

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**MODELO DE ORGANIZACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA  
LOS PRODUCTORES DE ARTESANÍAS DE CINCHOS DE  
CUERO ORIENTADO HACIA LA COMERCIALIZACIÓN EN  
EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA**

**CASO DE ESTUDIO:  
PRODUCCIÓN ARTESANAL DE CINCHO DEL MUNICIPIO  
DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ**

***LEONEL ANGEL RAYMUNDO RAYMUNDO***

MAZATENANGO, AGOSTO DE 2002.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**MODELO DE ORGANIZACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA  
LOS PRODUCTORES DE ARTESANÍAS DE CINCHOS DE  
CUERO ORIENTADO HACIA LA COMERCIALIZACIÓN EN  
EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA**

**CASO DE ESTUDIO:  
PRODUCCIÓN ARTESANAL DE CINCHO DEL MUNICIPIO  
DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ**

**TESIS**

Presentada a las autoridades del Centro Universitario del  
Suroccidente de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

***LEONEL ANGEL RAYMUNDO RAYMUNDO***

Previo a conferírsele el título de

**ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

En el Grado Académico de

**LICENCIADO**

MAZATENANGO, AGOSTO DE 2002.

**EXAMEN GENERAL PRIVADO APROBADO POR EXONERACIÓN  
EN ACTA No. 20-97 DE FECHA 9 DE OCTUBRE DE 1,997**

**ASESOR DE TESIS**

Lic. José Alberto Chuga Escobar

**NOTA:** “Únicamente el autor es responsable del contenido y opiniones sustentadas en la tesis”.

## **ACTO QUE DEDICO**

A DIOS:

Creador Supremo, porque Él es el origen de la Sabiduría y la Inteligencia.

A MIS PADRES

**Rufino Raymundo Chocoj**

Cuyo recuerdo no se perdió en la oscura y triste noche del olvido. Se alza triunfante en las metas que alcanzo.

**Antonia Raymundo Osorio**

Para que sepa que no ha sido en vano su esfuerzo.

A MI ESPOSA

**Antonia Tolchá Santos**

Por su amor y comprensión para poder alcanzar y compartir este triunfo.

A MIS HIJOS:

**Kevin Alexander y Arlyn Mishell Raymundo**

Como estímulo y motivación para que también alcancen su meta, que espero sea superada en el futuro.

A MIS HERMANOS:

**Ing. Agr. Elías Raymundo Raymundo**

Por ser parte importante de motivación en mi vida.

**Matea Elizabeth y Br. Antonia Adelaida Maribel**

Para que este triunfo alcanzado sea fuente de motivación.

A:

**LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS DE SAMAYAC**

Por brindar su apoyo incondicional.

A:

**La Universidad de San Carlos de Guatemala.**

AL:

**Centro Universitario de Sur Occidente.**

A:

**La Carrera de Administración de Empresas.**

**La Unión Europea. Proyecto de Apoyo a la Artesanía PROART y CEDART**

**La Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales AGEXPRONT.**

## **RECONOCIMIENTO**

Mi más sincero agradecimiento:

**Al Lic. José Alberto Chuga Escobar**

Asesor Principal del presente trabajo de Tesis, por las orientaciones proporcionadas en la preparación de la presente.

**Al Lic. Bernardino Alfonso Hernández Escobar**

Por su apoyo y orientación en la preparación de la Tesis.

**Al Lic. César Augusto López Guitrón (QEPD)**

Por su apoyo moral para la ejecución de la misma.

**Al Lic. José Flavio Miranda Morales**

Por su apoyo en la selección del tema.

**A todos los catedráticos de Administración de Empresas**

Por ayudarme y colaborar en mi formación profesional.

**Al Lic. Joaquín Cordeiro**

Por su apoyo en la capacitación de Artesanías de Guatemala a través del Proyecto de Apoyo a la Artesanía PROART de la Unión Europea.

**Al Lic. Julio Miranda**

Encargado de la Comisión de Artesanías de Quetzaltenango, CEDART por su colaboración incondicional en la ejecución de la Tesis.

**A la Licda. Mary Paz Gonzalez-Mullet**

Diseñadora Industrial del Proyecto Apoyo a la Artesanía PROART- UNION EUROPEA. Por su ayuda y apoyo en la ejecución de este trabajo.

**Al Lic. José Felipe Martínez Domínguez**

Por su espíritu motivador y colaborador en la redacción de la presente tesis.

**Al Lic. Luis Roberto Rabanales Molina**

Por motivarme a seguir con la tesis.

**Al Lic. José Aquilino Marroquín Navas**

Por su apoyo moral para la ejecución de este trabajo.

**A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS DE SAMAYAC**

Este trabajo es parte de todos nosotros y para el beneficio y desarrollo del municipio de Samayac, Suchitepéquez y todo el país.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA



Centro Universitario de Suroccidente  
C U N S U R O C  
Apartado Postal 606  
Mazatenango, Suchitepéquez  
e-mail: usacmaza@usac.edu.gt

Mazatenango, 08 de Agosto de 2002

Señores:  
Consejo Directivo  
Centro Universitario de Suroccidente  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Edificio.

Señores del Consejo Directivo:

De conformidad con las normas establecidas en la Universidad de San Carlos de Guatemala, y como requisito previo para optar al título de Administrador de Empresas en el grado Académico de Licenciado, someto a su consideración el trabajo de tesis titulado: **"Modelo de Organización y Capacitación para los productores de Artesanías de Cinchos de Cuero Orientado hacia la Comercialización en el Mercado de La Unión Europea"**.  
**Caso de estudio: Producción artesanal de cincho del municipio de Samayac, Suchitepéquez.**

Agradeciendo la aprobación que se le dé a la misma, me es grato suscribirme.

Atentamente,

T.A.E. Leonel Angel Raymundo Raymundo





Centro Universitario de Suroccidente  
C U N S U R O C  
Apartado Postal 606  
Mazatenango, Suchitepéquez  
e-mail: usacmaza@usac.edu.gt

Mazatenango, 14 de marzo de 2002

Ingeniero

**Rafael Armando Fonseca Ralda**

Coordinador del Comité de Tesis

Carrera de Administración de Empresas

Centro Universitario del Sur Occidente

Universidad de San Carlos de Guatemala.

Estimado Ingeniero:

En atención al nombramiento emitido por el Comité de Tesis, de fecha 17 de Noviembre de 1998, donde se me nombró Asesor Principal del Trabajo de Tesis de la Licenciatura en Administración de empresas del TAE. Leonel Angel Raymundo Raymundo, carné 8840238 del tema: **"Modelo de Organización y Capacitación para los productores de Artesanías de Cinchos de Cuero Orientado hacia la Comercialización en el Mercado de La Unión Europea"**. Caso de estudio: Producción artesanal de cincho del municipio de Samayac, Suchitepéquez.

Me permito hacer de su conocimiento que dicho trabajo **HA CONCLUIDO**, mismo que llena los requisitos académico-científico exigidos por las leyes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y del Centro Universitario del Sur-occidente y dando cumplimiento al Artículo No. 24 del Normativo para la Elaboración de Tesis. Que estipula **"LA PRESENTACIÓN Y DEFENSA DEL INFORME DE TESIS,"** sobre el cual basado en el Artículo No. 24.3 otorgo el:

### **"DICTAMEN DE APROBACIÓN"**

Y acompañado de los otros requisitos anotados en el mencionado artículo, el estudiante presenta el Informe para el cumplimiento de la Realización (Art. 24-4) y Evaluación (Art. 24-5), previo a la sustentación del Examen Público correspondiente.

Atentamente.

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

LIC. JOSÉ ALBERTO CHUGA ESCOBAR  
ASESOR PRINCIPAL

c.c. Coordinador Carrera  
Estudiante.  
Archivo.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA



Centro Universitario de Suroccidente  
C U N S U R O C  
Apartado Postal 606  
Mazatenango, Suchitepéquez  
e-mail: usacmaza@usac.edu.gt

Mazatenango, Such. 05 de Agosto de 2002

Ing. Agr.  
Edgar Guillermo Ruiz Recinos  
Director Centro Universitario de SUROCCIDENTE  
Edificio

Señor Director:

Atentamente nos dirigimos a usted, para informarle que habiéndose cumplido todo lo estipulado en el Normativo para la elaboración de Tesis de Grado de la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, este Comité de Tesis de acuerdo al Artículo 25º ha recibido la carta correspondiente del Asesor Principal en donde consta habersele efectuado al trabajo las enmiendas recomendadas en la expresión oral por la terna evaluadora, por lo que APRUEBA el informe final del trabajo de tesis titulado: **"Modelo de Organización y Capacitación para los productores de Artesanías de Cinchos de Cuero Orientado hacia la Comercialización en el Mercado de La Unión Europea"**. **Caso de estudio: Producción artesanal de cincho del municipio de Samayac, Suchitepéquez**, elaborado por el T.A.E. Leonel Angel Raymundo Raymundo, carne 8840238, y lo traslada a ese Organismo para la orden de impresión correspondiente.

Sin más que agregar, nos suscribimos de usted,

"Id y Enseñad a Todos"

Lic. Jaime Morales Godínez  
Secretario Comité de Tesis

Vo.Bo.

Ing. Ind. Rafael A. Fonseca Balda  
Coordinador Comité de Tesis

cc. Asesor Principal  
Coordinador Carrera  
Estudiante  
Archivo





Centro Universitario de Suroccidente  
C U N S U R O C  
Apartado Postal 606  
Mazatenango, Suchitepéquez  
e-mail: usacmaza@usac.edu.gt

Mazatenango, 11 de marzo de 2002

Licenciado:  
José Alberto Chuga Escobar  
Asesor Principal de Tesis  
Centro Universitario de Sur Occidente

Respetable Licenciado:

De conformidad con las normas establecidas en la ley orgánica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y como requisito previo para optar al título de Administrador de Empresas en el grado académico de Licenciado, someto a su consideración el trabajo de tesis titulado: **"Propuesta de un Modelo de Organización y Capacitación a los productores de Artesanías de Cinchos de Cuero Orientado hacia la Comercialización en el Mercado de La Unión Europea"**. Caso de estudio: Producción artesanal de cincho del municipio de Samayac, Suchitepéquez.

Agradeciendo la aprobación que de a la misma, me suscribo.

Atentamente.

TAE. Leonel Angel Raymundo Raymundo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA



Centro Universitario de Suroccidente  
C U N S U R O C  
Apartado Postal 606  
Mazatenango, Suchitepéquez  
e-mail: usacmaza@usac.edu.gt

Mazatenango, 01 de Agosto de 2002

Licenciado:

Alvaro Gutiérrez Gamboa  
Presidente Terna Evaluadora  
Centro Universitario de Sur Occidente  
Pte.

Respetable Licenciado:

De conformidad con las correcciones y sugerencias emitidas por el tribunal examinador en la presentación de la tesis **"Modelo de Organización y Capacitación para los productores de Artesanías de Cinchos de Cuero Orientado hacia la Comercialización en el Mercado de La Unión Europea"**. Caso de estudio: **Producción artesanal de cincho del municipio de Samayac, Suchitepéquez, de fecha 25 de julio.**

Presento a usted y a la honorable terna evaluadora las correcciones efectuadas como requisito previo para optar al título de Administrador de Empresas en el grado académico de Licenciado.

Agradeciendo la aprobación que de a la misma, me suscribo de ustedes.

Atentamente.

TAE. Leonel Angel Raymundo Raymundo

c.c. Estudiante.

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE**

**AUTORIDADES**

**M. V. LUIS ALFONSO LEAL MONTERROSO                      RECTOR**  
**DR. CARLOS ENRIQUE MAZARIEGOS MORALES              SECRETARIO**

**MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL CUNSUROC**

**ING. AGR. EDGAR GUILLERMO RUIZ RECINOS              PRESIDENTE**  
**LICDA. MARINA ILIANA CERVANTES DE MARTÍNEZ      COORDINADORA  
ACADÉMICA**

**REPRESENTANTES DOCENTES**

**LIC. MIGUEL ANGEL OROXOM COBAQUIL                  COLEGIADO No. 2598**  
**LICDA. GLADYS FLORISELDA CALDERÓN CASTILLA      COLEGIADO No. 1613**  
**M.V. EDGAR ROBERTO DEL CID CHACÓN                  COLEGIADO No. 0488**

**REPRESENTANTE GRADUADO DEL CUNSUROC**

**ING. AGR. CARLOS ARTURO ESTEBAN GARCÍA              COLEGIADO No. 2387**

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

**ANA JOSEFA CASTAÑEDA LINARES                          CARNÉ No. 9740528**  
**JOSE ANTONIO FRANCISCO AGUILAR BOLAÑOS              CARNÉ No. 200140906**

## **COORDINACIÓN ACADÉMICA**

**LICDA. MARINA I. CERVANTES DE MARTÍNEZ**

**COORDINADORA ACADÉMICA**

**LIC. BERNARDINO A. HERNÁNDEZ ESCOBAR**

**COORDINADOR ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS**

**LIC. LUIS CARLOS MUÑOZ LÓPEZ**

**COORDINADOR TRABAJO SOCIAL**

**LIC. MAURICIO CAJAS LOARCA**

**COORDINADOR PEDAGOGÍA**

**ING. QCO. ALDO ANTONIO DE LEÓN FERNÁNDEZ**

**COORDINADOR INGENIERÍA EN  
ALIMENTOS**

**ING. AGR. NERY NICOLAS FIGUEROA GUERRA**

**COORDINADOR AGRONOMÍA  
TROPICAL**

**LIC. LUIS ROBERTO RABANALES MOLINA**

**COORDINADOR ÁREA SOCIAL  
HUMANISTA**

**LIC. EDUARDO ARTURO ESCOBAR RUBIO**

**COORDINADOR CIENCIAS  
JURÍDICAS Y SOCIALES**

# ÍNDICE GENERAL

---

	PÁGINA No.
RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
PARTE I	
ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
3. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO	2
4. METODOLOGÍA EMPLEADA	2
5. OBJETIVOS DE LA TESIS	3
5.1. OBJETIVO GENERAL	3
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
6. MARCO METODOLÓGICO: OPERACIONALIZACIÓN DE LOS OBJETIVOS	4
7. MUESTREO ESTADÍSTICO	7
PARTE II	
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	
CAPÍTULO I	
1. LA ORGANIZACIÓN	8
1.1 LA ORGANIZACIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE CINCHOS	8
1.2 FORMAS DE ORGANIZACIÓN	9
1.2.1 ORGANIZACIÓN DEL TALLER FAMILIAR	9
1.2.2 TALLER OBRERO PATRONAL	10
1.2.3 TALLER COOPERATIVO	10
1.2.4 TALLER ASOCIATIVO URBANO	11
1.2.5 SOCIEDADES DE HECHO	11
1.3 MODELOS DE ORGANIZACIÓN	12
1.3.1 ASPECTOS LEGALES DE LA ASOCIACIÓN Y COOPERATIVA	12
1.3.1.1 MODELO DE ORGANIZACIÓN COMO ASOCIACIÓN	12
1.3.1.2 REQUISITOS ESPECIALES	13
1.3.2 INTEGRACIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA	13
1.4 MODELO DE COOPERATIVA	14
1.4.1 DE IGUALDAD	14
1.4.2 PROPORCIONALIDAD O EQUIDAD	15
1.5 PARÁMETROS DE CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CINCHOS: MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS	15
CAPÍTULO II	
2. PRODUCCIÓN	
2.1 LA PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS DE CUERO, PRODUCTO CINCHO	17
2.2 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA	17
2.3 DISEÑOS DE PUESTOS DE TRABAJO	18
2.4 USO DE LA MATERIA PRIMA Y EL MEDIO AMBIENTE	18
2.5 PRINCIPALES ASPECTOS LEGALES: GENERALIDADES Y REQUERIMIENTOS PARA ALGUNAS MATERIAS PRIMAS	19

2.6	ALMACENAMIENTO DE LOS MATERIALES	20
2.7	INVENTARIO MÍNIMO PARA UN TALLER	20
2.7.1	EL INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	20
2.7.2	EL INVENTARIO DE EQUIPO	21
2.7.3	EL INVENTARIO DE HERRAMIENTAS	21
2.7.4	EL INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	21
2.7.5	EL INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS	21
2.8	ELABORACIÓN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN	21
2.8.1	TIPOS DE COSTOS	21
2.9	ASPECTOS PRINCIPALES DE CALIDAD	24

