones entre otros, y cómo se logrará la coordinación necesaria, para alcanzar los objetivos organizacionales.

En la gráfica siguiente se muestra la estructura orgánica de la Asociación:

Gráfica 5
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Proyecto: producción de chile pimiento
Estructura organizacional
Año 2002



Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., primer semestre 2002.

ADECAETAS presenta un sistema organizacional de tipo lineal o militar, donde la autoridad y responsabilidad correlativas, se transmiten en forma íntegra por una sola línea para cada persona o grupo, lo que evita la duplicidad de funciones y fomenta una firme disciplina entre mandos medios y subalternos. La autoridad máxima está representada por la Asamblea General.

4.6.5 Funciones básicas de unidades administrativas

La estructura organizacional de la Asociación define las unidades administrativas siguientes:

- Asamblea General

La constituyen todos los miembros de la Asociación, en ella se aloja la máxima autoridad y la toma de decisiones, dentro del marco jurídico legal que ampara a la misma. Todos tienen la oportunidad de elegir y ser electos.

- Junta Directiva

Es electa por la Asamblea General. Su actividad es de carácter administrativo y tiene como función principal cumplir y hacer que se cumplan los estatutos,

reglamentos y resoluciones de la Asamblea General. Se integra por un Presidente, un Vicepresidente, un Secretario, un Tesorero y tres Vocales. Busca promover actividades que contribuyan a mejorar los procesos de trabajo, supervisar la administración y presentar informes recopilados por el administrador ante la Asamblea General; colaborará con los departamentos de administración, producción y comercialización.

- Gerencia General

Será responsable de la planificación, organización, integración, dirección, control, toma de decisiones, logro de objetivos y trámite de aspectos legales, así como por el uso adecuado de los recursos (financieros, humanos y materiales).

- Contabilidad

Llevará registros contables de acuerdo con los requisitos legales y presentará a la administración los informes periódicos que la ley establece, en donde se contemplan ingresos y egresos de los recursos financieros. Esta actividad la realizará un contador externo.

- Producción

Se encargará del proceso productivo y de verificar los estándares de calidad en todas sus fases, como inventario de materias primas, elaboración del programa de siembra, controlar y dirigir la realización de las actividades de campo.

- Comercialización

Encargado de dirigir, organizar y controlar todas las actividades de comercializar los productos al mejor precio, velar porque se tenga a tiempo el producto y se cumpla con los compromisos adquiridos ante el comprador.

- Asistencia Técnica

La proporcionará el Banco de Desarrollo Rural – BANRURAL –, como parte del financiamiento que otorgará para ejecutar el proyecto.

4.7 ESTUDIO FINANCIERO

Tiene como propósito definir el valor de la inversión que se requiere, los costos, gastos, fuentes de financiamiento propias y ajenas, así como determinar la rentabilidad del proyecto.

El plan de inversión permite conocer, la utilización de los recursos disponibles para que funcione el proyecto. Para la producción de chile pimiento se necesita efectuar inversiones en equipo agrícola, insumos, mano de obra y demás elementos necesarios para el proceso; es decir, que se requiere inversión fija y capital de trabajo.

4.7.1 Inversión fija

Es todo lo que se gasta para comprar el terreno, la maquinaria, el equipo y todos aquellos bienes tangibles e intangibles que servirán de base para ejecutar el proyecto.

A continuación se presenta la inversión fija para tres cosechas y 10 manzanas.

Cuadro 40
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión Fija
10 manzanas, 3 cosechas -
(Cifras en quetzales)

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Sub-total	Costo Total
Instalaciones				101,667
Tanque de captación de agua	1	30,000	30,000	
Caseta p/bomba y filtros	1	10,000	10,000	
Equipo de bombeo (tubería, mangueras de goteo, accesorios y válvulas)	1	161,345	161,345	
Equipo de riego	1	103,657	<u>103,657</u>	
Valor total instalaciones equipo de riego dividido entre las tres propuestas de inversión.			<u>305,002</u>	
Equipo Agrícola				10,900
Bombas de fumigación	5	460	2,300	
Mascarilla para fumigar	10	110	1,100	
Guantes	10	25	250	
Báscula	2	3,000	6,000	
Carretas de mano	10	125	<u>1,250</u>	
Mobiliario y Equipo				10,790
Escritorios	2	1,000	2,000	
Máquina de escribir	1	1,500	1,500	
Archivo de 4 gavetas	1	950	950	
Estanterías	3	1,600	4,800	
Calculadora de escritorio	1	500	500	
Mesas plásticas	1	290	290	
Sillas plásticas	25	30	<u>750</u>	
Herramientas				2,415
Azadones	20	30	600	
Rastrillos de metal	10	20	200	
Piochas	6	50	300	
Palas de metal	10	50	500	
Cubetas	15	10	150	
Machetes	20	22	440	
Limas	25	9	<u>225</u>	
Gastos de Organización				3,000
Instalación (Incluye zanjeo)	1	3,000	3,000	
Total Inversión Fija				<u>128,772</u>

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El cuadro anterior incluye todo lo relativo a la implementación del proyecto con un sistema de riego por goteo, que permitirá tener tres cosechas al año, se espera conseguir mayores beneficios económicos, los costos de adquisición del equipo necesario se encuentran en el renglón de instalaciones; asimismo se contempla que la capacitación técnica se reciba a través del Banco de Desarrollo Rural, institución donde se obtendrá el préstamo, este banco brinda este servicio sin costo alguno para sus clientes, por tal razón no se estimó ese rubro dentro de los gastos.

4.7.2 Inversión de capital de trabajo

Desde el punto de vista contable se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante. Pero desde el punto de vista operativo, está representado por el capital adicional, con el que hay que contar para que empiece a funcionar (el proyecto) es decir, que se tiene que poseer el efectivo para poder llevar a cabo la primera producción.

El cuadro siguiente muestra la inversión en capital de trabajo año uno, para el proyecto.

Cuadro 41
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Inversión en capital de trabajo - Primer año
(Cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio	Sub-total	Total
Insumos					82,850
Pilones	Unidad	150,000	0.35	52,500	
Fertilizantes					
Triple 15	Quintal	50	96.00	4,800	
20-20-0	Quintal	50	96.00	4,800	
Urea	Quintal	50	87.00	4,350	
Insecticidas					
Vidate	Litro	40	92.00	3,680	
Thiodan	Litro	80	86.00	6,880	
Herbicidas					
Gramoxone	Litro	40	46.00	1,840	
Otros					
Tutores (varas bambú)	Unidad	13,333	0.30	4,000	
Mano de Obra					104,504
Preparación de terreno	Jornal	200	27.50	5,500	
Siembra	Jornal	120	27.50	3,300	
Control de enfermedades	Jornal	520	27.50	14,300	
Fertilización	Jornal	80	27.50	2,200	
Limpiar	Jornal	340	27.50	9,350	
Colocación de tutores	Jornal	40	27.50	1,100	
Corte o cosecha	Jornal	960	27.50	26,400	
Clasificación	Jornal	240	27.50	6,600	
Bonificación incentivo		2,500	8.33	20,825	
Séptimo día				14,929	
Costos Indirectos Variables					40,513
Cuotas patronales (Jornales + Séptimo día * 6.67%)				5,581	
Prestaciones laborales (Jornales + Séptimo día * 30.55%)				25,564	
Imprevistos (5% s/C.D.)				9,368	
Gastos Fijos					56,005
Arrendamiento de terreno				1,500	
Sueldos de administración				24,250	
Bonificación incentivo				3,750	
Prestaciones sociales				1,617	
Prestaciones laborales				7,408	
Alquiler de oficina				500	
Agua y luz de oficina				2,400	
Servicios Contables				6,000	
Papelería y útiles				200	
Combustibles (Eq. Riego)				3,780	
Varios				100	
Acarreo				4,500	
Total Inversión Capital de Trabajo					283,872

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El cuadro anterior muestra el detalle de los costos y gastos necesarios para realizar el proyecto correspondiente a la inversión en capital de trabajo, es importante mencionar que según el Acuerdo Gubernativo No. 459-2002, del 29 de noviembre del 2002, se modificaron los salarios mínimos para las actividades agrícolas de Q27.50 a Q31.90 diarios a partir del uno de enero del 2003, sin embargo en este proyecto se consideran los salarios mínimos vigentes en la fecha que se realizó el estudio.

4.7.3 Inversión total

Son todas las inversiones que se realizan en la adquisición de bienes tangibles e intangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos. En el cuadro que sigue se observa la inversión total para el primer año de producción.

Cuadro 42
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Inversión Total – Primer año
(cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Sub-total	Total	%
Inversión Fija		128.772	31
Instalaciones	101.667		
Herramientas	2.415		
Equipo agrícola	10.900		
Mobiliario y equipo	10.790		
Gastos de organización	3.000		
Inversión en Capital de Trabajo		283.872	69
Insumos	82.850		
Mano de obra	104.504		
Gastos indirectos variables	40.513		
Gastos fijos	56.005		
Inversión Total		412.644	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el anterior cuadro de Inversión total se aprecia que la inversión fija representa el 31% y la inversión en capital de trabajo un 69%, esta última incluye los costos

y gastos necesarios para realizar una producción de tres cosechas durante el año, ambas cifras serán cubiertas en una pequeña proporción a través de financiamiento interno aportado con una cuota inicial de cada uno de los 20 socios y el resto será financiamiento externo mediante el Banco de Desarrollo rural – BANRURAL –, ubicado en el Municipio.

4.7.4 Costos y precios

Se puede decir que el costo de producción, es la acumulación de gastos y esfuerzos que están incorporados al producto y de acuerdo a ello, se estima lo que cuesta el producto terminado.

- Requerimientos de insumos

Insumos, son todos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para satisfacer una necesidad de fabricar un producto; estos tienen incidencia directa en el costo de producción para la propuesta, se usarán pilones, fertilizantes, insecticidas, herbicidas y otros.

- Hoja técnica del costo de producción

Esta contiene la información para estimar el costo de producción de una caja de chile pimiento, en el área de una manzana. En la misma se consignan los elementos del costo como los insumos, mano de obra, costos indirectos variables y los costos fijos de producción.

En el cuadro que sigue se presenta la hoja técnica del costo de producción de una manzana y una cosecha.

Cuadro 43
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento - Año 1
Hoja Técnica del Costo de Producción de 1 manzana, 1 cosecha
(cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Insumos				8,285
Pilones	Unidad	15,000	0.35	5,250
Fertilizantes				
Triple 15	Quintal	5	96.00	480
20-20-0	Quintal	5	96.00	480
Urea	Quintal	5	87.00	435
Insecticidas				
Vidate	Litro	4	92.00	368
Thiodan	Litro	8	86.00	688
Herbicidas				
Gramoxone	Litro	4	46.00	184
Otros				
Tutores (varas bambú)	Unidad	1,333	0.30	400
Mano de Obra				10,450
Preparación del terreno	Jornal	20	27.50	550
Siembra	Jornal	12	27.50	330
Control de enfermedades:				
Aplicación de insecticidas	Jornal	52	27.50	1,430
Fertilización(2 aplicaciones)	Jornal	8	27.50	220
Limpias:				
Deshierbo	Jornal	18	27.50	495
Aplicación de herbicidas	Jornal	16	27.50	440
Colocación de tutores	Jornal	4	27.50	110
Corte o cosecha	Jornal	96	27.50	2,640
Clasificación	Jornal	24	27.50	660
Bonificación Incentivo		250	8.33	2,083
Séptimo Día				1,493
Costos Indirectos Variables				4,051
Cuotas Patronales (Jornales + Séptimo día * 6.67 %)				558
Prestaciones Laborales (Jornales + Séptimo día * 30.55 %)				2,556
Imprevistos (5%/C.D.)				937
COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN				231
Mascarillas desechables	Unidad	6	6.50	39
Guantes de gamuzón para fumigar	Par	6	32.00	192
COSTO TOTAL POR MANZANA				23,017
(Para una producción de 1,800 cajas)				
COSTO UNITARIO POR CAJA				12.79

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior no se incluyen arrendamientos porque corresponden al estado de Resultados y tampoco se contemplaron fletes porque las ventas se realizarán en planta. Las cifras que muestra el cuadro solo implica una cosecha y una manzana de terreno cultivada.

4.7.4.1 Estado de Costo de Producción

Este estado financiero muestra los costos en que se incurre para elaborar un producto durante un período.

El cuadro siguiente muestra el estado de costo directo de producción de chile pimiento para el primer año.

