



arquitectura

MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN  
CULTURAL, TACTIC, ALTA VERAPAZ



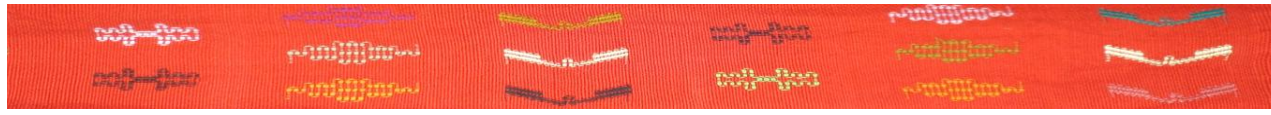
MIRIAM LUCÍA ALEGRÍA BARRIOS

GUATEMALA, ABRIL 2010





arquitectura



MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN  
CULTURAL, TACTIC, ALTA VERAPAZ

PRESENTADO POR:

MIRIAM LUCÍA ALEGRÍA BARRIOS

PARA OPTAR AL TÍTULO DE ARQUITECTA,

EGRESADA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA  
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
GUATEMALA, ABRIL 2010

## JUNTA DIRECTIVA

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Decano: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Vocal I: Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruíz

Vocal II: Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes

Vocal III: Arq. Carlos Enrique Martini Herrera

Vocal IV: Maestra Sharon Yanira Alonzo Lozano

Vocal V: Br. Juan Diego Alvarado Castro

Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón

## TRIBUNAL EXAMINADOR

Decano: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Examinadora: Dra. Arq. Karim Lucseth Chew Gutiérrez

Examinador: Msc. Arq. Gabriel Eugenio Barahona For

Examinador: Msc. Arq. Jorge Roberto López Medina

Asesor: Msc. Arq. Gabriel Eugenio Barahona For

## DEDICATORIA

### A DIOS

Por ser la luz en mi vida, gracias por tomarme de la mano y no dejarme en ningún momento, eres el que me da las fuerzas para seguir luchando.

### A MIS PADRES

Juan José Alegría y Miriam de Alegría

Gracias por enseñarme a ser quien soy, gracias por apoyarme en todo momento y nunca dejarme dar por vencido, por su cariño, por cuidarme, esto no lo hubiera logrado sin ustedes, los quiero mucho!! Mami gracias por ser mi ángel guardián. Papi gracias por tu paciencia, por fin lo logramos.

### A MIS HERMANAS

Gaby, eres mi mejor amiga, gracias por estar siempre cuando más te he necesitado. No encuentro palabras para expresarte lo especial que eres para mí, recuerda siempre unidas. Julia María, gracias por tu apoyo y amistad. Las quiero mucho, gracias porque sé que siempre contaré con ustedes.

### A MIS SOBRINOS

Elyse Marie y Jason

Cada uno es un pedacito de mi corazón. Los quiero mucho mis vidas.

### A MIS ABUELITAS

Angelina Casasola, Julia Alicia Ruano

Gracias por su cariño, soy muy afortunada al tenerlas a mi lado. Las quiero mucho.

### A MI NOVIO

César Lorenzana

Gracias por llegar a mi vida en el momento justo, soy muy afortunada al tenerte a mi lado, eres el mejor regalo que Dios me pudo haber dado. No me imagino mi vida sin ti. Gracias por quererme, cuidarme y apoyarme. Te amo.

### A MIS AMIGAS Y AMIGOS

Marissa Díaz, Alvaro Beber, Carlos Méndez

Gracias por compartir tantos momentos especiales, por brindarme su cariño y amistad por apoyarme en todo momento, por creer en mí. Son los mejores.

### A MI TÍO

Carlos Ruano

Estoy segura que donde quiera que esté, está disfrutando este éxito tanto como yo.

## AGRADECIMIENTOS

### A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA Y FACULTAD DE ARQUITECTURA

*Por abrirme sus puertas, gracias por brindarme una excelente formación académica.*

### A LA COMUNIDAD Y MUNICIPALIDAD DE TACTIC, ALTA VERAPAZ

*Gracias por recibirme con tanto cariño y amistad. En especial a César Asig, ya que me brindo su apoyo y amistad desde el principio.*

## ÍNDICE

### CAPÍTULO I: MARCO CONCEPTUAL

1.1	Antecedentes	1
1.2	Justificación	2
1.3	Objetivos	3
1.3.1	Objetivos Generales	3
1.3.2	Objetivos Específicos	3
1.4	Resultados Esperados	3
1.5	Planteamiento del Problema	4
1.6	Metodología	9

### CAPÍTULO II: MARCO CONCEPTUAL

2.1	Referente Teórico	13
2.2	Patrimonio Cultural	18
2.3	Cultura	18
2.4	Clasificación de las Artesanías	22
2.5	Turismo	23
2.6	Historia de las Artesanías en Guatemala	26
2.7	Mercado y Comercialización Artesanal	27
2.8	Distribución y Exportación Artesanal	29
2.9	Principales Artesanías en el Departamento de A.V.	30
2.10	Principales Artesanías en el Municipio de Tactic	32
2.11	Comercio de Artesanías en el Municipio de Tactic	33
2.12	Censo Industrial-Artesanal	34
2.13	Formas de Promoción Artesanal	34
2.14	Apoyo Financiero Recibido al Artesano por Instituciones	36
2.15	Casos Análogos	37
2.16	Consideraciones	41

### CAPÍTULO III: MARCO LEGAL

3.1	Constitución Política de la República de Guatemala	43
3.2	Ministerio de Cultura y Deportes	43
3.3	Acuerdo de Creación de Zona y Monumentos Arqueológicos, Históricos y Artísticos de los Períodos Prehispánico e Hispánico	44
3.4	Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas	44
3.5	Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural	45
3.6	Decreto del Congreso de la República que ratifica el Convenio 169 de la Organización Internacional del	

Trabajo sobre Pueblos Indígenas y Tribales	45
3.7 Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo	45
3.8 Ley de Protección de la Producción Textil Indígena	46
3.9 Ley de Protección y Desarrollo Artesanal	47
3.10 Reglamento de Construcción Municipio de Tactic A.V.	47
3.11 Consideraciones	48

## CAPÍTULO IV: MARCO CONTEXTUAL

4.1 Marco Regional y Departamental	49
4.2 Alta Verapaz	52
4.3 Villa de Tactic	53
4.4 Consideraciones	70

## CAPÍTULO V: ANÁLISIS Y PROCESO DE DISEÑO

5.1 Prefiguración del Proyecto	71
5.2 Grupos Funcionales	72
5.3 Población a Servir	73
5.4 Perfil del Turismo Comunitarios	74
5.5 Turismo en Guatemala y las Verapaces	75
5.6 Cálculo de Turistas	75
5.7 Lineamientos Generales para el Predimensionamiento de mercados de artesanías	76
5.8 Actividades Culturales	77
5.9 Área de Influencia	78
5.10 Premisas de Diseño	80
5.11 Análisis del Terreno	85
5.12 Características Ubicación Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural	87
5.13 Idea del Diseño	89
5.14 Programa Arquitectónico	96
5.14 Cuadro de Ordenamiento de Datos	98
5.15 Diagramación	101



## CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE ANTEPROYECTO

6.1 Planta de Conjunto	107
6.2 Plantas Arquitectónicas	108
6.3 Elevaciones	110
6.4 Secciones	112
6.5 Planta Muros existentes	114
6.5 Vistas	116
6.6 Cronograma de Ejecución	130
6.7 Presupuesto Estimado	131
Conclusiones	132
Recomendaciones	133
Fuentes de Consulta	134
Anexos	137

## INTRODUCCIÓN

Guatemala es un país multilingüe y pluri-cultural, posee una gran riqueza cultural, esto debido a que posee una biodiversidad natural, una amplia variedad de poblaciones e idiomas; donde cada región cuenta con diferentes manifestaciones culturales, lo que permite que sea fácil de identificar ciertos elementos representativos de cada una.

Por lo que se considera que es importante fomentar la cultura de cada región en sus pobladores, para que pueda continuar transmitiéndose de generación en generación, fortaleciendo su identidad como pueblo único, característico de la región. Es así como en este caso a través del anteproyecto para el **Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural, Tactic Alta Verapaz**, se pretende reactivar y dar a conocer la cultura de dicho municipio a sus pobladores y turistas, tanto nacionales como extranjeros.

Es así como le surge la inquietud del actual Alcalde Municipal de Tactic A.V., Lic. Rolando Caal Có de crear un espacio adecuado para continuar realizando las actividades culturales que ya se realizan; así como para poder proponer la realización de nuevas actividades: una Escuela de Música, Exposiciones, Talleres; incluso actividades para la Feria local y un sinnúmero de actividades más, que pueden ayudar a generar fuentes de trabajo y desarrollo sostenible, mediante una mejor identidad de los pobladores con su comunidad, al conocer más de su cultura.

Por lo que se pensó en realizar dos proyectos:

1. La Central de Transferencias, como parte del mismo se reubicaría el actual Mercado Municipal.
2. El Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural. Para este segundo se aprovechará la infraestructura en donde actualmente se ubica el Mercado Municipal, claro que previamente se realiza una evaluación para establecer qué se puede conservar y qué se debe remodelar, ya que la idea es reciclar y remodelar el edificio.

En el municipio de Tactic Alta Verapaz se realizan diversas actividades de carácter cultural, sin embargo actualmente no se cuenta con un lugar adecuado para desarrollarlas de manera conveniente; así como no se cuenta con un lugar adecuado en el cual se concentren las diversas artesanías que se producen en el municipio, por lo que se plantea a través de este estudio una solución viable, para poder continuar desarrollando estas actividades, de manera que la producción redunde en beneficio de la calidad de vida local. Donde se realizan diversidad de artesanías tales como: tejidos, cerería, cestería, palma, jarcia, etc., las cuales son producidas por sus pobladores, quienes las producen para su uso, así como para comercializarlas a nivel local. En otros casos ya tienen sus pequeñas empresas, por

lo general son familiares; los cuales comercializan a nivel local, con municipios aledaños y algunos con la ciudad capital e incluso con extranjeros, pues varios cuentan con información por internet, en donde se les puede contactar para realizar pedidos.

Así, este trabajo de investigación arquitectónica plantea en el primer Capítulo, cómo surge la necesidad de un Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural en este municipio, además de los principales objetivos y alcances que se pretenden obtener. En el segundo Capítulo se realiza un análisis de los conceptos básicos relacionados con la cultura, asimismo las principales manifestaciones en el municipio. En el tercer Capítulo los aspectos legales a tomar en cuenta para el anteproyecto. En el cuarto Capítulo las características de la región en donde se ubicará el anteproyecto. El quinto Capítulo comprende la prefiguración del anteproyecto, además de las premisas de diseño. Finalmente en el Capítulo sexto se desarrolla la propuesta arquitectónica del anteproyecto, también se estiman el presupuesto y el cronograma de trabajo.

**La cultura** es una forma de expresión hereditaria históricamente comprobada, la cual da sentido y fuerza colectiva a una región determinada. Es entonces que deseamos que la expresión cultural artesanal en el municipio de Tactic, Alta Verapaz, que ha dejado testimonio también en sus buenos comerciantes, retome el lugar que siempre le ha correspondido dentro de su particular contexto socio-histórico, en una nación que es pluricultural y multilingüe, Guatemala.

Me duele,

Me duele

La miseria,

La pobreza.

Cómo quisiera tejer

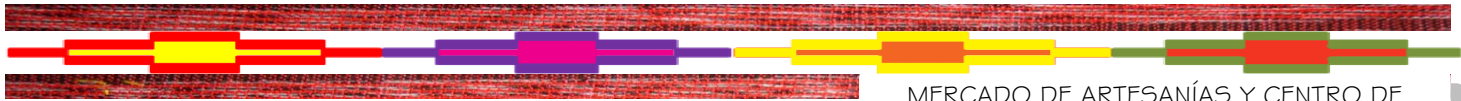
un pedazo de trapo

y servir aunque sea

de remiendo.

Humberto Ak'abal

La Universidad de San Carlos de Guatemala y en su autoridad específica, la Facultad de Arquitectura, con la finalidad de contribuir a solucionar un problema ineludible: el rescate y valoración del trabajo artesanal como medio de desarrollo, expone la información referida al anteproyecto del **Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural del municipio de Tactic, Alta Verapaz.**



MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE  
PROMOCIÓN CULTURAL. TACTIC. A.V.

# CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

## 1.1 ANTECEDENTES

El municipio de Tactic es uno de los 17 municipios del departamento de Alta Verapaz, cuenta con 32,334 habitantes, está dividido en VIII micro regiones. Está ubicado a 185 kilómetros de la ciudad capital y a 30 de la cabecera departamental, Cobán.

A través de los años Tactic ha mostrado un notable crecimiento; en los aspectos culturales, económicos, sociales, agropecuarios e industriales, su localización es estratégica, ya que se encuentra sobre la carretera principal que se dirige a la cabecera departamental de Cobán, lo que ha permitido un incremento en el comercio, principalmente; por lo que diariamente es visitado por gran cantidad de pobladores de los municipios vecinos, lo cual es una ventaja, dado que genera mayores ingresos al municipio.

Actualmente las actividades principales productivas son: agrícola, artesanal y ganadera. La producción artesanal en el municipio de Tactic, es reconocida en la región por la perfección en sus acabados y la calidad de sus derivados. Los productos tradicionales elaborados por campesinos y microempresas son: telas típicas de algodón, jarcia, escobas de palma, artículos de cuero, platería (cuenta con maestros en platería), candelas, coheterías, canastos, petates, acapetates, suyates, lazos, redes, tejidos (güipiles), sombreros de palma y bordado a mano.

Los güipiles son elaborados con mucha dedicación, debido a que son un legado cultural, por tal motivo, las mujeres se dedican a esta actividad en su tiempo libre. Utilizan el telar de cintura o mecapal, arrodilladas en el suelo (sobre el pequeño petate) de la casa, para ir colocando las hebras de hilo y formar con habilidad, seguridad y calma, pájaros, mariposas, estrellas, rombos, venados, farolitos, patos árboles, rosas triángulos, y otras figuras caprichosas que dan vistosidad y valor a la prenda; cabe mencionar que actualmente ya lo están tomando como una forma de ingresos al hogar, no únicamente para consumo personal, ya que han recibido más apoyo por parte de instituciones, se han creado algunas asociaciones. Estos son comercializados en el mercado local, municipios aledaños y otras regiones del país, potencialmente son adquiridos por consumidores nacionales y extranjeros.

El beneficio obtenido para mujeres tejedoras es doble, pues dicha comercialización les genera ingresos que son aportados al presupuesto familiar y, por ende, les produce un alto grado de satisfacción personal, ya que, se sienten parte activa de la economía tactiquense.

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

Toda persona tiene derecho a participar libremente en la vida cultural y artística de la comunidad, así como beneficiarse del progreso científico y tecnológico de la Nación.<sup>1</sup> Por tal motivo es necesario que cada comunidad cuente con un lugar adecuado en donde desarrollar diversas actividades culturales.

Asimismo, debido a que la producción artesanal es una de las principales generadoras de ingresos y empleos en conjunto con el comercio, es importante promocionar la misma.

Actualmente el municipio no cuenta con un espacio físico adecuado en donde realizar actividades culturales, tal es el caso de la Escuela de Música que se encuentra ubicada en el Salón Municipal. Así mismo, debido al crecimiento constante que sufre el municipio, la Municipalidad ya no cuenta con espacio suficiente para albergar las diversas oficinas requeridas de acuerdo a la población, por lo que se desea definir un espacio auxiliar a la Municipalidad que albergue las oficinas de servicios a la población, tales como la Policía Municipal. Además se cuenta con una Biblioteca Municipal, sin embargo es muy pequeña y además no está en una buena ubicación, ya que se encuentra en la calle en donde se ubican las ventas ambulantes que pertenecen aún al mercado, por lo que es necesario pasar entre varias ventas para poder llegar a la misma.

Actualmente las artesanías se venden en el mercado municipal, así como, en diversos comercios ubicados en el casco urbano del municipio. Sin embargo se pretende ordenar el mercado, definir los usos, que no sea mixto, por tanto, uno de los objetivos es definir un lugar específico para las artesanías. Por lo anterior se ha establecido que es necesario contar con un lugar en donde se puedan desarrollar las actividades culturales, así como promocionar las artesanías del lugar, por lo que el Alcalde Municipal en conjunto con su equipo de trabajo considera que el lugar adecuado es un Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural para el municipio de Tactic. Es así como a través del planteamiento de una propuesta, se pretende proporcionar las condiciones mínimas necesarias para realizar actividades, sociales, culturales, religiosas, exposiciones de diferentes sectores para la convivencia intercultural.

La promoción cultural es un factor fundamental, ya que al lograr dar a conocer la cultura a la población del municipio, permitirá que se identifiquen con la misma y por tanto, aprovechen algunos elementos representativos del lugar para el comercio y así generar ingresos.

---

<sup>1</sup> Constitución Política de la República de Guatemala, Sección Segunda Cultura, Artículo 57.

Por lo anterior se quiere aprovechar este potencial que posee el municipio, a través del Mercado de artesanías y Centro de Promoción Cultural, para lograr que la población se identifique con su municipio y a su vez dé a conocer su cultura a turistas locales y extranjeros.

### 1.3 OBJETIVOS

#### 1.3.1 OBJETIVOS GENERALES

- Desarrollar una propuesta a nivel de anteproyecto del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural del municipio de Tactic, Alta Verapaz.

#### 1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer las diversas actividades culturales y sociales a desarrollar en el Centro de Promoción Cultural.
- Diseñar los espacios para organizar el Mercado de Artesanías.

### 1.4 RESULTADOS ESPERADOS

- Formulación de anteproyecto del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural de Tactic, Alta Verapaz.
- Formular una propuesta para que la población urbana y rural del municipio tengan acceso a un lugar adecuado para un sano entretenimiento.
- Propiciar un mejor intercambio de vivencias socioculturales con los demás municipios del departamento y del país.
- Establecer una propuesta para fomentar la cultura del municipio en la población.
- Ayudar a generar mayores ingresos a través de la comercialización de las diversas artesanías producidas, tanto en el municipio como en poblaciones aledañas.

## 1.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.5.1 DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA

Tactic es uno de los 17 municipios que conforman el departamento de Alta Verapaz. El municipio de Tactic se encuentra a una distancia de 185 kilómetros de la ciudad capital de Guatemala, 30 kilómetros de Cobán, cabecera departamental de Alta Verapaz. Desde su cabecera municipal hacia las comunidades rurales del municipio las distancias no exceden de 9 kilómetros.

Ubicación Geográfica:

AL NORTE: Colinda con el municipio de Cobán.

AL SUR: Con el municipio de San Miguel Chicaj, Baja Verapaz y Santa Cruz Verapaz, Alta Verapaz.

AL ESTE: Con el municipio de Tamahú, Alta Verapaz.

AL OESTE: Con el municipio de Santa Cruz Verapaz, Alta Verapaz

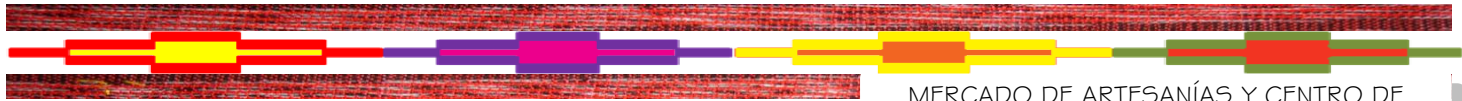
La extensión territorial de Tactic es de 85 kilómetros cuadrados y la altura es de 1465 metros sobre el nivel del mar. El clima dominante es húmedo, subtropical frío, por lo que se cuenta con una amplia variedad de flora y fauna, asimismo se cuenta con el nacimiento de varios ríos en las diversas comunidades, los cuales en su mayoría desembocan en el río Cahaboncito, el cual atraviesa el municipio.

El acceso al municipio es fácil, debido a que se cuenta con carretera asfaltada que comunica la cabecera departamental y la ciudad capital, además se posee con carretera balastrada para la comunicación con los municipios próximos, aldeas y caseríos que forman parte del municipio.

Aspectos Socioculturales

En cada comunidad o población se desarrollan diversas manifestaciones culturales, las cuales dan a conocer la identidad de un pueblo. Estos aspectos dan a conocer qué actividades son propias del pueblo: traje típico, creencias y supersticiones, religión, ritos e idiomas.





MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL. TACTIC. A.V.



El Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural se realizará en donde se ubica actualmente el mercado municipal. Éste se trasladará, por lo que se conservará la infraestructura; además, se realizarán las modificaciones que se consideren necesarias.

Fuente: Oficina de Catastro, Municipalidad de Tactic, A.V.



Foto No. 1 Ingreso Principal hacia el segundo nivel, Elevación Frontal  
Fuente: Miriam Alegría

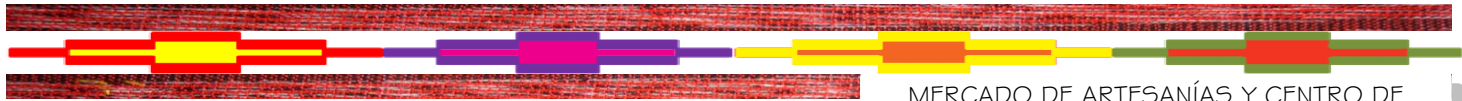


Foto. No 2  
Vista Posterior del Mercado  
Actual  
Fuente: Miriam Alegría

Foto. No 3  
Vista Lateral Izquierda del Mercado  
Actual  
Fuente: Miriam Alegría



Foto. No 4  
Vista Frontal del Mercado  
Actual  
Fuente: Miriam Alegría



Foto. No 5  
Ventas que son parte del mercado que se ubican en la calle posterior del Mercado Municipal y la Municipalidad  
Fuente: Miriam Alegría

Estado Actual del interior del mercado:



Foto. No 6 y No. 7  
Estado actual de las gradas principales  
Fuente: Miriam Alegría



Foto. No 8  
En el segundo nivel se ubican principalmente ventas de ropa y zapatos.

La mayor parte de muros internos son provisionales: madera, lámina o son muros tabiques.

Fuente: Miriam Alegría

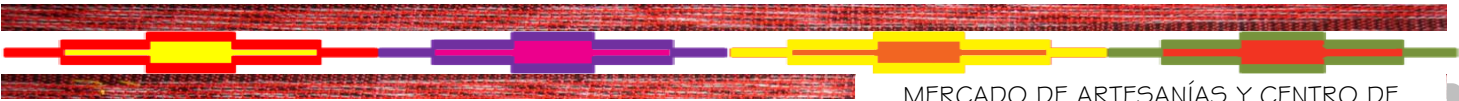


Foto. No 9

En el primer nivel se ubican las carnicerías y ventas de frutas, verduras así como los comedores.

Por lo que son pocos los muros de block internos.

Fuente: Miriam Alegría

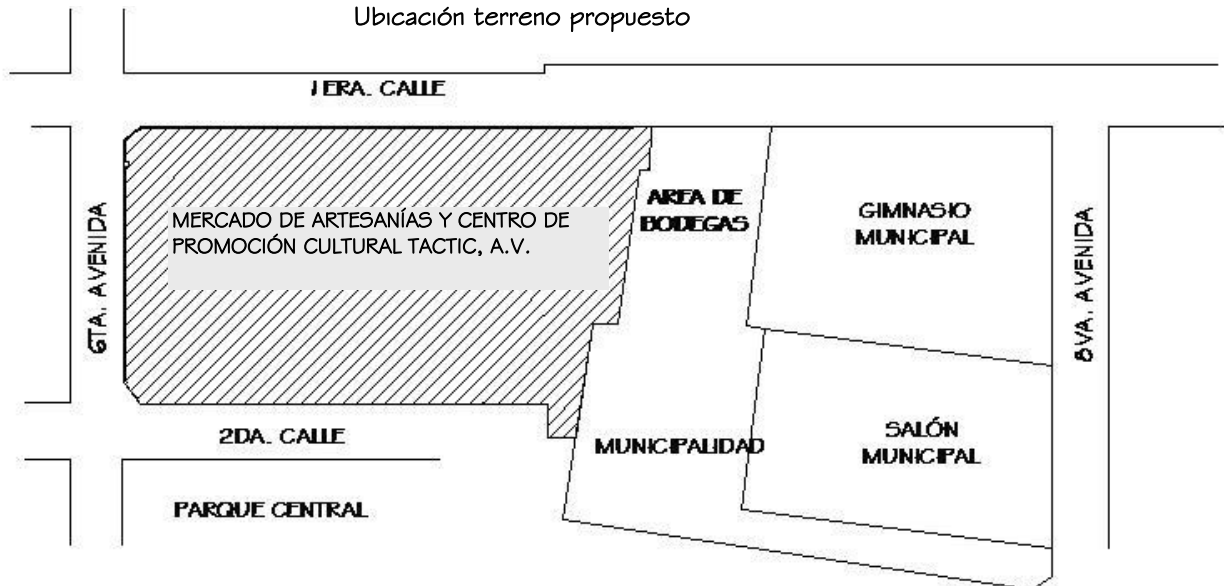


Foto. No 10

El segundo nivel no abarca toda la planta del primer nivel, hay lugares con dobles alturas, los cuales están techados con lámina.

Fuente: Miriam Alegría

Gráfica 1  
Ubicación terreno propuesto



Elaboración Propia.

### 1.5.2 DELIMITACIÓN POBLACIONAL

El área de influencia de análisis para el Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural, abarca principalmente el casco urbano del municipio de Tactic, tomando en cuenta que hay varios artesanos productores en las distintas comunidades del municipio, sin embargo el punto estratégico para comercializar las diversas artesanías es la cabecera municipal, ya que es una vía de paso para acceder a la cabecera departamental, Cobán; por lo que llegan visitantes locales, nacionales y extranjeros.

### 1.5.3 DELIMITACIÓN DEL TRABAJO

Desarrollar una propuesta arquitectónica del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural en el municipio de Tactic, Alta Verapaz, que será a nivel de anteproyecto arquitectónico, el cual surge de la necesidad de apoyar principalmente en la promoción de la cultura del municipio en la población del mismo, así como contribuir al desarrollo del municipio. Esta necesidad se ha detectado durante el periodo EPS IRG 2008-1 por medio de la convivencia en la comunidad y pláticas con el Alcalde Municipal.

### 1.5.4 DELIMITACIÓN TEMPORAL

Se proyectan 20 años de vida útil para el proyecto Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural del municipio de Tactic, Alta Verapaz, más un año considerado para la ejecución del proyecto.

Proyectando el número de usuarios dentro de 21 años.

## 1.6 METODOLOGÍA

Fase I:

Como primer paso se debe realizar una recopilación exhaustiva de información a través de las fuentes primarias, secundarias y terciarias, con la cual se establecerá el Marco Teórico y Marco Referencial. Por medio del Marco Teórico se establecerán los antecedentes, planteamiento del problema y la justificación para la realización de este proyecto.

A través de la información recopilada, se logrará definir y comprender los conceptos básicos para la elaboración de una propuesta de anteproyecto.

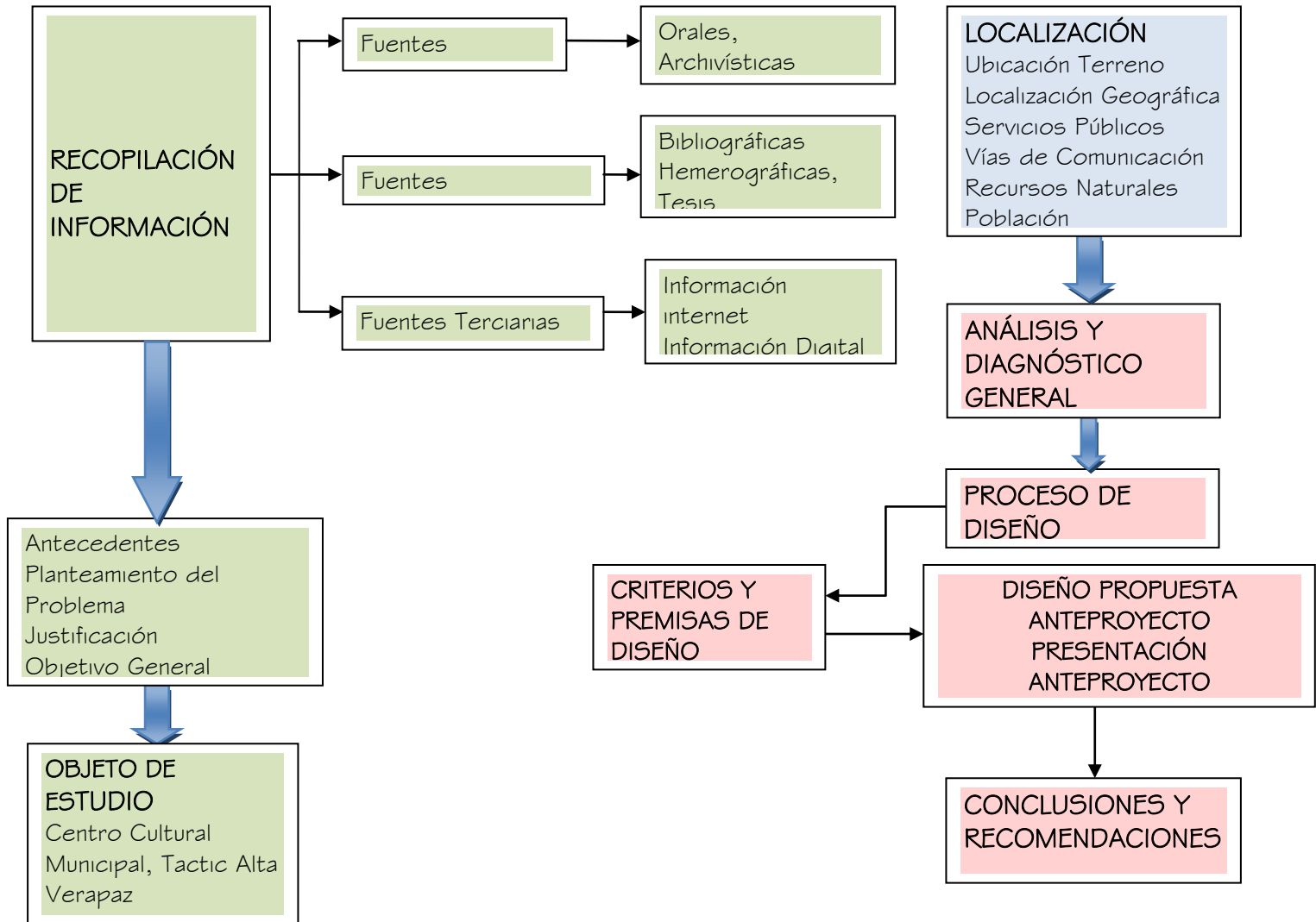
## Fase II

Luego se debe proceder con el trabajo de campo, en el cual se realizará un levantamiento del terreno propuesto, así como un análisis del sitio. Tanto el trabajo de gabinete como el trabajo de campo, son fundamentales para determinar las mejores soluciones a optar al momento de plantear la propuesta de anteproyecto

## Fase III

Finalmente con la información recopilada de las diferentes fuentes de consulta, así como de la información recopilada en campo, se realizará un análisis y diagnóstico completo, para poder iniciar con el proceso de diseño; para ello se tomarán en cuenta los criterios y premisas de diseño; luego se planteará la propuesta del anteproyecto.

## METODOLOGÍA



Gráfica 2  
Metodología de Trabajo  
Fuente: Elaboración Propia

# CAPÍTULO II

## MARCO CONCEPTUAL



## 2.1 REFERENTE TEÓRICO

Es importante conocer todos los conceptos básicos que sirvan de referente al tema en estudio, para comprender y definir las actividades que se desarrollan en un proyecto de este tipo, y lograr un Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural funcional y de beneficio para el municipio de Tactic, A.V.

### 2.1.1 ÁREA CULTURAL<sup>1</sup>

Espacio imaginario, social y geográfico en el que son comunes las relaciones sociales, los sistemas de valores, los modos de vida, las tecnologías materiales y, en menor medida, las características ecológicas para las personas que lo habitan. Puede estar habitada por un solo pueblo con sus variantes internas culturales o por varios de culturas similares.

### 2.1.2 COSTUMBRE<sup>2</sup>

Hábito, modo habitual de obrar o proceder establecido por tradición o por la repetición de los mismos actos y que puede llegar a adquirir fuerza de precepto.

### 2.1.3 COMUNIDAD

Es una agrupación natural o pactada de personas que contribuyen a una unidad con el fin de cumplir, por medio de la mutua cooperación los fines de vida. Tipo de organización social cuyos miembros se unen para participar en objetivos comunes. La comunidad la integran individuos unidos por vínculos naturales o espontáneos y por objetivos que trascienden a los particulares. El interés del individuo se identifica con los intereses del conjunto.<sup>3</sup>

### 2.1.4 IDENTIDAD<sup>4</sup>

Actitud mental o moral que al descubrir ese carácter particular de cada ser humano, le hace sentirse más vivo y activo. Si este aspecto falla, es decir, si un número alto de individuos carecen de identidad o se va perdiendo la misma o se tiene una crisis histórica. Identidad, concepto lógico, que designa el carácter de todo aquello que permanece único e idéntico a sí mismo, pese a que tenga

---

<sup>1</sup> De León Vega. Centro Cultural de Arte Sololateco

<sup>2</sup> Enciclopedia Microsoft Encarta 2009.

<sup>3</sup> Ob. Cit. Pág. 10

<sup>4</sup> URL, Del Cid, Luis. Casa de la Cultura Santa Cruz Balan, Chimaltenango.

diferentes apariencias o pueda ser percibido de distinta forma. La identidad se contrapone, en cierta moda, la variedad y siempre supone un rasgo de permanencia e invariabilidad.

## 2.1.5 MERCADO

Constituye el principal centro de la actividad comercial como lugar indispensable para el intercambio de productos, organizados en unidades comerciales, independientes pero relacionadas entre sí. Es un lugar de convergencia comercial entre vendedores y usuarios. Un mercado debe satisfacer las demandas tanto de compradores como de vendedores, brindándoles calidad, seguridad, confort.<sup>5</sup>

### 2.1.5.1 CRITERIOS PARA EL DIMENSIONAMIENTO DE UN MERCADO<sup>6</sup>

Para el Dimensionamiento de un mercado se deben utilizar dos criterios básicos:

#### 1. Área de Influencia:

El área de influencia puede ser directa, indirecta y dispersa.

Directa: Es la población residente dentro de un radio aproximado a 1 Km. Alrededor del mercado o bien 15 minutos caminando hacia el mismo.