### CAPÍTULO III

3.	COMERCIALIZACIÓN	
3.1	LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO CINCHO DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ	26
3.2	INCENTIVOS QUE BENEFICIAN A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHO A LA ACTIVIDAD EXPORTADORA	26
3.2.1	INCENTIVOS	26
3.3	PROCEDIMIENTO LEGAL DE EXPORTACIÓN	28
3.3.1	TRÁMITES DE EXPORTACIÓN	28
3.3.2	INSTITUCIONES DE APOYO	29
3.3.2.1	SECTOR GUBERNAMENTAL	29
3.3.2.2	SECTOR PRIVADO	29
3.3.3	DOCUMENTOS OBLIGATORIOS Y OPCIONALES A PRESENTAR EN VENTANILLA ÚNICA PARA EXPORTACIONES DE CINCHOS DE CUERO	30
3.3.4	TIPOS DE TRANSPORTES INTERNACIONALES PARA EXPORTACIÓN	30
3.4	MERCADEO INTERNACIONAL DE CINCHO	31
3.4.1	ELEGIR LA FERIA APROPIADA	35
3.4.2	DISTRIBUCIÓN	37
3.4.3	TRÁMITES Y DOCUMENTOS	39
3.4.4	CATEGORÍA DE TRANSPORTE INTERNACIONAL	39
3.4.5	EMBALAJE, EMPAQUE Y MARCACIÓN	40
3.4.5.1	EMBALAJE Y EMPAQUE	40
3.4.5.2	MARCACIÓN	41
3.4.6	CONDICIONES DE PAGO	41
3.4.7	CONDICIONES DE VENTA EN EL COMERCIO EXTERIOR	42

### CAPÍTULO IV

4.	CAPACITACIÓN	
4.1	CAPACITACIÓN PARA LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS DE CUERO	44
4.2	ÁREAS DE CAPACITACIÓN	44
4.3	CAPACITACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	45
4.4	CAPACITACIÓN EN TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN	45
4.5	CAPACITACIÓN EN LA PROGRAMACIÓN DE LAS ÁREAS DE CAPACITACIÓN	46

## CAPÍTULO V

5.	DIAGNÓSTICO DE LAS ACTIVIDADES DE LOS TALLERES DE ARTESANÍAS DE CINCHOS DE CUERO EN EL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ	
5.1	CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL TALLER	47
5.2	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	49
5.2.1	ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS	49
5.2.2	CAPACITACIÓN	50
5.2.3	ORGANIZACIÓN EN EL TALLER DE PRODUCCIÓN	53
5.2.4	FINANZAS	56
5.2.5	PRODUCCIÓN	58
5.2.6	COMERCIALIZACIÓN	65

## PARTE III

### PROPUESTA

#### CAPITULO VI

6.	MODELO DE ORGANIZACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA LOS PRODUCTORES DE ARTESANÍAS DE CINCHOS DE CUERO ORIENTADO A LA COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA	
6.1	PROPUESTA DE UN MODELO DE ORGANIZACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CINCHOS	69
6.1.1	FORMA DE ORGANIZACIÓN EN LOS TALLERES	70
6.2	PROPUESTA DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	71
6.3	ORGANIZACIÓN EN EL TALLER DE PRODUCCIÓN	80
6.4	FINANZAS	80
6.5	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y CONTROL	82
6.6	VENTAS	83
6.7	PRECIO	85
6.8	PRODUCCIÓN	86
6.8.1	LA MATERIA PRIMA	87
6.8.2	LA MANO DE OBRA	87
6.8.3	LOS EQUIPOS, HERRAMIENTAS Y MÁQUINAS	87
6.8.4	ÓRGANOS DE LA ASOCIACIÓN Y ATRIBUCIONES	88
6.9	COSTOS	93
6.10	REDUCCIÓN DEL COSTO DE MANO DE OBRA	93
6.11	INVENTARIO	101
6.12	PROMOCIÓN	105
6.13	CANALES DE VENTA	106
6.14	PUBLICIDAD	106
6.15	ASPECTOS LEGALES	107
7.	CONCLUSIONES	108
8.	RECOMENDACIONES	110
9.	BIBLIOGRAFÍA	112

## ÍNDICE DE TABLAS

		PÁGINA. No.
TABLA No. 1:	MARCO METODOLÓGICO: OPERACIONALIZACIÓN DE LOS OBJETIVOS	5
TABLA No. 2:	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CINCHOS	16
TABLA No. 3:	PRINCIPIOS DE CONTROL	25
TABLA No. 4:	PAÍSES OTORGANTES DEL SGP	27
TABLA No. 5:	REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA OBTENER LA PATENTE DE COMERCIO Y PODER SER UN EXPORTADOR DE CINCHOS	28
TABLA No. 6:	REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA OBTENER EL NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA NIT	29
TABLA No. 7:	REQUISITOS INDISPENSABLES PARA SOLICITAR CÓDIGO PARA OPERAR CON DIVISAS	29
TABLA No. 8:	FERIAS FAMOSAS E IMPORTANTES EN EUROPA	36
TABLA No. 9:	FERIAS FAMOSAS DE CONSUMIDORES EN EUROPA	36
TABLA No. 10:	CATEGORÍAS DE TRANSPORTE DE UN PAÍS A OTRO: MARÍTIMO, AÉREO Y POR CORREO	40
TABLA No. 11:	PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS	73
TABLA No. 12:	ASPECTOS PARA CHEQUEAR LA COMPETENCIA	84

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 1:	ELABORACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN: CINCHOS TÍPICOS, TALLER ARTESANÍAS LA COBRA, SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ	23
CUADRO No. 2:	ESCOLARIDAD DE LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS	50
CUADRO No. 3:	CAPACITACIÓN DEL ARTESANO	50
CUADRO No. 4:	HORARIO DE TRABAJO DE LOS ARTESANOS DE CINCHOS	53
CUADRO No. 5:	NÚMERO DE LABORANTES EN EL TALLER	54
CUADRO No. 6:	ORGANIZACIÓN ACTUAL	54
CUADRO No. 7:	RAZONES POR LAS QUE NO ESTAN ORGANIZADOS ACTUALMENTE	55
CUADRO No. 8:	MERCADO DONDE VENDEN SUS PRODUCTOS LOS ARTESANOS	65
CUADRO No. 9:	PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADAS DE CINCHOS	80
CUADRO No. 10:	PROPUESTA DEL PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS DE FABRICACIÓN	81
CUADRO No. 11:	PROPUESTA DE FLUJO DE CAJA	82
CUADRO No. 12:	ELABORACIÓN DE PRECIO DE VENTA CINCHO TÍPICO: TALLA 36" DE LARGO X 1 1/4" DE ANCHO, COLOR GEMA	86
CUADRO No. 13:	PROPUESTA DE UN MODELO DE COSTO DE PRODUCCIÓN	100
CUADRO No. 14:	CONTROL DE INVENTARIO	102
CUADRO No. 15:	CONTROL DE INVENTARIO	103
CUADRO No. 16:	CONTROL DE ESTILOS DE CINCHOS	104

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA No. 1:	CAPACITACIÓN EN EL PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN	53
GRÁFICA No. 2:	ORGANIZACIÓN ACTUAL	54
GRÁFICA No. 3:	PATENTE DE COMERCIO	56
GRÁFICA No. 4:	ESTABLECEN MARGEN DE GANANCIA LOS PRODUCTORES DE CINCHO	57
GRÁFICA No. 5:	PRONÓSTICO DE VENTA	63
GRÁFICA No. 6:	ELABORACIÓN DE COSTO DE PRODUCCIÓN	63
GRÁFICA No. 7:	EXPORTACIÓN DE CINCHOS	64
GRÁFICA No. 8:	CANALES DE VENTA	106

## ÍNDICE DE DIAGRAMAS

DIAGRAMA No. 1:	DIAGRAMA DE PROCESO PRODUCTO CINCHO	59
DIAGRAMA No. 2:	PROPUESTA DE DISTRIBUCIÓN DE UN TALLER DE CINCHOS	70
DIAGRAMA No. 3:	DISTRIBUCIÓN DEL TALLER DE CINCHO LAS TORTUGAS	95
DIAGRAMA No. 4:	PROPUESTA DE LA DISTRIBUCIÓN DEL TALLER DE CINCHO LAS TORTUGAS	98

## ÍNDICE DE ESQUEMAS

ESQUEMA No. 1:	ESQUEMA PROPUESTO DE LA ASOCIACIÓN DE TALLERES DE CINCHOS MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPEQUEZ	92
----------------	---	----

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO No. 1:	CERTIFICADO CITES	114
ANEXO No. 2:	LISTADO DE LOS TINTES PROHIBIDOS	116
ANEXO No. 3:	LISTADO DE TINTES SUSTITUTOS	122
ANEXO No. 4:	RECOMENDACIÓN DE TINTES SEGÚN EL TIPO DE SUSTRATO Y SU MÉTODO DE APLICACIÓN	123
ANEXO No. 5:	CERTIFICADO FORMA "A" SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS -SGP-	125
ANEXO No. 6:	CERTIFICADO FORMA "A" CARIBBEAN BASIN INICIATIVE -CBI-	128
ANEXO No. 7:	RELACIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES POR PAÍSES	129
ANEXO No. 8:	GUÍA DE OBSERVACIÓN	135
ANEXO No. 9:	GUÍA DE ENTREVISTA	137

# **R**ESUMEN EJECUTIVO

---

Actualmente, los artesanos productores de cinchos de cuero del municipio de Samayac, Suchitepéquez no cuentan con una organización bien definida y establecida, que permita mejorar la tecnificación de la producción y comercialización de sus productos a mercados internacionales. Los artesanos no exportan directamente sino a través de intermediarios, los que resultan ser los mas beneficiados.

Además, muchos productores no cuentan con capital suficiente para invertir y mejorar su productividad y calidad, pese a que los mercados locales, regionales y nacionales se encuentran saturados con unos cuantos diseños de cincho y otros productos de cuero, algunos han cerrado sus talleres debido a la falta de diversificación de producto y en gran parte al bajo nivel de escolaridad que poseen y porque no cuentan con programas educativos y organizativos para hacer frente a la competitividad de las fábricas que cuentan con maquinaria industrial altamente sofisticada.

Por lo tanto, se trató de implementar un modelo de asociación, de organización y capacitación que permita a los productores de cincho de cuero del municipio de Samayac, comercializar sus productos al mercado de la Unión Europea con la finalidad de mejorar los ingresos económicos de sus familias de quienes se dedican a esta actividad económica. Al mismo tiempo permitirá generar empleo y divisas al país.

Este modelo se presenta como una herramienta que puede ser tomada por cualquier grupo de artesanos debido a que contempla una serie de lineamientos y requisitos para poder exportar. Así mismo, permite orientar a los artesanos en el cálculo de los costos de producción y el establecimiento de ventas.

Además contempla un programa de capacitación que permite al artesano tener un amplio conocimiento de áreas básicas en la comercialización de cinchos, así como un directorio de instituciones que se dedican a capacitar y facilitar las áreas que se citan. Con la propuesta de este modelo se espera que sirva de base y apoyo a los artesanos productores de cinchos del municipio de Samayac. Es importante puntualizar que organizados podrían obtener ayuda o cooperación de parte de la Unión Europea para poder invertir en proyectos de cinchos a largo plazo.

# INTRODUCCIÓN

---

El escenario de los negocios es considerado como uno de los pilares que impulsa la vida económica en general, permitiendo un espacio de libre competencia en el surgimiento de un sector especial de personas, quienes buscan un mejor futuro, no solo dentro de un marco particular, sino además dentro de un planteamiento para potenciar la economía de libre mercado en el ámbito local, regional, nacional y articulado con lo internacional.

Así mismo en el marco del fascinante mundo de los negocios, la globalización económica, como un concepto teórico y práctico, ha permitido el despegue económico y exitoso de algunas empresas; en cambio, otras han ido desapareciendo, puesto que no han sobrevivido ante las exigencias del mercado actual. En este sentido, la tecnología ha desempeñado un papel importante, ya que algunas empresas desaparecieron debido a la nula o escasa capacidad suficiente para actualizarse.

En función a lo anteriormente planteado, algunos propietarios de micro, pequeña y mediana empresa, se resisten a aceptar los cambios y transformar la calidad de sus productos, acorde a las exigencias del mercado que constantemente pide mayor calidad, eficiencia y eficacia en sus productos, y sistemas de producción, es decir que no han sabido aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado ante un contexto de actualización y agresividad dentro del nuevo marco del marketing. Mientras que otros, han actualizado y buscado nuevas oportunidades, se han desarrollado óptima y exitosamente gracias a la creatividad e inteligencia en que han aceptado el desafío ante los nuevos obstáculos que se presentan diariamente.

Pesimistamente en todos estos cambios que se han dado en el contexto del nivel local, municipal, departamental, regional, nacional, los propietarios de talleres de artesanías de cincho del municipio de Samayac del departamento de Suchitepéquez, han sufrido también este caos a pesar de que en varias ocasiones han visto como otras empresas han alcanzado niveles de desarrollo hacia el éxito.

Los propietarios de talleres, han tenido problemas en diversas áreas, entre algunos se pueden mencionar los siguientes:

- (1) La comercialización y venta de sus productos ha disminuido, como consecuencia de la falta de una adecuada organización en la producción, lo que ha repercutido en todos los talleres, desperdiciando de esta manera materia prima; materiales; y tiempo en la fabricación de sus productos.

(2) Ante la falta de implementación de un control en la elaboración de costos y establecimiento de ventas es notorio que no aplican un procedimiento lógico.

La creación de un modelo de organización y un programa de capacitación, permitirá a los productores de artesanías de cincho, aprovechar los incentivos y oportunidades que ofrece el mercado de la Unión Europea en el comercio internacional para la comercialización de sus productos.

Básicamente, la propuesta del programa de capacitación en el manejo de las áreas citadas, bastará para fijar las nociones a los productores que cada día ven el comercio en una forma de obtener ingresos y sobrevivir ante la crisis económica que afronta el país actualmente.

La propuesta del modelo de organización que se describe en el presente trabajo de tesis, es el resultado de un estudio desarrollado en el municipio de Samayac, Suchitepéquez, delimitado temporalmente en los meses de Diciembre, del año de 1,999 a Abril del año 2,000, bajo una muestra de treinta y tres (33) talleres de artesanos productores de cinchos. Con este estudio, se pretendió cooperar ante la solución de problemas que atraviesan los artesanos. El informe contiene tres partes:

- Primera parte: La estructura de la Investigación comprende planteamiento del problema, delimitación del problema, delimitación del estudio: temporal y espacial, metodología empleada, objetivos: general y específico, marco metodológico que contiene: objetivos, variables, unidades de análisis, indicadores, técnicas metodológicas, definiciones operativas y técnicas estadísticas de recolección de datos, procesamiento de la información y muestreo estadístico.
- Segunda parte: Comprende cinco capítulos que aparecen en el siguiente orden: Capítulo I: la Organización; Capítulo II: Producción; Capítulo III: Comercialización; Capítulo IV: Capacitación; y Capítulo V: Diagnósticos de las actividades de los talleres de artesanías de cinchos de cuero y análisis e interpretación de resultados.
- Tercera parte: Propuesta de un modelo de Organización y Capacitación a los productores de artesanías de cinchos de cuero orientado hacia la comercialización en el mercado de la Unión Europea.

Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, bibliografía utilizada como base de la tesis y anexos.

# **P**ARTE I

## ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN

---

### 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los artesanos de cincho de cuero del municipio de Samayac, Suchitepéquez, operan con una escasa y débil organización definida y establecida, que no les permite mejorar la tecnificación de la producción y comercialización de sus productos a mercados internacionales como la Unión Europea; ya que no son exportadores directos sino que trabajan en el ámbito de la comercialización a través de intermediarios, quienes son los que mayormente se han beneficiado.

Por aparte, algunos artesanos no cuentan con suficiente capital para invertir y mejorar su productividad y calidad, pese a que los mercados locales, regionales y nacionales se encuentran saturados con escasos diseños de cincho y otros productos de cuero, lo que ha obligado a cerrar sus talleres debido a la falta de diversificación de producto y además de no poder contar con programas educativos y organizativos para competir con fábricas que cuentan con maquinaria industrial sofisticada y ad hoc a las necesidades que se presentan en la coyuntura actual.<sup>1</sup>

Los artesanos tampoco, cuentan con un programa de promoción y difusión de la artesanía por parte del gobierno e instituciones privadas, así como financiamiento y capacitación empresarial, por lo que el interés es determinar y darle respuesta a la cuestionante siguiente:

¿Cuál es el modelo de Organización y Capacitación que permita a los productores de Cincho de Cuero del municipio de Samayac, comercializar en el Mercado de la Unión Europea?

