

MUNICIPIO DE JOYABAJ
DEPARTAMENTO DE QUICHÉ

“COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(CARPINTERÍA) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE APIO”

LUIS ARTURO HERNÁNDEZ BURGOS

TEMA GENERAL

“DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO, POTENCIALIDADES
PRODUCTIVAS Y PROPUESTAS DE INVERSIÓN”

MUNICIPIO DE JOYABAJ
DEPARTAMENTO DE QUICHÉ

TEMA INDIVIDUAL

“COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(CARPINTERÍA)Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE APIO”

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
2,009

2,009

(c)

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

JOYABAJ – VOLUMEN 2

2-63-95-AE-2,009

Impreso en Guatemala, C.A.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

“COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
(CARPINTERÍA) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE APIO”

MUNICIPIO DE JOYABAJ
DEPARTAMENTO DE QUICHÉ

INFORME INDIVIDUAL

Presentado a la Honorable Junta Directiva y al

Comité Director

del

Ejercicio Profesional Supervisado de
la Facultad de Ciencias Económicas

por

LUIS ARTURO HERNÁNDEZ BURGOS

previo a conferírsele el título

de

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

en el Grado Académico de

LICENCIADO

Guatemala, noviembre de 2009

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

Decano:	Lic. José Rolando Secaida Morales
Secretario:	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal Primero:	Lic. Albaro Joel Girón Barahona
Vocal Segundo:	Lic. Mario Leonel Perdomo Salguero
Vocal Tercero:	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal Cuarto:	P.C. Edgar Arnoldo Quiche Chiyal
Vocal Quinto:	P.C. José Antonio Vielmán

**COMITÉ DIRECTOR DEL
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO**

Decano:	Lic. José Rolando Secaida Morales
Coordinador General:	Lic. Marcelino Tomas Vivar
Director de la Escuela de Economía:	Lic. Antonio Muñoz Saravia.
Director de la Escuela de Auditoría:	Lic. Carlos Humberto Hernández Prado
Director a.i. de la Escuela de Administración:	Licda. Olga Edith Siekavizza Grisolia
Director del IIES:	Lic. Franklin Roberto Valdez Cruz
Jefe del Depto. de PROPEC:	Lic. Hugo Rolando Cuyán Barrera
Delegado Estudiantil Área de Economía.	Emerson Benjamín Rodríguez Alvarado
Delegado Estudiantil Área de Auditoría:	Jorge Roberto Pineda Samayoa
Delegado Estudiantil Área de Administración:	Cristián Estuardo Mayen Batz



**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS**

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

El Infrascrito Secretario de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, **HACE CONSTAR:** Que en sesión celebrada el día 10 de noviembre de 2009, según Acta No. 25-2009 Punto UNICO, inciso 1.2, subinciso 1.2.50 la Junta Directiva de la Facultad conoció y aprobó el Informe Individual del Ejercicio Profesional Supervisado, que con el título de "COMERCIALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL (CARPINTERÍA) Y PROYECTO: PRODUCCIÓN DE APIO", municipio de Joyabaj, departamento de Quiché.

Presentó

LUIS ARTURO HERNÁNDEZ BURGOS

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

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

Se extiende la presente, en la ciudad de Guatemala, a trece días del mes de noviembre de dos mil nueve.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO



Smp.

[Firma]
REVISADO

ACTO QUE DEDICO

A DIOS	Por permitir y bendecirme en todo el camino para llegar a este momento en mi vida.
A MIS PADRES	Nely Burgos Portillo por todo su amor y apoyo incondicional, a mi padre Rafael Hernández (QEPD) por su ejemplo y sus consejos.
A MI FAMILIA	Mi esposa Dolores del Carmen Chinchilla, a mis hijas Oubry, Nely y Carmencita por su comprensión, amor y apoyo en todo momento y que sigan el ejemplo para lograr el éxito profesional.
A MIS HERMANOS	Hugo Rolando (QEPD), que estando en trabajo de campo de EPS falleció, Edgar, Fred y Rafael por su apoyo en todo momento.
A MIS SOBRINOS	Para que sirva de ejemplo en sus vidas y que logren alcanzar el éxito.
A MIS TIOS Y TIAS	Alejandro, Felicita, Maura, Angélica y Lic. Emilio Burgos, por sus sabios consejos.
A MIS PRIMOS Y PRIMAS	Que como ejemplo continúen en la búsqueda del éxito en especial a Sandra Gómez.
A MIS AMIGOS (AS)	Que durante mi vida he logrado cosechar y que perdure la amistad.

A MIS COMPAÑEROS
DEL EPS

Por su amistad y compañerismo para lograr el triunfo
en grupo.

A MIS COMPAÑEROS
DE LA SAT

Por su respaldo y consejos en todo momento para
conseguir tan preciado éxito.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

Por permitirme estar en sus aulas para forjar mis conocimientos profesionales y
y contribuir al desarrollo de Guatemala

ÍNDICE

No.		Página
	INTRODUCCIÓN	i
	CAPÍTULO I	
	CARACTERÍSTICAS SOCIECONÓMICAS	
	DEL MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ	
1.1	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	1
1.2	LOCALIZACIÓN	1
1.3	RECURSOS NATURALES	1
1.3.1	Recursos forestales	1
1.3.2	Recursos edáficos	3
1.3.3	Recursos hídricos	4
1.4	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	5
1.4.1	Por rango de edad	5
1.4.2	Población económicamente activa	6
1.4.2.1	Ocupados, sub ocupados, desocupados	7
1.4.3	Nivel de gastos e ingresos familiares	7
1.4.4	Nivel de pobreza	8
1.4.5	Migración	8
1.4.6	Vivienda	9
1.5	DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA	9
1.5.1	División política	9
1.5.2	División administrativa	10
1.6	INFRAESTRUCTURA	11
1.6.1	Vías y medios de comunicación	11
1.6.2	Mercado	12
1.6.3	Rastro	12
1.6.4	Cementerio	12

1.7	SERVICIOS	12
1.7.1	Estatales	12
1.7.1.1	Salud	13
1.7.1.2	Educación	13
1.7.1.3	Seguridad	14
1.7.2	Municipales	14
1.7.2.1	Agua	14
1.7.2.2	Drenajes	15
1.7.2.3	Otros	15
1.7.3	Privados	16
1.7.3.1	Servicios telefónicos	16
1.7.3.2	Servicios de correo	16
1.7.3.3	Radio	17
1.7.3.4	Transporte	17
1.7.3.5	Energía eléctrica	17
1.7.3.6	Otros	18
1.8	ORGANIZACIONES EXISTENTES	18
1.8.1	Gubernamentales	18
1.8.2	Organizaciones no gubernamentales	18
1.8.3	Sociales	18
1.8.4	Productivas	19
1.9	ESTRUCTURA AGRARIA	19
1.9.1	Tenencia de la tierra	19
1.9.2	Concentración de la tierra	20
1.9.3	Uso actual y potencial de los suelos	21
1.10	PRODUCCIÓN DEL MUNICIPIO	22
1.11	POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS	23
1.11.1	Artesanal	23
1.11.2	Pecuaria	23

1.11.3	Turismo	23
1.11.4	Agrícola	24
1.12	EVALUACIÓN DEL ENTORNO AMBIENTAL	24
1.12.1	Riesgos	24
1.12.2	Vulnerabilidades	24
1.12.3	Desastre	25
1.12.4	Amenazas	25

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DE LA CARPINTERÍA

2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	26
2.2	PRODUCCIÓN	26
2.2.1	Volumen de producción	26
2.2.2	Destino	26
2.3	ASESORÍA TÉCNICA	27
2.4	TECNOLOGÍA	27
2.5	PROCESO PRODUCTIVO	27
2.5.1	Proceso productivo ropero	28
2.5.1.1	Normas de proceso	29
2.5.2	Proceso productivo trinchante	29
2.5.2.1	Normas de proceso	30
2.5.3	Proceso productivo gabinete	30
2.5.3.1	Normas de proceso	31
2.5.4	Flujograma del proceso productivo	32
2.6	COSTO	34
2.6.1	Costeo directo	34
2.6.1.1	Estado de costo de producción	34
2.7	RENTABILIDAD	37
2.7.1	Indicadores	37

2.7.1.1	Precio de venta	38
2.7.2	Indicadores financieros	38
2.8	FINANCIAMIENTO	38
2.8.1	Fuentes internas	38
2.8.2	Fuentes externas	38
2.9	MEZCLA DE LA MERCADOTECNIA	39
2.9.1	Producto	39
2.9.1.1	Niveles de producto	39
2.9.1.2	Atributos del producto	40
2.9.1.3	Línea de productos	41
2.9.2	Precio	42
2.9.2.1	Objetivo del precio	42
2.9.2.2	Tipo de precio	42
2.9.3	Plaza	42
2.9.3.1	Margen de utilidad	46
2.9.4	Promoción	43
2.10	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	43
2.10.1	Planeación	44
2.10.2	Organización	44
2.10.3	Integración	47
2.10.4	Dirección	48
2.10.5	Control	48
2.11	GENERACIÓN DE EMPLEO.	49
2.12	PROPUESTA DE SOLUCIÓN A LA SITUACIÓN ENCONTRADA EN LA PRODUCCIÓN DE LA CARPINTERÍA	49
2.12.1	Organización empresarial	49
2.12.1.1	Planeación	49
2.12.1.2	Organización	53

2.12.1.3	Integración de recursos	56
2.12.1.4	Dirección	57
2.12.1.5	Control	58
2.13	MERCADOTECNIA	59
2.13.1	Producto	59
2.13.2	Precio	61
2.13.3	Plaza	62
2.13.4	Promoción	63

CAPÍTULO III

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE APIO

3.1	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	66
3.1.1	Objetivos	66
3.1.1.1	General	67
3.1.1.2	Específicos	67
3.2	ESTUDIO DE MERCADO	67
3.2.1	Identificación del producto	68
3.2.1.1	Uso del producto	68
3.2.3	Oferta	71
3.2.4	Demanda	72
3.2.5	Precio	78
3.2.6	Comercialización	78
3.3	ESTUDIO TÉCNICO	79
3.3.1	Localización	79
3.3.2	Macrolocalización	79
3.3.3	Microlocalización	80
3.3.4	Tamaño y duración del proyecto	80
3.3.5	Recursos	81
3.3.6	Producción	83
3.3.7	Proceso productivo	84

3.3.8	Nivel Tecnológico	89
3.4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	89
3.5	ESTUDIO FINANCIERO	89
3.5.1	Inversión	89
3.5.2	Inversión fija	90
3.5.3	Inversión en capital de trabajo	90
3.5.4	Inversión total	91
3.5.5	Financiamiento	92
3.5.6	Costo directo de producción	95
3.5.7	Estado de resultados	96
3.6	EVALUACIÓN FINANCIERA	98
3.6.1	Punto de equilibrio	98
3.6.2	Valor actual neto -VAN-	101
3.6.3	Tasa interna de retorno -TIR-	101
3.6.4	Relación beneficio-coste -R/BC-	102
3.6.5	Impacto social	103

CAPÍTULO IV

COMERCIALIZACIÓN DE LA

PRODUCCIÓN DE APIO

4.1	SITUACIÓN ACTUAL	105
4.2	PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN PROPUESTO	105
4.3	COMERCIALIZACIÓN	106
4.3.1	Institucional	106
4.3.2	Funcional	107
4.3.3	Estructural	109
4.4	OPERACIONES DE COMERCIALIZACIÓN	110
4.4.1	Canal de comercialización	111
4.4.2	Márgenes de comercialización	111

CAPÍTULO V
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL:
PRODUCCIÓN DE APIO

5.1	SITUACIÓN ACTUAL	114
5.1.1	Organización empresarial propuesta	114
5.1.1.1	Planeación	115
5.1.1.2	Organización	119
5.1.1.3	Integración	123
5.1.1.4	Dirección	124
5.1.1.5	Control	124

CONCLUSIONES	126
--------------	-----

RECOMENDACIONES	128
-----------------	-----

ANEXOS

- 1 Manual de organización
- 2 Descripción de procedimientos
- 3 Plan de marketing
- 4 Planilla de sueldos administración
- 5 Volante
- 6 Formularios propuestos

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Descripción	Página
1	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Costo de Producción, Fabricación de Mueble de Madera "Ropero", Año 2007.	35
2	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Costo de Producción, Fabricación de Mueble de Madera "Trinchante", Año 2007.	36
3	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Costo de Producción, Fabricación de Mueble de Madera "Gabinete", Año 2007.	36
4	República de Guatemala Oferta Nacional Histórica de Apio, Período 2002 – 2006.	71
5	República de Guatemala Oferta Nacional Proyectada de Apio Período 2007 – 2011.	72
6	República de Guatemala Demanda Nacional Histórica de Apio Período 2002 – 2006.	73
7	República de Guatemala Demanda Potencial Proyectada de Apio Período 2007 – 2011.	74
8	República de Guatemala Consumo Aparente Histórico de Apio Período 2002 – 2006.	75
9	República de Guatemala	

	Consumo Aparente Proyectado de Apio Período 2007 – 2011.	76
10	República de Guatemala Demanda Insatisfecha Histórica de Apio Período 2002 – 2006.	77
11	República de Guatemala Demanda Insatisfecha Proyectada de Apio Período 2007-2011.	77
12	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Programa de Producción, Período 2007-2011.	80
13	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Requerimientos Técnicos, Año: 2007.	82
14	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Producción y cobertura de mercado, Período 207 - 2011.	83
15	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Inversión Fija, Año 2007.	90
16	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Capital de Trabajo, Año 2007.	91
17	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Inversión Total, Año 2007.	92
18	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio Financiamiento del Proyecto, Año 2007	94

19	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio Amortización del Préstamo, Período 2007-2011.	95
20	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio Costo Directo de Producción Proyectado Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año	96
21	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio Estado de Resultados Proyectado Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año	97
22	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio Valor Actual Neto –VAN-, Período 2007-2011.	101
23	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio Tasa Interna de Retorno -TIR-, Período 2007-2011.	102
24	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio Relación Beneficio Costo -R/BC-, Período 2007-2011.	103
25	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio Márgenes de Comercialización, Año 2007.	112
26	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio Márgenes de Comercialización, Canal Dos Año 2007.	113

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.	Descripción	Página
1	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Población Económicamente Activa por Género Años: 2002 – 2007.	6
2	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Tenencia de la Tierra, Año: 2007.	20
3	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Concentración de la Tierra por Tamaño y Finca Año: 2007	21
4	Municipio de Joyabaj departamento de Quiché Uso Actual y Potencial de los Suelos, Año: 2007.	22
5	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Flujograma del Proceso Productivo, Fabricación Muebles de Madera, Año: 2007	33
6	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Artesano Carpintero Estructura Organizacional, Año: 2007.	46
7	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Producción Artesanal Carpintería, Asociación de Artesanos Carpinteros Xoy, Año: 2007.	54
8	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Asociación de Artesanos, Canal de Comercialización Propuesto, Año: 2007.	63

9	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio. Flujograma del Proceso Productivo, Año 2007	88
10	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Punto de Equilibrio. Período 2007 – 2011.	100
11	Municipio de Joyabaj, departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Canales de Comercialización Propuestos, Año: 2007.	111
12	Municipio de Joyabaj, departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Organigrama Funcional, Asociación Productores de Hortalizas De Estanduela, Año: 2007.	120

ÍNDICE DE TABLAS

No.	Descripción	Página
1	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché División Política, Años: 1994 – 2002 - 2007.	10
2	Valor Nutricional del Apio	70

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	Descripción	Página
1	Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché Proyecto: Producción de Apio, Logotipo Año: 2007	69

INTRODUCCIÓN

Frente a numerosos retos del futuro, e inmersos en los avances tecnológicos económicos y científicos, Guatemala se encuentra catalogada a nivel internacional, con un nivel medio de desarrollo humano, porque al comparar las condiciones de acceso de la población a recursos como salud, educación, justicia y desarrollo económico, se puede comprobar que existen grandes desigualdades.

Como consecuencia, se hace necesario que los retos para Guatemala se traduzcan en mecanismos, estrategias y proyectos que coadyuven a avanzar al desarrollo sostenible y sustentable de la sociedad y avanzar hacia la paz, la libertad, justicia e igualdad.

Derivado de lo anterior, la Universidad de San Carlos de Guatemala, que funciona como entidad autónoma, brinda a la población estudiantil, la opción de hacer la evaluación final a través de una investigación de campo en el interior de la República. Por lo anterior se presentan las propuestas y proyectos, que coadyuven al desarrollo de la comunidad.

Una de esas opciones es realizar el Ejercicio Profesional Supervisado, que consiste en realizar un informe que contiene un diagnóstico socioeconómico e incluye propuestas de inversión.

Como resultado de ese diagnóstico, se presenta el informe realizado en el municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché, que se titula: "Comercialización y Organización Empresarial (Carpintería) y Proyecto: Producción de Apio", que contiene el resultado de lo realizado en octubre de 2007.

El objetivo del informe fue conocer la realidad socioeconómica, la situación actual en que laboran los artesanos carpinteros, el cual se logró por medio de las encuestas realizadas, visitas a las comunidades y la participación activa de éstos.

La hipótesis planteada para la presente investigación, fue sobre la falta de organización de los artesanos carpinteros, la ausencia de políticas gubernamentales de respaldo económico y apoyo en la búsqueda de nuevos mercados, provoca que no exista una organización formal y un bajo nivel de ingresos e inversiones de los artesanos. Situación que se analiza en el presente informe y a la vez se presenta una propuesta para dicha situación. A continuación una breve descripción del contenido del mismo.

El capítulo I contiene un resumen de la reseña histórica, indicadores sociales, aspectos demográficos, condiciones de suelo, agua y la situación en forma general de la condiciones de estructura agraria.

La situación sobre la comercialización de muebles de madera y organización empresarial de los carpinteros, lo conforma el capítulo II, que expone la manera de fabricar los muebles de madera, las limitaciones económicas, el difícil acceso crediticio y asesoría técnica, en que están expuestos los carpinteros artesanos, así mismo, se presenta una propuesta a la situación encontrada, que consiste en conformar una organización formal con visión empresarial, con la unión de esfuerzos, intereses y la activa participación de sus integrantes, así como un plan de mercadotecnia para los muebles de madera.

Como efecto del proceso de investigación, en el capítulo III se presenta una propuesta de proyecto de producción de apio, para los agricultores de la Aldea

Estanzuela del municipio de Joyabaj, que conlleva la unión de esfuerzos, la organización y participación activa de sus pobladores.

En el capítulo IV, se propone la comercialización adecuada del proyecto descrito en el capítulo anterior, a través del estudio del proceso y operaciones de la comercialización agrícola.

El capítulo V, comprende la organización empresarial, la propuesta de organización y el tipo de organización, describe los objetivos, recursos y estructura administrativa.

Finalmente, se plantean las conclusiones y recomendaciones del informe, la bibliografía consultada y en la sección de anexos se incluye los manuales de organización y procedimientos, para emprender con la propuesta de producción de apio, que tiene como fin proporcionar los aspectos más importantes para la ejecución de los procesos de carácter administrativo, así también contiene el plan de mercadeo, entre otros.

Durante el proceso de investigación surgieron algunas limitaciones, entre ellas se pueden mencionar, el limitado tiempo de estancia en el Municipio, la recopilación de datos y en muchos casos se requirió un intérprete, derivado a que la población de las comunidades no habla el castellano fluidamente y la desconfianza hacia extraños por el conflicto armado interno que vivieron.

Entre los alcances obtenidos se mencionan la participación activa de la Comunidad del municipio de Joyabaj, el interés del Señor Alcalde por conocer los resultados de la investigación, el apoyo de la Iglesia, así como el entusiasmo y aplicación de conocimientos de los investigadores, lo cual enriquece el contenido de este informe.

En conclusión, este informe fue realizado con la intención de proporcionar un estudio analítico del resultado de la investigación y plantear una propuesta para que los pobladores del municipio de Joyabaj tengan al alcance, una herramienta que les permita mejorar su nivel de vida.

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS SOCIECONÓMICAS

DEL MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ

El Municipio de Joyabaj, es uno de los 21 municipios del departamento de Quiché. En el presente capítulo se detallan algunas particularidades y variables socioeconómicas del mismo.

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La etimología de Quiché se menciona en el Popol Vuh según el libro sagrado de los mayas “Xol ab’aj, en idioma K’ich’e significa lugar entre piedras. Según otra versión Xoy significa Piedra de Talco”¹

Los documentos registrados del pasado de Joyabaj durante el período colonial, indica que Fray Antonio de Ramesal, en la obra: Historia General de las Indias Occidentales; describe que los padres dominicos del Convento de la Sierra de Sacapulas, que cumplían instrucciones del Licenciado Pedro Ramírez de Quiñónez en 1549, procedieron a formar el pueblo de indios o reducciones entre ellos el de Santa María de Xolobaj.

Cuenta la historia y la recopilación de Leyes de Pineda Mont, que al distribuirse los pueblos del Estado de Guatemala para la administración de justicia, por el Decreto de la Asamblea del 27 agosto 1836, Joyabaj se adscribió al circuito del Quiché.

Al momento establecerse el departamento de Quiché, por medio del Decreto Número 72 del 12 agosto 1872 Joyabaj adquiere categoría como municipio.

¹ Corporación Municipal Plan Estratégico Institucional y Participativo de Joyabaj. 2004-2008. Pág.9.

Por el año de 1806, se le conoció con el nombre de Asociación Joyabaj, perteneciente a la Alcaldía Mayor de Sololá. La cabecera, fue elevada a categoría de Villa por Acuerdo Gubernativo del 16 abril 1928.

1.2 LOCALIZACIÓN

El Municipio se localiza a 218 kilómetros de la ciudad capital por la vía Panamericana CA-1, en la parte nor-occidental de la República. Se encuentra a una altitud de 1,433 metros sobre el nivel del mar con una extensión territorial de 8,378 kilómetros cuadrados. Las colindancias son: al norte con los municipios de Cubulco, departamento de Baja Verapaz; Canillá y Zacualpa del departamento de Quiché; al sur con San Martín Jilotepeque, San José Poaquil, Santa Apolonia y Tecpán, pertenecientes al departamento de Chimaltenango, al este con Granados del departamento de Baja Verapaz y Pachalum del departamento de Quiché; al oeste con Zacualpa, Chiché y Chichicastenango del departamento de Quiché.

1.3 RECURSOS NATURALES

Los recursos naturales son “todas las substancias, elementos, objetos o cosas que pertenecen a la naturaleza que pueden ser utilizadas por el ser humano, los animales y las plantas para la subsistencia, o para modificarlas y transformarlas en otras que finalmente se convierten en satisfactores de necesidades”². Los principales recursos con que cuenta el Municipio son los siguientes:

1.3.1. Recursos Forestales

Los recursos forestales son superficies de tierra con árboles, que han crecido en forma natural, cuyas funciones son: La protección del suelo y las fuentes de agua, sirven para la obtención de leña, así como para la conservación de la naturaleza y proveer de oxígeno.

² Universidad de San Carlos de Guatemala, Recursos Naturales, Unidad II. Hoja de Subtemas de Recursos Económicos de Centroamérica, Facultad de Ciencias Económicas. Pág.1.

El Municipio con una extensión de 47,284.34 hectáreas, posee áreas forestales que se ubican en las zonas altas e inclinadas y predominan los bosques tipo coníferas y latifoliadas, con especies como; rodales de encinos (*quercus* spp) asociados con pino triste (*pinus pseudostrobus*) y pino de ocote (*pinus montezumne*) así como cerezo, madrón y ciprés. Entre los bosques tipo coníferos están: el pino hembra (*pinus ocarpa*), pino macho (*pinus pseudostrobus*) y pino condilillo (*pinus maximinoii*).

Entre los latifoliadas se pueden observar roble (*quercus* spp.), aliso (*alnus* spp.) y sauce (*salix* spp.) y pino, aliso, gravilea, zapotillo, casuarina, laurel, madron, palo jiote.

La superficie dedicada a bosques muestra un comportamiento decreciente, derivado a la tala inmoderada de árboles, crecimiento demográfico, la ampliación del área de cultivos, pastoreo de ganado menor y la utilización de la madera como leña para la cocción de los alimentos, que representa el 96% de los hogares.

1.3.2 Recursos edáficos

Uno de los principales recursos que la naturaleza brinda al ser humano, es el suelo, ya que en él crecen y siembran plantas que sirven de alimento para el hombre y los animales. Conservar los suelos y mantenerlos libres de la contaminación, es indispensable para la supervivencia humana.

En el municipio de Joyabaj, existen variedad de suelos; los de tipo Chol y Civijá ocupan una extensión de 26,773.13 hectáreas con una textura franco arenosa para el primero y franco-limosa para el segundo, que representa el 56.62% del Municipio.

Además existen los suelos Quiché, Sinaché y Zacualpa que ocupan un 43.38% del total del Municipio, lo cual indica que la mayoría de los suelos de Joyabaj son arenosos y arcillosos.

Según la clasificación de suelos y escalas de medición, se estableció que en el Municipio existen suelos ácidos y muy ácidos, a medida que el pH se acidifica éstos pierden las propiedades y por consiguiente los cultivos que en él se realicen requieren mayor uso de fertilizantes y abonos.

Las áreas que presentan superficies muy ácidas se encuentran ubicadas en la región central-norte y en la parte baja del Municipio, el resto corresponde a superficies ácidas aptas para cultivar. El 78% de los habitantes del Municipio se dedican a la agricultura que ocupa una extensión de 27,014.98 hectáreas que representa el 57.13% del territorio.

1.3.1. Recurso hídricos

El aprovechamiento de los recursos hídricos, es de vital importancia y tienen gran incidencia en los procesos de desarrollo económico y social en el Municipio y las comunidades.

Entre los ríos con que cuenta se mencionan; El Temal, Caquil, Arriquín, Pasaguay, Pamutz, Tzulba, Quebrada Honda, Saltan y río Motagua o Grande.

El caudal de las vertientes mencionadas anteriormente, se caracteriza por ser abundante en época de lluvia, los cuales son aprovechados por los pobladores para los cultivos. Sin embargo, el mismo ha disminuido en los últimos años debido a la deforestación que han sufrido los bosques en las partes altas de la región, lo cual ha ocasionado erosión y asolvamiento de los cauces.

Los ríos no son aptos para la pesca, generación de energía eléctrica, turismo y consumo humano, derivado a que la mayoría son utilizados como desembocadura de desechos y aguas no tratadas.

Asimismo, existen algunos nacimientos de agua ubicados en el norte del Municipio, entre las comunidades de Tiox Abaj y Patzula, los cuales son algunas de las fuentes que proveen del vital líquido al casco urbano.

1.4 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

El estudio de la población brinda información de interés para formular políticas y estrategias que permita la planificación, en sectores como sanidad, educación, vivienda, seguridad social, empleo y conservación del medio ambiente y alcanzar objetivos económicos y sociales.

En el presente apartado se tratarán indicadores y atributos propios de los pobladores del Municipio.

1.4.1 Por rango de edad

Según el XI Censo Nacional de Población de 2002 que realizó el Instituto Nacional de Estadística -INE-, la población en el Municipio era de 52,498 y la estimación para el 2007 ascendía a 66,952 habitantes.

La población del Municipio, es superiormente joven que oscila entre las edades de 0 a 17 años, lo que representa el 60% para el 2002 y el 70% para el 2007.

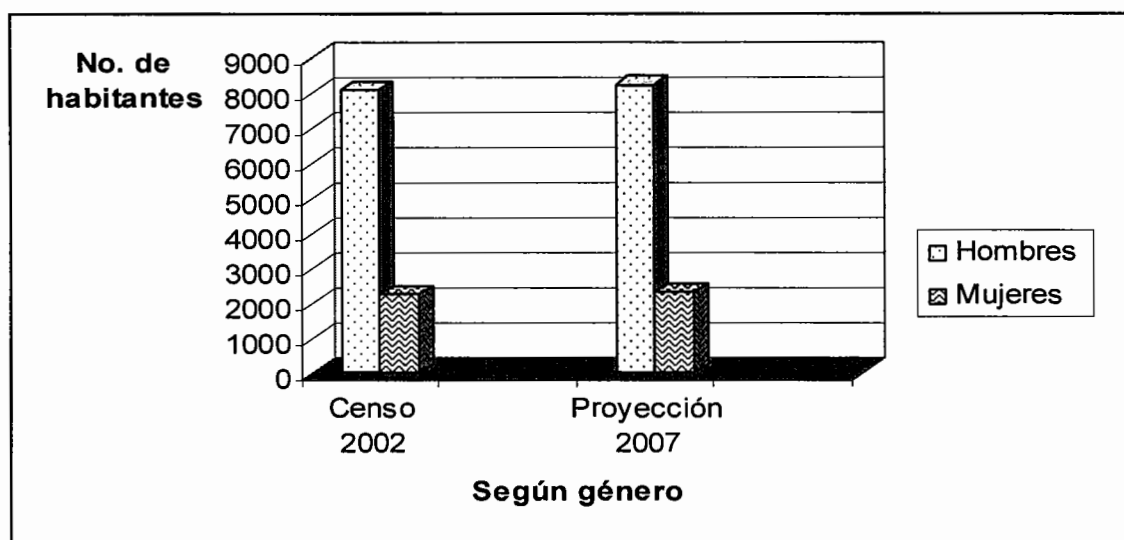
La franja de edad pre-productiva que fluctúa entre los 0 a 14 años representa el 48%, entre tanto la franja productiva que concierne de 15 a 64 años lo constituye el 98%. Un 2% se les atribuye a las personas mayores de 65 años.

1.4.2 Población económicamente activa

“Es el conjunto de personas de siete años y más de edad que durante el período de referencia censal ejercieron una ocupación o la buscaban activamente. La Población Económicamente Activa (PEA), la integran los ocupados (trabajaron y no trabajaron pero tienen trabajo) y los desocupados (buscaron trabajo pero no trabajaron antes y los que buscaron trabajo por primera vez)”.³

A continuación se presenta la gráfica de PEA por género:

Gráfica 1
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Población Económicamente Activa por Género
Años: 2002 - 2007



Fuente: Elaboración propia, con base en datos del XI Censo Nacional de Población, y VI de Habitación año 2002 y proyección año 2007, del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

El PEA por género según proyección, realizada por el -INE- para el 2007, se compone de 78% de hombres y 22% de mujeres, lo que representa el 16% de la población total de 66,952 habitantes. Lo que quiere decir que el PEA está

³ Instituto Nacional de Estadística -INE-. XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación de 2002. Guatemala. Pág. 9,765.

compuesto en la mayoría por hombres económicamente activos, aunque según lo observado en el trabajo de campo, se determinó que las mujeres participan activamente en la economía debido a que los hombres han emigrado hacia Estados Unidos.

1.4.2.1 Ocupados , sub ocupados, desocupados

Las actividades productivas del Municipio, son las que representan el medio de subsistencia para los habitantes y derivado a los resultados obtenidos en la investigación de campo, se determinó que entre las actividades principales son: agrícola que representa el 68%, seguido por servicios por 21%, la pecuaria por 8%, el artesanal y otras actividades no especificadas el 2% y 1% respectivamente.