Cuadro 44
Municipio de Santa Catarina Mita, Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Estado de costo directo de producción - Primer Año -
(Cifras en quetzales)

Descripción	1 Manz. 1 Cosecha	10 Manz. 3 Cosechas
Insumos	8,285	248,550
Pilones	5,250	157,500
Fertilizantes	1,395	41,850
Insecticidas	1,056	31,680
Herbicidas	184	5,520
Tutores	400	12,000
Mano de Obra	10,450	313,485
Preparación del terreno	550	16,500
Siembra	330	9,900
Control de enfermedades	1,430	42,900
Fertilización	220	6,600
Limpias	935	28,050
Colocación de tutores	110	3,300
Corte o cosecha	2,640	79,200
Clasificación	660	19,800
Bonificación incentivo	2,083	62,475
Séptimo día	1,492	44,760
Costos Indirectos Variables	4,051	121,530
Cuotas patronales	558	16,740
Prestaciones laborales	2,556	76,680
Imprevistos (5% sobre C.D.)	937	28,110
Costos Fijos de Producción	231	6,930
Mascarillas desechables	39	1,170
Guantes de gamuzón	192	5,760
Costo Directo de Producción	23,017	690,495
Rendimiento en cajas	1,800	54,000
Costo por caja	12.79	12.79

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS, primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se muestran los costos directos de producción del chile pimiento; se debe considerar que la inversión al inicio del proyecto con un sistema de riego por goteo, permitirá a los productores conseguir tres cosechas durante el año, en los meses de octubre, febrero y junio.

4.7.5 Fuentes de financiamiento

De acuerdo al origen de los fondos, estas fuentes se clasifican en internas y externas.

- Internas

Lo constituye las aportaciones de los 20 asociados que ascienden a Q 40,000.00 a razón de Q 2,000.00 cada uno. Este tipo de financiamiento no paga intereses y representa el 9.7% del total de la inversión que necesita el proyecto.

- Externas

En este caso se solicitará un préstamo al Banco de Desarrollo Rural - BANRURAL - por un monto de Q 372,644.00 con una tasa de interés del 19% anual, a un plazo de tres años, período que durará el proyecto.

A continuación se muestra un cuadro con la participación de las fuentes internas y externas necesarias para cubrir el total de la inversión.

Cuadro 45
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento - Plan de Financiamiento
(cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Valor	Porcentaje
Fuentes internas	40,000	9.7
Fuentes externas	372,644	90.3
Total de la inversión	412,644	100.0

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

La garantía del préstamo será Hipotecaria – Prendaria; la parte hipotecaria será cubierta por el valor del terreno a cultivar y la parte prendaria estará representada por el valor de las cosechas.

Las amortizaciones del préstamo serán anuales durante un período de tres años, mismos que tendrá de duración el proyecto, a una tasa de interés del 19% anual sobre saldos.

A continuación se muestra la tabla de amortizaciones del préstamo, en donde se aprecia el capital e intereses cubiertos por año:

Cuadro 46
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
Cuadro de amortizaciones
(cifras en quetzales)
Año 2002

Mes	Intereses 19%	Amortización	Total a pagar	Saldo
Saldo inicial				372,644
1	5,900		5,900	372,644
2	5,900		5,900	372,644
3	5,900		5,900	372,644
4	5,900	124,215	130,115	248,429
5	3,933		3,933	248,429
6	3,933		3,933	248,429
7	3,933		3,933	248,429
8	3,933	124,215	128,148	124,214
9	1,967		1,967	124,214
10	1,967		1,967	124,214
11	1,967		1,967	124,214
12	1,967	124,214	126,181	-
Totales	47,202	372,644	419,846	

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS, primer semestre 2002.

El pago de las amortizaciones se realizará con los recursos provenientes de las ventas de las tres cosechas de chile pimiento que se obtengan durante el año.

4.7.6 Estudio financiero proyectado

Se muestran los estados financieros proyectados para los tres años que durará el proyecto.

- Estado de costo directo de producción

Cuadro 47
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Estado de costo directo de producción proyectado, para 3 años
(cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Insumos	248,550	248,550	248,550
Pilones	157,500	157,500	157,500
Fertilizantes	41,850	41,850	41,850
Insecticidas	31,680	31,680	31,680
Herbicidas	5,520	5,520	5,520
Tutores	12,000	12,000	12,000
Mano de Obra	313,485	313,485	313,485
Preparación del terreno	16,500	16,500	16,500
Siembra	9,900	9,900	9,900
Control de enfermedades	42,900	42,900	42,900
Fertilización	6,600	6,600	6,600
Limpias	28,050	28,050	28,050
Colocación de tutores	3,300	3,300	3,300
Corte o cosecha	79,200	79,200	79,200
Clasificación	19,800	19,800	19,800
Bonificación incentivo	62,475	62,475	62,475
Séptimo día	44,760	44,760	44,760
Costos Indirectos Variables	121,530	121,530	121,530
Prestaciones sociales	16,740	16,740	16,740
Prestaciones laborales	76,680	76,680	76,680
Imprevistos (5% sobre C.D.)	28,110	28,110	28,110
Costos Fijos de Producción	6,930	6,930	6,930
Mascarillas desechables	1,170	1,170	1,170
Guantes de gamuzón	5,760	5,760	5,760
Costo Directo de Producción	690,495	690,495	690,495
Rendimiento en cajas	54,000	54,000	54,000
Costo por caja	12.79	12.79	12.79

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

- Estado de resultados, que es dinámico y presenta los resultados de operación de un período determinado, según los cuadros siguientes:

Cuadro 48
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Estado de Resultados Proyectado Mensual - Primer Año -
(Cifras en quetzales)

Descripción	Julio	Agosto	Septiembr	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas (54,000 cajas a Q40.00 c/u)	0	0	0	720,000	720,000	720,000
(-) Costo Directo de Producción	57,541	115,083	172,624	230,165	287,706	345,248
Insumos	20,713	41,425	62,138	82,850	103,563	124,275
Mano de Obra	26,124	52,248	78,371	104,495	130,619	156,743
Costos Indirectos Variables	10,128	20,255	30,383	40,510	50,638	60,765
Costos Fijos de Producción	578	1,155	1,733	2,310	2,888	3,465
Contribución a la Ganancia	(57,541)	(115,083)	(172,624)	489,835	432,294	374,753
(-)Gastos Variables de Ventas	375	750	1,125	1,500	1,875	2,250
Acarreo	375	750	1,125	1,500	1,875	2,250
Ganancia Bruta en Ventas	(57,916)	(115,833)	(173,749)	488,335	430,419	372,503
(-)Gastos Fijos	4,877	9,754	14,630	19,506	24,384	29,260
Arrendamiento de terreno	125	250	375	500	625	750
Sueldos de Administración	2,021	4,042	6,063	8,083	10,104	12,125
Bonificación Incentivo	313	625	938	1,250	1,563	1,875
Prestaciones Sociales	135	270	404	539	674	809
Prestaciones Laborales	617	1,235	1,852	2,469	3,087	3,704
Alquiler de oficina	42	84	124	166	208	250
Agua y Luz de oficina	200	400	600	800	1,000	1,200
Servicios Contables	500	1,000	1,500	2,000	2,500	3,000
Papelería y Útiles	17	33	50	67	83	100
Combustibles	105	210	315	420	525	630
Depreciaciones y Amortizaciones	795	1,589	2,384	3,179	3,973	4,768
Varios	8	17	25	33	42	50
Excedente de Operación	(62,793)	(125,587)	(188,378)	468,829	406,035	343,242
(-) Gastos Financieros	5,900	11,800	17,700	23,600	27,533	31,466
Intereses Préstamo	5,900	11,800	17,700	23,600	27,533	31,466
Excedente del Ejercicio	(68,693)	(137,387)	(206,078)	445,229	378,502	311,776
Impuesto sobre la Renta	0	0	0	0	0	0
Excedente Neto	(68,693)	(137,387)	(206,078)	445,229	378,502	311,776

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

Cuadro 49
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Estado de Resultados Proyectado Mensual - Primer Año
(Cifras en quetzales)

DESCRIPCION	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ventas (54,000 cajas a Q 40.00 c/u)	720,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000	1,440,000	2,160,000
(-) Costo Directo de Producción	402,789	460,330	517,871	575,413	632,954	690,495
Insumos	144,988	165,700	186,413	207,125	227,838	248,550
Mano de Obra	182,866	208,990	235,114	261,238	287,361	313,485
Costos Indirectos Variables	70,893	81,020	91,148	101,275	111,403	121,530
Costos Fijos de Producción	4,043	4,620	5,198	5,775	6,353	6,930
Ganancia Bruta en Ventas	317,211	979,670	922,129	864,588	807,046	1,469,505
(-)Gastos Variables de Ventas	2,625	3,000	3,375	3,750	4,125	4,500
Acarreo	2,625	3,000	3,375	3,750	4,125	4,500
Ganancia Marginal	314,586	976,670	918,754	860,838	802,921	1,465,005
(-)Gastos Fijos	34,137	39,015	43,890	48,767	53,644	58,521
Arrendamiento de terreno	875	1,000	1,125	1,250	1,375	1,500
Sueldos de Administración	14,146	16,167	18,188	20,208	22,229	24,250
Bonificación Incentivo	2,188	2,500	2,813	3,125	3,438	3,750
Cuotas Patronales	943	1,078	1,213	1,348	1,482	1,617
Prestaciones Laborales	4,321	4,939	5,556	6,173	6,791	7,408
Alquiler de oficina	292	334	375	416	458	500
Agua y Luz de oficina	1,400	1,600	1,800	2,000	2,200	2,400
Servicios Contables	3,500	4,000	4,500	5,000	5,500	6,000
Papelería y Utiles	117	133	150	167	183	200
Combustibles	735	840	945	1,050	1,155	1,260
Depreciaciones y Amortizaciones	5,563	6,357	7,152	7,947	8,741	9,536
Varios	58	67	75	83	92	100
Excedente de Operación	280,449	937,655	874,864	812,071	749,277	1,406,484
(-) Gastos Financieros	35,399	39,332	41,299	43,266	45,234	47,202
Intereses Préstamo	35,399	39,332	41,299	43,266	45,234	47,202
Excedente del Ejercicio	245,050	898,323	833,565	768,805	704,043	1,359,282
Impuesto sobre la Renta	0	0	0	0	0	421,377
Excedente Neto	245,050	898,323	833,565	768,805	704,043	937,905

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el anterior cuadro se muestran los resultados del segundo semestre, se observan las ventas de la segunda y tercera cosechas en los meses de Febrero y Junio, así como el Impuesto Sobre la Renta al final del período.

Cuadro 50
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Estado de Resultados Proyectado para 3 Años
(cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas (54,000 cajas a Q 40.00 c/u)	2,160,000	2,160,000	2,160,000
(-) Costo Directo de Producción	690,495	690,495	690,495
Insumos	248,550	248,550	248,550
Mano de Obra	313,485	313,485	313,485
Costos Indirectos Variables	121,530	121,530	121,530
Costos Fijos de Producción	6,930	6,930	6,930
Contribución a la Ganancia	1,469,505	1,469,505	1,469,505
(-)Gastos Variables de Ventas	4,500	4,500	4,500
Acarreo	4,500	4,500	4,500
Ganancia Bruta en Ventas	1,465,005	1,465,005	1,465,005
(-)Gastos Fijos	58,521	58,521	58,521
Arrendamiento de terreno	1,500	1,500	1,500
Sueldos de Administración	24,250	24,250	24,250
Bonificación Incentivo	3,750	3,750	3,750
Prestaciones Sociales	1,617	1,617	1,617
Prestaciones Laborales	7,408	7,408	7,408
Alquiler de oficina	500	500	500
Agua y Luz de oficina	2,400	2,400	2,400
Servicios Contables	6,000	6,000	6,000
Papelería y Útiles	200	200	200
Combustibles	1,260	1,260	1,260
Depreciaciones y Amortizaciones	9,536	9,536	9,536
Varios	100	100	100
Excedente de Operación	1,406,484	1,406,484	1,406,484
(-) Gastos Financieros	157,392	104,928	52,464
Intereses Préstamo	157,392	104,928	52,464
Ganancia antes de ISR	1,249,092	1,301,556	1,354,020
Impuesto sobre la Renta	387,219	403,482	419,746
Ganancia Neta	861,873	898,074	934,274

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se observa que el resultado difiere en cada año, esto se debe a que a pesar de mantenerse los mismos volúmenes de ventas y costos, los intereses por la amortización del préstamo disminuyen a medida que se abona a capital, por tal razón los intereses bajan y con esto el resultado de cada período.

Se considera un precio de venta de Q40.00 la caja de Chile Pimiento, que es menor al precio de mercado, porque las ventas se realizarán en planta y no al detalle, lo que implica un menor precio para el vendedor y un mayor riesgo para el comprador porque la plantación es vendida antes del corte o cosecha.