---

1. Pero por aparte, hay que tomar en cuenta, que los artesanos no tienen un acompañamiento en algunas áreas específicas, para competir en un mercado que requiere no sólo de agresividad comercial, sino además de creatividad artística; por ejemplo: que las artesanías indígenas que fabrican las servilletas y manteles en el municipio de Rabinal, Baja Verapaz, cuentan con apoyo de profesionales Españoles especialistas en Psicología de la Moda y profesionales de la Cooperación Japonesa para Guatemala, que son Sociólogas de la Moda, que han revolucionado los diseños, los colores, estilos y tamaños, en donde han obtenido éxito comercial no sólo en los Gourmet celebrados en la Ciudad Capital de Guatemala, sino en la venta para épocas especiales en España, Italia y Japón. Pero todo ello requiere capacitación, entusiasmo, creatividad, aceptación dócil del cambio artístico cultural y la utilización de técnicas que van incluidos en los paquetes de marketing, como por ejemplo el uso de tecnología sofisticada, articulado con la automatización de oficinas como son: Internet, página web, correo electrónico y Fax.

### 2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

En virtud de que la artesanía de cinchos de cuero desempeña una actividad importante en la economía de los habitantes de Samayac, y debido a la falta de organización y capacitación, tanto en el área Administrativa como de Mercadeo, algunos de los productores (los cuales constituyen la mayoría) han tenido la necesidad de buscar otros mercados, diseñando nuevos productos y diversificándolos, otros productores en cambio se han dedicado a actividades diferentes. A pesar de que los productores de artesanías de cincho de cuero, elaboran otros productos los cuales tienen aceptación en el mercado nacional y regional, estos productos han sido saturados tanto por ellos mismos, como por la competencia de otros productores que residen fuera del municipio, quienes utilizan procedimientos y técnicas más avanzadas que las de los artesanos del municipio de Samayac.

Por lo tanto, la baja en la demanda ha sido notoria puesto que actualmente el mercado exige alta calidad, precios aceptables, entrega a tiempo, etc. Razón por la cual, en la presente tesis se pretende proponer un modelo de organización y capacitación dirigido a los productores de artesanías de cincho de cuero del municipio de Samayac, con la finalidad de aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado de la Unión Europea en el Comercio Internacional, como una plataforma viable para el desarrollo del municipio de Samayac.

### **3. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO**

- 3.1. Temporal: Este estudio se realizó de diciembre del año 1,999 a abril del año 2,000.
- 3.2. Espacial: El estudio se efectuó con los artesanos productores de cinchos de cuero en el municipio de Samayac, departamento de Suchitepéquez.

### **4. METODOLOGÍA EMPLEADA**

Metodológicamente, el camino señala seis tareas fundamentales y diferenciadas, las cuáles consisten en los puntos siguientes:

- 4.1. Establecer un marco teórico que describa elementos y aportes teóricos para posteriormente analizarlos y discutirlos.
- 4.2. Elaboración de la observación y análisis de entrevista para recabar la información necesaria en los talleres de cinchos de cuero.
- 4.3. Definición de las Técnicas: Se emplearon tres técnicas; Investigación bibliográfica para enriquecer

el marco teórico y conceptual, entrevista que permitió obtener la información objeto de estudio y la observación para conocer las condiciones físicas de los talleres.

- 4.4. Recopilación de la información: Se efectuó directamente en los talleres de cinchos seleccionados.
- 4.5. Procesamiento de la Información: Se ordenó, codificó, analizó e interpretó la información obtenida, utilizando equipo de cómputo y los programas de Office 2,000 tales como: Microsoft Word, Excel de Windows, Power Point. También, EPI INFO Versión 6, que permitió ingresar los datos obtenidos de la entrevista y observación para procesarlos y tabularlos.
- 4.6. Redacción del informe final de tesis: se sintetizó la información para la propuesta del modo de organización final.

## **5. OBJETIVOS DE LA TESIS**

### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

El objetivo general que fué la parte fundamental de aprobación de la presente tesis es el siguiente:

Diseñar un modelo de organización y un programa de capacitación que permita a los productores de artesanía de cincho, aprovechar los incentivos y oportunidades que ofrece el mercado de la Unión Europea en el comercio internacional para la comercialización de sus productos.

### **5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Tres son los objetivos específicos, los cuáles fueron los siguientes:

- 5.2.1. Proponer un modelo de organización para la comercialización de cinchos a los productores de artesanías de cuero del municipio de Samayac, Suchitepéquez.
- 5.2.2. Establecer los aspectos legales, tributarios, arancelarios, y procedimientos de exportación para la Artesanía de Cincho de Cuero en el mercado de la Unión Europea.
- 5.2.3. Diseñar un programa de capacitación en: Aspectos Financieros, Costos de Producción, Calidad en el diseño de producto, Búsqueda de Mercados, Producto, Precio, Competencia, Contratos, Formas de Pago, Seguros, Empaque, y Transportes para la comercialización de cincho.

A continuación se detalla el marco metodológico, en donde se verifica la operacionalización de cada uno de los objetivos.

## **6. MARCO METODOLÓGICO: OPERACIONALIZACIÓN DE LOS OBJETIVOS**

El marco metodológico se presenta sobre la base de la operacionalización del objetivo general y los tres objetivos específicos que fueron el eje central del diseño metodológico, en donde se verificó el proceso investigativo de la presente tesis. Para alcanzar esta meta, cada uno de los objetivos específicos estuvo encauzado en el marco de las variables, unidades de análisis, indicadores, técnicas metodológicas de investigación, definiciones operativas y técnicas estadísticas. La exposición operativa se presenta en la tabla No. 1.





## **7. MUESTREO ESTADÍSTICO**

Debido a que no se dispone de información estadística para el universo en estudio (131 artesanos productores de cinchos) se hizo un muestreo probabilístico estratificado considerando el 25% de los casos que equivale a 33 productores, lo cual es un número significativo para el uso de procedimientos de muestreo probabilísticas, según Kinnear y Taylor (1,994:371).

Posteriormente, se usó el muestreo a juicio, donde se observó y entrevistó a productores antiguos en la producción de cinchos para obtener la información fidedigna de las características necesarias que debe tener el informante en la presente investigación.

## CAPÍTULO I

### 1. LA ORGANIZACIÓN

#### 1.1. LA ORGANIZACIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE ARTESANOS DE CINCHOS

Para proponer un modelo de organización a los artesanos productores de cinchos, es necesario que se conozca: la organización con su importancia y ventaja, ¿Qué se debe organizar en la producción?, las formas de organización, modelos de organización, los aspectos legales, y los parámetros de clasificación de empresas.

Se entiende por organización al hecho de ordenar los recursos, de tal forma que las actividades no sean interrumpidas. El intelectual Franklin Linder, anota que la organización es la reunión ordenada de todas las ideas y conceptos que se integran en torno a un pensamiento (1,998:5). Esta disposición de la información hace posible una jerarquización de ideas con una composición definida, mientras que en el criterio de otros autores como: Stoner, Freeman y Gilbert, organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que éstos puedan alcanzar las metas de la organización (1,996:12).

De éstos dos juicios de pensamiento organizativo, se consideró el segundo concepto (Stoner, Freeman y Gilbert) como elementos fundamentales para la elaboración de la presente tesis; debido que la importancia en la organización de los artesanos productores de cinchos, radica en que una vez organizados, permitirá alcanzar todas las metas trazadas y serán capaces de competir en el mercado ofreciendo productos de calidad con costos y precios competitivos. También a través de la organización podrán mejorar la productividad y recibir ayuda o apoyo de otras organizaciones para mejorar sus productos o diversificarlos.

En este orden de ideas, la organización permite: la estructuración de los talleres, la especialización del personal en el trabajo, jerarquizar para definir la línea de mando o autoridad con sus funciones y asignar los puestos y responsabilidades al personal; también en los mismos talleres es necesario entrar a otros procesos como: control, comunicación, delegación, descentralización y desconcentración en el personal, manteniendo con esto la eficacia y eficiencia de los mismos en su conjunto.

Entre los beneficios adquiridos al organizar los talleres se pueden encontrar los siguientes: reducir costos,

simplificar trabajo, alcanzar la estandarización y especialización, integrar sistemas de información, suministrar eficiente información, mejorar el control de las operaciones, implementar nuevos controles, implementar procesamiento de datos, mejorar los ingresos conjuntamente, estandarizar precios de cinchos en el mercado en todos sus estilos y tamaños, competir en el mercado con mayor productividad, y mejores precios, ofrecer productos de buena calidad, buscar nuevos mercados y diseñar nuevos productos.

Por último, en el marco de la producción se debe organizar tanto el recurso humano, material, económico, financiero como el tiempo.

## **1.2. FORMAS DE ORGANIZACIÓN**

El autor Neve Herrera (1,992:78-79), "señala que ocho son las formas de organización de talleres, dentro del gremio artesanal, las cuales son: taller familiar; obrero-patronal; taller asociativo urbano; núcleo artesanal; asociación; corporación; cooperativa; y federación".

Para efectos de la presente tesis, cuatro son las formas de organización de talleres que se presentan en el municipio de Samayac, Suchitepéquez; los cuales se concretan en las formas siguientes:

- Taller familiar.
- Obrero-patronal.
- Cooperativo.
- Asociativo urbano.

### **1.2.1. ORGANIZACIÓN DEL TALLER FAMILAR**

La forma de organización del taller familiar se manifiesta en gran intensidad con los artesanos de este municipio, donde la fuerza de trabajo está integrada por los miembros de la unidad familiar, en la cual unos son de dedicación permanente, y otros, temporal.

En cuanto al desempeño laboral se refiere, la dirección y coordinación del taller o microempresa, corre por cuenta del padre o la madre -jefes de familia-; son ellos quienes organizan el trabajo de hijos, sobrinos u otros parientes que están involucrados en el proceso de la producción.

En determinadas ocasiones, cuando se incrementa la producción por demanda o pedidos, se contrata e incorpora personal; además en las épocas de vacaciones escolares, se integran en el trabajo los menores de

edad de la familia. Las ocasiones en que se incrementa los pedidos de artesanías de cinchos son variables, pero regularmente se contrata personal en los meses de diciembre y enero.

También es necesario tomar en cuenta algunas circunstancias especiales, por ejemplo, se dio la situación que durante el campeonato de foot ball del Mundial de Francia 1998, algunos artesanos diseñaron cinchos típicos con el slogan de las actividades deportivas mundiales. Estos diseños fueron solicitados por intermediarios nacionales para exportar al extranjero y se incrementó durante la época la producción de cinchos.

Sin embargo, en el marco salarial, no existe un sistema de pago monetario estandarizado dentro de los miembros de la unidad familiar y por lo general, la distribución del ingreso se hace según la evaluación de las necesidades de cada uno, hecha por parte del padre y/o la madre en función de la patria potestad. El pago de salario en efectivo se efectúa, generalmente, a los parientes que no corresponden al núcleo familiar y a los particulares.

### **1.2.2. TALLER OBRERO PATRONAL**

Otro tipo de modelo de organización es el taller obrero-patronal, dicha forma de organización consiste en que los medios de producción son de una sola persona, quien puede ser el maestro artesano, u otro productor, quien contrata obreros para su microempresa o taller.

El taller familiar y el obrero-patronal son la base de las otras formas de organización dentro del sector artesanal ya sea la forma asociativa o cooperativa.

### **1.2.3. TALLER COOPERATIVO**

El taller cooperativo es una asociación de artesanos que se unen voluntariamente bajo el lema de "esfuerzo propio y ayuda mutua", con el fin de obtener servicios dentro de un marco de leyes vigentes en el país, como empresa de tipo social y económica al servicio de sus asociados y comunidad.

### **1.2.4. TALLER ASOCIATIVO URBANO**

Mientras el taller asociativo urbano consiste en que los medios de producción no son de una persona, sino que pertenecen a todos los asociados. Este tipo de organización, generalmente, es producto de iniciativas de promoción adelantadas por instituciones estatales y fundaciones. Se enmarcan dentro de objetivos específicos

de tipo social. También se basa, en la conformación de un taller como unidad de producción con su propia gestión administrativa.

Un taller asociativo, por lo regular, es cabeza de una serie de talleres familiares e, inclusive, obrero-patronales. Con esta forma organizacional comienzan las posibilidades de socialización de la relación capital-trabajo. Además este tipo de taller supone dos objetivos indispensables:

- (1) El social, pretende la formación de una comunidad capaz de incrementar su propio ingreso, el cual se logra gracias a la capacitación y asistencia en las técnicas del oficio al que se dedican las personas asociadas, contando con la colaboración de instructores calificados. Para llegar a esta forma de organización, se parte de la promoción de la comunidad para el trabajo y el desarrollo del espíritu comunitario, ya que son condiciones eficaces tanto para lograr altos rendimientos en el trabajo, como para su consolidación.
- (2) El económico, se puede sintetizar de la siguiente forma: reducción de costos de producción por la coordinación laboral; diversificación cada vez mayor de los diferentes productos artesanales dentro de la correspondiente línea de producción; consecución e incremento de un amplio mercado interno o externo, que permita la venta de dichos productos, estableciendo para ellos la demanda. Básicamente, constituye una gran ventaja ésta forma de organización debido a que se aplica a favor de las clases menos favorecidas, como mecanismo de generación de empleo y espacio para el ejercicio en los aspectos administrativos. En algunos casos, los talleres asociativos se presentan como asociación de personas, con el objeto de ser reconocidos por la ley mediante personería jurídica.

#### **1.2.5. SOCIEDADES DE HECHO**

Para agilizar la comercialización de la producción artesanal en Guatemala y puntualmente con el municipio de Samayac y su vinculación con diversas Agencias de Cooperación Internacional (por ejemplo: la Unión Europea), es necesario tomar en cuenta otra forma de organización, que agilice los trámites legales en el mercado dentro del ámbito internacional, como lo son las sociedades de hecho.

Se tienen sociedades de hecho, que han sido pequeñas sociedades económicas con ánimo de lucro, establecidas entre productores o socios. Por lo regular, se organizan entre personas de la etnia indígena directamente comprometidas en cualquiera de las actividades laborales de la sociedad, aun cuando alguno

sobresalga como socio capitalista.

Sobresalen como sociedades de hecho: las sociedades mercantiles según el código de comercio (1,986:6), donde literalmente indica lo siguiente: son sociedades organizadas bajo forma mercantil exclusivamente las siguientes:

- 1°. La sociedad colectiva
- 2°. La sociedad en comandita simple.
- 3°. La sociedad de responsabilidad limitada.
- 4°. La sociedad anónima.
- 5°. La sociedad en comandita por acciones.

### **1.3. MODELOS DE ORGANIZACIÓN**

El objetivo de esta tesis fue definir un modelo de organización para los artesanos productores de cinchos de cuero. Tales como el modelo de organización de asociación y el modelo de organización en cooperativa.

#### **1.3.1. ASPECTOS LEGALES DE LA ASOCIACIÓN Y COOPERATIVA**

##### **1.3.1.1. MODELO DE ORGANIZACIÓN COMO ASOCIACIÓN**

En nuestro medio, en general las asociaciones son un tipo de organización que reúnen a un grupo de personas afines a la actividad artesanal. Se rige por medio de estatutos jurídica y filosóficamente establecidos por los que integran la asociación, con metas comunes.

La asociación está constituida sin ánimo de lucro. Es reconocida por la ley a partir del derecho de asociación consagrado en la Constitución Política de la República de Guatemala, y con base en el artículo 15 y 18 del Código Civil (1,989:3), por medio de la personería jurídica. La aspiración es motivarla, por cuanto es una organización de primer grado, para que se estructure con base en el marco de referencia de los oficios o para su reestructuración interna en función del mismo principio.

Entre los lineamientos para formar asociaciones civiles ordinarias están: constituirse mediante escritura pública o acta notarial protocolizada e integrarse como personas individuales.

Las personas jurídicas pueden constituir asociaciones, siempre que:

- No tengan prohibición estatutaria y la asamblea general lo decida;
- No sean mixtas (personas individuales y jurídicas);
- Sus fines y objetivos sean afines; y
- Acrediten estar inscritas en el Registro Civil correspondiente.

Además de todo lo anterior, sin perjuicio de las formalidades del instrumento público y de los requerimientos legales que la Asesoría Jurídica, que el Ministerio de Gobernación solicita, debe adjuntarse: primer testimonio y fotocopia legalizada del primer testimonio y copia simple legalizada de la escritura matriz.

### **1.3.1.2. REQUISITOS ESPECIALES**

Para formar una asociación cuatro son los requisitos mínimos a tomar en cuenta:

- El número de asociados debe ser mayor al número de los cargos que integran la Junta Directiva.
- Declaración expresa de la voluntad de constituir una asociación civil no lucrativa.
- La aprobación de los estatutos que regirán su actuación y funcionamiento.
- La elección de su junta directiva.