Aunque la actividad agrícola representa el mayor porcentaje de participación en las actividades del Municipio, el 46% indicó dedicarse a la actividad agrícola para suplir necesidades familiares y de autoconsumo, el 22% manifestó trabajar por un salario por la misma actividad.

1.4.3 Nivel de gastos e ingresos familiares

El nivel de ingresos familiares demuestra la posibilidad de obtener mercancías y servicios precisos para la satisfacción de necesidades, en relación a los gastos.

Según datos obtenidos de la investigación de campo, demuestra que el 29.70% de la población no alcanza a obtener ingresos mayores de Q. 900.00. Este indicador refleja el escaso ingreso por familia.

En relación al gasto, el 34% manifestó consumirlo en alimentación, un 25% en vestuario y vivienda; educación y servicios básicos le corresponden a cada uno el 8% respectivamente.

1.4.4 Nivel de pobreza

La pobreza se caracteriza por reflejar ingresos económicos de las personas muy por debajo de la media de una sociedad, otra es notada por los que no disponen de los alimentos necesarios para mantenerse sanos.

Derivado de lo anterior, el acceso a la canasta familiar básica de alimentos y bebidas y la canasta vital que es la compuesta por los demás bienes y servicios, como vestuario, gastos para vivienda, mobiliario, salud, educación, transporte, recreación y diversos, han alcanzado valores de Q. 1,440.40 y de Q. 2,628.40 respectivamente, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas -INE-.

De acuerdo con el nivel de ingresos de la población del Municipio, se determinó que los costos de ambas canastas exceden los salarios mínimos que devengan los trabajadores del campo, o sea el 68% de población, que en promedio ascienden a Q. 1,000.00 mensuales. El municipio de Joyabaj refleja índices de pobreza general y pobreza extrema de 84.44% y 36.15% respectivamente, lo que significa que 56,534 habitantes y 24,203, se encuentran en esta situación.

1.4.5 Migración

“Término que designa los cambios de residencia más o menos permanentes, por lo común debido a factores económicos, laborales, sociológicos o políticos y que implica atravesar los límites de una división geográfica, ya sea de un país a otro o de un lugar a otro dentro de un mismo país.”⁴

Según los resultados de la investigación de campo se determinó, que la migración del núcleo familiar en los hogares encuestados, el 76% ha emigrado a los Estados Unidos, con el fin de mejorar el nivel de vida de la familia, hacia la Ciudad Capital el 15% y el 9% se traslada a trabajar a regiones agrícolas del

⁴ Microsoft Corporation, Microsoft ® Encarta ® 2007. © 1993-2006. “Migración”

País, esto debido, por ejemplo, a la época de corte de caña en la costa sur de la República.

1.4.6 Vivienda

“La vivienda es un elemento fundamental del tejido social y económico de una nación. Prácticamente ningún gobierno puede encontrarse satisfecho con las soluciones dadas a los diferentes sectores de población en este aspecto.”⁵

En los resultados logrados por medio de la encuesta, indican que el 97% de hogares son propiedad de los habitantes, el 2% alquilados, el 1% restante refleja una tenencia de vivienda de propiedad en colonato.

En relación al material con el que están construidas, se determinó lo siguiente: las paredes de las viviendas el 51% utiliza adobe seguido de block con el 38%, como techo el material más utilizado es la lámina metálica con un 52%, la teja el 36% y por último el de concreto con un 12%. Finalmente el material como piso indica que el 45% utiliza torta de cemento y el 42% es de tierra.

1.5 DIVISIÓN POLÍTICO - ADMINISTRATIVA

Comprende la división geográfica del Municipio, así como la forma en que se encuentran organizadas las autoridades responsables de la dirección y administración del mismo.

1.5.1 División política

De los datos obtenidos según trabajo de campo, el Municipio se conforma de la siguiente manera: un pueblo que tiene tres barrios, cinco aldeas, 51 caseríos, 69 parajes y tres fincas. A continuación se incluye un detalle por centro poblado y la distancia en kilómetros de la cabecera Municipal.

⁵ Idem "Vivienda"

Tabla No. 01
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
División Política
Año: 2007

Centro poblado	Investigación de campo	Distancia Cabecera Municipal (Km)
	2007	
Joyabaj	Pueblo	0
Caquil	Aldea	10
Chuaquenún	Aldea	5
Los Llanos	Aldea	11
Pachilip I	Aldea	5
Palibatz	Aldea	13

Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por la Municipalidad de Joyabaj 2007, e investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

Como se puede observar en la tabla anterior, que a la fecha de la investigación de campo realizada en octubre 2007, el Municipio se conformaba en un pueblo, y cinco aldeas.

1.5.2 División administrativa

La división administrativa está organizada por una corporación municipal, que dirige el Alcalde, dos síndicos y siete concejales con el apoyo de los empleados y funcionarios públicos como el Secretario y Tesorero municipal y la Oficina Municipal de Planificación.

El diagnóstico del trabajo de campo, evidenció que se encuentran establecidos 98 Consejos Comunitarios de Desarrollo, esto significa que el 98% del Municipio está organizado conforme el Decreto número 11-2002 del Congreso de la República.

1.6 INFRAESTRUCTURA

Es el conjunto de elementos o servicios necesarios que permiten el desarrollo de las relaciones productivas del Municipio.

1.6.1 Vías y medios de comunicación

Las rutas de acceso al municipio de Joyabaj son: desde la Ciudad Capital de Guatemala, por medio de la carretera interamericana CA-1, que en la aldea Los Encuentros, del departamento de Sololá, entronca con la ruta nacional No. 15, ésta atraviesa los municipios de Chichicastenango, la cabecera departamental Santa Cruz de Quiché, Chinique y Zacualpa, con una distancia de 218 kilómetros.

Otra vía de acceso es sobre la carretera interamericana ruta a El Progreso, a la altura de El Rancho, en la carretera que conduce a San Jerónimo y Puruhlá del departamento de Baja Verapaz; Tactic y Santa Cruz Verapaz del departamento de Alta Verapaz, entronca con la carretera 7-W, cruza por San Cristóbal Verapaz, atraviesa por Uspantan, Cunén, Sacapulas y la cabecera departamental hasta llegar al Municipio.

Adicionalmente, existe una carretera que se conduce desde la Ciudad Capital cruza San Juan Sacatepéquez, atraviesa por el municipio de San Martín Jilotepeque del departamento de Chimaltenango, pasa por el municipio de Pachalum del departamento de Quiché, con una distancia de 115 kilómetros. En esta vía hay 14 kilómetros que no tienen asfalto.

También cuenta con caminos, roderas y veredas que unen a los poblados entre sí y con los Municipios vecinos.

1.6.2 Mercado

En el casco urbano existe un mercado, donde se unen comerciantes a comprar y vender productos, granos básicos, frutas, como aves de corral entre otros. Existe un edificio de dos niveles, que se ve limitado por capacidad; por lo que el resto de vendedores se colocan en la plaza pública. La mayor afluencia de personas son los días jueves y domingo llamados días de plaza o mercado.

1.6.3 Rastro

Existe un rastro en la cabecera municipal y la administración está a cargo de la municipalidad, el delegado entre las funciones principales tiene el control de pagos que los destazadores, limpieza y el control del ganado bovino. Las instalaciones cuentan con estructuras adecuadas para la actividad y se cobra un arbitrio de Q 10.00 por cabeza.

1.6.4 Cementerio

El Municipio cuenta con tres cementerios, en el área rural únicamente 15 comunidades poseen áreas destinadas para cementerio. La infraestructura es determinada por la inversión que realizan los pobladores al momento de optar a un predio.

1.7 SERVICIOS

Los servicios con que cuenta el Municipio se describen a continuación:

1.7.1 Estatales

Cuenta con el apoyo de: la Municipalidad, un Juzgado de Paz, un Hospital Nacional Distrital, una subdelegación del Tribunal Supremo Electoral, una Subestación de la Policía Nacional Civil, una delegación del Ministerio Público, una oficina de la Comisión Nacional de Alfabetización y de Supervisión Educativa, unidades al servicio de los pobladores de Joyabaj.

1.7.1.1 Salud

El Municipio cuenta con un Hospital Nacional Distrital, con capacidad de atención de encamamiento a 50 pacientes, cuenta con una sala de operaciones, sala emergencia y cuatro clínicas de consulta externa.

El Hospital, tiene el apoyo de 81 colaboradores entre doctores, enfermeras, trabajadora social, técnicos y personal de apoyo, así como médicos del programa de ayuda del Gobierno de Cuba.

En el Municipio existe un puesto de salud con 28 centros de convergencia. La cobertura equivale al 71% sobre la población a 2007.

1.7.1.2 Educación

De acuerdo con la información recabada, el alfabetismo para el 2007 es de 39% lo que significa que 61% restante pertenece al rango de analfabetismo, que comparado con el XI Censo Nacional de Población del 2002 del INE, el grado de analfabetismo disminuyó en un 3%.

La enseñanza, se realiza por medio de centros educativos públicos y privados, el Municipio cuenta para nivel pre-primario con 11, para el nivel primario con 159 y 61 funcionan a través del sistema de PRONADE.

Existe un centro que imparte clases de primaria en jornada nocturna para adultos, para diversificado existe un público y dos privados y cinco funcionan por medio de Telé-secundaria, además existe el programa por medio de NUFED. Para el 2007, el 53% de la población inscrita representó el género masculino y el 47% femenino.

1.7.1.3 Seguridad

La subestación de la Policía Nacional Civil, cuenta con 12 agentes de turno y dos oficiales, una radiopatrulla y dos motocicletas.

Adicionalmente, por medio de los resultados obtenidos se determinó que cuenta con un grupo de vecinos organizados para resguardar y patrullar el casco urbano en horario nocturno.

Esté grupo actúa con autorización de la Policía Nacional Civil, con las acciones llevadas a cabo por los vecinos, el Municipio presenta mínimos cuadros de violencia o brote de los grupos pandilleros.

1.7.2 Municipales

Dentro de la variedad de servicios municipales se encuentran los siguientes:

1.7.2.1 Agua

En el área urbana el abastecimiento, es por medio de riachuelos, ubicados en la parte norte alta del Municipio. Además, existen dos pozos privados que abastecen una mínima parte del mismo.

Estos sistemas no logran abastecer la totalidad de la población del casco urbano, lo que implica que sea irregular y en algunos casos la espera del vital líquido es de dos a tres días.

Con los resultados de la investigación, se determinó que 78% recibe agua entubada, mientras que el XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación 2002 del -INE- indicó que el 72% recibía agua por este medio.

La investigación demostró que el 11% se abastece medio de pozo y el Censo antes indicado muestra que fue de 24%. El 11% restante de la investigación de campo, reveló que es la obtienen por medio de río y una pila municipal.

Otro aspecto importante mencionar es que el agua no cuenta con ningún tipo de tratamiento, según información del Centro de Saneamiento del Hospital Nacional Distrital de Joyabaj, el agua esta contaminada principalmente en la época de invierno.

1.7.2.2 Drenajes

“Drenaje, el término drenaje suele aplicarse a la eliminación del exceso de agua a través de canales, desagües, zanjias, alcantarillas y otros tipos de sistemas para recoger y transportar agua con ayuda de bombas o por la fuerza de la gravedad”.⁶

Según investigación realizada se constató que el Municipio cuenta con 22.58% de cobertura. Es importante mencionar que únicamente dos centros poblados cuentan con servicios de drenaje para la recolección de aguas servidas estas son: Laguna Seca y la Cabecera Municipal.

Lo anterior, comparado con el XI Censo Poblacional y VI Habitacional de 2002, del Instituto Nacional de Estadística -INE- que indica que la cobertura del servicio de drenajes era del 10.33%; de este porcentaje 8.81% corresponde al área urbana y el 1.19% al resto de las comunidades del Municipio.

1.7.2.3 Otros

El servicio de extracción de basura es brindado en el área urbana por la empresa privada denominada: “La Salud”, desde el año 2000. Disponen con un

⁶ Idem “Drenajes”

camión, que circulan por el casco urbano, dos veces a la semana por Q. 30.00 mensuales, el destino de lo recolectado es depositado en Mucaj, comunidad que se encuentra a seis kilómetros del área urbana.

Los resultados de la investigación demuestran que la cobertura del servicio es a 480 viviendas del casco urbano. Además, lo manifestado por los pobladores del Municipio es que queman la basura el 49.27% y el 42.86% la tiran en cualquier lugar.

1.7.3 Privados

El Municipio cuenta con empresas de carácter privado que prestan servicios, entre ellas se mencionan las siguientes:

1.7.3.1 Servicios telefónicos

Dentro de los servicios de comunicación se encuentran: Un Edificio de Telecomunicaciones de Guatemala -TELGUA-, que presta el servicio de telefonía domiciliar, y para el servicio de telefonía celular están: CLARO de -TELGUA- y Comunicaciones Celulares -COMCEL- con el nombre comercial de TIGO.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 70% de la población cuenta con teléfono celular, el 18% posee teléfono comunitario y un 12% cuenta con teléfono residencial.

1.7.3.2 Servicios de correo

El Correo empresa de carácter semi-privado, presta el servicio de envío de correspondencia a nivel nacional e internacional. Adicionalmente existen empresas privadas entre ellas: Chapin Express, Excel y Xoy Express, con

servicio de mensajería internacional y encomiendas, provenientes especialmente de Estados Unidos.

1.7.3.3 Radio

Las estaciones radiales que funcionan dentro del Municipio son: Radio Xoyita, que transmite toda clase de música, y dos emisoras con mensajes y música cristiana; Misión de Fe y Radio Fraternidad.

1.7.3.4 Transporte

La cabecera municipal de Joyabaj, cuenta con transporte extraurbano entre ellos; Transportes Xoyita, Aracely, Quiroa, Esperanza y Pinita. Dentro del perímetro del Municipio existe el servicio de microbuses con tarifa de Q. 1.00 y moto taxis conocidos como Tuc-Tuc con una valor de Q. 2.00.

La movilización a las comunidades y caseríos dentro del Municipio, consiste en pick-up así como microbuses ofrecido por particulares, derivado a la distancia el coste es variado, que oscila entre Q. 5.00 y Q. 15.00.

1.7.3.5 Energía eléctrica

La energía eléctrica es generada por el Instituto Nacional De Electrificación -INDE- y comercializada a través de la Empresa Eléctrica Municipal de Joyabaj, ente responsable del control de mantenimiento y cobro a los usuarios.

En cuanto a la potencia de la energía, los vecinos manifiestan que es deficiente, debido a que de 18:00 a 21:00 horas, denominada horas pico, la potencia baja considerablemente, por lo que los algunos vecinos optan por suspender por este periodo, algunas actividades.

De acuerdo con los resultados, el porcentaje de usuarios que cuentan con servicio es del 72%, algunas comunidades utilizan candelas, gas o cuentan con planta eléctrica, representan el 28%.

1.7.3.6 Otros

Derivado a la investigación de campo, se determinó que en el casco urbano existen dos Cooperativas, cuatro hoteles y cuatro servicios de internet así como dos gasolineras ubicadas en cada extremo del área urbana.

1.8 ORGANIZACIONES EXISTENTES

Entre las distintas entidades que prestan apoyo al Municipio, se pueden mencionar las siguientes:

1.8.1 Gubernamentales

La Municipalidad, Subestación de Policía Nacional Civil, Subdelegación del Tribunal Supremo Electoral, Juzgado de Paz, Hospital Nacional Distrital de Joyabaj, Supervisión Educativa, Ministerio Público Fiscalía Municipal de Joyabaj, Comisión Nacional de Alfabetismo -CONALFA-.

1.8.2 Organizaciones no gubernamentales

Son organizaciones no lucrativas que apoyan en obras de infraestructura y capacitación al Municipio, Asociación para la Ayuda al Tercer Mundo -INTERVIDA- Guatemala, e -ICOS- Instituto de Cooperación Social.

1.8.3 Sociales

En el Municipio existen conformados comités como; Comité de mejoramiento, de introducción de agua y Comité de seguridad de vecinos.

1.8.4.1 Productivas

Son las organizaciones que promueven el desarrollo para beneficio del Municipio, entre ellos se encuentran: Asociación Raíz, Génesis Empresarial, Cooperativa Colua R.L., Cooperativa Integral de Ahorro y Crédito Magisterial Joyabateca, Responsabilidad Limitada.

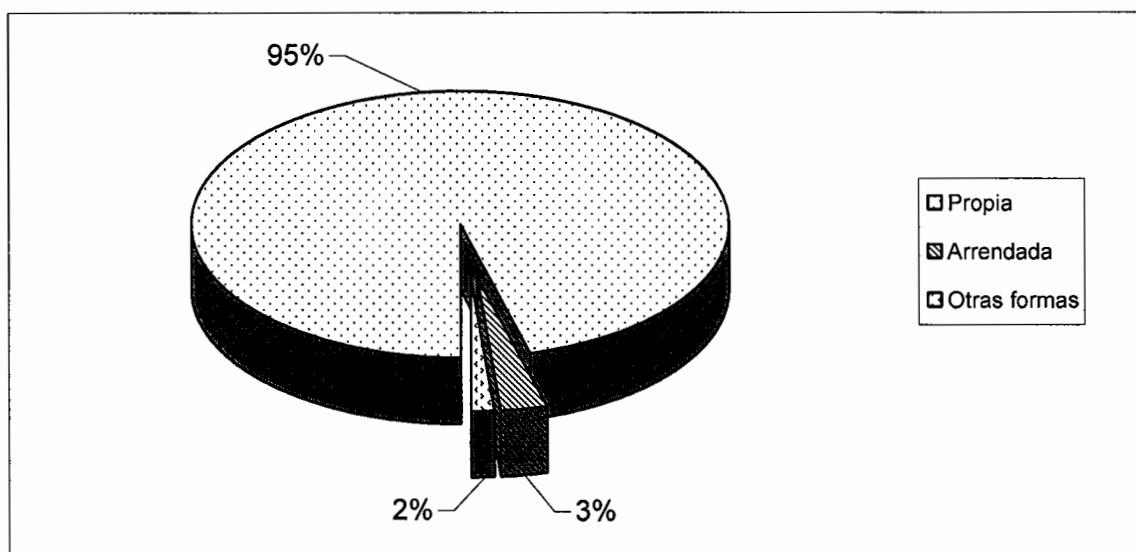
1.9 ESTRUCTURA AGRARIA

Para el estudio de la estructura agraria, a continuación se presentan algunas características acerca de la tenencia concentración y uso de la tierra.

1.9.1 Tenencia de la tierra

De acuerdo con la información obtenida del trabajo de campo realizado en el 2007, se presenta la siguiente gráfica.

Gráfica 2
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Tenencia de la Tierra
Año: 2007



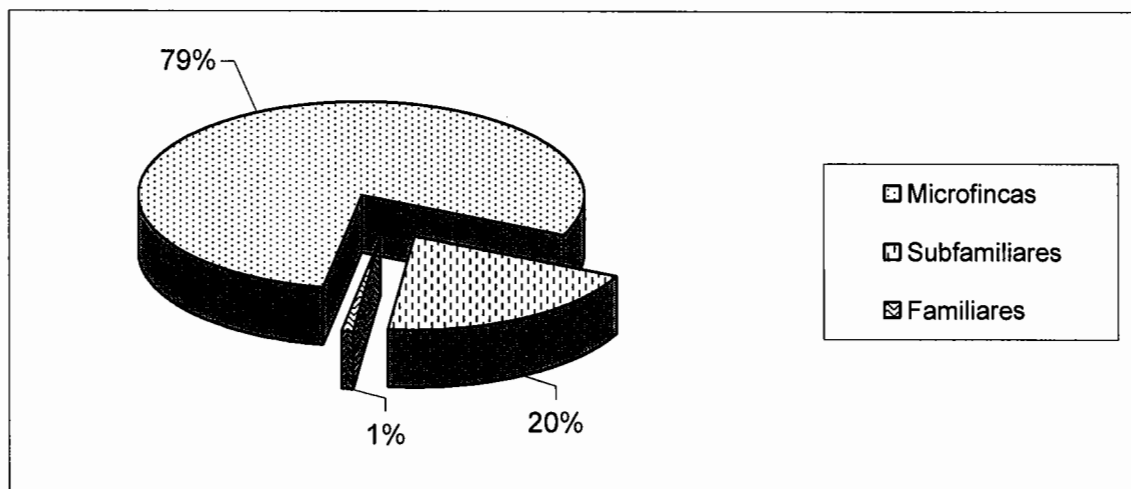
Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., segundo semestre 2007.

De acuerdo con la gráfica anterior, se observa el 95% son propietarios de la tierra donde habitan, cosechan cultivos o pastorean ganado, el 3% manifestó que es de tipo arrendado y el 2% que poseían la tierra de otra forma.

1.9.2 Concentración de la tierra

Según la gráfica siguiente muestra la concentración de la tierra, de la siguiente manera: para microfincas lo representa el 79%, para fincas subfamiliares el 20%, para fincas familiares el 1%.

Gráfica 3
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Concentración de la Tierra por Tamaño y Finca
Año: 2007



Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., segundo semestre 2007.

En lo relativo al tamaño de las fincas en el municipio de Joyabaj, la concentración de la tierra se encuentra en las microfincas, dueños que representa la mayoría de la población; en las fincas subfamiliares refleja que poco a poco se convierten en microfincas derivado a herencias de padres a hijos; y las fincas familiares se concentra en pocas familias.

1.9.3 Uso actual y potencial de los suelos

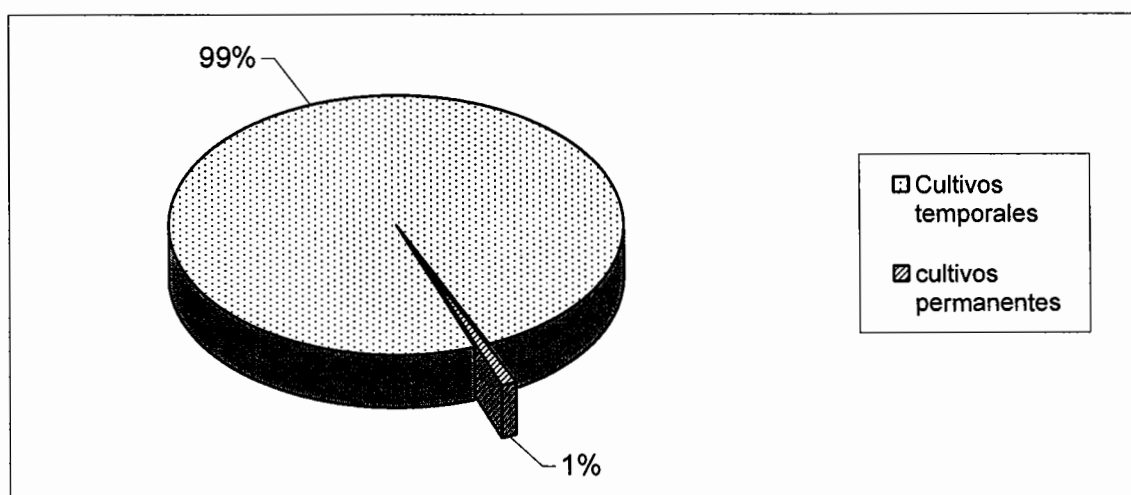
El principal uso de la tierra en el municipio de Joyabaj, según investigación de campo es la agricultura, de productos como: el maíz, frijol, tomate y arveja china; entre otros, se emplea en la actividad pecuaria en la que predomina el engorde de ganado bovino, porcino y avícola.

La producción agrícola se desarrolla durante la época de invierno, debido a que el sistema de riego utilizado es el natural o sea lluvias, por lo tanto en la época de verano, los suelos se recuperan de la cosecha anterior.

Para la producción pecuaria, los suelos se utilizan principalmente para la alimentación del ganado a través de los pastos.

Como consecuencia del tamaño de las unidades productivas, las cuales se concentran en el estrato de microfincas, los productores destinan, la mayor parte al autoconsumo y utilizan la mano de obra familiar. En la gráfica siguiente se observa el uso actual y el potencial de los suelos para los cultivos.

Gráfica 4
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Uso Actual y Potencial De Los Suelos
Año: 2007



Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., segundo semestre 2007.

Para los cultivos temporales, según datos de la encuesta realizada en el 2007, refleja que el 99%, utilizan el suelo para cultivos temporales como el maíz y frijol y el 1% usan la tierra para cultivos permanentes como el tomate y arveja china.

1.10 PRODUCCIÓN DEL MUNICIPIO

La producción del Municipio se encuentra constituida por diferentes actividades económicas, entre ellas se mencionan: La actividad pecuaria sobre la crianza y

engorde de ganado porcino y bovino además aves de traspatio; en la actividad agrícola la producción como el maíz, frijol, arveja china y tomate, entre otros, Adicionalmente, por la importancia del aporte económico al Municipio la actividad de artesanos en la categoría de carpintería, producción de güipiles y cortes típicos, así como la panadería.

Y por último, la actividad industrial que produce playeras de todo tipo y tipo Polo, con diferentes modalidades de impresión. Todos los productos se comercializan en la cabecera municipal.

1.11 POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS

Consiste en la explotación de los recursos naturales, que actualmente no son aprovechados en la comunidad o lo explotan en una mínima proporción.

1.11.1 Artesanal

En la actividad de la artesanía se considera como potencialidades la cerámica, la elaboración de piezas de barro, pirograbados, cerería y en la carpintería la producción de muebles como; vitrinas, armarios con cajones, libreras o escritorios.

1.11.2 Pecuaria

Consiste en la crianza y explotación racional de todo tipo de animales como: ganado, aves, abejas, peces entre otros. Se pudo establecer como una potencialidad la crianza y engorde del pez tilapia, y producción de miel de abeja, las cuales pueden contribuir a la economía del Municipio.

1.11.3 Turismo

El municipio de Joyabaj, cuenta con diversos lugares de belleza que podrían ser explotados y visitados para Turismo, en ellos están los sitios arqueológicos de

Panchum, ubicados en la comunidad del mismo nombre y Cucul, que esta entre las comunidades de Raxanep y Chuaquenúm.

Estos centros están constituidos por ruinas de las civilizaciones Mayas Quichés. Ambos sitios se encuentran registrados en el Instituto de Antropología e Historia -IDAEH-.

1.11.4 Agrícola

En esta actividad están los cultivos como: La zanahoria, el apio, la cebolla, la piña, la papa, el brócoli, el repollo, el pepino, que podrían ser de beneficio general para la población agrícola.

1.12 EVALUACIÓN DEL ENTORNO AMBIENTAL

El municipio de Joyabaj, presenta altos índices de vulnerabilidad, tanto en factores sociales, naturales, económicos, culturales como ambientales que, aunado a las amenazas de tipo natural, socio natural y antrópicos que enfrenta; aumenta los niveles de riesgo en que se encuentran los habitantes del Municipio.

1.12.1 Riesgos

Se considera que el riesgo que corre el Municipio sean derrumbes, por la ubicación y topografía del lugar así como por el paso de la falla geológica del Motagua. Además a los alrededores existen áreas quebradas y ríos que son caudalosos en época de lluvia.

1.12.2 Vulnerabilidades

En el municipio de Joyabaj, la vulnerabilidad existe por causas como; mal administración y ordenamiento del área, falta de ordenamiento vehicular, mal

ubicación del mercado, falta de control sobre el manejo de basura, así como construcciones sin planificación y control, entre otras.

1.12.3 Desastre

Entre los desastres ocurridos en el Municipio, se encuentra el conflicto armado interno que provocó un fuerte impacto entre la población, efecto que aún siguen latentes.

Adicionalmente, el terremoto causó daños materiales a un 54% de la población, un 33% de pérdidas humanas, un 8% de pérdidas financieras, lo que significa que únicamente 5% resultó sin ningún tipo de daños.

1.12.4 Amenazas

La amenaza como factor externo del riesgo con respecto a los habitantes de Joyabaj, está latente debido a la existencia de amenaza de ocurrencia de sucesos naturales, socionaturales y antrópicos.

CAPÍTULO II

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN DE LA CARPINTERÍA

Con el presente capítulo se pretende dar a conocer la ubicación, acceso a la asistencia técnica, tipo de tecnología, proceso productivo, la mezcla de Mercadotecnia y la organización actual, actividades que se desarrollan para la producción de muebles de madera en el municipio de Joyabaj.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Para efectos de conocer la situación al año 2007, se analizará la situación actual de los fabricantes, sobre la confección de muebles de madera, por lo que se tomaran los tres principales que son el ropero, trinchante y gabinete.

2.2 PRODUCCIÓN

Derivado del estudio realizado, se determinó que existen talleres de fabricación de muebles, de la siguiente manera, 5 ubicados en el área urbana, lo que representa el 19% y 21 lo constituye el 81% ubicado en comunidades, como Xechpup, Chosavic, Xexepen, San José Chuacorrall, Portugués, Coyoya, Las Lomas, La Cruz de Palibatz, Xeabaj, Chuaquenúm y Parlache entre otras

2.2.1 Volumen de producción

El volumen de producción de muebles está en la visión del artesano que consiste en superar cada día la cantidad y calidad de fabricación de los muebles. El volumen de producción asciende a 312 muebles anuales, lo que representa ventas de Q. 576,000.00.

2.2.2 Destino

Se estableció que la producción artesanal de muebles del Municipio, sale una parte hacia la Cabecera Departamental y municipios aledaños como Zacualpa y

Pachalum, y la mayoría de ésta es destinada para satisfacer necesidades de las familias que viven en las Comunidades del Municipio, que no poseen unidad productora de muebles, por lo que acuden a la cabecera municipal para hacer los encargos.

2.3 ASISTENCIA TÉCNICA

De los resultados obtenidos en la investigación de campo, se logro establecer que los artesanos utilizan la asistencia técnica en un 5%. Para lo cual es utilizado la plataforma del Instituto Nacional de Educación Básica con Orientación Ocupacional Industrial Francisco Méndez Escobar, que tiene incorporado dentro del pensum el taller de carpintería.

2.4 TECNOLOGÍA

En esta actividad artesanal, el tipo de tecnología que utilizan para la fabricación de muebles de madera, es por medio de herramienta, equipo y maquinaria, de tipo eléctrica como: cortadora de madera, cepillado, torno, sierra entre otras, porque de esta manera se mejora y disminuye el tiempo de producción, aprovechan los recursos tecnológicos que la posibilidad les permita y tecnifican la mano de obra.

Además, utilizan alguna herramienta rudimentaria como; serrucho, martillo, escuadra, para el cual mezcla y aprovecha los procedimientos y técnicas para la elaboración de muebles, y para lograr todo lo anterior algunos poseen acceso al crédito y asesoría técnica, como se mencionó anteriormente.

2.5 PROCESO PRODUCTIVO

En la descripción de las actividades del proceso productivo para la fabricación de muebles de ropero, trinchante y gabinete, los artesanos llevan a cabo pasos en común pero importantes para diseñar un buen mueble, como lo son:

seleccionar la madera que este seca para evitar que se doble ya armado el mismo, se cepilla y se cantea o sea las orillas bien afinadas con lija o con máquina pulidora, toma las medidas establecidas para el mueble a confeccionar, corta las piezas, luego se unen con cola blanca y clavos, se talla y se lija las asperezas de la madera del mueble armado, se aplica sellador y se deja secar por último se aplica barniz con tinte deseado, continuación se presentan los procesos para cada tipo de mueble en estudio.