Indirecta: Corresponde a áreas bien delimitadas, con fácil acceso al mercado a través del sistema colectivo de transporte.

Dispersa: La demanda corresponde al centro urbano y demás poblados aledaños de manera indirecta.

#### 2. Tamaño Mínimo:

Debido a la población a servir, la proximidad del mismo y el proceso de interacción entre el desinterés de los consumidores y comerciantes que asisten a mercados metropolitanos y sectoriales. Según el sistema de equipamiento urbano no se deben construir mercados con menos de 200 puestos, lo que equivale cerca de 2,300m<sup>2</sup> de área construida, ya que de ser menor, probablemente

---

<sup>5</sup> Salazar, Mariano. Mercado de desarrollo y mercado de artesanías, Lanquín Alta Verapaz. FARUSAC, Guatemala, noviembre, 2005.

<sup>6</sup> *Ibíd.*

funcionaria mal y la población consumidora seguiría abasteciéndose en otros mercados.

#### 2.1.5.2 CLASIFICACIÓN GENERAL DE MERCADOS SEGÚN SU CATEGORÍA:

- a. **Mercado Minorista:** Lugar de uso dedicado al comercio exclusivamente para la actividad de compra venta del producto el cual se maneja exclusivamente al minoreo.
- b. **Mercado Mayorista:** Lugar donde se realiza transacciones por mayor dedicado al comercio y a la vez éste abastece a los mercados minoristas.
- c. **Mercado Formal:** Lugar donde se tienen establecidos locales de manera formal, bajo una serie de instalaciones que reúnen condiciones básicas para desempeñar actividades de uso comercial.
- d. **Mercado Informal:** Ventas que carecen de instalaciones necesarias para la actividad del comercio ubicadas en lugares no aptos para el mismo.
- e. **Mercado Público:** Es el mercado que es administrado por la Municipalidad y Cooperativas para el uso del consumidor.
- f. **Mercado Privado:** Son lugares donde se realiza la actividad de compraventa de una manera seleccionada

#### 2.1.5.3 CLASIFICACIÓN DE CATEGORÍAS DE MERCADO SEGÚN RADIO DE ACCIÓN

- a. **Mercado Departamental:** Es el mercado de distribución de productos de forma bruta de un Departamento, donde los usuarios de los municipios pueden llegar a hacer las transacciones de comercio con mayor productividad. Principalmente se encuentran ubicados en la Cabecera Municipal.
- b. **Mercado Regional:** Es el que provee a los consumidores de la región.
- c. **Mercado Metropolitano:** Es el encargado de suministrar a los consumidores de una ciudad, ubicado de una forma estratégica.
- d. **Mercado Cantonal:** El radio de acción de este tipo de mercado es máximo de 600 metros, debido a que es visitado por los usuarios a pie, y es posible que se encuentren más de 2 mercados en el radio de acción.

- e. **Mercado Sectorial:** Este tipo de mercado tiene un radio de acción mayor que el Mercado Cantonal debido a que los usuarios pueden llegar a él por medio de cualquier tipo de transporte. Y sus instalaciones están sujetas al radio de acción.

#### 2.1.6 MERCADO DE ARTESANÍAS<sup>7</sup>

Lugar público, cubierto o al aire libre donde se genera intercambio social y comercial destinado a abastecer los diferentes productos artesanales a una comunidad bajo condiciones de confort y seguridad, contribuyendo así al desarrollo de los artesanos y la economía de la población.

#### 2.1.7 MUNICIPALIDAD

Considerando que el Municipio es la unidad básica de organización territorial del Estado y el espacio inmediato de participación ciudadana en los asuntos públicos se caracteriza primordialmente por sus relaciones permanentes de vecindad, multiétnicidad, pluriculturalidad, y multilingüismo, organizado para realizar el bien común de todos los habitantes de su distrito<sup>8</sup>

Es la unidad básica de la organización territorial del Estado y el espacio inmediato de participación ciudadana en los asuntos públicos.<sup>9</sup>

Además, es una institución democrática, porque sus autoridades son electas por el pueblo, y es un espacio para la participación ciudadana.<sup>10</sup>

#### 2.1.8 ARTESANÍAS CONTEMPORÁNEAS O NEO-ARTESANÍAS<sup>11</sup>

Las que son elaboradas de acuerdo los requisitos de las tradicionales, pero que han ido apareciendo para satisfacer nuevas necesidades materiales o espirituales, ya sea conservando antiguos diseños, producto de la creatividad del artesano, con distintos propios de la comunidad.

---

<sup>7</sup> Vega Lobos, José Antonio. "Mercado de Artesanías de Livingston" FARUSAC, Universidad de San Carlos de Guatemala, Noviembre 2007

<sup>8</sup> Diagnóstico Municipal. EPSUM 2008

<sup>9</sup> Manual El Gobierno Municipal, El A, B, C del Gobierno Municipal. PROMUDEL, 2ª Edición, Mayo 2007. Pág. 9

<sup>10</sup> Ídem.

<sup>11</sup> Ley de Protección y Desarrollo Artesanal Decreto No. 141-96

## 2.1.9 ARTESANÍA

Aquellas expresiones culturales tradicionales, utilitarias y anónimas, producto de la división del trabajo predominantemente manual, y del uso de herramientas sencillas, cuyas manifestaciones tienen lugar en los campos económicos, estético, ritual y lúdico.<sup>12</sup>

La artesanía de Guatemala es la expresión más genuina de sus habitantes originales y gran soporte del sustento de las comunidades.

## 2.1.10 ARTESANO<sup>13</sup>

La persona que ejerce una actividad manual y creativa, transformando materia prima con ayuda en algunos casos de herramientas y maquinas simples, conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas. Trabajan en forma autónoma, familiar o asociativa y deriva su sustento principalmente de dicho trabajo al crear bienes o servicios útiles con base en su esfuerzo físico y mental.

## 2.1.11 TALLER ARTESANAL<sup>14</sup>

El lugar donde el artesano tiene instalados sus instrumentos de trabajo, incluyendo maquinaria sencilla, cuyo funcionamiento es producto del esfuerzo humano, el cual deberá tener las condiciones mínimas de salubridad, higiene y seguridad en beneficio de los trabajadores.

El taller artesanal se identifica predominantemente por su integración familiar y división del trabajo. Lo dirige el Maestro Artesano que es el que ya tiene el conocimiento pleno de las técnicas y diseños de la artesanía según su especialidad y dispone de la conservación y cambios en los diseños. Para que un taller artesanal pueda ser objeto de apoyo técnico y financiero.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Ídem.

<sup>13</sup> [www.infoartesanias.com](http://www.infoartesanias.com)

<sup>14</sup> Ídem.

<sup>15</sup> Pérez Molina, Olga. “Artesanías y Producción Artesanal en la Formación Nacional Guatemalteca” Sub-centro Regional de Artesanías y Artes Populares. Primera Edición 1989

## 2.2 PATRIMONIO CULTURAL<sup>16</sup>

Son los bienes e instituciones que por ministerio de ley o por declaratoria de autoridad lo integren y constituyan bienes muebles o inmuebles, públicos y privados, relativos a la paleontología, arqueología, historia, antropología, arte, ciencia y tecnología y la cultura en general.

### 2.2.1 CLASIFICACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL<sup>17</sup>

#### 2.2.1.1 PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE

- Bienes culturales inmuebles
- Bienes culturales muebles

#### 2.1.1 PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE

Es el constituido por instituciones, tradiciones y costumbres tales como: la tradición oral, musical, medicinal, culinaria, artesanal, religiosa, de danza y teatro.

## 2.3. CULTURA

Entendida como la cosmovisión de los pueblos y su manera de ser, crear, actuar y transformar, es ingrediente esencial para el logro del desarrollo humano. Por eso el Estado está obligado a incorporar la dimensión cultural en sus políticas, planes y acciones tendientes a conseguir el mejoramiento y la sostenibilidad de la calidad de vida y la realización personal de cada uno de los habitantes del país.<sup>18</sup>

Conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado. El término 'cultura' engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Ley de Protección y Desarrollo Artesanal Decreto No. 141-96

<sup>17</sup> Ley para la Protección del Patrimonio Cultural

<sup>18</sup> Políticas Culturales y Deportivas Nacionales, Ministerio de Cultura y Deportes. Guatemala 2000

<sup>19</sup> Enciclopedia Microsoft Encarta 2009

### 2.3.1 CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA<sup>20</sup>

Según el historiador guatemalteco Luis Luján Muñoz en su estudio sobre “Nociones Básicas sobre el concepto de la Cultura, ésta posee las siguientes características:

- a. Es enseñada: la cultura se enseña, se va adquiriendo a través del tiempo y el lenguaje es el principal instrumento de transmisión social.
- b. Es inculcada: transmite sus hábitos de generación en generación dentro de un grupo social.
- c. Es compartida: los hábitos se transmiten porque el hombre vive agrupado.
- d. Es humanista: no todo lo que existe en la naturaleza, es humano, solo cuando un grupo hace uso de él pasa a ser cultura.
- e. Es inmaterial: cada objeto tiene un significado espiritual, el cual también forma parte de la cultura.
- f. Es satisfactoria: los elementos culturales y las culturas sólo subsisten cuando son satisfactorios para un grupo, de no ser así son desechados.
- g. Es dinámica: la cultura cambia, se va adaptando según sus necesidades, espacio y tiempo en el que se desarrolla.
- h. Es uniforme: los problemas por resolver, son los mismos. Aunque la forma de resolver sea diferente.
- i. Es integrada: como producto, de un proceso constante de adaptación, los elementos de una cultura tienden a formar una unidad constante e integrada.

### 2.3.2. CLASIFICACIÓN DE LA CULTURA<sup>21</sup>

De acuerdo al Ministerio de Cultura y deportes, puede dividirse en dos áreas:

#### I. CULTURA POPULAR MATERIAL

Es la que comprende todos aquellos fenómenos tradicionales cuyo elemento definidor es lo material como las artesanías, los tejidos, la cerámica, etc.

- a. **ARTESANÍA:** Hechos de la cultura material que difieren del arte popular en cuanto al talle, a la técnica, a la enseñanza y al medio social de consumo.

---

<sup>20</sup> Padilla Jordán, Nadesha Nicté, Tesis “Centro Cultural”. Ipala, Chiquimula, FARUSAC - Julio 2008.

<sup>21</sup> Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala

- b. **ARTE ARTESANAL:** Toda unidad económica en la que se combinan actividad y recursos dirigidos por un único propietario o grupo de personas asociadas que cuentan con manos de 5 personas en un local independiente o casa.

## 2. CULTURA POPULAR ESPIRITUAL

Como mencionamos anteriormente es la que comprende los aspectos no palpables como las creaciones del pensar y del sentir, como los bailes, fiestas,

mercados, ferias ceremoniales, literatura, música folklórica, etc. Su fomento se refiere a la libertad creativa del individuo y el grupo social.

- a. **BAILES:** Aquellas representaciones en los que los asistentes van vestidos con mascarar o disfrazados con trajes no habituales. Actividades de feria patronal, se realizan como una conmemoración colectiva del día de un santo de un acontecimiento histórico.

### 2.3.3. FUNCIONES CULTURALES<sup>22</sup>

El Ministerio de Cultura y Deportes es la institución estatal encargada de la prestación del servicio cultural en Guatemala. Dicho Ministerio fue fundado de acuerdo con las políticas culturales contenidas en la sección segunda de la Constitución de la República, en los Artículos del 58 al 66. El Ministerio de Cultura y Deportes, identifica ocho funciones básicas de las cuales la coordinación política, la investigación cultural y la planificación del desarrollo cultural no representan necesariamente una materialización arquitectónica, sino más bien son parte de los aspectos de la organización del sistema. Por otra parte, debe mencionarse que la función de formación e información cultural fue incluida en conjunto con la de apoyo y fomento a la creación, ya que ambas funciones son similares, con la única diferencia que la primera es dirigida a los agentes mientras que la segunda lo es a los usuarios del sistema cultural. Sin embargo se enfocarán cuatro funciones que esta institución oficial asigna a la cultura guatemalteca, mismas que son interesantes para este estudio.

---

<sup>22</sup> De León, Kelvin. "Anteproyecto Arquitectónico Centro Cultural de Arte Sololateco, en Sololá, Sololá" FARUSAC Universidad de San Carlos de Guatemala 2007



#### 2.3.4 CREACIÓN Y FORMACIÓN CULTURAL

Mediante esta función se busca el reconocimiento de la absoluta libertad de expresión del artista, promoviendo los mecanismos pertinentes de fomento y protección de la libre creación estética. De igual manera, se incluye el adiestramiento del personal adecuado, para la realización de las actividades culturales.

#### 2.3.5 PROMOCIÓN CULTURAL

Esta función tiene por objetivo general resolver el problema sociológico y etnológico de la sustitución de la noción de la cultura nacional como global y homogénea, por el concepto de subculturas o culturas locales y regionales. Con ello se persigue facilitar el acceso de las grandes mayorías de la población a los servicios culturales.

#### 2.3.6 DIFUSIÓN CULTURAL

Perseguir difundir las obras de los creadores, así como la facultad de creación propiamente dicha. La forma de lograrlo es por medio del encuentro de los ciudadanos, que a su manera también son creadores, con el universo activo vivo de la creación cultural.

#### 2.3.7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

Uno de los principales testimonios de la humanidad es el patrimonio cultural, principalmente en el hombre guatemalteco. Por esto se persigue la identificación de cada comunidad en cualquier lenguaje, para así llevar la promoción del patrimonio nacional, pero principalmente de su conservación, estableciendo un plan de museos que funcionen a todo nivel.

#### 2.3.8 ESTRUCTURA INTERNA DE LA CULTURA<sup>23</sup>

Engloba todo el que hacer del hombre, desde las concepciones y actitudes espirituales, hasta los objetos materiales, satisfactores de necesidades básicas, pasando por la edificatoria (Arquitectura-urbanismo) que dependiendo de la concepción ideológica, puede ser arte, artesanía o industria. En una sociedad de clases, la cultura puede ser popular o elitista, siendo ésta última la que el sistema impone: La cultura interna incluye:

---

<sup>23</sup> De León Kelvin. "Anteproyecto Arquitectónico Dentro Cultural de Arte Sololateco, en Sololá Sololá" FARUSAC 2007

- Tradiciones
- Lenguaje
- Costumbres, creencias
- Bellas artes y humanidades
- Conocimiento
- Literatura
- Artes rítmicas, plásticas y edificatorias
- Artes menores
- Artesanías
- Industria

### 2.3.9 ESTRUCTURA EXTERNA DE LA CULTURA<sup>24</sup>

La estructura externa, según el factor económico-social, la cultura de un país puede ser:

- Cultura elitista o alta costura
- La cultura popular
- La cultura de masas

### 2.4 CLASIFICACIÓN DE LAS ARTESANÍAS:<sup>25</sup>

Para clasificar las artesanías hay diversidad de criterios, pero se tomará como base la clasificación realizada por la **Carta Interamericana de Artesanías y El Arte Popular**:

**Artesanía Popular** es la obra manual basada en motivos tradicionales y que se transmiten normalmente de generación en generación.

**Artesanía Artística** es la que expresa de alguna manera el sentimiento estético individual de su autor, generalmente basado en el acervo folklórico.

**Artesanía Utilitaria**, produce artículos sin caracterización artística especial, pues son productos que pueden ser elaborados a mano por el artesano, casi en la misma forma que en la industria mecanizada.

---

<sup>24</sup> Ídem.

<sup>25</sup> Carta Interamericana de Artesanía y El Arte Popular, 1982

**Artesanía de Servicio** es la que no produce ningún bien sino constituye una acción que busca llenar una necesidad. Este servicio siempre deberá ser prestado a mano para ser considerado artesanal.

Según la Ley de Protección y Desarrollo Artesanal reconoce dos clases de artesanías:

#### 1. Artesanías Populares

Se clasifican en:

- a. Artesanías tradicionales las que se vienen produciendo desde tiempos ancestrales conservando diseños y colores originales que identifican tanto el lugar de origen; del producto como la lengua indígena predominante en la localidad productora.
- b. Artesanías contemporáneas o neo-artesanías las que son elaboradas de acuerdo los requisitos expuestos en este mismo artículo, pero que han ido apareciendo F satisfacer nuevas necesidades materiales o espirituales, ya sea conservando en p antiguos diseños, producto de la creatividad del artesano, con distintos propios d comunidad.

#### 2. Artesanías de Servicio

Son las que no producen ningún bien, pero que constituyen una acción que busca llenar una necesidad. Este servicio siempre deberá ser preciado a mano para que sea considerado artesanal

### 2.5 TURISMO<sup>26</sup>

Es el movimiento migratorio por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. La corriente turística puede desarrollarse dentro o

fuera de un mismo país, generando los conceptos de turismo interior, turismo exterior y turismo receptivo. Implica el traslado del lugar habitual de residencia a un lugar de destino durante más de un día completo; y por lo tanto requiere de cierta infraestructura.

---

<sup>26</sup> Vega, José Antonio. "Mercado de Artesanías de Livingston" FARUSAC, Universidad de San Carlos de Guatemala

## 2.5.1 TIPOS DE TURISMO EN GUATEMALA<sup>27</sup>

- **TURISMO CULTURAL<sup>28</sup>**

Es aquel que se desarrolla con fundamento en los bienes culturales tangibles e intangibles de un país, región y/o localidad, que comporta la interacción entre el turista ávido de contacto con culturas materiales e inmateriales distintas a la propia y la comunidad receptora como comunicarse de sus valores culturales y tradiciones.

- Urbano
- Monumental
- Arqueológico
- De compras
- Etnográfico
- Literario
- De formación
- Científico
- Gastronómico
- Industrial
- Itinerante
  
- **TURISMO NATURAL**
  - Parques Temático
  - Ecoturismo
  - Rural
  - Agroturismo
  - Agroecoturismo
  - Ornitológico
  
- **TURISMO ACTIVO**
  - Ictioturismo
  - Deportivo
  - Aventura
  - Religioso
  - Espiritual

---

<sup>27</sup> INGUAT, Instituto Guatemalteco de Turismo

<sup>28</sup> Muñoz Jiménez, Rocío. "Centro de información y promoción turística en la zona Viva". Universidad Raael Landívar. Guatemala, octubre de 2002.

- Termal o de salud
- Médico
- Social
  
- **TURISMO DE NEGOCIOS**
  - Negocios
  - Reuniones y Congresos
  - Convenciones
  - Incentivo

En el caso del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural, Tactic A.V. está en la categoría **de compras**, ya que según su definición abarca lo vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.

Asimismo en la categoría de **Rural** ya que es el desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.

## 2.5.2 TIPOS DE TURISTAS EN GUATEMALA<sup>29</sup>

Según el INGUAT existen 2 tipos de turistas:

### Turista visitante

Turista que pernocta al menos una noche

### Excursionista

Visitante que no pernocta

---

<sup>29</sup> INGUAT, Instituto Guatemalteco de Turismo. Resultados Encuesta del Gasto 2008. Departamento de Investigación y Análisis de Mercados.

## 2.6 HISTORIA DE LAS ARTESANÍAS EN GUATEMALA<sup>30</sup>

La producción artesanal se remonta de mucho tiempo atrás entre los mayas como la elaboración de herramientas, recipientes, tallados en piedra y madera, así como la elaboración de diferentes tejidos.

Dichos trabajos se elaboran actualmente gracias a la particularidad que tienen las artesanías de nuestro país que ha permanecido en generaciones por medio de la transmisión del aprendizaje de nuestro país.

La comercialización de las artesanías de Guatemala se ha dado mucho antes entre los mayas pero con otras culturas fue hasta en el siglo XVII cuando se empezó a exportar tejidos del altiplano, cerámica y el cultivo de algunos productos agrícolas a España, también era exportado el añil un tinte natural cultivado en la costa del pacífico, para llevarlo a Santiago de Guatemala, luego se trasladaba al Golfo Dulce actualmente Lago de Izabal de allí a España en barco y finalmente era llevado a Inglaterra.

En la época de los 80 la venta de las artesanías tuvo un crecimiento por la masiva producción y la creación de nuevos productos, los diseños tradicionales que tienen las artesanías de nuestro país hace conservar el significado de los trajes,

pero en cuanto a su comercialización se crearon nuevos diseños con las mismas técnicas de elaboración pero según las exigencias del mercado, dichos trabajos no dejan la peculiaridad como artesanía local, porque aunque se emplean máquinas industriales la materia prima, el diseño y el trabajo manual predominan por lo que no dejan de ser productos artesanales.

### 2.6.1 LAS ARTESANÍAS EN GUATEMALA:<sup>31</sup>

Roberto Díaz Castillo identifica tres clases de artesanos en Guatemala:

1. El que se dedica por entero a la producción artesanal y se vincula con intermediarios para su comercialización. Corresponde principalmente a los talleres urbanos manufactureros.

---

<sup>30</sup> [www.infoartesanías.com](http://www.infoartesanías.com)

<sup>31</sup> Pérez Molina, Olga. ARTESANÍAS Y PRODUCCIÓN ARTESANAL EN LA FORMACIÓN NACIONAL GUATEMALATECA, Primera Edición, 1989. Sub-centro Regional de Artesanías y Artes Populares. Guatemala, Guatemala.

2. El que desarrolla el trabajo artesanal como complemento a las actividades agrícolas y también depende de intermediarios. Corresponde a los pequeños talleres familiares rurales, modalidad dominante en Guatemala.
3. El que produce y comercializa su artesanía.

Si se comprende que las artesanías constituyen “un conjunto de valores de uso y de mercancías con características de tradicionalidad geográfica o de país, cuyo proceso de producción depende del carácter de la formación social de que se trate” (Pape Yalibat), se entenderá la situación de explotación que a lo largo del desarrollo histórico ha sufrido el sector artesanal, incluido principalmente dentro del campesinado y en el caso de Guatemala, dentro del campesinado indígena, por lo que sobre la explotación económica debe agregarse la opresión sociocultural.<sup>32</sup>

## 2.7 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN ARTESANAL<sup>33</sup>

### 2.7.1 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN ACTUAL

Se considera a la artesanía dentro de la economía informal debido a que no existe un ente que integre datos estadísticos para el control y consumo que unifique parámetros mínimos y máximos con respecto al precio de venta y esto redundaría en una economía inestable a nivel nacional e internacional.

#### Consumidor Local

Es aquella persona que pertenece a nuestro país sin importar su ascendencia étnica, pero que gusta de los productos artesanales de diferentes regiones del país. El consumo de artesanías es muy variado siendo el campo de lo decorativo uno de los solicitados en estos momentos, debido al auge cultural que vive el país y al apoyo que entidades gubernamentales y no gubernamentales han brindado al respecto.

#### Turista Extranjero

Es aquella persona que viene de países vecinos y otros continentes del mundo. El cual forma un mercado muy favorable debido a lo atractivo de los productos artesanales de nuestro país. Son aquellas personas que quieren llevar un recuerdo de los lugares que visiten y esto sirve de fomento para dar a conocer

---

<sup>32</sup> Ídem.

<sup>33</sup> Valdez Godoy, David Enrique. “Anteproyecto del Centro Artesanal Ajkemela´ Municipio de Sololá, FARUSAC, Marzo 2007

los artículos que en países extranjeros no existen y resultan ser objetos de gran valor artístico debido a los conceptos culturales que se tienen en sociedades diferentes a la nuestra.

### Intermediario

Es aquella persona nacional o extranjera siguiente al productor en una serie de eslabones que conforma la cadena de producción y distribución de los productos artesanales. El cual se dedica a visitar a los productores en sus casas o puntos de venta y ofrecen comprar sus productos para posteriormente revenderlos en los mercados nacionales e internaciones a un mejor precio.

### Cooperativas

Son asociaciones que tienen como objetivo crear una respuesta positiva a la situación de explotación y marginación en que se encuentra el artesano, mejorando la calidad de vida a través de mejores ingresos de los socios y ofreciendo capacitación, estimulación, participación y organización de los mismos para lograr mejoras en calidad de sus productos. Para luego encargarse de distribuirlos a nivel nacional e internacional.

Tal es el caso de la Asociación Nu´kem en el municipio de Tactic, cooperativa que comercializa los tejidos típicos elaborados por las mujeres asociadas, ha traído beneficios y desarrollo, informó Otilia Tipol, técnica en producción y comercialización de esta entidad.

El primer paso es romper los paradigmas, citó Tipol, al referirse que antes una tejedora se tardaba un mes para hacer un güipil; sin embargo, hay otros productos que llevan menos tiempo de fabricación y tienen más demanda.

La cooperativa ofrece productos terminados, proceso que comienza con la elaboración de los tejidos, y luego pasa a la etapa de confección.

### Productos

La venta de textiles Nu´kem se localiza en el kilómetro 182, de la ruta a las verapaces, donde ofrece chalinas, güipiles, cubrecamas, almohadas, centros de mesa, manteles, individuales, bolsos y cortinas, entre otros.

Gustavo Pereira, de la sección de microempresas del Programa de las Verapaces, dijo que Nu´kem fue creado en el año 2000.



Agregó que asesoran a las mujeres en la producción y les apoyan en la comercialización. Aparte de los mercados de México y Chile, la meta es llevar el producto a Europa.<sup>34</sup>

## 2.8 DISTRIBUCIÓN Y EXPORTACIÓN ARTESANAL<sup>35</sup>

Para Guatemala existen cinco mercados potenciales para la exportación de artesanías:

- Estados Unidos, Europa, Centro y Latino América, Japón y Canadá.

Guatemala cuenta para abastecerlos con entidades nacionales e internacionales que contribuyen al desarrollo del sector, de la cuales se pueden mencionar:

- AGEXPRONT (Asociación Gremial de Exportadores de Productos no Tradicionales) exporta los siguientes productos. Prendas, cuero, cerámica, artesanía en madera, hierro forjado, joyas, especialmente al Japón y Canadá. Hacia Alemania y Suecia se exportan textiles.
- Los canales internos son INNOVA S.A. de Quetzaltenango que surte el mercado nacional/internacional a través de tiendas exportadoras y empresas individuales; también copistas nacionales y en el exterior.
- Representantes en el exterior de tiendas de artesanías, especialmente- OSAMS- Canadá, Estados Unidos, Europa, partiendo de ferias especializadas.
- Importadoras (cooperativas, ONG, o empresas).

---

<sup>34</sup> [http://www.prensalibre.com.gt/pl/2004/septiembre/26/lectura\\_dept.html](http://www.prensalibre.com.gt/pl/2004/septiembre/26/lectura_dept.html)

<sup>35</sup> Valdez Godoy, David. "Anteproyecto del Centro Artesanal Ajkemela´ Municipio de Sololá" Universidad de San Carlos de Guatemala FARUSAC, marzo 2007.



Con el objeto de flexibilizar las hojas, éstas se ponen a cocer para blanquearlas posteriormente. Los productos artesanales derivados de esta materia prima vegetal pueden clasificarse dentro del rubro:

### 2.9.1.3 CESTERÍA

Con la palma se elaboran cestos, acapetates, escobas, sombreros, bolsos y artículos de manufactura plana como lo son petates, individuales, sopladores y otros.

### 2.9.1.4 PETATES

Estos son productos bastante comunes en el medio rural y sirven como colchones o colchonetas para las personas de escasos recursos, así como pueden usarse como empaque para ciertos productos. En el pasado prehispánico parecen haber tenido una función ceremonial.

### 2.9.1.5 JARCIA

Se le denomina a la labor artesanal de utilizar convenientemente la fiar que es extraída de las pencas (hojas) de Maguey, de la cual se conocen muchas variedades que se producen en el territorio nacional, con las cuales se fabrican diversas artesanías tales como: morrales, lazos, hamacas, redes, redillas, etc.

### 2.9.1.6 ORFEBRERÍA

Se llama orfebrería al trabajo artístico realizado sobre utensilios o adornos de metales. Los metales que constituyen los objetos de orfebrería propiamente dichos son eminentemente la plata y el oro o una mezcla de ambos. Con dichos metales se fabrican ya desde edades muy remotas utensilios muy variados como vasijas, piezas de adorno, joyas, monedas, estatuas siguiendo el estilo, la ornamentación y el gusto propios de la época y de la nación que los elabora.

### 2.9.1.7 PIROTECNIA

Guatemala es un país de múltiples tradiciones, entre las que existe una que es común tanto en ladinos como en indígenas que es lo que corrientemente se conoce como “quema de pólvora” o sean los juegos pirotécnicos que se utilizan para amenizar las fiestas cívicas, familiares y religiosas que se celebran en toda la República.

Actualmente los talleres artesanales de cohetería son familiares como todas las artesanías populares, donde trabajan todos los miembros de la familia y eventualmente aprendices ajenos al grupo familiar.

### 2.9.1.8 JÍCARAS Y GUACALES

Constituyen recipientes a manera de vajillas vegetales hechas sobre todo de cortezas de frutos previamente vaciados de su pulpa. Estos productos artesanales derivan de los frutos conocidos como morro y jícara, así como de calabazas y tecomates. Son artesanías de origen prehispánico que han llegado hasta nuestros días gracias a la habilidad y tradicionalidad de los artesanos indígenas.

## 2.10 PRINCIPALES ARTESANÍAS EN EL MUNICIPIO DE TACTIC

En Tactic, resalta la elaboración de tejidos en telares de cintura, así como las artesanías en plata.<sup>36</sup>

**Tejidos de algodón:** se elaboran güipiles y cortes.



Fotografía No. 11 Guipil de Tactic A.V.  
Fuente: Diseño en los Tejidos Indígenas De Guatemala. Neutze, Carmen



Fotografía No. 12 Tejidos en Tactic A.V.  
Fuente: INGUAT

**Cerámica tradicional:** Elaborada a mano, quemada al aire libre y utilizando como materia prima el barro de la región, producen ollas, apastes para tamales y kaq ik, comales, jarros, cántaros y trastecitos de juguete.

<sup>36</sup> <http://www.prensalibre.com/especiales/ME/septiembre/etnias.html>

**Productos de madera:** utilizan la madera de pino blanco, caoba y cedro para la fabricación de muebles tales como camas, mesas y roperos.

**Productos metálicos:** Artesanías de cobre y artesanías de plata principalmente, se elaboran aretes, cadenas, dijes, joyeros y esclavas

**Cestería:**



La materia prima utilizada son la palma, tule, mimbre, cibaque, paja de trigo, bambú y corteza de cajete. Trenzas, sombreros y escobas de palma.

Fotografía No. 13 Cestería de Palma  
Fuente: Miriam Alegría

**Jarcia:** utilizan la fibra que es extraída de las pencas (hojas) de maguey. Obtienen la fibra tostando las pencas sobre un comal y después se raspan y lavan para obtener solamente la fibra.

**Cerería:** velas comunes y corrientes de diferentes colores y tamaños, veladoras, palmatorias, cirios y los exvotos que son pequeñas figuras en forma de cuerpos completos de hombre o de mujer.

**Cuero:** monederos, cigarreras, estuches, correaes, sillas y demás aparejos utilizados en animales de carga y montura.

## 2.11 Comercio de Artesanías en el Municipio de Tactic

Existen pequeñas empresas que se dedican al comercio de las diversas artesanías tales como:

Textiles

Fábrica de Güipiles

Fábrica de Güipiles

Fabricación de trajes bordados

Comercio de Textiles

Fábrica de Artesanías

Aldea Chijacorral

Colonia La Asunción

Colonia La Asunción

Mercado Municipal Tactic A.V.

Caserío Chi-Ixim

Mini-artesanías                                      Caserío Chi-Ixim  
 Cerería Señor de las Misericordias        Colonia San Jacinto

Principalmente estos son negocios familiares, los cuales se ubican en sus lugares de vivienda, en donde realizan artesanías para vender a compradores locales como extranjeros. Trabajan bajo pedido. Actualmente ya han iniciado a promocionarse más a través de diversos medios entre ellos el internet, para poder captar el mercado extranjero.

## 2.12 Censo Industrial-Artesanal

El primer censo Industrial-artesanal se llevó a cabo en 1978 y 1979, este censo informa que existen en Guatemala, 300,000 familias artesanas, con 42,192 establecimientos artesanales.

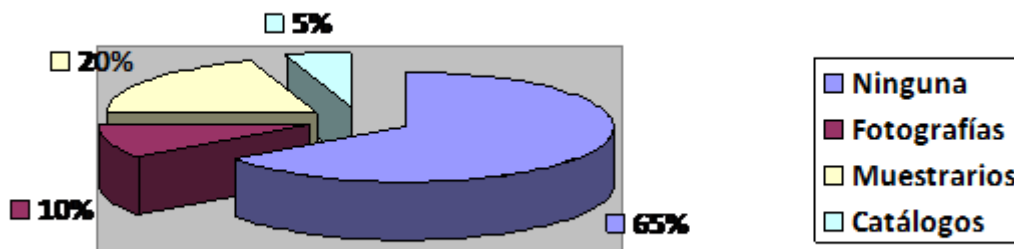
Alrededor del 85% de los talleres se encuentra en Occidente y Alta Verapaz. Las ramas más fuertes son: fabricación de prendas de vestir, sacos, sogas y cordeles, envases de madera y caña, artículos de materiales textiles, hilados, tejidos y acabados textiles, objetos de barro, loza o porcelana, muebles y accesorios, panadería y tortillería.

El departamento de Guatemala, tenía el 15% (10,063), de los artesanos; Totonicapán, ocupaba el segundo lugar, con el 13% (8,593), San Marcos, 11% (7,521), Quiché 10% (6,342), Alta Verapaz, con 9% (6,121), Quetzaltenango, 9.1% (6,006). El 32.7% restante, en el resto de departamentos.

## 2.13 FORMAS DE PROMOCIÓN ARTESANAL

En la siguiente gráfica se puede observar que los artesanos guatemaltecos en la mayoría de los casos no cuentan con ningún tipo de promoción de su trabajo. Por lo que es de suma importancia la capacitación de los artesanos respecto a formas de promoción de las artesanías

Formas de Promoción de las Artesanías



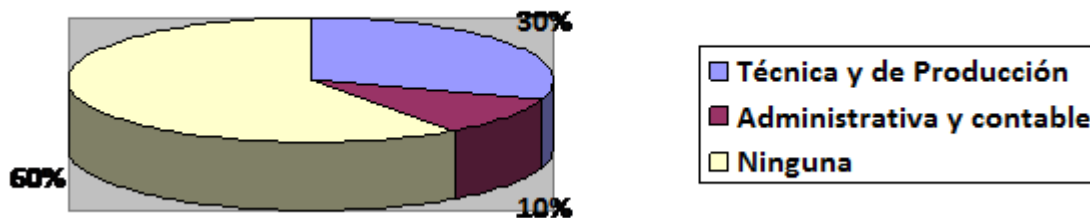
Gráfica No. 3 Formas de Promoción de las Artesanías

Fuente: Análisis socio – económico del artesano guatemalteco. AGEXPRONT 1997

### 2.13.1 Producción Artesanal y sus Limitantes

En la siguiente gráfica se muestran las limitaciones con las que cuenta el artesano guatemalteco; siendo de éstas la capacitación técnica la más importante, sin embargo, se determinó que la mayoría de los artesanos no aplican los conocimientos adquiridos en el proceso productivo de su actividad artesanal, por lo que es de suma importancia hacer saber los beneficios que las capacitaciones técnicas tendrán en la elaboración de las actividades artesanales.