### **1.3.2. INTEGRACIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA**

La junta directiva es el órgano ejecutivo y administrativo de la asociación y se integra con los siguientes cargos:

Presidente;	Vicepresidente;	Secretario;	Tesorero;
Vocal Primero;	Vocal Segundo;	Vocal Tercero.	

### **1.4. MODELO DE COOPERATIVA**

El modelo de cooperativa consiste en la asociación de personas en número variable, que participan para solucionar y solventar su situación económica y se unen para alcanzar objetivos y metas. El ideal de la organización cooperativa tiene como principios la organización socializada de todos los talleres artesanales de Samayac, sobre la base de la igualdad de derechos y obligaciones, y el ejercicio de la gestión de la empresa, a la cual se delegan una o más funciones específicas de tipo económico de interés colectivo, que responden concretamente a las necesidades del individuo en función del grupo. La gestión se debe desarrollar por cuenta y riesgo de sus integrantes con miras al bien común material y moral, mediante la colaboración de todos los

integrantes de la cooperativa.

Se parte del reconocimiento de la similitud de sus necesidades y de la posibilidad de satisfacerlas con talleres colectivos. Su estructura responde a la naturaleza de una empresa común, cuyo objetivo particular es, precisamente, responder a las necesidades económicas de sus integrantes.

En Guatemala, estas organizaciones están regidas por el Instituto Nacional de Cooperativas (INACOP) y la Federación de Cooperativas Agrícolas y Crédito (FEDECOAC), que enmarcan su promoción con los principios universales del cooperativismo.

La organización y funcionamiento de las cooperativas parten de dos reglas que no sólo son características, sino fundamentos, pues de ellas se derivan todas las demás:

#### **1.4.1 DE IGUALDAD**

Dentro de este tipo de asociación, se ha impuesto la regla de igualdad entre sus miembros, sin tener en cuenta las diferencias de razas, religión, opinión política, posición social o contribución a la formación de capital; todos los individuos cuyas necesidades pueden ser satisfechas por los servicios que presta la empresa.

Existe el derecho de vincularse voluntariamente y la obligación de evitar todo cuanto puede ofender a las personas o herirlas en sus convicciones, perjudicando la cohesión de la sociedad. Debe fiscalizar las operaciones y gestiones de las personas encargadas de realizarlas. Por aparte, cualquiera de sus integrantes, de acuerdo con sus capacidades e iniciativa, puede ser elegido y elegir para ocupar diversos cargos directivos.

#### **1.4.2. PROPORCIONALIDAD O EQUIDAD**

Las relaciones de los socios con la empresa se rigen por la regla de proporcionalidad o equidad. Esta se invoca, sobre todo, cuando se trata de establecer los derechos del superávit financiero entre los socios. Después de constituir las respectivas reservas, los superávits de los talleres cooperativos no se reparten entre los socios del mismo modo que las ganancias de una empresa con fines de lucro entre sus accionistas. En la cooperativa se distribuye a cada socio una cuota de superávit en proporción con las operaciones que ha realizado en la cooperativa. Es decir, participan en la distribución exactamente en la medida en que han contribuido al superávit: es lo que se llama retorno o bonificación.

El tipo de cooperativa especializada para esta actividad económica, social y cultural, en este caso es la artesanía de cinchos de cuero.

La clase de cooperativa que se podría aplicar al caso de estudio se ubica en el marco de la producción de cinchos; en este orden de ideas, los principios del cooperativismo son: ingreso libre y retiro voluntario, control democrático, igualdad de derechos y obligaciones, interés limitado al capital, distribución de pérdidas y excedentes, educación e integración cooperativa, así como la neutralidad política y religiosa.

### **1.5. PARÁMETROS DE CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE CINCHOS: MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS**

Para establecer el parámetro de clasificación donde se ubican los artesanos productores de artesanías de cuero del municipio de Samayac, Suchitepéquez, es necesario desarrollar una diferenciación a través de las variables siguientes: microempresas, pequeña empresa y mediana empresa. Para el objeto de la presente tesis, la clasificación de las empresas productoras de cinchos se encuentra detallada de la siguiente manera:

**TABLA No. 2**  
**Clasificación de las empresas productoras de cinchos**

<b>PARÁMETROS</b>	<b>MICROEMPRESAS</b>	<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>	<b>MEDIANA EMPRESA</b>
Empleados	Hasta 5, integración familiar	Hasta 20	Hasta 50
Patrimonio	Hasta Q 20,000.00	Hasta Q 150,000	Hasta Q 350,000.00
Organización	Individual centralizada	Individual y algunas descentralizadas	Descentralización funcional
Tecnología de producción	Rudimentaria	Manual y/o mecánica adaptada	Tendiente a la automatización
Canales de distribución	Directamente del propietario al consumidor final	Del propietario al detallista y consumidor final propietario a consumidor	Diferentes canales de distribución, mayoristas especialmente

Mercado consumidor	Local	Local y regional	Local, regional y exportación
Capacidad gerencial	Experiencia y proceso de capacitación	Experimentado y programa capacitación específica	Aceptable
Solvencia y capacidad crediticia	Numerosos problemas financieros	Escasa	Aceptable, suficiente

Fuente: Gaytan, Hugo. Dr.: Instituto Técnico de Capacitación y Productividad. (INTECAP) s/f.

Después de haber desarrollado el primer capítulo relacionado con la organización, concepto, importancia y ventajas, así como las formas de organización, los modelos y los parámetros de la organización de las empresas, en el siguiente capítulo se desarrollará la producción en la artesanía de cinchos de cuero.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PRODUCCIÓN**

#### **2.1 LA PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS DE CUERO, PRODUCTO CINCHO**

Se sabe que la producción de mayor intensidad en el municipio de Samayac es la elaboración de productos artesanales de cuero, dentro de los productos de mayor importancia resaltan los cinchos. Sin embargo para obtener óptimos resultados en el proceso de manufacturación y en la producción, es necesario tener el proceso en orden lógico y ordenado para llegar: desde los materiales hasta los productos terminados.

Técnicamente, se entiende por producción como: la adición de valor al producto del cincho por efecto de una transformación. Es decir, forma la producción, todas aquellas actividades en que incurre el artesano al momento de producir un cincho, tales como: producir el cuero como materia prima; el corte del cuero; el desgaste de las fajas de cinchos; el trazado de dibujos; la costura del cincho o bordado; la costura de la orilla del cincho; colocación de remaches; pegar la hebilla; entre otros, por lo que es importante que el artesano conozca todas las actividades de la producción para establecer los costos, fijar precios y porcentaje de ganancias.

Entre los aspectos que engloba la producción tenemos: establecer costos de producción; diseñar las actividades relacionadas; mejorar la productividad; establecer los medios necesarios para producir cinchos; y evaluar la forma en que se está produciendo.

Entre las ventajas se encuentran las siguientes: primero, con el hecho de ser artesanos, se obtienen mejores beneficios que en el campo como jornalero, ya que esto lo transforma como un propietario de negocio, sin tener que trabajar en relación de dependencia; segundo, le permite iniciar la empresa con pequeño capital, puesto que los materiales y herramientas que utilizan son mínimos y de bajo valor; y tercero, trabajar en grupo para mejorar la productividad y poder comercializar a nivel nacional o exportar a otras naciones interesadas.

#### **2.2 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA**

La distribución en planta es la forma técnica e inteligente de distribuir u ordenar las diferentes actividades de los talleres de artesanías de cinchos con el fin de lograr el máximo de economía y bienestar de los artesanos durante el proceso de producción.

En el municipio de Samayac, la distribución se da por producto, ya que el proceso que utilizan se centra en un solo lugar, donde a veces el mismo artesano realiza todo el proceso hasta convertirlo en cincho debido a la falta de capital o a veces por la baja demanda en el mercado.

Básicamente, si el proceso de producción está ordenado se puede ahorrar tiempo, trabajo, materiales y dinero que permitirá incrementar las ganancias. Además al tener organizado el trabajo en el taller se logran otros beneficios como: aumentar la producción, mejorar la calidad del producto y crear un ambiente agradable y seguro para los artesanos. Las mejoras en la organización y la programación de la producción pueden tener muy amplias repercusiones tanto en la productividad como en la motivación de los trabajadores.

### **2.3 DISEÑOS DE PUESTOS DE TRABAJO**

En el taller, la mayor parte del trabajo se realiza en puestos en donde los artesanos a diario ejecutan constantemente la misma tarea, ya sea sentados en un banco, silla o parados trazando los cortes en el cuero. Por tal motivo, los beneficios que aporta la introducción de pequeñas mejoras se multiplica en la producción debido en parte a la rotación de puestos y actividades productivas en el trabajo, evitando con ello la fatiga y monotonía laboral.

Por el contrario, las posturas y los movimientos incómodos de trabajo provocan una disminución de la productividad y de la calidad de los productos. En consecuencia, pueden ser beneficiosas algunas mejoras, tales como: la adopción de plantillas, mobiliario y superficies de trabajo fijas o la colocación de los materiales y herramientas en lugares fácilmente accesibles.

### **2.4 USO DE LA MATERIA PRIMA Y EL MEDIO AMBIENTE**

En los últimos años se han promovido leyes para la prevención de daños al medio ambiente. Aparte de reglamentos estrictos en cuanto a la contaminación del aire y el agua, existen reglamentos para proteger animales y plantas que están en peligro de extinción (Anexo No. 1). En los países europeos, el comercio de ciertas especies de animales y plantas están restringido o totalmente prohibido. Según el Manual del Exportador, hay una lista de especies en peligro de extinción establecida en el acuerdo de Washington o el certificado sobre la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestre -CITES-, es extendido para las especies, producto y subproductos contenidos en los apéndices de dicha Convención, donde debe presentarse el original y fotocopia que es respetada por la mayoría de los estados (1998:27). En la Unión Europea rige una legislación estricta para llevar a la práctica las medidas convenidas en el acuerdo de Washington.

Estos reglamentos son mencionados en el marco teórico, porque algunos artesanos usan pieles de animales o plantas como materia prima para tallar, tejer o crear su artesanía de cinchos. Por ejemplo: piel de reptiles y para curtir el cuero utilizan vegetales como pinabete y encino, para los cuales hay prohibiciones por la ley CITES. Si los artesanos tratan de establecerse en el mercado europeo de artesanías, tienen que conocer que algunos artículos de ciertos materiales no pueden ser introducidos en el mercado europeo.

A lo cual existen tipos de pieles y cueros, que son materias primas típicas afectadas por las leyes europeas de importación. La ley CITES incluye una lista detallada de especies de animales y plantas sujetas al acuerdo de Washington.

## **2.5 PRINCIPALES ASPECTOS LEGALES: GENERALIDADES Y REQUERIMIENTOS PARA ALGUNAS MATERIAS PRIMAS**

En la Unión Europea se aplican las normas del Sistema General de Preferencias -SGP- para la compra de artesanías a Guatemala (Ministerio de Economía, Ventanilla Unica, Quetzaltenango, sf.)

La ley europea de importación de productos, exige a los países en vías de desarrollo como Guatemala que las artesanías deben ser elaboradas con materias primas que cumplen con el control de calidad, así:

- (1) La materia prima como el cuero debe ser curtido con químicos y los cinchos deben teñirse con colorantes de tintes azoicos avalados por la Unión Europea (Anexos Nos. 2, 3 y 4). Se conoce como tinte azoico a las sustancias químicas (naturales o artificiales) que tienen la propiedad de transferir color a las fibras naturales o artificiales. Entre los fabricantes de reactivos o colorantes se encuentran la BAYER, HISPANOQUIMICAS, CIBA, etc. Estas fábricas son de origen alemán y tienen sus distribuidores en Guatemala.
- (2) El cuero debe llevar la firma de un veterinario autorizado por la Unión Europea, para la parte de suroccidente de Guatemala. El profesional que está autorizado es el médico en Ciencias Veterinarias Dr. José Alirio Loarca Escobar para cinchos.
- (3) El hilo para costurar las orillas de los cinchos, debe ser teñido con tintes colorantes para Europa. En Quetzaltenango existen empresas que elaboran este hilo, entre ellas se

encuentran: fábrica HICEA, fábrica IFIL, entre otras.

- (4) Debe constar la firma de un médico fitosanitario en el control de la materia prima. Para la región del suroccidente, se encuentra el médico en veterinaria Dr. Rudy Barrios quién es el encargado del laboratorio en Quetzaltenango por parte del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación -MAGA-.
- (5) Debe contener la frase "Producto Centroamericano Hecho en Guatemala"; además debe contener la letra "P", que significa: producto elaborado con materia prima eminentemente de Guatemala.

## **2.6 ALMACENAMIENTO DE LOS MATERIALES**

El almacenamiento de los materiales y productos son importantes en todos los procesos de producción. Para el artesano, el mejoramiento de sus sistemas de almacenamiento de los materiales que permite recuperar los espacios desperdiciados, reducir el tiempo que se emplea en buscar los materiales y las herramientas, reducir los costos en capital y simplificar el control de existencias.

## **2.7 INVENTARIO MÍNIMO PARA UN TALLER**

El inventario es: el recuento, el peso, la medida, la anotación y la valuación de artículos como cincho que se tienen en existencia en una fecha determinada. Para cumplir con su objetivo, debe proporcionar una información completa, oportuna y constante de las existencias de la materia prima, materiales, equipo y herramientas de trabajo, productos en proceso y productos terminados que se tiene en el taller para su control.

### **2.7.1. EL INVENTARIO DE MATERIA PRIMA**

Comprende el cuero; la badana; el tinte; el hilo; pegamento; hebilla; remaches y tapa. Para efectuar, un inventario de materia prima es necesario codificar toda la materia prima por orden de importancia, con el objetivo de tener un control sobre los bienes de los talleres.

### **2.7.2. EL INVENTARIO DE EQUIPO**

Comprende máquinas para costurar orillas del cincho; máquina devastadora de cuero; máquina trenzadora de cintas; máquina troqueladora; etc. Es importante codificarlos para tener un control sobre la maquinaria de los talleres.

### **2.7.3. EL INVENTARIO DE HERRAMIENTAS**

Comprende: cuchilla; compás; alezna; etc. También es necesario codificar las herramientas para su control.

### **2.7.4. EL INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO**

Son todos los cinchos que se están elaborando y que aun no han sido terminados; es decir, se encuentran en proceso de elaboración.

### **2.7.5. EL INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS**

Consiste en cinchos elaborados que se encuentran almacenados y que no han sido vendidos. Generalmente los artesanos no mantienen altos inventarios de productos terminados sino bajos, ya que trabajan sobre pedidos del mercado nacional, regional o local.

## **2.8 ELABORACIÓN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN**

Se entiende por costos de producción todos aquellos desembolsos y deducciones necesarios para producir y vender el cincho que ofrecen los artesanos.

Es necesario para los artesanos de Samayac, Suchitepéquez, conocer detalladamente cuanto les cuesta fabricar y vender un producto, ya que algunos talleres se ven con problemas debido a que los artesanos descuidan este aspecto económico. La importancia de los costos es que permiten fijar precios, reducirlos y efectuar mejoras.

Para calcular el costo de un cincho, debe determinarse previamente el costo total del funcionamiento durante un año, asimismo, debe conocer los diferentes tipos de costos que integran el costo total.

### **2.8.1 TIPOS DE COSTOS**

En el taller se encuentra dos tipos de costos: los Costos Directos y los Costos Indirectos.

Los costos directos son aquellos elementos que se convierten en parte de los productos que el

artesano diseña y produce:

- La materia prima como el cuero, la badana, piel de oveja y los materiales como hilo, hebilla, etc. que conforman el cincho se conocen como costos de materia prima y materiales.
- Los salarios y cualquier beneficio al obrero contratado se conocen como costos de mano de obra.

Los costos indirectos son los costos necesarios para el funcionamiento del taller, algunas veces los conocemos como gastos generales.

Ejemplos de costos indirectos:

- Alquileres del local.
- Mantenimiento de herramientas.
- La energía eléctrica, el agua potable y teléfono.
- Los costos del taller (papelería, fotocopias, útiles del taller, etc.)
- Los costos de venta.
- Los costos financieros (intereses de un préstamo).
- Transportes.
- Depreciación.