- Flujo de fondos, es la herramienta que tiene como objetivo mostrar la situación de la cuenta caja y bancos durante el tiempo que durará el proyecto, según se presenta en el cuadro siguiente:

Cuadro 51
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Presupuesto de Caja Proyectado para 3 años
(Cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos			
Aporte inicial asociados	40,000	0	0
Préstamo bancario	372,644	0	0
Ingresos por ventas	2,160,000	2,160,000	2,160,000
Saldo año anterior	0	1,280,046	2,274,689
Total Ingresos	2,572,644	3,440,046	4,434,689
Egresos			
Adquisición Equipo de Riego	128,772		
Costo de Producción	690,495	690,495	690,495
Acarreos	4,500	4,500	4,500
Arrendamiento de terreno	1,500	1,500	1,500
Sueldos de Administración	24,250	24,250	24,250
Bonificación incentivo	3,750	3,750	3,750
Cuota Patronal IGSS	1,617	1,617	1,617
Prestaciones Laborales	7,408	7,408	7,408
Alquiler de oficina	500	500	500
Agua y luz de oficina	2,400	2,400	2,400
Servicios Contables	6,000	6,000	6,000
Papelería y Utiles	200	200	200
Combustibles	1,260	1,260	1,260
Varios	100	100	100
Amortización Préstamo	372,644	0	0
Intereses Préstamo	47,202	0	0
Impuesto sobre la Renta		421,377	436,010
Total Egresos	1,292,598	1,165,357	1,179,990
Flujo de Fondos	1,280,046	2,274,689	3,254,699

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se muestra el flujo de efectivo por año, que mostrará el proyecto, es decir el movimiento de ingresos y egresos de efectivo,

A continuación se muestra el detalle del primer año en forma mensual:

Cuadro 52
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Presupuesto de Caja Proyectado Mensual - Primer Año
(Cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos						
Aporte inicial asociados	40,000	0	0	0	0	0
Préstamo bancario	372,644	0	0	0	0	0
Ingresos por ventas	0	0	0	720,000	0	0
Saldo mes anterior		215,974	148,076	80,178	608,065	542,134
Total Ingresos	412,644	215,974	148,076	800,178	608,065	542,134
Egresos						
Adquisición Eq. Riego	128,772	0	0	0	0	0
Costo de Producción	57,541	57,541	57,541	57,541	57,541	57,541
Acarreos	375	375	375	375	375	375
Arrendamiento terreno	125	125	125	125	125	125
Sueldos Admón.	2,021	2,021	2,021	2,021	2,021	2,021
Bonificación incentivo	313	313	313	313	313	313
Cuota Patronal IGSS	135	135	135	135	135	135
Prestaciones Laborales	617	617	617	617	617	617
Alquiler de oficina	42	42	42	42	42	42
Agua y luz de oficina	200	200	200	200	200	200
Servicios Contables	500	500	500	500	500	500
Papelería y Útiles	17	17	17	17	17	17
Combustibles	105	105	105	105	105	105
Varios	8	8	8	8	8	8
Amort. Préstamo	0	0	0	124,215	0	0
Intereses Préstamo	5,900	5,900	5,900	5,900	3,933	3,933
Impuesto S/ Renta	0	0	0	0	0	0
Total Egresos	196,670	67,898	67,898	192,113	65,931	65,931
Flujo de Fondos	215,974	148,076	80,178	608,065	542,134	476,203

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se muestra el movimiento de la cuenta de caja y bancos durante los meses de junio a diciembre; en el primer mes se registran los ingresos por aporte de socios y préstamo bancario.

Cuadro 53
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Presupuesto de Caja Proyectado Mensual - Primer Año
(Cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ingresos						
Aporte in. asociados	0	0	0	0	0	0
Préstamo bancario	0	0	0	0	0	0
Ingresos por ventas	0	720,000	0	0	0	720,000
Saldo mes anterior	476,203	410,272	940,125	876,160	812,194	748,228
Total Ingresos	476,203	1,130,272	940,125	876,160	812,194	1,468,228
Egresos						
Adquisición Eq. Riego	0	0	0	0	0	0
Costo Producción	57,541	57,541	57,541	57,542	57,542	57,542
Acarreos	375	375	375	375	375	375
Arrendamiento terreno	125	125	125	125	125	125
Sueldos Admión.	2,021	2,021	2,021	2,021	2,021	2,021
Bonificación incentivo	313	313	313	313	313	313
Cuota Patronal IGSS	135	135	135	135	135	135
Prestaciones Laborales	617	617	617	617	617	617
Alquiler de oficina	42	42	42	42	42	42
Agua y luz de oficina	200	200	200	200	200	200
Servicios Contables	500	500	500	500	500	500
Papelería y útiles	17	17	17	17	17	17
Combustibles	105	105	105	105	105	105
Varios	8	8	8	8	8	8
Amort. Préstamo	0	124,215	0	0	0	124,215
Intereses Préstamo	3,933	3,933	1,967	1,967	1,967	1,967
Impuesto S/ Renta	0	0	0	0	0	0
Total Egresos	65,931	190,146	63,966	63,966	63,966	188,181
Flujo de Fondos	410,272	940,125	876,160	812,194	748,228	1,280,046

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El cuadro anterior tiene como finalidad mostrar el flujo de efectivo que tendrá el proyecto durante los meses de enero a junio, en donde se observa que al final de período fue cancelado el préstamo bancario al igual que los intereses.

- El balance general tiene como finalidad dar a conocer la situación financiera del proyecto a una fecha determinada, el cual se presenta por los tres años que durará el proyecto.

Cuadro 54
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Balance General Proyectado para 3 años
(Cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
ACTIVO			
Corriente	1,280,046	2,274,689	3,254,699
Caja y Bancos	1,280,046	2,274,689	3,254,699
No Corriente	119,236	109,700	100,164
Propiedad, planta y equipo	125,772	125,772	125,772
(-) Deprec. Acumulada	(8,935)	(17,870)	(26,806)
Gastos de Organización	3,000	3,000	3,000
(-) Amortiz. Acumulada	(600)	(1,200)	(1,800)
Total Activo	1,399,282	2,384,389	3,354,863
PASIVO			
Corriente	421,377	436,010	436,010
I.S.R. Por pagar	421,377	436,010	436,010
No Corriente	0	0	0
Prestamo Bancario	0	0	0
Total Pasivo	421,377	436,010	436,010
Patrimonio	977,905	1,948,379	2,918,853
Aportes	40,000	40,000	40,000
Ganancias/Pérdidas Ejerc.	937,905	1,908,379	2,878,853
Total Pasivo y Patrimonio	1,399,282	2,384,389	3,354,863

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el balance general anterior se muestran las cifras que se conseguirán si el proyecto cumple en todos los aspectos previstos, durante los tres años, a continuación se muestra en forma mensual los resultados que se obtendrían durante el primer año.

A continuación se presenta en forma mensual los resultados que se obtendrían durante el primer año.

Cuadro 55
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Balance General Proyectado Mensual - Primer Año
(Cifras en quetzales)
Año 2002

Descripción	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVO						
Corriente	215,974	148,076	80,178	608,065	542,134	476,203
Caja y Bancos	215,974	148,076	80,178	608,065	542,134	476,203
No Corriente	127,977	127,181	126,388	125,593	124,797	124,002
Propiedad, planta y Eq.	125,772	125,772	125,772	125,772	125,772	125,772
(-) Deprec. Acumulada	(745)	(1,490)	(2,233)	(2,977)	(3,723)	(4,468)
Gastos de Organización	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
(-) Amortiz. Acumulada	(50)	(100)	(150)	(200)	(250)	(300)
Total Activo	343,951	275,257	206,566	733,658	666,931	600,205
PASIVO						
Corriente	0	0	0	0	0	0
I.S.R. Por pagar	0	0	0	0	0	0
No Corriente	372,644	372,644	372,644	248,429	248,429	248,429
Prestamo Bancario	372,644	372,644	372,644	248,429	248,429	248,429
Total Pasivo	372,644	372,644	372,644	248,429	248,429	248,429
Patrimonio	(28,693)	(97,387)	(166,078)	485,229	418,502	351,776
Aportes	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
Ganancias/Pérdidas Ejerc.	(68,693)	(137,387)	(206,078)	445,229	378,502	311,776
Suma Pasivo y Capital	343,951	275,257	206,566	733,658	666,931	600,205

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El cuadro anterior muestra el balance general del proyecto, en donde se observa que en el mes de octubre se realiza el primer pago de amortización al préstamo con el BANRURAL.

Cuadro 56
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: Producción de Chile Pimiento
10 manzanas, 3 cosechas
Balance General Projectado Mensual - Primer Año
(Cifras en quetzales)
Año 2003

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
ACTIVO						
Corriente	410,272	940,126	876,160	812,194	748,228	1,280,046
Caja y Bancos	410,272	940,126	876,160	812,194	748,228	1,280,046
No Corriente	123,207	122,412	121,620	120,826	120,030	119,235
Propiedad, planta y Eq.	125,772	125,772	125,772	125,772	125,772	125,772
(-) Deprec. Acumulada	(5,213)	(5,958)	(6,702)	(7,445)	(8,191)	(8,935)
Gastos de Organización	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
(-) Amortiz. Acumulada	(350)	(400)	(450)	(500)	(550)	(600)
Total Activo	533,479	1,062,538	997,780	933,020	868,258	1,399,282
PASIVO						
Corriente	0	0	0	0	0	421,377
I.S.R. Por pagar	0	0	0	0	0	421,377
No Corriente	248,429	124,215	124,215	124,215	124,215	0
Prestamo Bancario	248,429	124,215	124,215	124,215	124,215	0
Total Pasivo	248,429	124,215	124,215	124,215	124,215	0
Patrimonio	285,050	938,323	873,565	808,805	744,043	977,905
Aportes	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
Ganancias/Pérdidas Ejerc.	245,050	898,323	833,565	768,805	704,043	937,905
Suma Pasivo y Capital	533,479	1,062,538	997,780	933,020	868,258	1,399,282

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El balance general anterior muestra en forma mensual acumulada la situación financiera del proyecto durante el primer año de funcionamiento.

4.8 EVALUACIÓN

Su fin primordial es estimar su rendimiento, valor financiero y social del proyecto.

4.8.1 Financiera

Tiene como finalidad demostrar la viabilidad financiera del proyecto del producto, a través de la utilización de varias técnicas que permitan medir en forma

razonable la conveniencia o no de realizar la inversión, por medio de la cual se medirán los resultados a obtener con relación a su inversión inicial.

Se utilizarán herramientas de evaluación simple, debido a que no se considera el valor del dinero en el tiempo.

- **Herramientas Simples**

La propuesta de inversión a nivel de idea contempla que para la evaluación financiera se utilicen herramientas simples, a continuación se presenta el cálculo e interpretación de cada una de esas.

Tasa de recuperación de la inversión

Para determinar la tasa de recuperación de la inversión se toma la utilidad o excedente y se divide entre el total de la inversión.

$$\frac{\text{Excedente - Amortización préstamo}}{\text{Inversión Total + intereses}} = \frac{937,905 - 372,644}{412,644 + 47,202} * 100 = 122\%$$

Este resultado indica que la inversión total se recupera a una tasa del 122% anual; significa que por cada Quetzal invertido en el proyecto Q1.22 se recupera al final del primer año.

Tiempo de recuperación de la inversión

Con este análisis, se puede determinar el tiempo necesario para que las ganancias generadas sean iguales al capital invertido.

$$\frac{\text{Inversión total + Intereses}}{\text{Utilidad - Amort. Ptmo + Deprec.}} = \frac{412,644 + 47,202}{937,905 - 372,644 + 9,536} = 0.80 = 9.6 \text{ meses}$$

El tiempo en que el proyecto permite recuperar la inversión será de nueve meses y medio, lo que representa menos de la tercera parte del tiempo que durará el proyecto.

Retorno de capital

Representa la proporción general del capital que regresará visto sin las deducciones financieras del período.

$$\text{Utilidad - Amortización Ptmo. + Intereses + Depreciaciones} = \text{Retorno de capital}$$
$$Q937,905 - 372,644 + 47,202 + 9,536 = 621,999$$

Por cada año retornará la suma de Q621,999 al proyecto, lo que representa una buena opción para los inversionistas.

Tasa de retorno del capital

$$\frac{\text{Retorno de capital}}{\text{Inversión total}} = \frac{877,367}{459,846} = 191\%$$

Representa el porcentaje global bajo el cual retornarán todos los montos invertidos en el desarrollo del proyecto. Se aprecia una tasa alta y atractiva para las personas interesadas en el proyecto.