#### Capacitación Recibida por el Artesano Guatemalteco



Gráfica No. 4

Fuente: Análisis socio – económico del artesano guatemalteco. AGEXPRONT 1997

En la investigación realizada se percibió que del total de artesanos el 25% recibió capacitación técnica en el área administrativa, el 75% se capacitó en el proceso productivo. En otras palabras el 60% total de artesanos guatemaltecos no ha recibido ningún tipo de capacitación. Por lo que ésta sería la principal limitante por la que el artesano guatemalteco atraviesa para poder desarrollarse en esa actividad productiva de una mejor manera.

Otras limitantes que se detectan, es que el 10% de los artesanos determinó que las vías de acceso hacia los lugares de venta no son adecuadas desde el lugar de producción y que los servicios básicos de transportes, agua potable y energía eléctrica son inestables.

### 2.14 APOYO FINANCIERO RECIBIDO AL ARTESANO POR INSTITUCIONES

Según las estadísticas el 80% de los artesanos no han recibido apoyo, solamente el 20% ha recibido apoyo de alguna institución.

Cuadro No. 1  
Comunidades Productoras de Artesanías

COMUNIDADES PRODUCTORAS DE ARTESANÍAS																
No.	NUMERO DE MUNICIPIOS PRODUCTORES															TOTAL
	DEPARTAMENTO	No. MUNICIPIOS	TEJIDOS	CERÁMICA	JARCIA	CESTERÍA	VELAS	CUERO	PALMA	PRODUCTOS METÁLICOS	MAT. DE CONSTRUCCIÓN	TUL	MADERA	PIROTECNIA	JICARAS Y GUACALES	
1	Guatemala	17	9	7	3	7	11	8	2	7	14	2	8	7	1	86
2	Baja Verapaz	8	7	6	5	4	6	2	6	5	7	5	8	3	2	66
3	Quiché	18	16	7	9	7	15	10	12	8	16	2	11	10	1	124
4	Huehuetenango	31	25	16	14	10	25	16	14	7		1	25	1	1	155
5	San Marcos	29	18	6	8	13	12	13	4	14	23	6	23	7	3	150
6	Quetzaltenango	24	20	3	0	4	15	10	4	10	14	0	15	7	1	103
7	Retalhuleu	9	4	0	0	4	4	4	3	1	5	0	5	1	1	32
8	Suchitepéquez	20	8	0	1	2	9	9	2	5	12	0	7	2	4	61
9	Totonicapán	8	8	5	2	1	7	2	0	2	8	1	8	5	0	49
10	Sololá	19	19	1	6	10	8	8	2	0	10	9	12	0	0	85
11	Chimaltenango	16	15	5	7	10	13	6	8	0	11	3	12	5	0	95
12	Sacatepéquez	16	12	4	5	6	6	2	1	5	3	4	11	3	1	63
13	Santa Rosa	14	5	3	2	4	6	9	5	1	13	2	9	5	0	64
14	Jutiapa	17	0	8	5	2	1	5	0	0	18	0	12	0	1	52
15	Jalapa	7	3	5	4	0	4	5	3	3	6	0	4	2	1	40
16	El Progreso	8	3	4	4	1	1	2	4	3	8	2	6	4	0	42
17	Chiquimula	11	3	8	7	6	7	7	8	7	11	7	8	3	1	83
18	Zacapa	10	2	3	2	2	2	7	4	2	8	0	6	1	0	39
19	Alta Verapaz	14	11	9	12	10	12	9	10	6	5	4	10	4	3	105
20	Petén	12	1	1	4	4	3	5	9	0	2	2	6	2	4	43
	Total	308	189	101	100	107	167	139	101	86	194	50	206	72	25	1537

\* Escuintla e Izabal no están incluidos por ser netamente municipios agroindustriales.



## 2.15 CASOS ANÁLOGOS

### 2.15.1 MERCADO DE ARTESANÍAS CIUDAD DE GUATEMALA

#### Historia del Mercado

El 28 de mayo del 1974, en la ciudad de Guatemala, el Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT- abre las puertas del Mercado de Artesanías, contando en ese entonces con 35 locales y dos módulos para cafetería y exhibición de artesanía.

Este complejo fue creado para que los artesanos del interior del país tuvieran un lugar para vender sus productos directamente al turismo y a la vez para que el turista nacional y extranjero tuviera, en su camino al aeropuerto, un lugar en donde adquirir y llevar artesanía guatemalteca.

Actualmente, el Mercado cuenta con 52 locales comerciales, módulos de exposición para presentar a artesanos productores, un restaurante formal así como puestos de café, dulces típicos, helados de frutas naturales, y los servicios básicos de telefonía pública y pago con tarjeta de crédito.

Adicionalmente, ofrece un amplio parqueo con vigilancia para albergar hasta 150 vehículos, áreas jardinizadas y una diversa oferta de productos que representan fuente de trabajo para aproximadamente 4,000 artesanos de la mayoría de departamentos de la República



Fotografía No. 14

Fuente: [www.deguate.com/artman/](http://www.deguate.com/artman/)



Foto No. 15 Vista pasillo interior en donde se ubican las diversas tiendas de artesanías.

Fuente: INGUAT

### Función y forma

El mercado cuenta con 52 locales comerciales los cuales se encuentran alrededor de plazas a los cuales se puede acceder a través de pasillos techados.

Cuenta con acceso peatonal y vehicular, así como con su propio parqueo, así como área de información, área de restaurantes, mantenimiento y área de exposición y venta, kioscos, servicios sanitarios, plazas y áreas de estar.

### Tecnología y materiales

La arquitectura de este mercado es de tipo colonial, utilizando un sistema tradicional, cuenta con columnas y muros de ladrillo, vigas de madera, piso de concreto, lámina y teja.

## 2.15.2 MERCADO DE ARTESANÍAS, COBÁN ALTA VERAPAZ.

El Palacio de Gobernación, se construyó en el período edilicio de 1871-1879, su construcción se inicio en 1874 fue inaugurado el 19 de Julio de 1881 (jefe político General Luis Molina), la inauguración se llevo a cabo para el cumpleaños del General Justo Rufino Barrios. La fachada principal es de dos niveles, con arquerías en los corredores exteriores. La fachada posterior tiene tres niveles debido a la topografía del terreno, antes existía en este palacio de gobernación el teatro de Cobán el cual fue demolido, era toda su construcción de maderas finas muy bellos con sus palcos, galería y su luneta; el teatro era conocido como teatro Minerva.

Ese mismo pasillo exterior se llena de ventas de artesanías los días sábados y domingos, algunas veces también los días festivos. Es un buen lugar para comprar un recuerdo de Cobán.

En la parte de posterior del Palacio se ubica el Parque Infantil Navidad, el cual fue remodelado. Es así como se construye un salón de usos múltiples en el mismo, el cual es alberga actualmente el centro de artesanías de Cobán. Es así como el 31 de enero del 2008 se inauguró el centro de artesanías, el cual alberga aproximadamente 20 artesanos de Cobán y de otros departamentos. En este lugar ofrecen diferentes tipos de artesanías, las cuales pueden ser apreciadas tanto por el turismo local como extranjero. El objeto principal de este mercado es dejar libres los pasillos del Palacio de Gobernación, así como reunir toda la variedad de artesanías que se producen en el departamento

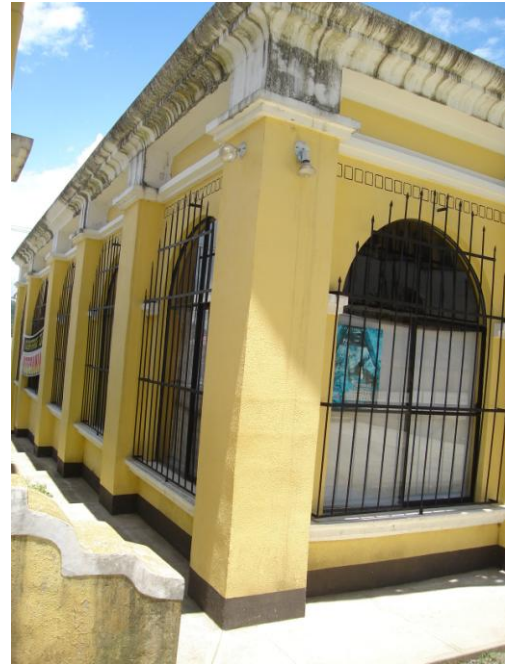


Foto No. 16 y No. 17 Centro de artesanías del departamento de Cobán.  
Fuente: Miriam Alegría



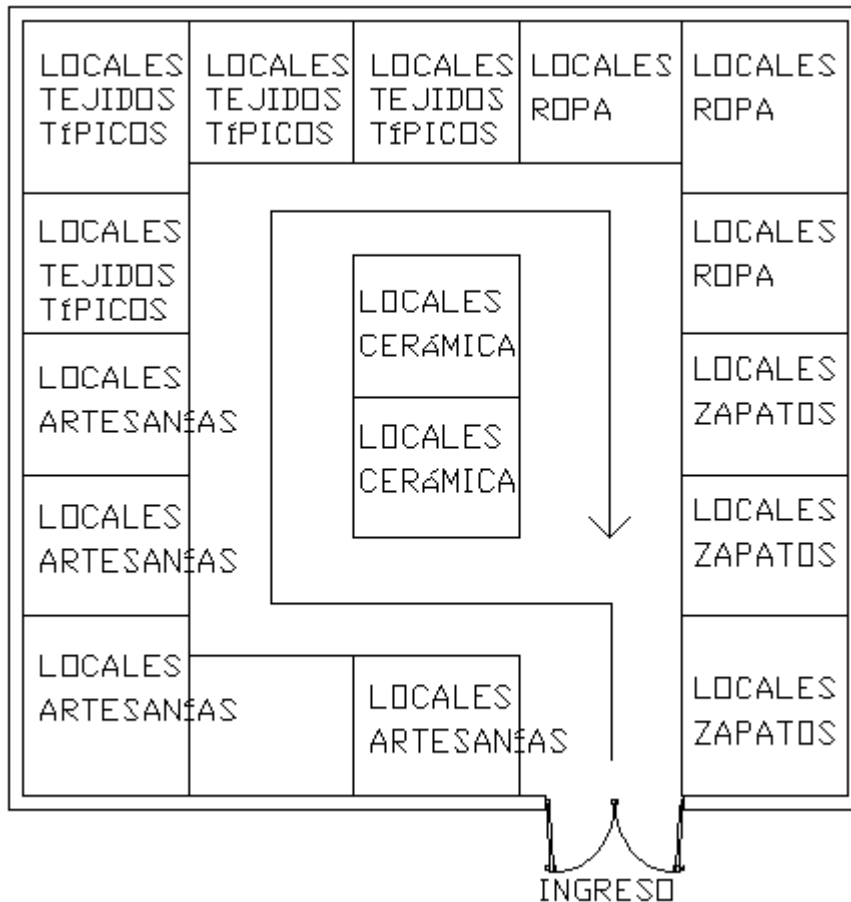
Foto No. 18 Artesanías en madera y tejidos elaborados en el departamento de Alta Verapaz.  
Fuente: Miriam Alegría



Foto No. 19 Variedad de artesanías Elaboradas de tejidos.  
Fuente: Miriam Alegría

## Función y Forma

El mercado es un edificio cerrado pequeño para todos los vendedores de artesanías, ya que aún se ven ventas de artesanías en el interior del mercado municipal.



**Gráfica No. 6** Mercado de Artesanías, Cobán Alta Verapaz  
Elaboración Propia

En cuanto a la forma es una planta cuadrada la cual cuenta con locales en todo alrededor, así como al centro de la misma. Los locales están organizados de acuerdo al tipo de artesanías que se vende, está sectorizada a pesar de ser un mercado pequeño.

Este mercado no cuenta con parqueo, básicamente solo cuenta con los locales comerciales, es un mercado que fue adaptado a este edificio. Cuenta con áreas de estar en el exterior que se comparten con el área deportiva, en donde se realizan eventos culturales también.

## Tecnología y materiales

En cuanto al sistema constructivo es tradicional, el piso es de concreto, su cubierta es de tejamanil, su arquitectura armoniza con la arquitectura del Palacio de Gobernación, es una arquitectura simple pero de tipo colonial.

## 2.16 CONSIDERACIONES

- En el municipio de Tactic se elaboran una gran variedad de artesanías, las cuales relejan parte de la cultura del municipio.
- Las artesanías son un elemento que identifican a cada pueblo, ya que aunque varias comunidades elaboran las mismas artesanías, cada una tienen diferentes procesos, materiales, que identifican a cada comunidad.
- Es necesario contar con un lugar en donde los artesanos puedan comercializar las artesanías directamente, de esta manera sus familias pueden tener mayores ingresos.
- Las artesanías forman parte de la historia del municipio de Tactic, y por ende de Guatemala, forman parte de la vida social, cultural, histórica de los artesanos.
- Las artesanías forman parte fundamental en la cultura de Tactic, ya que son una manifestación de su cultura popular pasada y presente.
- De acuerdo a los tipos de turismo que existen en el municipio de Tactic, de compras y rural, es importante tomar en cuenta que el anteproyecto del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural abarca este turismo, por lo que debe promover la cultura y artesanías del lugar.
- Las artesanías son un producto que lo consumen todos los tipos de turistas, ya sean los locales y nacionales, como recuerdo y decoración para sus hogares, hasta para obsequiar a familiares y amigos, y los extranjeros que acostumbran llevar souvenirs que reflejen parte de la cultura del lugar que visitan.
- Al analizar los casos análogos, es importante tomar en cuenta el sectorizar los locales artesanales de acuerdo al tipo de artesanía, así como que cuente con áreas de estar y un parqueo. Asimismo debe ser accesible tanto para las personas que poseen vehículo como para los peatones que en este caso es la mayoría que llegan caminando o en transporte público.
- En cuanto a la forma debe reflejar la arquitectura del lugar, para así expresar parte de la cultura en la misma, que desde su envolvente refleje ciertas características de la cultura del municipio de Tactic.

# CAPÍTULO III

## MARCO LEGAL

### 3. MARCO LEGAL

Se recopilaron en este capítulo las leyes que de alguna manera rigen a los mercados de artesanías y centros de promoción cultural, para así tomar en cuenta estas leyes en la propuesta del anteproyecto.

#### 3.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

Artículo 57. Derecho a la cultura. Toda persona tiene derecho a participar libremente en la vida cultural y artística de la comunidad, así como a beneficiarse del progreso científico y tecnológico de la nación.

Artículo 58. Identidad cultural. Se reconoce el derecho de las personas y de las comunidades a su identidad cultural de acuerdo a sus valores, su lengua y sus costumbres.

Artículo 59. Protección e Investigación de la Cultura. Es obligación primordial del Estado proteger, fomentar y divulgar la cultura nacional, emitir las leyes y disposiciones que tiendan a su enriquecimiento, restauración, preservación y recuperación; promover y reglamentar su investigación científica, así como la creación y aplicación de tecnología apropiada.

Artículo 62. Protección al arte, folklore y artesanías tradicionales. La expresión artística nacional, el arte popular, el folklore y las artesanías e industrias autóctonas, deben ser objeto de protección especial del Estado, con el fin de preservar su autenticidad. El Estado propiciará la apertura de mercados nacionales e internacionales para la libre comercialización de la obra de los artistas y artesanos, promoviendo su producción y adecuada a tecnificación.

#### 3.2 MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTES

Este Ministerio fue creado en cumplimiento de lo establecido en el artículo 65 de la Constitución Política de la República. Según el Artículo 31 de la Ley del Organismo Ejecutivo (Decreto 114-97 del Congreso), le corresponde atender lo relativo al régimen jurídico aplicable a la conservación y desarrollo de la cultura guatemalteca, y el cuidado de la autenticidad de sus diversas manifestaciones; la protección de los monumentos nacionales y los edificios, instituciones y áreas de interés histórico o cultural y el impulso de la recreación y del deporte no federado ni escolar.

#### Misión

Fortalecer y promover la identidad guatemalteca mediante la protección, conservación, promoción y divulgación de los valores y manifestaciones culturales de los pueblos y comunidades que conforman la nación guatemalteca, articulando la multiculturalidad y la interculturalidad

#### Visión

Ser una institución integralmente modernizada, transparente, eficiente y eficaz, orientada a satisfacer las necesidades de la sociedad en materia cultural, recreativa y deportiva, que contribuya al desarrollo humano sostenible.

### 3.3 ACUERDO DE CREACIÓN DE ZONA Y MONUMENTOS ARQUEOLÓGICOS, HISTÓRICOS Y ARTÍSTICOS DE LOS PERÍODOS PREHISPÁNICO E HISPÁNICO

**Artículo I.** Se declaran zonas y monumentos arqueológicos, históricos y artísticos del Período Prehispánico los siguientes: **ALTA VERAPAZ:** Los Alpes, Arenal, Calcina, Campur, Canasac, Chanchumac, Caquijá, Carchá, Chacujal, Chajcar, Chajmaic Chamá, Chiatzam, Chichén, Chinchilla (Chicán), Chipoc, Chirixquitzac (Sepacuté), Chisec, Chulac, Cobán, Colecciones Arqueológicas en la ciudad de Cobán, Esperancita, Jalpemech, Kimalá, Lanquín (cuevas), Nueve Cerros (Salinas), Omaxá, Las Pacayas, Pampur, Papa, Pasmalá, Patal, Petet, Primavera, La Providencia, Pueblo Viejo, Raxulhá (cuevas), Sachamach, Sacoyóú, Sanquiltzul, Samac I, Samac II, San Cristóbal, San Joaquín, San Juan Chamelco, San Pablo Chimax, Santa Cruz, Santa Elena, San Vicente, Sasis, Seamay, Seacal, Sebalam, Sebol, Semocoche, Senahú, Sepacuté, Sentquiché, Setal, Setzac, Tactic, Tamponá, Temal, Las Tinajas, Tucurú, Tzalanum, Ulpán, Valparaíso, Seldenamit, Yalpemech.

### 3.4 ACUERDO SOBRE IDENTIDAD Y DERECHOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS

#### I. IDENTIDAD DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS

I. El reconocimiento de la identidad de los pueblos indígenas es fundamental para la construcción de la unidad nacional basada en el respeto y ejercicio de los derechos políticos, culturales, económicos y espirituales de todos los guatemaltecos.



3. La pluralidad de las expresiones socioculturales del pueblo maya, que incluyen los Achí, Akateco, Awakateco, Chortí, Cluj, Itzá, Ixil, Jakalteco, Kanjobal, Kaqchikel, Kiché, Man, Mopán, Poqoman, Poqomchi, Q'eqchí, Sakapulteko, Sipakapense, Tectiteco, Tz'utujil y Uspanteco, no han alterado la cohesión de su identidad

### 3.5 DE LA LEY DE LOS CONSEJOS DE DESARROLLO URBANO Y RURAL (DECRETO NÚMERO 11-2002)

**Artículo 1. Naturaleza.** El Sistema de Consejos de Desarrollo es el medio principal de participación de la población maya, xinca y garífuna y la no indígena, en la gestión pública para llevar a cabo el proceso de planificación democrática del desarrollo, tomando en cuenta principios de unidad nacional, multiétnica, pluricultural y multilingüe de la nación guatemalteca.

### 3.6 DECRETO DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA QUE RATIFICA EL CONVENIO 169 DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO SOBRE PUEBLOS INDÍGENAS Y TRIBALES

#### **Artículo 23.**

1. La artesanía, las industrias rurales y comunitarias y las actividades tradicionales y relacionadas con la economía de subsistencia de los pueblos interesados, como la caza, la pesca, la caza con trampas y la recopilación, deberán reconocerse como factores importantes del mantenimiento de su cultura y de su autosuficiencia y desarrollo económico. Con la participación de esos pueblos y siempre que haya lugar, los gobiernos deberán velar porque se fortalezcan y fomenten dichas actividades.

### 3.7 LEY ORGÁNICA DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO (INGUAT). DECRETO 1701 DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Esta Ley fue emitida el 19 de septiembre de 1967, pero fue reformada por los Decretos 22-71 y 25-73 del Congreso de la República. Esta contenida en 53 artículos. Sus preceptos más importantes relacionados con el patrimonio cultural de Guatemala están contenidos en los incisos b y d, Artículo 4, que dicen: “Cooperar con las instituciones encargadas del mantenimiento, conservación,

exhibición, restauración y conocimiento de nuestros tesoros arqueológicos, históricos y artísticos, aportando cuanto sea necesario para que, sin menoscabo de su integridad y pureza, dicha riqueza pueda aprovecharse en los planes de desarrollo turístico” y “fomentar las industrias y artesanías típicas, colaborando

en su desarrollo, promoviendo la apertura de nuevos mercados para beneficiar el mejoramiento de sus productos y aplicando los medios publicitarios de que dispongan, para lograr una mayor demanda de la misma”.

Otra disposición importante es la contenida en el inciso j del Artículo 5, que dice: “ofrecer en lugares adecuados, representaciones de danza y bailes folklóricos con la mayor periodicidad posible, para lo cual el INGUAT debe preocuparse por integrar los conjuntos que sean necesarios”.<sup>1</sup>

### 3.8 DECRETO 426. LEY DE PROTECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN TEXTIL INDÍGENAS

Esta ley entró en vigencia el 9 de noviembre de 1947, sin embargo, años después desapareció el Instituto Indigenista Nacional, por lo que la misma se convirtió prácticamente en letra muerta, aunque, dada la importancia que en este momento se tiene por la salvaguardia del patrimonio inmaterial de la nación, algunos de sus artículos tienen un gran significado:<sup>2</sup>

**Artículo 1.** Se declara de interés nacional la protección a “los tejidos elaborados por los indígenas de Guatemala”.

**Artículo 2.** Para los efectos de la presente ley, se clasifican los tejidos en:

a. “Tejidos Indígenas Autóctonos”, a los elaborados en las diversas aldeas o municipios de la república por indígenas, siempre que los diseños, dibujos o bordados empleados se ciñan a la tradición y sean usados por los habitantes del lugar con anterioridad al año de mil novecientos cuarenta.

a. “Tejidos Indígenas Auténticos”, los que elaboren los indígenas siempre que los tejidos sean expresión de sus propias concepciones artísticas o motivos de un lugar o región; y c “Tejidos de Guatemala”, aquellos que con motivos típicos o dibujos semejantes, son elaborados en gran escala por asalariados en industrias textiles. Esta clase de tejidos en ningún caso podría anunciarse como producto legítimo de indígenas o procedentes de determinado lugar del país.

---

<sup>1</sup> Breviario de la Legislación Cultural, Araujo, Max. 2006.

<sup>2</sup> *Ibíd.*

### 3.9 LEY DE PROTECCION Y DESARROLLO ARTESANAL

**Artículo 1.** La presente ley tiene por objeto la protección y el fomento las artesanías populares y de las artes populares, las cuales se declaran de interés cultural. Podrán acogerse a los beneficios de esta ley todas las personas individuales o jurídicas que se dediquen a la producción artesanal.

### 3.10 REGLAMENTO DE CONSTRUCCIÓN MUNICIPIO DE TACTIC, ALTA VERAPAZ

#### CAPITULO 16:

#### INDICES DE CONSTRUCCIÓN Y DE OCUPACIÓN

- a) Edificios destinados a Centros de Cultos, cines, teatros, salas de espectáculo, centros deportivos y similares:

Índice de Ocupación	0.60
Índice de Construcción	1.00

#### CAPÍTULO 17:

#### DE LAS ÁREAS DE ESTACIONAMIENTO PARA VEHÍCULOS

**Artículo 85º.** Todos los edificios que se construyan o se modifiquen substancialmente, deberán tener un área propia, exclusivamente para estacionamiento de los vehículos de los habitantes del mismo edificio, de quienes en él laboren y de quienes se relacionen con ellos.

**Artículo 86º.** Obligatoriamente deberán contar con área de construcción propia para el estacionamiento de vehículos, los edificios siguientes:

- Edificios en general con área mayor de doscientos (200.00) metros cuadrados.
- Edificios que teniendo un área mayor de doscientos (200.00) metros cuadrados, sean ampliados a más de esa cantidad.
- Edificios ya construidos, que teniendo actualmente un área mayor de doscientos (200.00) metros cuadrados, lo amplíen a más del área actual.

**Artículo 87º.** El área destinada al estacionamiento de vehículos deberá ubicarse en el mismo predio de la edificación, pero cuando el terreno no tenga las dimensiones necesarias, podrá admitirse a juicio de "La OMP", las siguientes alternativas:

- a) Que el estacionamiento este en predio diferente.
- b) Que el propietario del edificio aporte una cuota de cooperación en efectivo para la construcción de estacionamientos públicos por parte de la Municipalidad.

En el primer caso, el predio no debe estar a una distancia mayor de doscientos metros sobre las calles del predio servido y se le proveerá de los servicios esenciales de estacionamiento a favor del mismo.

### 3.11 CONSIDERACIONES

- A través del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural, Tactic, A.V. se ejercerá el derecho a la cultura que la población del municipio tiene derecho, ya que así podrán participar en diversas actividades culturales y artísticas.
- Uno de los fines del proyecto es proteger el arte y principalmente las artesanías del municipio.
- Según la Constitución Política de la República de Guatemala se indica que toda persona tiene derecho a participar libremente en la vida cultural y artística de la comunidad, así como beneficiarse del progreso científico y tecnológico de la nación, en este caso en particular a través del anteproyecto del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural, Tactic, A.V. permitirá que la población desarrolle diversas actividades culturales, así como a través del área del mercado se generaran ingresos para la población.
- Según el acuerdo de creación de zona y monumentos arqueológicos, históricos y artísticos de los períodos prehispánico e hispánico declara al municipio de Tactic Alta Verapaz como una zona y monumento arqueológico, histórico y artístico del período Pre-hispánico.
- De acuerdo al Decreto del Congreso de la República que ratifica el convenio 169 de la organización internacional del trabajo sobre pueblos indígenas y tribales, indica que las artesanías, las industrias rurales y comunitarias y las actividades tradicionales deberán reconocerse como factores importantes del mantenimiento de su cultura y de su autosuficiencia y desarrollo económico, por tanto al tener un espacio adecuado en donde los artesanos puedan ofrecer sus productos ayudan a seguir transmitiendo las características culturales del lugar, por ende les genera mayores ingresos y les permite tener una mejor calidad de vida.

# CAPÍTULO IV

## MARCO CONTEXTUAL

## 4.10 MARCO REGIONAL Y DEPARTAMENTAL

Se deben conocer las características de la región en donde se ubicará el proyecto, ya que todos estos aspectos se deben tomar en cuenta al momento de hacer la propuesta de anteproyecto.

Se debe hacer un breve análisis desde lo general a lo específico, conociendo de Guatemala, la región de Las Verapaces a la cual pertenece el municipio de Tactic. Así como los aspectos generales del municipio, aspectos físicos, socio-culturales, entorno social, servicios básicos, etc.

### 4.1.1 GUATEMALA

República de América Central, limita al Oeste y Norte con México, al Este con Belice y el golfo de Honduras, al Sureste con Honduras y El Salvador, y al Sur con el océano Pacífico. El país tiene una superficie total de 108.889 km<sup>2</sup>. La capital es la ciudad de Guatemala.

En todo el país domina el mismo tipo de clima, es cálido tropical, salvo en las zonas de mayor altitud. La temperatura tiene un promedio anual de 20 °C. El clima de las regiones costeras es de características más tropicales; la Costa Atlántica es más húmeda que la del Pacífico. Está dividida en 22 departamentos administrativos: Alta Verapaz, Baja Verapaz, Chimaltenango, Chiquimula, El Progreso, Escuintla, Guatemala, Huehuetenango, Izabal, Jalapa, Jutiapa, Petén, Quetzaltenango, Quiché, Retalhuleu, Sacatepéquez, San Marcos, Santa Rosa, Sololá, Suchitepéquez, Totonicapán y Zacapa.

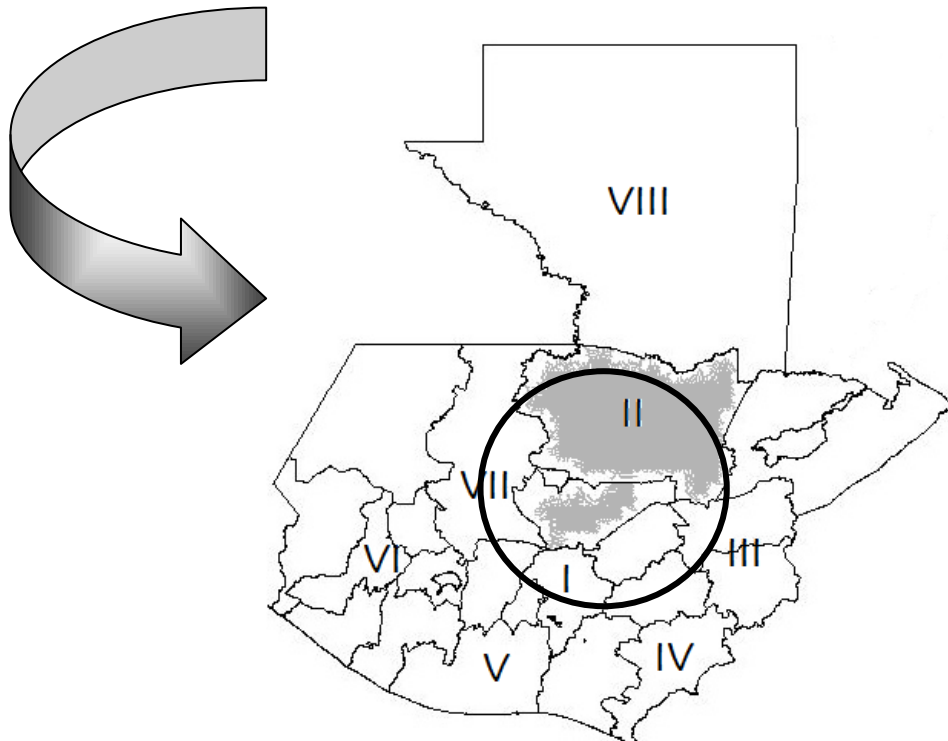
El catolicismo es la religión que profesa la mayoría de los guatemaltecos; está presente también, de forma minoritaria, la Iglesia protestante, en especial baptista y evangélica.

El español es el idioma oficial, aunque se hablan unas 30 lenguas indígenas del tronco maya, principalmente quiché, mam, cakchiquel (o kakchikel), pokomam y kekchi. En la costa del mar Caribe, la población de origen africano habla la lengua de los garífunas.

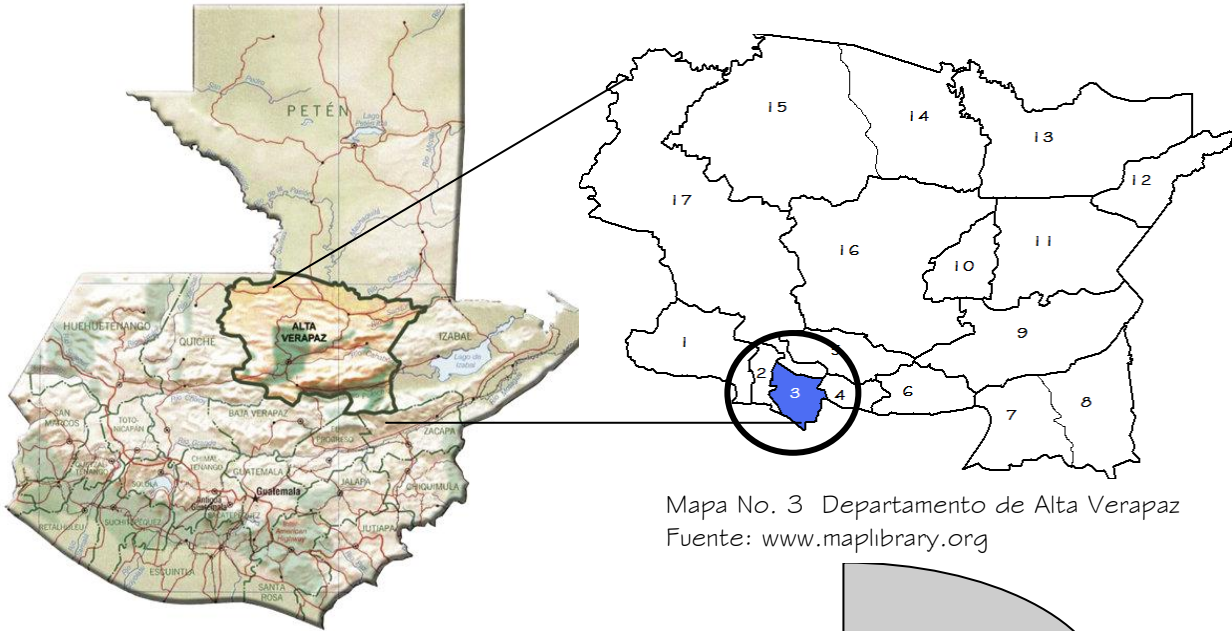
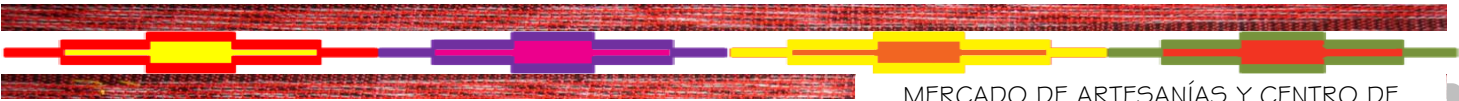
#### 4.1.2 LEY DE REGIONALIZACIÓN

Las regiones se conformaron con la finalidad de orientar el desarrollo del país de acuerdo con un esquema de la ley preliminar de regionalización en el Decreto 70-86 Art. 2, donde se establece que éstas se conformarán por uno o más Departamentos que reúnan similares condiciones geográficas, económicas y sociales.