El control de calidad, se ve inmerso en el proceso productivo, a cargo del propietario del taller de carpintería, con el fin de minimizar esfuerzos al finalizar la confección del mueble.

2.5.1 Proceso productivo ropero

El ropero es un mueble compuesto por tres cuerpos; a los lados se diseña para colgar ropa y por medio es confeccionado con un pequeño espejo, tres gavetas una de ellas con llave.

Para la fabricación de un ropero de las medidas: 1.20 centímetros de ancho, 1.80 centímetros de alto por 40 centímetros de fondo, es necesario siete tablas de madera de tipo pino blanco y dos planchas de plywood, que bien trabajada y con los materiales a utilizar y necesarios, se fabrica un mueble atractivo.

- **Materiales a utilizar**

Entre los principales materiales a utilizar para la fabricación del ropero se listan los siguientes: siete tablas de nueve pies por 30 centímetros de ancho, de madera tipo pino blanco, dos planchas de plywood, cola blanca mezclada con aserrín para rellenar espacios de la madera, dos libra de clavos de 1" ½" para el ensamble de la madera, lija para madera Nos. 80 y 60, ½ galón de sellador

transparente y $\frac{1}{4}$ de barniz transparente, 2 onzas de tinte color nogal o cedro, $\frac{1}{4}$ de thinner y $\frac{1}{2}$ libra de wipe color blanco.

2.5.1.1 Normas de proceso

Detalla las actividades que se realizan en el proceso de productivo de roperos.

- Para iniciar la actividad, debe de seleccionar la madera tipo pino y que este completamente secada al aire y sol.
- Preparar con cepillo para afinar asperezas que posean las tablas.
- Pulir los lados de tabla a un ángulo de 90° para la unión.
- Preparada la madera de toman las medidas.
- Marcar con lápiz para realizar los cortes.
- Se ajustan las piezas cortadas.
- Cepillar las partes ordinarias de la madera para unir con clavo y cola blanca.
- Armadas las piezas, se lija todo el mueble y se rellena con cola blanca y aserrín los espacios vacíos.
- Se aplica sellador y posteriormente barniz o pintura laca transparente.

2.5.2 Proceso productivo trinchante

Para la fabricación de un trinchante de dos cuerpos; tiene dos puertas en la parte superior con tres gavetas en la parte inferior.

Para la confección de un trinchante de las medidas 1.10 centímetros de ancho, 1.70 centímetros de alto, por 40 centímetros de fondo, es necesario seis tablas de nueve pies por 30 centímetros de ancho de madera de tipo pino blanco y dos tablas de plywood.

- **Materiales a utilizar**

Para la fabricación del trinchante se requiere los siguientes materiales: seis tablas de madera tipo pino blanco de nueve pies por 30 centímetros de ancho, dos tablas de plywood, cola blanca mezclada con aserrín para rellenar espacios de la madera, ½ libra de clavos de 1" y ½" para el ensamble de la madera, lija para madera Nos. 80 y 60, ½ galón de sellador transparente y ¼ de barniz transparente, 2 onzas de tinte color nogal o cedro, ¼ de thinner y ½ libra de wipe color blanco.

2.5.2.1 Normas de proceso

Detalla las actividades que se realizan en el proceso de productivo de roperos.

- Para iniciar la actividad, debe de seleccionar la madera tipo pino y que este completamente secada al aire y sol.
- Preparar con cepillo para afinar asperezas que posean las tablas.
- Pulir los lados de tabla a un ángulo de 90° para la unión.
- Preparada la madera de toman las medidas.
- Marcar con lápiz para realizar los cortes.
- Se ajustan las piezas cortadas.
- Cepillar las partes ordinarias de la madera para unir con clavo y cola blanca.
- Armadas las piezas, se lija todo el mueble y se rellena con cola blanca y aserrín los espacios vacíos.
- Se aplica sellador y posteriormente barniz o pintura laca transparente.

2.5.3 Proceso productivo gabinete

El gabinete compuesto por tres puertas pequeñas de frente inferior, tres gavetas de por medio, espacio horizontal y tres puertas pequeñas en la parte superior.

Para la confección de un gabinete de las medidas un metro de ancho, 1.90 centímetros de alto por 50 centímetros de fondo, es necesario seis tablas de nueve pies por 30 centímetros de ancho, dos planchas de plywood.

- **Materiales a utilizar**

El gabinete para la fabricación es necesario de los siguientes materiales: seis de madera tipo pino blanco de nueve pies de largo por 30 centímetros de ancho, dos tablas de plywood, cola blanca mezclada con aserrín para rellenar espacios de la madera, una libra de clavos de 1 ½" para el ensamble de la madera, lija para madera Nos. 80 y 60, ½ galón de sellador transparente y ¼ de barniz transparente, 2 onzas de tinte color nogal o cedro, ¼ de thinner y ½ libra de wipe color blanco.

2.5.3.1 Normas de proceso

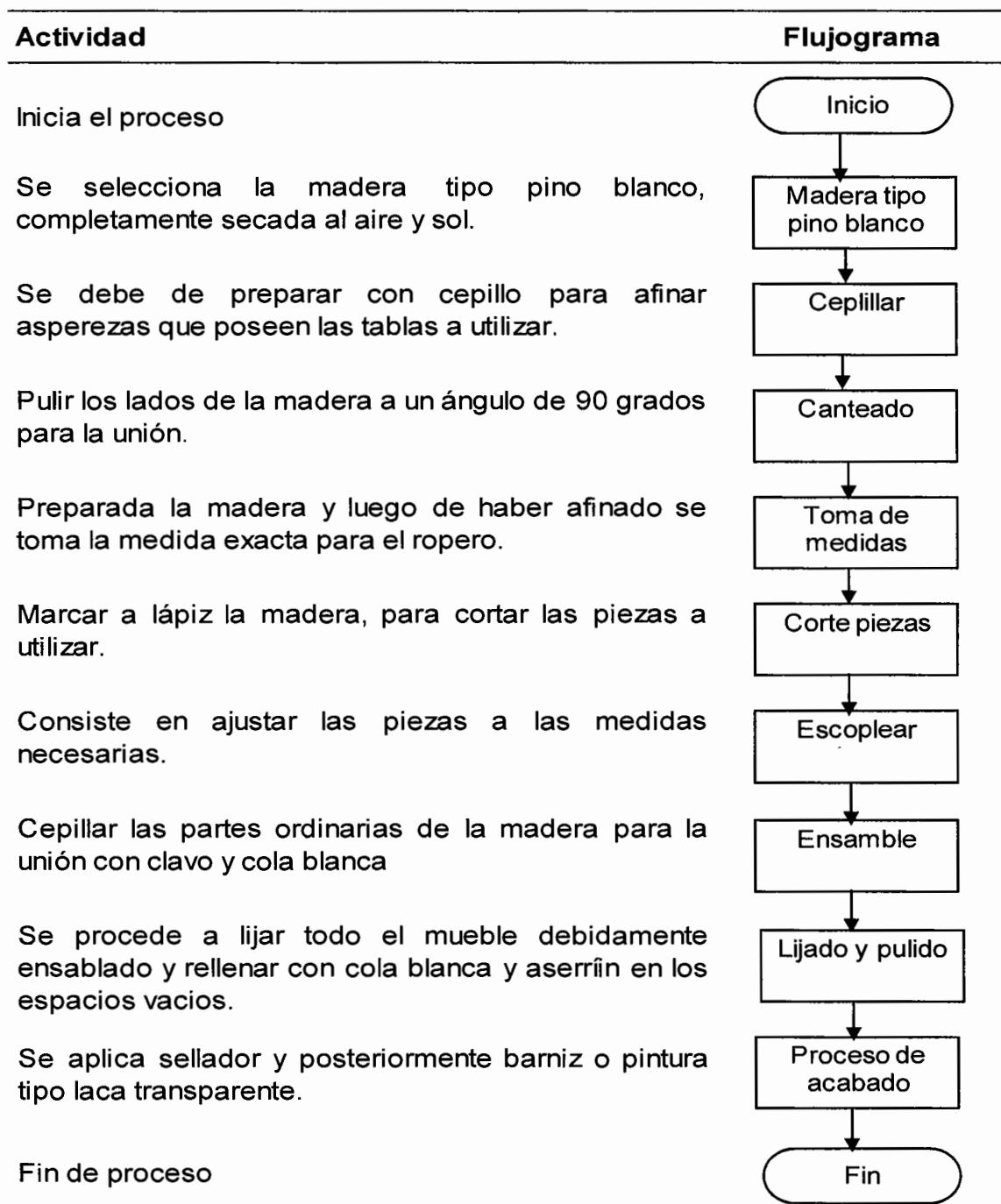
Detalla las actividades que se realizan en el proceso de productivo de roperos.

- Para iniciar la actividad, debe de seleccionar la madera tipo pino y que este completamente secada al aire y sol.
- Preparar con cepillo para afinar asperezas que posean las tablas.
- Pulir los lados de tabla a un ángulo de 90° para la unión.
- Preparada la madera de toman las medidas.
- Marcar con lápiz para realizar los cortes.
- Se ajustan las piezas cortadas.
- Cepillar las partes ordinarias de la madera para unir con clavo y cola blanca.
- Armadas las piezas, se lija todo el mueble y se rellena con cola blanca y aserrín los espacios vacíos.
- Se aplica sellador y posteriormente barniz o pintura laca transparente.

2.5.4 Flujograma del proceso productivo

A continuación se muestra en resumen las actividades a realizar para la fabricación de los muebles de madera:

Gráfica 5
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Flujograma del Proceso Productivo
Fabricación de Muebles de Madera
Año: 2007



Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., segundo semestre 2007.

2.6 COSTO

Los costos de producción que esta actividad incurre, pasan por varios procesos de transformación, como lo son, la utilización de materia prima, mano de obra y los gastos variables.

2.6.1 Costeo directo

El costeo directo es una manera de evaluar a una organización, al medir los egresos y costos con los ingresos, por medio de un control contable, situación que comparada con los resultados del trabajo de campo se determinó, que los fabricantes de muebles de madera, no cuentan con un sistema de control contable eficiente y actualizado que les permita establecer el costo real por mueble.

2.6.1.1 Costo de producción

En la investigación de campo, se realizó el análisis entre costo encuesta y costo imputado, para establecer costos de producción artesanal se utilizó el método de costeo directo.

Para apreciar de mejor manera el análisis de costos, se consideraron los elementos principales, que se muestran en los siguientes cuadros:

Cuadro 01
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Costo de Producción
Fabricación de Mueble de Madera “Ropero”
Año: 2007

Descripción	Encuesta unidades	Imputado unidades	Variación
Insumos	176,397	176,397	0.00
Mano de obra	57,120	61,320	-4,200.00
Costos Indirectos Variables	14,963	39,079	-24,116.00
Costo total de producción	248,480	276,796	-28,316.00
Producción de roperos	168	168	0
Costo unitario por Ropero	1,479	1,648	-169.00

Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., segundo semestre 2007.

El cuadro anterior muestra que el costo unitario por ropero para el artesano es de Q. 1,479.00 como dato de encuesta, con una variación de Q. 169.00 menor al dato imputado, lo que significa que el productor no toma en cuenta para determinar el costo directo algunos elementos de mano de obra y costos indirectos variables, como depreciaciones entre otros.

Con lo que respecta a costos, se señala que el costo encuesta se considera aquel que toman en cuenta los productores, de esa manera establecen empíricamente un costo de producción, sin tomar en cuenta depreciaciones y prestaciones de ley.

El costo imputado o real es aquel que considera el productor como tal y los que se generan durante el proceso productivo.

Cuadro 02
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Costo de Producción
Fabricación de Mueble de Madera "Trinchante"
Año: 2007

Descripción	Encuesta unidades	Imputado unidades	Variación
Insumos	153,462	153,462	0.00
Mano de obra	54,000	60,000	-6,000.00
Costos Indirectos Variables	23,251	46,050	-22,799.00
Costo total de producción	230,713	259,512	-28,799.00
Producción de trinchantes	144	144	0
Costo unitario por Trinchante	1,602	1,802	-200.00

Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., segundo semestre 2007.

En la fabricación de trinchantes el dato de encuesta unitario asciende a Q. 1,602.00, lo que significa que el artesano tiene como resultado Q. 200.00 menos estimados en el costo según dato imputado, por lo que afecta la ganancia al vender el mueble.

Cuadro 03
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Costo de Producción
Fabricación de Mueble de Madera "Gabinete"
Año: 2007

Descripción	Encuesta Unidades	Imputado unidades	Variación
Insumos	43,164	43,164	0.00
Mano de obra	6,480	8,610	-2,130.00
Costos indirectos variables	3,768	7,023	-3,255.16
Total costo directo de producción	53,412	58,797	-5,385.16
Producción de gabinetes	36	36	0
Costo unitario por Gabinete	1,484	1,633	-149.00

Fuente: Investigación de campo, Grupo EPS., segundo semestre 2007.

Como se puede observar en el cuadro anterior, la variación entre los costos de producción de encuesta y el imputado, es de Q. 149.00.

En cuanto a la diferencia, ésta se debe a que los artesanos pagan la mano de obra muy por debajo del salario mínimo establecido en el Código de Trabajo y no consideran el pago de las prestaciones laborales y patronales.

En lo que respecta a costos, el propietario del taller de carpintería establece el costo de encuesta de manera empírica, ya que no toma en cuenta valores de depreciación o amortización. El costo imputado también conocido como costo real, es aquel que considera el productor como tal y los que se generan durante el proceso productivo.

2.7 RENTABILIDAD

La rentabilidad en la fabricación de roperos según encuesta es del 12 y el 15% sobre los costos y gastos, sin embargo en lo imputado el resultado es de 3% sobre la venta y 4% sobre los costos y gastos, por cada quetzal vendido. Lo que respecta a trinchantes, el artesano obtiene el 11% sobre la venta y 13% sobre el costo y gastos, no obstante, los datos imputados manifiestan el resultado muy diferente con 1% sobre la venta 1% con respecto a los costos y gastos.

2.7.1 Indicadores

Son los factores que juegan un papel importante en la determinación en el valor de bien producido.

2.7.1.1 Precio de venta

Derivado a los resultados de la investigación de campo, se determinó el precio de venta es de Q. 1,800.00 para roperos y gabinetes y Q. 1,900.00 para trinchantes.

2.7.2 Indicadores financieros

Son proporciones o relaciones entre rubros de un estado que permiten establecer el análisis sobre la rentabilidad y equilibrio financiero de un negocio.

2.8 FINANCIAMIENTO

El financiamiento es uno de los factores que influyen en todas las actividades productivas y en la artesanal del municipio de Joyabaj juega un papel importante y con el fin de mejorar y aprovechar los recursos económicos recurren a fuentes internas y externas, como se explica a continuación.

2.8.1 Fuentes internas

Se considera que los artesanos en la producción de carpintería, financian la producción por medio de tres elementos: La compra de madera, es cada tres a cuatro meses y obtiene un financiamiento de uno a dos meses; el uso de mano de obra familiar, derivado que en la mayoría los negocios los trabajadores son familiares del dueño; y el uso instalaciones propias, como casas para la elaboración y venta de muebles.

2.8.2 Fuentes externas

Se determinó que en algunos casos han obtenido préstamo bancario a una tasa de interés entre 22% y el 26%, al momento de haber iniciado operaciones, por lo que conocen el procedimiento para obtener el mismo. En el financiamiento de entre familiares, los préstamos son a muy corto plazo, por lo general no mayores

de seis meses y se destinan principalmente para la compra de insumos, por el cual los productores pagan en promedio el 9% de interés mensual.

2.9 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

El proceso de comercialización por medio de la mezcla de mercadotecnia, de los talleres artesanales de carpintería, se presenta a continuación.

2.9.1 Producto

El bien producido, es el producto fundamental, el valor que adquiere es lograr satisfacer la necesidad del cliente. Para los muebles roperos, trinchantes y gabinetes fabricados por el artesano, no utilizan de ningún tipo de adorno o elemento extra.

2.9.1.1 Niveles del producto

La satisfacción del consumidor depende de la necesidad a complacer, para tal efecto se analizará el siguiente.

– Producto fundamental

Los muebles de madera fabricados por los artesanos, son en sí los que cumplen la función de satisfacer la necesidad al consumidor.

Entre los elementos que posee los muebles de madera fabricados, está la calidad por la forma de tratar la madera. Ésta es de tipo pino blanco y lleva un proceso natural de secado, lo que permite que el mueble fabricado no se deforme, además se agrega un líquido especial contra la polilla, que permite ser más duradero.

– Producto real

Los muebles de madera fabricados en el Municipio, mantienen un estilo que lo

diferencia entre que no son fabricados por ellos, en cuanto al diseño y forma. En lo que respecta a un nombre de marca, los muebles no tienen uno establecido, si no son referenciados por quién los fabrica, así mismo carecen de algún tipo de empaque.

– **Producto aumentado**

Entre los servicios que espera el consumidor final, en los muebles de madera es algunos casos la entrega a domicilio, dentro del casco urbano.

2.9.1.2. Atributos del producto

Entre los atributos de los bienes producidos por los artesanos, se mencionan lo siguientes:

– **Calidad del producto**

Los muebles de madera, de tipo pino blanco u otra variedad de pino o al gusto del cliente, se fabrican con calidad de madera, en el sentido que sea madera seca totalmente, para evitar que se deforme posteriormente. Las esquinas de los muebles son lijados para evitar alguna cortada en la manipulación de los mismos y brindan una mejor apariencia. Los cortes son exactos para evitar desperdicio y dar mejor apariencia al mueble, así mismo se aplican materiales como sellador, barniz y colorante de buena marca, para dar un acabado muy atractivo.

Clasificación de los productos

Los muebles de madera que son fabricados por los artesanos, se considera que se clasifican de la siguiente manera:

– **Producto niño problema**

“Se llaman así porque poseen un gran potencial (cuando se trata de mercados

de alto crecimiento) pero requieren gran atención (para desarrollar la participación en el mercado). Dicho de otra manera, un producto que es un niño problema, finalmente puede ser un buen proveedor de efectivo si la empresa puede levantar exitosamente la participación en el mercado.”⁷

Los muebles de madera, ropero, trinchante y gabinete se consideran producto niño problema, derivado a que son productos que pueden generar más utilidades, y tienen la expectativa de convertirse en productos de éxito, de lo contrario dejará de participar en el mercado, los clientes buscaran otros productos como sustitutos y no proveerá de ingresos para el artesano.

– **Producto aumentado**

En la fabricación de muebles de madera, el artesano ofrece servicios adicionales al cliente como entrega a domicilio, el estilo que éste requiere y una garantía en la fabricación del mismo. En algunos casos, en el precio que ofrece el artesano, incluye entrega a domicilio a nivel del área urbana.

2.9.1.3 Línea de productos

El artesano carpintero ofrece a los clientes, una variedad de muebles, fabricados de madera de pino blanco o la madera que el cliente elija, para usos fundamentalmente similares, en diferentes estilos y con la finalidad de satisfacer una necesidad que es el resguardo de ropa y utensilios de cocina, estos son: ropero, trinchante y gabinete.

– **Mezcla de productos**

Se refiere al surtido de los productos fabricados por los artesanos, para el presente caso son los muebles de madera. La mezcla de productos que poseen

⁷ PORTAL FORMACIÓN GERENCIAL DE LA ADMINISTRACIÓN, Estrategia de la mezcla de producto. Disponible en: [red] www.mailxmail.com. Consultado el 25 de marzo 2009.

los artesanos son: roperos, trinchantes y gabinetes.

2.9.2 Precio

El precio que le asigna el propietario del taller artesanal, conlleva el análisis de los costos de producción y muchas veces asigna precio con base a la competencia.

Los precios para los muebles de madera producidos son:

Roperos Q. 1,800.00

Gabinetes Q. 1,800.00

Trinchantes Q. 1,900.00

2.9.2.1 Objetivo de precio

El objetivo del precio, es que el artesano carpintero obtenga un ingreso por la venta de los muebles, para lograrlo toma en cuenta algunos costos incurridos en la fabricación, sin descuidar la competencia y observa de manera empírica el mercado.

2.9.2.2 Tipo de precio

El tipo de precio que ofrecen los artesanos, para los muebles de madera son de tipo paridad, esto significa que a la medida de lo posible igualará el precio de la competencia y tratará de ajustarlo a los precios que él ofrece.

2.9.3 Plaza

Los talleres de los artesanos no cuentan con salas de venta, por lo que utilizan el hogar como tal, con el fin de ahorrar y maximizar la ganancia. Con la producción surten al área urbana en un 90% y el 10% restante para clientes de las comunidades.

La fuerza de venta, es realizada por el mismo propietario, quien es el que cierra el trato de la fabricación del mueble, además establece las condiciones del mismo, así como el porcentaje de anticipo que requiere.

2.9.3.1 Margen de utilidad

Para el fabricante, el margen de utilidad de ropero, trinchante y gabinete es de:

Precio de venta	Costo	Utilidad	Margen
Ropero Q. 1,800.00	Q. 1,479.00	Q. 321.00	18 %
Trinchante Q. 1,900.00	Q. 1,602.00	Q. 298.00	16 %
Gabinete Q. 1, 800.00	Q. 1,484.00	Q. 316.00	18 %

2.9.4 Promoción

Los medianos artesanos no comunican los atributos del producto en publicidad, esto se debe a que los márgenes de ganancia no permiten la realización de campañas promocionales.

La manera de dar a conocer la venta de muebles consiste, en la mayoría de casos, por la recomendación que un cliente satisfecho brinda a otra persona, ésta es una manera en que no incurren en gastos. Cuando el cliente contacta con el artesano, se realiza de forma directa, sin ningún mediador, lo que permite que el artesano pueda negociar el precio y condiciones para la fabricación, así mismo el cliente tendrá la satisfacción de adquirir el producto deseado.

2.10 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Los talleres artesanales de carpintería, están integrados por miembros de familia y algún ayudante que es remunerado. Para el proceso productivo se encuentran organizados internamente y realizan las siguientes actividades:

2.10.1 Planeación

“Es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define el problema, se analizan las experiencias pasadas y se esbozan planes y programas.”⁸

El propietario de la carpintería planifica el trabajo, conforme la demanda de los productos, se basa en la experiencia para desarrollar esta función.

En cuanto, a la existencia de una visión y misión definida formalmente, que permitan tener un mayor alcance de la producción y maximización de los recursos, se puede mencionar que están establecidas por el propietario, de una manera empírica, orientados al logro de las mismas, sin que estén visibles hacia los miembros de la organización.

En lo que respecta a la visión, aspiran ser artesanos que logren crecer en cuanto al tamaño del taller, además fabricar variedad de estilos y comercializar los muebles tanto nivel municipal como departamental. El esfuerzo que realiza el artesano y los miembros del taller (en la mayoría de los casos son familiares), debe de ser compartido entre los éstos, además de existir motivación para lograr lo establecido.

2.10.2 Organización

La organización está dirigida por el propietario, quién centraliza la autoridad y responsabilidad.

⁸ PORTAL PARA INVESTIGADORES Y PROFESIONALES. Apuntes de Administración de Empresas/ Planeación. Disponible en: [red] www.elprisma.com. Consultado el 3 de enero 2008.

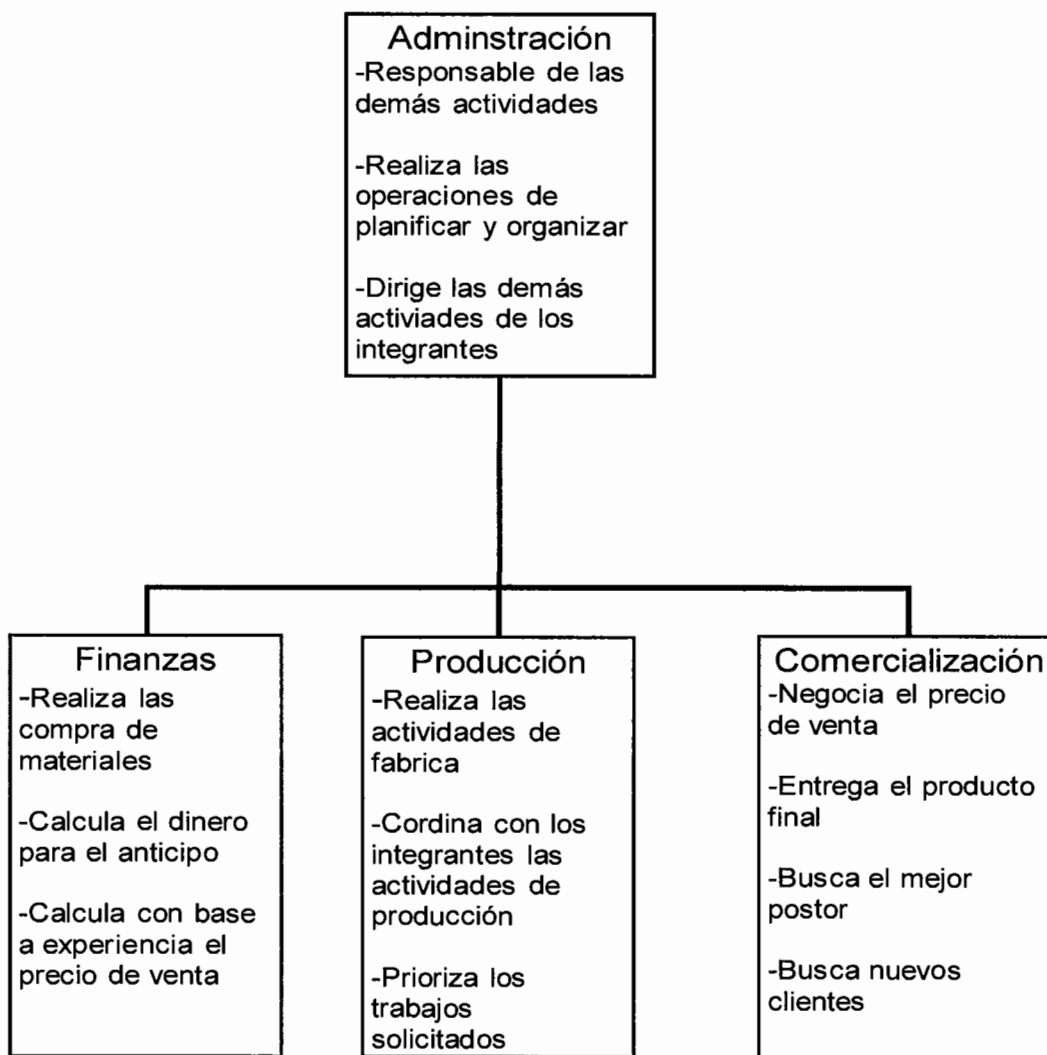
- **Tipo de Organización**

Básicamente es integrada por miembros de la familiar y en algunos casos contratan a una persona no familiar.

- **Estructura orgánica**

A continuación se presenta la Estructura Organizacional de la actividad artesanal:

Gráfica 6
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Artesano Carpintería
Estructura Organizacional
Año: 2007



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

Como se observa en la gráfica anterior, la situación al 2007, respecto a la organización del artesano carpintero, el propietario es el quien organiza en forma empírica el taller y asume las demás funciones administrativas.

Respecto a la cantidad de personas que aportan fuerza laboral para desarrollar las actividades de producción, que por lo regular son miembros de la misma familia que la integran es un mínimo de tres personas entre esposa, hijos o algún familiar cercano. En algunos casos contratan a alguien que no sea familiar, esto último depende de la demanda de muebles, así como la capacidad económica del propietario del taller.

De lo anterior, se puede describir en forma breve las actividades principales que realiza un artesano para la producción de muebles en coordinación de la familia, la selección de la madera se debe de verificar que este seca, y si esta húmeda proceder a secarla bajo el sol y aire, en los pasos de cepillado y canteo de las orillas que se realizan con lija o con máquina pulidora, las delega a los hijos o la esposa.

El propietario toma las medidas y corta la madera, para unir las piezas con cola blanca y clavos se lo encarga a la familia, además tallan y se lija las asperezas de la madera del mueble armado, la aplicación del sellador y barniz con tinte los realiza el artesano propietario quien proporciona el toque final del mueble producido.

El control de calidad lo aplica de manera empírica, durante la fabricación el artesano del taller de carpintería.

- **Sistema de organización**

El padre de familia es quien asigna las ocupaciones y confía las responsabilidades a los miembros de la organización, por lo que se deriva que la organización es de tipo lineal o militar.

2.10.3 Integración

El propietario del taller realiza esta función en el momento que integra un nuevo

ayudante o miembro de familia.

- **Recursos humanos**

Lo integran los miembros de la familia, quienes apoyan en las diferentes labores de la actividad artesanal, en algunos casos es completado algún pariente cercano que recibe un sueldo.

- **Recursos materiales**

Cuentan con herramienta rudimentaria básica como; serrucho, escuadras, metro, sierra y alguna sofisticada entre las que se pueden mencionar; canteadora, cepilladora, cierra de cinta, cierra de banco o circular, compresor, cierra circular de mano, barreno, engrapadora, lijadora.

- **Recursos financieros**

Se estima que un 90% los artesanos, que existen en el Municipio, utilizan fondos propios para cubrir los gastos de fabricación de muebles, por tal motivo se ven obligados a solicitar un porcentaje de adelanto al momento que el consumidor solicita la elaboración de algún tipo de mueble.

2.10.4 Dirección

El propietario es quien realiza esta actividad, quien toma las decisiones e instruye en la dirección al ayudante, en la mayoría de las ocasiones la comunicación es directa y verbal.

2.10.5 Control

Esta actividad recae sobre el propietario del taller, además es responsable de verificar que el producto llegue tal y como fue solicitado por el cliente.

2.11 GENERACIÓN DE EMPLEO

De acuerdo con los datos obtenidos, se determinó que los talleres de medianos artesanos de carpintería, generan empleo a 75 personas, que representa el 85% de esta actividad.

2.12 PROPUESTA DE SOLUCIÓN A LA SITUACIÓN ENCONTRADA EN LA PRODUCCIÓN DE LA CARPINTERÍA

Se presenta a continuación la propuesta a la situación encontrada en el año 2007, que derivo del trabajo de campo, sobre el tema de la organización y comercialización de muebles de madera fabricados en el municipio de Joyabaj.

2.12.1 Organización empresarial

Con el fin de obtener acceso al financiamiento, asesoría técnica y al mercado nacional, se propone establecer una organización formal denominada Asociación de Artesanos Carpinteros Xoy, lo que permitirá a los integrantes mejorar el nivel de ingresos económicos.

2.12.1 Planeación

La planeación de la Asociación, consiste en constituir una serie de pasos y actividades que se mencionan a continuación.

- **Metas**

Para la Asociación, serán los resultados que esperan obtener, de las diferentes actividades o tareas a realizar, entre las que se mencionan:

- Conocer el gusto y necesidades de los clientes en la fabricación de muebles, por medio de serie de entrevistas directas.