A continuación en el cuadro No. 1 se presenta el costo unitario de la producción de cincho típico de un pedido de 300 cinchos efectuado al señor Alberto Xiloj propietario del taller "Artesanías la Cobra" del municipio de Samayac, Suchitepéquez:

**CUADRO No. 1**  
**ELABORACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN: CINCHOS TÍPICOS**

**TALLER ARTESANÍA LA COBRA, SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ.**

TALLA 36" DE LARGO X 1 1/4" DE ANCHO, COLOR GEMA				
<b>COSTO DIRECTO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PRECIO</b>
	<b>MEDIDA</b>		<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>			<b>EN Q.</b>	<b>EN Q.</b>
Faja Cuero de Oveja (Badana) 30" largo por 1 1/4" ancho	unidad	1	1.47	1.47
Faja Ribete de Oveja (Badana) 30" largo por 5/8" ancho	unidad	2	0.74	1.48
Faja Alma de Semicuero 30" largo por 3/4" ancho	unidad	1	0.40	0.40
Faja de Textil Típico 30" largo por 1 1/4" ancho	unidad	1	2.81	2.81
Faja Puntero Cuero Res 8" largo x 1 1/4" ancho	unidad	1	0.75	0.75
Faja Puntero Cuero Oveja (Forro) 8" largo x 1 1/4" ancho	unidad	1	1.00	1.00
Faja Tronco Cuero Res 8" largo x 1 1/4" ancho	unidad	1	0.75	0.75
Forro Cuero Res para Hebilla 5" largo x 1 1/4" ancho	unidad	1	0.38	0.38
Pasador Cuero Res 4" largo x 5/8" ancho	unidad	1	0.15	0.15
<b>SUB-TOTAL MATERIA PRIMA</b>				<b>9.19</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>				
Corte Faja Cuero de Oveja	unidad	1	0.03	0.03
Corte Faja Ribete de Oveja	unidad	2	0.015	0.03
Corte Faja Alma Semicuero	unidad	1	0.03	0.03
Aplicar Pegamento Faja Cuero Oveja	unidad	1	0.03	0.03
Aplicar Pegamento Faja Alma Semicuero	unidad	1	0.03	0.03
Unir Fajas Cuero Oveja y Alma Semicuero	unidad	1	0.09	0.09
Corte Faja de Textil Típico	unidad	1	0.03	0.03
Aplicar Pegamento Faja de Textil Típico	unidad	1	0.03	0.03
Aplicar Pegamento Faja Alma Semicuero	unidad	1	0.03	0.03
Unir Faja de Textil Típico con Faja Alma Semicuero	unidad	1	0.09	0.09
Debastar Faja Ribete de Oveja	unidad	2	0.015	0.03
Costurar Ribete a orilla de la Faja de Cincho	unidad	2	0.045	0.09
Troquelar Puntero Cuero Res	unidad	1	0.03	0.03
Troquelar Puntero Cuero Oveja (Forro)	unidad	1	0.03	0.03
Debastar Puntero Cuero Res y Oveja	unidad	2	0.015	0.03
Aplicar Pegamento a Punteros	unidad	1	0.03	0.03
Unir los Punteros	unidad	1	0.09	0.09
Troquelar Tronco Cuero Res	unidad	1	0.03	0.03
Debastar Tronco Cuero Res	unidad	1	0.015	0.02
Corte y Debastado Forro Cuero Res para Hebilla	unidad	1	0.03	0.03
Forrar Hebilla	unidad	1	0.10	0.10
Costurar Forro Hebilla	unidad	1	0.03	0.03
Recortar orilla Forro Hebilla	unidad	1	0.03	0.03
Aplicar Pegamento a Tronco	unidad	1	0.03	0.03
Muesca al Tronco	unidad	1	0.03	0.03
Costurar orilla Pasador	unidad	1	0.01	0.01
Aplicar pegamento al tronco, poner hebilla y pasador	unidad	2	0.03	0.06
Pegar Troncos y Punteros	unidad	2	0.03	0.06
Costurar Puntero	unidad	1	0.06	0.06
Costurar Troncos	unidad	1	0.06	0.06
Sellar y Tallar Cinchos	unidad	1	0.03	0.03
Abrir hoyos de Punteros par	unidad	1	0.02	0.02
<b>SUB-TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>				<b>1.34</b>
<b>VAN</b>				<b>10.53</b>

	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO
	MEDIDA		UNITARIO	TOTAL
			EN Q.	EN Q.
<b>VIENEN</b>				<b>10.53</b>
<b>MATERIALES E INSTRUMENTOS</b>				
Pegamento Faja Cuero Oveja	mililitros	3.785	0.01	0.04
Pegamento Faja Alma Semicuero	mililitros	3.785	0.01	0.04
Pegamento Faja de Textil Típico	mililitros	3.785	0.01	0.04
Pegamento Faja Alma Semicuero	mililitros	3.785	0.01	0.04
Hilo para costurar orillas de la Faja de Cincho	Metros	6	0.015	0.09
Pegamento a Punteros	mililitros	1.8925	0.01	0.02
Hebilla	unidad	1	0.10	0.10
Pin	unidad	1	0.25	0.25
Pegamento Tronco para pegar Hebilla y Pasador	mililitros	1.8925	0.01	0.02
Pegamento Troncos y Punteros	mililitros	1.8925	0.01	0.02
Aceite de Máquina	mililitros	5	0.17	0.85
Aguja	unidad	1	2.00	2.00
<b>SUB-TOTAL MATERIALES E INSTRUMENTOS</b>				<b>3.50</b>
<b>TOTAL COSTO DIRECTO</b>				<b>14.03</b>
<b>COSTO INDIRECTO</b>				
Luz				0.01
Alquiler Local				0.02
Teléfono				0.01
Transporte				0.20
Gastos Administrativos				0.05
<b>SUBTOTAL COSTO INDIRECTO</b>				<b>0.29</b>
<b>COSTO TOTAL UNITARIO CINCHO TÍPICO</b>				<b>14.32</b>

FUENTE: Xiloj, Alberto. Samayac, Suchitepéquez. Diciembre 1,999.

En el cuadro No. 1 de costo de producción, se observan todas las actividades que se desarrollan en la elaboración del cincho típico. Sin embargo, es necesario establecer que el propietario no contempla la energía eléctrica directa que consumen las máquinas para operar y no contemplan el mantenimiento de las máquinas, ni las depreciaciones de la maquinaria y herramientas, los impuestos tributarios, prestaciones laborales y manejo de contabilidad.

Para calcular los costos de producción es importante tomar en cuenta que el producto elaborado reúna la calidad necesaria para poder comercializarlo, por lo que a continuación se mencionan los aspectos principales de la calidad.

## 2.9 ASPECTOS PRINCIPALES DE CALIDAD

La calidad se refiere a lograr productos y servicios cada vez mejores y a precios competitivos.

El encargado del taller es responsable de la calidad de sus productos y de:

1. Establecer los requisitos que debe cumplir el personal.
2. Suministrar los medios para que se puedan cumplir los requisitos.
3. Estimular y ayudar a que den cumplimiento a los mismos.
4. Discutir con los artesanos operarios cualquier problema que se presente, relacionado con la calidad.
5. Solicitar sugerencias para corregir el error o falla pero en forma positiva, sin buscar culpables, de tal manera que el artesano operario piense en: ¿Qué fue lo que causó el problema? en lugar de ¿Quién lo ocasionó?.

De ello es necesario tomar en cuenta los principios esenciales para mejorar la efectividad en los sistemas productivos, mencionándose los siguientes:

**Principio de calidad:** Se debe analizar que el siguiente proceso es el consumidor.

**Principio de control:** planear, hacer, verificar y actuar. La única forma de control total es el autocontrol, como se ilustra en la tabla No. 3.

**TABLA No. 3**  
**Principios de Control de Calidad**

<b>Actuar</b> Ajuste el proceso basado en sus nuevos conocimientos.	<b>Planear</b> Desarrolle un plan para mejorar.
<b>Verificar</b> Estudie los resultados.	<b>Hacer</b> Lleve a cabo el plan

Fuente: Scherkenbach, William W.; 1994; 47.

**Principio Estadístico:** encontrar los hechos y analizarlos para la obtención de beneficio.

Su forma de pensar y actuar deberá estar de acuerdo con:

1. Convertir el “Planear-Hacer-Verificar-Actuar”: en un hábito.
2. Poner en Acción las seis preguntas básicas:
  - ¿Qué hacer? Aumentar la producción de cinchos, mejorar la productividad y bajar los costos. Elaborar solo cinchos o diversificar las artesanías de cuero en cinchos para perros, cinturones para gimnasia, cinchos para ganado, etc.
  - ¿Dónde? en el taller o en una asociación u organización.
  - ¿Por qué? Porque es necesario competir con otros países con mejores precios, productos o diseños.
  - ¿Cuándo? En épocas oportunas como fiestas, exposiciones internacionales, convenciones, entre otras.
  - ¿Quién? Disponibilidad de artesanos como mano de obra y administración del recurso humano.
  - ¿Cómo? Diversificando productos, mejorando la calidad, diseñando nuevos productos y estilos.
3. Empujar activamente hacia la estandarización de cinchos en cuanto a precio, tamaño, estilo, diseño, etc.
4. Controlar las actividades en forma de datos.
5. Controlar los factores cruciales o claves.

## CAPÍTULO III

### 3. COMERCIALIZACIÓN

#### 3.1 LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO CINCHO DE CUERO DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ

Se entiende como comercialización de cinchos: la negociación que se hace al comprar, vender o permutar cinchos a pequeños compradores y mayoristas. El comercio se divide en interno y externo, llámese comercio interno el que se realiza dentro de la misma nación en este caso Guatemala, y el comercio externo o internacional como la actividad de negocio que se desarrolla al cruzar más allá las fronteras nacionales; es decir, de un país a otro que puede ser de exportación o importación de cinchos. En la actualidad, existen incentivos comerciales dadas por el gobierno y por países desarrollados para que tanto los propietarios de micro, pequeños, medianos y grandes empresas exporten sus cinchos al exterior.

#### 3.2 INCENTIVOS QUE BENEFICIAN A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHO A LA ACTIVIDAD EXPORTADORA

##### 3.2.1 INCENTIVOS

Los incentivos significan: la estimulación que favorece las operaciones de exportación de artesanías de cinchos, con el propósito de fortalecer y modernizar el aparato productivo, incrementar las exportaciones y aumentar el ingreso de divisas con la finalidad de lograr un desarrollo en el comercio exterior. Existen dos clases de incentivos, los cuales son: los **internos** y **externos**. Entre los **incentivos internos** se encuentran: El Impuesto al Valor Agregado -IVA- que se aplica en la exención de éste impuesto en las exportaciones de cinchos. Y el régimen cambiario en donde el Banco de Guatemala regula la convertibilidad externa de la moneda nacional, por entrada de divisas en la venta de cinchos o compra de dólares. Por lo tanto, las operaciones de compra y venta de divisas sólo podrán efectuarse a través de los bancos del sistema.

Por otra parte, entre los **incentivos externos** se encuentran: convenios, acuerdos y tratados internacionales de comercio, el intercambio comercial ha propiciado suscripción o firma de diversos convenios bilaterales y multilaterales suscritos por el gobierno de la república para que los exportadores gocen de una serie de preferencias arancelarias que básicamente consisten en una reducción significativa de los impuestos de importación a pagar por el ingreso de los productos al país otorgante de que se trate. Estos convenios son los siguientes:

- (a) El acuerdo general sobre aranceles y comercio de la Organización Mundial del Comercio -OMC- antes GATT y su aplicación en la Unión Europea.
- (b) El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

A continuación se presenta la tabla No. 4 donde aparecen los países otorgantes del SGP.

TABLA No. 4  
Países otorgantes del SGP

Australia	Austria *
Canadá	Estados Unidos
Finlandia	Japón
Noruega	Nueva Zelandia
Suecia	Suiza
Francia *	Hungría
Polonia	Holanda *
Luxemburgo *	Dinamarca *
España *	Irlanda
Italia *	República Checa
Reino Unido *	Grecia *
Eslovaquia	Alemania *
CEI (Comunidad de Estados Independientes antes U.R.S.S.)	Bulgaria

Fuente: Manual del Exportador, 1998: 20.

\* Países de la Unión Europea.

Los países que integran la Unión Europea exigen ciertas normas que forman parte del Sistema Generalizado de Preferencias, donde se considera que la artesanía de cinchos de cuero es originario, cuando las exportaciones hacia las naciones de la Unión Europea, son totalmente elaborados en el país (en este caso Guatemala) con insumos nacionales, condición que se indicará colocando la letra “P” = Productos totalmente obtenidos.

En la Unión Europea los cinchos hechos a mano procedentes de nuestro país, pueden entrar libre de aranceles, aunque sujetos a ciertos límites de cantidad (cuotas arancelarias). Por lo general, todos los artículos de artesanía procedentes de Guatemala pueden ser exportados a los países miembros de la Unión Europea libres de aranceles bajo dos condiciones:

- b.1 Se presenta a las autoridades de aduana un Certificado de Origen (formulario A), contra signado por las autoridades competentes de su país (La Ventanilla Única del Ministerio de Economía o las autoridades de aduana), confirmando que el artículo de artesanía ha sido

producido principalmente en el país (Anexo No. 5 y 6).

- b.2 El límite de cantidad no ha sido agotado todavía por otros exportadores; todas las exportaciones a la Unión Europea que pasan el límite del SGP están sujetas al pago de aranceles.
  
- (c) El acuerdo comercial de la Unión Europea - la convención de LOME - Las artesanías elaboradas a mano como el caso de los cinchos, están completamente cubiertos por la Convención de Lomé y ni siquiera están sujetos a límites cuantitativos. La única precondition para gozar de estas concesiones es la presentación de un Certificado de Origen (formulario A) que ha sido contrasignado por las autoridades competentes en el país (Anexo No. 5).

A continuación se presenta el procedimiento legal de exportación.

### **3.3 PROCEDIMIENTO LEGAL DE EXPORTACIÓN**

#### **3.3.1 Trámites de exportación**

**Trámites previos a los de Ventanilla Única para las Exportaciones, para conformarse como empresa**

#### **A. REGISTRO MERCANTIL (MINISTERIO DE ECONOMÍA)**

TABLA No. 5

Requisitos de Inscripción para obtener la Patente de Comercio y poder ser un exportador de cinchos

PERSONAS INDIVIDUALES
1) Llenar solicitud de inscripción.
2) Presentar cédula de vecindad.
3) Presentar balance de inicio de operaciones o apertura (estado financiero), firmado por un contador. Capital mínimo de Q,2,000.00

Fuente: Manual del Exportador, 1998: 11.

#### **B. SUPERINTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA S.A.T. (Ministerio de Finanzas Públicas)**

TABLA No. 6

Requisitos de inscripción para obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT):

PERSONAS INDIVIDUALES
I. Formulario para inscripción, y actualización de contribuyentes en Número Tributario Unificado (SAT-No. 0011) Superintendencia de Administración Tributaria SAT.
II. Presentar patente de comercio.
III. Cédula sellada por el registro Mercantil.
IV. Solicitud de habilitación de libros (SAT-No. 0051).
V. Solicitud de autorización de impresión y uso de documentos. (SAT-No. 0041).

Fuente: Manual del Exportador, 1998: 12.

### C. DEPARTAMENTO DE CAMBIOS E INTERNACIONAL (Banco de Guatemala)

a) Exportador-Importador Permanente:

TABLA No. 7

Requisitos indispensables para solicitar código para operar con divisas

PERSONAS INDIVIDUALES
1. Solicitud de código para operar con divisas, adjuntar: a) Dos Fotocopias de patente de comercio de Empresa. b) Dos Constancias de inscripción en el Registro Tributario

Fuente: Manual del Exportador, 1998: 13.

Luego de completar los requisitos correspondientes a este trámite, se procede a llenar la solicitud indicada en el numeral uno para obtener el código de exportador e importador, el cual es entregado en 24 horas.

### 3.3.2 INSTITUCIONES DE APOYO

Entre las instituciones de apoyo que cuenta el país se encuentran los sectores público y privado que contribuyen al desarrollo del comercio exterior, los cuales son:

#### 3.3.2.1 SECTOR GUBERNAMENTAL

- Banco de Guatemala.
- Ministerio de Economía.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.
- Ministerio de Finanzas Públicas.

### **3.3.2.2 SECTOR PRIVADO**

- Cámara de Comercio de Guatemala.
- Cámara del Agro de Guatemala.
- Confederación de Cooperativas.
- Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales.
- Otras.

También es necesario que el artesano productor de cinchos tenga los conocimientos básicos de los documentos que debe presentar en la ventanilla única para poder exportar. A continuación se mencionan los siguientes:

### **3.3.3 DOCUMENTOS OBLIGATORIOS Y OPCIONALES A PRESENTAR EN VENTANILLA ÚNICA PARA EXPORTACIONES DE CINCHOS DE CUERO**

Documentos obligatorios:

- a) Tarjeta original de código de importador y exportador.
- b) Formulario Único para la Licencia de Exportación.
- c) Original y copia o fotocopia de la factura comercial .