No. Región	Región	Conformación
I	Metropolitana	Guatemala
II	Norte	Alta Verapaz, Baja Verapaz
III	Nor Oriental	Izabal, Zacapa, El Progreso, Chiquimula
IV	Sur Oriental	Jalapa, Jutiapa, Santa Rosa
V	Central	Escuintla, Sacatepéquez, Chimaltenango
VI	Sur Occidental	Sololá, Suchitepéquez, Quetzaltenango, San Marcos, Totonicapán
VII	Nor Occidental	Huehuetenango, Quiché
VIII	Petén	Petén



Mapa No. 1 Regiones de Guatemala  
Fuente: Elaboración Propia



Mapa No. 3 Departamento de Alta Verapaz  
Fuente: [www.maplibrary.org](http://www.maplibrary.org)

Mapa No. 2 Departamento de Alta Verapaz  
Fuente: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=374687>

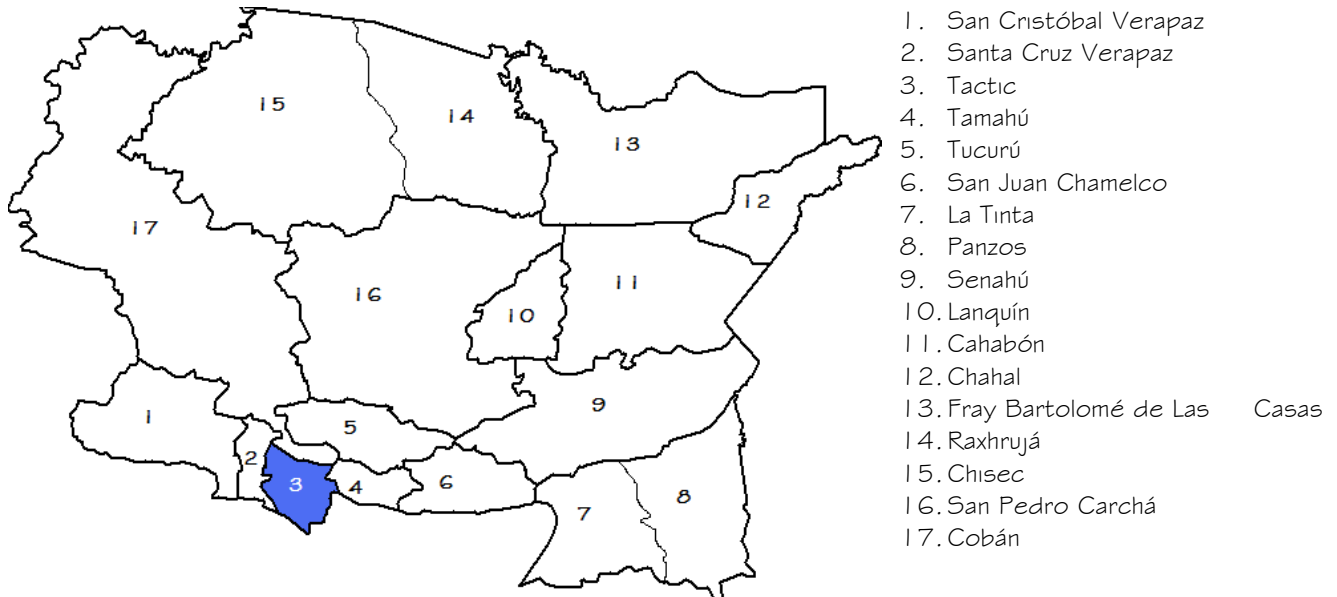


Gráfica No. 2  
Municipio de Tactic, Alta Verapaz.  
Fuente: Elaboración Propia



## 4.2. ALTA VERAPAZ

El departamento de Alta Verapaz está conformado por 17 municipios:



Mapa No. 4 Departamento de Alta Verapaz  
Fuente: [www.maplibrary.org](http://www.maplibrary.org)

Departamento localizado al Norte de la República de Guatemala a 15° 29'00" latitud Norte y 90° 19'35" longitud Oeste. Cuenta con una extensión territorial de 8,686 Km<sup>2</sup> con el departamento de Baja Verapaz integra la Región II Norte, ambos departamentos tienen una extensión de 11,810, equivalente al 10.8 % del total del territorio nacional.

Alta Verapaz limita al Norte con El Petén, al Oeste con El Quiché; al Sur con Zacapa y Baja Verapaz y al Este con Izabal.

El Censo de 2,002 reportó la cantidad de 776,246 habitantes, con una densidad de población de 89 Habitantes por Kilómetro Cuadrado. Según las proyecciones de población se calcula para el 2008, una población de 1,014,419 habitantes.

### 4.3. VILLA DE TACTIC

Nombre del Pueblo:	Tactic
Categoría del Pueblo:	Villa
Proyección poblacional 2009:	32,334 habitantes
Clima:	Sub tropical húmedo

#### 4.3.1. DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA DE LA VILLA DE TACTIC

De acuerdo al Plan de Desarrollo Municipal, Tactic se divide en 7 regiones:

##### REGIÓN I

- Caserío Samelb
- Caserío Sabob
- Caserío Bempec
- Asentamiento El Astillero

##### REGIÓN II

- Aldeas Las Flores
- San José Chi-Ixim
- Aldea Chiallí
- Aldea Chicolom
- Caserío Río Frío
- Caserío Chimendoza
- Caserío Chichuga
- Caserío Agua Fría
- Caserío Chi-Ixim
- Aldea Chacalté

##### REGIÓN III

- Caserío El Platero
- Aldea Cuyquel
- Aldea Pasmolón
- Aldea Tzalam

##### REGIÓN IV

- Aldea El Manantial
- Caserío Chijí
- Caserío Rocjá
- Aldea Guaxpac
- Caserío Chijí II

#### REGIÓN V

- Caserío Chamaoj I
- Nuevo Chojol
- Caserío Pansinic
- Aldea Chamaoj II
- Caserío Nuevo Chimaxpop
- Aldea Chijuljá
- Aldea Chamaoj III
- Aldea Chiacal

#### REGIÓN VI

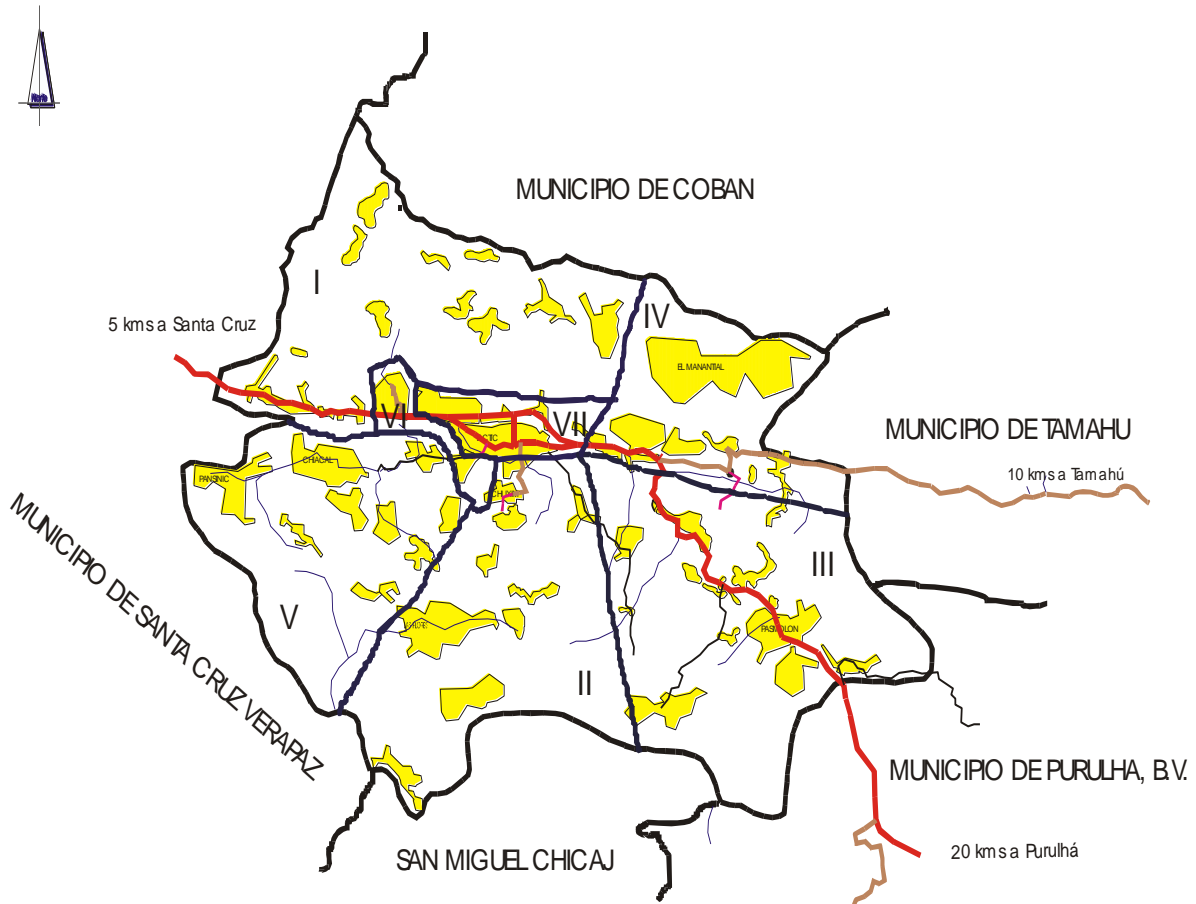
- Caserío Chjacorral
- Caserío La Joya Pansalché
- Aldea Tampó
- Caserío Pansalché
- Sector Adyacente Chjacorral

#### REGIÓN VII

- Caserío Cahaboncito II
- Barrio El Conde
- Barrio El Chorro
- Caserío Chixoth
- Caserío San Juan de la Asunción
- Caserío Cahaboncito I

#### REGIÓN VIII

- Barrio El Jute
- Barrio San Jacinto



Mapa No. 5 Regiones del Municipio de Tactic  
Fuente: Plan de Desarrollo Municipal, OMP Tactic, A.V.

#### 4.3.2. MICRO REGIONALIZACIÓN (ORDENAMIENTO TERRITORIAL ADMINISTRATIVO –OTA-) DE LA VILLA DE TACTIC

Como resultado de un proceso de fortalecimiento a la gestión municipal de la Villa de Tactic, Alta Verapaz, a través de la coordinación interinstitucional entre las instancias: Por la Municipalidad de Tactic, Alta Verapaz, la Oficina Municipal de Planificación –OMP-, la Oficina Intermunicipal de Planificación de la Mancomunidad de Municipios del Área Poqomchí –MANPOQMCHI-, Programa Municipios Democráticos, en el mes de mayo del 2008 se inicio el proceso de revisión del Ordenamiento Territorial Administrativo – OTA- (Micro-regionalización) en la Villa de Tactic A.V. Agregando una microrregión, por lo que actualmente la Villa de Tactic se encuentra dividida en VIII microrregiones.

### 4.3.3. VÍAS DE COMUNICACIÓN

El municipio de Tactic tiene fácil comunicación con la cabecera departamental de Alta Verapaz y ciudad Capital, ya que posee carretera asfaltada hacia los municipios próximos y algunas aldeas por carretera de terracería.

En la mayoría de caseríos rurales, se comunican por medio de carreteras de terracería, transitables en todo tiempo y muy pocas por medio de caminos vecinales.



Mapa No. 6 Red Vial Tactic A.V.

<http://www.laguiadeguatemala.com/mapa.php?mapa=altaverapaz>

#### 4.3.4. HIDROGRAFÍA

Cuenta con varios ríos pequeños, que nacen en las diferentes comunidades como Chojol, Río Frio, Ramcha, Las Flores, Chamche, La Esperanza y Chially, estos últimos tres son los que abastecen de agua potable al área urbana, así como también el nacimiento de Rocja que da vida al Río Polochic.

La mayor parte de estos desembocan en el río Cahaboncito que atraviesa todo el Municipio.

#### 4.3.5. ENTORNO SOCIAL

##### 4.3.5.1. ETIMOLOGÍA

Tactic pudo derivarse de las voces pocomchíes siguientes: *Sac, blanco, tic, durazno* “Tierra del Durazno Blanco”, *Pan en el, Tic durazno* “En el Durazno” ó “En el Duraznal”, *Tac-Aj-Tic*, “Vamos a la Tierra del Durazno”.

*Tac, vamos al, Tic, durazno* “Vamos al Durazno” o “Vamos al Duraznal”. La razón de su nombre podría ser debido a que en tiempos de la colonia en esta tierra existían muchos plantíos de durazno.

El Lic. en Lingüística Rafael Girardi indica que “El nombre actual de la villa de Tactic no se sabe exactamente de qué vocablo proviene, ya que a través del tiempo y la historia ha sufrido una serie de transformaciones de los cuales encontramos como nombre muy antiguo en español TALTIC, PANTIC, TALTIQUE, SAQTIK, JATIK Y TACTIC. Estos nombres pertenecen a la etimología Pocomchi, que es lo que comúnmente ocurre en los pueblos de origen maya en Guatemala. La atrofia léxica ha ocurrido a través del tiempo y son muchas las versiones que se han vertido al respecto y lo único que ha conservado en el sufijo “TIC” que en Pocomchi significa Siembra o Durazno. Antiguamente antes de la llegada de los españoles al valle que ahora se llama Tactic se le llamaba “Chiabáatz”, “Ruk’ux’ Akal” y “Ratzúum Ak’al” “. Chibaatz que en Pocomchi quiere decir: *cerca de los monos*, es un lugar donde ahora se encuentra el Pozo vivo, llegando hasta el paraje “Chahbalk’ooy”, que significa “Tendero de Micos”.

#### 4.3.5.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Durante la época Pre-hispánica existían solamente centros ceremoniales en los alrededores de lo que es actualmente el municipio de Tactic, localizados en Chiacán, Guaxpac, Janté, Chijl, Cuyquel, Patal, Pansalché y Chiacal, en estos lugares aún quedan vestigios como mudos testigos de la existencia de estos centros ceremoniales de los cuales el más importante era el Chi-Ixim, lugar donde se reunían en luna llena los caciques, sacerdotes y otros principales.

Después de Chichén fue Chicán el centro ceremonial más grande de esta parte de Alta Verapaz. Fue un asentamiento de mucho poderío político entre los Pocomes y fomentaba mucho el comercio.

Época Colonial: En esta época llegaron los frailes Dominicos a Tactic a esta provincia aun no conquistada de Tezulutlán.

El 2 de julio de 1,545 con la celebración de los primeros bautismos se instituye la parroquia. En el contexto colonial "Parroquia" es sinónimo de pueblo y con ello se declara en la época colonial fundado el pueblo de Tactic.

La población de Tactic en su mayoría es de habla Pocomchi. El pueblo de Tactic está dividido en dos barrios, el Barrio Asunción y el Barrio San Jacinto. En mayo de 1,993, con la nomenclatura de calles y avenidas, el pueblo quedó integrado en ocho zonas.

##### PRIMEROS HABITANTES

Existen dos corrientes acerca de cómo llegaron los antiguos Poqomchies a este valle de Tactic, salieron los Pocomchies del área de Rabinal después de una guerra con los Quichés, por las cumbres de Purulhá, hasta Tukurú, de Tukurú en grupo siguió las aguas del Polochic hacia Tamahú, allí hubo otro asentamiento de Pocomchies.

Los Pocomchies se establecieron en lo que se llama Jauté, ceca de la actual aldea de Guaxpac, sobre San Julián, y construyeron su gran centro ceremonial en Chicán.

La segunda creencia es que entre los rabinaleros como entre pocomchies, se dice que huyeron a San Cristóbal, otros a Tukurú, mientras que otros llegaron a Tactic, por las Flores una aldea en el municipio, directamente en el camino de Rabinal, los Pocomchies huyeron de Rabinal después de una guerra.

### 4.3.5.3. POBLACIÓN

Cuadro No. 3  
Proyecciones e indicadores de Población

Población 2002	Población Proyección 2009	Población Proyección 2010	Indicadores de Población					
			Sexo		Área		Grupo Étnico	
			Hombres	Mujeres	Urbana	Rural	Indígena	No indígena
24,535	32,334	33,255	48%	52%	32%	68%	87%	13%

Fuente: INE Fascículo Informativo 2007, Región II

Cuadro No. 4  
Densidad Poblacional y Habitacional

Población 2002	Vivienda	Extensión km <sup>2</sup>	Habitantes por km <sup>2</sup>	Personas por vivienda
24,535	5,437	85	289	5

Fuente: INE Fascículo Informativo 2007, Región II

Cuadro No. 5  
Pobreza Total y Extrema, Población Rural e Indígena

Pobreza		Población Rural	Población Indígena
Total	Extrema		
64.30%	18.20%	68%	87%

Fuente: INE Fascículo Informativo 2007, Región II

Cuadro No. 6  
Población que aprendió a hablar un idioma maya y población por pertenencia étnica

Población que aprendió a hablar un idioma maya				Población por pertenencia étnica			
Q'eqchi'	Poqomchi	Otros	Total	Q'eqchi'	Poqomchi	Otros	Total
2254	13,735	699	16,688	2,679	17,702	699	21,229

Fuente: INE Fascículo Informativo 2007, Región II



**Cuadro No. 7**  
**Población económicamente activa**

Población económicamente Activa		
Hombres	Mujeres	Total
5,456	3.039	8,495
64%	36%	100%

Fuente: INE Anexo Estadístico XI de Población y VI de Habitación 2002

**Cuadro No. 8**  
**Población económicamente activa de 7 años y más de edad por rama de actividad económica**

Población económicamente activa de 7 años y mas de edad por rama de actividad económica	
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	2,923
Explotación de minas y canteras	22
Industria manufacturera	845
Electricidad, gas y agua	60
Construcción	697
Comercio por mayor y menor	2,720
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	249
Establecimientos, seguros bienes inmuebles	137
Administración pública y defensa	135
Enseñanza	226
Servicios comunales, sociales y personales	375
Organizaciones extraterritoriales	0
Rama de actividad no especificada	65
<b>Total</b>	<b>8,454</b>

Fuente: INE Anexo Estadístico XI de Población y VI de Habitación 2002

Cuadro No. 9  
Población económicamente activa de 7 años y más de edad por ocupación

Población económicamente activa de 7 años y mas de edad por ocupación	
Miembros del poder ejecutivo y de los cuerpos legislativo y personal directivo de la administración pública y de empresas	79
Profesionales científicos e intelectuales	61
Técnicos profesionales de nivel medio	288
Empleados de oficina	148
Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercado	789
Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	624
Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios	2,752
Operarios de instalaciones y maquinas y montadores	394
Trabajadores no calificados	3,308
Fuerzas armadas	11
<b>Total</b>	<b>8,454</b>

Fuente: INE Anexo Estadístico XI de Población y VI de Habitación 2002

#### 4.3.5.4. ASPECTOS SOCIO-CULTURALES

Estos aspectos dan a conocer que actividades son propias del pueblo.

##### Festividades

Las fiestas mayor trascendencia cultural y social del municipio, son descritas a continuación:

- Fiesta del Señor de Las Misericordias de Chi-Ixim, 15 de enero.
- Fiesta titular de Santa María de La Asunción, 11 al 15 de agosto. Durante los días de la Feria Patronal, se pueden observar los bailes folklóricos como El Torito, Los Venados, La Conquista, Los Moros, Los Diablos y La Sierpe, este último exclusivamente en este pueblo.
- Día de los Santos y difuntos 1 y 2 de noviembre.
- Fiesta de Concepción, 8 de diciembre.

Las comidas tradicionales de las actividades que se realizan en el municipio son:

- El saq-llk: es el caldo de chompipe que se espesa con maíz molido y aditamento de chile. Esta comida es típica en fiestas de Santos (cofradías), casamientos, cumpleaños, bendiciones de casas y otras fechas importantes de la familia.
- Kaq-llk: es otro caldo, éste de res, la carne ahumada y seca al sol, espesado con masa de color amarillo, se sirve en ocasiones especiales familiares, en fiestas de cofradía, y particularmente en épocas de siembra y cosecha.
- El tamal: Los tamales son otra comida típica tactiquense, se elaboran de tortilla de maíz y carne de marrano, chompipe o gallina.

Entre las bebidas típicas que acompañan las comidas, están:

- Boj: es una bebida embriagante que se elabora a base de jugo de caña o maíz quebrantado.
- Cacao: elaborado a base de cacao que se quebranta y se añade achiote en pequeña cantidad y azúcar, se sirve en guacales de morro.
- Atol Shuco: es un atol para el que se prefiere el maíz negro que es tratado con cuidado para que se fermente y luego molerlo para cocinarlo y se ofrece, especialmente en el Santuario Chi-Ixim y el tiempo del Calvario. Se sirve en guacales grandes de morro y se acompaña de frijol negro.

#### 4.3.5.4.1. TRAJE TÍPICO

La elaboración del güpil constituye para la indígena Pocomchi tactiquense, una labor en la que pone todo el corazón lo que se refleja en la belleza del trabajo y matiz de los colores que utilizan, esta actividad que se transmite de madres a hijas por generaciones, la cual realizan en momentos de calma y paz. Ninguna mujer se dedica exclusivamente a esta tarea, ya que la dejan para realizarla durante momentos libres. Cuando es oportuno el momento toma el telar de cintura o mecapal y se arrodilla en el suelo (sobre el pequeño petate) de la casa, para ir colocando las hebras del hilo y formar con habilidad, seguridad y calma pájaros, mariposas, estrellas, rombos, venados, muñecos, farolitos, patos, árboles, rosas, triángulos y otras figuras caprichosas que dan vistosidad y valor a la prenda.

El traje típico que se usa en esta localidad es semejante al de Tamahú, con la diferencia de que el corte es jaspeado y blanco, su güpil policromado de colores rojos, usa perraje, pero éste se lleva, si es soltera, doblado en el brazo derecho. Se una dos trenzas y en las grandes ceremonias son portadoras de ramos de hortensias y azucenas, se complementa el atuendo con chachales de plata, corales y anillos en los dedos.

#### 4.3.5.4.2. CREENCIAS Y SUPERSTICIONES

Como en todos los pueblos de Guatemala, en la Villa de Tactic existen creencias y supersticiones, algunas de ellas son: la llorona, el duende, la simanagua, el cadejo, el trochador, los espantos, el pich, entre otros.

#### 4.3.5.4.3. RELIGIÓN

La religión católica es la que profesan la mayoría de habitantes del municipio, también hay evangélicos nazarenos, apostólicos, adventistas, mormones y otras sectas. En estos tiempos, han proliferado las llamadas iglesias-inter-denominales-independientes, que lo conforman reducidos grupos, cuyos líderes surgen como predicadores.

#### 4.3.5.4.4. RITOS

Es este medio son muchos los ritos que poco a poco se van perdiendo y los cuales son muy asiduos los nativos, por lo que sólo se mencionaran algunos: ritual de matrimonio y unión, novenario de difuntos, arreo del alma del difunto, ritual de la siembra y cosecha, cura de espanto y acúas, ritual de entrega y recepción de cofradías, el baño de temascal.

#### 4.3.5.4.5. IDIOMAS

Pocomchí, queqchi, achi y español, la mayor parte de la población indígena habla pocomchi y la población ladina, español, el idioma queqchí y achí, lo hablan personas que han venido a poblar algunas áreas de la Villa.

#### 4.3.5.5. ECONOMÍA

Es importante resaltar que en la Villa de Tactic, en la última década se ha convertido en uno de los municipios más productivos a nivel nacional en el cultivo de papa y tomate, asimismo el Chile pimiento, fríjol y brócoli.

Cuadro No. 10  
Infraestructura Productiva

Agrícola	café, maíz, frijol, caña de azúcar, hortalizas.
Artesanal	telas típicas de algodón, jarcia, escobas de palma, artículos de cuero, platería, candelas, cuero, coheterías, canastos, petates, acapetates, suyates, lazos redes, sombreros de palma.
Ganadera	empresas procesadoras de lácteos y fincas ganaderas

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal, Villa de Tactic, A.V. 2005

#### 4.3.5.5.1. COMERCIOS

En la Villa de Tactic, se pueden encontrar comercios que distribuyen bienes varios entre ellos: pulperías, misceláneas, tiendas de hilos y tejidos típicos, mercerías, panaderías (el pan elaborado aquí goza de popularidad por su magnífica calidad), zapaterías, sastrerías, centros comerciales muy bien surtidos, comedores, refresquerías, expendios de bebidas alcohólicas, bares, gasolineras, carnicerías, ventas de lácteos, venta de ropa nueva y usada norteamericana, salas de belleza, peluquerías, molinos de nixtamal, talleres de soldadura y herrería, tapicerías, carpinterías, reparación de aparatos eléctricos, clínicas médicas, etc.

#### 4.3.5.5.2. MERCADO

La Villa de Tactic, Alta Verapaz posee un alto potencial agrícola enfocado a la producción de hortalizas. A través de los años los agricultores por su poca capacidad para comerciar han sido los menos beneficiados en el sistema del mercado local, regional y nacional; debido a que no han sido amparados por instancias que regulen la libre competencia. Sin embargo, el interés y deseo de superación de los agricultores los llevó a conformar la Asociación de Desarrollo Agrícola Tactiquense (ADEATAC), que por medio de la construcción de un centro de acopio y un cuarto frío de gran capacidad para almacenamiento permite conservar óptimos los productos agrícolas.

#### 4.3.5.5.3.1. MERCADO MUNICIPAL

El municipio de Tactic cuenta con un mercado municipal en su casco urbano, se ubica en el Centro a un costado de la Municipalidad y frente al parque. Actualmente cuenta con dos niveles, en su planta baja cuenta con 125 locales y en su planta alta 101 locales. En su planta baja se ubican carnicerías, ventas de frutas y verduras, comedores informales, locales con granos básicos, artesanías, velas, comales, lazos, cestería, etc., así como servicios sanitarios, y una imagen del patrono del mercado; en su planta alta se ubican locales con ventas de ropa, zapatos, ponchos, discos, películas, 2 comedores semi-formales, venta de utensilios para cocina de porcelana y ollas, servicios sanitarios y una garita.

Los días de mercado son el martes y domingo, días en que los pobladores de las diversas comunidades llegan al casco urbano, ya que en estos días en muchos lugares son los únicos en que hay transporte, de lo contrario tienen que bajar caminando.

En las calles aledañas al Mercado Municipal se ubican alrededor de 120 ventas informales, lo que provoca diversos problemas, a continuación se enumeran algunos de los problemas que generan las ventas en las calles:

- a. Bloquean totalmente el paso libre de vehículos y parcialmente el paso peatonal en la calle posterior del Mercado Municipal y del Gimnasio Municipal.
- b. Ocasionan dificultades para llegar al Gimnasio Municipal, a las oficinas auxiliares de la Municipalidad que se ubican en la fachada posterior de la misma, así como a la Biblioteca Municipal.
- c. Basura en las calles, la cual es difícil de recolectar debido a la gran cantidad de ventas en las calles.
- d. No hay espacio adecuado para que los pick-ups y camiones que llevan los productos de las diversas comunidades carguen y descarguen.

Es evidente que el edificio en donde se ubica actualmente el Mercado Municipal, ya no es suficiente para albergar todos los locales comerciales y ventas, ya que en las calles se ubican la misma cantidad de locales que en la planta baja. Por tanto, es que surge el proyecto de hacer una Central de Transferencias, en donde puedan llegar a dejar los productos sin ninguna dificultad, y en donde se cuente con espacio suficiente para albergar todos los locales comerciales, además que sea un lugar limpio y ordenado. De tal manera, que la idea al trasladar el mercado actual a la futura Central de Transferencias es readecuar y remodelar el edificio del actual Mercado Municipal para que albergue el Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural, claro está que al no ser las

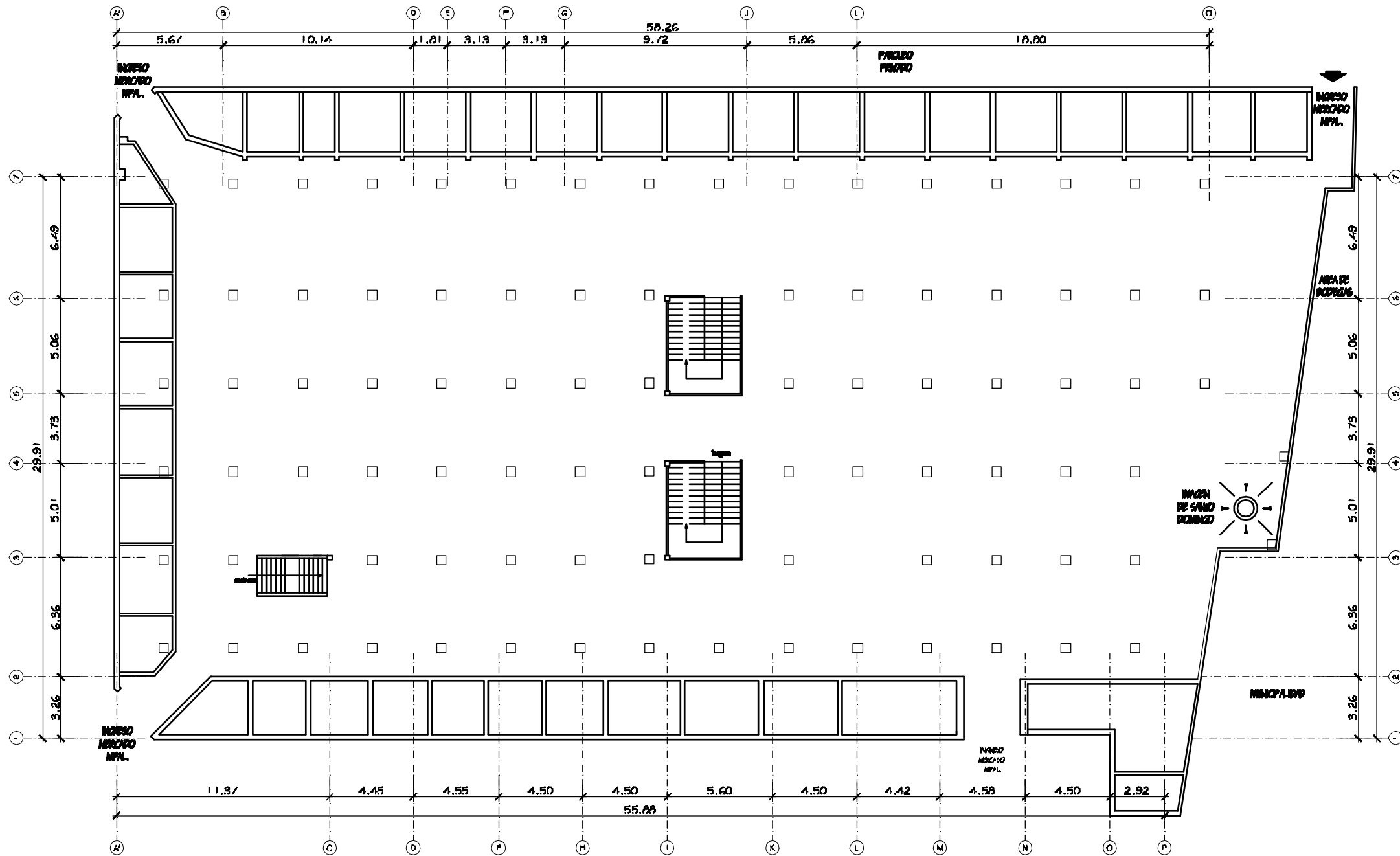
mismas necesidades a satisfacer de ambos proyectos, se considera que se realizarán algunos cambios. El objetivo principal es aprovechar de la mejor manera la infraestructura existente. Por tanto, se evaluará de acuerdo con las necesidades del nuevo proyecto, para ver en qué aspectos cumple con los requerimientos para el mismo.