- Capacitar al personal, através de cursos impartidos por catedráticos del curso de carpintería, Instituto Nacional de Educación Básica con Orientación Ocupacional Industrial Francisco Méndez Escobar.
- Alcanzar una posición de liderazgo en el mercado de la fabricación de muebles de madera, que se logrará por medio de la calidad en la serie de pasos del proceso de elaboración de muebles.
- Conocer las necesidades de cada artesano miembro, por medio de encuestas, con la finalidad de solicitar apoyo técnico y de equipo, a las diferentes entidades gubernamentales y no gubernamentales.

Todo lo anterior, servirá para cuantificar el logro de los objetivos, en un tiempo determinado, con los recursos que se dispondrán.

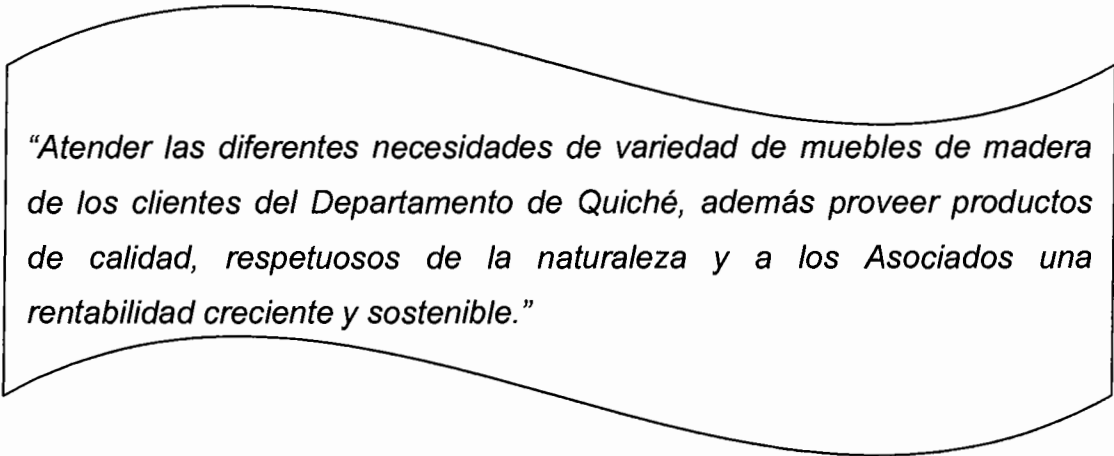
• **Visión**

Establecer para la Asociación, una visión por lo que se propone la siguiente:

“Ser una Asociación líder y en continuo crecimiento, con presencia en todo la República, que se distinga por proporcionar calidad en la fabricación de muebles de madera, acompañado de un excelente servicio a los clientes, una rentabilidad sostenida a los asociados y una contribución positiva al Municipio. Actuar con compromiso social.”

- **Misión**

Para la Asociación, la misión será el propósito de existir, describir a los clientes, los productos, los mercados, la filosofía y la tecnología a utilizar, se define como sigue:



"Atender las diferentes necesidades de variedad de muebles de madera de los clientes del Departamento de Quiché, además proveer productos de calidad, respetuosos de la naturaleza y a los Asociados una rentabilidad creciente y sostenible."

Tanto para la Visión como para la Misión, se propone que para que las conozcan y sea difundida entre los miembros, éstas se transmitan en forma impresa, así como colocar en cartel dentro de las instalaciones de la Asociación.

Dentro de la misión, será necesario comparar las alternativas que proporcionen la mejor posibilidad de cumplir las metas, al más bajo costo y que represente mayor utilidad.

- **Objetivos**

La integración de una Asociación será alcanzar una situación deseada, es una imagen en la que la organización pretende ser en el futuro, para este fin se presentan los objetivos, general así como específicos.

- **General**

Con el planteamiento del objetivo general se intentará lo siguiente:

- Constituir una organización formal por la cual se distribuyan muebles de madera de calidad, una rentabilidad sostenible a los miembros y acceder a los beneficios como créditos de fácil acceso, asesoría técnica y nuevos mercados.

– **Específicos**

Los objetivos específicos serán el resultado de lo planteado en las metas.

- Satisfacer los gustos y necesidades de los consumidores, en la fabricación de muebles.
- Brindar capacitación constante a los trabajadores de los miembros de la Asociación.
- Lograr que los miembros de la Asociación, consigan una posición ventajosa dentro del mercado de fabricación de muebles.
- Apoyar a los asociados para solicitar a las entidades gubernamentales y no gubernamentales el apoyo en asesoría técnica, créditos y nuevos mercados.

• **Políticas**

Las políticas son imprescindibles para el éxito, permite orientar la acción y los lineamientos generales a observar en la toma de decisiones dentro de la organización.

- Brindar al personal y miembros, capacitación constante sobre atención al cliente, con la finalidad que conozcan los gustos y necesidades.
- Proveer de cursos y actualización de éstos, al recurso humano que posean los integrantes de la organización, sobre los diferentes procesos de la fabricación de muebles.
- Conservar la política de calidad en los procesos de fabricación, con el propósito de mantener el liderazgo dentro del mercado.

- Actualización constante de los recursos materiales, equipo y maquinaria.
- Participar en ferias de muebles.
- Obtener préstamos en la red bancaria del Municipio, con tasas de interés atractivas para la inversión en los talleres de artesanos carpinteros.

2.12.1.2 Organización

Se conforma por la estructuración y las relaciones que deben de existir entre los miembros, los elementos materiales y humanos y lograr la eficiencia dentro los objetivos planteados

- **Tipo de organización**

Dada la característica de organización formal y de fácil conformación, se propone a la Asociación, el nombre de: “Asociación de Artesanos Carpinteros Xoy”, que la integrarán los artesanos carpinteros que deseen acceder a los beneficios, con el compromiso de cumplir lo establecido, como de un asociado.

- **Estructura organizacional**

La estructura organizacional permitirá identificar los diferentes niveles jerárquicos y que los miembros se ajusten a los requisitos de la organización, con el fin de ejercer el poder, autoridad y liderazgo y faciliten la toma de decisiones para el desarrollo de las actividades de la Asociación.

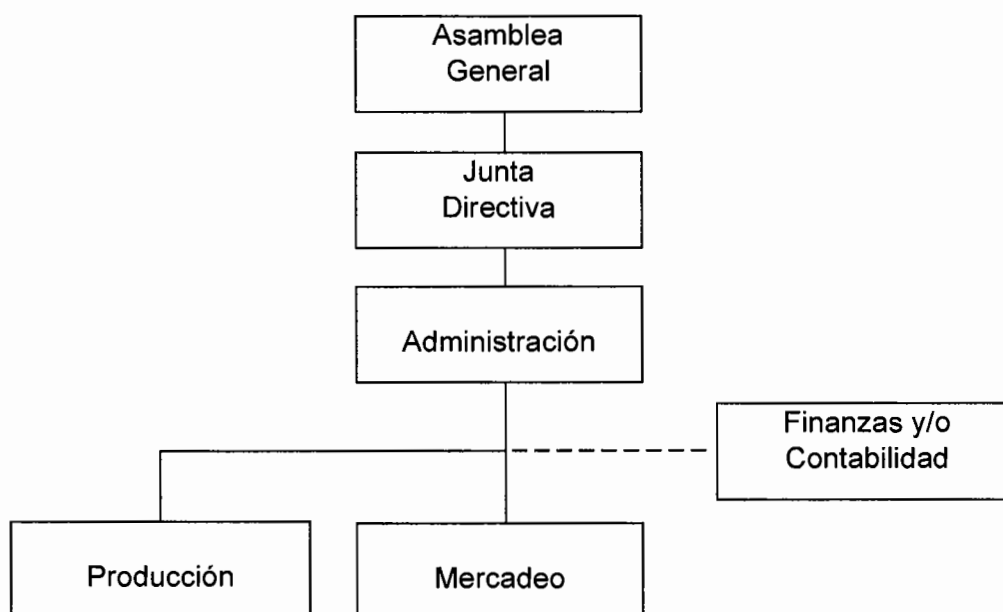
- **Sistema de la organización**

El sistema de la organización lo conforma el conjunto de normas y criterios que permitan a la Asociación una comunicación vertical y horizontal e identificar la línea de mando, que contribuyan al logro de los objetivos.

- **Diseño de la organización**

A continuación se presenta el diseño propuesto de la organización formal, bajo el sistema lineal:

Gráfica 7
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Producción Artesanal Carpintería
Asociación de Artesanos Carpinteros Xoy
Año: 2007



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007

- **Funciones de la Organización**

Las facultades de cada uno de las unidades o secciones que componen la Asociación son las siguientes:

- **Asamblea General**

Representa la máxima autoridad de la Asociación, lo conforman los miembros integrados y las decisiones que tomen son de carácter obligatorio y de acuerdo

con la mayoría, validará las sesiones cuando asistan la mitad más uno de los socios activos.

– **Administración**

Velará por que se cumplan los fines y propósitos de la Asociación, elaborar los planes, metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo. Además, dirigirá, organizará y controlará las actividades relacionadas a la administración de los bienes materiales, económicos y humanos de la Asociación.

– **Finanzas y/o contabilidad**

Sección que laborará bajo el sistema de asesoría y prestará los servicios con contrato celebrado y será responsable de la preparación de los estados financieros de la Asociación para presentar ante la Junta Directiva, así mismo llevar el control de pagos de sueldos, proveedores y dividendos correspondientes.

– **Producción**

Será responsable del control del suministro para realizar las actividades de producción de muebles de los asociados, llevar cuenta de los ingresos y egresos de materiales, reportar a la Administración acerca de niveles de producción.

En cuanto al control de calidad en la producción, ésta se realizará durante el proceso de la producción de los muebles, por medio de un estándar y procedimiento, con el fin de lograr mejor rendimiento de las materias primas y reducir errores.

– **Mercadeo**

Tendrá a cargo la tarea de realizar contacto con nuevos mercados o sea clientes potenciales, mantener un estudio sobre los precios de la competencia y estudiar

el mercado de muebles, buscar y mejorar los canales idóneos de comercialización para los muebles.

2.12.1.3 Integración de recursos

La integración la conforman los tres elementos más importantes para llevar a cabo las distintas actividades que conlleven al cumplimiento de las metas establecidas en la Asociación, que se describen a continuación:

- **Humanos**

Los miembros que integren la Asociación, serán los responsables de llevar a cabo todas las acciones necesarias para cumplir con las metas y objetivos de la misma.

La propuesta para la conformación de la estructura administrativa de la Asociación es la siguiente:

- Asamblea General (6 socios)
- Junta Directiva (Presidente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero, Vocal)
- Administración (1 colaborador)
- Producción (1 colaborador)
- Comercialización (1 colaborador)

- **Materiales**

Lo conforman los recursos que servirán para la coordinación de las actividades de producción y comercialización, entre ellos se mencionan:

- Instalaciones para la oficina
- Mobiliario y equipo

- **Financieros**

Los recursos económicos, provendrán de la aportación financiera que realicen los socios, la contribución será por un valor de Q 500.00 cada uno, para hacer un total de Q3, 000.00, que se destinarán para compra de mobiliario y equipo y pago de renta por las oficinas centrales.

- **Viáticos**

Estos serán para los miembros que realicen representación de la Asociación en las diferentes actividades que conlleve al cumplimiento de las metas y objetivos. Incluye la alimentación y transporte.

- **Dietas**

Será la retribución económica a la que tendrán derecho por asistir a reuniones que la Asociación lleve a cabo.

2.12.1.4 Dirección

En esta etapa del proceso administrativo, llamada también ejecución o liderazgo, es una función que pondrá en marcha los planes de acuerdo con la estructura organizacional, servirá de conducción de los esfuerzos de los miembros de la Asociación, además se establecerán los canales de comunicación.

- **Autoridad**

La máxima autoridad dentro de la Asociación estará a cargo de la Asamblea General y en el orden jerárquico la siguiente unidad con autoridad será la Junta Directiva, sin embargo cada taller se encargará de tomar las decisiones pertinentes excepto aquellos casos que requieran la aprobación de la máxima autoridad.

- **Motivación**

Es un factor interno de cada ser humano, para lograr la motivación dentro de la organización se estimulara la participación, creatividad y las sugerencias que conlleven el cumplimiento de los objetivos.

- **Comunicación**

Establecer una adecuada comunicación, dentro de la organización, será un factor importante entre las relaciones laborales de los diferentes niveles, así mismo, la vía mediante se puedan lograr los objetivos, esta puede podrá ser verbal o escrita.

- **Supervisión**

La supervisión estará a cargo de la Asamblea General, quien por medio de los reportes de actividades verificará las acciones de cada taller de carpintería y que éstas sean las trazadas para alcanzar los objetivos.

2.12.1.5 Control

El propósito y la naturaleza del control, es fundamentalmente garantizar que los planes trazados por la Asociación tengan éxito, al detectar desviaciones de los mismos se debe establecer una base para adoptar acciones, a fin de corregir desviaciones indeseadas reales o potenciales.

La función de control le proporcionará a la Asamblea General o Junta Directiva los medios adecuados para revisar los planes y cuantificar los objetivos planteados, se lleven a cabo en forma correcta.

- **Control de calidad**

Se utilizará para detectar y eliminar cualquier causa que pueda originar un defecto en la producción de muebles.

Con base a lo anterior, se tomará en cuenta la calidad de la materia prima, adquisición de pedidos justo a tiempo, selección adecuada de proveedores y realizar las inspecciones de producción.

Los tipos de control, mencionados anteriormente, promueve la eficiencia al evitar, compras innecesarias, adquirir materiales de baja calidad y precios altos y retrasos en la producción.

2.13 MERCADOTECNIA

Una de las funciones de la mercadotecnia es entregar un bien producido que los consumidores desean y necesitan, lo que significa que se intercambiará un mueble producido por valor definido por el taller de carpintería.

- **Mezcla de mercadotecnia**

Se define como “el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto.”⁹

Por medio del conjunto de acciones combinadas, se espera lograr como resultado influir positivamente en el mercado, para aumentar la demanda lo que generará ventas.

2.13.1 Producto

Es el mueble fabricado, con el fin de satisfacer la necesidad del comprador, se ofrecerá con variedad de diseños y características.

⁹ PORTAL DE MERCADOTECNIA. Definición de Mercadotecnia. Disponible en: [red] www.promonegocios.net. Consultado el 5 de enero de 2008.

- **Niveles de producto**

Se espera que el producto ofrecido cumpla con las expectativas en la adquisición del mueble.

- **Producto fundamental**

Será el mueble en sí que cumple con la función de satisfacer la necesidad del consumidor. Serán muebles de madera de pino con proceso de secado y preparación de una manera natural.

- **Producto real**

Se plantea que los muebles posean un nombre, denominada “La Marca”, la cual servirá para identificar el mueble y la calidad, adicionalmente se ofrecerá entrega en el domicilio.

- **Producto aumentado**

Entre los beneficios se pueden mencionar, la garantía de fabricación, entrega a domicilio sin recargo, aceptar pago por medio electrónico, ofrecer líneas de crédito aprobados por medio de una entidad financiera, y sobre todo la fabricación con el diseño, gusto y necesidad del cliente.

- **Atributos del bien producido**

Entre los atributos del producto, serán los aspectos que diferencien los productos de los Asociados.

- **Calidad del producto**

Se fabricaran productos de calidad con base al diseño, tamaño, gusto y necesidad del comprador, por medio de proceso de secado al sol, tratamiento de la madera con líquido para las polillas.

- **Clasificación de los productos**

Consiste en evaluar la línea de muebles que tendrán los talleres de carpintería.

- **Producto estrella o líder**

Los muebles de madera fabricados, se espera que los productos sean líderes, derivado del respaldo de la Asociación hacia los talleres de carpintería y que la venta de los muebles sea competitiva y que generaran altas utilidades.

- **Producto niño problema**

Se plantea que los muebles de madera, sean fabricados con el material de tipo pino blanco u otra variedad de pino o al gusto del cliente, se fabrican con calidad de madera, en el sentido que sea madera seca totalmente, para evitar que se deforme. Además pueda generar más utilidades.

- **Línea de productos**

Consiste en un grupo de productos de madera, como puertas, gabinetes, roperos, trinchantes y mesas entre otros, que ofrecerán los artesanos asociados. Se espera que la línea de productos de muebles de madera, satisfagan la necesidad básica por el cual el cliente adquirirá el bien.

- **Mezcla de productos**

Consiste en el surtido de muebles de madera como puertas, gabinetes, roperos, trinchantes y mesas entre otros, que la Asociación podrá ofrecer, compuesta por la línea de productos de madera que posean los artesanos.

2.13.2 Precio

Es la cantidad de dinero que los clientes están dispuestos a pagar por un bien producido, es la variable que generará los ingresos de la organización.

La base será el precio de lista en la que se podrá manejar un tipo de descuento, algún complemento, comprende la forma de pago con anticipo al realizar el pedido y el pago de complemento contra entrega del bien.

- **Tipos de precios**

Para los talleres de carpintería asociados, podrán manejar tipos de precios, siempre que no menoscabe la calidad de los productos, entre los que se mencionan:

- **Precio de paridad**

Este precio consiste en establecer precios similares a los de la competencia no asociada, sin dejar de tomar en cuenta los costos de producción y la calidad como el respaldo de la Asociación.

- **Precio sombra**

Consiste en que el consumidor utilice el precio sombra, que no es más que un precio en que el comprador tiene la opción de hacer una oferta menor para conseguir una rebaja del precio establecido, y el vendedor tendrá que tomar en cuenta factores de costo y el tipo de materia prima entre otros, para establecer un precio mínimo debidamente aceptado entre ambas partes.

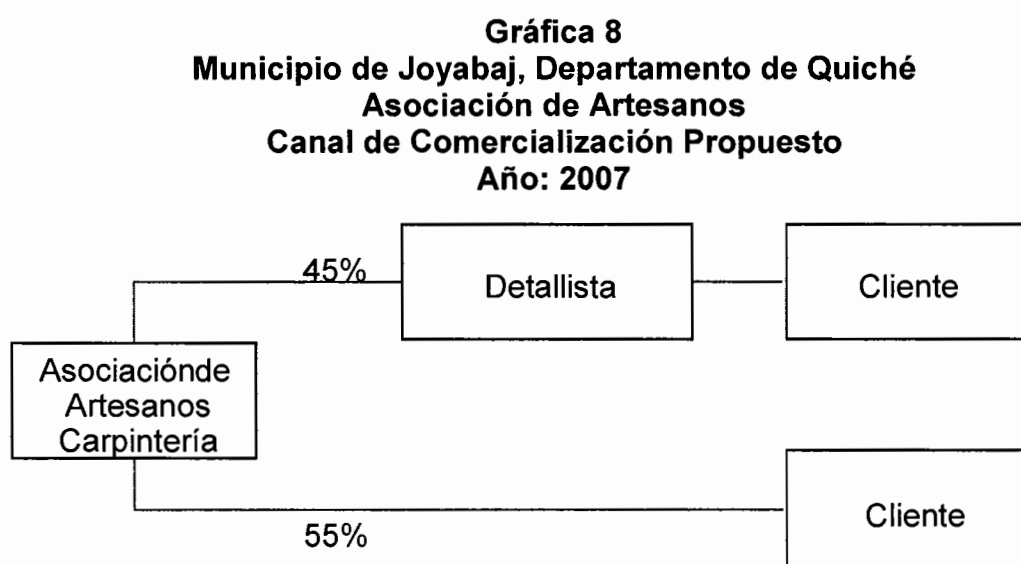
2.13.3 Plaza

Es la posición o distribución de los muebles fabricados, o sea que es toda la actividad que realizarán los talleres para poner el producto a disposición del mercado.

La cobertura se realizará en todo el Municipio, existirán servicio de transporte y logística para entrega del mueble.

El responsable de la distribución será el encargado de comercialización, que realizará actividades de búsqueda de puntos de venta independientes, así como comercios para venta de muebles.

A continuación se presenta la grafica de la propuesta del los canales de comercialización de la fabricación de muebles de madera.



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007

La gráfica anterior muestra que se estima destinar a detallistas como; almacenes de venta de muebles el 45%, y el 55% se espera que sean solicitados por clientes en forma directa.

2.13.4 Promoción

La promoción abarca todas las actividades cuyo objetivo es informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del mueble que ofrecen los talleres de carpintería asociados.

- **Descuentos y rebajas**

Para las ventas de gran cantidad o al contado, se podrá ofrecer un descuento especial y alguna rebaja para almacenes de venta de muebles o mueblerías, que deseen solicitar muebles para surtirles periódicamente.

Los almacenes serán visitados por el encargado de mercadeo, que tendrá la responsabilidad de dar a conocer la calidad de los muebles, servicios y beneficios.

- **Mezcla promocional**

Se realizará acciones para promover a los talleres de carpintería asociados, por medio de:

- **Venta personal**

Es el procedimiento para dar a conocer directamente los muebles de madera a un cliente prospecto, es la manera más económica de realizar mezcla promocional, por lo que la Asociación puede apoyarse en éste para realizar ventas.

- **Publicidad**

Es un método en que los artesanos se pueden apoyar para dar a conocer los muebles de madera, por medio de algún medio impreso, como un boletín impreso, la colocación de un rótulo en la calle principal del Municipio y también por el método más económico, como lo es la recomendación de boca en boca.

- **Relaciones públicas**

Es la manera de realizar actividades que demuestren de como la Asociación se proyecta hacia la sociedad, así como mostrar la imagen de la misma donde se logre ganar la confianza del cliente y que contribuyan a que se interesen en los

muebles de madera al momento de decidir realizar una compra. Estas actividades deben de ser debidamente planificadas, por medio de exposiciones, foros entre otros.

– **Promoción**

Es realizar promociones para dar a conocer los talleres de carpintería asociados, entre la población del Municipio, como colocar exhibidores y mostradores publicitarios en puntos de venta, como los comerciales, en el parque central.

Realizar concursos de ventas entre los vendedores más eficientes, contratar impulsadoras para temporadas de bono 14, diciembre, día de la madre.

CAPÍTULO III

PROYECTO: PRODUCCIÓN DE APIO

El proyecto está dirigido a los productores de la aldea Estanzuela del municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché, con el objetivo de proponer a los agricultores, diversificar los cultivos de los productos agrícolas y lograr intercambio comercial con beneficios económicos.

3.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El propósito de plantear el presente proyecto agrícola, deriva a la importancia que representará para la economía del Municipio ya que se estima mediante la producción, organización y comercialización, se generen beneficios socioeconómicos a los pobladores y contribuir en el desarrollo sostenible de la comunidad y del país.

El proyecto de producción de apio es una alternativa, para los productores agrícolas, derivado a que en el Municipio cuenta con mano de obra experimentada en el cultivo de hortalizas y condiciones climáticas.

Así mismo cuenta con las características del suelo, necesarias para la producción como lo es de suelos francos, arenosos o arcillosos, ricos en materia orgánica, fértiles, profundos con un pH de seis y medio a siete, según la clasificación de suelos, en los mapas temáticos, del Ministerio de Agricultura y Alimentación –MAGA-, la aldea Estanzuela del Municipio cuentan con esta variedad.

3.1.1 Objetivos

Los objetivos de la producción de apio se dividen en general y específicos, los cuales se detallan a continuación:

3.1.1.1 General

Coadyuvar al desarrollo sustentable y sostenible del municipio de Joyabaj, mediante la diversificación de la producción, el incentivo a la inversión y generación de ganancias que permitan elevar el nivel de vida de los habitantes, brinda la oportunidad de producir un cultivo que se comercialice a nivel nacional, mediante la formación de una organización formal.

3.1.1.2 Específicos

- Proponer variaciones de la producción agrícola del Municipio, que brinde opciones de desarrollo socioeconómico para los pobladores.
- Aumentar el grado de organización y participación de los productores en una Asociación, para formar un canal adecuado en el proceso de comercialización de apio.
- Promover la competitividad en la producción agrícola, por medio de la agrupación entre agricultores.
- Brindar una herramienta para que los agricultores tengan conocimiento del acceso al crédito.

3.2 ESTUDIO DE MERCADO

Consiste en el análisis de variables económicas, como las importaciones, exportaciones, históricas y proyectadas para obtener una perspectiva general del consumo aparente y demanda potencial, base fundamental para el estudio y ejecución de la propuesta de producción de apio. Como resultado, el estudio de mercado determina la aceptación, uso, oferta y demanda del apio en el mercado nacional.

3.2.1 Identificación del producto

Permite conocer el origen y las características del producto, tales como: nombre científico, composición química y fisiológica, así también como la marca, slogan y logotipo, necesarios para identificar el producto propuesto en el proyecto.

“Planta originaria de Europa, con raíz fibrosa y carnosa, tallo acanalado y hojas dentadas, flores amarillo verdoso, pequeñas, reunidas en umbelas. El apio pertenece a la familia de las Umbelíferas y recibe el nombre científico: *Apium graveolens* var. Dulce ó *Apium graveolens* var. *Rapaceum*.”¹⁰

3.2.1.1 Uso del producto

Según el Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá -INCAP- y el Centro de Nutrición y Promoción del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, recomiendan consumir mayor cantidad de verduras de color verde. El apio se utiliza como tratamiento saludable y refrescante, para el ser humano, por el contenido en agua, sales minerales y vitaminas diversas, así como para la preparación de comidas diversas.

- **Características del producto**

Con la ejecución del proyecto se pretende obtener producto cuyas características principales serán: estar bien desarrollado, de forma, color y sabor y olor característico de la variedad en estado fresco, libre de humedad y pudrición, entero, limpio y sano. El desarrollo y la condición del apio debe de ser de tal manera que deberá resistir el manejo y el transporte, que llegue en buenas condiciones al lugar o lugares del destino.

¹⁰ INFOAGRO. “Todo en Hortalizas”. Disponible en: [red] www.infoagro.com/hortalizas/apio. Consultado el 4 de enero de 2008.

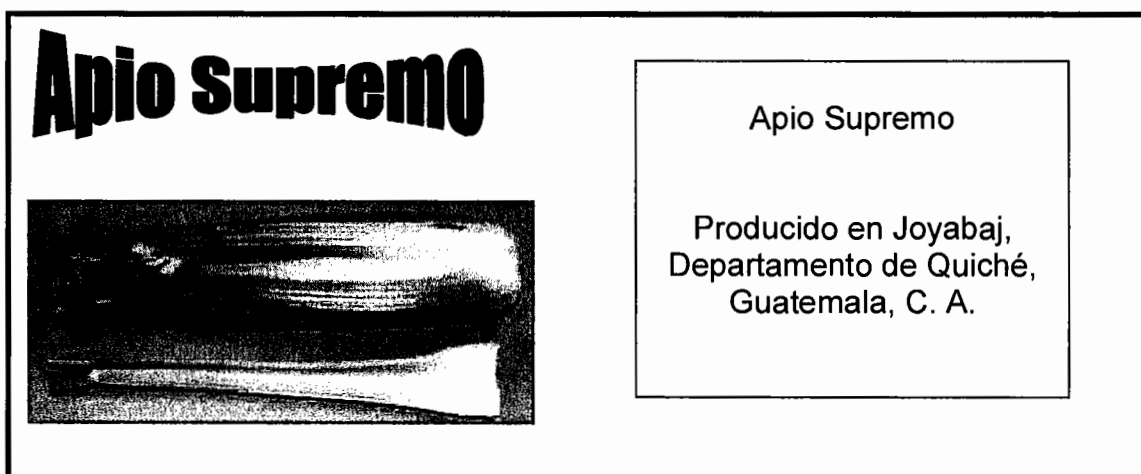
Marca

El signo distintivo que permitirá al consumidor final identificar el producto que produzca la Asociación de Productores de Hortalizas de Estanduela, será “Apio Supremo”.

Logotipo

Es la personalización que recibe el producto para reconocerlo entre los demás que ofrece la competencia, compuesto por una imagen de un apio, color verde y de color negro el nombre de la marca. Para el presente proyecto el logotipo propuesto es el siguiente:

Figura 1
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Logotipo
Año: 2007



Fuente: Elaboración propia Grupo EPS., segundo semestre 2007.

- **Funciones básicas de las unidades administrativas**

A continuación se describen las funciones y responsabilidades de cada departamento.

Asamblea general

Representa la máxima autoridad de la Asociación, lo conforman los miembros convocados y las decisiones que tomen son de carácter obligatorio.

Dentro de las funciones están:

- Aprobar el balance general y ordenar el cierre de las operaciones contables.
- Resolver todo lo relacionado con la administración y funcionamiento de la Asociación.
- Aprobar el plan de trabajo y el presupuesto de ingresos y egresos del año siguiente.
- Autorizar al Consejo Administrativo acerca de la retención del porcentaje sobre el valor unitario del producto.
- Dictar normas sobre políticas de capacitación y servicios de la Asociación.

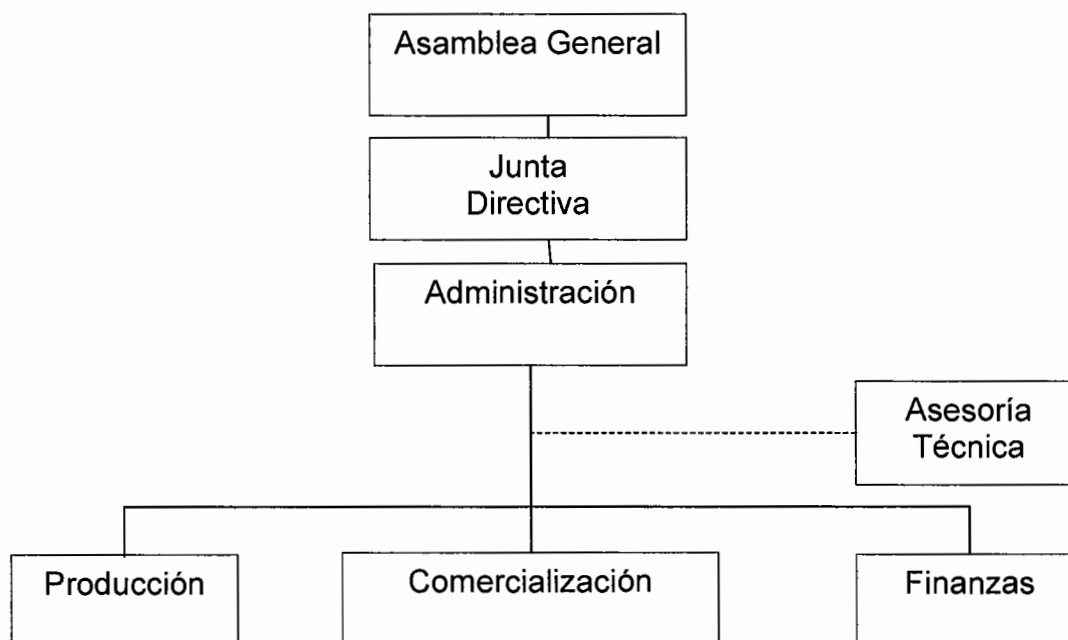
Consejo de administración

Es un órgano nombrado por la asamblea general y está integrado por: un presidente, un vicepresidente, vocal I y tesorero, el cargo durará dos años.

Dentro de las principales funciones están:

- Velar por que se cumplan los fines y propósitos de la Asociación.
- Ejercer supervisión sobre el funcionamiento.
- Convocar a una asamblea general ordinaria y extraordinaria.
- Nombrar y remover empleados de mutuo acuerdo con el presidente.