Documentos opcionales:

- a) Copia de la declaración de ingreso de divisas (forma A-20 135 DC 35) si la forma de pago es anticipada.
- b) Certificado de origen extendidos por la Dirección General de Política Comercial Externa y Cámara de Comercio de Guatemala.
- c) Certificado Fitosanitario firmado por un médico veterinario.

El artesano productor de cinchos debe conocer los tipos de transporte que tiene a su alcance. Por lo tanto, se cita lo siguiente:

### **3.3.4 TIPOS DE TRANSPORTES INTERNACIONALES PARA EXPORTACIÓN**

Se cuenta con el único transporte aéreo denominado Aeropuerto Internacional La Aurora. Y con dos puertos marítimos: el de Santo Tomás de Castilla ubicado en el litoral del Atlántico en el departamento de Izabal y el Puerto Quetzal, ubicado en el litoral del Pacífico del departamento de Escuintla.

Al haber desarrollado la comercialización de la artesanía de cinchos, es necesario comentar la

actividad del mercadeo internacional como: producto, diseño, medidas, peso, etc, para tener un amplio conocimiento en el mercadeo internacional, se explicará a continuación esta actividad.

### **3.4 MERCADEO INTERNACIONAL DEL CINCHO**

El “cincho” es el producto que los artesanos productores de artesanías de cuero ofrecen en el mercado nacional e internacional. El artesano debe tener en cuenta que cada decisión sobre el producto de cincho tiene que ser orientada hacia el mercado y no determinada por factores internos. Algunos artesanos cometen el error fatal de tomar tales decisiones en base a la disponibilidad de materiales o mano de obra, sin tomar en cuenta la necesidad de producir lo que el mercado demanda.

También, es necesario analizar el diseño del cincho, ya que no hay solamente variaciones significantes en la demanda de ciertos productos, sino que además existe demanda de adaptación de productos en sus estilos, puntualmente en cuanto a los colores, tamaños y formas. Considerando el aspecto exterior de un producto, más allá de su función práctica, se habla de diseño. El diseño es un concepto estrechamente relacionado con moda y gusto, y por eso, está sujeto a variaciones regionales de demanda. Para adaptarse a los requisitos de la demanda en Europa, el primer paso siempre es evaluar la actual línea de productos de cincho y examinarlos cuidadosamente, especialmente los siguientes puntos:

- El diseño de los cinchos que se están produciendo por el momento.
- Las variaciones en los tipos de cinchos que producen, es decir los tamaños, colores, formas y estilos.
- La calidad del cincho.
- La cantidad que producen en el presente.
- La cantidad de cincho que podrían producir los artesanos si emplearan todos los recursos disponibles -capacidad de producción-.

El objetivo de este examen es analizar lo que los artesanos tengan por el momento, para posteriormente determinar los cambios que sea necesario desarrollar y con ello satisfacer a sus clientes europeos, tanto en el sentido cuantitativo como cualitativo. Primero, los artesanos tienen que conocer sus límites y con esto, no deben tratar de vender más de lo que realmente pueden producir.

Segundo, el artesano debe revisar siempre la línea de cinchos, debido a que es esencial entender que

no se puede producir simplemente lo que le gusta al productor, sino que tiene que investigar lo que realmente desea el cliente. Bajo esta circunstancia, no tiene ningún sentido invertir dinero y esfuerzo en la producción de cinchos que nadie quiere comprar.

Tercero, es importante conocer las medidas, normas, reglamentos y leyes que rigen en la Unión Europea para las artesanías de cincho. En este orden de ideas, los artesanos deben tener en cuenta que hacer negocios con clientes en la Unión Europea significa un exceso de burocracia. Estos requisitos legales son de especial importancia para la participación en las ferias internacionales. Para ello es necesario conocer unidades de peso y medida. Con excepción de Irlanda y Gran Bretaña, todos los países europeos usan el sistema métrico para unidades de peso y medida, e incluso en estos dos países se entienden las medidas métricas, aunque no se usan en la vida diaria. Las medidas más importantes usadas en el comercio de artesanías se encuentran en la siguiente lista:

- **PESO**

Europa continental: 1 Kilogramo (kg) = 1.000 gramos (g)

Gran Bretaña e Irlanda: 1 pound (libra) (lb) = 16 ounces (onzas) (oz) = 0.4536 kilogramos.

- **LONGITUD**

Europa continental: 1 metro (m) = 100 centímetros (cm) = 1,000 milímetros (mm)

Gran Bretaña e Irlanda: 1 Yard (Yarda) (Yd) = 3 feet (pies) (ft) = 36 inches (pulgadas) = 0,9144 metros.

Cuarto, es necesario que los artesanos conozcan la moda cíclica y los diseños que varían constantemente para la elaboración y comercialización de otros productos en la Unión Europea.

Existe una serie de normas de calidad en EUROPA que tienen que ser cumplidas. Por ejemplo: los llamados *certificados de normas de calidad*, no son obligatorios, pero los distribuidores y consumidores simplemente no van a comprar un producto sin este certificado. En la Unión Europea se está preparando una legislación uniforme de normas que sustituirá las diferentes normas nacionales de los países miembros, pero por el momento todavía conviene observar bien los reglamentos específicos de cada país.

En vista a los frecuentes cambios en la legislación europea, los microempresarios deben tomar en cuenta que no hay una norma uniformada en los distintos países que integra la Unión Europea, por lo tanto las exportaciones se vuelven complicadas, cuando no existe un reglamento general que rige a

cada uno de los países miembros. Por lo que es necesario conocer cada legislación de los miembros de la Unión Europea.

El precio del cincho es importante, ya que se hace necesario tomar en cuenta todos los factores que influyen en las operaciones comerciales y en los costos de producción para calcular su precio, debido a que la venta del mismo generará ingresos que deberá cubrir los costos ocasionados en el proceso de producción y exportación, más un margen de beneficio para el artesano.

Otro de los aspectos relevantes es la calidad, la que constituye un factor importante en la decisión de compra por parte de los clientes; pero además, la percepción de calidad se refiere tanto al cincho en sí, como al aspecto exterior del mismo, es decir el diseño.

En la exportación, especialmente en el área de artesanías, la promoción juega un papel importante ya que es el incentivo a corto plazo destinado a alentar la compra o venta de cinchos.

En cuanto a la venta y promoción del producto, por más eficiente que sea cada uno de los procesos internos de cada taller, el microempresario tiene que satisfacer a los clientes que quieran comprar sus cinchos, y no depender solo del cincho, sino de otros productos como: bolsas, billeteras, etc.

Si los clientes no perciben el taller y su línea de productos como confiables y de alta calidad, comprarán los productos de la competencia. La percepción de parte de los clientes, es la clave para el marketing de los artesanos productores de artesanías de cinchos de cuero. Sin embargo, por el momento, existe escaso contacto directo con el cliente, especialmente en el comercio exterior, de tal manera que, todo tipo de documentos escritos, conversaciones por teléfono y comunicación en las ferias, juegan un papel importante en el establecimiento de negocios con los clientes.

A continuación se explica la forma de cómo preparar el material de promoción para las artesanías de cinchos de cuero a la Unión Europea. Existen tres formas de presentar los cinchos a clientes en el extranjero:

- (1) exposiciones en las ferias comerciales;
- (2) distribución de muestras; y
- (3) distribución de catálogos.

La opción más económica es la creación y distribución de catálogos. Materiales que hasta el presente

los microempresarios de Samayac, Suchitepéquez, no han promovido en los países miembros de la Comunidad Económica Europea, como un instrumento potencial de promoción, información y presentación de los productos.

Para ello es necesario elaborar una lista de precios y cotización por escrito. Y no cambiar los precios, una vez que se haya mandado la lista de precios a un cliente, ya que un cliente que hace un pedido en base a cierto nivel de precios, puede cancelar todo el pedido. En el caso de un aumento de precios, se debe verificar que todos los precios indicados sean correctos.

Por lo tanto, es necesario elaborar una hoja de pedido para facilitarlos y asegurar que los documentos que se reciban sean uniformes. Para esto conviene diseñar un formulario de pedido que se envíe junto con el catálogo y la lista de precios. De esta manera, los clientes llenan los formularios y de nuevo lo envían al productor.

Además es necesario elaborar un diseño de cartas y tarjetas. Las informaciones que deberían figurar en el membrete son las siguientes:

- El emblema del taller, nombre y dirección, número de teléfono, fax y E-mail.
- Los nombres de los artesanos propietarios.
- Lugar de origen.

Sería preferente que el microempresario tuviera conocimientos mínimos de automatización de oficinas para llevar algunos fundamentos básicos como el Kardex y otros elementos de apoyo.

Básicamente, en la elaboración de artesanías de cinchos, es necesario obsequiar o enviar un diseño de carta y tarjeta a un cliente comprador de artesanías. Así mismo, es esencial elaborar un directorio de clientes ya que al elaborarlo, las relaciones comerciales permiten ser duraderas y estables. Al mismo tiempo, se hace imprescindible el contacto frecuente con los clientes, o posibles compradores con los que han entrado en contacto alguna vez en el transcurso de sus actividades de marketing.

El microempresario, debe llevar un fichero de sus contactos comerciales en Europa Occidental, sino

tiene la posibilidad de administrar sus datos por computadora, tiene que hacerlo mediante un sistema de ficheros en los que se archiva la información necesaria. Sobre las empresas específicas en Europa se archivan los siguientes datos: el nombre de la empresa, la dirección, personal de contacto y la correspondencia comercial. Además, debe clasificarse el tipo de cliente para nuevas relaciones comerciales.

Sin embargo, existen ferias comerciales en donde se pueden lograr clientes. Las ferias comerciales constituyen una oportunidad potencial para probar la aceptación comercial del producto antes de iniciar su venta. En este sentido, hay que reconocer que el comercio europeo es famoso por sus ferias comerciales, en base a las cuales los grandes compradores hacen la mayor parte de sus pedidos en el área de artesanías.

Además, las ferias de artesanía en Europa les dan la oportunidad de ver los productos expuestos por sus competidores y adaptar sus propios productos o precios en el caso necesario. Para los participantes la posibilidad de mantenerse al corriente sobre la evolución de productos y la existencia de competidores internacionales, es el principal motivo por el que participan en una feria.

Como las ferias de artesanía son consideradas como la principal “puerta de entrada” a los mercados, a continuación se describe cómo productores y exportadores abordan la organización de su participación en las ferias comerciales de Europa:

#### **3.4.1. ELEGIR LA FERIA APROPIADA**

Esto implica altos costos para poder participar en una feria comercial en un país extranjero, si no es subsidiado por alguna institución. Por esta razón, es esencial seleccionar bien las ferias en las que quiere participar para el mayor provecho. Entre las principales ferias que se realizan están:

- **Ferias comerciales europeas:** se caracterizan por la prohibición de vender mercancías o muestras en el campo de la feria. Las principales ferias se presentan en la tabla No. 8.

TABLA No. 8  
Ferias Famosas e Importantes en Europa

FERIA	CIUDAD	PAIS	FECHA
“Premiere”	Francfort	Alemania	Enero
“Ambiente”	Francfort	Alemania	Febrero
Feria de Otoño	Francfort	Alemania	Agosto
Formland	Herning	Dinamarca	Febrero/Agosto
MIC	París	Francia	Febrero/Septiembre
MACEF	Milán	Italia	Febrero
ISF Feria de Primavera	Birmingham	Gran Bretaña	Febrero
IAF Feria de Otoño	Birmingham	Gran Bretaña	Septiembre
IHM Feria Internacional De Artesanía	Munich	Alemania	Marzo

Fuente: Proyecto de Apoyo a la Artesanía PROART, taller de comercialización de artesanías: Abril 1,999.

• **Ferias de consumidores:** es lo contrario a las ferias comerciales, las ferias de venta directa permiten la comercialización de productos y muestras. Los exportadores pueden tener algunos ingresos vendiendo su mercancía directamente a los consumidores en su stand. La mayoría son consumidores y no compradores profesionales. Estas ferias abiertas al público son especialmente populares en Alemania. Es importante establecer que en ella se observa un mercado maduro donde el consumidor es exigente y está altamente regulado por gustos, leyes y costumbres por lo que es necesario que el artesano obtenga la Certificación de Calidad Internacional para garantizar al mercado de la calidad del producto. También, los artesanos deben asegurarse de no imitar productos de la competencia y respetar los derechos de autor para no violar las leyes internacionales de fabricación de productos (Tabla No. 9).

TABLA No. 9

Ferias Famosas de Consumidores en Europa

FERIA	CIUDAD	PAIS	FECHA
Heim and Handwerk (Hogar y Artesanía)	Munich	Alemania	Diciembre
PDF Feria de Importación	Berlín	Alemania	Junio

Fuente: Proyecto de Apoyo a la Artesanía PROART, taller de comercialización de artesanías: Abril 1,999.

Las actividades preparatorias que se deben tener en cuenta son las siguientes: trámites de reservación, transportistas, reservaciones adicionales, elegir las muestras, cartas de invitación y acciones de propaganda, el transporte de las muestras y los trámites de aduana, el impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) o impuesto de venta y diseñar la imagen de la microempresa.

Durante la feria se debe tomar en cuenta: el idioma, la actitud y la iniciativa del vendedor; también es importante conocer que en las ferias de consumidores se puede vender en el stand, mientras que en las ferias comerciales solo puede recibir pedidos inmediatos; sea de muestras o pedidos reales de exportación en el stand.

De todo lo anteriormente afirmado, cabe citar en que forma se distribuirá el pedido de cinchos, una vez efectuado los negocios con cualquier cliente y tener la orden de compra y pago, es decir la distribución del producto.

### **3.4.2 DISTRIBUCIÓN**

En el marketing no es solamente importante obtener informaciones sobre el producto que quiere el consumidor, sino que es esencial investigar dónde los compran y por qué canal de distribución llegan finalmente al consumidor. Entre los diferentes canales de distribución y su efecto sobre los precios se tiene que: la cadena de distribución en el comercio exterior siempre empieza con el productor que puede ser la misma persona o empresa quien exporta; y termina con el importador que puede ser un mayorista, minorista o una cadena de minoristas.

El importador mayorista puede ser definido como una empresa que importa mercancías y las distribuye a otras organizaciones comerciales, en la mayoría de los casos concesionarios. En este orden de ideas, los mayoristas son el eslabón clave en las cadenas de distribución en Europa Occidental, intervienen en el flujo de todas las mercancías vendidas en el mercado de Europa Occidental. Además se recomienda, presentar a los mayoristas toda su línea de cinchos, considerando la capacidad de producción.

Mientras que los importadores minoristas e independientes, una vez que su taller de venta al por menor llega a cierta dimensión, tienen condiciones de importar parte de sus productos directamente sin el mayorista como intermediario. Como este tipo de minoristas son grandes, pero tienen escasos lugares de venta (por ejemplo: como Harrod's en Londres), los artesanos tienen buenas oportunidades de vender un volumen limitado de sus productos si pueden convencer al minorista de las ventajas de ciertas características del producto cincho.

Los grandes almacenes son representantes típicos de este tipo de distribución, un sistema en el que un gran número de departamentos de productos específicos se encuentran en el mismo edificio. Conviene presentar solamente artículos específicos de cinchos a este tipo de compradores; sin embargo, el

volumen de ventas puede ser numeroso, por lo que conviene indicar los precios escalonados.

De no utilizar los dos anteriores tipos de canales -importador mayorista y minorista-, el artesano podrá utilizar otra opción: tal es la cadena de minorista que constituye como una compañía con numerosas sucursales de venta en una región o todo el país. Generalmente todas las sucursales venden los mismos productos, donde un grupo central de compras organiza la compra de mercancías que después son vendidas en las sucursales. Consecuentemente, los volúmenes de pedidos son relativamente grandes. Esto quiere decir que el artesano debería contactar con una cadena de minoristas únicamente si con su capacidad de producción se puede dar abasto a la demanda de todas las sucursales de esta compañía. Según el grado de especialización de la cadena de minoristas tiene que seleccionar cuidadosamente los productos que quiere presentar a sus departamentos de compras.

Otra forma de distribución son las casas de ventas por correo que trabajan bajo un concepto no conocido fuera del hemisferio occidental. La idea es dar la mayor comodidad posible al consumidor para sus compras. El cliente toma sus decisiones de compras en casa sin poder físicamente ver los productos. El medio de venta son catálogos ilustrados en color y con extensas descripciones de los productos que el consumidor recibe por correo.