#### 4.3.5.5.3.2 Materiales del Actual Mercado

Cuadro No. 11 Materiales del Mercado Municipal

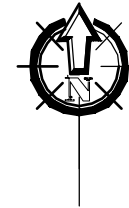
MATERIALES MERCADO MUNICIPAL	
Cubierta	Lámina aluzinc, losa tradicional Lámina translúcida
Estructura de Techo	Metálica
Muros	Mampostería, madera, block
Piso	Cemento Líquido, Torta de concreto
Puertas	Tipo Persiana Metálica, portón lámina prensada
Ventanas	Aluminio + vidrio natural y nevado
Acabados	
Muros	Repello + cernido vertical + pintura, block visto, pintura, azulejo
Cenefa	Alisado + blanqueado

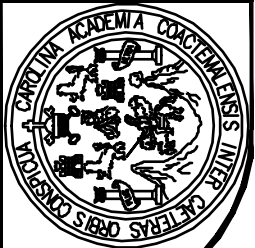
Fuente: Elaboración Propia



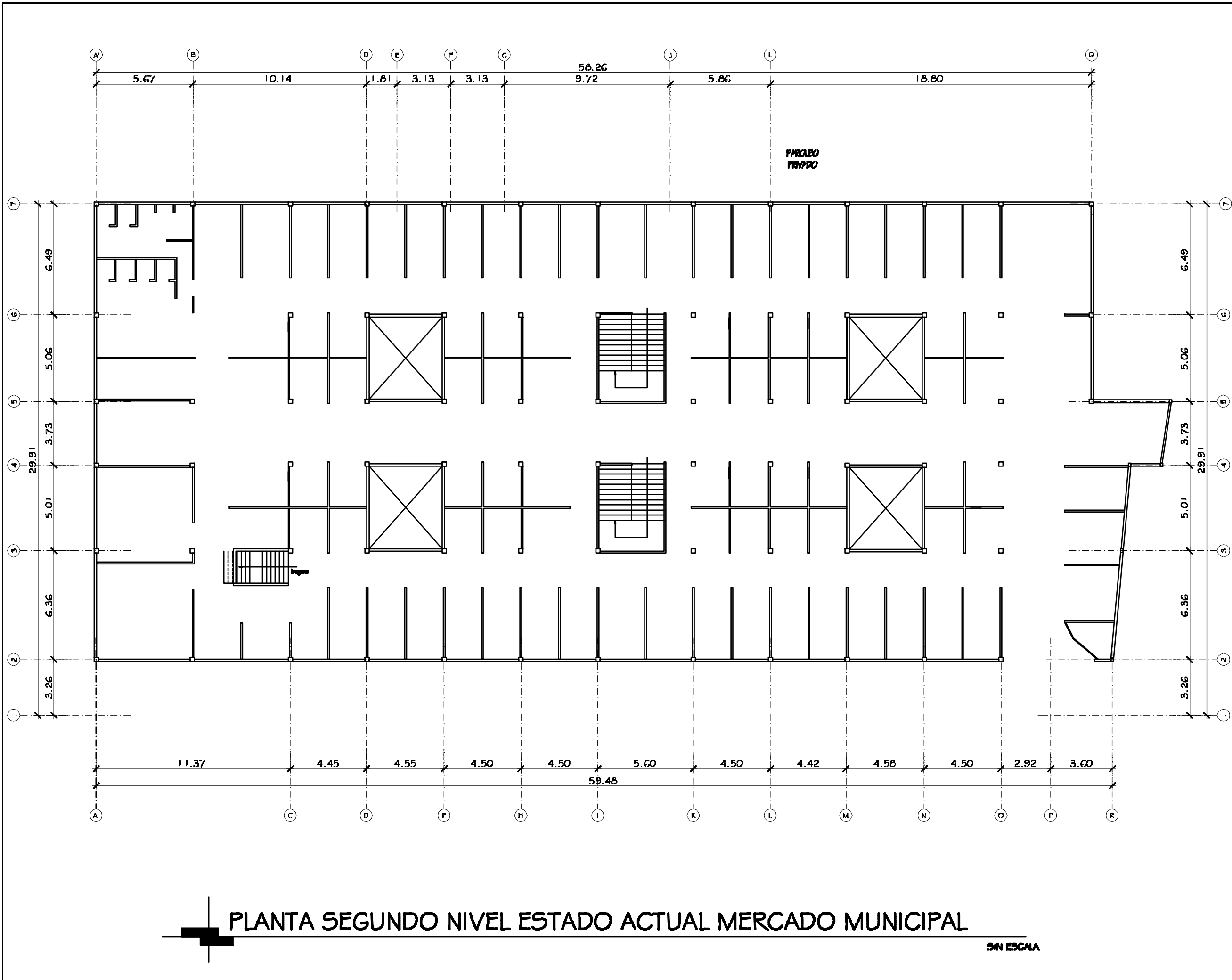
PLANTA PRIMER NIVEL ESTADO ACTUAL MERCADO MUNICIPAL

SIN ESCALA



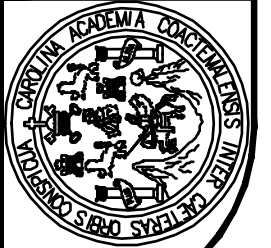
ALTERNATIVO: <b>MERCADO MUNICIPAL DE TACTIC, ALTA VERAPAZ</b>		DISEÑO: <b>MUNICIPALIDAD DE TACTIC</b>	HOJA No: <b>1</b>	PAGINA: <b>67</b>
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA FACULTAD DE ARQUITECTURA		DISEÑO: <b>MIRIAM ALEGRÍA</b>	ESCALA: <b>SIN ESCALA</b>	FECHA: <b>FEB.2010</b>
		ESTADO ACTUAL		





PLANTA SEGUNDO NIVEL ESTADO ACTUAL MERCADO MUNICIPAL

SIN ESCALA



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA

INTERVENCION:  
MERCADO MUNICIPAL DE TACTIC ALTA  
VERAPAZ

CONTENIDO:  
PLANTA ESTADO ACTUAL

DISEÑO: MUNICIPALIDAD DE TACTIC  
DISEÑO: MIRIAM ALEGRÍA  
ESCALA: SIN ESCALA  
FECHA: MAR. 2010

FOLIO No: 2  
FOLIO: 11  
PÁGINA: 68

#### 4.3.5.6. SERVICIOS

##### 4.3.5.6.1. AGUA POTABLE

Se proporciona al 95% de los habitantes, cabe mencionar que se cubre una buena parte de la población, aunque el servicio se suministra por diferentes tipos de medios, tales como: chorro, pozo, camión o tonel, ríos, lagos o manantiales; los cuales en su mayoría no cuentan con el tratamiento adecuado de purificación por parte de la Municipalidad.

##### 4.3.5.6.2 SALUD

Cuentan con un Centro de Salud Tipo “B”, atendido por un médico cirujano, enfermera profesional, auxiliares de enfermería, técnico en salud rural, enfermero ambulatorio que trabaja voluntariamente; como también, promotores de salud rural y comadronas totalmente capacitadas en su ramo; en caso de emergencia los habitantes recurren al Hospital Regional de Cobán, Alta Verapaz o a otras clínicas privadas.

##### 4.3.5.6.4 EDUCACIÓN

El Ministerio de Educación, es la institución gubernamental que proporciona cobertura normal educativa en Guatemala, en los niveles pre primario, primario, medio y diversificado. En el Municipio de Tactic, la cobertura educativa es muy amplia, abarca la mayoría de comunidades y se cuenta con la presencia de institucional de PRONADE, que se encarga de equipar las escuelas con mobiliario, material didáctico y recursos humanos (maestros). Su servicio ha trascendido a las comunidades que forman parte de las diferentes microrregiones, a las cuales no se ha extendido el servicio de educación nacional.

##### 4.3.5.6.5 VIVIENDA

La infraestructura en el área urbana de la Villa de Tactic, es en un 90% construcción formal con materiales como madera, block y concreto. En las aldeas, son construcciones informales hechas de adobe, lámina, nylon y madera.

#### 4.4 CONSIDERACIONES

- Al conocer las características del municipio de Tactic se comprende de mejor manera cuáles son las necesidades del mismo.
- El municipio de Tactic requiere conservar y promocionar todas sus actividades culturales, iniciando con su población y luego con los visitantes locales y extranjeros.
- El municipio de Tactic posee una ubicación estratégica, ya que se encuentra camino a Cobán, cabecera del departamento de Alta Verapaz, por lo que todos los que se dirigen a Cobán pasan por Tactic, y viceversa; los que se dirigen a la ciudad capital o departamentos aledaños, lo que le facilita el comercio con otras comunidades, asimismo favorece el turismo.

# CAPÍTULO V

## ANÁLISIS Y PROCESO DE DISEÑO

## 5.1 PREFIGURACIÓN DEL ANTEPROYECTO

Es necesario tomar en cuenta varios aspectos para dimensionar el objeto arquitectónico. Para ello se deben determinar las funciones y actividades que se desarrollarán dentro del mismo, así como los usuarios y agentes.

- a. Agentes: son todas aquellas personas que dan un servicio a los usuarios que requieren al utilizar un objeto arquitectónico. Para el caso particular del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural se clasificaron de la siguiente manera:
  - Agentes administrativos: personas encargadas de realizar todas las labores administrativas, tales como: director, secretaria, contador, etc.
  - Agentes atención al público: personas que tendrán un trato directo con los visitantes, tales como: expositores, información, biblioteca, cafetería
  - Agentes artesanos: personas que venden diversidad de artesanías tanto del municipio de Tactic como de municipios aledaños.
  - Agentes de mantenimiento: personal de seguridad, limpieza y mantenimiento.
  
- b. Usuarios: son todas aquellas personas que hacen uso de las instalaciones, para este caso serán compradores. Tipos de usuarios:
  - Turistas nacionales y extranjeros: personas que compran artesanías con el único fin de conocer las diversas artesanías que existen en el municipio de Tactic, y municipios de Alta y Baja Verapaz, así como para uso personal.
  - Compradores: son las personas que se dedican a la compra al menor o mayor ya sea para revender a nivel nacional o en algunos casos para enviar al extranjero.

## 5.2 GRUPOS FUNCIONALES

Es el conjunto de actividades que dan origen a espacios y ambientes definidos que integrarán un objeto arquitectónico. Es así como el Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural de Tactic, A.V. debe contar ciertas características espaciales para así lograr los fines de la creación del mismo. A continuación se describen las funciones y características de cada década una las áreas que conforman el mercado:

- **Área Social:** comprende todos aquellos espacios en donde se realizan actividades en grupo, tales como locales comerciales, cafetería, biblioteca, área de exposición, salón de usos múltiples, estos a su vez se clasifican en:
  - o **Áreas de estar:** estos espacios se generan en los vestíbulos y pasillos.
  - o **Área de trabajos manuales:** en esta área se le mostrará a los visitantes como se realizan los diversos tipos de artesanías que se venden en el mercado.
- **Área Administrativa:** son todos los espacios en donde se desarrollan las actividades de índole administrativo, se consideran semi-privado, ya que los artesanos si pueden ingresar a estas áreas. En este caso serán para las oficinas administrativas del Mercado de Artesanías y Centro Cultural, así como las oficinas de apoyo a la Municipalidad.
- **Servicios Complementarios:** se refiere a espacios como los servicios sanitarios, ya que son un complemento para el área social, tanto para el área comercial como al área de exposición.

### 5.3 POBLACIÓN A SERVIR

Población económicamente activa es de 7 años y de más edad, por ocupación:

Cuadro No. 12 Población económicamente activa de 7 años y de más edad, por ocupación:

Población económicamente activa de 7 años y más de edad por ocupación	
Miembros del poder ejecutivo y de los cuerpos legislativo y personal directivo de la administración pública y de empresas	79
Profesionales científicos e intelectuales	61
Técnicos profesionales de nivel medio	288
Empleados de oficina	148
Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercado	789
Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios y pesqueros	624
Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios	2,752
Operarios de instalaciones y maquinas y montadores	394
Trabajadores no calificados	3,308
Fuerzas armadas	11
<b>Total</b>	<b>8,454</b>

Fuente: INE Anexo Estadístico XI de Población y VI de Habitación 2002

Población económicamente activa por ocupación 8,454(Universo Total= 100%)

Población económicamente activa en la rama artesanal 2,752 personas  
(32.55%)

Crecimiento poblacional según INE 2.2%

Población de Tactic 33,255 habitantes

Población económicamente activa en la rama artesanal a nivel de municipio

$33,255 \times 32.55\% = 10,825$  personas (universo actual)

La fórmula a utilizar para el cálculo de proyección poblacional es la fórmula de interés compuesto proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística:

$$P_n = P_o \times (1 + T_c)^n$$

$P_n$  = Población estimada en el año "n"

$P_o$  = Población inicial

$T_c$  = Tasa de crecimiento poblacional

$n$  = Número de años a estimar

$$P_n = (10,825) (1 + 0.022)^{21}$$

$$P_n = 17,096 \text{ (universo en el año 2031)}$$

Población a Servir en el año 2,031 :

Población económicamente activa en la rama artesanal a nivel de municipio para el año 2,030: 17,096 personas

#### 5.4 PERFIL DEL TURISMO COMUNITARIO<sup>1</sup>

Según estudios realizados en diversas comunidades en donde se da el turismo comunitario se logró obtener un perfil para estos tipos de turistas.

La mayoría de las personas que lo visitaron son guatemaltecos (91.5%), sin embargo existe un interés por los visitantes no residentes internacionales (8.5%) tales como los estadounidenses, franceses, españoles, salvadoreños. De ese total de visitantes la mayoría son de sexo masculino.

También, se puede observar que este segmento turístico es visitado mayoritariamente, por personas con un rango de edad de 25 a 34 años y que optan por permanecer en los destinos un día, aspecto importante, ya que los resultados del primer informe muestran que la estadía para el 2006 era de menos de un día, con lo cual se observa que cada día hay más interés por este segmento. El gasto promedio diario es de Q 62.00 (Sesenta y dos quetzales).

---

<sup>1</sup> Informe Estadístico del Turismo Comunitario en Guatemala, Año 2007. Guatemala Alma de la Tierra - INGUAT



## 5.5 TURISMO EN GUATEMALA Y LAS VERAPACES<sup>2</sup>

El 6% de los turistas que visitan a nuestro país, visitan la Región de Las Verapaces; región donde se ubica el municipio Tactic.

Según los resultados indican que dentro de las actividades principales que los turistas desarrollan en nuestro país en los primeros 2 lugares, se ubican entretenimiento 29% y cultura con 28%.

En total ingresaron 116,476 Visitantes Residentes\*, y 1,158,706 visitantes No Residentes a nuestro país hasta el mes de agosto del 2009.

Ingresos de divisas hasta el mes de agosto del 2009 777.4 millones de dólares. El turismo representa uno de los principales ingresos de divisas a nuestro país.

\*Nota: a partir de julio 2009, se utiliza la variable País de Residencia para la clasificación del visitantes, de acuerdo con recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo –OMT–.

## 5.6 CÁLCULO DE TURISTAS

Total de turistas que visitaron Guatemala en el 2009 1,275,182 (Universo Total 100%)

Turistas que visitaron la Región de Las Verapaces	76,511 turistas (6%)
Crecimiento poblacional según INE	2.2%
Turistas que realizan actividades culturales	21,424 turistas (28%)

La fórmula a utilizar para el cálculo de proyección poblacional es la fórmula de interés compuesto proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística:

$$P_n = P_o \times (1 + T_c)^n$$

$P_n$  = Población estimada en el año “n”

$P_o$  = Población inicial

$T_c$  = Tasa de crecimiento poblacional

$n$  = Número de años a estimar

<sup>2</sup> Boletín “Resultados Encuesta Gasto 2008”. Departamento de Investigación y Análisis de los Mercados. INGUAT.

$$P_n = (21,424) (1 + 0.022)^{21}$$
$$P_n = 33,836 \text{ (universo en el año 2031)}$$

Población a Servir en el año 2,031 :

Población económicamente activa en la rama artesanal a nivel de municipio para el año 2,030: 33,836 turistas que visitan Las Verapaces con el fin de realizar actividades culturales

Tomando en cuenta que el 70% son turistas y el 30% excursionistas hasta el mes de agosto del 2009.

$$33,836 \times 30\% = 10,150 \text{ turistas excursionistas}$$

Tomando en cuenta que estas cifras son tanto para Alta Verapaz como Baja Verapaz se dividirán dentro de 2,  $10,150/2 = 5,075$  turistas excursionistas

Estos a su vez, se dividirán dentro de 9, ya que estos son los municipios del departamento de Alta Verapaz que reciben más turistas.  $5,075/9 = 564$ . Se realizó este cálculo debido a que no se cuentan con cifras estadísticas por municipio únicamente por departamento. Asimismo, es necesario tomar en cuenta que muchos de los turistas que se dirigen a otros destinos, no precisamente Tactic, pasan por el mismo, por lo que de igual manera crece el número de visitantes.

## 5.7 LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL PREDIMENSIONAMIENTO DE MERCADOS DE ARTESANÍAS<sup>3</sup>

Tomando en cuenta el análisis realizado en los capítulos anteriores, estos son los criterios que deben tomarse para el predimensionamiento del Mercado de Artesanías:

Normas de localización:

- Radio de influencia regional recomendable: **15 km o 30 minutos de las comunidades más cercanas**
- Localización en la estructura urbana: **casco urbano**
- Uso del suelo: **comercial y de servicio**

<sup>3</sup> Catalán Armas, Hilda Fabiola. "Centro de Comercialización Guastatoya, El Progreso" Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala Mayo 2004. Basado en Normas básicas de Equipamiento urbano. Dirección General de Equipamiento Urbano y Edificios 1990.

- Vialidad de acceso recomendable: **vehicular y peatonal**
- Posición en la manzana: **cabecera municipal**

Normas de dimensionamiento:

- Población a atender: **el total de la población del municipio, así como turísticas nacionales y extranjeros**
- Unidad básica del servicio: **local comercial**
- Capacidad básica de la unidad de servicio: **10 personas**
- Usuarios por unidad de servicio: **variable**
- Superficie construida por unidad de servicio: **de 7.5-10 m<sup>2</sup>**

Dimensionamiento de elementos tipo:

- Número de unidades de servicio: **214 puestos**
- Superficie de construcción: **1,926 m<sup>2</sup>**
- Población a servir: **17,096 habitantes**

## 5.8 ACTIVIDADES CULTURALES

En el salón municipal se llevan a cabo diversas actividades culturales, tales como:

- a. Presentaciones por parte de Instituciones Culturales, como los Amigos de la Marimba
- b. Escuela de Música

En el municipio de Tactic existen diversos locales que comercian con los diferentes tipos de artesanías.

En el mercado municipal hay locales que venden artesanías:

- a. Cerámica: 15 locales
- b. Tejidos: 25 locales
- c. Palma y Cestería: 5 locales
- d. Joyería: 2 locales
- e. Souvenirs: 2 locales

En el casco urbano:

- a. Cerámica: 10 locales
- b. Tejidos: 8 locales
- c. Souvenirs: 2 locales
- d. Cerería: 5 locales

## 5.9 ÁREA DE INFLUENCIA

Para poder determinar la zona de influencia del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural, se tomarán en cuenta las curvas isócronas, las cuales determinan la accesibilidad hacia el mismo.

Existen tres tipos de área de influencia que se deberán tomar en cuenta:

- o Directa: Población residente dentro de un radio de aproximadamente 1 km. del complejo.
- o Indirecta: Áreas de fácil acceso, a través de transporte colectivo.
- o Dispersa: Área del Centro Urbana y poblados cercanos al lugar.

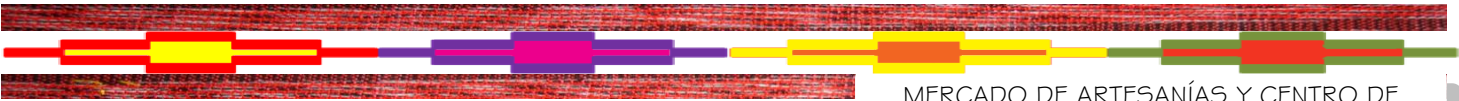
Directa: Casco urbano del municipio de Tactic

Indirecta: Los caseríos y aldeas cercanos al casco urbano de Tactic.

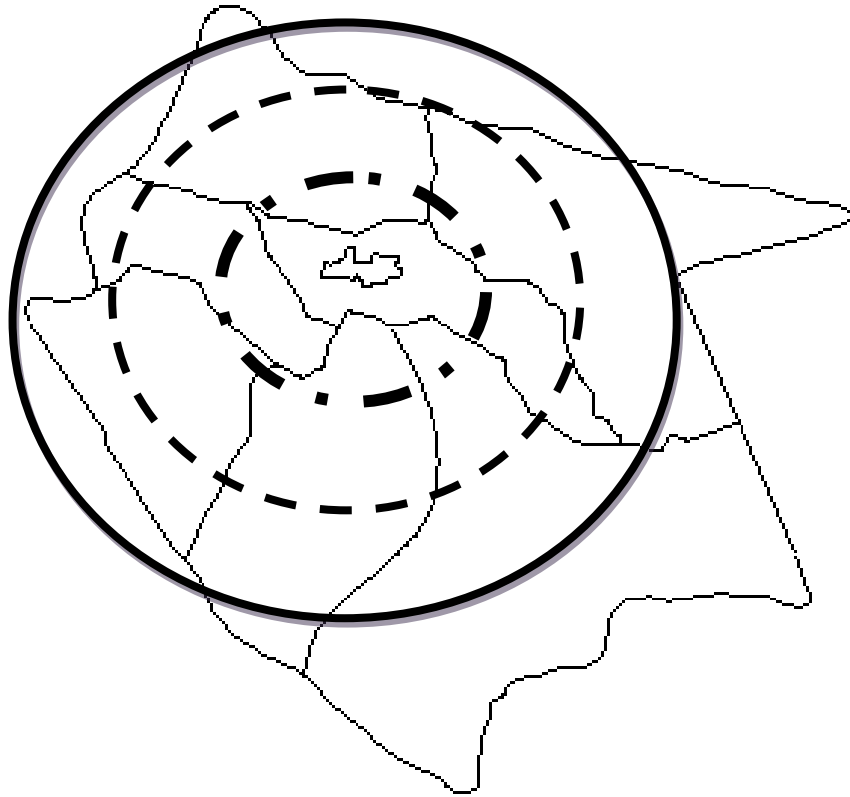
Dispersa: Caseríos y aldeas que se encuentra en la periferia del municipio de Tactic, así como municipios aledaños: Tamahú, Santa Cruz Verapaz, San Cristóbal Verapaz incluso los viajeros que vienen de Baja Verapaz y se dirigen a Cobán.




Para establecer los tiempos y la velocidad que se utilizarán para transportarse a la cabecera municipal de Tactic, se tomaron en cuenta los siguientes factores:

- Carreteras asfaltadas: 15 km o 15 min. En vehículo a 60 km/h
- Calles de terracería: 10 km o 15 min. En vehículo a 40 km/h
- Caminos o Vereda: 5 km o 15 min. A 20km/h
- En bicicleta: 2.5 km o 15 min. A 10 km/h
- Caminando: 1.25 km o 15 min. A 5 km/h



Gráfica No. 7 Área de Influencia del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural, Tactic, A.V.

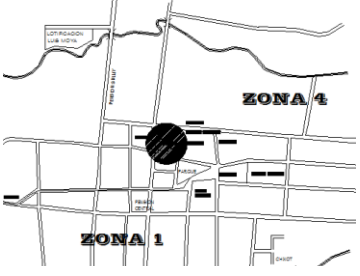
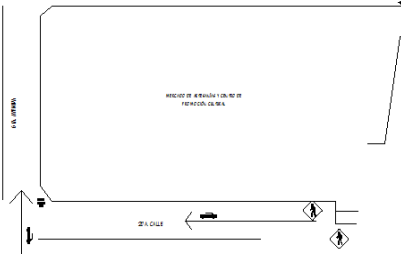
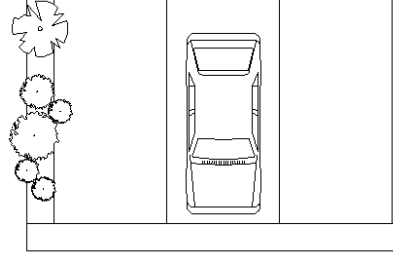
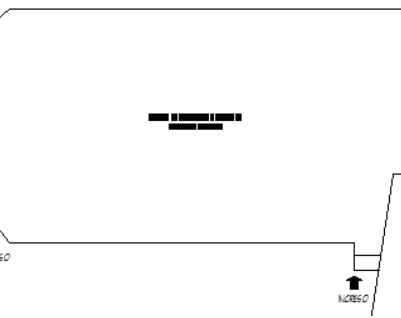


-  Influencia Directa
-  Influencia Indirecta
-  Influencia Dispersa

## 5.10 PREMISAS DE DISEÑO

Las “Premisas de Diseño” son todos los aspectos a considerar durante el proceso de planificación y diseño de la propuesta arquitectónica para desarrollar la mejor solución. Todos estos aspectos surgen luego de realizar una investigación.

### PREMISAS GENERALES

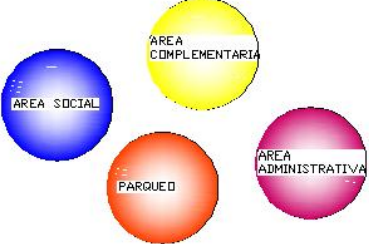
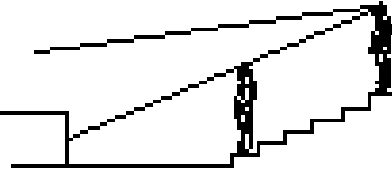
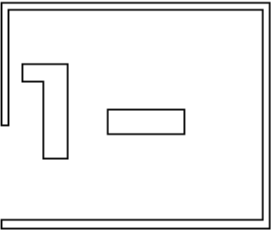
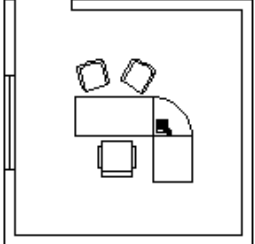
REQUERIMIENTO	PREMISA	GRÁFICA
UBICACIÓN	Debe localizarse en la cabecera Municipal de Tactic, en este caso Se ubica en el centro del casco Urbano.	
ACCESO	El Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural Debe tener fácil acceso tanto Peatonal como vehicular.	
PARQUEOS	<p>Se deben utilizar parqueos en ángulos desde 90°, los parqueos para automóviles deben ser de 5.00 x 2.50 mts., para motocicletas y bicicletas será de 1.00 x 2.50 mts.</p> <p>La cantidad de plazas para Parqueo serán mínimas ya que por Estar en un lugar céntrico, la Mayoría de usuarios llegan a pie, Bicileta,</p>	
INGRESO A EDIFICIO	Conservar los diferentes ingresos que posee actualmente, después de evaluar cuáles se pueden aprovechar.	

REQUERIMIENTO	PREMISA	GRÁFICA
SEÑALIZACIÓN	El proyecto deberá estar debidamente señalado para facilitar al usuario se ubique dentro del proyecto.	

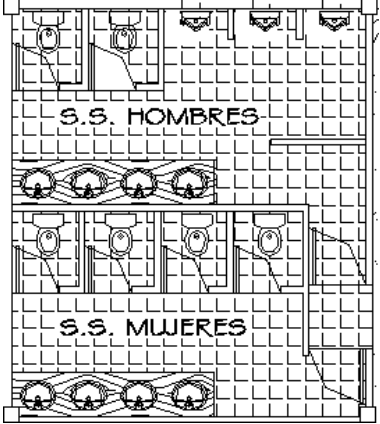
### PREMISAS AMBIENTALES

REQUERIMIENTO	PREMISA	GRÁFICA
ORIENTACIÓN	La fachada principal se encuentra en el eje Norte-Sur.	
VENTILACIÓN	Actualmente el edificio cuenta con ventanas en Todas sus fachadas, brindando suficiente ventilación al edificio. Se evaluarán las ventanas que se ubican en la fachada sur y este.	
ILUMINACIÓN	El edificio cuenta con iluminación a través de las ventanas adicional a estas cuenta con iluminación cenital a través de 2 pozos de luz en las gradas.	

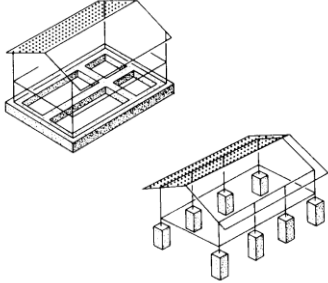
## PREMISAS FUNCIONALES

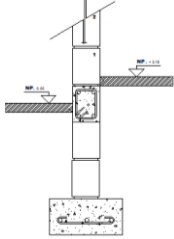
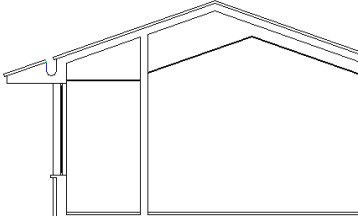
REQUERIMIENTO	PREMISA	GRÁFICA
GRUPOS FUNCIONALES	Sectorizar y definir las áreas de los distintos grupos funcionales Área social, área administrativa, Área complementaria	
ÁREA SOCIAL	<p>en el área de exposición debe estar bien definido el recorrido.</p> <p>El auditorium debe tener buena isóptica para que todos puedan ver desde cualquier punto de la sala.</p> <p>La cafetería debe estar bien ventilada, así como debe contar con buena circulación.</p> <p>Todas las áreas deben estar relacionadas directamente al vestíbulo para el fácil acceso de los usuarios a las mismas.</p>	 
ÁREA ADMINISTRATIVA	<p>Debe poseer una adecuada Ventilación e iluminación.</p> <p>Debe tener relación con el Vestíbulo.</p>	

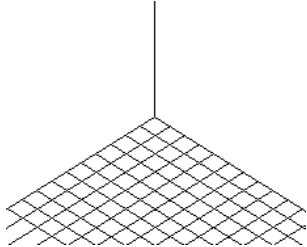
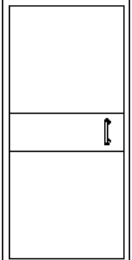


REQUERIMIENTO	PREMISA	GRÁFICA
<p>ÁREA COMPLEMENTARIA</p>	<p>La bodega debe contar con espacio suficiente en cada área.</p> <p>Los servicios sanitarios deben satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a la cantidad y la ubicación.</p>	

### PREMISAS CONSTRUCTIVAS

REQUERIMIENTO	PREMISA	GRÁFICA
<p>CIMIENTOS</p>	<p>Se utilizarán zapatas aisladas y cimiento corrido, en donde se coloquen muros nuevos, así como en áreas que sea necesario reforzar, así como donde sean demolidos muros.</p>	
<p>MAMPOSTERÍA</p>	<p>los muros de mampostería serán de block de pómez según sea requerido, en los muros tabiques se utilizará tabla yeso, en los muros de block serán pineados.</p>	

REQUERIMIENTO	PREMISA	GRÁFICA
MUROS	Las columnas de los muros de mampostería nuevos irán anclados a las zapatas.	
CUBIERTA	Se conservará la tipología que se utiliza actualmente, lámina únicamente se le dará mantenimiento y serán cambiadas de acuerdo al estado en que se encuentre.	

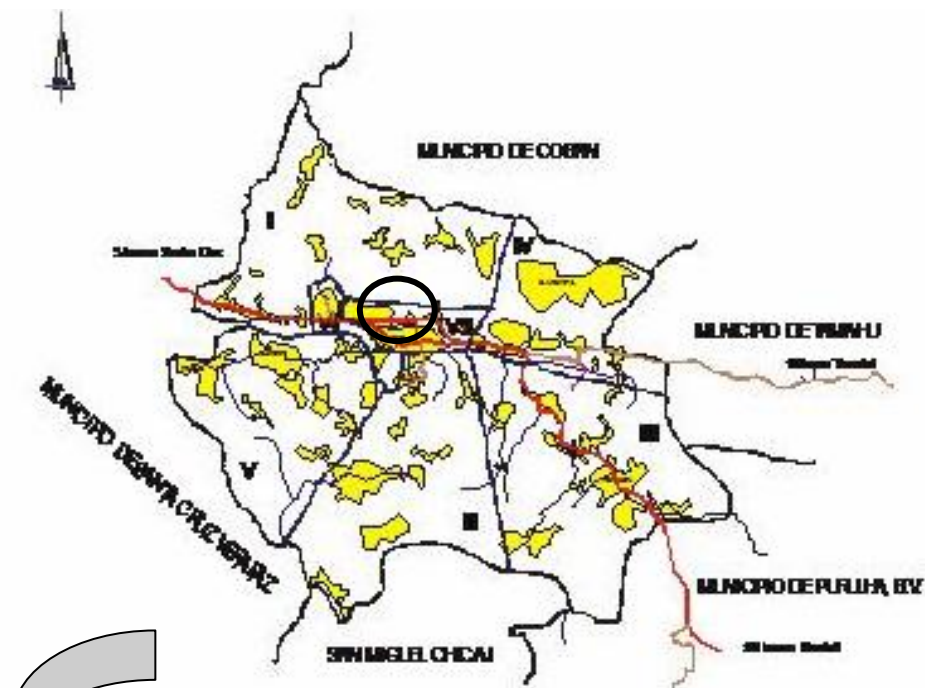
REQUERIMIENTO	PREMISA	GRÁFICA
ACABADOS	<p>Se colocará piso cerámico en áreas como cafetería, biblioteca, áreas de exposición.</p> <p>Los muros nuevos serán de Repello + pintura y cernido + pintura</p> <p>Las puertas serán de fácil mantenimiento.</p>	  

## 5.12 ANÁLISIS DEL TERRENO

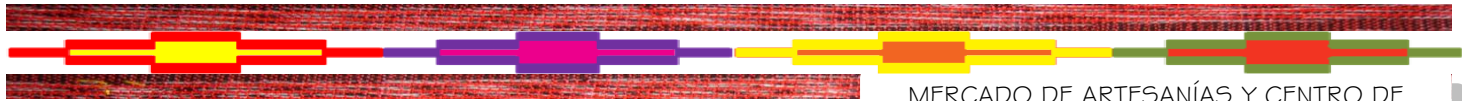
Cabe mencionar que en este caso se utilizará el edificio en donde se encuentra el actual Mercado Municipal, únicamente se readecuara y remodelará en donde se considere necesario.

### LOCALIZACIÓN

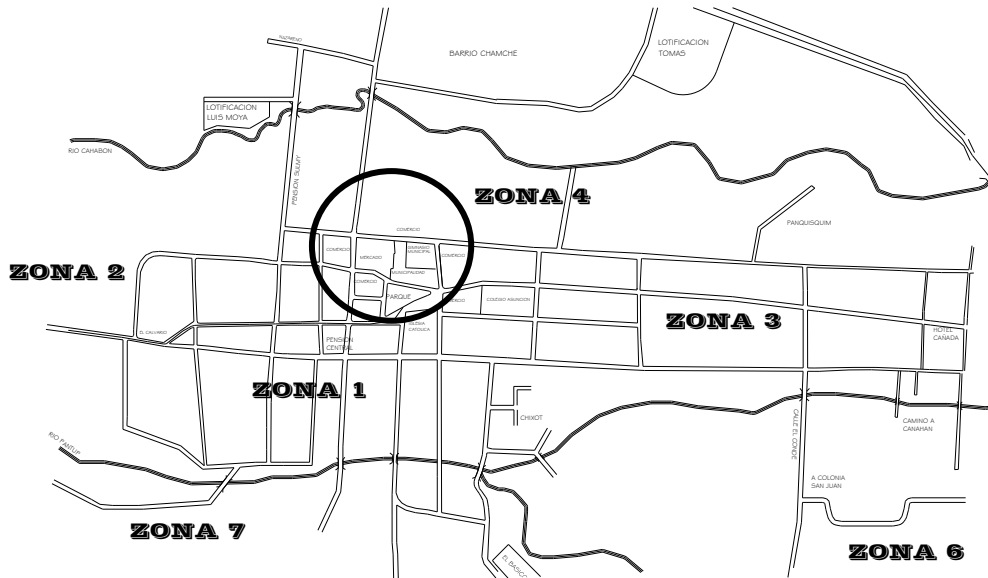
Se encuentra localizado en el casco urbano del municipio de Tactic, Alta Verapaz. En el centro donde se ubica frente al parque Central, contiguo a la Municipalidad de Tactic.