Punto de Equilibrio

“Es el punto en el que el volumen de ingresos y costos son iguales, sin producir ganancia ni pérdida en una empresa o entidad. Intervienen tres elementos para su determinación: ventas, gastos fijos y gastos variables.”⁹

Para el cálculo del punto de equilibrio es indispensable clasificar los gastos en fijos y variables. Los gastos fijos son los que se efectúan necesariamente, haya o no producción y ventas, como sueldos permanentes y sus prestaciones.

Gastos variables, están integrados por aquellos que aumentan y disminuyen según sea el ritmo de producción de un período.

⁹ Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas. “Documento de Evaluación Financiera”. Seminario Específico EPS.2002. Pág.12

A continuación se realizará el cálculo del punto de equilibrio en valores y unidades para el primer año de producción, con la aplicación de las fórmulas correspondientes:

- Punto de equilibrio en valores

$$PEV = \frac{\text{Gtos Fijos} + \text{Intereses s/ptmo.}}{\% \text{ Ganancia Marginal}} = \frac{58,521 + 47,202}{0.68} = 155,475$$

El resultado obtenido muestra que al vender la cantidad de Q155,475 no se gana ni se pierde en el proyecto.

- Punto de equilibrio en unidades

Representa la cantidad mínima de unidades que el productor debe vender a un precio determinado para estar en la posición de no perder ni ganar. El cálculo del punto de equilibrio en unidades se establece con base en el monto correspondiente a su similar en valores, dividido entre el precio unitario de venta. El resultado que se obtiene será el volumen de unidades que deben ser vendidas para que el proyecto recupere la cantidad a invertir.

A continuación el cálculo del punto de equilibrio en unidades.

$$PEU = \frac{\text{Punto de equilibrio en valores}}{\text{Precio de venta (caja)}} = \frac{155,475}{40} = 3,886.875$$

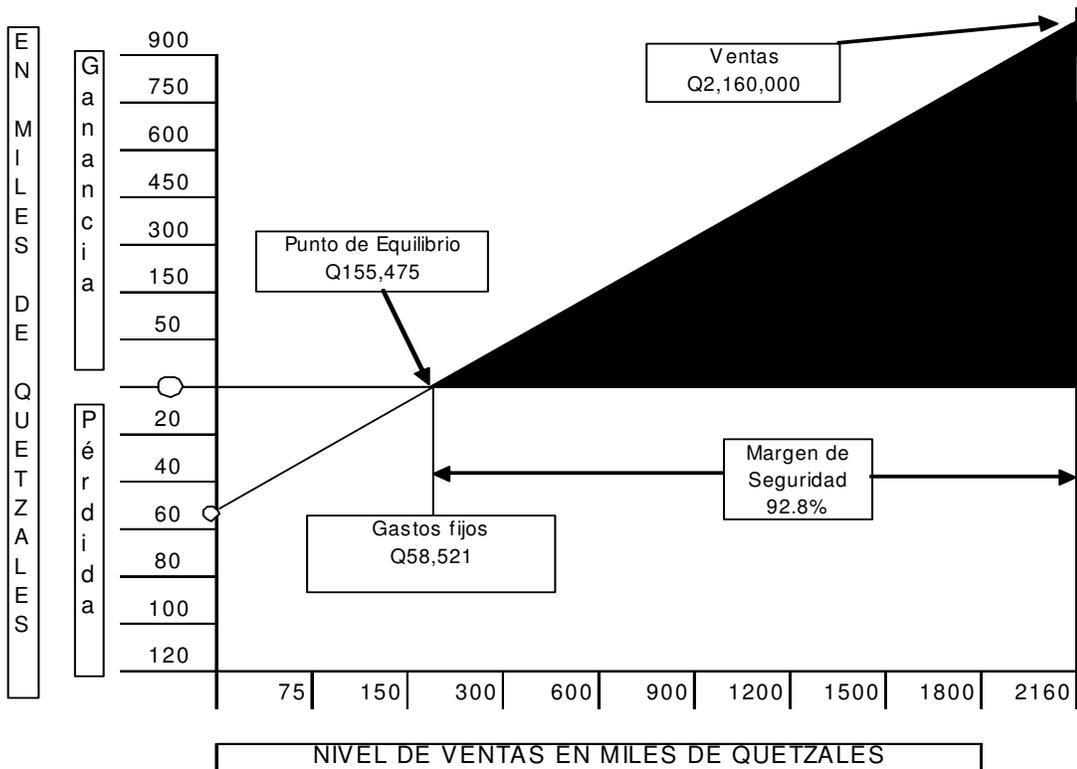
La cantidad en cajas de Chile Pimiento que se deberá vender al precio previsto durante el primer año para no perder ni ganar es de 3,886.875 es decir que el excedente de la producción proyectada empezaría a generar utilidades para el proyecto.

Prueba:

Ventas	$(3,886.875 * Q40)$	Q	155,475
(-) Costo variable de ventas	$(3,886.875 * Q12.79)$	Q	<u>49,713</u>
Ganancia Marginal		Q	105,723
(-) Gastos fijos		Q	<u>105,723</u>
Resultado		Q	<u>0</u>

En la prueba anterior se muestra que el punto de equilibrio se encontrará cuando se produzcan y vendan 3,886.875 cajas de Chile Pimiento.

Gráfica 6
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Proyecto: producción de chile pimiento
Punto de Equilibrio en Valores
Primer Año



Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

- **Margen de Seguridad**

Se define como la diferencia entre el valor de las ventas previstas y el punto de equilibrio obtenido, o sea el porcentaje en que pueden disminuir las ventas sin que se reporte pérdida.

Cálculo del margen de seguridad para el primer año:

$$MS = V - PEV \qquad 2,160,000 - 155,475 = 2,004,525$$

En donde:

V = Ventas PEV = Punto de equilibrio en valores

Este resultado se toma de base para calcular el porcentaje de margen de seguridad del primer año.

Porcentaje de margen de seguridad para el primer año:

$$\% MS = MS / V \qquad 2,004,525 / 2,160,000 = 92.8\%$$

En donde:

MS = Margen de seguridad para el primer año

V = Ventas para el primer año

Este indicador proporciona el nivel de protección que debe mantener el negocio antes de dar pérdida.

4.8.2 Social

Se realiza con la finalidad de comprobar el beneficio que recibe la comunidad en general, al ejecutar el proyecto, tiene el propósito de coadyuvar al desarrollo económico y social de la colectividad de la aldea Suchitán, así como fomentar la diversificación de la producción agrícola, al producir una cantidad mayor en

forma organizada. En cuanto al impacto ambiental no tiene ninguna relevancia pues al chile pimienta se le da tratamiento similar a la mayoría de productos agrícolas, los químicos que se aplican no dañan y los residuos desaparecen en forma rápida por descomposición, lo que constituye abono para la tierra. En contraposición con los beneficios serían significativos para la población porque al estar organizados tiene mayores probabilidades de obtener credibilidad para financiamiento, además las ventajas económicas que de él se obtengan propiciarán su desarrollo económico.

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos de la investigación de campo realizada en el municipio de Santa Catarina Mita, departamento de Jutiapa, se presentan la siguientes conclusiones:

1. Los productores del municipio de Santa Catarina Mita, tienen organizaciones pero carecen de soporte técnico y financiero, lo cual impide tener una proyección eficiente a sus miembros y así lograr un desarrollo económico sostenible para la comunidad.
2. En la producción artesanal de calzado que se realiza en el Municipio, no utilizan técnicas especializadas, en virtud que los artesanos no han sido capacitados, pues sólo se basan en la experiencia que han adquirido, lo que no permite que su producto sea mayor y de mejor calidad.
3. En la actualidad no existen proyectos para diversificar la producción agrícola o una organización que comercialice esa producción.
4. Los agricultores de la zona no tienen acceso a fuentes crediticias disponibles en el lugar, lo que provoca problemas para financiar su producción y comercializar en forma eficiente el producto.

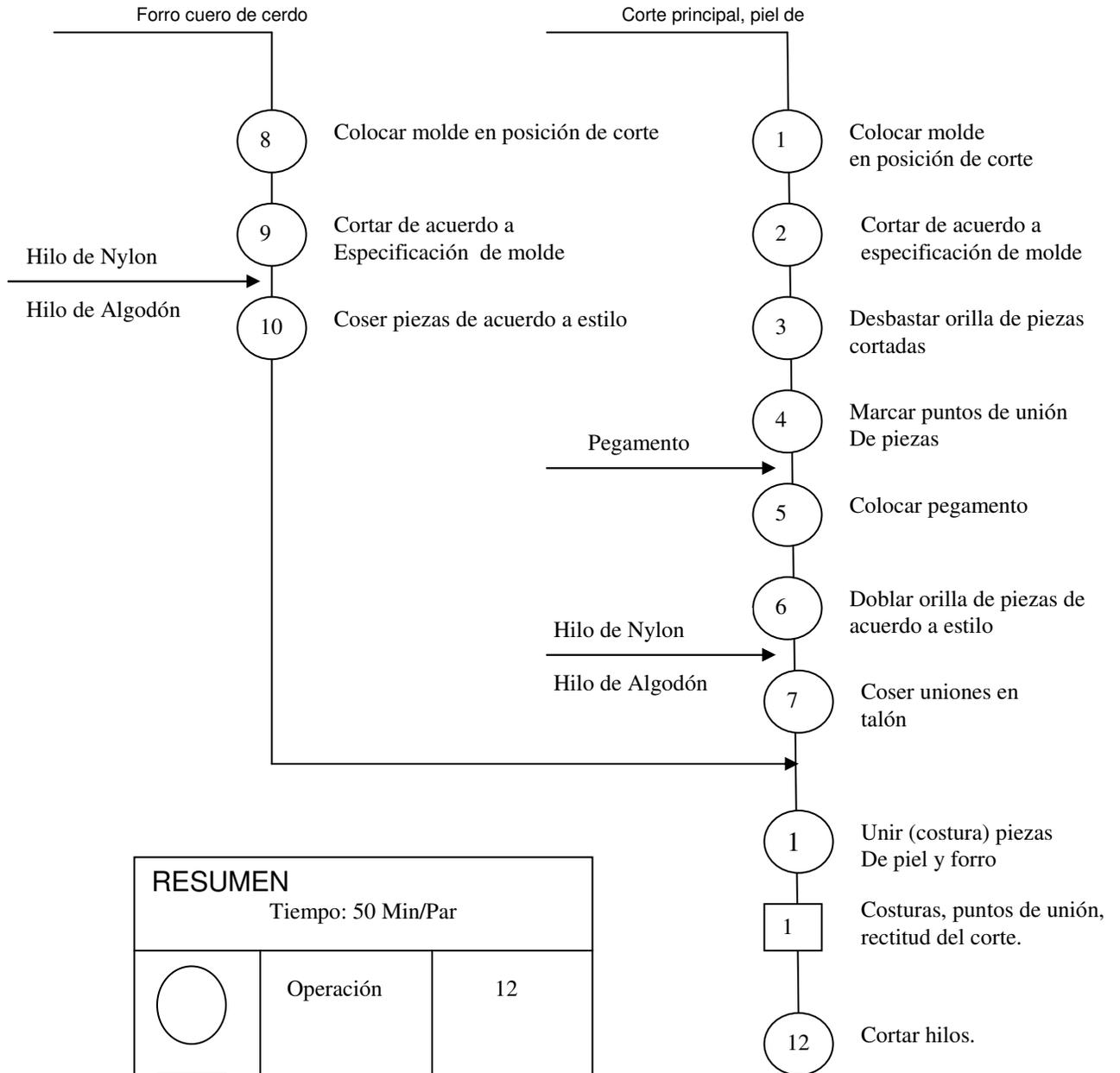
RECOMENDACIONES

Como resultado del estudio que se efectuó en el municipio de Santa Catarina Mita y con base en los problemas que se encontraron, se presentan como posible solución las siguientes recomendaciones:

1. Que las organizaciones de productores existentes realicen campañas de promoción ante organismos internacionales y locales para obtener asistencia técnica y financiera, con el compromiso de realizar un proceso de concientización dentro de las comunidades en las cuales tienen presencia para lograr un mayor número de miembros que se beneficien con sus programas de ayuda.
2. Que los productores de calzado, con apoyo de la Municipalidad local soliciten al Instituto Técnico de Capacitación y Productividad - INTECAP - un programa completo de capacitación, que permita actualizarse en tecnología, proceso productivo, entre otros, para que de esta manera el producto que ofrezcan sea de calidad.
3. Que los agricultores se organicen para implementar y comercializar el cultivo de chile pimiento, de acuerdo a los lineamientos teóricos y técnicas del presente estudio por considerarse una buena alternativa de inversión, con efectos socioeconómicos y financieros a nivel municipal, regional y nacional.
4. Que la asociación de productores a cargo del proyecto se inscriba en la Municipalidad y se registre en la Superintendencia de Administración Tributaria, para que tenga un respaldo jurídico indispensable y facilite la obtención de financiamiento necesario para llevar a cabo la propuesta de inversión. Se sugiere el Banco de Desarrollo Rural, con garantía hipotecaria – prendaria al 19% de interés anual.