Gráfica 12
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Organigrama Funcional
Asociación Productores de Hortalizas de Estanduela
Año: 2007



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007

El organigrama que se describe con anterioridad refleja la estructura organizativa que permitirá conocer la distribución de los órganos que dirigirán la Asociación para coordinar las actividades de forma óptima.

Los departamentos de finanzas, producción y comercialización deben de trabajar en coordinación con éstos, para alcanzar las metas trazadas; como consecuencia los productores de apio obtendrán magníficos resultados.

incrementó en 3,300 en relación al 2004 y de igual en el 2006 se registro un aumento de 6,925.

- **Oferta nacional proyectada**

Para realizar la proyección de la oferta nacional de apio, se utilizó el método de mínimos cuadrados.

Cuadro 5
República de Guatemala
Oferta Nacional Proyectada de Apio
Período 2007 - 2011
(En Quintales)

Años	Producción nacional	Importaciones	Oferta total
2007	150,114	0.00	150,114
2008	156,901	0.00	156,901
2009	163,688	0.00	163,688
2010	170,475	0.00	170,475
2011	177,262	0.00	177,262

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Banco de Guatemala, Sistema de Cuentas Nacionales.

El cuadro anterior muestra que la oferta total tendrá un incremento promedio de 6,787 quintales, equivalente al 3.52%.

3.2.4 Demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” ¹²

Para los cálculos se tomará de base las estimaciones de población del Instituto Nacional de Estadística -INE-. La población delimitada que consume el producto

¹² Gabriel Baca Urbina. Evaluación de Proyectos. Editorial Mc. Graw Hill, 4ta. Edición 2001. Pág. 43

es del 70% y restante no lo hace por ser población menor de cuatro años, y personas con gustos, preferencias o poder adquisitivo diferentes; según el Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá –INCAP-, el consumo de apio por persona es de 0.016 de quintal anual.

- **Demanda potencial histórica**

En el siguiente cuadro se analiza la demanda de cinco años anteriores, para una mejor visualización.

Cuadro 6
República de Guatemala
Demanda Potencial Histórica de Apio
Período 2002 - 2006

Año	Población total	Población delimitada 70%	Consumo per-cápita	Demanda potencial
2002	11,791,136	8,253,795	0.016	132,061
2003	12,087,014	8,460,910	0.016	135,375
2004	12,390,451	8,673,316	0.016	138,773
2005	12,700,611	8,890,428	0.016	142,247
2006	13,018,759	9,113,131	0.016	145,810

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá e Instituto Nacional de Estadística -INE-. Estimaciones y Proyecciones de Población, cuadro 18.

En el cuadro anterior, se estableció que la demanda potencial histórica incrementó del 2002 al 2003 en promedio 3,314 quintales de apio, lo que representa un índice en promedio anual de 2.51%.

Respecto a la población delimitada, se tomó como base a la población menor de cuatro años, de acuerdo con datos de población, el Instituto Nacional de Estadística -INE-; a las personas con gustos y preferencias en el apio, según el Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá -INCAP-, además se consideró el poder adquisitivo diferente, que tiene influencia para la adquisición del producto. Lo anterior representa en conjunto el 30%, lo que indica que la

población total será delimitada al 70%, para realizar los cálculos de demanda potencial histórica y demanda potencial proyectada.

- **Demanda potencial proyectada**

Lo constituye la proyección de la demanda posible que pueda tener el producto en un tiempo establecido.

Cuadro 7
República de Guatemala
Demanda Potencial Proyectada de Apio
Período 2007 - 2011

Años	Población total	Población delimitada 70%	Consumo per-cápita	Demanda potencial
2007	13,334,770	9,334,339	0.016	149,349
2008	13,677,815	9,574,471	0.016	153,192
2009	14,017,057	9,811,940	0.016	156,991
2010	14,361,666	10,053,166	0.016	160,851
2011	14,713,763	10,299,634	0.016	164,794

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá e Instituto Nacional de Estadística -INE-. Estimaciones y Proyecciones de Población, cuadro 18.

El cuadro anterior muestra que en el 2008 refleja un incremento de 2.57%, lo que representa 3,842 quintales, para los años próximos años, 2009, 2010 y 2011 el aumento significó el 2.48%, 2.46% y 2.45% respectivamente.

- **Consumo aparente**

El consumo aparente se obtiene de la producción de un período determinado, más las importaciones, menos las exportaciones, que permite conocer un supuesto consumo de este producto.

Consumo aparente histórico

A continuación se muestra el cuadro de consumo aparente histórico de los años 2002 al 2006:

Cuadro 8
República de Guatemala
Consumo Aparente Histórico de Apio
Período 2002 - 2006
(En Quintales)

Año	Producción nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente
2002	106,640	51.5	28,300	78,391
2003	135,600	0.0	20,510	115,090
2004	131,000	0.0	15,192	115,808
2005	134,300	0.0	30,615	103,685
2006	141,225	0.0	37,404	103,821

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la Asociación Guatemalteca de Exportadores -AGEXPORT- y Banco de Guatemala. Los datos de la producción nacional, importaciones proviene del cuadro 3.

En el cuadro anterior se observa que el consumo aparente histórico aumentó en el año 2002 en 36,683 quintales en relación al 2003. A partir del 2004 no se registraron importaciones.

Consumo aparente proyectado

Para calcular el consumo aparente proyectado, se realizaron los siguientes cálculos, para los años 2007 al 2011 que se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 9
República de Guatemala
Consumo Aparente Proyectado de Apio
Período 2007 - 2011
(En Quintales)

Año	Producción nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo aparente
2007	150,114	0.00	34,825	115,289
2008	156,901	0.00	37,650	119,251
2009	163,688	0.00	40,476	123,212
2010	170,475	0.00	43,301	127,174
2011	177,262	0.00	46,127	131,135

Fuente: Elaboración propia, con base en datos de la Asociación Guatemalteca de Exportadores -AGEXPORT- y Banco de Guatemala. Los datos de la producción nacional, importaciones proviene del cuadro 5.

La cuadro anterior muestra que para el 2008, la producción nacional proyectada habrá aumentado en 3.44% en relación al 2007, como consecuencia del incremento del 2,825 y 2,826 quintales respectivamente de exportaciones en el mismo periodo.

- **Demanda insatisfecha**

Para hacer un análisis de la demanda insatisfecha, es necesario tomar en cuenta la demanda potencial y el consumo aparente, por medio de este cálculo se establece la factibilidad de continuar con el proyecto y determinar la cantidad de la demanda que no ha sido cubierta en el mercado.

Demanda insatisfecha histórica

A continuación se presenta el cuadro de la demanda insatisfecha histórica.

Cuadro 10
República de Guatemala
Demanda Insatisfecha Histórica de Apio
Período 2002 - 2006
(En Quintales)

Año	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2002	132,061	78,391	53,669
2003	135,375	115,090	20,284
2004	138,773	115,808	22,965
2005	142,247	103,685	38,562
2006	145,810	103,821	41,989

Fuente: Elaboración propia, con base en los datos de la demanda potencial del cuadro 6, consumo aparente que provienen del cuadro 8.

El cuadro anterior muestra que la demanda insatisfecha histórica de apio, en el periodo de 2002 al 2006, no logró cubrir la demanda potencial.

Demanda insatisfecha proyectada

A continuación se presenta el comportamiento de la proyección a cinco años de la demanda insatisfecha.

Cuadro 11
República de Guatemala
Demanda Insatisfecha Proyectada de Apio
Período 2007-2011
(En Quintales)

Año	Demanda potencial	Consumo aparente	Demanda insatisfecha
2007	149,349	115,289	34,060
2008	153,192	119,251	33,941
2009	156,991	123,212	33,779
2010	160,851	127,174	33,677
2011	164,794	131,135	33,659

Fuente: Elaboración propia, con base en los datos de la demanda potencial, del cuadro 7, consumo aparente que provienen del cuadro 9.

De acuerdo con la información, la demanda insatisfecha aumentará en 120, 161 quintales para el 2007 - 2008, y registrará una disminución de 102 y 18 quintales por motivo del incremento de las exportaciones, pero justifica la viabilidad del proyecto de apio, por el incremento en la demanda potencial.

3.2.5 Precio

Elemento que determinará la rentabilidad del proyecto, por medio del comportamiento de los ingresos, al tomar en cuenta la oferta y demanda, variaciones climatológicas y época de cosecha, entre otros factores.

El precio del apio se establecerá con base al costo de producción y el equilibrio entre la oferta y la demanda a nivel nacional; el precio de venta propuesto por el productor al mayorista por quintal es de Q. 250.00 y debido a la tipo de producto se entregará en cajas de 25 libras cada una.

3.2.6 Comercialización

Son todas aquellas actividades, procesos o etapas que se realizan con los productos, desde la producción hasta la adquisición de los mismos para el consumo.

El apio es un producto perecedero, por lo mismo no debe almacenarse por largos períodos de tiempo, la comercialización se iniciará en el momento que la Asociación lo entregue a los mayoristas, quienes lo harán llegar a los detallistas y éstos lo venderán al consumidor final en el mercado nacional, y derivado a la importancia de este tema se desarrollará en el capítulo IV.

3.3 ESTUDIO TÉCNICO

Conformado por los elementos que determinan el tamaño del proyecto, como los son los recursos, proceso productivo, y niveles tecnológicos, con el fin de brindar un mejor análisis de las exigencias requeridas para el mismo.

3.3.1 Localización

Entre las exigencias para el desarrollo de la siembra, cultivo y cosecha esta la temperatura y depende de la fase de cultivo como la fase de semillero, que se siembra entre 17 y 20°C, se debe garantizar una temperatura mínima de 13-15°C, en la fase de campo la temperatura ideal está alrededor de 16-20°C.

Requiere de suelos ricos en materia orgánica, fértiles y profundos con un pH de 6.5 a 7.0 y según la clasificación de suelos, en los mapas temáticos, del Ministerio de Agricultura y Alimentación –MAGA-, el Municipio cuenta con esta variedad de suelos.

Adicionalmente se tomarán en cuenta los factores tales como: medios de transporte, acceso a materia prima y mano de obra disponible.

3.3.2 Macrolocalización

Estará ubicado en el municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché, localizado a una distancia de 218 kilómetros de la ciudad capital, sobre la carretera CA-1, dista de la Cabecera Departamental 218 kilómetros, otra vía de acceso para llegar al Municipio es sobre la carretera que conduce al municipio de Pachalum, con distancia de 116 kilómetros, 14 de ellos son de tierra transitable en tiempo de verano.

3.3.3 Microlocalización

El terreno para implementar el proyecto se ubicará en la aldea Estanzuela, colinda al norte con el municipio de Zacualpa y el río Arriquín, al sur con la aldea Nim Chaj, al este con la aldea San José Chuacorrall y al oeste con la aldea El Temal, a una distancia de 13 kilómetros del casco urbano, el camino de terracería es transitable todo el año.

3.3.4 Tamaño y duración del proyecto

La siembra, cultivo y cosecha de apio se llevará a cabo en un área de dos manzanas de terreno, las cuales tendrán una producción de 2,000 quintales el primer año, para un total a los cinco años de 10,000 quintales.

Para esperar la producción proyectada anteriormente, deberán de adoptarse los cuidados culturales en el proceso de producción, si los cuidados necesarios de las plantaciones se han hecho efectivamente, la vida productiva se proyecta a cinco años, a continuación se presenta el detalle de la producción en unidades.

Cuadro 12
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Programa de Producción
Periodo 2007-2011

Año	Número de Cosechas	Rendimiento por cosecha en qq	Unidad de Medida	Número de Manzanas	Producción anual Total Quintales
1	2	500	Quintal	2	2,000
2	2	500	Quintal	2	2,000
3	2	500	Quintal	2	2,000
4	2	500	Quintal	2	2,000
5	2	500	Quintal	2	2,000
Total					10,000

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

Con la estimación estable de producción anual de 2,000 quintales, se pretende cubrir en los primeros dos años el 10% de la demanda insatisfecha y para los próximos tres se cubrirá el 9%.

3.3.5 Recursos

Para iniciar el proyecto será necesaria la participación de los elementos humanos físicos y financieros, pues estos constituyen los elementos indispensables para optimizar el mismo.

- **Humanos**

Este recurso es uno de los más importantes en el desarrollo de la conformación del Comité, conformado por los miembros que participarán en el proceso de producción, la administración, el de comercialización y adicionalmente en forma eventual la contratación de jornaleros.

- **Físicos**

Dos manzanas de terreno los cuales serán alquilados por la Asociación

- **Materiales**

Estará compuesto de igual forma por, el mobiliario y equipo de oficina, y agrícola así como las herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades.

A continuación se describen el requerimiento técnico en la utilización del proyecto:

Cuadro 13
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Requerimientos Técnicos
Año: 2007

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad
Equipo agrícola		
Bombas fumigadoras de mochila 16 litros	Unidad	2
Mariposas para riego	Unidad	3
Herramientas		
Piochas	Unidad	4
Rastrillos	Unidad	4
Mangueras (75")	Unidad	3
Palas	Unidad	1
Machetes	Unidad	3
Limas	Unidad	3
Azadones	Unidad	5
Pesa metálica de piso	Unidad	1
Cuchillos	Unidad	6
Carretas de mano	Unidad	2
Mobiliario y equipo		
Máquina de escribir	Unidad	1
Archivo de metal dos gavetas	Unidad	1
Escritorio de metal	Unidad	1
Sillas plásticas	Unidad	4
Sumadora de escritorio solar	Unidad	1
Mesa de madera	Unidad	1
Equipo de riego		
Beneficiarios de minirriego		4
Equipo de computación		
Computadora		1
Impresora		1
Intangible		

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

• Financieros

Para la implementación y desarrollo del proyecto es necesario la participación económica de los integrantes del mismo y estos son: la aportación por asociado es de Q 4,913.75 para un total de Q 39,310.00; también es necesario obtener un préstamo en el Banco de Desarrollo Rural, S.A. (BANRURAL), cuyo monto será de Q 116,110.00 el cual debe ser cancelado para el 2012, con una tasa del 23% de interés anual.

3.3.6 Producción

El ciclo de cultivo o tiempo de desarrollo va desde la siembra de la semilla al trasplante que conlleva 50 días y del trasplante a cosecha 110 días promedio.

Se sembrarán 10 onzas de semilla, en dos manzanas de terreno, para una primera producción de 2,000 quintales.

Cuadro 14
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Producción y Cobertura de Mercado
Período 2007-2011

Año	Número de manzanas	Producción en quintales	Demanda insatisfecha	% Cobertura de mercado
1	2	2,000	34,060	6
2	2	2,000	33,941	6
3	2	2,000	33,779	6
4	2	2,000	33,677	6
5	2	2,000	33,659	6
Total		10,000		

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

El cuadro anterior muestra que el rendimiento esperado en la producción, en cada año del proyecto será de 2,000 quintales, lo que significa una contribución

a la cobertura de la demanda insatisfecha del apio del 6%, para los próximos años, índice que demuestra que es una producción con amplio mercado.

3.3.7 Proceso productivo

A continuación se describen las actividades que se desarrollan durante el ciclo de producción del apio con el objetivo de obtener un mayor rendimiento, dicho proceso requiere de pasos consecutivos que van desde la preparación de la tierra, siembra, abono y control de plagas y enfermedades, clasificación y empaque para la venta del producto.

- **Preparación de la tierra**

“Es necesario realizar una labor de desfonde profunda, y a continuación dos pases de rotovator, seguida de una labor de acaballadora, la cual deja el terreno con surcos de 50 cm de anchura y caballones de igual medida. Si la parcela ha tenido cultivos con recolección mecanizada se recomienda realizar un pase de subsolador y romper la posible suela que se puede localizar más profundamente.”¹³

Esta actividad consiste en eliminar todas aquellas hierbas o malezas y adoptar prácticas de conservación de los suelos.

- **Siembra**

Existen épocas de siembra en función de los ciclos productivos. Las siembras para la campaña de invierno se realizan desde inicios de julio a finales de agosto y los trasplantes desde los últimos días de agosto.

¹³ Infoagro. “Todo en Hortalizas, Apio”. Disponible en: [red] www.infoagro.com. - Consultado el 04 de enero de 2008.

El trasplante en primavera obliga a una siembra en semillero durante las primeras semanas de noviembre, para hacer los trasplantes durante los meses de enero y febrero.

Al momento que la plántula alcanza los 15 centímetros de altura y ha desarrollado tres ó cuatro hojas verdaderas, con una longitud de pecíolo de unos 10 centímetros y de limbo de hoja de cuatro a cinco centímetros, está lista para el trasplante, siempre que tenga un adecuado crecimiento radical. Si la plántula alcanza un desarrollo excesivo de la parte aérea en las primeras fases de semillero, hay que practicar una poda a unos 10 ó 12 centímetros de altura, para evitar descompensaciones en la planta entre la parte aérea y subterránea.

- **Preparar camellón o aporcar la tierra**

Al iniciar el crecimiento vegetativo no conviene que el corazón de la planta se recubra con tierra, ya que se puede producir una parada vegetativa del crecimiento. Por esta razón, en el momento se den al cultivo las labores necesarias, se evitará que caiga tierra en el centro de la planta; también en este estado de crecimiento no se harán labores de recalzar las plantas.

“En cambio, cuando el cultivo esté en pleno desarrollo, es conveniente aporcar las plantas; con esta operación se aumenta la longitud de las pencas.”¹⁴

Escardar las plantas nocivas

El apio no admite competencia con las malas hierbas al principio de la vegetación, ya que el crecimiento es lento; es necesario mantener limpio el suelo con labores de escarda. El apio es una hortaliza sin el problema del desyerbe debido a que se pueden aplicar las materias activas.

¹⁴ Ibidem, “Apio”

En trasplantes en épocas calurosas se dejan las malas hierbas sin tratar al principio para que actúen a modo de sombreado y eviten mayores subidas de las temperaturas del suelo.

- **Riego**

En las primeras fases del desarrollo, el riego debe ser abundante y regular, ya que la plántula debe tener un crecimiento continuo. En todo el ciclo, este cultivo sufre estrés por lo que no debe haber escasez de agua en el suelo. Se puede regar tanto por gravedad como por riego localizado como por aspersión.

- **Abonado**

Para obtener una buena producción y de buena calidad, es conveniente que el suelo esté bien estercolado. Si no se aplica estiércol, es necesario aumentar el abonado nitrogenado y potásico, especialmente que los suelos sean ligeros.

En el último mes de desarrollo, antes de la recolección, el nitrógeno debe estar disponible en cantidad suficiente en el suelo. Además, el apio es una planta muy sensible al déficit de boro, azufre y magnesio. El abono foliar aplicado una vez por semana suele dar buenos resultados, para los aportes de boro y magnesio y de calcio en caso de suelos pobres en este elemento.

- **Plagas y enfermedades**

Entre las plagas que podrían afectar a la producción de apio se mencionan las siguientes: mosca de la zanahoria, mosca del apio, pulgones, gusanos grises y nemátodos.

Las enfermedades se pueden mencionar, mildiu del apio, mancha foliar o tizón, septoriosis y septoria apii graveolentis.

Estas plagas y enfermedades son controladas con procesos como desinfección de suelos o semillas, fertilizar los suelos, pulverización en las plantas y aplicación de controles químicos.

- **Cosecha**

La época de cosecha se inicia entre los 90 y 120 días después de la siembra, el apio es cosechado y el cultivo alcanza el tamaño deseado para el mercado y antes que los pecíolos desarrollen esponjosidad. Los campos de apio presentan un crecimiento uniforme y son cosechados de una sola vez. Los tallos son empacados por tamaño después de eliminarse los pecíolos y hojas exteriores.

Normalmente la recolección se realiza de forma manual con ayuda de una espátula metálica de bordes afilados, con el frontal corto se secciona la planta y con los laterales los restos de raíces y parte apical de las hojas.

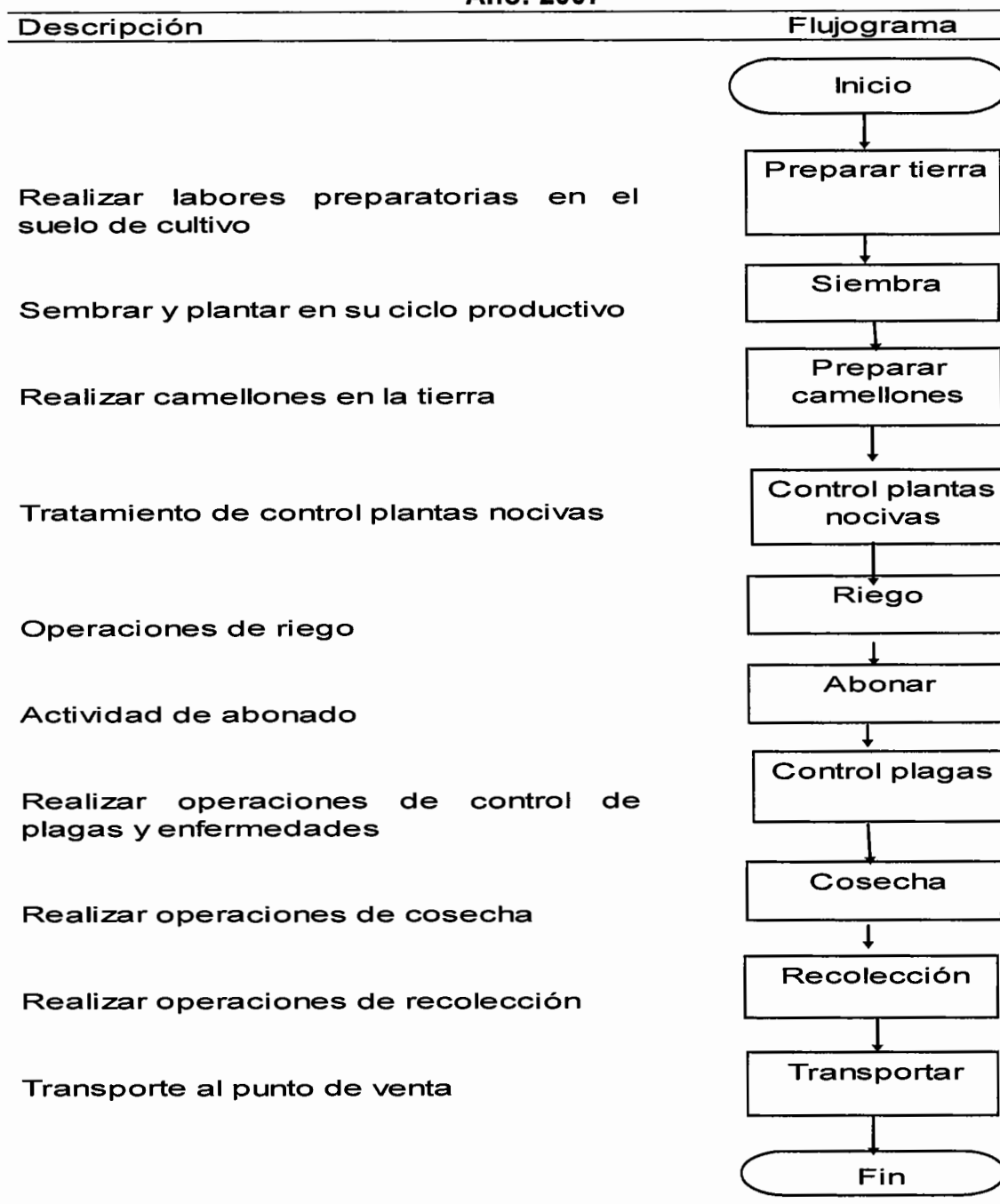
Es importante cosechar durante las horas más frescas del día y colocar el apio en cajas lavadas con agua clorada, en lugares sombreados y ventilados. Durante el transporte, debe evitarse la exposición del producto al sol: una de las principales características que se asocian con la calidad del apio es la propiedad de crujir, es decir, que al quebrarlo emita un sonido vidrioso característico y es primero que se pierde al haber deshidratación.

- **Clasificación y empaque**

Implica el proceso de limpia, clasificación y preparación para transportar en cajas de 25 libras cada una, para entrega al mayorista.

A continuación se presenta en forma gráfica los diferentes procesos, en la producción de apio.

Gráfica 9
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Flujograma del Proceso Productivo
Año: 2007



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

3.3.8 Nivel tecnológico

El cultivo del apio, requiere del nivel tecnológico III o intermedia, lo que significa que utiliza técnicas de cultivo como; aplicar agroquímicos para liberar a la siembra de plagas y el uso de equipo adecuado, un sistema de riego por aspersión o gravedad o bien por lluvia, utilizan agroquímicos para el cultivo, siembra y cosecha, reciben cierta asistencia técnica y utilizan semilla mejorada además de acceso a crédito, ésta última con la condición que debe de existir agrupación de agricultores formalmente.

3.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

El estudio administrativo, busca establecer la estructura organizacional, para este caso se plantea una Asociación que tiene como fin el consolidar esfuerzos y recursos para el logro de las metas y objetivos así como ofrecer beneficios a los asociados y las familias que la integren. Este tema se tratará en el capítulo V.

3.5 ESTUDIO FINANCIERO

Es el proceso por medio del cual se establece la inversión inicial de un proyecto, en el cual se identifican las fuentes de financiamiento, se elaboran los presupuestos de los rubros y cuentas que permiten la elaboración de los estados financieros, y finalmente se evalúa los resultados desde el punto de vista financiero.

3.5.1 Inversión

En el desarrollo del presente estudio se analiza la inversión que se pretende obtener para desarrollar el proyecto y el financiamiento que se necesite. De conformidad con el análisis efectuado se establece un plan de inversión para el primer año de operaciones del proyecto, en el cual se pretende que en los años subsiguientes el mismo generará propios recursos para el desarrollo y

seguimiento. Un plan de inversión está integrado por la inversión fija más el capital de trabajo, como se presenta a continuación

3.5.2 Inversión fija

La inversión fija, comprende los recursos de carácter permanente que sirven como medios en la producción, comercialización y administración del proyecto, estos no son negociados o transados en forma continua durante la vida útil y constituyen el activo fijo de la unidad económica, los cuales son sujetos de depreciaciones; asimismo se incluyen las inversiones intangibles como los gastos de organización e instalación que son amortizables año tras año, a continuación para describir los rubros que la integran se hacen presenta el siguiente cuadro:

Cuadro 15
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Inversión Fija
Año: 2007
(Cifras en quetzales)

Concepto	Total Q.
Equipo agrícola	889.00
Mobiliario y equipo	2,180.00
Herramientas	2,341.00
Equipo de computación	4,900.00
Gastos de organización	5,000.00
Equipo de riego	24,000.00
Total Inversión Fija	39,310.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

El cuadro anterior describe la inversión en bienes, equipo agrícola, mobiliario y equipo, herramientas, equipo de computo, gastos de organización y equipo de riego, que se caracterizan por ser permanentes en la vida útil del proyecto.

3.5.3 Inversión en capital de trabajo

El capital de trabajo es el conjunto de recursos que forma parte del patrimonio del proyecto, que son utilizados como activos corrientes para realizar operaciones normales: producción, comercialización y administración, durante uno o varios ciclos productivos en un año.

Cuadro 16
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Capital de trabajo
Año 2007
(Cifra en quetzales)

Concepto	Total Q.
Insumos	2,322.24
Costos indirectos variables	5,111.18
Mano de obra	8,518.51
Costos fijos de producción	13,437.00
Gastos de administración	74,940.78
Total	104,329.71

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

El cuadro anterior se determina el capital de trabajo, para el cual se requiere 2% de la inversión total para insumos, 5% para costos indirectos variables, mano de obra el 8%, en costos fijos de producción el 13% y para gastos de administración requiere el 72%.

3.5.4 Inversión total

La inversión total está integrada por la inversión fija más la inversión en capital de trabajo, como se presenta en el cuadro siguiente:

3.6.2 Valor actual neto –VAN-

Esta variable consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de las corrientes de ingresos y el valor actualizado de las corrientes de egresos, incluye la inversión total.

A continuación se muestra cual será el valor actual neto dentro de los cinco años que el proyecto tendrá para su realización:

Cuadro 22
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Valor Actual Neto -VAN-
Período 2007-2011

Año	Inversión Q	Ingresos Q	Egresos Q	Flujo neto de fondos Q	Factor de actualización 22%	VAN Q
0	154,906		154,906	(154,906)	1.00000	(154,906)
1		500,000	347,633	152,367	0.81967	124,890
2		500,000	344,576	155,424	0.67186	104,423
3		500,000	340,499	159,501	0.55071	87,839
4		500,000	336,929	163,071	0.45139	73,609
5		502,500	332,852	169,648	0.36999	62,768
Totales	154,906	2,502,500	1,857,396	645,104		298,623

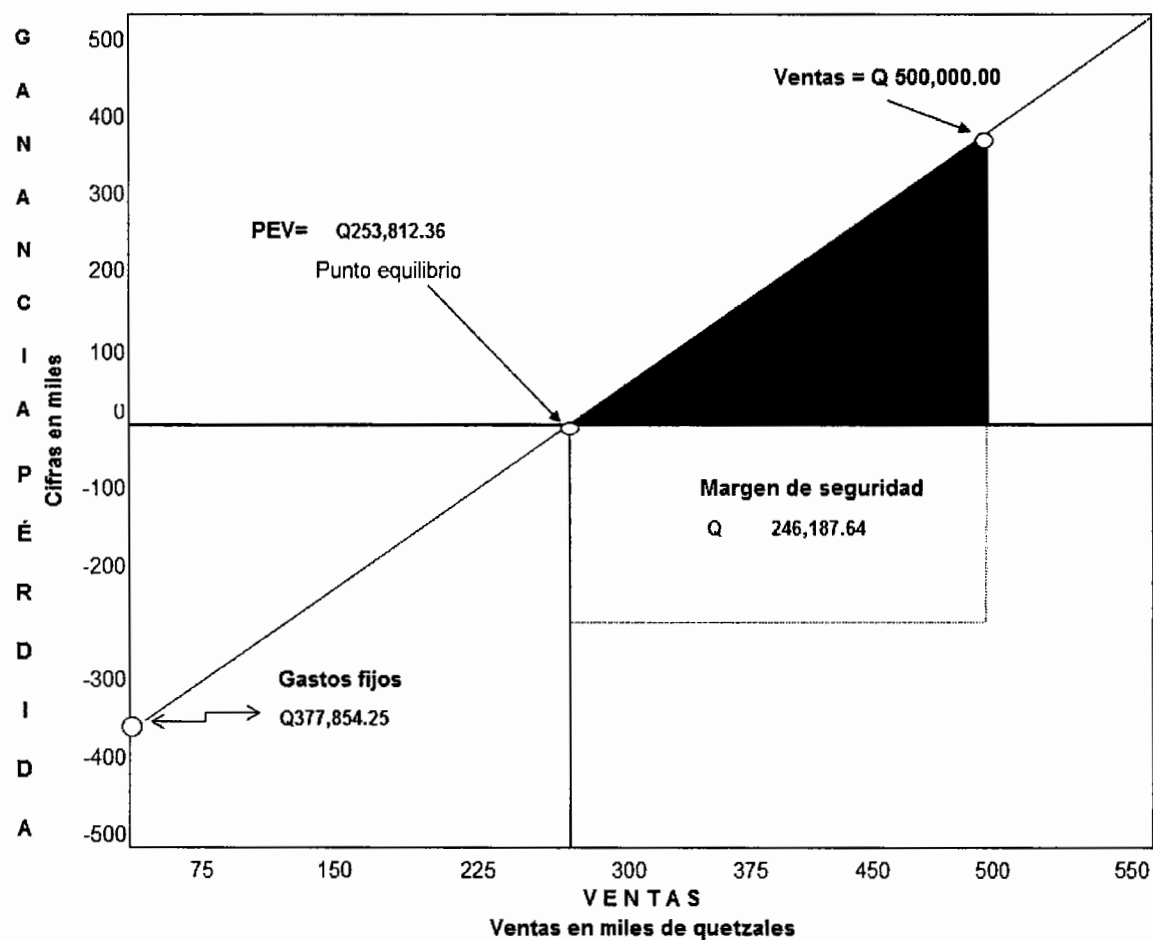
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

Como se observa en el cuadro anterior el -VAN- es positivo con el factor 0.22 de acumulación, por el cual se obtendrá durante los cinco años Q.298,623 puesto que tiene un rendimiento mayor que el mínimo esperado.