El consumidor elige los productos que le gustan del catálogo y hace su pedido por números de referencia. Los artículos elegidos llegan por correo directamente a su casa. Parecido a las cadenas de minoristas, las casas de ventas por correo están al servicio de un gran número de hogares; los volúmenes de pedidos a los productores, y por consiguiente, pueden ser en grandes proporciones. Sin embargo, también existen casas de ventas por correo especializadas en productos de artesanía que compran cantidades perfectamente factibles incluso para productores y exportadores pequeños y medianos.

En el Anexo No. 7, se presenta una lista de posibles importadores y distribuidores de artesanía en países pertenecientes a la Unión Europea. Dichos datos son importantes para los productores de cinchos del municipio de Samayac, Suchitepéquez. Aquí es importante denotar que la información no

solo representa poder, sino además la capacidad de contactar mercados internacionales más específicos.

Otro aspecto importante en la distribución es el medio de transporte y despacho que el productor de artesanía de cinchos de cuero utilice para comercializarlos en la Unión Europea. La forma inmediata y eficaz, es a través del medio de transporte aéreo. Entre las compañías que prestan este servicio se encuentran: CROPA PANALPINA, DHL y UPS, por ser compañías que cuentan con agencias en el suroccidente del país, es decir en Quetzaltenango, lo que facilita a los productores de cinchos del municipio de Samayac, Suchitepéquez por la cercanía.

### **3.4.3 TRÁMITES Y DOCUMENTOS**

Los gobiernos tanto en Guatemala como en el país de destino controlan si cumple con todos los requisitos legales. Además, dentro del sistema de reglamentos del comercio exterior, se cobran aranceles e impuestos. Sin embargo, Guatemala por pertenecer al SGP se encuentra exento de estos impuestos. Para administrar cada transacción comercial en el exterior, cada envío de cinchos a Europa, tiene que ir acompañado por documentos, tales como: factura, lista de embalaje, documento de envío, certificado de origen, documentos especiales de importación y exportación.

### **3.4.4. CATEGORÍA DE TRANSPORTE INTERNACIONAL**

Se pueden distinguir tres principales categorías de transporte de un país a otro: transporte marítimo, aéreo y por correo. Tal como se aprecia en la tabla No. 10.

TABLA No. 10

#### **Categorías de Transporte de un País a otro: marítimo, aéreo y por correo**

	<b>Transporte marítimo</b>	<b>Transporte aéreo por vía aérea</b>	<b>Encomienda</b>
--	----------------------------	---------------------------------------	-------------------

<b>Variabilidad de costos</b>	<b>Baja</b> por el sistema de contenedores estandarizados (según volumen del contenedor)	<b>Alta</b> porque depende del peso (con recargos por volumen)	<b>Media;</b> nivel de costos generalmente alto
<b>Documentación</b>	<b>Lenta</b> y compleja (conocimiento de embarque es también título)	<b>Media</b> (Carta de porte aéreo)	Muy simple
<b>Pago</b>	Antes del transporte	Después del transporte	Antes del transporte
<b>Recogida en el puerto</b>	Difícil	Más fácil	Fácil
<b>Logística al puerto de salida del puerto de entrada</b>	Compleja	Fácil	Muy fácil
<b>Costes adicionales de embalaje</b>	Altos	Bajos	Bajos
<b>Duración del transporte</b>	Larga	Corta	Media
<b>Precios especiales</b>		Líneas aéreas nacionales a veces ofrecen precios preferenciales para mercancías	
<b>Limitación de volumen</b>	Baja	Media	Alta con respecto a tamaño y peso

Fuente: Proyecto de Apoyo a la Artesanía PROART, taller de comercialización de artesanías: Abril 1,999.

### 3.4.5. EMBALAJE, EMPAQUE Y MARCACIÓN

#### 3.4.5.1. EMBALAJE Y EMPAQUE

Es importante establecer el embalaje, empaque y marcación del cincho ya que ningún nuevo concepto de marketing, mejoramiento en la producción o reducción de costos, traerá algún beneficio para la empresa si los artículos de artesanías no llegan a su destino en el mismo estado en el que salieron de la empresa o taller. Ningún cliente está obligado a pagar la mercancía si los productos que el artesano le manda están rotos, perdidos o dañados. Por lo que es conveniente que el embalaje proteja al producto de artesanía contra diversas formas de daños materiales que pueden producirse durante el transporte al mercado, y que pueden consistir en lo siguiente, según el género del artículo: artículos de piel y cuero: humedad excesiva o insuficiente, que traiga consigo la alteración de la flexibilidad de la piel o del cuero; y decoloramiento y manchas. Por lo tanto, es conveniente tomar en cuenta, las siguientes sugerencias:

- Para el empaque, elegir un material apropiado. Para esto el microempresario no debe usar cajas de cartón húmedas y/o rotas.
- Durante el almacenamiento y transporte, las mercancías pueden sufrir grandes variaciones de temperatura y humedad. Especialmente el calor en combinación con humedad es peligroso para la mayoría de los productos. Con ello hay que evitar cambios bruscos y hacer todo lo posible para protegerlos de influencias negativas provocados por el clima.
- No permitir que los artículos individuales se toquen dentro de la caja; para ello hay que empacar con suficiente material de embalaje, entre cada uno de los productos a exportar o comercializar.

#### **3.4.5.2. MARCACIÓN**

La marcación de las cajas de cinchos, es importante para identificar con claridad que van juntos en un suministro y con una sola factura. En este caso, se debe marcar en cada cajón el nombre y la dirección del remitente; y el nombre y la dirección del destinatario. Además, el cliente puede requerir alguna marcación adicional, que debería marcar en cada uno de los cajones para que sea fácil cuando llegue el momento de desempacarlo.

#### **3.4.6. CONDICIONES DE PAGO**

Una de las principales causas de fracaso en el comercio exterior es la negociación incorrecta de las condiciones de pago. Además, en países con monedas inconvertibles, el mismo exportador es responsable de todos los pagos. En este orden de ideas, el gobierno (que recibe monedas europeas y las convierte en la moneda nacional que recibe el exportador) puede imponer multas o quitar licencias de exportación.

Para que el proveedor o microempresario tenga la certeza de que va a recibir el pago por las mercancías suministradas hacia Europa, debe tener el conocimiento y utilizar métodos convenientes y convencionales de pago según las relaciones con el cliente. Existen diferentes formas de pago, en estas se pueden mencionar las siguientes:

- Pago a la presentación de la factura.
- Documentos contra pago.
- Carta de crédito.

Además de especificar cuándo se tiene que efectuar el pago, en el comercio exterior es esencial determinar los canales por los cuales se efectúa el pago. Esto es especialmente importante para los exportadores microempresarios cuya situación económica no permite demoras en el pago.

### **3.4.7. CONDICIONES DE VENTA EN EL COMERCIO EXTERIOR**

Las principales condiciones de ventas en el comercio exterior son conocidas como **INCOTERMS** que los microempresarios deben conocerlos. Los INCOTERMS tienen por objeto establecer una serie de normas internacionales de carácter facultativo para precisar el exacto sentido de los principales términos utilizados en los contratos de venta hacia el extranjero. Uno de los principales cometidos de la Cámara de Comercio Internacional, cuando se estableció en París, en el año de 1,920, consistió en definir y publicar los términos comerciales de mayor familiaridad con una explicación de su significado. El resultado de aquella labor fue el folleto conocido en el presente como **INCOTERMS 1,953**. Entre los más utilizados en Guatemala se encuentran los siguientes términos:

#### **A. F.O.B. LIBRE A BORDO (Puerto de embarque convenido)**

El F.O.B. significa “Libre a Bordo”. El vendedor coloca la mercancía a bordo de un buque en el puerto de embarque convenido en el contrato de venta. El riesgo de pérdida o de daños se transfiere del vendedor al comprador, cuando la mercancía pasa de la borda al buque.

#### **B. C & F COSTO Y FLETE (Indicando puerto de destino)**

El C & F significa “costo y flete”. El vendedor debe asumir todos los gastos necesarios para transportar la mercancía al lugar de destino convenido, pero el riesgo de pérdida o daños de la misma o de cualquier incremento en los costos, se transfiere del vendedor al comprador, tan pronto la mercancía pasa la borda del buque, en el puerto de embarque.

#### **C. C. I. F. COSTO, SEGURO Y FLETE (Indicando puerto de destino convenido)**

El C.I.F. significa “Costo, Seguro y Flete”. En este Incoterm y a diferencia de cumplir con el C & F, el vendedor debe además suministrar un seguro marítimo contra riesgo de pérdida y de daño de la mercancía durante el transporte. El vendedor contrata con el asegurador y paga la prima de seguro. El

comprador notará que bajo el presente término a diferencia del término “Flete/Porte y Seguro pagados hasta” el vendedor esta obligado a cubrir el seguro en condiciones mínimas (llamadas condiciones FPA).

**D. F.O.B. AEROPUERTO (Aeropuerto de partida convenido)**

De acuerdo a este término, el vendedor cumple con sus obligaciones entregando la mercancía al transportista en el aeropuerto de partida. La expresión “FOB” que significa realmente “Libre a Bordo”, no debe tomarse, con relación al transporte aéreo, en el sentido literal, sino como indicando que la palabra siguiente constituye el punto donde termina la responsabilidad del vendedor.

En este orden de ideas, es necesario que los microempresarios tengan conocimientos generales, no sólo en el ámbito técnico-artesanal para la producción de cinchos, sino que es necesario que a mediano plazo, los microempresarios sientan la necesidad de profundizar sus conocimientos en la escena administrativa, organizativa, de planeación estratégica operativa, marketing y comercialización de sus productos a nivel nacional y potencialmente a nivel internacional. Con la meta fundamental de dejar de utilizar al intermediario y ser los propios microempresarios los actores principales en la negociación y transacción directa de sus productos.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. CAPACITACIÓN**

#### **4.1 CAPACITACIÓN PARA LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS DE CUERO**

Se entiende por el concepto de capacitación como una modalidad de formación y en particular como una habilitación profesional; en este sentido, la persona que se capacita se propone el logro de aprendizajes prácticos y funcionales para la integración y/o perfeccionamiento técnico profesional de su área de trabajo.

El Manual Así es INTECAP (1,998:2) dice que la capacitación es la transferencia de los conocimientos básicos y destrezas necesarias, para el buen desempeño de un puesto de trabajo, a través de cursos, seminarios y otros eventos de similar naturaleza.

La importancia para el artesano productor de cinchos, es que le permite aprender a dominar los procedimientos básicos en lo que se está especializando.

Entre las ventajas que presenta la capacitación se pueden mencionar las siguientes:

- a) Se amplían conocimientos en la actividad artesanal.
- b) Se domina el proceso de elaboración de la artesanía.
- c) Se obtiene la destreza necesaria para efectuarlo con mayor rapidez, eficacia y eficiencia.

#### **4.2 ÁREAS DE CAPACITACIÓN**

Las áreas de capacitación son el conjunto de actividades educativas, vinculadas por un eje temático común. También son una serie de actos intencionados que permiten que los individuos adquieran la actitud o disposición para hacer algo. El objetivo es buscar un cambio de conducta para que sea útil, perdurable e intencionado. Esto permitirá desarrollar a su vez: aptitudes, habilidades, conocimientos y actitudes, en diferentes áreas de capacitación como por ejemplo: Organización en la Producción, Comercialización y Exportación, Ventas, Finanzas, entre otros temas de interés.

El área de capacitación microempresarial se refiere a los componentes básicos de la gestión empresarial: comercialización, producción, administración y crédito.

En el área de capacitación técnica comprende actividades de perfeccionamiento de la mano de obra, tendentes a mejorar la calidad o a diversificar los diferentes productos artesanales.

Y en el área de capacitación asociativa, trata de la organización y funcionamiento de las diferentes formas asociativas artesanales: grupo solidarios, asociaciones, cooperativas, y otras formas microempresariales comunes en el sector artesanal, específicamente cinchos de cuero.

#### **4.3 CAPACITACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN**

La capacitación en el área de la administración de la producción permite aprender todo lo referente a la producción en el taller así como almacenamiento de materiales, diseño de los puestos de trabajo y servicios de bienestar en el lugar de trabajo.

Algo importante es el mejoramiento de la calidad en la producción, por lo tanto, en esta capacitación el artesano recibe todos los conocimientos básicos de cómo mejorar continuamente la calidad del producto. También, la elaboración de costos de producción donde le permite al artesano conocer realmente cuanto le cuesta su producto tanto unitario como totalmente, para establecer su margen de ganancia, beneficio o utilidad. Y elaborar los inventarios, en donde se le capacita al artesano para que lleven un inventario de su materia prima, materiales, herramientas y los productos terminados para que puedan controlar sus bienes y patrimonios.

#### **4.4 CAPACITACIÓN EN TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN**

En esta capacitación al artesano se le enseña todos aquellos trámites que tiene que efectuar para poder exportar su producto a cualquier país de la Unión Europea o para cualquier otra parte del mundo. En la capacitación en trámites para la exportación, es necesario que el artesano contribuya para poder capacitarse en diferentes aspectos que son importantes, tales como: calcular el precio del producto con aplicación de la terminología específica empleada (INCOTERMS) ya que esta consiste en capacitar al artesano en aquellos aspectos que se tienen que tomar en cuenta a la hora de establecer los precios de venta del producto que elabora y que

desea exportarlo. También se le enseña la terminología que se utiliza en el comercio internacional.

Por aparte, el artesano debe prepararse para establecer una promoción y comercialización hacia el mercado en la Unión Europea. De esta forma el artesano productor de cinchos de cuero, obtiene un conocimiento amplio en el trámite de exportación, para la elaboración de cálculo de precio de venta del producto y en la promoción y comercialización hacia la Unión Europea.

#### **4.5 CAPACITACIÓN EN LA PROGRAMACIÓN DE LAS ÁREAS DE CAPACITACIÓN**

Básicamente consiste en el proceso diseñado para mantener o mejorar el desempeño laboral presente, o los resultados de las diversas actividades que se desarrollan o deben desarrollarse en el taller artesanal a través de cursos, aprendizajes, talleres y/o seminarios respecto a las áreas de capacitación, a la que se asignan recursos humanos, materiales y financieros con el fin de que produzca la satisfacción de los objetivos establecidos.

## **CAPÍTULO V**

### **DIAGNÓSTICO DE LAS ACTIVIDADES DE LOS TALLERES DE ARTESANÍAS DE CINCHOS DE CUERO EN EL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ**

El propósito de este capítulo consiste en explicar, en términos generales, las principales características de los talleres de artesanías de cinchos en el municipio de Samayac. En el que se analiza la organización del trabajo, la producción, comercialización y aspectos financieros, así como las capacitaciones que han tenido los artesanos propietarios, de la cual se hace una observación y entrevista (anexo No. 8 y 9) para verificar los hechos reales y la situación actual. También, se presentan los resultados de la investigación de campo, realizada en los talleres de cinchos, esto con el fin de conocer la actividad que realizan para plantear un modelo de organización que mejore la comercialización de los cinchos.

Bajo este criterio, de diciembre del año 1,999 a Abril del año 2,000 se hizo el diagnóstico; observando seis talleres fabricantes de cinchos quienes han representado la artesanía del municipio y que por su capacidad productiva constituyen una fuente de empleo a dicho municipio. Los aspectos que se detallan a continuación fueron resultado de la boleta de observación, y los resultados alcanzados fueron los siguientes:

#### **5.1 CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL TALLER**

Se observó que las condiciones ambientales de trabajo no precisamente son las más adecuadas en todos los talleres, en aspectos tales como: la limpieza en el taller, iluminación natural, iluminación de energía eléctrica, ventilación natural y decoración y color del taller. Tampoco cuentan con repisas, estanterías, extinguidores, comedores, lugar de descanso y vestidores en el lugar del trabajo; únicamente cuenta con los servicios de ducha, servicio sanitario y agua potable para los artesanos.

En cuanto a la organización del artesano, se estableció que todos los propietarios sí mantienen supervisión sobre los trabajadores, puesto que laboran con sus propios empleados. Sin embargo, casi todos los propietarios tratan de reducir la fatiga de sus empleados mediante frecuentes cambios en las tareas tales como: oportunidades para cambiar de postura, rotación de actividades o breves pausas. Todos los empleados tienen la oportunidad para conversar o escuchar música regional en la actividad que desarrollan.

Respecto a la organización en la producción de cinchos, se pudo observar que en la distribución dentro del

taller, no existe: distribución en la producción, distribución de almacenes, distribución de oficinas y servicios auxiliares.

La mayoría de talleres en el municipio de Samayac, Suchitepéquez, tienen como producto líder el cincho de cuero; sin embargo existe una diversificación de los productos, ya que se elaboran cinchos con pieles de reptiles; otros en cambio elaboran bolsas típicas y maletines; y entre los subproductos que elaboran se encuentran: ganchos, diademas, billeteras, estuches para navajas y celulares y gorras de cuero entre otros productos.