ANEXOS

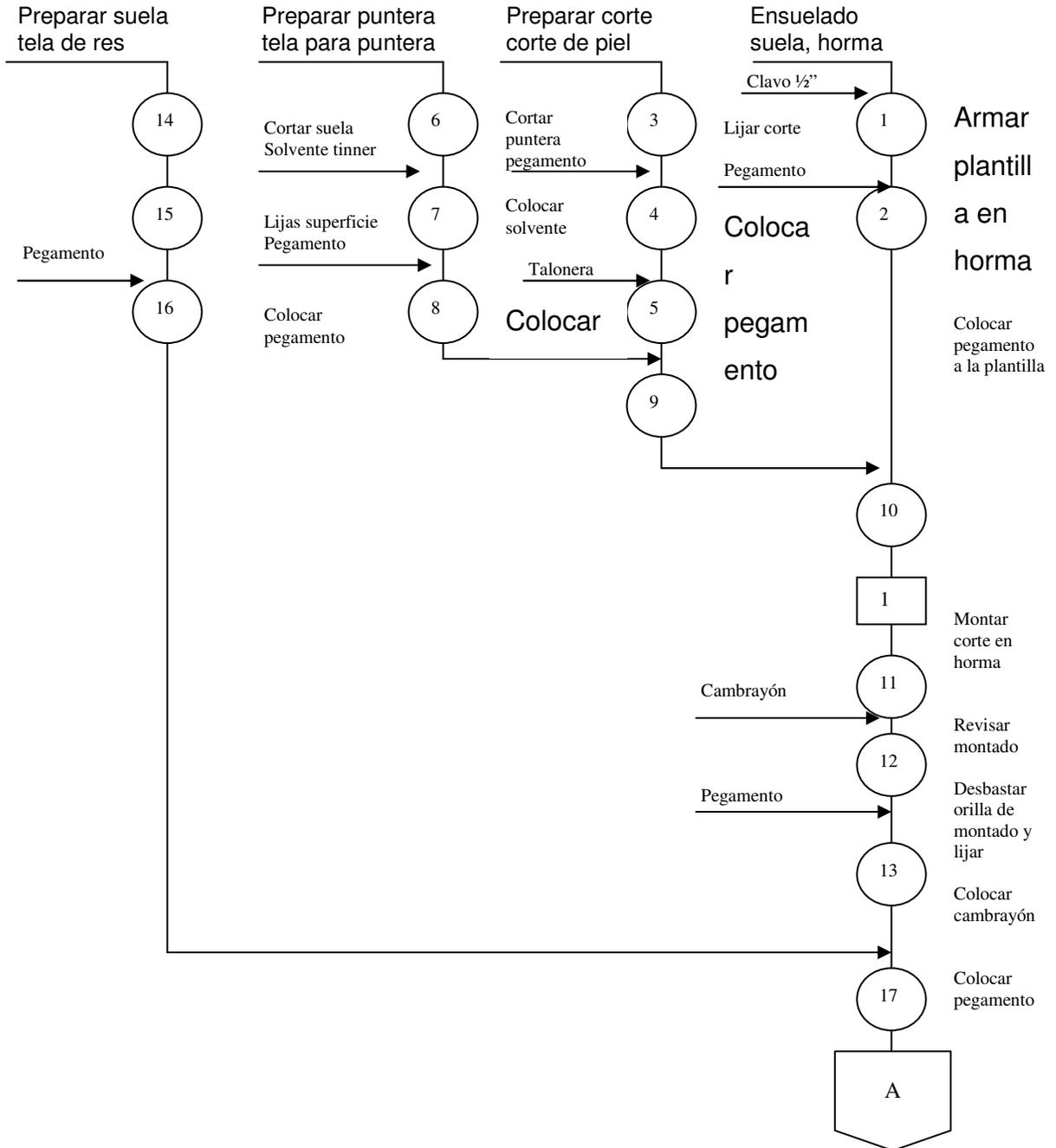
Anexo 1
Municipio de Santa Catarina Mita, Jutiapa
Diagrama de Operaciones del Proceso
Zapato de suela, para caballero (alistado)
Año 2002

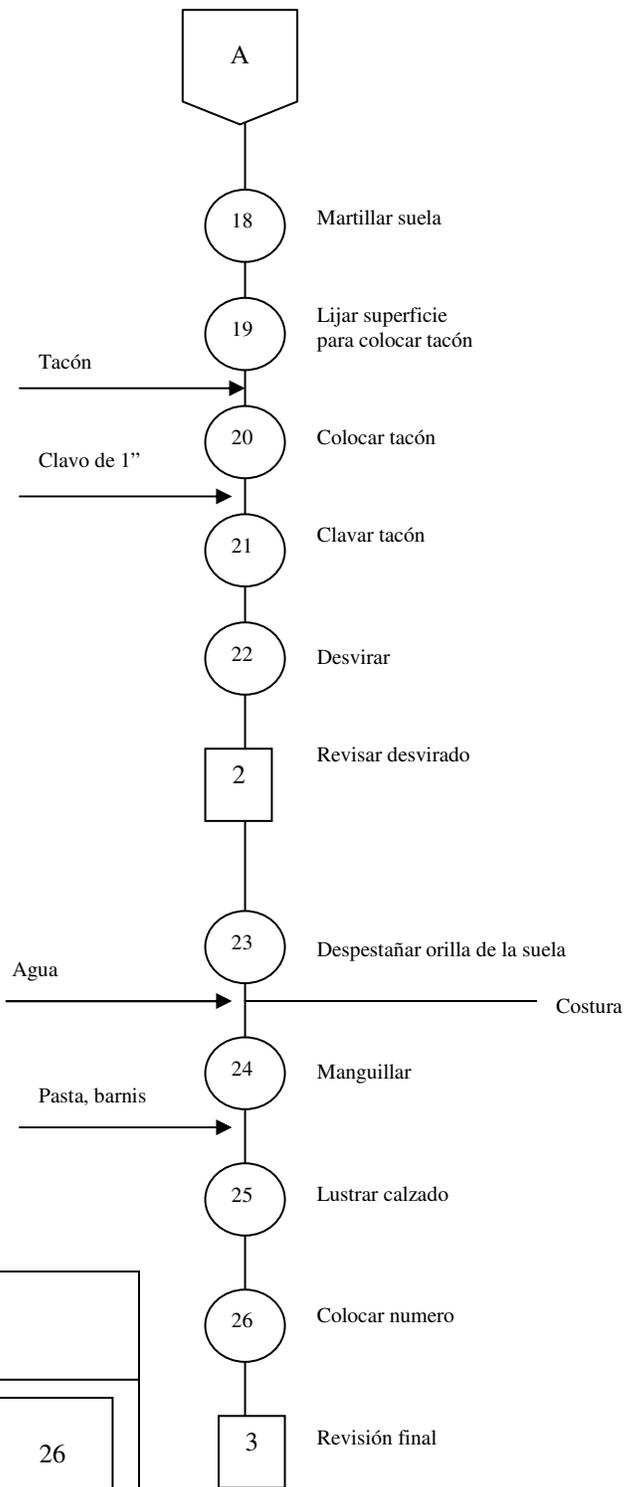


RESUMEN		
Tiempo: 50 Min/Par		
○	Operación	12
□	Inspección	01

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

Anexo 2
Municipio de Santa Catarina Mita, Jutiapa
Diagrama de Operaciones del Proceso
Zapato para caballero (Ensuelado)
Año 2002





RESUMEN		
Tiempo: 1.25 Hrs/Par		
○	Operación	26
□	Inspección	03

La costura se realiza fuera del taller

Fuente: Investigación de campo EPS., primer semestre 2002.

Costo directo de producción de calzado para bebé.

Anexo 3
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de un par de zapatos sintéticos para bebé
Mediano Artesano
Año 2002
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Materia prima	27,696	27,696	0
Polipiel	8,064	8,064	
Forro sintético	2,765	2,765	
Cuerina	968	968	
Suela de esponja	5,115	5,115	
Cerquillo de costura	599	599	
Pegamento	2,074	2,074	
Hilo	323	323	
Hebillas	4,608	4,608	
Otros materiales	3,180	3,180	
Mano de obra a destajo	16,312	23,961	7,649
Alistado	7,695	7,695	
Ensuelado	7,695	7,695	
Empaque	922	922	
Bonificación incentivo 37-2001	0	4,239	
Séptimo día	0	3,410	
Costos indirectos variables	0	8,294	8,294
Cuotas patronales	0	1,336	
Prestaciones laborales	0	6,036	
Energía eléctrica	0	922	
Gastos directos de venta	0	1,290	1,290
Fletes	0	1,060	
Material de empaque	0	230	
Costo directo producción y venta	44,008	61,241	17,233
Producción promedio unidades	4,608	4,608	
Costo directo por unidad	9.55	13.29	3.74

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

Como se observa en el cuadro anterior, en el costo directo de producción hay un margen de diferencia de Q.3.74, debido a que en los valores de encuesta no

se consideran los costos indirectos variables y en la mano de obra no calculan la bonificación incentivo y el séptimo día.

Estado de Resultados para un mediano artesano, calzado para bebé.

Anexo 4
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados Mediano Artesano
Zapatos sintéticos para bebé
Año 2002
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	87,552	87,552	0
4,608 pares de zapatos a Q 19.00			
Costo directo de producción y venta	44,008	61,241	17,233
Materia prima	27,696	27,696	
Mano de obra	16,312	23,961	
Costos indirectos variables	0	8,294	
Gastos directos de venta	0	1,290	
Ganancia marginal	43,544	26,311	(17,233)
Gastos fijos de administración	0	2,766	2,766
Alquileres	0	1,500	
Papelería y útiles	0	150	
Energía eléctrica y agua	0	350	
Depreciación de maquinaria y equipo	0	691	
Gastos varios	0	75	
Ganancia antes de impuesto	43,544	23,545	(19,999)
ISR 31%	0	7,299	(7,299)
Ganancia neta	43,544	16,246	(27,298)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se observa que con las ventas según encuesta se obtiene una ganancia neta del 50%, y al imputar los gastos variables, fijos e impuestos, refleja al final del período una disminución en la utilidad neta del 31%.

Costos de producción de calzado para niño.

Anexo 5
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Zapatos Sintéticos para Niño, Pequeño
Artesano
Año 2002
(Cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Materia prima	25.329	25.329	0
Imitación de piel polo	6.758	6.758	
Forro galleta	2.458	2.458	
Plataforma	8.448	8.448	
Talonera y puntera	2.427	2.427	
Hilo	115	115	
Clavo	61	61	
Pegamento	1.137	1.137	
Solvente	499	499	
Duramil	154	154	
Cartón	384	384	
Cambrayón	269	269	
Costura	1.152	1.152	
Otros materiales	1.467	1.467	
Mano de obra a destajo	7.872	10.430	2.558
Alistado	3.840	3.840	
Ensuelado	3.840	3.840	
Empaque	192	192	
Bonificación incentivo Decreto 37-2001	0	1.068	
Séptimo día	0	1.490	
Costos indirectos variables	0	3.633	3.633
Cuotas patronales	0	622	
Prestaciones laborales	0	2.857	
Energía eléctrica	0	154	
Gastos directos de venta	0	254	254
Fletes	0	177	
Material de empaque	0	77	
Costo directo de producción y venta	33.201	39.646	6.445
Producción promedio en unidades	768	768	
Costo directo por unidad	43,23	51,62	8,39

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

Como se observa en el cuadro anterior, en el costo directo de producción hay un margen de diferencia de Q.8.39, debido a que en los valores de encuesta no están los costos indirectos variables y en la mano de obra no se incluyó la bonificación incentivo y el séptimo día.

Estado de Resultados para un pequeño artesano, calzado para niño.

Anexo 6
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados Pequeño artesano
Zapatos sintéticos para niño
Año 2002
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	46,080	46,080	0
768 pares de zapatos a Q 60.00			
Costo directo producción y venta	33,201	39,646	6,445
Materia prima	25,329	25,329	
Mano de obra	7,872	10,430	
Costos indirectos variables	0	3,633	
Gastos directos de venta	0	254	
Ganancia marginal	12,879	6,434	(6,445)
Gastos fijos de administración	0	1,485	
Alquileres	0	900	
Papelería y útiles	0	120	
Energía eléctrica y agua	0	300	
Depreciación de maquinaria y equipo	0	115	
Gastos varios	0	50	
Ganancia antes de impuesto	12,879	4,949	(7,930)
ISR 31%	0	1,534	(1,534)
Ganancia neta	12,879	3,415	(9,464)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El cuadro anterior muestra que con las ventas según encuesta se obtiene una utilidad neta del 28% y al imputar los costos fijos, variables e impuestos, refleja al final del período una disminución en la utilidad neta del 21%.