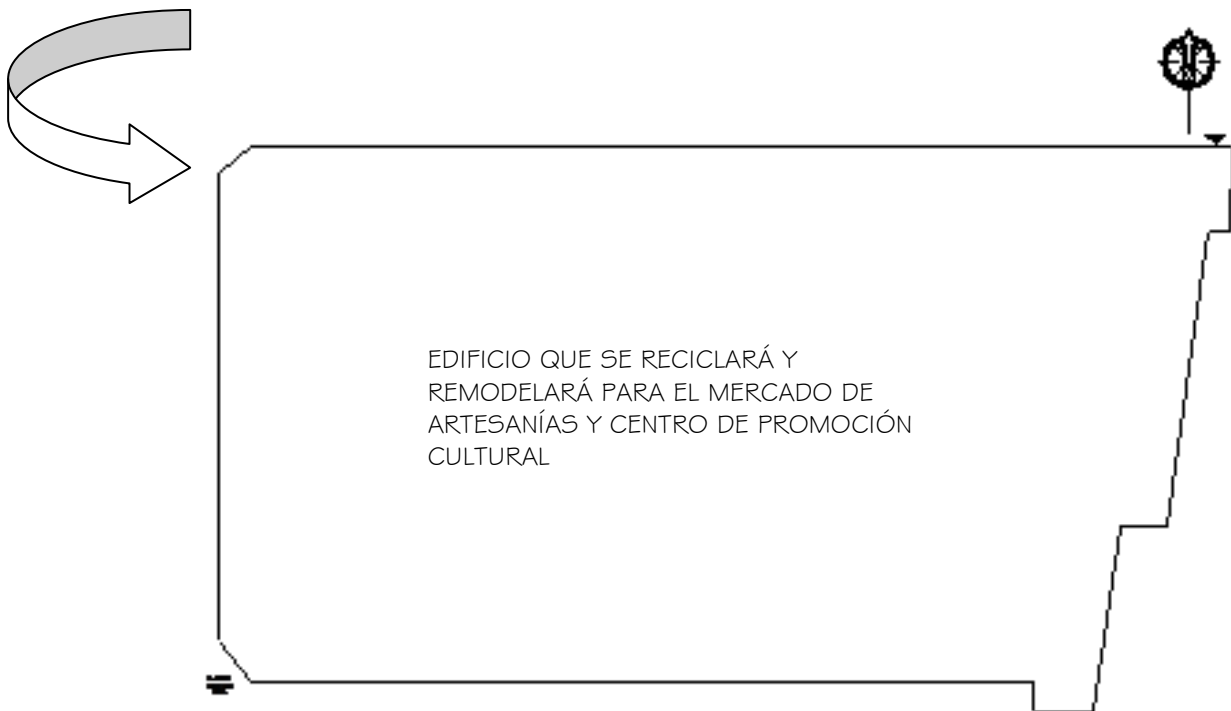
Mapa No. 8 Municipio de Tactic  
Fuente: Plan de Desarrollo Municipal, Tactic A.V.



MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL. TACTIC. A.V.



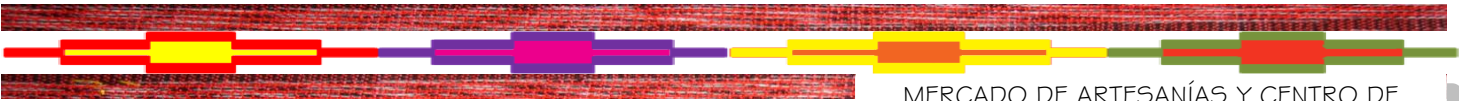
Gráfica No. 9 Croquis Casco Urbano Municipio de Tactic A.V.  
Fuente: Oficina Municipal de Planificación, Tactic. A.V.



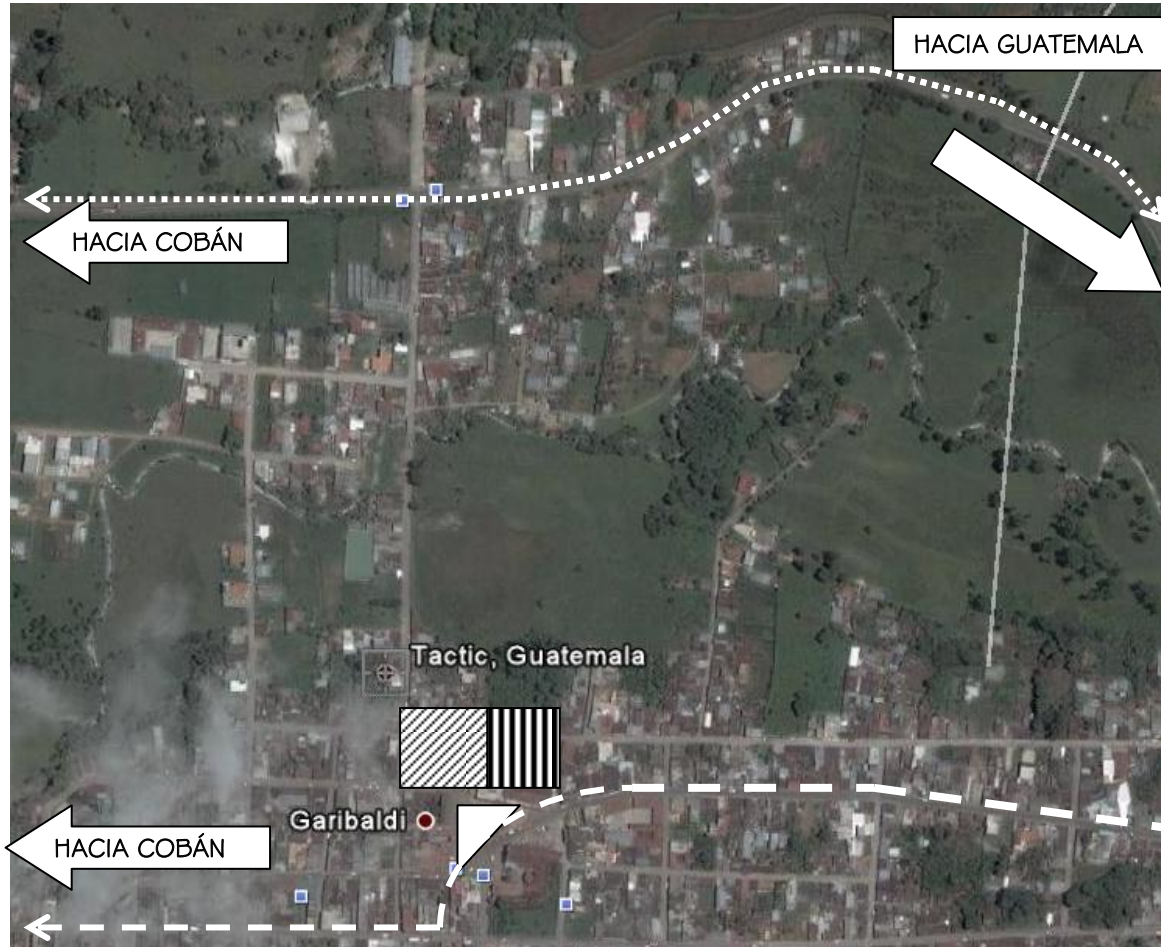
Gráfica No. 10 Terreno propuesto  
Fuente: Elaboración Propia

## 5.12 Características Ubicación Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural

El terreno que se utilizará para El Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural es en donde se ubica actualmente el Mercado Municipal, por lo que se considera importante conocer la planta del estado en que se encuentra actualmente. Es importante mencionar que el motivo por el cual ya no se utilizará este edificio para albergar al Mercado Municipal, es debido a que éste se trasladara, ya que actualmente crea varios conflictos entre ellos la contaminación, el desorden que causan las ventas informales que se ubican en las calles aledañas al mismo, así como no se cuenta con un lugar apropiado para la carga y descarga de los diversos productos, por lo que se considera indicado trasladarlo donde se ubicará la central de transferencias.



## ACCESIBILIDAD



SIMBOLOGÍA	
	TERRENO
	MUNICIPALIDAD
	PARQUE CENTRAL
	CARRETERA CA-14
	CARRETERA SECUNDARIA

### 5.13 IDEA DEL DISEÑO

El terreno propuesto para el Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural Tactic, A.V. es en donde se ubica actualmente el Mercado Municipal en el casco urbano del municipio, el motivo por el cual se seleccionó éste fue debido a que se tiene como proyecto cambiar de ubicación el Mercado Municipal, para trasladarlos a Chyacorral, con el fin de tener una central de transferencias.

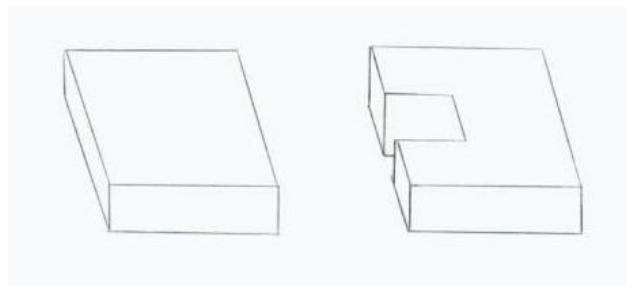
La idea es aprovechar la infraestructura existente de la mejor manera, así como la ubicación estratégica que tiene por este en el centro, ya que se ubica a un costado de la Municipalidad y frente al parque, en donde se realizan todas las actividades principales del municipio, incluso en el parque para los microbuses y buses que van hacia Cobán.

El diseño está basado a través de los siguientes fundamentos y sistemas ordenadores de diseño:

#### 5.13.1. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO

##### 2.13.1.1. SUSTRACCIÓN<sup>4</sup>

Cuando una forma invisible se cruza sobre otra visible, el resultado es una sustracción. La porción de la forma visible que queda cubierta por la invisible se convierte asimismo en invisible. La sustracción puede ser considerada como la superposición de una forma negativa sobre una positiva



Gráfica No. 11 Sustracción  
Elaboración Propia

<sup>4</sup> Wucius Wong. Fundamentos del diseño bi y tri-dimensional. Editorial Gustavo Gili. 7ª Edición 1981. España.

## APLICACIÓN

En el primer nivel se hizo una sustracción al volumen actual, a manera de utilizar este espacio como área de parqueos.

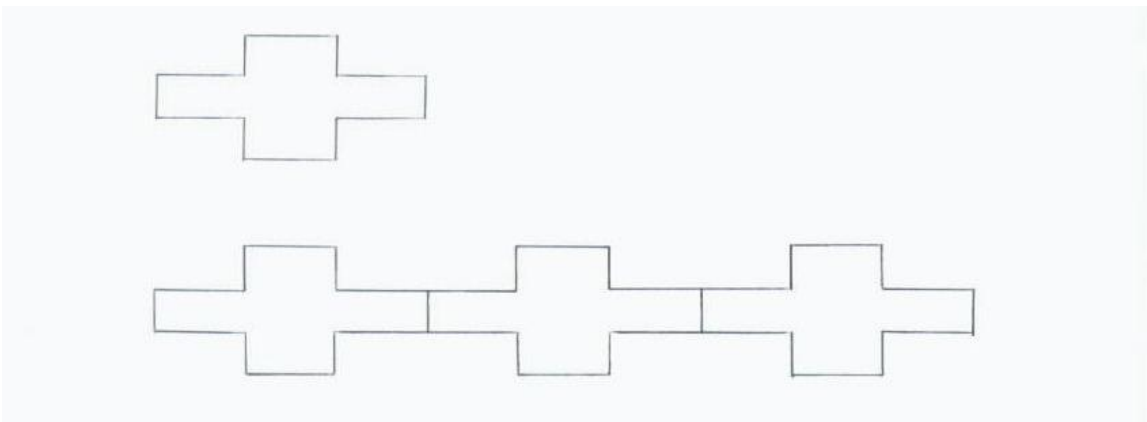
### 2.13.1.2. MÓDULO:

Son formas idénticas o similares que aparecen más de una vez en el diseño. (orgánicas o geométricas), un diseño puede contener más de un conjunto de módulos. Los módulos deben ser simples. La presencia de módulos tiende a unificar el diseño.<sup>5</sup>

### 2.13.1.3. REPETICIÓN:

Supone que los módulos son idénticos en figura, tamaño, color y textura. La figura es el elemento visual más importante de los módulos y así podemos tener módulos repetidos en figura pero no en tamaño.<sup>6</sup>

Reproducción exacta de los elementos, agrupándose los elementos de acuerdo a la proximidad de unos a otros y a sus características visuales que comparten. La forma repetitiva más usual y sencilla es la lineal, en la que los elementos no tienen que ser totalmente iguales para agruparse, simplemente deben tener un distintivo común pero concediendo individualidad dentro de una misma familia. La repetición puede darse por tamaño, contorno o perfil, y por detalles característicos.<sup>7</sup>



Gráfica No. 12 Módulo y Repetición  
Elaboración Propia

<sup>5</sup> Arq. Gloria Lara de Corea. Hoja de trabajo No. 1. Diseño Arquitectónico I. Facultad de Arquitectura. Universidad de San Carlos de Guatemala. 2do semestre 2001.

<sup>6</sup> Wucius Wong. Loc. cit.

<sup>7</sup> <http://www.arqhys.com/arquitectura/arquitectura-ordenadores.html>



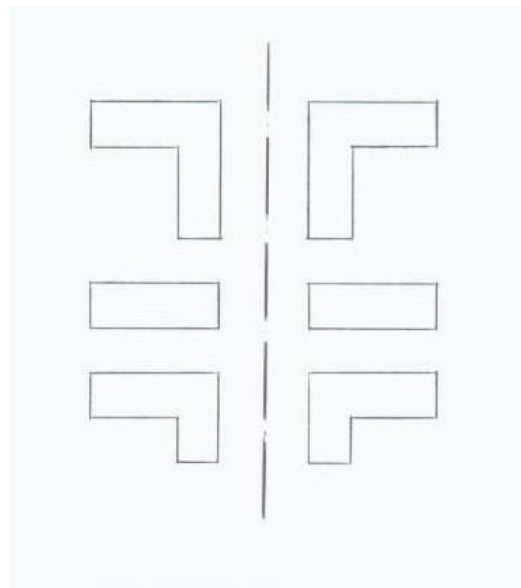
## APLICACIÓN:

En el área de los locales de artesanías se crearon varios módulos, un módulo por cada tipo de artesanías, ya que de acuerdo al tipo de artesanías son las características que deben poseer. Los cuales se repiten varias veces, en este caso los módulos son idénticos en forma y tamaño.

### 2.13.1.4. SIMETRÍA:

Distribución adecuada y equilibrada de formas y espacios alrededor de una línea (llamado eje) o de un punto (o centro) común. Lo general es el equilibrio la simetría viene a ser un forma específica de equilibrio.

**Tipos de simetría.** - Simetría bilateral: distribución equilibrada de elementos iguales alrededor de un eje. Simetría central: elementos equivalentes que se contrarrestan y que se disponen en torno a dos o más ejes que se cortan en un punto central.<sup>8</sup>



Gráfica No. 3 Simetría  
Elaboración Propia

<sup>8</sup> <http://www.arqhys.com/arquitectura/arquitectura-ordenadores.html>

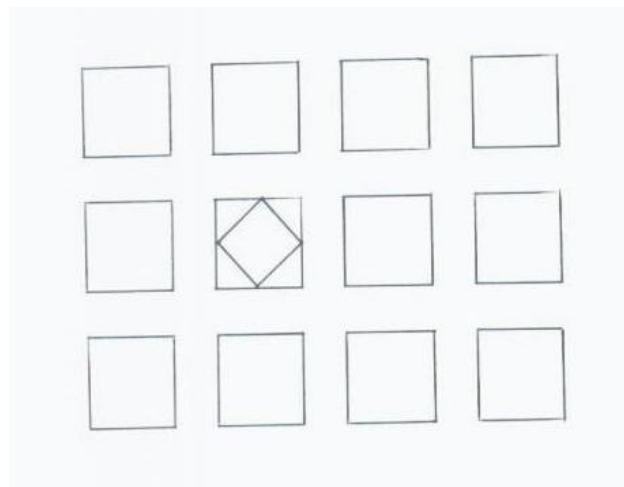
## APLICACIÓN:

Se logró una simetría bilateral a nivel de volumetría, ya que se tiene un eje vertical central. Así como a nivel de planta.

### 2.13.1.4.1. JERARQUÍA<sup>9</sup>:

Articulación de la relevancia o significación de una forma o un espacio en virtud de su dimensión, forma o situación relativa a otras formas y espacios de la organización. El sistema de valores es definido según las necesidades y deseos del usuario y de las decisiones del diseñador. Resumiendo, la predominancia de una forma o espacio que es jerárquicamente importante se logra convirtiéndolo en una excepción a la norma, en una anomalía dentro de un modelo, que de no ocurrir así, sería regular. Los indicativos de importancia tenidos en cuenta pueden ser la calidad, la riqueza, el detalle, la ornamentación y los materiales excepcionales. Como tipos de jerarquía podemos señalar:

- por una dimensión excepcional (por tamaño)
- por una forma única (contorno)
- por su localización estratégica (situación dentro de la composición)



Gráfica No. 14 Jerarquía por tamaño  
Elaboración Propia

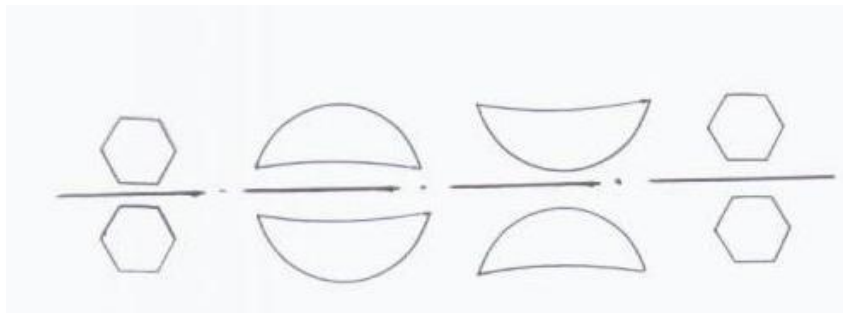
<sup>9</sup> Ibid.

### APLICACIÓN:

Se aplicó jerarquía por tamaño al ingreso principal del edificio, permitiendo una volumetría en donde sobresale el ingreso no solo por ser más alto que el resto del edificio así como por ubicarse al centro.

### 2.13.1.5. EQUILIBRIO:

Es un aspecto fundamental de la composición, es un estado de estabilidad perceptiva o conceptual. Un equilibrio compositivo implica un paralelismo con el de los pesos donde un número de unidades de "A" equivale a otro distinto de unidades de "B". Existen tres tipos de equilibrio



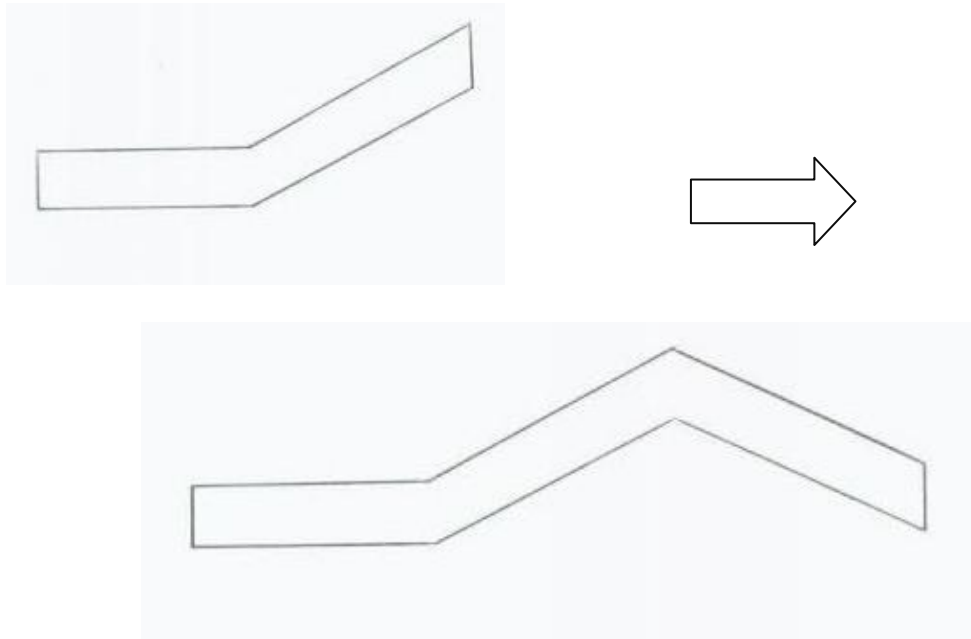
Gráfica No. 15 Equilibrio  
Elaboración Propia

### APLICACIÓN:

Posee equilibrio tanto a nivel de planta como de volumetría, ya que a nivel visual se ve una composición proporcionada.

### 2.13.1.6. ADICIÓN:

Es el proceso de anexar o agregar y de segregar formas construidas para crear una arquitectura o composición. Al utilizar la adición se percibe la composición como una agregación de unidades o partes identificables. Al contrario, la substracción se puede conceptualizar como el dominio del conjunto según el cual un observador capta la composición como un todo identificable del que se ha extraído algunas partes.



Gráfica No. 16 Adición  
Elaboración Propia

### APLICACIÓN:

Básicamente se agregaron dos rectángulos a nivel de planta en ambos extremos, continuando las salientes existentes en el primer nivel. Así como se agregó al volumen la rampa que se ubica en la parte posterior del edificio.

## 2.13.2. SISTEMAS ORDENADORES

### 2.13.2.1. EJE<sup>10</sup>

Es el elemento más elemental para organizar, m formas y espacios arquitectónicos. Es una línea que puede ser imaginaria que implica simetría pero exige equilibrio.



Gráfica No. 17 Eje Paralelo  
Elaboración Propia

### APLICACIÓN:

En cuanto a las circulaciones la idea fue generarlas a través de ejes paralelos, lo cual permite hacer el recorrido a todo el edificio, a su vez estos se interceptan con 2 ejes perpendiculares en sus extremos. Lo cual permite conocer la diversidad de artesanías que se ofrecen.

<sup>10</sup> <http://www.scribd.com/doc/8266527/PRINCIPIOS-ORDENADORES>

## 5.14. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

- ESPACIOS EXTERIORES
  - Parqueo
  - Área de Carga y descarga
  
- ADMINISTRACIÓN
  - Recepcionista
  - Director
  - Secretaría
  - Contabilidad
  - Tesorería
  - Oficina Municipal Auxiliar
  - Sala de espera
  - Archivo
  - Sala de reuniones
  - Servicios Sanitarios
  - Cocineta
  - Director Escuela de Música
  
- ÁREA SOCIAL
  - Cafetería
  - Sala de Exposiciones
  - Auditorium
    - Servicios Sanitarios Auditorium
    - Vestidores Auditorium
    - Bodega Utilería
    - Bodega
    - Taquilla
  - Locales para artesanías textiles
  - Locales para artesanías Cestería y Hojalatería
  - Locales para artesanías Jarcia
  - Locales para artesanías Cerámica y Barro
  - Locales para artesanías Cerería
  - Áreas de estar
  - Locales de souvenirs

- **ÁREA DE CAPACITACIÓN**
  - Taller de demostración de artesanías
  - Sala de exposición
  - Escuela de Música
- **SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**
  - Biblioteca
  - Servicios Sanitarios
  - Kioskos de Información
  - Área de carga y descarga
  - Bodegas
- **ÁREA DE MANTENIMIENTO**
  - Bodega

# CUADRO DE ORDENAMIENTO DE DATOS

ÁREA	AMBIENTE	ACTIVIDADES	USUARIOS	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIO Y EQUIPO	DIMENSIONES			TOTAL M <sup>2</sup>	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN	
						ANCHO	LARGO	ALTO		NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL
ÁREA EXTERIOR									750				
	Estacionamiento	Parquear, manobrar,		60 vehículos 5 motos 9 bicicletas	na	25	30	na	750				
ADMINISTRACIÓN									67.40				
	Recepción e información	Atender público, informar de eventos	Recepcionista	3	1 escritorio	3.00	4.00	3.00	12.00				
	Sala de espera	estar, espera	Visitantes	10	1 silla	3.50	4.00	3.00	14.00				
	Dirección	Organizar, dirigir, coordinar	Proveedores Director	3	1 mesa 2 sillas 1 escritorio	3.00	3.00	3.00	9.00				
	Secretaria	Coordinador, atender proveedores y organizar talleres y exposiciones	Secretaria Visitantes	3	1 escritorio 3 sillas	3.00	3.00	3.00	9.00				
	Contabilidad, tesorería	Llevar controles de las finanzas, inventarios, archivar, recibir pagos	Contador Asistente	2	2 escritorios 4 sillas	3.00	3.00	3.00	9.00				
	Archivo	Almacenar, guardar Controlar	Contador Tesorero	2	3 anaqueles	2.00	2.50	3.00	4.50				
	Sala de reuniones	Reunir personal, atender proveedores y clientes	Personal administrativo, proveedores, clientes,	8	1 mesa 8 sillas	3.00	4.00	3.00	12.00				
	Cocineta	Preparar, calentar	Personal administrativo	4-5	2 tiop	2.00	1.00	3.00	2.00				
	Oficina Mpal. Auxiliar	Atender gente	Oficial	2	1 escritorio 3 sillas	3.00	2.00	3.00	6.00				
	Servicios sanitarios Mujeres	Satisfacer necesidades fisiológicas	Personal administrativo	1	1 lavamanos 1 inodoro	1.00	1.20	3.00	1.20				
	Servicios sanitarios Hombres	Satisfacer necesidades fisiológicas	Personal administrativo	1	1 lavamanos 1 inodoro	1.00	1.20	3.00	1.20				



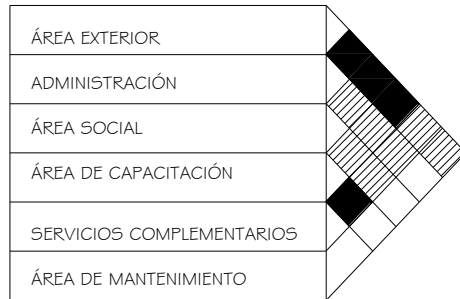
ÁREA	AMBIENTE	ACTIVIDADES	USUARIOS	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIO Y EQUIPO	DIMENSIONES			TOTAL M <sup>2</sup>	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN	
						ANCHO	LARGO	ALTO		NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL
ÁREA DE VENTAS DE ARTESANÍAS									18.00				
	Locales para venta Cerámica y barro	Vender, comprar,	Comerciante Comprador	5	2 mostradores 2 sillas	3.00	3.00	3.00	9.00				
	Locales para venta de tejidos	Vender, comprar,	Comerciante Comprador	5	2 mesas 2 sillas	3.00	3.00	3.00	9.00				
	Locales para venta cerería	Vender, comprar,	Comerciante Comprador	4	1 Anaquel 1 mostrador 1 silla	2.00	3.00	3.00	6.00				
	Locales para venta Jarcia y palma	Vender, comprar,	Comerciante Comprador	3	2 Anaqueles 1 mostrador 1 silla	2.50	2.50	3.00	6.25				
	Locales para venta cestería y hojalatería	Vender, comprar,	Comerciante Comprador	4	3 anaqueles 1 silla	4.00	2.50	3.00	10.00				
	Locales de souvenirs	Vender, comprar,	Comerciante Comprador	8	4 muebles 1 silla	4.50	2.50	3.00	11.25				

ÁREA	AMBIENTE	ACTIVIDADES	USUARIOS	CANTIDAD DE USUARIOS	MOBILIARIO Y EQUIPO	DIMENSIONES			TOTAL M <sup>2</sup>	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN	
						ANCHO	LARGO	ALTO		NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL
ÁREA DE ESPECTÁCULOS									100.00				
	Auditorium	presentar, proyectar,	espectadores, actores, presentadores, bailarines	120	100 butacas	7.00	10.00	3.00	70.00				
	Área de exposición	exhibir, presentar	visitantes, expositores, empleados	50	biombos, exhibidores, mesas	5.00	6.00	3.00	30.00				
	Servicios Sanitarios	satisfacer necesidades fisiológicas	visitantes	4 por cada batería de baños	4 inodoros, 4 lavamanos, 2 mingitorios	3.00	3.50	3.00	10.50				
CAFETERÍA									44.00				
	Área de mesas	comer, servir	compradores, meseras, cajera	30	5 mesas 20 sillas, mostrador,	5.00	6.00	3.00	30.00				
	Cocina	preparar, servir, cocer, lavar	cocineras	3	estufa refrigerador, mesa,	2.00	4.00	3.00	8.00				
	Dispensa	almacenar	cocineras	2	alacenas	2.00	3.00	3.00	6.00				
BIBLIOTECA									20.00				
	Biblioteca	leer, investigar, estudiar	estudiantes, visitantes	20	mesas, sillas	4.00	5.00	3.00	20.00				
MANTENIMIENTO									12.00				
	Bodega	almacenar	personal de mantenimiento	2	alacenas	3.00	4.00	3.00	12.00				

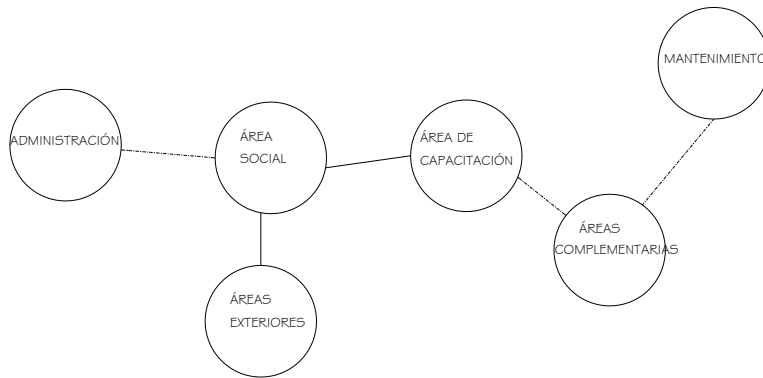
# DIAGRAMACIÓN

MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL. TACTIC. A.V.

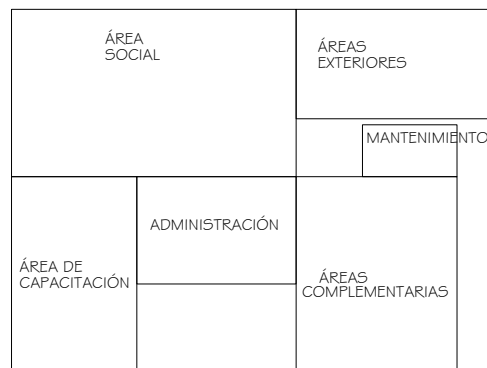
## MATRIZ DE RELACIONES



## DIAGRAMA DE CIRCULACIÓN



## DIAGRAMA DE BLOQUES



# ADMINISTRACIÓN

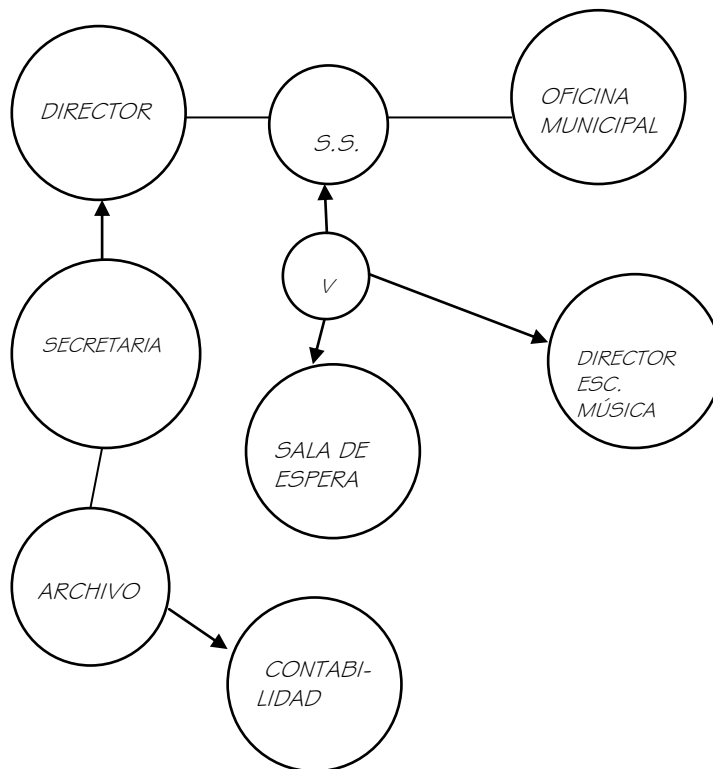
MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL. TACTIC. A.V.