3.6.3 Tasa interna de retorno -TIR-

Se define como la tasa de actualización que iguala el valor actual de los flujos netos de efectivo con la inversión total de un proyecto, es decir, que es la tasa de actualización que hace que el valor actual de los flujos netos positivos sea

Gráfica 10
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Punto de Equilibrio
Período: 2007-2011



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

En la gráfica anterior se puede observar que para poder cubrir los gastos fijos y la inversión del proyecto es necesario contar con un punto de equilibrio de Q.253,812.36 en ventas.

Cuadro 18
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Financiamiento del Proyecto
Año: 2007
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Total
Financiamiento propio	39,310
Aporte de ocho asociados a razón de Q 4,913.75 c/u.	
Financiamiento ajeno	115,596
Préstamo cooperativa o banco al 23% de interés anual a cinco años plazo y pagos semestrales de capital con seis meses de gracia	
Inversión Total	154,906

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

En el municipio de Joyabaj se obtuvo información de diversas fuentes de financiamiento, y se estableció que la entidad que ofrece mejores condiciones crediticias es el Banco de Desarrollo Rural, S.A. –Banrural-, por lo cual se sugiere optar por esta opción, con el fin de facilitar el financiamiento externo, el cual se pagará a un plazo de cinco años, con amortización de capital e intereses en forma semestral, al final de cada período a partir del primer año, con garantía fiduciaria-prendaria respaldada con la firma de los asociados y la cosecha a obtener, a una tasa de interés del 23%, el préstamo deberá solicitarse con treinta días de anticipación para iniciar las actividades del proyecto.

En el cuadro siguiente se muestra el plan de amortización del préstamo a ser utilizado por el Asociación como fuente financiamiento externa:

Cuadro 19
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Plan de Amortización del Préstamo
Período: 2007-2011

Año	Semestre	Pago Total Q	Intereses 23% anual Q	Cuota capital Q	Saldo capital prestamo Q
1	1	13,294	13,294	-	115,596
	2	26,138	13,294	12,844	102,752
2	1	24,661	11,817	12,844	89,908
	2	23,183	10,339	12,844	77,064
3	1	21,706	8,862	12,844	64,220
	2	20,229	7,385	12,844	51,376
4	1	18,752	5,908	12,844	38,532
	2	17,275	4,431	12,844	25,688
5	1	15,798	2,954	12,844	12,844
	2	14,321	1,477	12,844	-
Total		195,358	79,761	115,596	

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

El cuadro anterior muestra el valor total que se cancelará a la entidad financiera por la utilización de un préstamo de Q115,596 a una tasa de interés del 23% anual pagadero semestralmente, por un monto total de Q.195,358 con intereses incluidos.

3.5.6 Costo directo de producción

El costo de producción está formado por la combinación de la materia prima, materiales o insumos; mano de obra y los costos indirectos de producción, y sirve para conocer con exactitud el valor de la producción, en el cuadro siguiente se muestra como se conforma el costo directo de producción:

Cuadro 20
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Costo Directo de Producción Proyectado
Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Año				
	1	2	3	4	5
Insumos	4,644	4,644	4,644	4,644	4,644
Mano de obra	17,037	17,037	17,037	17,037	17,037
Costos indirectos variables	22,430	22,430	22,430	22,430	22,430
Costo directo de producción	44,111	44,111	44,111	44,111	44,111
(/) Producción en quintales	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Costo unitario por quintal	22.06	22.06	22.06	22.06	22.06

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

El cuadro anterior, presenta el costo directo de producción, en relación con el área cultivada de dos manzanas, con rendimiento de 2,000 quintales de apio dos cosechas al año. Para lo cual el mayor costo lo constituyen los costos indirectos variables por el 51%, seguida del renglón de mano de obra con un 39%.

3.5.7 Estado de resultados

Es un estado financiero básico, que presenta los resultados de operación de una entidad, por un período determinado, a la vez muestra los ingresos, los gastos, así como la utilidad o pérdida neta resultado de las operaciones de un negocio, es conocido también como un estado dinámico, que a continuación se presenta:

Cuadro 21
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Estado de Resultados Proyectado
Del 01 de enero al 31 de diciembre de cada año
Período: 2007-2011
(Cifras en Quetzales)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
(-) Costo directo de producción	44,111	44,111	44,111	44,111	44,111
Contribución a la Ganancia	455,889	455,889	455,889	455,889	455,889
(-) Gastos de venta	31,000	31,000	31,000	31,000	31,000
Comisiones sobre ventas 5%	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
Fletes	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Ganancia marginal	424,889	424,889	424,889	424,889	424,889
(-) Costos fijos de producción	24,646	24,646	24,646	24,646	24,646
Arrendamiento de terreno	19,200	19,200	19,200	19,200	19,200
Depreciación equipo agrícola	178	178	178	178	178
Depreciación equipo riego	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Depreciación herramientas	468	468	468	468	468
(-) Gastos de administración	164,451	164,451	164,451	162,818	162,818
Sueldos administrativos	54,000	54,000	54,000	54,000	54,000
Bonificación incentivo administrativa	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
Sueldo encargado	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
Bonificación encargado	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Cuota patronal (54,000.00+24,000.00*11.67%)	9,103	9,103	9,103	9,103	9,103
Prestaciones laborales (54,000.00+24,000.00*30.55%)	23,829	23,829	23,829	23,829	23,829
Asesoría técnica	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
Alquiler oficina	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Alquiler bodega o centro de almacenaje	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Energía eléctrica	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Papelería y útiles de oficina	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Dietas	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
Plan marketing	4,150	4,150	4,150	4,150	4,150
Honorarios profesionales	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Depreciación mobiliario	436	436	436	436	436
Depreciación equipo de cómputo	1,633	1,633	1,633		
Amortización gastos de organización	500	500	500	500	500
(-) Gastos financieros	26,587	22,156	16,248	10,339	4,431
Intereses sobre préstamos	26,587	22,156	16,248	10,339	4,431
Ganancia en operación	209,205	213,636	219,544	227,086	232,994
ISR 31% sobre ingresos brutos	64,853	66,227	68,059	70,397	72,228
Ganancia Neta	144,351	147,409	151,485	156,689	160,766

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

3.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

Es el conjunto de principios y procedimientos empleados en la transformación de variables y datos sobre aspectos contables económicos y financieros, con el fin de establecer indicadores de riesgo y rendimiento útil para toma de decisiones de inversión o de financiamiento.

La finalidad principal es explicar la posibilidad de la inversión en el proyecto de producción de apio, para evaluar los resultados, se utilizarán herramientas, con las cuales se determinará si es conveniente efectuar la ejecución del proyecto, de los cuales se podrían utilizar los métodos siguientes:

3.6.1 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto o nivel de ventas donde se compara el ingreso y el costo total, así mismo se puede decir que es el punto o nivel de ventas en que cesan las pérdidas y empiezan las utilidades. El punto de equilibrio se puede determinar en forma gráfica y algebraica, para esto es necesario disponer de la información del estado de resultados.

También se puede describir que es el nivel de ventas en términos monetarios que se debe alcanzar, para cubrir los costos y gastos para mantener en equilibrio la situación económica del proyecto.

- **Punto de equilibrio en valores**

Indica el monto al que deben ascender las ventas para ser capaz de cubrir los costos, y así mantener el equilibrio de la situación financiera de la empresa, a partir del mismo se inicia la generación de utilidades.

$$\text{Punto de equilibrio valores} = \frac{\text{PEQ} \times \text{Gastos fijos}}{\% \text{ Ganacia marginal}} = \frac{215,684.00}{84.9800\%} = 253,812.00$$

- **Punto de equilibrio en unidades**

Refleja el volumen de producción necesario para que con el valor de venta, se alcance a cubrir los costos, de tal forma que se mantenga el equilibrio de la situación financiera.

$$\text{Punto de equilibrio unidades} = \frac{\text{PEU} \times \text{PEQ}}{\text{PUV}} = \frac{253,812.36}{250.00} = 1,015$$

Lo anterior refleja que para cubrir los costos y gastos de la propuesta, de bedede obtener ventas de 1,015 quintales de apio de primera calidad, esto significa que es el punto en el que no hay pérdida ni ganancia, cualquier valor por encima de esta cantidad representará ganancia.

- **Margen de seguridad**

Representa el límite expresado en porcentaje que puede disminuirse las ventas, sin que generen pérdidas.

$$\text{Margen de seguridad} = \frac{\text{Ventas totales} - \text{PEQ}}{\text{Ventas totales}} = \frac{246,187.64}{500,000.00} = 49\%$$

El anterior porcentaje demuestra un margen de seguridad aceptable del 49% para cubrir gastos no previstos no contemplados en el punto de equilibrio, en la siguiente gráfica se demuestra de la siguiente manera:

- Aportes de inversionistas que provienen de ahorros, remesas familiares, cosechas anteriores, otros.
- Ganancias y reservas del propio proyecto.

Para el proyecto, de conformidad con la investigación realizada, se estableció que la inversión propia está integrada por la aportación de los ocho miembros de la Asociación, quienes según el nivel económico tendrán una participación individual de Q 4,913 cada uno hasta completar el total de Q. 39,310.

- Fuentes externas

Son los recursos que se obtienen por medio de préstamos de instituciones financieras y de particulares y por compra de activos a plazos como lo son: maquinaria, equipo, materia prima, otros; quienes con el fin de percibir una tasa de interés monetaria sobre esos recursos proporcionan el financiamiento a diversos plazos de pago, sean estos mensual, semestral o anual.

Se estableció que para completar la inversión total, será necesario un financiamiento externo por la cantidad de Q. 115,596, este financiamiento se podrá obtener por medio de una entidad bancaria de las existentes en el Municipio.

De acuerdo a la investigación de campo realizada en el municipio de Joyabaj departamento de Quiché, la forma en que se sugiere la inversión total del proyecto se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 17
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Inversión Total
Año: 2007

Concepto	Total	%
Inversión fija	39,310	29.00
Inversión en capital de trabajo	115,596	71.00
Inversión Requerida	154,906	

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

El cuadro anterior demuestra que para la implementación del proyecto cultivo de Apio en un área de dos manzanas de terreno, se requiere una inversión en capital de trabajo de un 71% y un 29% de inversión fija.

3.5.5 Financiamiento

Es la actividad financiera a través de la cual se obtienen los recursos financieros para la implementación de una unidad de producción de bienes y servicios. Tiene que ver con los diferentes mecanismos de obtención de los recursos financieros y la especificación de los diferentes flujos de origen y destino de los mismos.

Las fuentes de financiamiento son las diferentes alternativas con que se cuenta para la obtención de los recursos financieros necesarios en la materialización de los elementos de la inversión requerida en el proyecto, estas pueden ser:

- **Fuentes internas**

Son las que provienen de los inversionistas o del propio proyecto, es decir están conformadas por las disposiciones financieras que prestan los fundadores de la unidad económica, en el presente caso, son las personas que participarán en la Asociación, también se puede ampliar dicho concepto con lo siguiente:

igual al valor actual de los flujos netos negativos, incluye la inversión total.

El cálculo de la -TIR- no puede realizarse en forma directa por lo que se hace necesario recurrir al método de prueba y error o aproximaciones sucesivas para luego interpolar con los valores actuales positivos y negativos encontrados y así obtener la tasa que iguale a cero el flujo neto de fondos actualizado.

El siguiente cuadro muestra la actualización del flujo de fondos aplicado durante los cinco años, debido a que es necesario revisar la inversión.

Cuadro 23
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Tasa Interna de Retorno -TIR-
Período 2007-2011

Año	Inversión Q	Flujo Neto Q	Factor %	TIR Q
TIR			96.93%	
0	154,906	(154,906)	1.00000	(154,906)
1		152,367	0.50780	77,372
2		155,424	0.25786	40,078
3		159,501	0.13094	20,885
4		163,071	0.06649	10,843
5		169,648	0.03376	5,728
Total	154,906	645,104		0

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

El resultado obtenido como tasa interna de retorno es de un 96.93%, por lo que el proyecto es aceptable.

3.6.4 Relación beneficio-costos –R/BC-

Se le conoce también con el nombre de índice de deseabilidad (ID), es el resultado de dividir los flujos netos actualizados positivos entre los flujos netos actualizados negativos, incluye la inversión total. Permite establecer la eficiencia

con que se utilizan los recursos en un proyecto.

Dentro de este cuadro se puede apreciar el beneficio costo que el proyecto tendrá durante la producción de los cinco años.

Cuadro 24
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto Producción de Apio
Relación Beneficio Costo –R/BC–
Período 2007-2011

Año	Inversión Q	Ingresos Q	Egresos Q	Factor de actualización 22%	Ingresos actualizados Q	Egresos actualizados Q
0	154,906		154,906	1.00000		154,906
1		500,000	347,633	0.81967	409,835	284,945
2		500,000	344,576	0.67186	335,930	231,507
3		500,000	340,499	0.55071	275,355	187,516
4		500,000	336,929	0.45139	225,695	152,086
5		502,500	332,852	0.36999	185,920	123,152
TOTAL	154,906	2,502,500	1,857,396		1,432,735	1,134,112

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

$$\text{Relación/BC} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}} = \frac{1,432,734.98}{1,134,112.32} = 1.26$$

Se puede observar que el resultado es igual o mayor que la unidad, por lo cual el proyecto de inversión deberá aceptarse, de lo contrario deberá rechazarse. Y como se puede verificar el proyecto de producción de apio, el resultado es 1.26 mayor a la unidad.

3.6.5 Impacto social

El proyecto de "Producción de Apio", en la aldea Estanzuela, del municipio de Joyabaj, departamento de Quiché, no afectará las costumbres desde el punto de vista social, a continuación se presentan algunas áreas de impacto en el Municipio:

- Mejorará el nivel de la actividad económica, con la creación de fuentes de ingreso en las familias y reducirá el nivel de pobreza del Municipio.
- Demandará mano de obra de productores y familiares para alcanzar la producción prevista del proyecto.
- Se desarrollará el nivel técnico de los productores locales, por medio de acceso a asesoría técnica y económica.
- La producción de apio en la aldea Estanzuela, del municipio de Joyabaj, reúne las características climáticas, condiciones de suelo y principalmente la experiencia de la mano de obra en la producción de hortalizas para exportación.
- Adicionalmente, otro beneficio de impacto es que el Municipio y los productores lo constituye la diversificación de la producción agrícola.

CAPÍTULO IV

COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE APIO

El proceso de comercialización alcanza todas las actividades que son necesarias para que la producción de apio se encuentre disponible en el mercado y manos del consumidor por medio de los mayoristas y detallistas.

4.1 SITUACIÓN ACTUAL

Los productores de la aldea Estanzuela del municipio de Joyabaj, afrontan problemas para comercializar los productos agrícolas, entre ellos están: falta de acceso al financiamiento, asesoría técnica, falta de organización de los vecinos así como orientación, técnicas y políticas de venta de productos hacia un mercado establecido.

Resultado de lo anterior, se hace la siguiente propuesta de comercialización para la venta de la producción de apio, como parte de la ejecución de la propuesta.

4.2 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN PROPUESTO

Está conformado por las etapas de concentración, equilibrio y dispersión, estas se interrelacionan para la realización, las cuales se describen a continuación:

Concentración

La producción de apio se centralizará en las instalaciones de la Asociación, con el propósito que la comercialización se realice de manera práctica porque el producto es perecedero.

Equilibrio

Si la demanda es constante, la entrega para la venta se realizará al otro día del corte, lo que significa que el almacenaje no será mayor de un día, debidamente clasificado por tamaño y color, se debe tener el cuidado necesario en la manipulación para mantener la calidad.

En cuanto al tamaño, el largo del tallo podrá alcanzar 30.5 centímetros, el diámetro del mismo hasta 6.35 centímetros pulgadas y las nervaduras de 17.8 centímetros. En lo referente al color del tallo debe ser característico de la variedad y es aceptable un color verde a verde claro y la coloración debe ser uniforme.

Dispersión

En esta fase se plantea la manera en que la producción de apio llegará a los canales de comercialización que se utilizarán. El encargado de comercialización entre sus funciones están: negociar con los intermediarios las condiciones de compra-venta del producto, los mayoristas venderán el apio en los mercados ubicados en la Ciudad Capital de Guatemala en un 90% y el 10% restante los detallistas lo harán en el mercado local.

4.3 COMERCIALIZACIÓN

Son las acciones que se realizará con el producto, desde la producción hasta la adquisición del mismo.

4.3.1 Institucional

Se dedicará a conocer a los participantes en las actividades de mercadeo y el papel que cada uno desempeñará y dado el carácter de pertenencia se le da la categoría de institucional.

- **Asociación**

Es el ente integrado por los productores de apio y creado para adquirir mayores beneficios a los pobladores y las familias. Contactaran a los compradores en el mercado de la Terminal de la zona cuatro de la Ciudad Capital y la Central de Mayoreo.

- **Mayorista**

Será las personas a las que la Asociación les traslada el producto, en la Central de Mayoreo en la zona 12 y a la Terminal de la zona cuatro de ciudad capital, quienes los distribuirán a los detallistas y a los diversos mercados

- **Detallista**

Serán los que conformarán un trato estrecho de forma directa con el consumidor final, por medio del puesto de venta que tengan en los mercados.

- **Consumidor final**

Es el que compra en cantidades menores el apio, para consumir en alimentos, así como para cumplir dietas para adelgazar, entre otras necesidades y gustos, se puede mencionar a personas individuales, amas de casa, restaurantes y cafeterías.

4.3.2 Funcional

Este estudio permite conocer el papel que juega la comercialización, el tiempo, forma y posesión en las etapas de transferencia del producto desde el productor hasta el consumidor final. Las actividades se clasifican del proceso de mercadeo, en las diversas funciones o servicios ejecutados. Dentro del análisis funcional se estudian tres funciones que son: de intercambio, físicas y auxiliares.

- **Funciones físicas**

Son aquellas funciones que dan beneficio de tiempo y lugar a los productos, tales como almacenaje, transporte, empaque, embalaje, clasificación, acopio y transformación. Éstas generan un valor agregado al producto, el fin es mantenerlo en óptimas condiciones para la distribución y venta.

• **Acopio**

Los productores reunirán la producción y trasladarán por medio de un camión al lugar de entrega y venta.

• **Almacenamiento**

Se dispondrá de un lugar a temperatura fresca, que reunirá las características necesarias para el resguardo y conservación adecuada, libre de contaminación, humedad, roedores e insectos que dañen el apio.

• **Transformación**

Este producto no tiene proceso de transformación, se procederá a lavar los tallos al momento de levantar la cosecha para la posterior venta.

• **Clasificación y normalización**

Consiste en reunir los productos en distintos lotes homogéneos de acuerdo al tamaño, color, mencionados anteriormente y en lo referente al peso debe de oscilar entre tres y tres y medio onzas. En el caso del apio se hará por tamaño, peso, color y libre de pudrición, mal olor y daños por mal manejo.

• **Empaque y embalaje**

No utilizará empaque porque no se realizará ventas al menudeo, únicamente cajas plásticas.

- **Transporte**

Para el traslado de la producción de apio, se hará cajas plásticas, con un peso neto de 25 libras cada una, lo que significa que para un quintal se hará entrega de cuatro cajas, por lo que se utilizará una balanza o pesa para determinar el mismo. Se deberá de transportar con cuidado para evitar la exposición solar.

- **Funciones de intercambio**

Dentro de las funciones de intercambio se encuentran la compra-venta y la determinación de precios, aspectos que se describen a continuación:

- **Compra-venta**

De acuerdo al análisis que se realizó al tomar el proyecto de apio, se determina que el proceso de compra-venta será realizado por el método de inspección, con el propósito de evaluar el tamaño, peso, calidad por el color, precio y la presentación del producto.

- **Determinación de precios**

El precio se establecerá de acuerdo a los costos y se debe tomar en consideración los precios que se manejen en el mercado.

- **Funciones auxiliares**

Tiene como objetivo contribuir al proceso de acceso a la información de precios, demanda y oferta de mercado, financiamiento y riesgos que asuman los productores sobre la producción de apio.

4.3.3 Estructural

En este sentido el análisis estructural, la comercialización del apio, tiene previsto entrar en el mercado nacional, los elementos que permiten estudiar el mercado son la estructura, la eficiencia y la conducta.

- **Estructura de mercado**

El mercado de la producción de apio estará constituido por los pobladores a nivel nacional que serán los consumidores directos. De acuerdo con el estudio que se realizó, se pudo observar que es necesaria en los consumidores para balancear la dieta alimenticia por los diferentes usos que pueden hacer de dicho vegetal.

- **Conducta de mercado**

El mercado para el cultivo de apio, es un mercado libre de competencia por lo que no habrá ningún inconveniente en desarrollar el presente proyecto. Los agricultores planificarán los volúmenes de producción, basándose en la experiencia para decidir la cantidad de tierra que tienen para cultivar y obtener un mejor rendimiento de la misma.

La venta se hará contra entrega el quintal y para establecer el precio se tomará los costos de producción, sin embargo, actualmente todos los precios en el sector agrícola se establecen basados en el mercado.

- **Eficiencia de mercado**

Está definida por las características que permiten que el producto llegue al consumidor al precio más bajo, por lo tanto la eficiencia está dada por el recorrido más corto que se pueda tener entre el productor y el consumidor.

4.4 OPERACIONES DE COMERCIALIZACIÓN

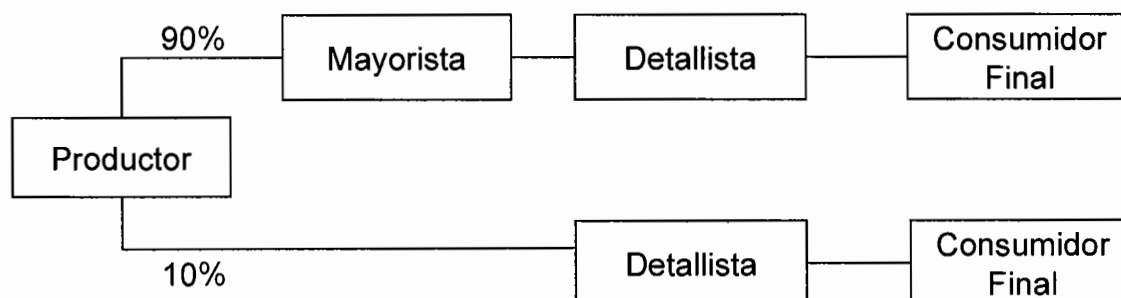
El proceso de comercialización conlleva un canal eficiente para hacer llegar el producto al destino final, así mismo estima los márgenes de comercialización para los participantes.

4.4.1 Canal de comercialización

Los productores asociados entregarán la producción a los mayoristas y detallistas, en ambos mercados de la ciudad capital.

A continuación se presenta la gráfica de los canales propuestos para la distribución del apio.

Gráfica 11
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Canales de Comercialización Propuestos
Año: 2007



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

De acuerdo a la gráfica anterior, la asociación venderá la producción en un 90% a los mayoristas y un 10% a los detallistas que así lo requieran.

4.4.2 Márgenes de comercialización

Consiste en la diferencia entre el precio que paga el consumidor final por un producto y el precio recibido por el productor, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Cuadro 25
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Márgenes de Comercialización
Año: 2007

Institución	Precio venta Q	Margen bruto Q	Costo de mercadeo Q	Margen neto Q	% Rendimiento	% Participación
Productor	190					72
Precio por unidad						
Mayorista	250	60	0.75	59.25	31	23
Carga y descarga			0.50			
Transporte			0.25			
Detallista	265	15	1.25	13.75	6	5
Carga y descarga			0.75			
Transporte			0.50			
Totales		75	2.00	73.00	37	100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

En el cuadro anterior se muestra, como se encuentran registrados, los márgenes bruto y neto que a cada uno de los que intervienen en éste proceso, así como el grado de participación, y el rendimiento de la inversión de cada participante y por último la participación de los márgenes.

Cuadro 26
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Proyecto: Producción de Apio
Márgenes de Comercialización, Canal Dos
Año: 2007

Institución	Precio venta Q	Margen bruto Q	Costo de mercadeo Q	Margen neto Q	% Rendimiento	% Participación
Productor	190					72
Detallista	265	75	1.25	73.75	28	28
Carga y descarga			0.75			
Transporte			0.50			
Consumidor final						
Totales		75	1.25			100

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

El cuadro anterior también refleja que hay mayor participación en el proceso de comercialización el productor.

CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL: PRODUCCIÓN DE APIO

En este capítulo tiene como objetivo proponer una adecuada organización para los productores de la Aldea Estanzuela del municipio de Joyabaj, así mismo contempla la estructura, los responsables para efectuar las acciones y aspectos legales a considerar.

5.1 SITUACIÓN ACTUAL

No existe organización formal en la actualidad, que permita llevar a cabo las acciones de organización para acceder a mejoras como financiamiento, tecnología y asesoría.

5.1.1 Organización empresarial propuesta

Organización empresarial es la forma técnica de dirigir y controlar a un grupo de personas, recursos financieros y físicos, dedicados a una actividad productiva.

Se consideró que la mejor manera de establecer y coordinar las actividades del proyecto, será por medio de una organización de miembros que mantengan fines e intereses en común, para lo cual se propone una Asociación, por ser la forma de organización que se adapta a la comunidad y por el apoyo de tipo cultural.

Además el crecimiento del proyecto será más efectivo con la aportación económica y la participación activa de los integrantes, cuyos beneficios redundarán en el desarrollo sostenible del Municipio.

- **Justificación**

La falta de organización formal y la poca participación de los pobladores incide en el desarrollo de los proyectos, por lo que es importante integrar grupos con fines comunes.

- **Tipo y denominación**

El tipo de organización propuesto es la conformación de una Asociación de productores, que se denominará Asociación de Productores de Hortalizas de Estanzuela.

5.1.1.1 Planeación

En la Asociación, la planeación la llevará a cabo el Administrador, establecerá estrategias o cursos de acción y decide la asignación de recursos para alcanzar las metas, contratará recursos humanos, materiales y financieros necesarios. Así como preparar y planificar actividades futuras.

- **Visión**

Ser una Asociación que brinde oportunidades de desarrollo a los miembros y los pobladores, de la aldea Estanzuela, municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché.

- **Misión**

Proveer al mercado local y nacional el producto de apio, con alto grado de calidad y frescura, además brindar una alimentación y nutriente a la población en general.

- **Objetivos**

A continuación se hace mención de los objetivos que se esperan ayudarán a la comunidad a través del proyecto.

General

Organizar a los agricultores interesados en la diversificación de cultivos, por medio de una organización formal que cumpla con todos los requisitos legales y jurídicos vigentes en el país para comercializar el producto en forma adecuada.

Específicos

Entre los objetivos específicos se mencionan los siguientes:

- Mejorar el nivel de ingresos
- Recibir asesoría técnica
- Accesar a financiamiento externo
- Crear fuentes de empleo
- Formar equipo de trabajo
- Crecer en el mercado nacional e internacional

• Políticas

Los miembros de la Asociacion, estableceran las politicas que conlleven el logro de metas propuestas en la actividad de produccion de Apio, como por ejemplo venta de producto al contado, realizar entregas parciales, entre otras.

• Estrategías

Las estrategias estan encaminadas a lograr las metas de la Asociación, por medio de cursos de accion, se asignará los recursos humanos, materiales y financieros necesarios, todo lo anterior por medio de la evaluacion del entorno y de las fortalezas y oportunidades.

• Marco legal

Dentro del marco legal que regirá la Asociación se encuentran las normas internas y externas.

Normas internas

Son las establecidas dentro de la organización para regular el funcionamiento, se encuentran integradas por reglas y lineamientos que rigen los mecanismos que deben observar los miembros de la organización, para el buen funcionamiento de las actividades.

Normas externas

La Asociación llevará a cabo las actividades de acuerdo a los lineamientos establecidos por las leyes y decretos y todos los requisitos mínimos exigidos para la constitución.

Entre las leyes y decretos a observar se mencionan los siguientes:

- Constitución Política de la República de Guatemala de 1985, Artículos: 28 Derecho de Petición, 34 Derecho de Asociación, 39 Propiedad Privada, 43 Libertad de Industria, Comercio y Trabajo, 77 Obligaciones de los propietarios de empresas, 119 Obligaciones del Estado, 101 Derecho al Trabajo, 130 Prohibición de monopolios.
- Código Municipal, Decreto 12-2002, Artículos: 10 Cooperación de vecinos, 18 Organización de vecinos, 19 autorizaciones para la organización de vecinos, 175 Asociaciones Civiles y Comités, 58 Reglamento Interior de Trabajo.
- Ley de Consejos de Desarrollo, Decreto 11-2002, Artículos: 14 Funciones de los Consejos Comunitarios de Desarrollo, 15 Consejos Comunitarios de Desarrollo de segundo nivel.
- Código de Trabajo, Decreto 1441, Artículos del 57 al 60 Reglamento Interior de Trabajo.

- Código Civil, Decreto 106, Artículo 15 Personas Jurídicas, 18 Personalidades de las Asociaciones.
- Código Tributario, Decreto 6-91, Artículos: 17 sujeto activo, 31 concepto de obligación tributaria, 94 infracciones a deberes formales.

Adicionalmente se define el procedimiento y requisitos para la inscripción de la Asociación en la Superintendencia de Administración Tributaria.

- Carta firmada y sellada por el contador, en donde manifiesta que prestará los servicios técnicos o en relación de dependencia como tal.
- Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del acta de nombramiento del Representante Legal.
- Presentar formulario debidamente lleno No. 0014.
- Original o fotocopia simple de la cédula de vecindad del contribuyente.

Para efectos de adquirir la personalidad jurídica correspondiente, es necesario gestionar la inscripción ante el Registro Civil de la municipalidad de Joyabaj, Departamento de Quiché, así como en Gobernación Departamental.

5.1.1.2 Organización

Este procedimiento fija los cimientos para determinar la organización y lleva a cabo las acciones necesarias para la realización, entre las que se mencionan.