Costo de producción de calzado para niña

Anexo 7
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Zapatos de Piel y Plataforma para Niña
Mediano Artesano
Año 2002
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Materia prima	81,843	81,843	0
Piel osaria	44,160	44,160	
Forro sintético prin	640	640	
Talonera y puntera	1,280	1,280	
Duramil	512	512	
Hilo	2,560	2,560	
Clavo	128	128	
Pegamento	1,280	1,280	
Solvente	1,203	1,203	
Hebillas	2,560	2,560	
Plataforma de hule	25,472	25,472	
Costura	2,048	2,048	
Mano de obra a destajo	22,400	31,079	8,679
Alistado	11,520	11,520	
Ensuelado	10,240	10,240	
Empaque	640	640	
Bonificación incentivo 37-2001	0	4,250	
Séptimo día	0	4,429	
Costos indirectos variables	0	10,496	10,496
Cuotas patronales	0	1,792	
Prestaciones laborales	0	8,192	
Energía eléctrica	0	512	
Gastos directos de venta	0	845	845
Fletes	0	589	
Material de empaque	0	256	
Costo directo de producción y venta	104,243	124,263	20,020
Producción promedio en unidades	2,560	2,560	
Costo directo por unidad	40.72	48.54	7.82

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, en el costo directo de producción y venta hay una diferencia de Q 7.82, en virtud que en los valores de encuesta no están los costos indirectos variables y en la mano de obra no incluyen la bonificación incentivo y el séptimo día.

Estado de Resultados de calzado para niña

Anexo 8
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados
Mediano Artesano, Zapatos de Piel y Plataforma para Niña
Año 2002
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	153,600	153,600	0
2,560 pares de zapatos a Q 60.00			
Costo directo de producción y venta	104,243	124,263	20,020
Materia prima	81,843	81,843	
Mano de obra	22,400	31,079	
Costos indirectos variables	0	10,496	
Gastos directos de venta	0	845	
Ganancia marginal	49,357	29,337	(20,020)
Gastos fijos de administración	0	3,034	3,034
Alquileres	0	2,000	
Papelería y útiles	0	200	
Energía eléctrica y agua	0	350	
Depreciación de maquinaria y equipo	0	384	
Gastos varios	0	100	
Ganancia antes de impuesto	49,357	26,303	(23,054)
ISR 31%	0	8,154	(8,154)
Ganancia neta	49,357	18,149	(31,208)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se observa que con las ventas según encuesta se obtiene una ganancia neta del 32%, y al imputar los costos variables, fijos e impuesto, refleja al final del período una disminución en la utilidad neta del 20%.

Costo directo de producción de calzado para dama.

Anexo 9
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Zapatos Sintéticos Abiertos para Dama
Mediano Artesano - Año 2002
Año 2002
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Materia prima	99,340	99,340	0
Piel sintética	9,677	9,677	
Nuboc	5,990	5,990	
Pellejo	2,035	2,035	
Cambrayón de metal	1,613	1,613	
Suela sintética	53,760	53,760	
Pegamento	6,528	6,528	
Hilo	614	614	
Marca	2,304	2,304	
Hebillas	11,520	11,520	
Cartón	5,107	5,107	
Otros materiales	192	192	
Mano de obra a destajo	38,976	50,496	11,520
Alistado	19,200	19,200	
Ensuelado	19,200	19,200	
Empaque	576	576	
Bonificación incentivo 37-2001	0	4,301	
Séptimo día	0	7,219	
Costos indirectos variables	0	17,971	17,971
Cuotas patronales	0	3,072	
Prestaciones laborales	0	14,131	
Energía eléctrica	0	768	
Gastos directos de venta	0	1,843	1,843
Fletes	0	1,344	
Material de empaque	0	499	
Costo directo de producción y venta	138,316	169,650	31,334
Producción promedio en unidades	3,840	3,840	
Costo directo por unidad	36.02	44.18	8.16

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, en el costo directo de producción hay un margen de diferencia de Q.8.16, debido a que en los valores de encuesta no están

considerados los costos indirectos variables y en la mano de obra no incluyen la bonificación incentivo y el séptimo día.

Estado de Resultados para un mediano artesano de calzado para dama.

Anexo 10
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados Mediano Artesano
Zapatos Sintéticos Abiertos para Dama
Año 2002
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	249,600	249,600	0
3,840 pares de zapatos a Q 65.00			
Costo directo de producción y venta	138,316	169,650	31,334
Materia prima	99,340	99,340	
Mano de obra	38,976	50,496	
Costos indirectos variables	0	17,971	
Gastos directos de venta	0	1,843	
Ganancia marginal	111,284	79,950	(31,334)
Gastos fijos de administración	0	5,860	5,860
Alquileres	0	3,600	
Papelería y útiles	0	600	
Energía eléctrica y agua	0	400	
Depreciación de maquinaria y equipo	0	960	
Gastos varios	0	300	
Ganancia antes de impuesto	111,284	74,090	(37,194)
ISR 31%	0	22,968	(22,968)
Ganancia neta	111,284	51,122	(60,162)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se observa que con las ventas según encuesta se obtiene una utilidad neta del 45% y al imputar los costos variables, fijos e impuestos, refleja al final del período una disminución en la utilidad neta del 24%.

Costo directo de producción de calzado para caballero.

Anexo 11
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Zapatos de Piel y Suela para Caballero
Pequeño Artesano
Año 2002
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Materia prima	44,037	44,037	0
Piel de res	19,154	19,154	
Forro de cerdo	2,880	2,880	
Suela de res	11,520	11,520	
Tacón	2,304	2,304	
Talonera y puntera	2,004	2,004	
Cambrayón	768	768	
Pegamento	707	707	
Hilo	230	230	
Cartón	822	822	
Costura	1,152	1,152	
Otros materiales	2,496	2,496	
Mano de obra a destajo	12,480	15,806	3,326
Alistado	6,144	6,144	
Ensuelado	6,144	6,144	
Empaque	192	192	
Bonificación incentivo 37-2001	0	1,068	
Séptimo día	0	2,258	
Costos indirectos variables	0	5,637	5,637
Cuotas patronales	0	983	
Prestaciones laborales	0	4,500	
Energía eléctrica	0	154	
Gastos directos de venta	0	446	446
Fletes	0	346	
Material de empaque	0	100	
Costo directo de producción y venta	56,517	65,926	9,409
Producción promedio en unidades	768	768	
Costo directo por unidad	73.59	85.84	12.25

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el costo directo de producción que muestra el cuadro anterior, hay un margen de diferencia de Q.12.25, debido a que en los valores de encuesta no se consideran los costos indirectos variables y en la mano de obra no calculan la bonificación incentivo y el séptimo día.

Estado de Resultados para un pequeño artesano de calzado para caballero.

Anexo 12
Municipio de Santa Catarina Mita – Jutiapa
Estado de Resultados Pequeño artesano
Zapatos de Piel y Suela para Caballero
Año 2002
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	84,480	84,480	0
768 pares de zapatos a Q 110.00			
Costo directo de producción y venta	56,517	65,926	9,409
Materia prima	44,037	44,037	
Mano de obra	12,480	15,806	
Costos indirectos variables	0	5,637	
Gastos directos de venta	0	446	
Ganancia marginal	27,963	18,554	(9,409)
Gastos fijos de administración	0	1,890	1,890
Alquileres	0	1,200	
Papelería y útiles	0	150	
Energía eléctrica y agua	0	350	
Depreciación de maquinaria y equipo	0	115	
Gastos varios	0	75	
Ganancia antes de impuesto	27,963	16,664	(7,519)
ISR 31%	0	5,166	(5,166)
Ganancia neta	27,963	11,498	(16,465)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior se observa que con las ventas según encuesta se obtiene una utilidad neta del 33% y al imputar los costos variables, fijos e impuestos, refleja al final del período una disminución en la utilidad neta del 19%.

Costo directo de producción de botas para caballero

Anexo 13
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Costo Directo de Producción de Botas de Piel y Plataforma para Caballero
Mediano Artesano Año 2002
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Materia prima	443,059	443,059	0
Piel de res	177,408	177,408	
Tela para forro	2,304	2,304	
Desbaste	10,368	10,368	
Talonera y puntera	9,216	9,216	
Hilo	9,216	9,216	
Clavo	4,608	4,608	
Pegamento	9,677	9,677	
Solvente	3,686	3,686	
Esponja	46,080	46,080	
Plataforma de hule	165,888	165,888	
Costura	4,608	4,608	
Mano de obra a destajo	112,896	141,696	28,800
Alistado	46,080	46,080	
Ensuelado	62,208	62,208	
Empaque	4,608	4,608	
Bonificación incentivo 37-2001	0	8,571	
Séptimo día	0	20,229	
Costos indirectos variables	0	50,504	50,504
Cuotas patronales	0	8,893	
Prestaciones laborales	0	40,689	
Energía eléctrica	0	922	
Gastos directos de venta	0	2,765	2,765
Fletes	0	2,074	
Material de empaque	0	691	
Costo directo de producción y venta	555,955	638,024	82,069
Producción promedio en unidades	4,608	4,608	
Costo directo por unidad	120.65	138.46	17.81

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

En el cuadro anterior, en el costo directo de producción y venta hay una diferencia de Q 17.81, debido a que en los valores de encuesta no se consideran los costos indirectos variables y en la mano de obra no calculan la bonificación incentivo y el séptimo día.

Estado de Resultados para mediano artesano productor de botas para caballero

Anexo 14
Municipio de Santa Catarina Mita - Jutiapa
Estado de Resultados Mediano Artesano
Botas de Piel y Plataforma para Caballero
Año 2002
(cifras en quetzales)

Concepto	Encuesta	Imputados	Variación
Ventas	783,360	783,360	0
4,608 pares de zapatos a Q 170.00			
Costo directo producción y venta	555,955	638,024	82,069
Materia prima	443,059	443,059	
Mano de obra	112,896	141,696	
Costos indirectos variables	0	50,504	
Gastos directos de venta	0	2,765	
Ganancia marginal	227,405	145,336	(82,069)
Gastos fijos de administración	0	9,352	9,352
Alquileres	0	4,800	
Papelería y útiles	0	1,200	
Energía eléctrica y agua	0	1,200	
Depreciación de maquinaria y equipo	0	1,152	
Gastos varios	0	1,000	
Ganancia antes de impuesto	227,405	135,984	(91,421)
ISR 31%	0	42,155	(42,155)
Ganancia neta	227,405	93,829	(133,576)

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., primer semestre 2002.

El cuadro anterior muestra que con las ventas según encuesta se obtiene una ganancia neta del 29% y al imputar los costos variables, fijos e impuesto, refleja al final del período una disminución en ésta, del 17%.

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

CONTENIDO

- Introducción
- Objetivos del manual de normas y procedimientos
- Campo de aplicación
- Normas generales
- Descripción del procedimiento
- Diagrama del flujo o flujograma
- Simbología utilizada

MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

- **Introducción**

El manual de normas y procedimientos tiene como finalidad simplificar, organizar y sistematizar los procedimientos de trabajo, por lo tanto su carácter es eminentemente práctico y operativo. Se considera que es de suma importancia la existencia de dicho manual, el que se utilizará como un instrumento de trabajo, para facilitar la ejecución de tareas de las personas que forman parte de la Asociación.

- **Objetivos del manual**

- Brindar a los trabajadores una herramienta que permita tener una mejor visión del proceso productivo y de las actividades que corresponde realizar.
- Que el productor tenga por escrito el procedimiento formal de producción, para que se lleve a cabo en forma ordenada y lógica, se minimizará tiempo en explicaciones.
- Servir de medio para normalizar las obligaciones en cada puesto de trabajo, con el fin de evitar duplicidad u omisión de actividades.

- **Campo de aplicación**

El Manual de Normas y procedimientos se elaboró basado en las necesidades de los productores de chile pimiento del municipio de Santa Catarina Mita, departamento de Jutiapa y está dirigido al área de producción, para ser aplicado por todos los miembros de la Asociación.

- **Normas generales**

- Respetar y cumplir los pasos establecidos en los procedimientos, para lograr un mejor resultado en el desarrollo de sus actividades.