## MATRIZ DE RELACIONES

DIRECTOR								
SECRETARIA	■							
CONTABILIDAD		■						
OFICINA MUNICIPAL			■					
SALA DE ESPERA				■				
ARCHIVO					■			
SERVICIOS SANITARIOS						■		
DIRECTOR DE ESC. DE MÚSICA							■	



## DIAGRAMA DE CIRCULACIONES

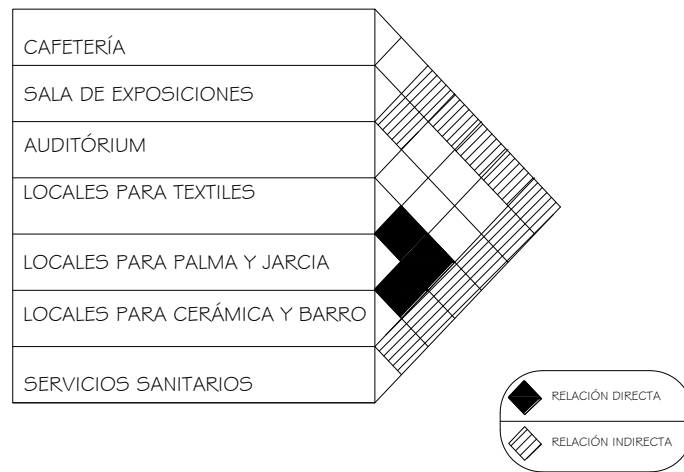


# DIAGRAMA DE BLOQUES

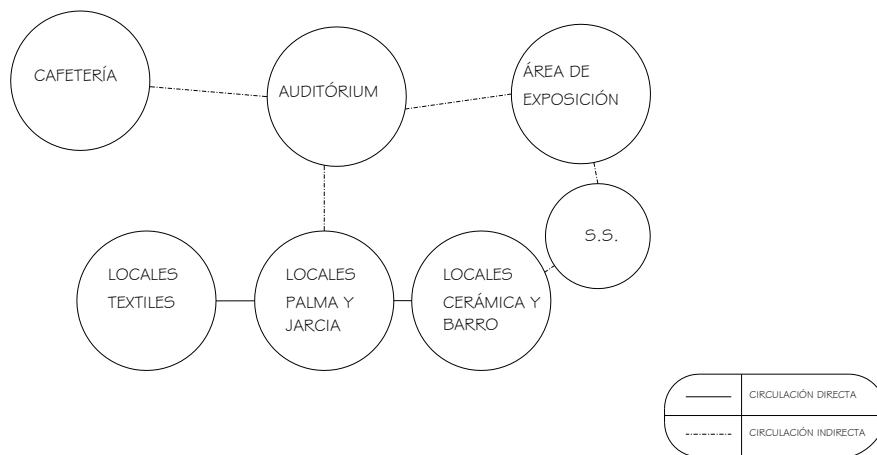
DIRECTOR	S.S.	OFICINA MUNICIPAL
SECRETARIA		
ARCHIVO		DIRECTOR ESCUELA DE MÚSICA
CONTABILIDAD	SALA DE ESPERA	

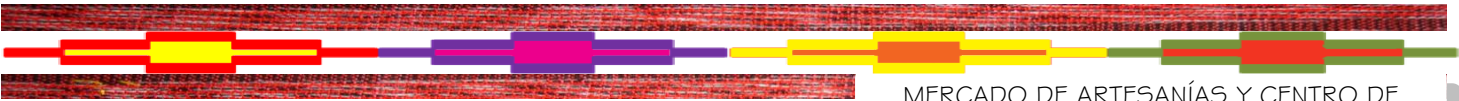
# ÁREA SOCIAL

## MATRIZ DE RELACIONES



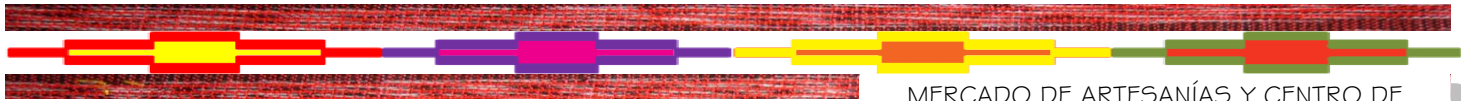
## DIAGRAMA DE CIRCULACIÓN





## DIAGRAMA DE BLOQUES

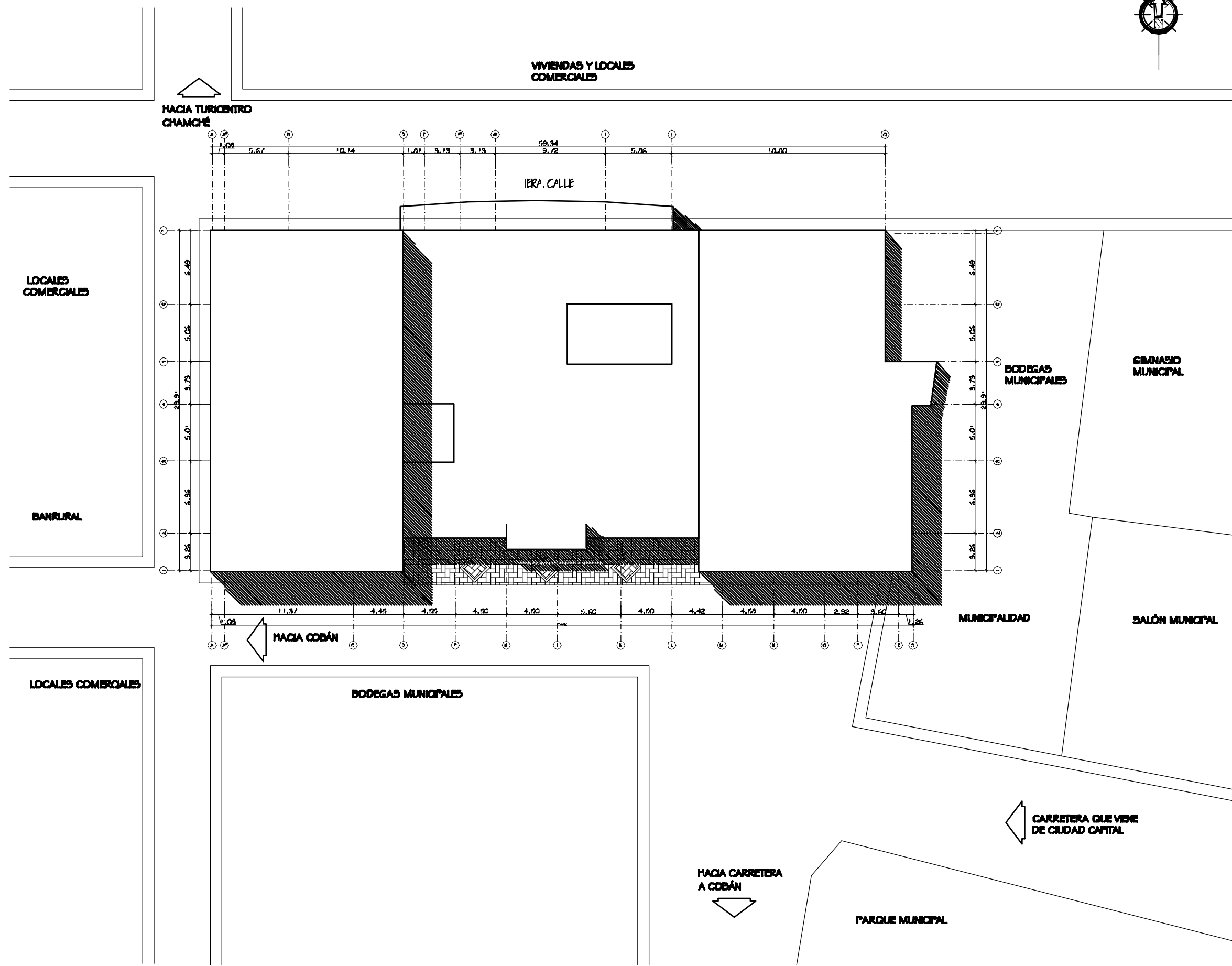
CAFETERÍA	AUDITORIUM	ÁREA DE EXPOSICIÓN	
	ÁREA DE EXPOSICIÓN		S.S.
LOCALES TEXTILES	LOCALES PALMA Y JARCIA	LOCALES CERÁMICA Y BARRO	



MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE  
PROMOCIÓN CULTURAL. TACTIC. A.V.

# CAPÍTULO VI PROPUESTA DE DISEÑO





PLANTA DE CONJUNTO

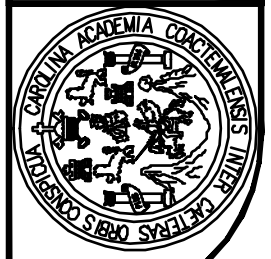
ESCALA: 1/200

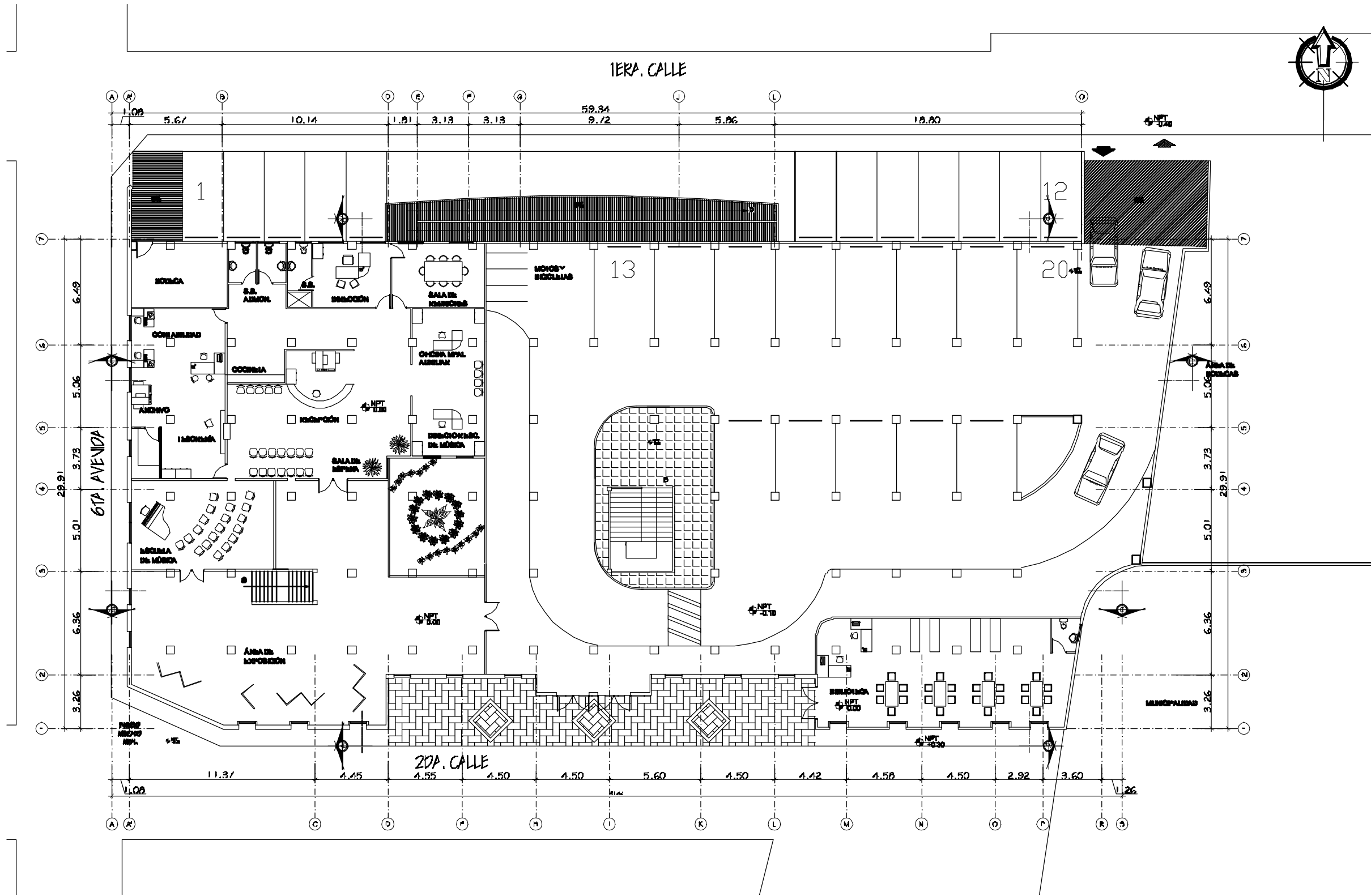
FOLIO No	3
FOLIO No	11
FOLIO No	107

DISEÑO:	MIRIAM ALEGRÍA
DIBUJO:	MIRIAM ALEGRÍA
ESCALA:	1/200
FECHA:	FECHA

ANTERPROYECTO:	MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL, TACTIC, ALTA VERAPAZ
CONTENIDO:	PLANTA DE CONJUNTO

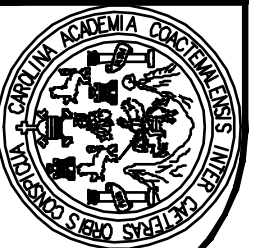
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA





PLANTA AMUEBLADA PRIMER NIVEL

ESCALA: 1/250

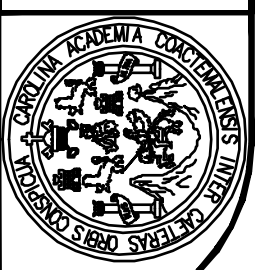
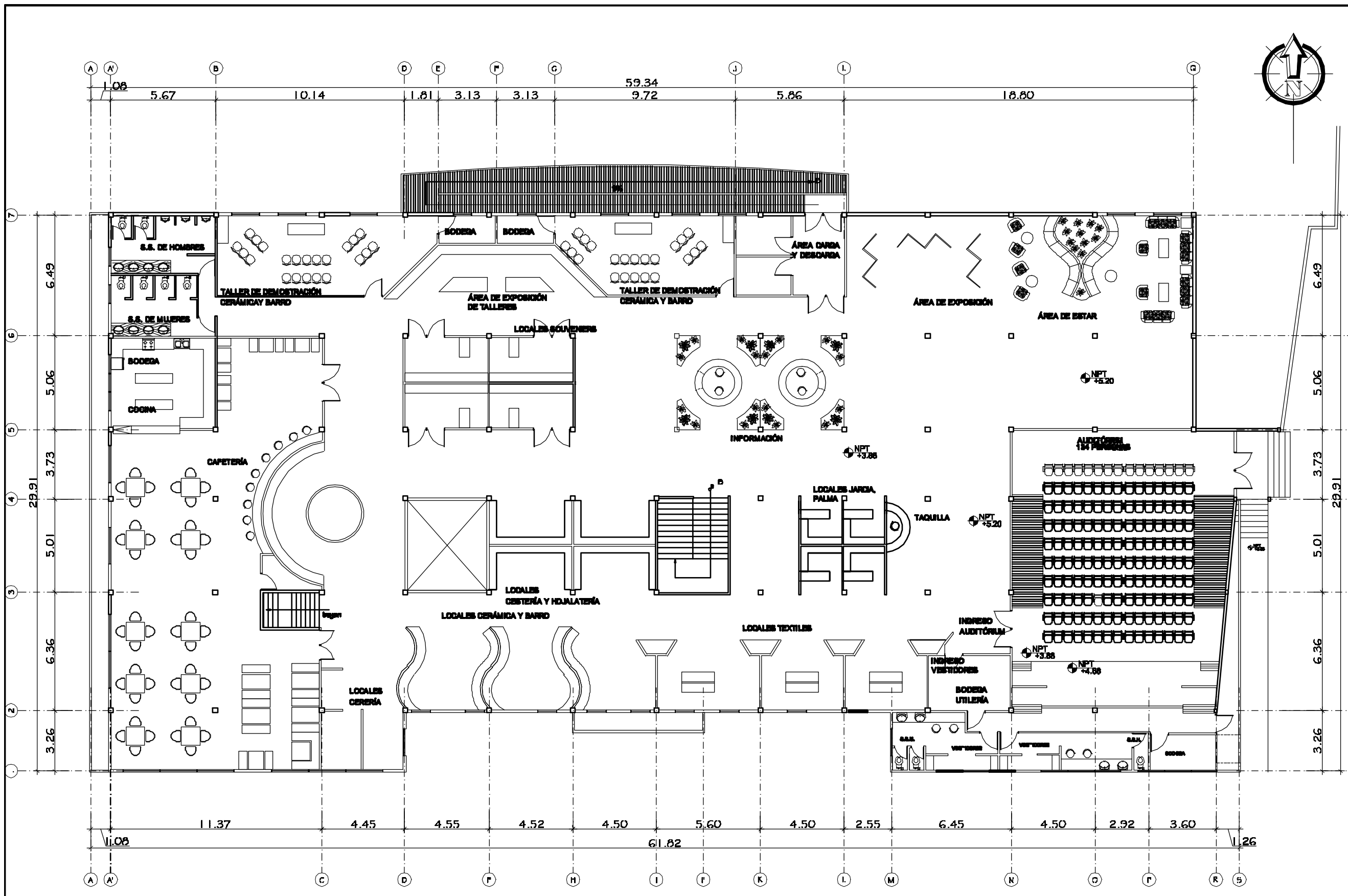


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA

ANTEPROYECTO:  
MERCADO DE ARTESANÍAS Y  
CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL,  
TACTIC, ALTA VERAPAZ  
CONTENIDO:  
PLANTA AMUEBLADA PRIMER NIVEL

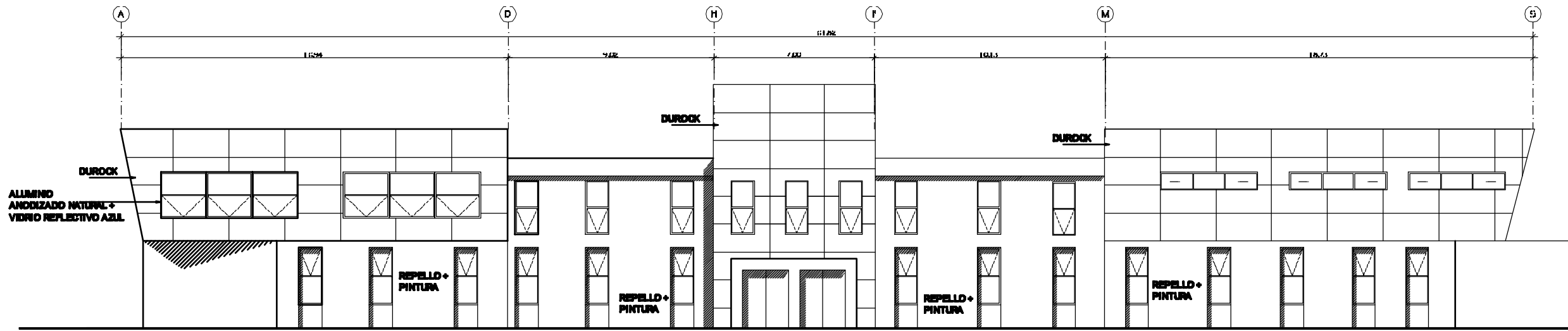
DISEÑO:  
MIRIAM ALEGRÍA  
ESCALA:  
1/250  
DISEÑO:  
MIRIAM ALEGRÍA  
FECHA:  
FEB. 2010

HOJA No:  
4  
PÁGINA:  
108



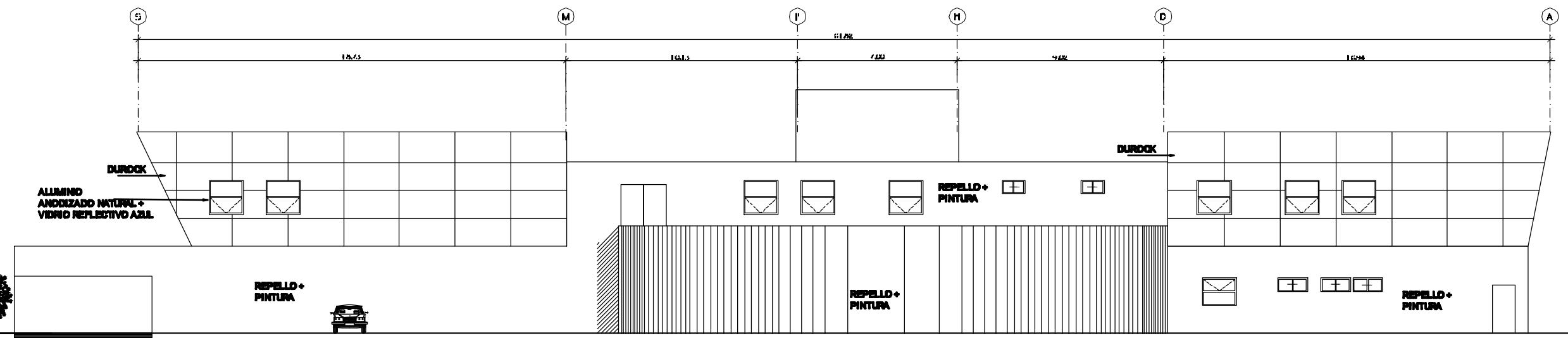
PLANTA AMUEBLADA SEGUNDO NIVEL PROPUESTA

ESCALA: 1/200



ELEVACIÓN SUR

1/200



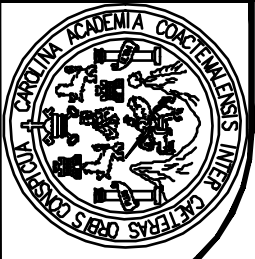
ELEVACIÓN NORTE

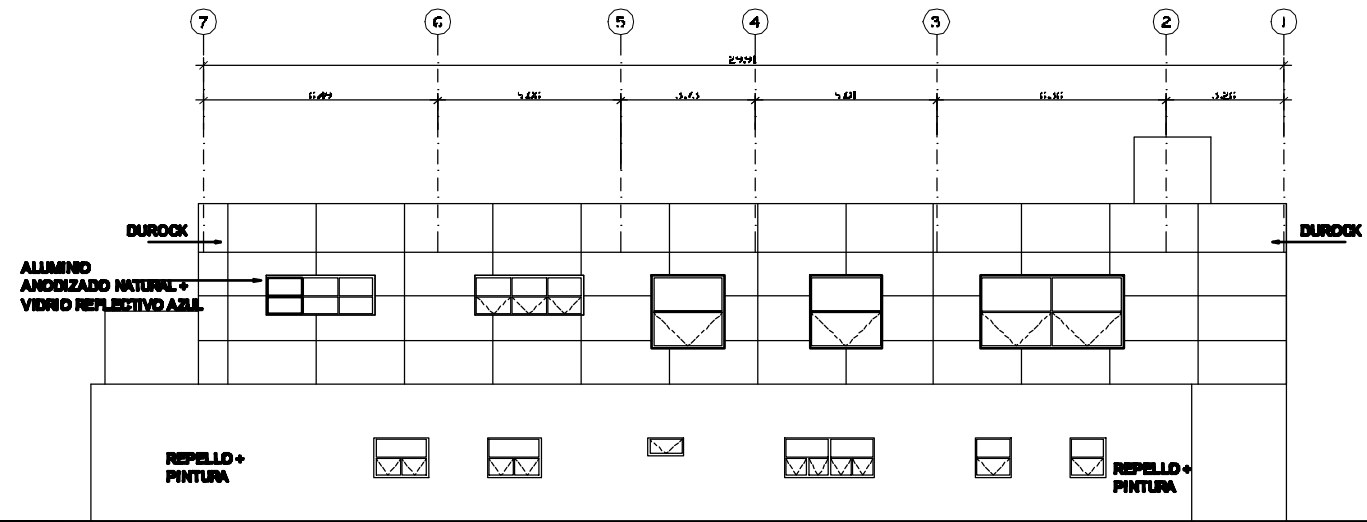
1/200

PROYECTO:	MIRIAM ALEGRÍA
DESENHO:	MIRIAM ALEGRÍA
ESCALA:	1/200
FECHA:	FECHA

ANTEPROYECTO:  
MERCADO DE ARTESANÍAS Y  
CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL  
TACTIC, ALTA VERAPAZ  
CONTENIDO:  
ELEVACIONES

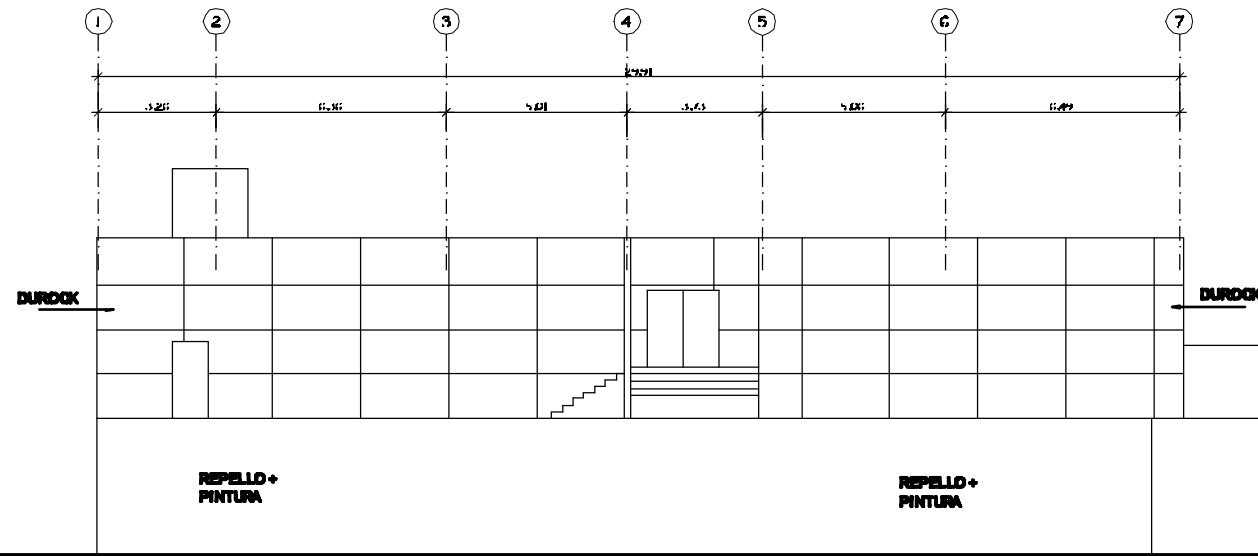
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA





ELEVACIÓN OESTE

1/200



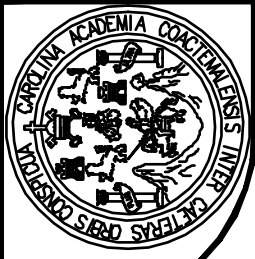
ELEVACIÓN ESTE

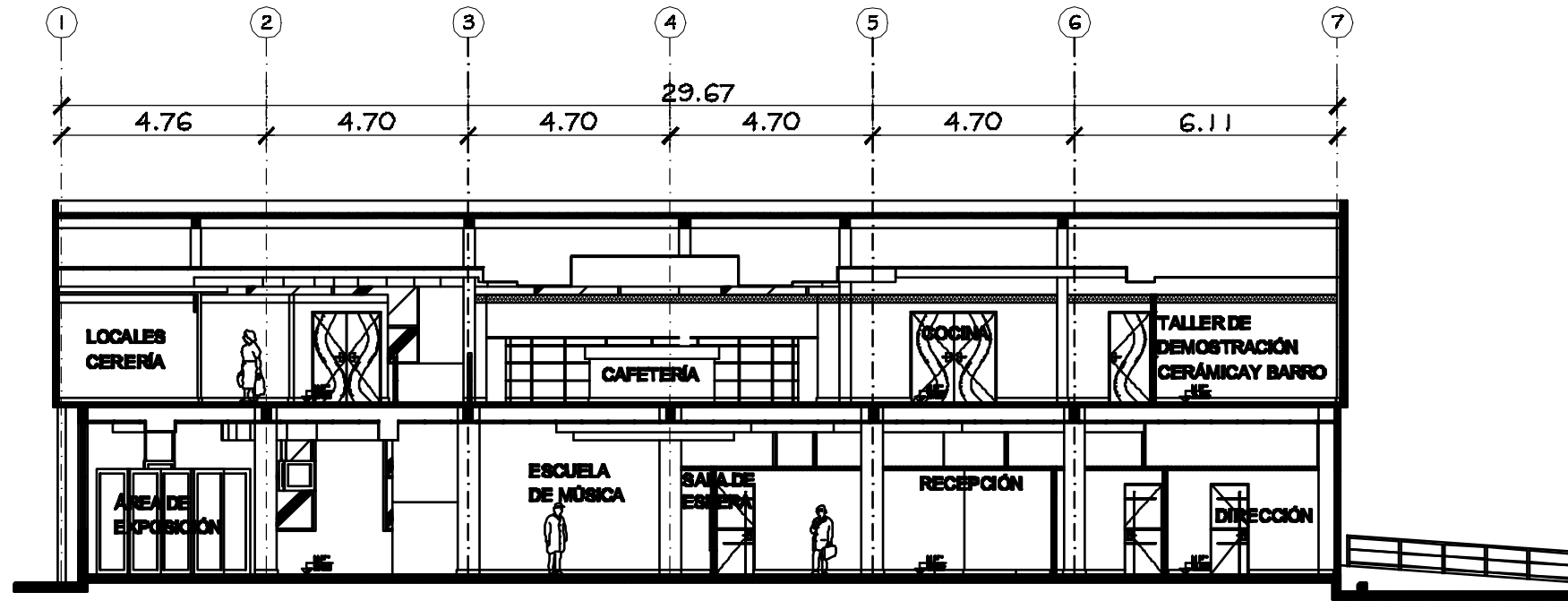
1/200

Diseñó: <b>MIRIAM ALEGRÍA</b>	Fecha: <b>1/200</b>
Dibujo: <b>MIRIAM ALEGRÍA</b>	Fecha: <b>1/200</b>

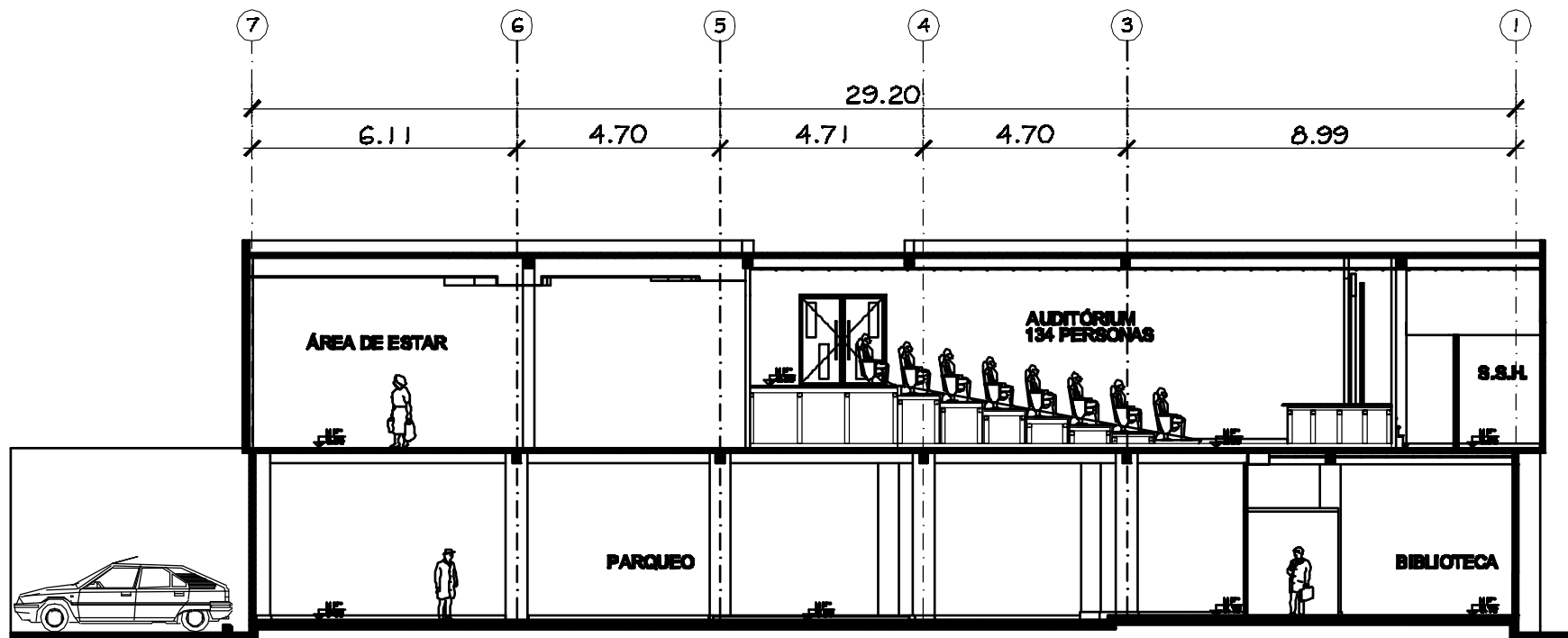
Anteproyecto:  
**MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL TACTIC, ALTA VERAPAZ**  
 Contenido:  
**ELEVACIONES**

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 FACULTAD DE ARQUITECTURA





SECCIÓN A-A'



SECCIÓN B-B'

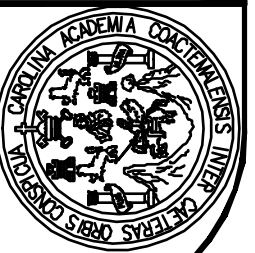


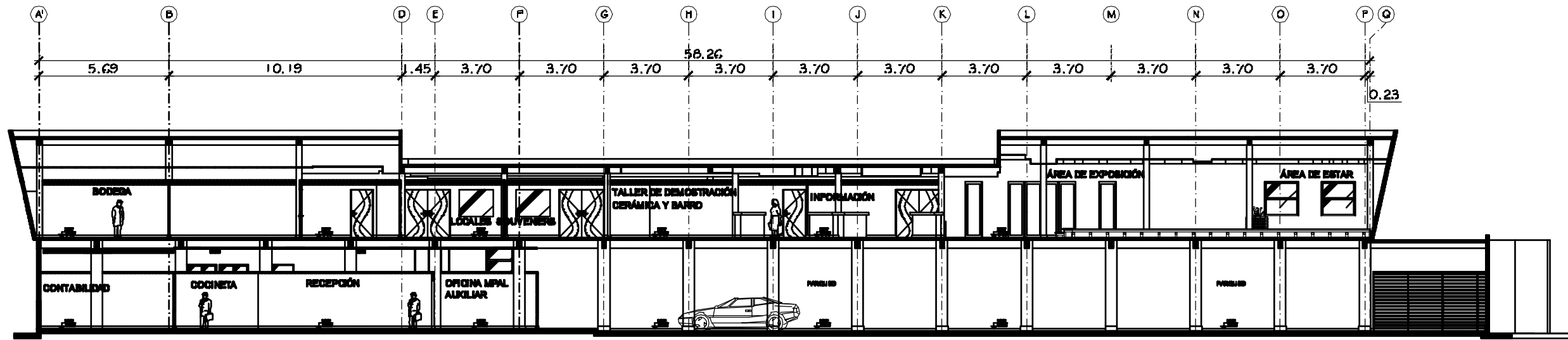
Hoja No:	8	Hoja No:	112

DESCRIPCIÓN:	MIRIAM ALEGRÍA	FECHA:	175
DISEÑO:	MIRIAM ALEGRÍA	FECHA:	

ANTEPROYECTO:	MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL, TACTIC, ALTA VERAPAZ
CONTENIDO:	SECCIONES TRANSVERSALES

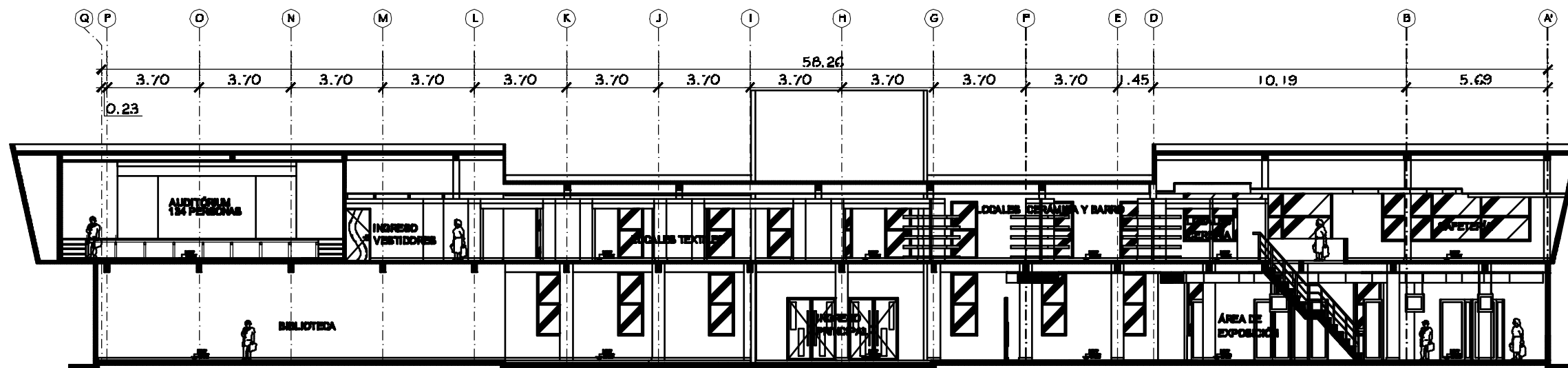
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA





SECCIÓN C-C'

1/200



SECCIÓN D-D'