- **Estructura organizacional**

Se refiere al sistema de organización y al diseño organizacional, que a continuación se detalla:

Sistema de organización

Por el tipo de organización, se determinó que para la Asociación Productores de Hortalizas, es de tipo lineal-staff, que permitirá incorporar funciones asesoras, se les atribuye las funciones de atribución, dirección y amplias posibilidades de actuación y un mejor desarrollo de las actividades administrativas por la forma de dar y recibir autoridad y reponsabilidad.

Diseño organizacional

“Todas las organizaciones, independientemente de su naturaleza o campo de trabajo, requieren un marco de actuacion para funcionar. Ese marco está constituido por la estructura orgánica, que es la división ordenada y sistemática de las unidades de trabajo de acuerdo con el objeto de su creación”.¹

La preparación del diseño de organización, se representa en forma gráfica y se basa en la precisión, sencillez, uniformidad, presentación y vigencia. Derivado a lo anterior se hace necesario mostrar una estructura en forma particular para el caso de la formación de la Asociación.

A continuación se presenta la estructura organizacional, de la Asociación propuesta:

¹ Enrique Benjamín Franklin F. Organización de Empresas, Segunda edición, México, 2004. 78 Pág.

3.2.3 Oferta

“Es la cantidad de un bien o servicio que entra en el mercado a un precio dado, en un período determinado”.¹¹

En esta sección se analizará la producción de apio a nivel nacional y las importaciones. Los departamentos que producen apio en Guatemala son: Chimaltenango, Sololá, Quetzaltenango, Sacatepéquez, Quiché, entre otros.

• Oferta nacional histórica

La oferta nacional de apio en los cinco años anteriores, se determinó con base en las estadísticas del Banco de Guatemala. En cuanto a las importaciones, únicamente existen registros de los años 2002 y 2003, éstas no son representativas para determinar la oferta a nivel nacional.

Cuadro 4
República de Guatemala
Oferta Nacional Histórica de Apio
Período 2002 - 2006
(En Quintales)

Año	Producción nacional	Importaciones	Oferta total
2002	106,640.0	51.5	106,691
2003	135,600.0	0.0	135,600
2004	131,000.0	0.0	131,000
2005	134,300.0	0.0	134,300
2006	141,225.0	0.0	141,225

Fuente: Elaboración propia, con base en datos del Banco de Guatemala, Sistema de Cuentas Nacionales.

Se observa en el cuadro anterior, que la oferta nacional alcanzó en el 2003, un incremento en la producción nacional de 28,960 quintales comparado con el 200. En el 2003 disminuyó en 4,600 referente al 2004, mientras para el 2005 se

¹¹ Arturo Blake. Diccionario de Planeación y Planificación. México. Editorial S.A. Año 1986. Pág. 238.

Slogan

El slogan es la frase que acompañará al producto, como estrategia de posicionamiento y que identificará a la Asociación de productores de hortalizas la Estanzuela, será "Supremo en su Alimento"

Valor nutricional

El valor nutricional hace referencia al valor de los nutrientes que componen al apio por cada porción de 100 gramos. Para conocer la composición química presenta la siguiente tabla.

Tabla 2
Valor Nutricional del Apio

Composición	Valor
Materia fresca	100 gramos
Calorías	17 gramos
Agua	92 %
Proteínas	2 gramos
Glucidos	1 gramos
Sodio	110 mg.
Potasio	300 mg.
Calcio	40 mg.
Vitamina	12 mg.

Fuente: Elaboración propia con base en datos "Todo en Hortalizas" www.infoagro.com/hortalizas/apio.

Según la variedad, la planta puede alcanzar alturas de 50 a 60 centímetros, se le cultiva para el aprovechamiento de los pecíolos y tallos que se consume en estado fresco en ensaladas y cocido en diferentes platillos. Se reproducen por semillas, las que conservan el poder germinativo durante cuatro años.

Asesoría técnica

Ésta se encargará de la asesoría técnica y de los procesos de producción de la Asociación.

Finanzas

Apoyar activamente a los miembros del Consejo de Administración con la información necesaria.

Dentro de las principales funciones están:

- Autorizar y efectuar todos los pagos de la Asociación.
- Recaudar y custodiar los fondos.
- Elaborar y trasladar al consejo de administración informes financieros.
- Revisar en forma periódica los registros contables.
- Vigilar que los fondos sean bien utilizados.
- Realizar inventarios físicos.
- Registrar y controlar las ventas del producto.
- Realizar cálculo para el pago de prestaciones laborales e impuestos.

Producción

Será responsable de las siguientes actividades:

- Llevar el control del suministro para realizar las actividades agrícolas.
- Registrar y llevar el control de insumos.
- Informar al Consejo de Administración acerca de niveles de producción.

Comercialización

Tendrá a cargo las tareas siguientes:

- Realizar acercamiento con clientes potenciales.
- Ejecutar estudios de mercado en el sector.
- Encontrar los canales adecuados de comercialización para el producto.

5.1.1.3 Integración

Abarca la unión de los recursos humanos, físicos y financieros, para emprender el proyecto.

Recursos humanos

Es el factor importante y comprende a los elementos necesarios para lograr poner en marcha la Asociación, que comprende a los productores y demás personas involucradas en el proceso como se detalla en el estudio técnico.

Recursos físicos

Conformado por el terreno de dos manzanas, local u oficina para el funcionamiento de la Asociación, el mobiliario, equipo y herramientas contemplados en el estudio técnico.

Recursos financieros

Lo constituye la aportación inicial de los asociados productores, interesados en emprender el proyecto será de Q. 4,913.00 cada uno, adicionalmente se hará la gestión para obtener un préstamo con una entidad bancaria por un monto de Q. 115,596.00.

5.1.1.4 Dirección

La Administración, será el responsable de dirigir en forma eficiente la misma, basada en la inclusión de los miembros, democrático y ser un facilitador con habilidades de negociación orientado al logro de los resultados.

- **Motivación**

Permite a los miembros a realizar las actividades con mayor compromiso, con el fin de que la organización logre los objetivos, todo lo anterior con el apoyo de la implementación de programas de capacitación.

- **Liderazgo**

Como se menciona en la dirección, la administración será la responsable de establecer un liderazgo democrático e incluyente.

- **Comunicación**

Los miembros de la organización se comunicaran de manera formal, por medio de memorándum, hojas de trámite, circulares, órdenes de despacho y de pedido. Adicionalmente existirá comunicación en las sesiones a realizarse, espacio en que se contempla el pago de dietas por reunión asistida por Q.50.00.

- **Supervisión**

Esta función estará a cargo del Administrador, quien implementará acciones de control y cruce de información.

5.1.1.5 Control

Es la etapa que permitirá al Administrador medir los planes, para determinar el grado de avance y medir el logro de objetivos.

- **Producción**

La producción llevará un registro de la entrega de la misma, para cruzar información y controlar lo producido con lo vendido.

- **Comercialización**

Para efectos del control de la entrega de lo producido, se deberá de rendir un informe a la Administración.

- **Finanzas**

Se solicitará un informe semanal sobre ingresos de ventas y los egresos, como gastos administrativos y sueldos, lo que permitirá conocer la situación financiera de la Asociación.

CONCLUSIONES

Se expone a continuación las conclusiones del resultado del diagnóstico realizado en el Municipio de Joyabaj durante octubre de 2007, las que se muestran con la finalidad de ser conclusiones constructivas y permitan a los Organizaciones Gubernamentales, no Gubernamentales y entidades privadas conocer un punto de vista más y emprender acciones que consideren pertinentes.

1. El municipio de Joyabaj, conforma uno de los municipios del departamento de Quiché, el Municipio con una población de 66,952 para el 2007, el 85% vive en el área rural y 15% en el casco urbano, y con pobreza que alcanza el 84.44% y el 36.15% en pobreza extrema, muestra un nivel de desarrollo muy bajo, en comparación con otros municipios y departamentos de Guatemala, inclusive muy bajo en comparación con países como Haití y países de África. Una de las consecuencias con mayor incidencia en la sociedad, es la falta de un miembro de la familia que ha tenido que buscar mejores oportunidades emigrando hacia los Estados Unidos. Así como la falta de acceso a los bienes y servicios como la educación, salud y desarrollo de destrezas entre otras.
2. La producción artesanal en carpintería, se desenvuelve como una actividad económica que representa una aportación económica importante al desarrollo del Municipio, sin embargo carece de apoyo crediticio y asesoría técnica, por lo que los propietarios de los talleres artesanales se limitan a fabricar lo que su condición les permite.

3. La propuesta a la situación actual de comercialización y organización artesanal de carpintería, contenida en el capítulo III, es un aporte a la comunidad que contiene los elementos básicos para formarse organizadamente, muestra elementos necesarios para el buen desempeño de los procesos administrativos y plantea la manera de realizar una mejor comercialización con el fin de encontrar nuevos mercados para la fabricación de muebles de madera.
4. El proyecto de producción de apio, es un estudio que contiene el análisis de mercado, técnico, administrativo legal y el económico financiero, que se adapta a las condiciones edáficas y climáticas que posee el Municipio, con el fin de aprovechar la experiencia del recurso humano por su vocación a la agricultura y que represente una alternativa de ingresos económicos.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que a continuación de exponen, comprenden la manera en que se puede emprender las acciones y lograr los beneficios previstos en el presente informe individual.

- 1 Que los habitantes del municipio de Joyabaj soliciten ante las autoridades del departamento, regional y organizaciones no gubernamentales, el apoyo en la preparación, elaboración para la aplicación de políticas de desarrollo que involucre la participación de los líderes comunitarios y los miembros de las comunidades, para acceder a los bienes necesarios y alcanzar un nivel de vida adecuado sin tener la necesidad de emigrar.
- 2 Que los propietarios de talleres de carpintera se organicen, con intereses comunes, para formar una agrupación formal, con el fin de buscar mejores oportunidades en la comercialización de sus productos, el acceso a créditos y el apoyo técnico.
- 3 Que los propietarios formados en organización formal, se les brinde orientación y capacitación técnica, así como proporcionar asesoría de acceso crediticio. Que de cómo resultado mejorar la calidad de trabajo y ampliar el mercado para los muebles fabricados.
- 4 Que los agricultores de la Aldea Estanzuela, evalúen la propuesta del proyecto de producción de apio, con la finalidad de obtener otra alternativa de siembra.

ANEXO 1

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
“Asociación de Productores de Apio”
MANUAL DE ORGANIZACION

ÍNDICE

	Descripción	Página
	INTRODUCCIÓN	i
1	ANTECEDENTES	1
2	PROPÓSITOS DEL MANUAL	2
2.1	Propósitos	2
3	OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN	2
3.1	Políticas	3
4	CAMPO DE APLICACIÓN	3
5	ELEMENTOS DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN	
	ADMINISTRATIVA, Asociación de Productores de Apio	3
5.3	Organigrama	4
6.	MANUALES DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	5
	Descripción Técnica del Puesto Administrador	6
	Descripción Técnica del Puesto Encargado de Producción	8
	Descripción Técnica del Puesto Encargado de Comercialización	10
7	GLOSARIO ADMINISTRATIVO	12

INTRODUCCIÓN

La presente propuesta de manual de organización es una referencia que contiene información válida y clasificada para el tipo de estructura de producción, administración y ventas, su contenido es sobre las funciones de cada puesto o cargo de trabajo, el objetivo es proporcionar los requisitos de ingreso y valoración, de la organización y el perfil de cada miembro.

La propuesta es un manual de organización para La Asociación de Productores de Apio Supremo, se deriva de la propuesta de organización que se presenta en el capítulo IV, así como del estudio de investigación realizado por el Grupo de Estudiantes de la Universidad de San Carlos, de la Facultad de Ciencias Económicas, en el Municipio de Joyabaj, durante el mes de octubre del año 2007, para lograr este fin se logro por medio de las técnicas de investigación y métodos científicos.

Entre las limitaciones se pueden mencionar es el factor tiempo, puesto que para hondar en el tema de la actividad artesanal, fue muy corto, así como el factor económico, es necesario reconocer el esfuerzo invaluable de cada estudiante y de los profesionales que estuvieron a cargo del proceso de enseñanza durante el periodo de preparación, así mismo el apoyo del asesor asignado el presente tema individual.

1 ANTECEDENTES

Con base al estudio de investigación realizado en octubre de 2007, se determinó que en la actividad agrícola, representa una actividad importante en el desarrollo del municipio de Joyabaj. Derivado a lo anterior se presenta la propuesta de formar una organización de carácter formal, que soporte el proceso administrativo de planificar, organizar, integrar y controlar todas las actividades del proceso productivo y que contribuya al desarrollo sostenible y sustentable de la actividad agrícola y económica.

- **Fundamento Legal**

La conformación de la “La Asociación de Productores de Apio”, se fundamenta en la Constitución Política de la República de Guatemala de 1985 y sus reformas, que establece el derecho de asociación, la libertad de industria y trabajo y el derecho al trabajo como la prohibición de monopolios, así mismo estará regulada con las demás Leyes que normalizan el actuar de las organizaciones formadas y legalmente reconocidas. Entre ellas:

- Código Municipal, Decreto 12-2002.

Artículos: 10 Cooperación de vecinos, 18 Organización de vecinos, 19 autorización para la organización de vecinos, 175 Asociaciones civiles y comités, 58 Reglamento Interior de Trabajo.

- Ley de Consejos de Desarrollo, Decreto 11-2002.

Artículos: 14 Funciones de los consejos comunitarios de desarrollo, 15 Consejos Comunitarios de Desarrollo de segundo nivel.

- Código de Trabajo, decreto 1441.

Artículo: 57 al 60 reglamento interior de trabajo.

- Código Civil, decreto 106.

Artículo: 15 personas jurídicas, 18 personalidad de las asociaciones.

- Código Tributario.

Artículos: 17 sujeto activo, 31 concepto de obligación tributaria, 94 infracciones a deberes formales.

Para efectos de adquirir la personalidad jurídica correspondiente, es necesario gestionar la inscripción ante el Registro Civil de la municipalidad de Joyabaj, departamento de Quiché, así como en Gobernación Departamental.

2 PROPÓSITOS DEL MANUAL

A continuación se presenta los propósitos del manual.

2.1 Propósitos

Los propósitos del manual de organización consisten en dar una mejor visualización de las actividades de la organización.

- Establecer los procedimientos en que se manejara la asociación.
- Fijar los canales de comunicación y los niveles de mando.
- Instaurar las actividades por cada sección que integra la asociación.
- Maximizar los recursos con la división de tareas.
- Regular las actividades que conlleven a la consecución de los objetivos.

3 OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN

La integración de una asociación será alcanzar una situación deseada, es una imagen en la que la organización pretende ser en el futuro, para este fin se presentan los objetivos, general así como específicos.

- **General**

Organizar a los agricultores interesados en la diversificación de cultivos, por medio de una organización formal que cumpla con todos los requisitos legales y jurídicos vigentes en el país para comercializar el producto en forma adecuada.

- **Específicos**

Entre los objetivos específicos se mencionan los siguientes:

- Mejorar el nivel de ingresos
- Mayor oportunidad de recibir asesoría técnica
- Conocer nuevos mercados
- Accesar a financiamiento externo
- Crear fuentes de empleo
- Formar equipo de trabajo
- Crecer en el mercado nacional e internacional

3.1 Políticas

Las políticas son imprescindibles para el éxito, permite orientar la acción y los lineamientos generales a observar en la toma de decisiones dentro de la organización.

- Capacitación y adiestramiento del capital humano que posean los integrantes de la organización.
- Creación de un clima organizacional dentro de la asociación optimo, para alcanzar la excelencia empresarial.
- Actualización constante de los recursos materiales, equipo y maquinaria.
- Distribuir equitativamente los remanentes que proporcione la organización.

4 CAMPO DE APLICACIÓN

La asociación conformada legalmente será el campo de aplicación del presente Manual de Organización.

5 ELEMENTOS DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ADMINISTRATIVA

Son las fases del proceso administrativo el establecimiento de la misión y visión que se describen a continuación.

- **Visión**

Ser una Asociación que brinde oportunidades de desarrollo de los miembros y de los pobladores, de la Aldea Estanzuela, municipio de Joyabaj, departamento de Quiché.

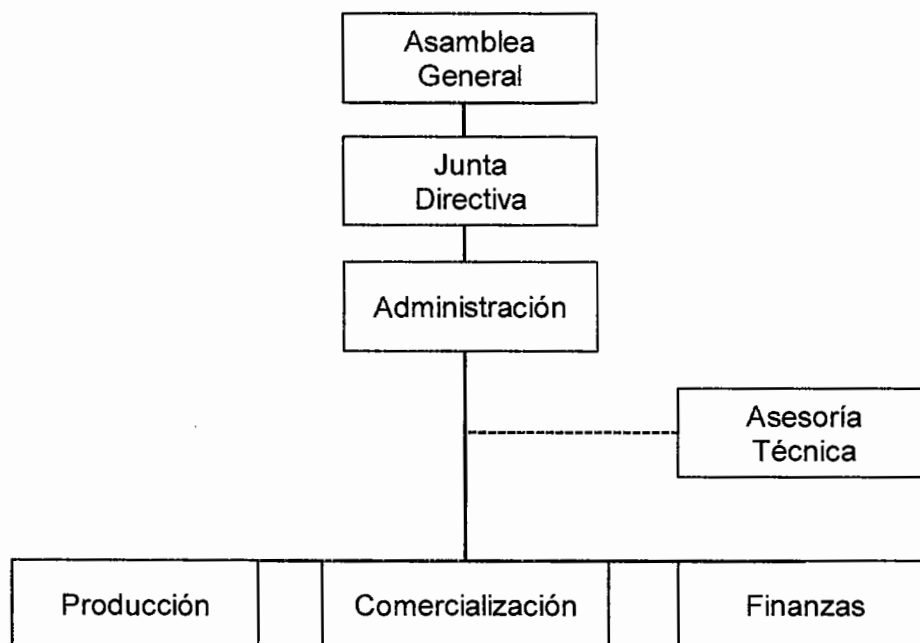
- **Misión**

Proveer al mercado local y nacional el producto de apio, con alto grado de calidad y frescura, además brindar una alimentación y nutriente a la población en general.

5.3 Organigrama

A continuación se presenta el diseño propuesto de la organización formal, bajo el sistema lineal:

Organigrama
Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Asociación de Productores de Apio
Año: 2007



Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007

6 MANUALES DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Seguidamente se presentan los manuales de organización propuestos para la Asociación de Artesanos Carpinteros Xoy.

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE APIO
MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ
PRODUCCIÓN APIO**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO:	Administrador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Junta directiva
SUBALTERNOS:	Encargado de Producción
	Encargado de Ventas

DESCRIPCIÓN GENERAL DE PUESTOS

I NATURALEZA

El trabajo consiste en planificar, dirigir y controlar las actividades de la Asociación de productores de apio, con el fin de garantizar a los consumidores productos de alta calidad.

II ATRIBUCIONES

- Presentar informe a la Asamblea y Junta Directiva.
- Presidir las secciones de la Asamblea y Junta Directiva.
- Velar por la efectiva ejecución del presupuesto de inversión asignado por la Asamblea.
- Propiciar e impulsar el pronto y eficaz cumplimiento de las políticas, acciones y disposiciones de la Asamblea General.
- Velar por la efectiva coordinación de las políticas de la Asociación.
- Convocar a los Asociados para la celebración de Asamblea General, en los Estatutos.
- Requerir y contratar asesorías específicas necesarias para el cumplimiento de sus funciones.
- Establecer los objetivos y metas de la Asociación.

III RELACIONES DE TRABAJO

Por el puesto que desempeña, deberá mantener una estrecha relación con la Asamblea, Junta Directiva, Departamento de Comercialización, Producción y Finanzas.

IV RESPONSABILIDADES

- a) Es responsable de las labores propias y de las que desarrollen los departamentos a su cargo.

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE APIO
MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ
PRODUCCIÓN APIO**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO:	Administrador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Junta Directiva
SUBALTERNOS:	Encargado de Producción Encargado de Ventas

- b) Velar por la buena administración de los recursos, humanos, financieros y materiales.
- c) Promover la solidaridad entre los asociados y miembros del personal administrativo.
- d) Gestionar y mantenerse al pendiente de nuevos procesos y avances tecnológicos.

V AUTORIDAD

Delegar funciones, actividades o tareas específicas a las personas que ocupen cada uno de los puestos en el departamento y dar a conocer los resultados.

VI ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

VI.I EDUCACIONALES:

Sexto grado primaria

VI.II EXPERIENCIA:

Mínimo un año de experiencia en producción de hortaliza.

VI.III HABILIDADES Y DESTREZAS:

- Capacidad de organizar, dirigir y controlar.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Facilidad de comunicación.
- Manejo de equipo agrícola.
- Trabajo en equipo.

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE APIO MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ PRODUCCIÓN APIO	
DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: JEFE INMEDIATO SUPERIOR: SUBALTERNOS:	Encargado de Producción Administrador
DESCRIPCIÓN GENERAL DE PUESTOS	
I NATURALEZA Es un puesto técnico operativo que tendrá a su cargo la producción de apio, hasta concluir el proceso y preparar la cosecha para su entrega y venta.	
II ATRIBUCIONES • Elaborar y presentar el plan de producción en relación a los objetivos establecidos para el área de producción. • Presentar presupuesto de producción, solicitando firma de autorización, para sustentar los gastos a efectuar. • Supervisar y controlar los estándares de calidad. • Llevar control de órdenes de producción. • Tener control de suministros. • Informar al administrador de algún equipo de punta que ayude a la producción. • Revisar limpieza en área de trabajo.	
III RELACIONES DE TRABAJO Por sus atribuciones deberá tener estrecha relación con el administrador, para informar como va la producción y su proceso final, para la venta y entrega, teniendo al mismo tiempo una relación directa con el área de y comercialización.	
IV RESPONSABILIDADES a) Es responsable de las labores propias b) Velar por la buena administración de los materiales. c) Supervisar el desarrollo de las actividades de producción.	

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE APIO
MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ
PRODUCCIÓN APIO**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO: Encargado de Producción
JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Administrador
SUBALTERNOS:

- d) Vigilar que se haga buen uso del equipo de trabajo.
 e) Estar al pendiente del inventario de suministros para la producción.

V AUTORIDAD

Ninguna.

VI ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

VI.I EDUCACIONALES:

Sexto grado primaria concluido.

VI.II EXPERIENCIA:

Un año de experiencia en producción de hortaliza.

VI.III HABILIDADES Y DESTREZAS:

- Capacidad de elaborar trabajos de agricultura.
- Buenas relaciones personales.
- Facilidad de comunicación.
- Manejo de instrumentos y equipo de trabajo.
- Trabajo en equipo.

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE APIO MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ PRODUCCIÓN APIO	
DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: JEFE INMEDIATO SUPERIOR: SUBALTERNOS:	Encargado de Comercialización Administrador
DESCRIPCIÓN GENERAL DE PUESTOS	
I NATURALEZA El puesto es administrativo y dinámico, ayudando a organizar y dirigir las actividades relacionadas con la comercialización de la producción.	
II ATRIBUCIONES • Realizar la venta, distribución, atención de pedidos y cobros. • Comercializar el producto, buscando nuevas fuentes de venta. • Buscar mejores ventajas de comercialización. • Investigar precios a nivel regional, para ajustarse a la competencia. • Atender a todas las sugerencias y quejas, para conocer la aceptación del producto al consumidor. • Utilizar diferentes medios de comunicación para dar a conocer el producto producido.	
III RELACIONES DE TRABAJO Por la naturaleza de sus funciones deberá mantener estrecha relación con el encargado de producción y reportar directamente de todas sus actividades al Administrador.	
IV RESPONSABILIDADES a) Es responsable de las labores propias b) Promover las ventas	
V AUTORIDAD Ninguna.	

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE APIO
MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ
PRODUCCIÓN APIO**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO: Encargado de Comercialización
JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Administrador
SUBALTERNOS:

VI ESPECIFICACIONES DEL PUESTO

VI.I EDUCACIONALES

Ciclo básico concluido

VI.II EXPERIENCIA:

Experiencia en la producción de hortalizas.

VI.III HABILIDADES Y DESTREZAS:

- Capacidad para relaciones sociales.
- Habilidad de venta.
- Comunicación.
- Buen manejo de materiales.
- Trabajo en equipo.

7 GLOSARIO ADMINISTRATIVO

ACTIVIDAD/TAREA:

Términos sinónimos, aunque se acostumbra tratar a la tarea como una acción componente de la actividad. En general son acciones humanas que consumen tiempo y recursos, y conducen a lograr un resultado concreto en un plazo determinado. Son finitas aunque pueden ser repetitivas.

ANÁLISIS:

Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre éstas y obtener conclusiones objetivas del todo.

CONTROL:

Tipos: 1. control de calidad; 2. control de cantidad; 3. control de costos; 4. control de tiempo. Es el acto de registrar la medición de resultados de las actividades ejecutadas por personas y equipos en un tiempo y espacio determinado.

CONTROL DE CALIDAD:

El control de calidad se ocupa de garantizar el logro de los objetivos de calidad del trabajo respecto a la realización del nivel de calidad previsto para la producción y sobre la reducción de los costos de la calidad.

CONTROLAR:

Acto de medir y registrar los resultados alcanzados por un agente del sistema organizacional en un tiempo y espacio determinados.

COORDINAR:

Acto de intercambiar información entre las partes de un todo. Opera vertical y horizontalmente para asegurar el rumbo armónico y sincronizado de todas los elementos que participan en el trabajo.

DEPARTAMENTO:

Fase del análisis administrativo que se ocupa de analizar y dividir el trabajo como un todo, establecido los niveles de especialización y complejidad de todas las partes o componentes del trabajo y dando figura al organigrama.

DIAGNÓSTICO:

Identificación y explicación de las variables directas e indirectas inmersas en un problema, más sus antecedentes, medición y los efectos que se producen en su medio ambiente.

DIRIGIR:

Acto de conducir y motivar grupos humanos hacia el logro de objetivos y resultados, con determinados recursos.

DIVISIÓN DEL TRABAJO:

Acto de segmentar el trabajo total de una organización, por especializaciones y niveles de dificultad.

EFICACIA:

Indicador de mayor logro de objetivos o metas por unidad de tiempo, respecto a lo planeado.

EFICIENCIA:

Indicador de menor costo de un resultado, por unidad de factor empleado y por unidad de tiempo. Se obtiene al relacionar el valor de los resultados respecto al costo de producir esos resultados.

ESTRATEGIA:

En un proceso regulable; es el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. Una estrategia por lo general abarca los objetivos, las metas, los fines, la política y la programación de acciones de un todo organizacional o individual.

EVALUAR:

Acto de comparar y enjuiciar los resultados alcanzados en un momento y espacio dados, con los resultados esperados en ese mismo momento. Es buscar las causas de su comportamiento, entenderlas e introducir medidas correctivas oportunas.

FINES:

Son los efectos que se obtienen con el logro de los objetivos.

FLUJOGRAMA:

Gráfica que muestra el flujo y número de operaciones secuenciales de un proceso o procedimiento para generar un bien o un servicio. Pertenece a la ingeniería de sistemas y también se le conoce como algoritmo, lógica o diagrama de flujo

FODA:

Técnica de valoración de potencialidades y riesgos organizacionales y personales, respecto a la toma de decisiones y al medio que afecta. Significa: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

FORMULARIO:

Documento impreso que contiene información estructurada "fija" sobre un determinado aspecto, para ser complementada con información "variable" según cada aplicación y para satisfacer un objetivo específico.

FUNCION:

Mandato formal permanente e impersonal de una organización o de un puesto de trabajo.

ÍNDICE:

Relación matemática de un valor respecto a otro valor. El resultado puede ser un número absoluto o relativo.

LOGÍSTICA:

Explica el proceso de cómo se han de allegar los recursos necesarios en el lugar, cantidad y tiempo adecuados. 2. Alguien se preocupa de lo que requiere cada situación y asegura además de que todos los recursos necesarios estarán disponibles en el momento adecuado.

MANUAL:

Documento que contiene información válida y clasificada sobre una determinada materia de la organización. Es un compendio, una colección de textos seleccionados y fácilmente localizables.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN:

Documento que contiene información válida y clasificada sobre la estructura, funciones y productos departamentales de una organización. Su contenido son organigramas y descripción departamental, de funciones y de productos.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS:

Documento que contiene información válida y clasificada sobre la estructura de producción, servicios y mantenimiento de una organización. Su contenido son los procedimientos de trabajo, que conllevan especificación de su naturaleza y alcances, la descripción de las operaciones secuenciales para lograr el producto, las normas que le afectan y una gráfica de proceso (hoja de ruta, fluxograma).

META:

Es la cuantificación del objetivo específico. Indica la cantidad y unidad de medida del resultado deseado y el tiempo y lugar para lograrlo. Se compone de Verbo+cantidad+unidad de medida+tiempo+localización.

MÉTODO:

Sucesión lógica de pasos o etapas que conducen a lograr un objetivo predeterminado.

MODELO:

Conjunto de variables relacionadas entre sí e interactuantes, que en bloque dinámico conducen a obtener un resultado predeterminado o a solucionar un problema.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

Es la especificación de una parte del objetivo general. El conjunto de objetivos específicos logran el objetivo general.

OBJETIVO GENERAL:

Se define como "un deseo a lograr".

ORGANIZAR:

Acto de acopiar e integrar dinámica y racionalmente los recursos de una organización o plan, para alcanzar resultados previstos mediante la operación.

ORGANIGRAMA:

Es la representación gráfica de la estructura formal de una organización, según división especializada del trabajo y niveles jerárquicos de autoridad.

PLAN:

Conjunto de programas y proyectos relacionados entre sí y conducentes a un objetivo común. También conjunto armónico de actividades para lograr un resultado concreto.

PLANIFICACIÓN:

Proceso racional y sistémico de preveer, organizar y utilizar los recursos escasos para lograr objetivos y metas en un tiempo y espacio predeterminados.

PLANIFICACIÓN ADMINISTRATIVA:

Proceso racional de previsión, estructuración, diseño y asignación óptima de recursos de las organizaciones, para que alcancen resultados en un tiempo y espacio dados.

POLÍTICA:

Conjunto de estrategias, normas y parámetros de una organización, que orientan la actuación de los funcionarios para alcanzar sus objetivos y metas en un lugar y plazo dados. Es un marco general de actuación.

PRESUPUESTO:

Plan financiero de ingresos y egresos de corto plazo conformado por programas, proyectos y actividades a realizar por una organización, presentándose en determinadas clasificaciones.

PROBLEMA:

Situación anormal respecto a las conductas o hechos considerados "normales" en un momento histórico determinado y un lugar dado.

PROCEDIMIENTO:

Ciclo de operaciones que afectan a varios empleados que trabajan en sectores distintos y que se establece para asegurar el tratamiento uniforme de todas las operaciones respectivas para producir un determinado bien o servicio.

PRODUCTO:

Es el resultado parcial o total (bienes y servicios), tangible o intangible, a que conduce una actividad realizada.

PROGRAMA:

Conjunto armónico de objetivos, políticas, metas y actividades a realizar en un tiempo y espacio dados, con determinados recursos. Sus resultados son "servicios".

PROYECTO:

Conjunto armónico de objetivos, políticas, metas y actividades a realizar en un tiempo y espacio dados, con determinados recursos. Sus resultados son "bienes de capital".

PUESTO:

Conjunto de deberes y responsabilidades a ejecutar por una persona que posee determinados requisitos y a cambio de remuneración.