- Quien recibe una orden, deberá pedir que se la comuniquen por escrito y llevar el visto bueno del jefe o autoridad competente.
- Cada trabajador es responsable de los materiales y enseres que se le proporcionen para realizar su trabajo.
- La planeación, coordinación e integración administrativa, deben ser las herramientas diarias de trabajo en la Asociación.
- La Asamblea General de Accionistas, debe mantener un sistema de comunicación, entre todos los miembros, para tener una relación positiva.
- La administración debe definir los planes con suficiente anticipación y con metas establecidas, para instaurar claramente los procesos y fases entre el inicio y finalización de cada proceso.

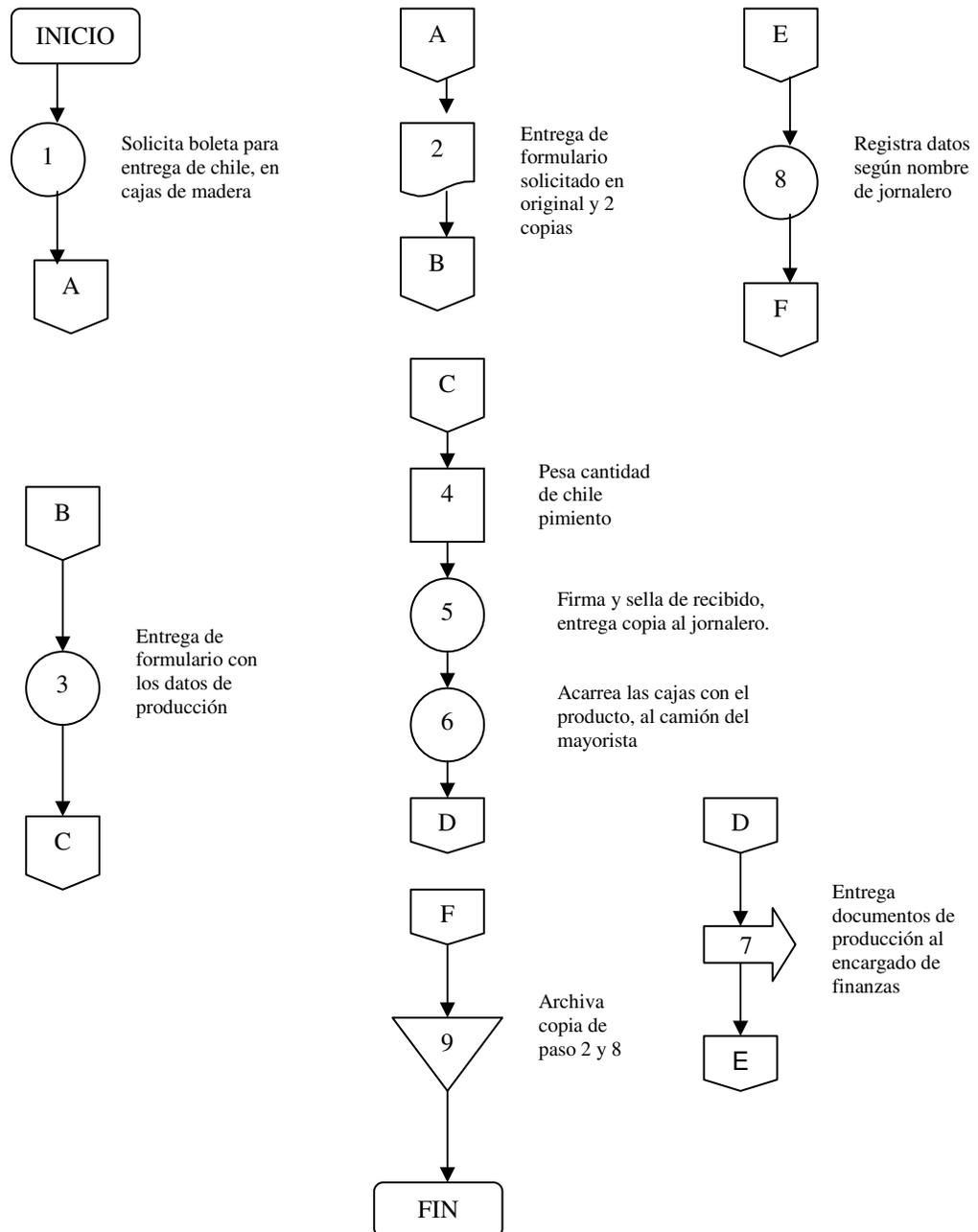
- **Descripción del procedimiento**

A continuación se describen los procedimientos que se utilizan en la cosecha, requerimiento de insumos, comercialización y ventas del proyecto producción de chile pimiento.

Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán	
Nombre del procedimiento Cosecha de producción	Elaborado por:
Procedimiento No. 1 No. de pasos: 9	Hoja _____ de _____ Fecha: Octubre 2004
Inicia: Jornalero	Termina: Encargado de producción
Departamento: Producción	Responsable: Jornalero y Encargado de producción
<p>OBJETIVOS DEL PROCEDIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Llevar un control de la producción de chile pimiento y evitar pérdida en su manejo. - Mantener actualizado el inventario de la producción, para conocer en cualquier momento la cantidad de cajas de chile pimiento, que se ha entregado a los mayoristas. - Aplicar procedimientos adecuados en las áreas de producción y venta, para evitar retrasos en el cobro por la venta y pago de mano de obra. <p>NORMAS DEL PROCEDIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Todo miembro de la Asociación, deberá seguir este procedimiento al momento de la cosecha. - El encargado de producción, es el responsable de que la misma se recolecte en las cajas correspondientes. - El encargado de finanzas llevará el control de ingresos y egresos que deberán hacerse por dicha operación. 	

Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán		
Nombre del procedimiento Cosecha de producción		Elaborado por:
Procedimiento No. 1 No. de pasos: 9		Hoja _____ de _____ Fecha: Octubre 2004
Inicia: Jornalero		Termina: Encargado de producción
Departamento: Producción		Responsable: Jornalero y Encargado de producción
Responsable	Paso No.	Actividad
Jornalero	1	Solicita boleta para entrega de chile pimiento, en cajas de madera
Encargado de producción	2	Entrega de formulario solicitado en original y dos copias.
Jornalero	3	Entrega formulario con los datos de producción
Encargado de producción	4	Pesa cantidad de chile pimiento
	5	Firma y sella de recibido, entrega copia al jornalero
Jornalero	6	Acarrea las cajas con el producto, al camión del mayorista
Encargado de producción	7	Entrega documentos de producción al encargado de finanzas.
Encargado de finanzas	8	Registra datos según nombre de jornalero
Encargado de producción	9	Archiva copia de paso 2 y 8

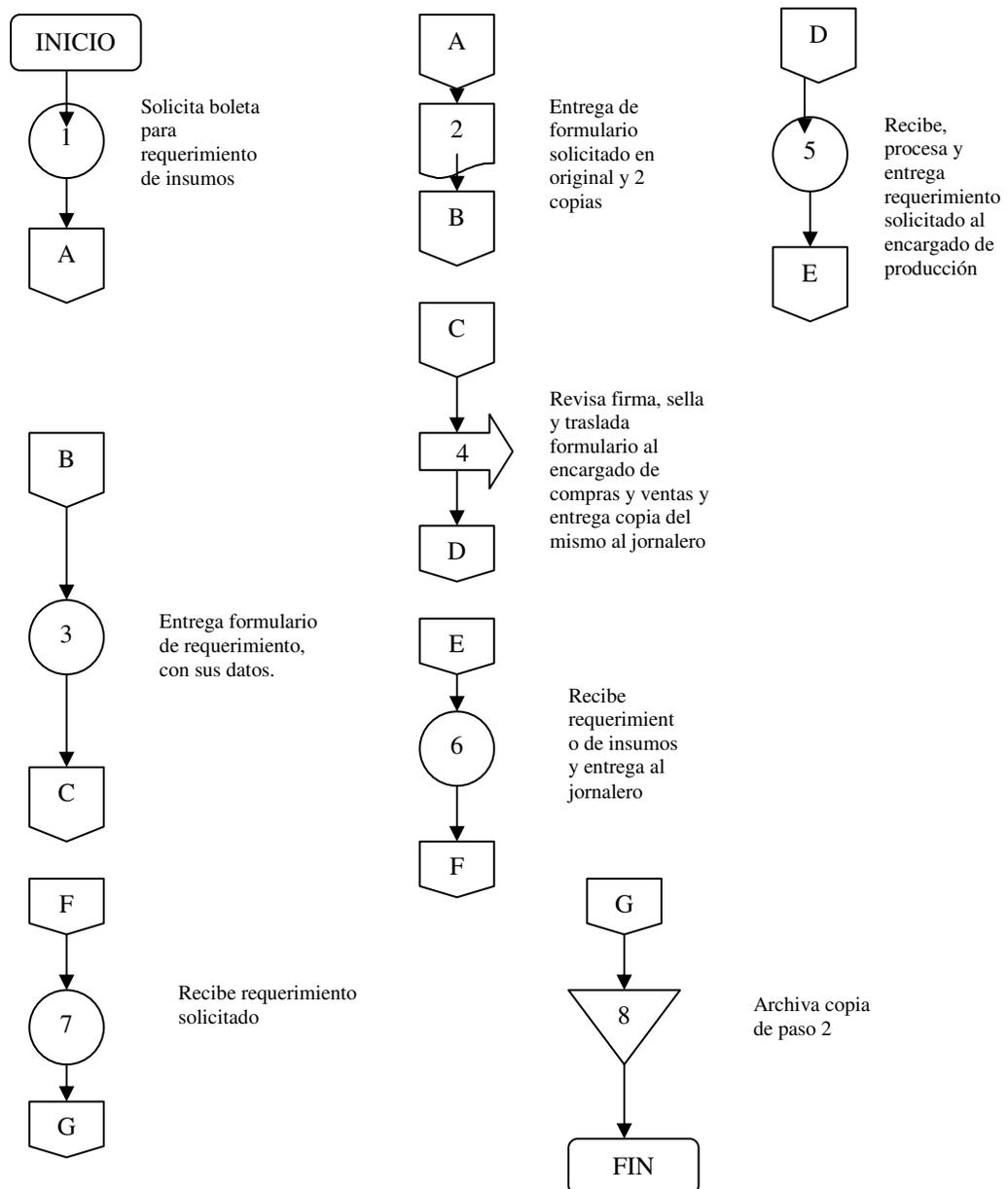
Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán		
Nombre del procedimiento Cosecha de producción	Elaborado por:	
Procedimiento No. 1 No. de pasos: 9	Hoja _____ de _____ Fecha: Octubre 2004	
Inicia: Jornalero	Termina: Encargado de producción	
Departamento: Producción	Responsable: Jornalero y Encargado de producción	
Jornalero	Jefe de producción	Encargado de finanzas



Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán	
Nombre del procedimiento Requerimiento de insumos	Elaborado por:
Procedimiento No. 2 No. de pasos: 8	Hoja _____ de _____ Fecha: Octubre 2004
Inicia: Jornalero	Termina: Encargado de producción
Departamento: Producción	Responsable: Jornalero, Encargado de compras y Encargado de producción
<p>OBJETIVOS DEL PROCEDIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantener un control de los requerimientos presentados, de insumos e instrumentos de trabajo necesarios para el proceso productivo. - Que la sección de finanzas, así como compras y ventas, provean los recursos necesarios para la compra de los insumos indispensables. <p>NORMAS DEL PROCEDIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Todo empleado que pertenece a la Asociación, deberá seguir este procedimiento cuando requiera de materiales y equipo necesario para el desempeño del trabajo. - Los encargados de cada sección, cursarán los requerimientos de los empleados a la sección de compras y ventas, para que este surta de lo requerido. - El encargado de compras y ventas entregará en el momento lo solicitado y si no hubiera, lo cotizará y comprará con el objeto de continuar con el desempeño de las labores. - El encargado de producción es el responsable del proceso productivo, así como de la cosecha del chile pimiento. 	

Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán		
Nombre del procedimiento Requerimiento de insumos		Elaborado por:
Procedimiento No. 2 No. de pasos: 8		Hoja _____ de _____ Fecha: Octubre 2004
Inicia: Jornalero		Termina: Encargado de producción
Departamento: Producción		Responsable: Jornalero, Encargado de compras y Encargado de producción
Responsable	Paso No.	Actividad
Jornalero	1	Solicita boleta para requerimiento de insumos
Encargado de producción	2	Entrega de formulario solicitado en original y dos copias.
Jornalero	3	Entrega formulario de requerimiento, con sus datos.
Encargado de producción	4	Revisa, firma, sella y traslada formulario al encargado de compras y ventas, y entrega copia del mismo al jornalero
Encargado de compras	5	Recibe, procesa y entrega requerimiento solicitado al encargado de producción
Encargado de producción	6	Recibe requerimiento de insumos y entrega al jornalero
Jornalero	7	Recibe requerimiento solicitado
Encargado de producción	8	Archiva copia de paso 2.

Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán		
Nombre del procedimiento	Elaborado por:	
Requerimiento de insumos		
Procedimiento No. 2	Hoja _____ de _____	
No. de pasos: 8	Fecha: Octubre 2004	
Inicia: Jornalero	Termina: Encargado de producción	
Departamento: Producción	Responsable: Jornalero, Encargado de compras y Encargado de producción	
Jornalero	Jefe de producción	Encargado de finanzas

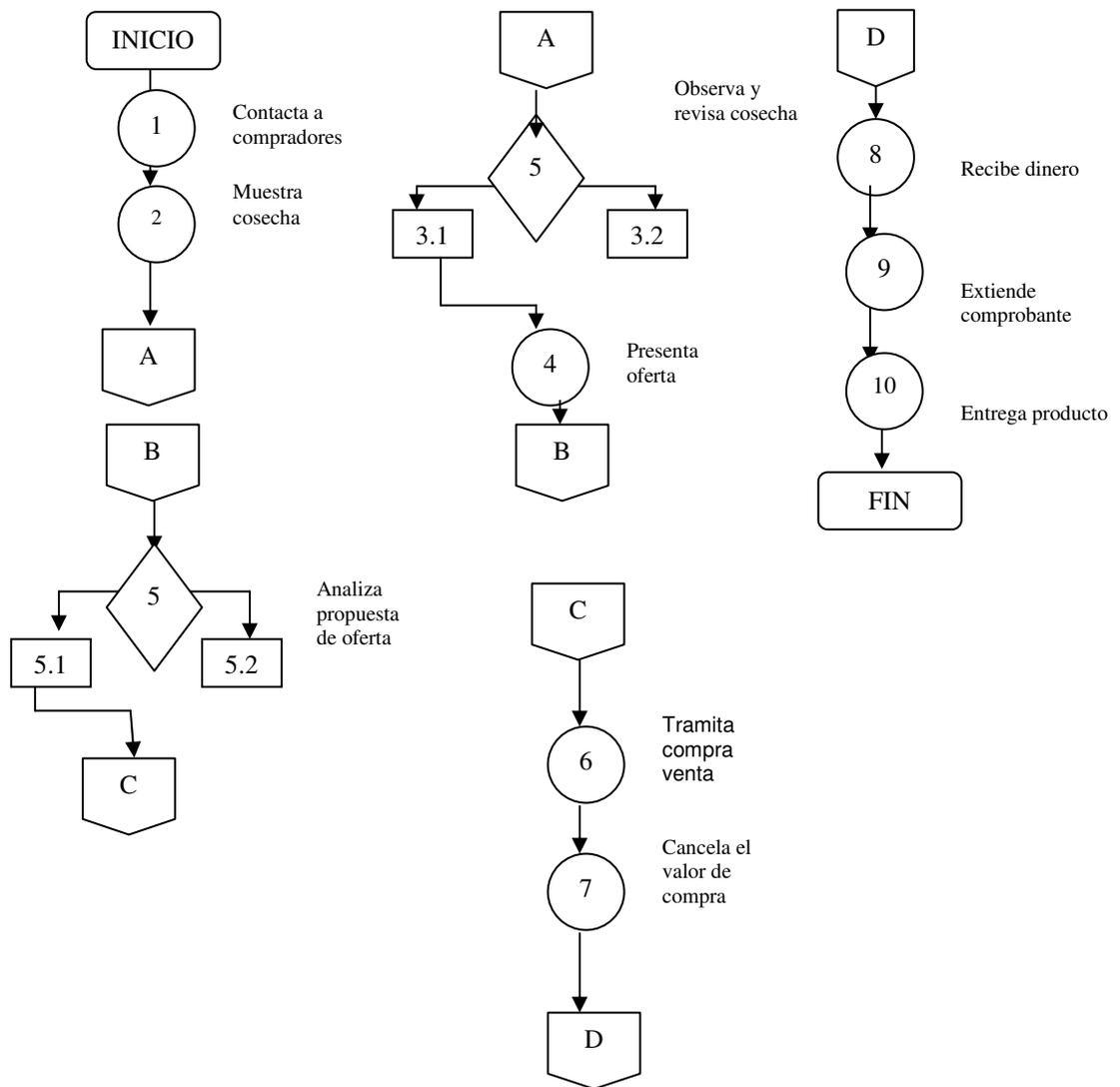


Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán	
Nombre del procedimiento Comercialización y ventas	Elaborado por:
Procedimiento No. 3 No. de pasos: 10	Hoja _____ de _____ Fecha: Octubre 2004
Inicia: Encargado de comercialización y ventas	Termina: Gerente General
Departamento: Comercialización	Responsable: Encargado de comercialización y ventas, Gerente General
<p>OBJETIVOS DEL PROCEDIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lograr mejores precios de chile pimiento en el mercado. - Establecer los canales de comercialización más adecuados. - Vender la totalidad de la producción <p>NORMAS DEL PROCEDIMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El valor de chile pimiento deberá ser cancelado en efectivo y en el momento de entrega del producto. - Es responsable de resolver los problemas que se presenten durante la entrega de los pedidos. - Reportar las actividades de comercialización de chile pimiento. 	

Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán		
Nombre del procedimiento Comercialización y ventas		Elaborado por:
Procedimiento No. 3 No. de pasos: 10		Hoja _____ de _____ Fecha: Octubre 2004
Inicia: Encargado de comercialización y ventas		Termina: Gerente General
Departamento: Comercialización y ventas		Responsable: Encargado de comercialización y ventas, Gerente General
Responsable	Paso No.	Actividad
Encargado de comercialización y ventas	1	Contacta a posibles compradores
	2	Muestra la cosecha de chile pimiento
	3	Observa y revisa parte de la cosecha de chile pimiento
Comprador	3.1	Si reúne las características de calidad, el comprador platica con el encargado de ventas
	3.2	Si no, se da por terminada la actividad
	4	Presenta oferta de compra a encargado de comercialización y ventas.
	5	Analiza la oferta propuesta por el comprador
Encargado de comercialización y ventas	5.1	Si se decide la venta, se notifica al comprador.
	5.2	Si no, se da por terminada la actividad
Comprador	6	Recibe notificación y acompaña al encargado de comercialización y ventas a realizar los trámites para la compra – venta del producto.

Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán		
Nombre del procedimiento Comercialización y ventas		Elaborado por:
Procedimiento No. 3 No. de pasos: 10		Hoja _____ de _____ Fecha: Octubre 2004
Inicia: Encargado de Comercialización y ventas		Termina: Gerente General
Departamento: Comercialización y ventas		Responsable: Encargado de Comercialización y ventas, Gerente General
Responsable	Paso No.	Actividad
Gerente General	7	Cancela el pedido total del producto adquirido
	8	Recibe dinero
	9	Extiende comprobante de compra
	10	Entrega producto

Asociación de Desarrollo Campesino y Ecoturístico de la aldea Suchitán		
Nombre del procedimiento Comercialización y ventas	Elaborado por:	
Procedimiento No. 3 No. de pasos: 10	Hoja _____ de _____ Fecha: Octubre 2004	
Inicia: Encargado de Comercialización y ventas	Termina: Gerente General	
Departamento: Comercialización y ventas	Responsable: Encargado de Comercialización y ventas, Gerente General	
Encargado de comercialización y ventas	Comprador	Gerente General



- **Glosario de términos**

- **Manual:** Es un documento que contiene en forma ordenada y sistemática información, instrucciones, organización, políticas y procedimientos de una sociedad, que se consideren necesarios para la mejor ejecución del trabajo.
- **Manual de Normas y Procedimientos:** Constituye un documento en el cual en forma escrita, se señala el procedimiento o proceso a seguir, para ejecutar determinado tipo de trabajo. Describe en su secuencia lógica, las distintas operaciones o pasos de que se compone el proceso, normas que lo rigen, diagramas, que incluye el campo de aplicación, entre otros.
- **Procedimiento:** Es la sucesión cronológica, secuencia de operaciones concatenadas y su método de operación, que realizada por una o varias personas, constituyen una unidad y son necesarias para desarrollar una función rutinaria de trabajo.
- **Actividad:** Es un conjunto de actos administrativos que realiza una institución o parte de ella.
- **Flujograma:** Es un diagrama que expresa en forma gráfica las distintas operaciones, que componen un procedimiento o parte de él y establece una secuencia lógica.

- **Simbología**

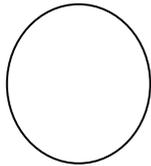
Para una mejor comprensión de los flujogramas, se utilizan símbolos modelo, ya que facilitan y proveen una rápida indicación de las operaciones que se representan a través de ellos.

A continuación se presentan estos símbolos y su significado:



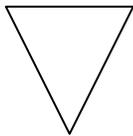
Inicio / Final

Inicio o fin de un procedimiento



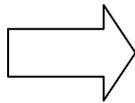
Operación

Ocurre cuando se prepara información, se maneja una máquina, se lleva un formato, entre otros. Se invierte esfuerzo físico y mental.



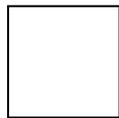
Archivo

Aparece cuando se guarda un papel, un formulario o una fase del procedimiento se frena o se detiene totalmente.



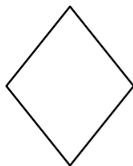
Transporte

Indica el traslado de una operación a otra.



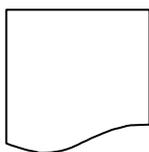
Inspección

Ocurre cuando se examina o comprueba algo de trabajo ejecutado, para que continúe su ejecución.



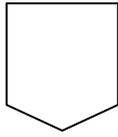
Decisión

Aparece cuando en un procedimiento se debe seleccionar una alternativa.

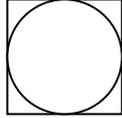


Documento

Cuando en un procedimiento participa un formulario, folleto, hojas impresas, antes de que se represente la acción o recaiga sobre dicho documento, debe introducirse el mismo.



Conector



Revisión – operación

Se utiliza cuando al mismo tiempo se efectúa

Cualquier actividad de una operación y una

inspección.

BIBLIOGRAFIA

AGUILAR CATALÁN, JOSE ANTONIO. “Metodología de la Investigación para los Diagnósticos Socioeconómicos (Pautas para el desarrollo de las regiones, en países que han sido mal administrados)”. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, Ejercicio Profesional Supervisado – EPS –, Documento de apoyo docente. Escuela de Economía, enero 2002. 44 p.

INSTITUTO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA AGRÍCOLA – ICTA –. “Estudio de 18 Variedades de Chile Pimiento”. Guatemala, 1999. 65 p.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA “X Censo Nacional de población y V de Habitación, 1994” departamento de Jutiapa. Guatemala, octubre 1996, 154 p.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA “Población Total por Años Calendario, período 1995 – 2050”. Guatemala 2002. 1 p.

INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA AGRARIA Y ALIMENTARIA. “Catálogo de semillas de Chile Pimiento”. Madrid, España, 1998. 35 p.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y ALIMENTACIÓN – MAGA –. “Estadístico de Precios e Insumos Agropecuarios SIM, Anuario 1999 – 2001”. Guatemala 2001. 42 p.

OSORIO SANDOVAL, JOSÉ ADALBERTO. “Santa Catarina Mita” (Ensayo Monográfico). Guatemala, Impresora Éxito. 2,001. 230 p.

SIMMONS, CHARLES “Clasificación de Reconocimiento de Suelos de la República de Guatemala”. Ministerio de Educación Pública. Guatemala, 1959. 25 p.

UNIDAD SECTORIAL DE PLANIFICACIÓN AGROPECUARIA Y DE ALIMENTACIÓN. “información de Mercados Agropecuarios”. Guatemala 1984 – 1989. 68 p.

UNIDAD TÉCNICA MUNICIPAL. “Caracterización del municipio de Santa Catarina Mita, Jutiapa”. 1998. 125 p.

UNIDAD TÉCNICA MUNICIPAL. “I Censo Rural 2000, municipio de Santa Catarina Mita, Jutiapa”. Guatemala, 2000. 80 p.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. “Documento de Evaluación Financiera”. Seminario Específico EPS. Guatemala, 2002. 35 p.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. “Recopilación mínima para elaborar una tesis profesional o una investigación documental”. Documento de apoyo a la docencia. Escuela de Economía y Administración de Empresas, 1989- 67 p.

ZEA SANDOVAL, MIGUEL ANGEL; CASTRO MONTERROSO, HÉCTOR SANTIAGO. “Formulación y Evaluación de Proyectos”. Curso Departamental. Secretaría General del Consejo Nacional de Planificación Económica (SEGEPLAN). Guatemala, 1993. 194 p.