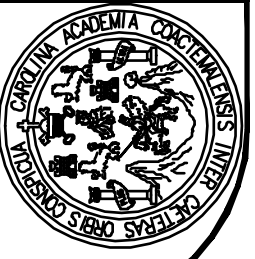
1/200

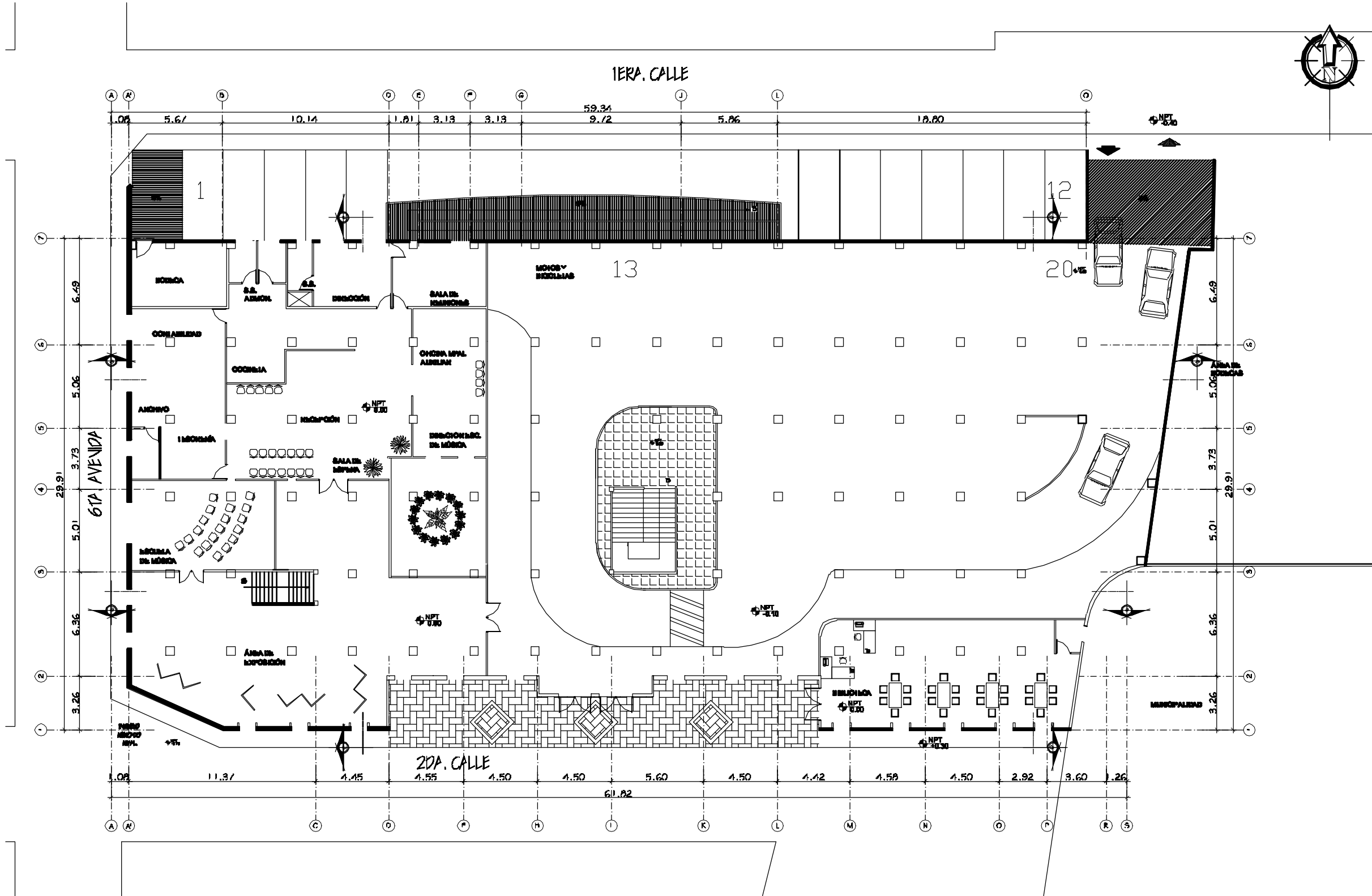
HOJA No:	9	HOJA No:	113
HOJA No:	11	HOJA No:	11

DESENHO:	MIRIAM ALEGRIA	FECHA:	FECHA
DESENHO:	MIRIAM ALEGRIA	FECHA:	FECHA
ESCALA:	1/75	FECHA:	FECHA

ANTEPROYECTO:  
**MERCADO DE ARTESANIAS Y CENTRO DE PROMOCION CULTURAL, TACTIC, ALTA VERAPAZ**  
 CONTENIDO:  
**SECCIONES LONGITUDINALES**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**FACULTAD DE ARQUITECTURA**





PLANTA PRIMER NIVEL MUROS EXISTENTES

ESCALA: 1/250

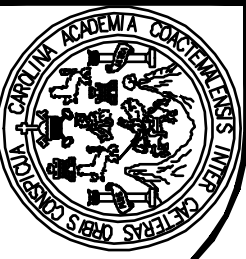
NOMENCLATURA	
	MURO EXISTENTE

Hoja No:	10	Hoja No:	114
----------	----	----------	-----

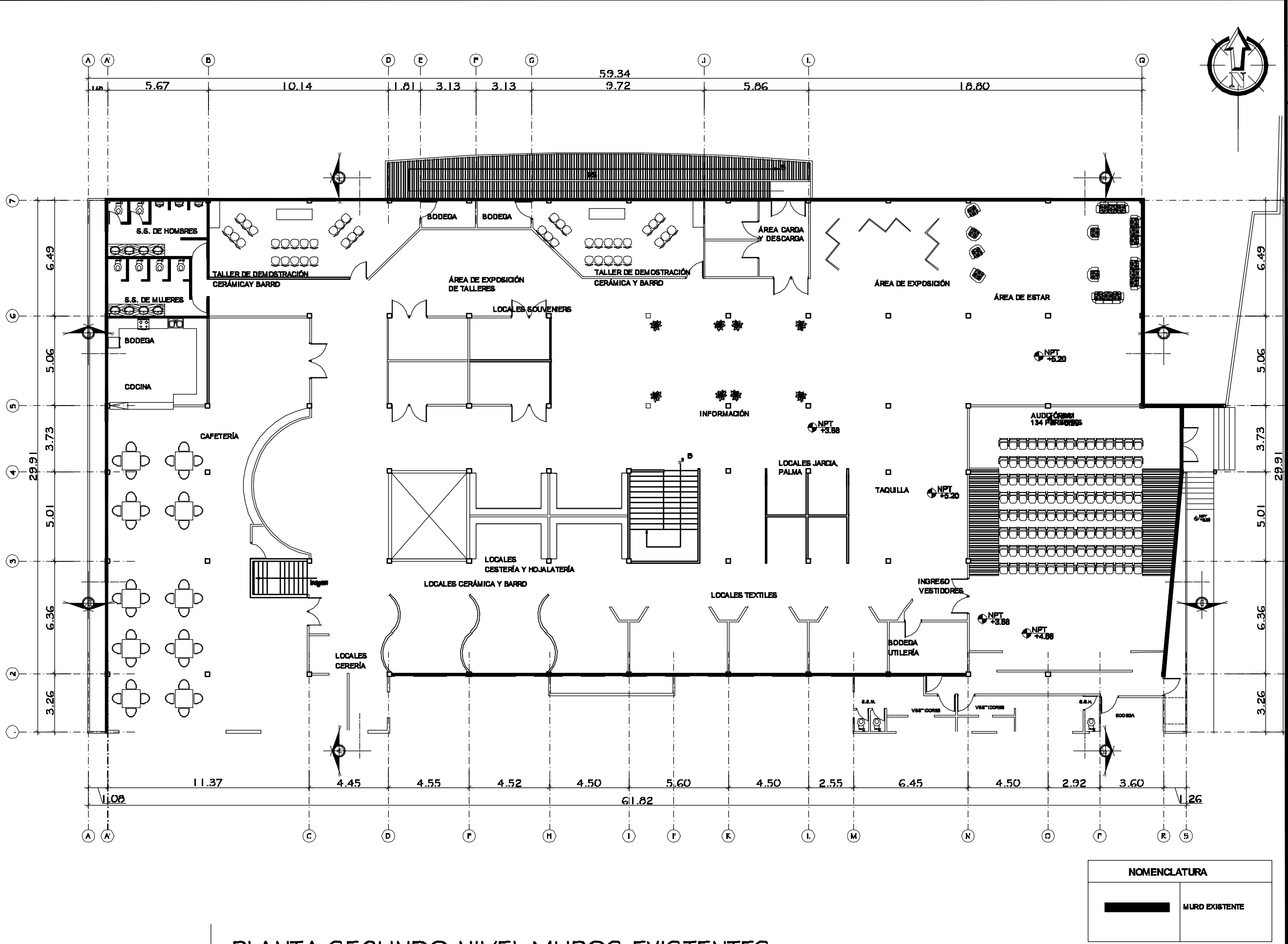
DISEÑO:	MIRIAM ALEGRÍA
DIBUJO:	MIRIAM ALEGRÍA
ESCALA:	1/250
FECHA:	FEB. 2010

ANTEPROYECTO:	MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL TACTIC, ALTA VERAPAZ
CONTENIDO:	PLANTA 1ER NIVEL MUROS EXIST.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 FACULTAD DE ARQUITECTURA





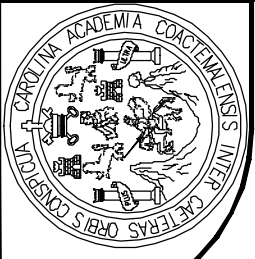


HOLA No: 1115  
 HOLA No: 1111

PROYECTO: MIRIAM ALEGRÍA  
 DISEÑO: MIRIAM ALEGRÍA  
 ESCALA: 1/250  
 FECHA: FEB. 2010

ANTEPROYECTO: MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL, TACTIC, ALTA VERAPAZ  
 CONTENIDO: PLANTA 2DO. NIVEL MUROS EXIST.

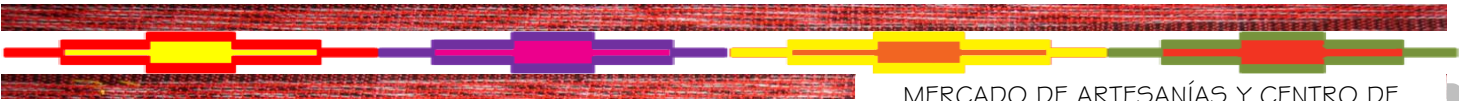
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
 FACULTAD DE ARQUITECTURA



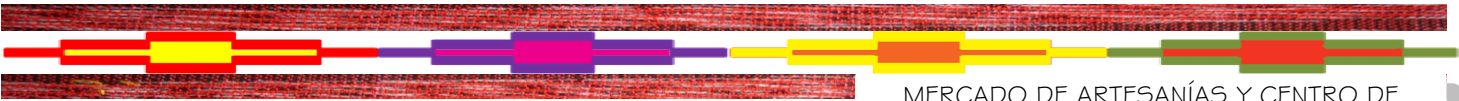
NOMENCLATURA	
	MURO EXISTENTE

PLANTA SEGUNDO NIVEL MUROS EXISTENTES

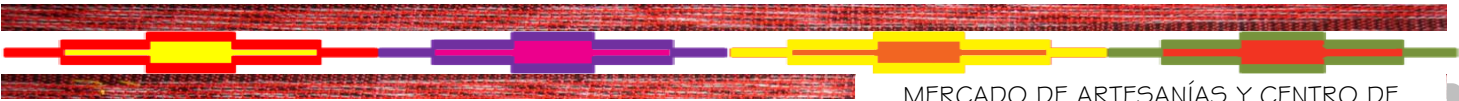
ESCALA: 1/200



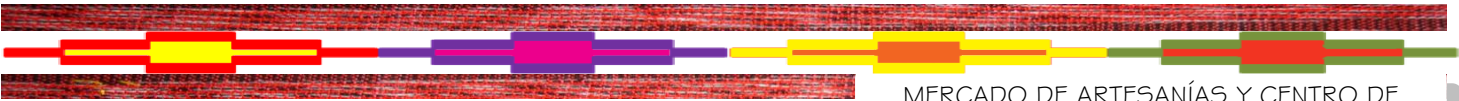
VISTA SUR-OESTE



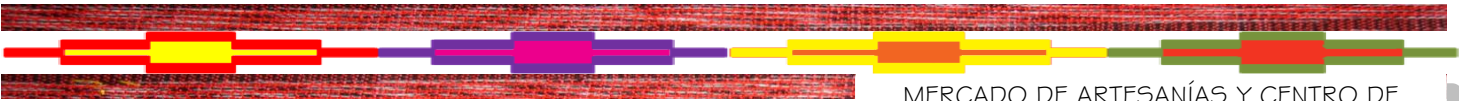
VISTA SUR-ESTE



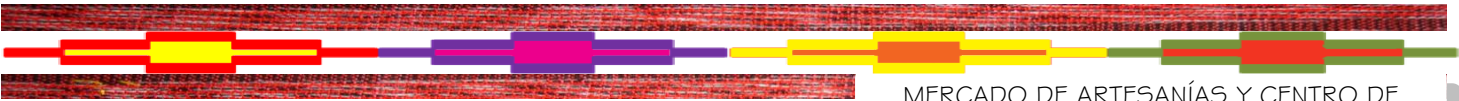
VISTA SUR



VISTA AÉREA



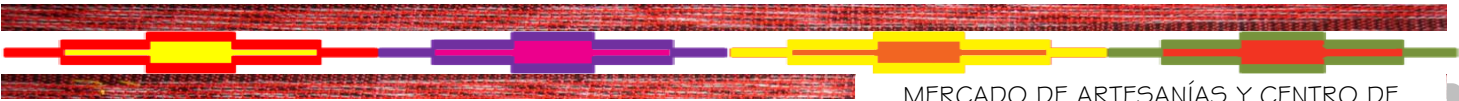
VISTA AÉREA



ÁREA DE EXPOSICIÓN PRIMER NIVEL

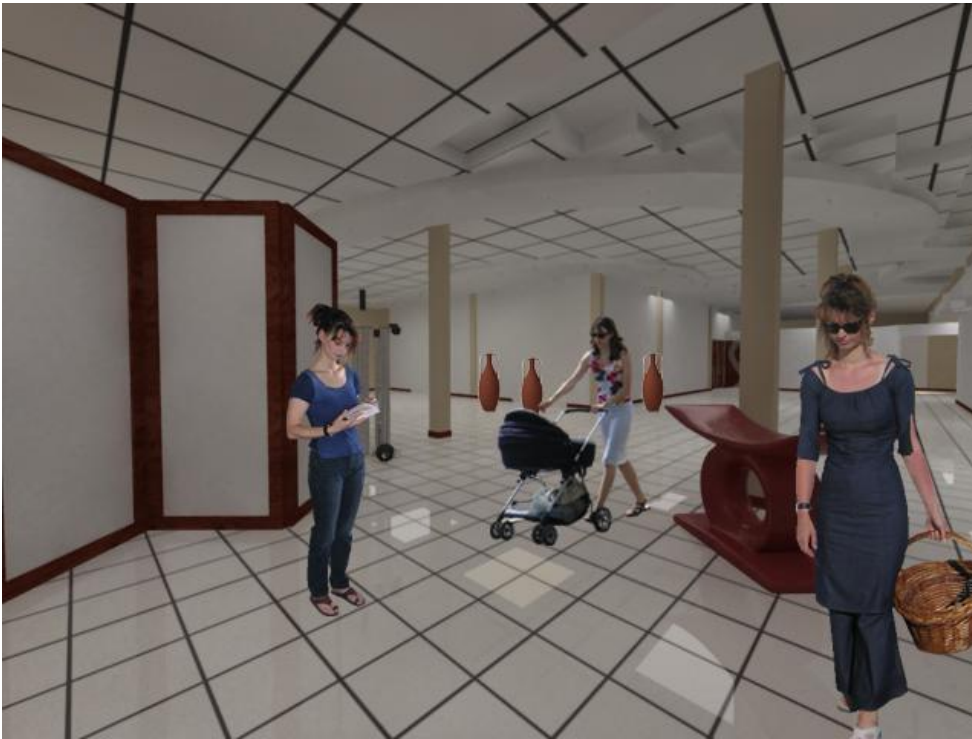


INGRESO ADMINISTRACIÓN

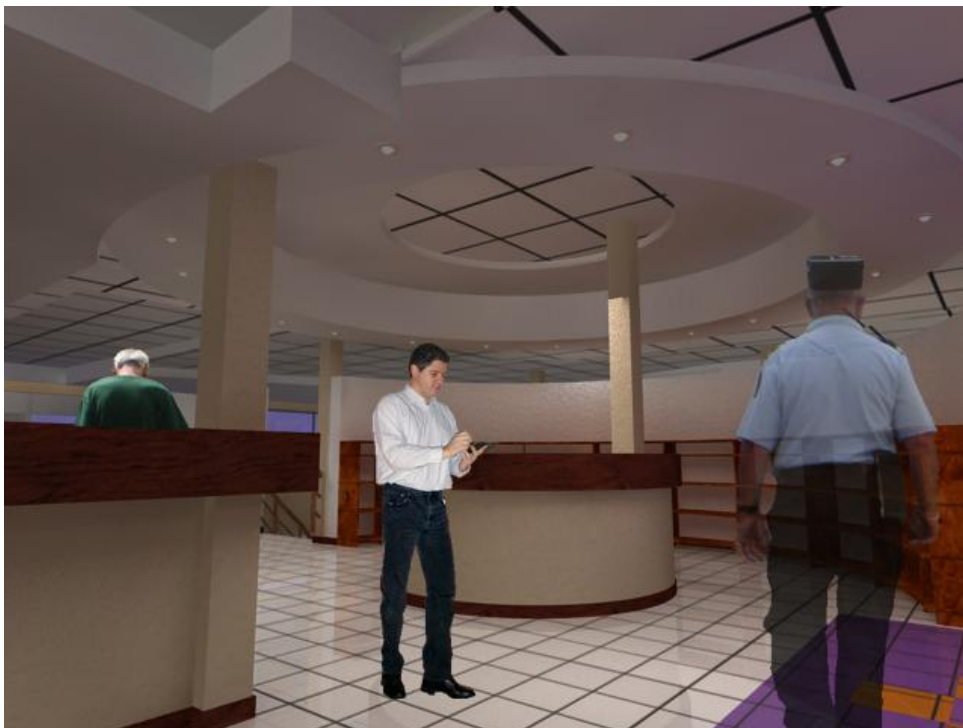


GRADAS HACIA SEGUNDO NIVEL





ÁREA DE EXPOSICIÓN SEGUNDO NIVEL



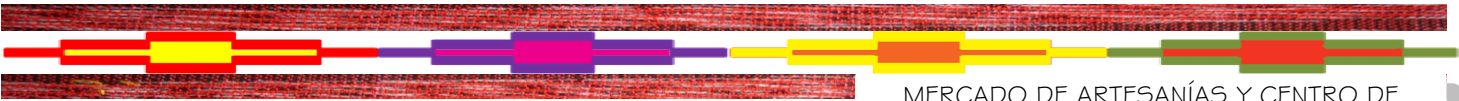
ÁREA DE ESTAR FRENTE A CAFETERÍA



KIOSKO DE INFORMACIÓN



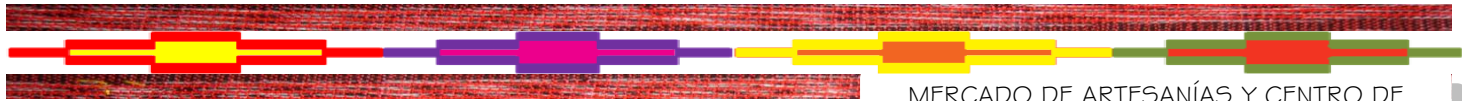
LOCAL ARTESANÍAS JARCÍA Y PALMA



ÁREA DE EXPOSICIÓN DE TALLERES DE DEMOSTRACIÓN



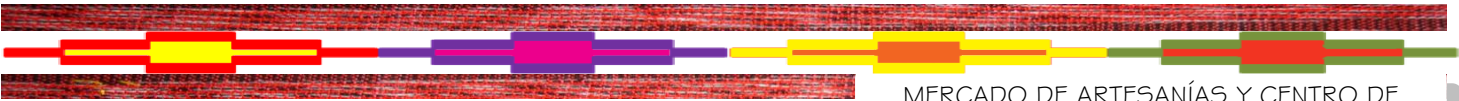
LOCALES DE CERERÍA



LOCALES DE CERÁMICA Y BARRO



LOCALES DE TEXTILES



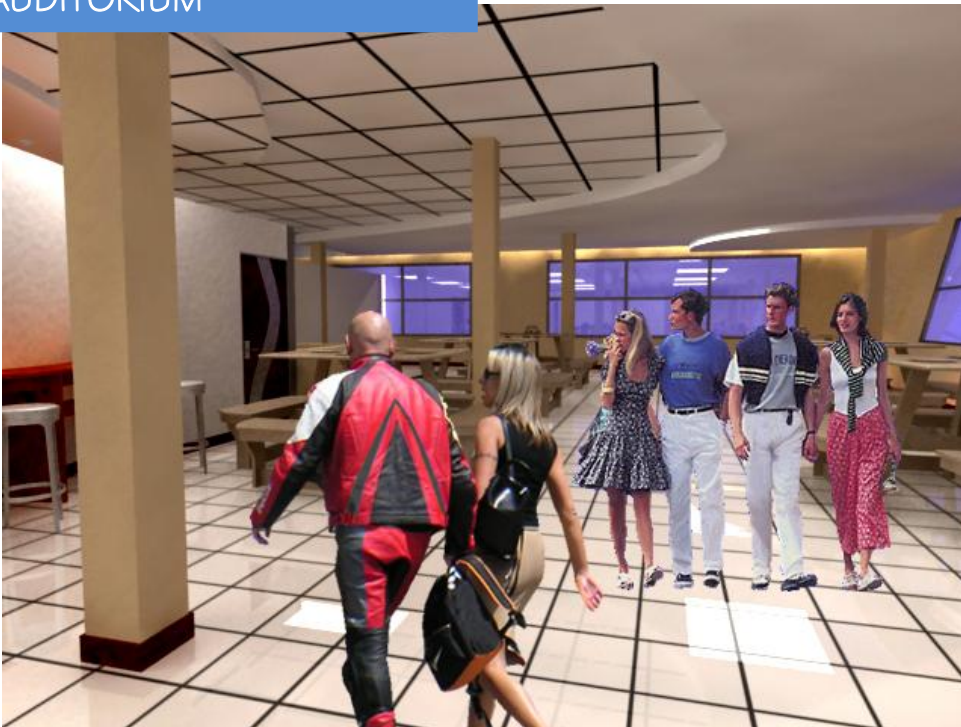
MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL. TACTIC. A.V.



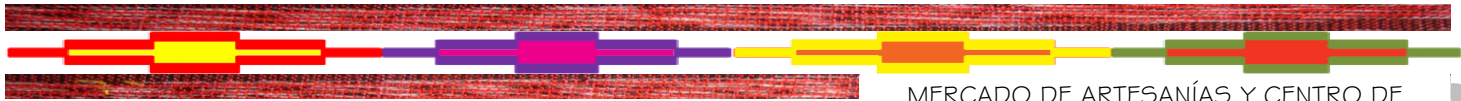
INGRESO AUDITÓRIUM



AUDITÓRIUM



CAFETERÍA



CAFETERÍA



PASILLO HACIA CAFETERÍA





**PRESUPUESTO ESTIMADO**  
**MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL, TACTIC, ALTA VERAPAZ.**

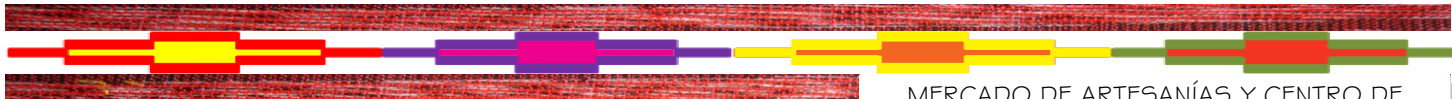
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
<b>1 Trabajos Preliminares</b>				
Demolición de muros mampostería existentes	M <sup>2</sup>	Q 200.00	609.09	Q 121,818.00
Demolición de muros tablayeso existentes	M	Q 200.00	875.15	Q 175,030.00
Extracción de ripio	Global	Q 30,000.00	1	Q 30,000.00
Demolición de gradas	Global	Q 4,000.00	1	Q 4,000.00
Desmontaje de ventanas	M	Q 50.00	109.02	Q 5,451.00
				Q 336,299.00
<b>2 Levantado de muro</b>				
Levantado de muro de block	M <sup>2</sup>	Q 250.00	288.36	Q 72,090.00
Levantado de muro de tablayeso + alisado y pintura	M	Q 450.00	1078	Q 485,100.00
				Q 557,190.00
<b>3 Cubierta</b>				
Armado y fundición losa	M	Q 2,000.00	1746.01	Q 3,492,020.00
				Q 3,492,020.00
<b>4 Instalaciones</b>				
Suministro e instalación de tubería y accesorios para agua potable	MI	Q 75.00	23.04	Q 1,728.00
Suministro e instalación de inodoros y mingitorios	Unidad	Q 900.00	16	Q 14,400.00
Suministro e instalación de lavamanos	Unidad	Q 450.00	15	Q 6,750.00
Suministro e instalación de tubería y accesorios para drenajes	MI	Q 90.00	25	Q 2,250.00
Suministro e instalación de material eléctrico de iluminación	Global	Q 125,000.00	1	Q 125,000.00
Suministro e instalación de material eléctrico de fuerza	Global	Q 75,000.00	1	Q 75,000.00
Suministro e instalación de sistema de audio y sonido	Global	Q 20,000.00	1	Q 20,000.00
				Q 245,128.00
<b>5 Acabados</b>				
Suministro e instalación de cielo suspendido	M <sup>2</sup>	Q 400.00	2691	Q 1,076,400.00
Suministro e instalación de piso cerámico	M <sup>2</sup>	Q 250.00	1931.59	Q 482,897.50
Suministro e instalación de azulejo	M <sup>2</sup>	Q 200.00	96.59	Q 19,318.00
Repello + alisado	M <sup>2</sup>	Q 150.00	2570	Q 385,500.00
Suministro e instalación de durock en fachada	M <sup>2</sup>	Q 250.00	700.06	Q 175,015.00
Suministro e instalación de pintura	M	Q 30.00	4827.5	Q 144,825.00
Madera	Global	Q 20,000.00	1	Q 20,000.00
				Q 2,303,955.50
<b>6 Ventanería</b>				
Suministro e instalación de ventanas	M	Q 500.00	192	Q 96,000.00
				Q 96,000.00
<b>7 Puertas</b>				
Suministro e instalación de puertas interiores	Unidad	Q 1,000.00	26	Q 26,000.00
Suministro e instalación de puertas exteriores	unidad	Q 1,200.00	6	Q 7,200.00
				Q 33,200.00
<b>8 Otros</b>				
Estructura Auditónum	Global	Q 300,000.00	1	Q 300,000.00
Fundición de jardineras	M	Q 100.00	48.79	Q 4,879.00
Limpieza general	Global	Q 5,000.00	1	Q 5,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 7,068,671.50</b>
<b>TOTAL M<sup>2</sup> CONSTRUCCIÓN</b>				<b>7939.87</b>
<b>TOTAL M<sup>2</sup></b>				<b>Q 890.28</b>

## CONCLUSIONES

- En el municipio de Tactic, Alta Verapaz se producen una amplia variedad de artesanías, las cuales actualmente no son aprovechadas al máximo para ayudar a la población a generar mayores ingresos para sus familias. Por lo que a través de una mejor comercialización de estos productos se pueden generar mayores ingresos para las familias y por tanto para el municipio lo cual les permitirá desarrollarse.
- Es necesario que el municipio cuente con un lugar adecuado en donde se desarrollen las diversas actividades culturales, ya que el desarrollarlas en lugares no adecuadas generan la poca participación de la población y por tanto no se identifican con su municipio y valoran sus manifestaciones culturales.
- El municipio de Tactic como todos los municipios de Guatemala cuentan con artesanías características del lugar, que ya forman parte de su cultura, pues con sus características únicas y procesos de fabricación permiten conocer un poco de la historia e identificar ciertos elementos culturales.
- A través del análisis de casos análogos se pueden determinar las características que debe tener el anteproyecto del Mercado de Artesanías y Centro de Promoción Cultural, aprovechando las fortalezas y debilidades encontradas en proyectos ya existentes para no cometer los mismo errores a nivel de función y forma.
- El municipio de Tactic debe iniciar con la promoción de sus aspectos culturales, para no permitir que parte de su historia y características tan particulares en su población se pierdan, ya que perderían parte de su identidad.
- Al aumentar la producción artesanal del municipio por ende se aumenta los ingresos del municipio, lo cual puede generar un desarrollo en el mismo y así ayudar a que la población tenga una mejor calidad de vida para los habitantes.

## RECOMENDACIONES

- Se debe aprovechar la ubicación estratégica que posee el municipio, ya que es una vía de paso para la cabecera municipal de Cobán Alta Verapaz, y adicional a esto ya se inició con la construcción y ampliación del tramo de San Julián hacia Livingston Izabal generando una mayor vía de comercialización al conectarse con la región de Las Verapaces al tener un acceso más rápido y directo.
- Es importante incentivar a la población a través de diversas actividades culturales, para lograr que se identifiquen con su comunidad y su municipio para que así ellos se encarguen de difundir su cultura.
- Se debe promocionar el municipio con los turistas extranjeros que visitan la región de Las Verapaces, aprovechando que al dirigirse a Cobán y otros municipios pasan por el municipio, para que así puedan comprar artesanías del lugar.



MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE  
PROMOCIÓN CULTURAL. TACTIC. A.V.

# FUENTES DE CONSULTA

## FUENTES DE CONSULTA

### LIBROS Y DOCUMENTOS

- Diccionario geográfico de Guatemala. Instituto Geográfico Nacional Editorial Tipografía Nacional 1978 López Cantoral, Carlos S.
- Distribución geográfica de las artesanías de Guatemala. Sub-centro Regional de Artesanías y Artes Populares. Primera Edición, 1990.
- Monografía de Tactic Alta Verapaz. Tactic. Imprenta Éxito. 2da. Edición. Municipalidad de la Villa de Tactic. 1998.
- Pérez Molina, Olga. Artesanías y Producción Artesanal en la Formación Nacional Guatemalteca. Sub-centro Regional de Artesanías y Artes Populares. Primera Edición, 1989.
- NEUFERT, Ernst. El Arte de Proyectar en Arquitectura 12ª. Edición España, Editorial Gustavo Gili 1979N Gall, Francis
- Neutze de Rugg, Carmen. Diseños en los Tejidos Indígenas de Guatemala. Editorial Piedra Santa. Segunda reimpresión 1993.

### LEYES

- Código Municipal
- Constitución Política de la República de Guatemala, Sección Segunda, Cultura
- Ley de Protección y Desarrollo Artesanal Decreto No. 141-96
- Reglamento de Construcción

### ENCICLOPEDIAS

- Monreal, José Luis. Enciclopedia Autodidáctica Océano Color. Océano Grupo Editorial, S.A. Barcelona, España 1995

## TESIS

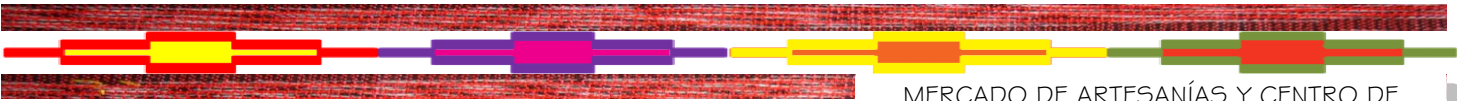
- Arenales, Elena. “Centro Cultural de Coatepeque”. Tesis de grado. Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. 1991.
- Argueta Cifuentes, Mauricio. “Centro Cultural Municipal de Salamá”. Tesis de Grado. Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, 1995.
- De León Vega, Kelvyn Moisés. “Anteproyecto Arquitectónico Centro Cultural de Arte Sololateco en Sololá, Sololá” Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Noviembre 2007.
- Jerez Yol, Sofía Marcela. “Centro Cultural para el Fomento y la Conservación de la Cultura Pocomchí en Tactic, Alta Verapaz”. Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Noviembre 2005
- Monterrozo Roche, Sandy, Marroquín Gramajo, Laura Ninet. “Centro Integrado de “Servicios Municipales” Gualán-Zacapa”. Guatemala Julio del 2004
- Salazar Castellanos, Mariano Ramiro. “Centro de Desarrollo y Mercado de Artesanías, Lanquín Alta Verapaz”. Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Noviembre 2005.
- Vega Lobos, José Antonio. “Mercado de Artesanías de Livingston” Municipio de Livingston, Izabal. Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Noviembre 2007

## OTROS

- [www.inforpressca.com](http://www.inforpressca.com)
- [www.infocoban.com](http://www.infocoban.com)
- [www.infoarteanias.com](http://www.infoarteanias.com)
- [www.laguadeguatemala.com/mapa.php?mapa=altaverapaz](http://www.laguadeguatemala.com/mapa.php?mapa=altaverapaz)
- <http://municipalidaddetactic.com>

## INSTITUCIONES CONSULTADAS

- Biblioteca Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala
- Biblioteca de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala
- Instituto nacional de estadística, 1994. Monografía del Municipio de Tactic, Alta Verapaz. Guatemala. 10 p.
- INGUAT, Instituto Guatemalteco de Turismo
- Municipalidad de la Villa de Tactic, Alta Verapaz
- Ministerio de Cultura y Deportes, Sub-centro Regional de Artesanías y Artes Populares



MERCADO DE ARTESANÍAS Y CENTRO DE PROMOCIÓN CULTURAL. TACTIC. A.V.

# ANEXOS



IMPRÍMASE



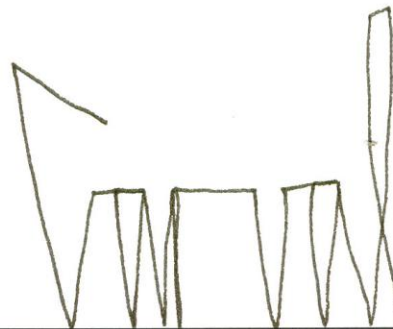
MIRIAM LUCÍA ALEGRÍA BARRIOS

SUSTENTANTE



ARQ. GABRIEL BARAHONA

ASESOR



ARQ. CARLOS VALLADARES CEREZO

DECANO  
FACULTAD DE ARQUITECTURA