RECURSOS:

Son los medios que se emplean para realizar las actividades. Por lo general son seis: humanos, financieros, materiales, mobiliario y equipo, planta física y tiempo.

RESPONSABLES:

Son los funcionarios que reciben órdenes de sus superiores o las tienen en virtud del puesto que ocupan, sobre actividades a su cargo. Pueden ser de dos clases: unidades organizativas o funcionarios.

SISTEMA:

Proceso cíclico que consiste en un conjunto de partes relacionadas entre sí, capaces de transformar insumos en productos para satisfacer demandas de su

SUPERVISAR:

Acto de vigilar que los hechos de un trabajo sucedan conforme a las normas preestablecidas y en el tiempo y lugar determinados.

TRABAJO:

Acción humana, individual o colectiva, que conduce a la obtención de un producto o a la prestación de un servicio en un tiempo y espacio determinado y con el apoyo de otros recursos.

UNIDAD DE MEDIDA:

Identificación clara del medio u objeto (kilos, casas, informes, visitas, dólares) con el cual se va a medir la cantidad de bienes o servicios de la meta.

ANEXO 2

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
“Asociación de Productores de Apio”
MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

ÍNDICE

	Descripción	Página
	INTRODUCCIÓN	1
1	PROPOSITO DEL MANUAL	1
1.1	Propósitos	1
2	CAMPO DE APLICACIÓN	1
3	NORMAS DE APLICACIÓN	1
4	SIGNIFICADO DE LA SIMBOLOGÍA	
	SÍMBOLOS DE LA NORMA ANSI PARA ELABORAR	
	DIAGRAMAS DE FLUJO (American National Standard Institute)	
	Diagramación administrativa	1
5	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS	2
	Administración de la Asociación	4
	Proceso a Producción	7
	Comercializar la Producción	10

INTRODUCCIÓN

El presente manual es realizado para la Asociación de Productores de Apio, del municipio de Joyabaj, departamento de Quiché, contiene la descripción de los procesos de las unidades que la conforman.

Por lo anterior, es importante mencionar que el objetivo es establecer los procesos que realizan las secciones de administración, producción y comercialización, así mismo que cuenten con un instrumento para asignar y realizar tareas con responsabilidad de cada integrante.

El presente manual se elaboró conforme los procedimientos de trabajo, conlleva las etapas de inicio finalización y responsable de la acción, la descripción de las operaciones secuenciales para lograr el fin trazado.

Por lo tanto, con es preciso indicar que con las normas de cada procedimiento, conlleva a que exista una fluida comunicación, establece procesos claros y bien definidos, con el fin de armonizar las diferentes actividades que realizan.

1 PROPOSITO DEL MANUAL

A continuación se presenta los propósitos del manual de procedimientos.

1.1 Propósitos

- Ejemplificar los procesos que conlleva las diferentes actividades de las secciones que integran la asociación.
- Poseer un documento que permita a los asociados realizar sus tareas.
- Instituir los procedimientos que indiquen las diferentes responsabilidades de cada integrante de la asociación.

2 CAMPO DE APLICACIÓN

La Asociación conformada legalmente será el campo de aplicación del presente Manual de Procedimientos.

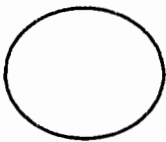
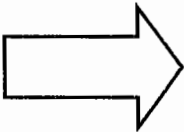
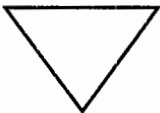
3 NORMAS DE APLICACIÓN

Representa las líneas de aplicación que dirigirán a los integrantes de la asociación, establecidos en sus puestos de trabajo. Permitirá una fluida comunicación y procesos claros y bien definidos con el fin de armonizar las diferentes actividades que realizan.

4 SIGNIFICADO DE LA SIMBOLOGÍA

Muestra en forma grafica el flujo y el número de operaciones de un proceso o procedimiento para el buen funcionamiento de la organización, estos se

presentan a continuación: SÍMBOLOS DE LA NORMA ASME PARA ELABORAR DIAGRAMAS DE FLUJO (American Symbol Mechanical Engineering) Diagramación administrativa.

	Operación. Indica el principio del flujo y/o actividad. Es acción indica una actividad de unidad administrativa o persona que recibe instrucción.
	Inspección. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento de control e inspección.
	Transporte. Representa un movimiento de lugar físico, se utiliza, al momento de haber un procedimiento de traslado.
	Retraso. Indica un punto dentro del flujo del proceso en donde se debe esperar el movimiento entre los demás componentes.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Actividades combinadas. Representa una combinación de actividades en el flujo.

5 DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

A continuación los procedimientos propuestos.

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE APIO
MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ
PRODUCCIÓN DE APIO**

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Administración de la Asociación	Elaborado por: Luis Hernández Burgos
No.: 1	Hoja: 1 de 3
No. de pasos: 7	Fecha: marzo 2009
INICIA: Administrador	FINALIZA: Administrador

Objetivos:

Brindar una guía de operación para la administración de la Asociación, que permita realiza la labor de una manera clara y objetiva.

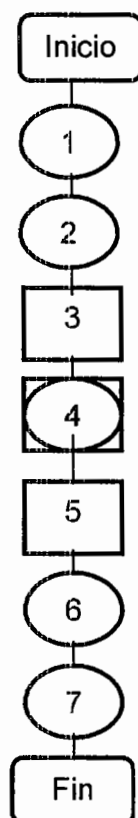
Normas para la administración:

- Contar con un instrumento para mejorar la eficiencia y eficacia de la administración.
- Llevar registro y control de las operaciones de venta de producción, compra de materiales, manejo de personal.

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Administración de la Asociación		Elaborado por: Luis Hernández Burgos
No.: 1		Hoja: 2 de 3
No. de pasos: 7		Fecha: marzo 2009
INICIA: Administrador		FINALIZA: Administrador
Responsable	Pasos	Actividades
Administrador	1	Presentar informe a la junta directiva.
	2	Presidir las secciones de la asamblea y junta directiva.
	3	Velar por la efectiva ejecución del presupuesto de inversión asignado por la asamblea.
	4	Propiciar e impulsar el pronto y eficaz cumplimiento de las políticas y acciones y disposiciones de la Asamblea General.
	5	Velar por la efectiva coordinación de las políticas de la Asociación.
	6	Convocar a los asociados para la celebración de la Asamblea General en los estatutos.
	7	Requerir y contratar asesorías específicas necesarias para el cumplimiento de sus funciones.

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Administración de la Asociación	Elaborado por: Luis Hernández Burgos
No.: 1	Hoja: 3 de 3
No. de pasos: 7	Fecha: marzo 2009
INICIA: Administrador	FINALIZA: Administrador

FLUJOGRAMA DEL PROCESO



**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE APIO
MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ
PRODUCCIÓN DE APIO**

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Proceso de Producción	Elaborado por: Luis Hernández Burgos
No.: 2	Hoja: 1 de 3
No. de pasos: 10	Fecha: marzo 2009
INICIA: Encargado de Producción	FINALIZA: Encargado de Producción

Objetivos:

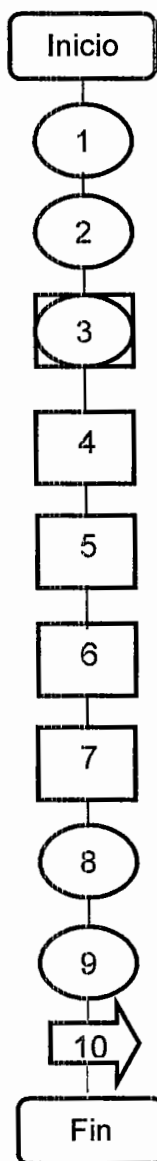
Planificar, dirigir y coordinar las actividades de la producción de apio.

Normas para la producción:

- El cultivo de la semilla requiere de 50 días en promedio, previo al trasplante en la tierra.
- La preparación de la tierra conlleva la eliminación de maleza y hierbas, en otras palabras limpieza del suelo.
- Cuando la plántula alcanza los 15 centímetros de altura, y ha desarrollado tres ó cuatro hojas verdaderas, con una longitud de pecíolo de unos 10 centímetros y de limbo de hoja de cuatro a cinco centímetros, está lista para el trasplante a tierra preparada.
- Al ser transplantada, requiere de aporcar o sea recubrir las plantas, para lograr que sean más consistentes y tiernas.
- En el proceso de crecimiento, prosperan plantas nocivas, por lo que requiere del procedo de escardar o sea arrancar hierbas nocivas a la siembra.
- El riego es importante ya que debe de ser abundante y regular, para lograr el crecimiento adecuado.
- Para el abono es importante utilizar el estiércol seco.
- En el control de plagas, se procederá a desinfectar y fertilizar los suelos.
- Se debe de recoger la cosecha entre los 90 y 120 días por las horas de la mañana y colocarlo en cajas plásticas debidamente lavadas.
- El empaque consiste en colocar en cajas de 25 libras, por tamaño de tallo, así como eliminar los pecíolos y hojas exteriores para dar mejor apariencia.

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Proceso de Producción		Elaborado por: Luis Hernández Burgos
No.: 2		Hoja: 2 de 3
No. de pasos: 10		Fecha: marzo 2009
INICIA: Encargado de Producción		FINALIZA: Encargado de Producción
Responsable	Pasos	Actividades
Encargado de Producción	1	Cultivar la semilla.
	2	Preparar la tierra, libre de maleza y hierbas
	3	Transplante a tierra preparada.
	4	Aporcar las plantas, o sea recubrir las mimas.
	5	Arrancar o escardar a las hierbas nocivas.
	6	Riego abundante y regular.
	7	Abonar la tierra con estiércol seco.
	8	Control de plagas, por medio de desinfectación y fertilización de los suelos
	9	Recoger la cosecha, entre los 90 y 120 días, en horas de la mañana para mantenerlo fresco.
	10	Colocar en cajas de 25 libras, por tamaño de tallo, eliminar pecíolos y hojas exteriores para mejorar la apariencia.

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Proceso de Producción	Elaborado por: Luis Hernández Burgos
No.: 2	Hoja: 3 de 3
No. de pasos: 10	Fecha: marzo 2009
INICIA: Encargado de Producción	FINALIZA: Encargado de Producción

FLUJOGRAMA DEL PROCESO

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE APIO
MUNICIPIO DE JOYABAJ, DEPARTAMENTO DE QUICHÉ
PRODUCCIÓN DE APIO**

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Comercializar la producción	Elaborado por: Luis Hernández Burgos
No.: 3	Hoja: 1 de 3
No. de pasos: 7	Fecha: marzo 2009
INICIA: Encargado de Comercialización	FINALIZA: Encargado de Comercialización

Objetivos:

Planificar, dirigir y coordinar las actividades de la comercialización de producción de apio

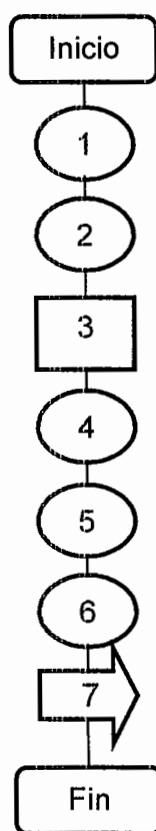
Normas para la comercialización:

- Es el responsable de comercializar el apio, deberá de planificar los planes de acción para alcanzar las metas de ventas.
- Encargado de buscar los canales adecuados de la comercialización.
- Cumplir con los programas de ventas y las indicaciones de la Junta Directiva y Asamblea General.

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Comercializar la producción		Elaborado por: Luis Hernández Burgos
No.: 3		Hoja: 2 de 3
No. de pasos: 7		Fecha: marzo 2009
INICIA: Encargado de Comercialización		FINALIZA: Encargado de Comercialización
Responsable	Pasos	Actividades
Encargado de comercialización	1	Planificar las actividades de comercialización
	2	Coordinar las actividades de las ventas y fechas de entrega.
	3	Verificar las ventas mensuales
	4	Realizar acercamiento con clientes potenciales..
	5	Ejecutar estudios de mercado.
	6	Buscar nuevos mercados para la producción.
	7	Realizar la entrega del producto vendido a clientes

NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Comercializar la producción	Elaborado por: Luis Hernández Burgos
No.: 3	Hoja: 3 de 3
No. de pasos: 7	Fecha: marzo 2009
INICIA: Encargado de Comercialización	FINALIZA: Encargado de Comercialización

FLUJOGRAMA DEL PROCESO



ANEXO 3

PLAN DE MARKETING

Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
“Asociación de Productores de Apio”

PLAN DE MARKETING

ÍNDICE

	Descripción	Página
	INTRODUCCIÓN	1
1	ANÁLISIS DE LA SITUACION	2
1.1	Análisis de la organización	2
1.2	Análisis del consumidor	2
1.3	Análisis de las ventas	2
1.4	Conocimiento y características del producto	2
1.5	Evaluación de la competencia	3
2	MERCADO OBJETIVO	3
2.1	Mercado Primario	3
2.2	Mercado Secundario	4
2.3	Variables para segmentar el mercado	4
3	OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	5
4.	EVALUACIÓN	5
5.	PRESUPUESTO Y PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES	6

INTRODUCCIÓN

Toda empresa, sin importar su tamaño o el sector en que se desenvuelve, precisa elaborar un Plan de Marketing. Este debe reunir una serie de requisitos para ser eficaz y exige a los miembros, es una aproximación realista con la situación de la organización; que su elaboración sea detallada y completa; debe incluir y desarrollar los objetivos; ser práctico; de periodicidad determinada, con las correspondientes mejoras y compartido con todo el personal de la asociación.

La nueva tecnología y globalización demandan una nueva forma de gestión y liderazgo. Por eso se hace necesario que los dirigentes se sientan seguros en la toma de decisiones en un entorno cambiante y que acoplen las estrategias funcionales y decisiones.

El presente trabajo pretende brindar una orientación claramente práctica, que facilite su aplicación a la realidad en la producción de apio, para ver la importancia de una buena estrategia de plan de marketing.

El Plan de Marketing como tal, es de gran ayuda para los miembros de la asociación, que permitirá ser un instrumento clave en el análisis y toma de decisiones en la gestión de la misma.

1 ANÁLISIS DE LA SITUACION

Consiste en conocer por medio del análisis, histórico, causal y el FODA los factores que determinaran el rumbo en la comercialización.

1.1 Análisis de la organización

El análisis de la organización proporciona una información cuantitativa y cualitativa importante para un buen plan de marketing, dentro del cual hay que tomar decisiones: a que mercados hay que vender, que características debe tener el producto, el precio, que canales deben usarse, que servicios deben proporcionarse, que promoción utilizar.

1.2 Análisis del consumidor

La demanda del producto serán los clientes actuales y potenciales, se clasificarán por edad, gusto y preferencias para determinar cómo dirigir el producto final.

1.3 Análisis de las ventas

Para entender el rumbo de las ventas, se hace necesario desglosar en segmentos, de manera tal de construir una base de datos de los clientes de la producción de apio.

1.4 Conocimiento y características del producto

Es importante proporcionar, a los consumidores, un incremento en el conocimiento del producto y de las características. Lo que se significará un aumento en las ventas.

Las características que posea el producto dependen de las necesidades y demandas de los consumidores. Por lo que es necesario conocer los logros y los defectos que según la opinión del consumidor tenga el producto.

De esta manera hay que buscar los atributos que son más importantes para el comprador y estudiar la manera en como la organización puede afrontar a competencia de otros municipios del departamento de El Quiché.

1.5 Evaluación de la competencia

Este punto proporciona una idea del comportamiento de la organización en cuestión de marketing frente a los competidores. Este paso obliga a considerar las tácticas y estrategias propias y las diferencias y similitudes con respecto a las de la competencia.

Es necesario revisar a la asociación en sí y sus competidores, de otros municipios, en términos de ventas, mercado objetivo, posicionamiento, objetivos y estrategias de marketing, producto, precio, distribución, técnicas de venta, promoción, servicio al usuario, publicidad.

2. MERCADO OBJETIVO

Puesto que los beneficios de la asociación derivan de las ventas, y estas dependen completamente del número de compradores, es preciso estudiar el mercado objetivo; esto es, saber a quién va dirigido el producto y como satisfacer sus necesidades ya que esto es la clave del resto del Plan de Marketing.

Es necesario que la asociación concentre los esfuerzos en un grupo de consumidores con las mismas necesidades y hábitos de compras. El mercado objetivo se determina en primer lugar en seleccionar a los consumidores actuales y potenciales, y en segundo lugar habrá que desglosar el grupo anterior en los segmentos más importantes.

2.1 Mercado Primario

En esta fase se debe determinar a los consumidores y considerar los siguientes aspectos; la cantidad comprada; el tamaño del mercado; que elige la competencia como su mercado objetivo y los beneficios esperados en cada mercado considerado. Es importante comprender que este proceso de selección es una aproximación que no debe considerarse definitiva; siempre hay que asegurar la continuidad de la organización.

2.2 Mercado Secundario

Concluido el proceso de determinar el mercado primario se debe prestar atención al mercado secundario y este se compone en:

- **Consumidores:** En el estudio del mercado primario se habrán descubierto grupos de usuarios con una tasa de uso muy alta pero pequeño en cantidad por lo que no estarán incluidos en el mercado primario. Estos grupos minoritarios forman parte de los consumidores secundarios. El resto del mercado secundario lo constituyen los grupos de influencia, que sin ser usuarios tienen gran influencia en las decisiones de compra.
- **Cientes industriales:** En este caso, el mercado secundario está constituido por empresas que sin ser grandes compradores mantienen un alto potencial de compra.

2.3 Variables para segmentar el mercado

Las variables consisten en tomar en cuenta algunos aspectos inherentes a la población del Municipio, entre ellos se mencionan los siguientes:

- **Tamaño de Municipio**

El municipio de Joyabaj, se considera uno de los más poblados y de gran extensión territorial, por lo que tiene un gran mercado para los producción, así mismo el mercado de a nivel nacional.

- **Edad**

Se considera que los consumidores son hombres y mujeres la edad de 14 a 70 años o más.

- **Ingresos**

La población tiene capacidad económica para productos comestibles, necesarios para la alimentación o formen parte de alguna actividad, por ejemplo los restaurantes, deben de adquirir para su venta en platillos.

- **Generó**

La decisión de compra lo harán hombres así como las mujeres, para cubrir diversas necesidades de los productos.

- **Estilo de vida**

El estilo de vida de los consumidores, es adquirir productos frescos y que cumplan con sus necesidades; tamaño, frescura y sobre todo que proveen de los nutrientes que contenga.

3 OBJETIVOS DEL MARKETING

Un objetivo de marketing indica algo que debe lograrse. Los objetivos de marketing deben referirse al mercado del municipio de Joyabaj, y tendrán en cuenta el comportamiento; y dividirse por tanto en dos categorías: usuarios actuales o nuevos, dentro de cada uno de ellos pueden idearse varios objetivos.

OBJETIVOS

Los objetivos del presente plan se mencionan a continuación.

Objetivo General

- Determinar el mercado destino para la producción de apio.

Objetivos Específicos

- Establecer los canales adecuados para satisfacción del consumidor.
- Describir las estrategias funcionales a seguir en la sección de comercialización.

4 EVALUACIÓN

Una vez finalizado el plan de marketing hay que evaluar los resultados. La información obtenida será muy útil para realizar las modificaciones o ajustes adecuados. También proporcionará experiencia muy valiosa para la realización de futuros planes de marketing. Se deben estudiar las ventas y el comportamiento del comprador del producto.

5 PRESUPUESTO Y PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Para un buen plan de marketing se hace necesario planificar las actividades, así mismo realizar un presupuesto de gastos estimados. Que en el cuadro siguiente se hace ver.

Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Programa de Marketing Primer Año
Asociación de Productores de Apio

Fecha	Actividad	Artículo / Estrategia	Venta de cosecha	Comisión /Viáticos Encargado de Comercialización	Efecto	Cantidad artículo / Estrategia	Precio unitario Q.	Precio total Q.	
enero / febrero	Realizar viajes para hacer contacto con posibles compradores.	Volantes a colores de información y publicidad escrita en Mercado de la Terminal y CENMA		Viáticos Q. 500.00 por 4 viajes en el mes. (Q. 125.00 cada uno), (Alimentación Q. 62.50, Transporte Q. 62.50)	Que conozcan a la Asociación, la producción de apio y como contactarlos	1,000	0.25	250.00	
marzo / abril	Cosecha	4 entregas de 250 quintales de producto = 1,000 quintales	1,000 quintales de apio a Q. 250,000.00	Viáticos Q. 500.00 por 4 viajes en el mes. (Q. 125.00 cada uno), (Alimentación Q. 62.50, Transporte Q. 62.50)	Venta total de la cosecha	4 veces al mes			
marzo / abril	Venta al contado de la cosecha, conforme cosecha	Bolsas vinilica con nombre de la Asociación y Logo.			Motivar al mayorista para que compre el producto	250	5.10	1,275.00	
abril	Pago de comisión de venta de primera cosecha			1,000 quintales a Q. 250.00 = Q. 250,000.00 por comisión = Q. 12,500.00	Incentivar a la búsqueda de nuevos mayoristas y vender al mejor postor				
junio / julio	Realizar viajes para hacer contacto con posibles compradores.	Volantes a colores de información, publicidad escrita en Mercado de la Terminal y CENMA		Viáticos Q. 500.00 por 4 viajes en el mes. (Q. 125.00 cada uno), (Alimentación Q. 62.50, Transporte Q. 62.50)	Que conozcan a la Asociación, la producción de apio y como contactarlos	1,000	0.25	250.00	
agosto / septiembre	Cosecha	4 entregas de 250 quintales de producto = 1,000 quintales	1,000 quintales de apio a Q. 250,000.00	Viáticos Q. 500.00 por 4 viajes en el mes. (Q. 125.00 cada uno), (Alimentación Q. 62.50, Transporte Q. 62.50)	Venta total de la cosecha	4 veces al mes			
agosto / septiembre	Venta al contado de la cosecha, conforme cosecha	Gorra con logotipo y nombre de la Asociación			Motivar al mayorista para que compre el producto	250	10.50	2,625.00	
septiembre	Pago de comisión de venta de segunda cosecha			1,000 quintales a Q. 250.00 = Q. 250,000.00 por comisión = Q. 12,500.00	Incentivar a la búsqueda de nuevos mayoristas y vender al mejor postor				
Total pago de Comisiones y viáticos por venta				Q27,000.00	Total Plan de Marketing				Q4,160.00

Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

ANEXO 4

PLANILLA DE SUELDOS ADMINISTRACIÓN

Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
“Asociación de Productores de Apio”

PLANILLA DE SUELDOS ADMINISTRACIÓN

Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
Planilla de Sueldos Anuales
Administración
Asociación de Productores de Apio
Año: 2007

PUESTO	Salario Mensual	Salario Anual	Bonificación Anual	Cuota Patronal 11.67%	PRESTACIONES LABORALES				Total Anual
					Aguinaldo	Bono 14	Indemnización	Vacaciones	
Administrador	2,000.00	24,000	3,000	2,801	1,999	1,999	2,333	1,001	37,133
Encargado Producción	1,500.00	18,000	3,000	2,101	1,499	1,499	1,750	751	28,600
Encargado Ventas	1,500.00	18,000	3,000	2,101	1,499	1,499	1,750	751	28,600
Encargado de Comercialización	1,500.00	18,000	3,000	2,101	1,499	1,499	1,750	751	28,600
TOTALES		78,000	12,000	9,103	6,497	6,497	7,582	3,253	122,932

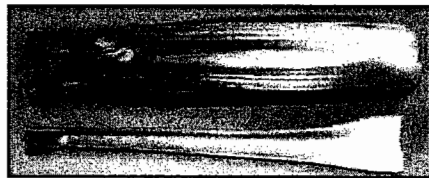
Fuente: Investigación de campo Grupo EPS., segundo semestre 2007.

Total salario anual 78,000
Total bonificación 12,000
Total prestaciones laborales 23,829

ANEXO 5
VOLANTE

Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
“Asociación de Productores de Apio”
VOLANTE “APIO SUPREMO”

Apio Supremo



**Producido en Joyabaj
Quiché, Guatemala**

**"Supremo en su
alimento"**

Apio de calidad

Color,

Sabor,

Peso

Compruébelo !!

**Venda lo mejor a un
bajo precio**

*Contáctenos y Pedidos
al 502 - 5555-3819*

*O escribanos a
apiosupremo@gmail.com*



ANEXO 6

PROPUESTA DE FORMULARIOS

Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché
“Asociación de Productores de Apio”



Forma
Prod-01

Apio Supremo

**Asociación de Productores de Apio Supremo
Formulario Control de Entrega de Producción**

Nombre del comprador:	Cantidad:
Fecha de entrega:	Fecha de entrega:
	Nota:

Original: Producción
Copia: Comercialización

Instructivo de uso

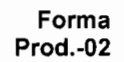
La forma Prod-01, servirá para que Producción lleve un registro de las entregas que realice a Comercialización con los nombres, fechas y cantidades de los compradores, llene correctamente de la siguiente manera y evite tachones:

La casilla de nombre del comprador, coloque el nombre del comprador que le indique Comercialización.

En el espacio de cantidad, coloque la cantidad solicitada por Comercialización.

En la casilla de fecha de recepción de pedido, coloque la fecha en que Comercialización reciba el producto.

En el espacio de fecha de entrega, indique la fecha en que el cliente recibirá el producto.



Asociación de Productores de Apio Supremo
Formulario Control de Revisión y Corrección de Producción

[illegible]

Original: Producción
Copia: Administración

Instructivo de uso

La forma Prod-02, servirá para que Producción cuente con un control sobre los eventos de la producción y de las medidas correctivas llevadas a cabo, para evitar pérdidas en producción.

La casilla de aspectos de revisión colocará:

Riego

Abonado

Aparición de plagas y/o enfermedades

En el espacio de medida correctiva colocará:

Las medidas correctivas aplicadas en cada uno de los pasos descritos anteriormente.



Apio Supremo

Asociación de Productores de Apio Supremo

Formulario Reporte Levantado de Cosecha

[illegible]

Original: Producción
Copia: Administración

Instructivo de uso

La forma Prod-03, servirá para que Producción lleve registro de las cantidades de apio recolectado, además de la extensión de tierra cosechado.

La casilla cantidad recolectada, coloque la cantidad de apio recolectado en la cosecha.

En el espacio de extensión de terreno, indique la cantidad de tierra utilizada para la recolección o sea la extensión de lo levantado de cosecha.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR CATALAN, JOSÉ ANTONIO. Método Para investigación del Diagnóstico Socioeconómico. Pautas para el Desarrollo de las Regiones, que han sido mal Administrados), Praxis / División Editorial, Vásquez Industria Litográfica, Primera Edición. 2002. Págs. 176.

BANCO DE GUATEMALA. Estadísticas de producción, exportación, importación y precios medios de los principales productos agrícolas. Versión electrónica, www.banguat.gob.gt. Guatemala. Edición 2004. Págs. 32.

BACA URBINA, GABRIEL. Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, México 2001. Cuarta Edición. Págs. 375.

BLAKE, ARTURO Diccionario de Planeación y Planificación. México. Editorial S.A. Año 1986. Págs. 369.

B. CHASE, RICHARD Y JACOBS F. ROBERT. 2004. Administración de la Producción y Operaciones para una Ventaja Competitiva. Editorial Mc Graw Hill. México. Págs. 848.

DUARTE CORDÓN, JULIO CÉSAR. Apuntes de Elaboración y Evaluación de Proyectos. , Facultad de Ciencias Económicas, USAC, 1995. Págs. 86.

CORPORACIÓN MUNICIPAL, 2004-2008. Plan Estratégico Institucional y Participativo de Joyabaj. Págs. 109.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Código de Comercio. Decreto 2-70. Guatemala. Ediciones Legales Comercio e Industria. Edición 2003. Págs. 293.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural. Decreto 11-2002. Guatemala. Edición 2002. Págs. 14.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Código Municipal. Decreto 12-2002. Guatemala. Librería Jurídica. Edición 2002. Págs. 46.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Código de Trabajo. Decreto 1441. Guatemala. Ediciones Legales Comercio e Industria Edición 2002. Págs. 172.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Código Tributario. Decreto 6-91. Guatemala. Edición 2002. Págs. 52.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo. Decreto 1701. Guatemala. Edición 2002. Págs. 65.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Código Civil. Decreto 106. Guatemala. Edición 2002. Págs. 125.

FLORES MONTÚFAR, TANIA AMÉRICA. Material de Apoyo, Comercialización No Agrícola, Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas. EPS. Administración de Empresas. Seminario Específico. Año 2004. Págs. 19.

FRANKLIN FINCOWSKY, ENRIQUE BENJAMÍN Organización de Empresas, Segunda edición, México, 2004. Págs. 435.

INFOAGRO. "Todo en Hortalizas". Disponible en: [red]
www.infoagro.com/hortalizas/apio. Consultado el 4 de enero de 2008.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). III Censo Nacional Agropecuario 1979. Guatemala. Edición 1979. Págs. 438.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). X Censo Nacional de Población y V de Habitación 1994. Guatemala. Edición 1994. Págs. 425.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación 2002. Guatemala. Edición 2002. Págs.131.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). IV Censo Nacional Agropecuario 2003. Guatemala. Edición 2003. Págs. 271.

INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL. Diccionario Geográfico de Guatemala. Guatemala. Edición 2002. Págs 1280.

KONRAD ADENAUER, STIFTUNG. FUNDACIÓN CENTROAMERICANA DE DESARROLLO, FUNCEDE. Diagnóstico y Plan de Desarrollo del Municipio de Joyabaj, Departamento de Quiché. Guatemala. 1995. Pás.180.

KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG, GARY. Fundamentos de Marketing. Pearson Educación. México. 2003. Págs. 680.

LÓPEZ GERSON, Material de apoyo, Estudio de Mercado, Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas. EPS. Administración de Empresas. Seminario Específico. Segundo Semestre, Año 2004. Págs.6.

MELENDRERAS SOTO, TRISTÁN y CASTAÑEDA QUAN, LUIS ENRIQUE. Aspectos Generales Para Elaborar Una Tesis o Una Investigación Documental. Facultad de Ciencias Económicas, USAC, Guatemala. Págs. 124.

MICROSOFT ® Encarta ® 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation.

MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL. Acuerdo Gubernativo 624-2006 Salarios Mínimos para Actividades Agrícolas y no Agrícolas. Guatemala. Edición 2006. Págs. 15.

PORTAL PARA INVESTIGADORES Y PROFESIONALES "Apuntes de Administración de Empresas/ Planeación". Disponible en: [red] www.elprisma.com.net. Consultado el 3 de enero de 2008.

PORTAL DE MERCADOTECNIA "Definición de Mercadotecnia". Disponible en: [red] www.promonegocios.net. Consultado el 5 de enero de 2008.

PORTAL FORMACIÓN GERENCIAL DE LA ADMINISTRACIÓN, "Estrategia de la mezcla de producto". Disponible en: [red] www.mailxmail.com. Consultado el 25 de marzo 2009.

SAQUIMUX, GENARO. Compendio Compilador. Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC). Facultad de Ciencias Económicas, Ejercicio Profesional Supervisado, Seminario General. Guatemala 2007. Págs. 238.