Entre las herramientas de mayor utilización dentro del proceso productivo se encuentran: sacabocados, martillo, cuchillo, alicata, metro, herramientas para calar, compás, escuadra, challa, reglas, cuñas de madera para planchar el cuero, tabla, mazos de madera para martillar las herramientas, brocha, pegadora manual, lima, moldes para hacer hebilla y planchas de hierro.

Las máquinas y equipo que utilizan los microempresarios de Samayac, Suchitepéquez, para la elaboración de sus productos son las siguientes: costuradora mecánica, devastadoras, cortadoras de tiras, selladora, máquinas eléctricas para costurar orillas de cinchos, afiladora, engomadora, troqueladoras, y estampadora que se pueden ver en los talleres grandes, los cuales son fuentes de empleo en dicho municipio.

La materia prima que todos utilizan son: piel de res -cuero-, piel de cabro y piel de oveja -badana-, semicuero, cartón y cuerina. Entre los materiales que más utilizan se encuentran: pegamento, clavos, alambre, hilo, cloro, agua, barniz, limón, oxalic, tintes, añelina de diversos colores, lacas de alto brillo, thinner, tela típica, broches, remaches y hebilla.

En cuanto a los diseños de puestos de trabajo no existe claramente un lugar específico para realizar cada actividad, se puede ver que sobre una mesa de trabajo efectúan diferentes actividades tales como: corte de las orillas, costurar orillas, pegar refuerzos, entre otras actividades.

Los materiales y herramientas en los talleres se encuentran desorganizados y desordenados en una mesa de trabajo, se pueden observar algunas cosas y objetos que contiene cada taller. Básicamente, los talleres no cuentan con estanterías que permitan la colocación de la materia prima, materiales y herramientas, lo que significa que no existe control sobre el inventario de los bienes y patrimonio del taller.

Por otra parte, se pudo observar que el espacio de trabajo es inadecuado, puesto que no existe un orden lógico de secuencia respecto al proceso productivo. Por otra parte, los escasos talleres que cuentan con suficiente espacio, no tienen organizado el proceso productivo.

## **5.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Se tomó una muestra representativa de los artesanos de cinchos del municipio de Samayac, Suchitepéquez compuesta por 33 artesanos productores de cinchos utilizando como instrumento metodológico: la guía de entrevista y la de observación (anexos Nos. 8 y 9). Se entrevistó a artesanos cuya proyección en la actividad económica de cinchos, ha sido su sostén desde los años de 1,980 en adelante, debido a que la mayoría es de conocida honestidad, además se observó seis talleres de los más populares que existen en dicho municipio, los que se han mantenido en el negocio de los cinchos, para poder llegar a conclusiones que permitan analizar y plantear la propuesta del mismo. Las variables analizadas son las siguientes:

### **5.2.1 ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS**

La edad promedio de cada uno de los microempresarios entrevistados es de 38 años aproximadamente, todos los entrevistados fueron de sexo masculino, con un promedio de cuatro hijos que sostener, quienes no ayudan a sus padres en la actividad artesanal, debido que la mayoría estudian en establecimientos públicos y privados; prácticamente los hijos e hijas se insertan en la actividad económica durante los períodos vacacionales, puntualmente en los meses de noviembre y diciembre de cada año.

El monto de dinero invertido por la mayoría de los entrevistados es de Q5,000.00, teniendo un capital que se considera dentro del rango de microempresarios; y su organización es individualizada, según los parámetros dados por el INTECAP. (tabla No. 2).

La escolaridad de la mayoría de microempresarios están en la enseñanza primaria incompleta con un 36.30%; y completa con 27.30%. Por aparte, algunos microempresarios tuvieron la oportunidad de finalizar la secundaria completa, por lo que representa en cifras relativas el 9.10%. Mientras que el 18.20% de los microempresarios no tuvieron la oportunidad de finalizar la secundaria. Además la población analfabeta representó el 9.10%. La población alfabeta representó la mayoría de la población, siendo de 90.90%. Estas cifras se pueden apreciar en el cuadro No. 2.

CUADRO No. 2  
SAMAYAC: Escolaridad de los Artesanos Productores de Cinchos  
Diciembre/1999 - Abril/2000

ESCOLARIDAD	CANTIDAD	%
Primaria Incompleta	12	36.30
Primaria Completa	9	27.30
Secundaria Incompleta	6	18.20
Secundaria Completa	3	9.10
No Saben Leer	3	9.10
Total	33	100%

Fuente: Investigación de campo.

### 5.2.2 CAPACITACIÓN

Algo importante de señalar es que las dos terceras partes de los artesanos entrevistados, 69.70%; (cuadro No. 3) no han recibido capacitación en la actividad que realizan. La otra tercera parte, 30.30%; ha recibido capacitación en el área de administración de pequeñas y medianas empresas, producción, mercadeo, finanzas y elaboración de nuevos diseños (cuadro No. 3).

Todas estas capacitaciones en su mayoría han sido impartidas por la institución de Fé y Alegría de Mazatenango. Se suman a ello las capacitaciones del proyecto ALA de Coatepeque que en escasas ocasiones han desarrollado, así como INTECAP de Guatemala. También, se suma la capacitación de la Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales de Quetzaltenango, CEDART de Quetzaltenango e INACOP de Mazatenango lo que se ilustra en el cuadro No. 3.

CUADRO No. 3  
SAMAYAC: Capacitación del Artesano  
Diciembre/1999 - Abril/2000

RECIBIERON CAPACITACIÓN			CAPACITACIÓN RECIBIDA	INSTITUCIONES DE CAPACITACIÓN
Si	10	30.30%	Administración/Mercadeo Admón. Recursos Humanos Elab. Nuevo Diseño y Admón. Elaboración de Nuevo Diseño Admón.. Peq./Med Empresa, Inversión y Manejo de Crédito, Administración/Mercadeo, y Admón. Recursos Humanos Admón. Recursos Humanos	AGEXPRONT 10% ALA 05% INTECAP 10% CEDAR 05% FE Y ALEGRIA 60%  INACOP 10%
No	23	69.70%		
Total	33	100%		

Fuente: Investigación de campo.

Los entrevistados que recibieron capacitación afirmaron en su mayoría que sí fue importante haberla recibido, porque con ello básicamente desarrollaron sus conocimientos en la administración de sus

microempresas. Además aprendieron a administrar el taller, establecieron sus costos de producción para calcular el margen de ganancia, conocieron la atención que se le debe dar al cliente, mejoraron la calidad del producto y la productividad, desarrollaron habilidades e hicieron lo que aprendieron a través de la capacitación.

Como puede observarse en el cuadro No. 3 únicamente el 30.30% ha recibido capacitación y son todos los que tienen la secundaria completa e incompleta. Sin embargo, el 69.70% que nunca ha recibido capacitación están en el rango del nivel académico de primaria completa, incompleta y población analfabeta. Lo que viene a demostrar que a mayor nivel de educación del microempresario, mayor es la disponibilidad para recibir diversas capacitaciones, así como el respectivo desempeño de lo aprendido en los talleres; y a menor grado de escolaridad que tenga el microempresario, va a ser menor el grado de asimilación de la capacitación en sus talleres, así como su presencia en las mismas capacitaciones.

Sin embargo, de acuerdo a las entrevistas espontáneas que se tuvo con los microempresarios del municipio de Samayac, Suchitepéquez, se pudo determinar que los tipos de capacitación que les gustaría recibir a la mayoría de los artesanos entrevistados son: calidad de producto, elaboración de nuevos diseños de cinchos, búsqueda de nuevos mercados, elaboración de costos de producción, conocimientos de los procedimientos de exportación y tecnificación productiva.

Las áreas específicas en dónde a la mayoría les gustaría capacitarse son: producción, mercadeo y finanzas, a algunos les gustaría capacitarse en el área de administración.

El 69.70% de los entrevistados indican no haber recibido capacitación para poder organizarse; sólo el 30.30% de los microempresarios afirmó que sí, lo cual concuerda con los datos del cuadro No. 3. El tipo de organización donde han recibido capacitación es variado, debido a que algunos recibieron la capacitación de cooperativas, asociaciones, sociedades mercantiles, Instituto Técnico de Capacitación y Productividad - INTECAP-, Comisión Encargada de Diseño de Artesanías de Quetzaltenango -CEDART-, Proyecto ALA 92/28 de Coatepeque y Fondo de Desarrollo Indígena de Guatemala -FODIGUA-; lo que no es representativo para establecer una uniformidad respecto al tipo de organización deseable y realizable.

Además, la mayoría de artesanos productores de cinchos negaron haber recibido capacitación en la elaboración de nuevos diseños de productos. Algunos, afirmaron que sí, y lo que aprendieron en esa capacitación fue ofrecer otro producto en el mercado y elaborar zapatos. Las capacitaciones que

contribuyeron al desarrollo de los microempresarios fueron a través de las siguientes organizaciones: CEDART de Quetzaltenango; y FE Y ALEGRIA de Mazatenango.

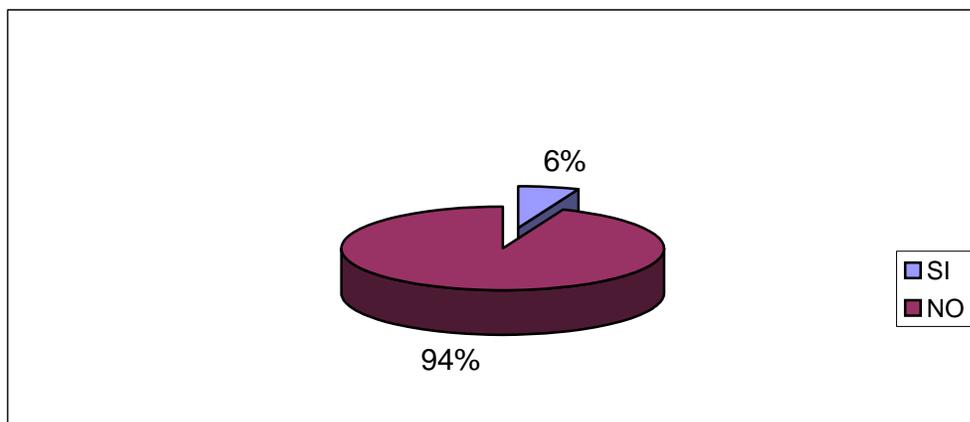
Respecto al manejo de presupuesto la mayor parte de los entrevistados, 69.70%, (cuadro No. 3) contestó que no han recibido capacitación. En cambio, una tercera parte, 30.30%, (cuadro No. 3) contestó que sí, y lo que aprendieron fueron diversas actividades; entre estas: administrar sus negocios, elaborar costos de producción, establecer margen de ganancia, conocer sobre la forma de invertir el dinero, controlar los gastos e ingresos, y otros aprendieron a calcular la depreciación del equipo para el cálculo de los costos de producción. Entre las instituciones que brindaron este forma de apoyo se encuentran: FE Y ALEGRIA, INTECAP, ASOPASAC, INACOP, ALA y, RODRIGO TOLEDO “TATA”.

Para garantizar el conocimiento en el manejo del crédito se les preguntó si habían recibido capacitación sobre la temática a tratar. La mayoría (69.70%) insistió que no, en cambio la tercera parte (30.30%) aprendió en diferentes formas, ya que algunos microempresarios aprendieron sobre las temáticas siguientes: formas de invertir el capital y formas de pago de préstamos.

En cambio, otros microempresarios, aprendieron sobre la manera de socializarse con la clientela. Entre las instituciones que coadyuvaron en las capacitaciones estuvieron: FE Y ALEGRIA, BANDESA y GENESIS EMPRESARIAL.

Algo importante de resaltar es que el 94% de los entrevistados no han recibido capacitación en los procedimientos de exportación de cinchos (gráfica No. 1), lo que repercute en que no han tenido la oportunidad de poderlo exportar; bajo esta circunstancia, los intermediarios han sido los más beneficiados en el proceso de exportación, debido a que ellos conocen procedimientos y ventajas comparativas que representa su rol como exportadores. En este orden de ideas, las capacitaciones desempeñan un papel primordial para potenciar el desarrollo de los microempresarios hacia el futuro, principalmente para mantener y sostener una visión de exportación de sus productos hacia el futuro inmediato.

GRÁFICA No. 1  
CAPACITACIÓN EN EL PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN ARTESANOS PRODUCTORES DE  
CINCHOS DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ



Fuente. Investigación de campo.

### 5.2.3 ORGANIZACIÓN EN EL TALLER DE PRODUCCIÓN

En cuanto a la organización en el taller de producción, el horario de trabajo de la mayoría es de 8:00 a 17:00 horas, tal como se puede apreciar en el cuadro No. 4. Son escasos los que empiezan a las 7:00 horas, pero la jornada es de 8 horas diarias. A excepción de algunos que trabajan horas extras cuando el pedido es grande o porque tienen urgencia en la entrega de un pedido. Este horario utilizado se presenta en el cuadro No. 4.

CUADRO No. 4  
SAMAYAC: Horario de Trabajo de los Artesanos de Cinchos  
Diciembre/1999 – Abril/2000

HORARIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
7:00 A 16:30 HRS.	1	3.00 %
7:00 A 17:00 HRS.	2	9.10 %
7:00 A 18:00 HRS.	2	6.10 %
8:00 A 16:00 HRS.	1	3.00 %
8:00 A 17:00 HRS.	22	66.70 %
8:00 A 18:00 HRS.	4	12.10 %
TOTAL	33	100.00 %

Fuente: Investigación de campo.

La mayoría de talleres contratan de dos a tres empleados, son escasos los microempresarios que contratan un empleado, tal como se aprecia en el cuadro No. 5.

CUADRO No. 5  
SAMAYAC: Número de Laborantes en el Taller  
Diciembre/1999 – Abril/2000

No. DE TRABAJADORES	TALLERES	PORCENTAJE
1	4	12.10 %
2	8	24.20 %
3	10	30.30 %
4	3	9.10 %
5	2	6.10 %
6	2	6.10 %
7	2	6.10 %
12	1	3.00 %
13	1	3.00 %
Total	33	100.00 %

Fuente: Investigación de campo.

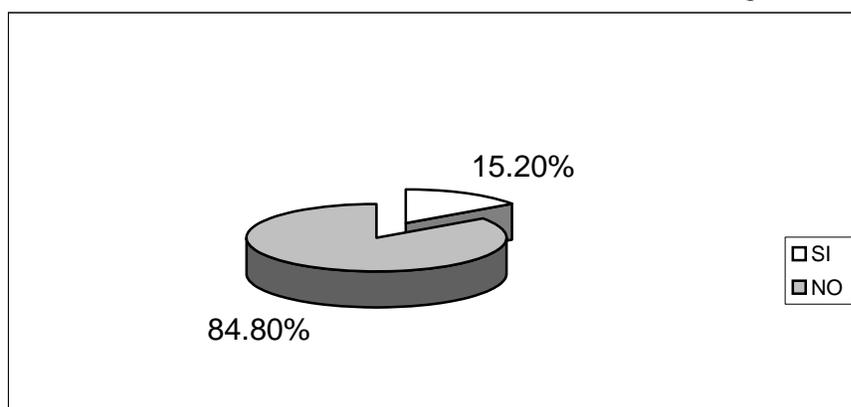
Otra de las interrogantes que se formuló a los entrevistados es sobre si están organizados actualmente; la mayoría (84.80%) de los microempresarios no pertenecen a alguna organización ya sea cooperativa, organización no gubernamental, asociaciones u otras formas socio-organizativas. Fueron en mínima parte los microempresarios (15.20%) que dijeron haber pertenecido alguna organización. (cuadro No. 6).

CUADRO No. 6  
SAMAYAC: Organización actual  
Diciembre/1999 – Abril/2000

RESPUESTAS	TALLERES	PORCENTAJE
Si	5	15.20 %
No	28	84.80 %
Total	33	100.00 %

Fuente: Investigación de campo.

GRÁFICA No. 2  
ORGANIZACIÓN ACTUAL ARTESANOS PRODUCTORES  
DE CINCHOS DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ



Fuente: Investigación de campo.

Sin embargo, los microempresarios al negar que están organizados, la mayoría se justificó afirmando y razonando sus respuestas en la siguiente orientación:

- Unos microempresarios indicaron que trabajan de manera individual.

- Otros en cambio, explicaron que debido a la competencia de precios, no existe acuerdos entre ellos mismos para poder organizarse.
- Otros grupos se justifican por la sencilla razón de que existe desconfianza entre propietarios de los talleres.

Las respuestas anteriormente planteadas se describen en cifras absolutas y relativas en el cuadro No. 7.

CUADRO No. 7  
SAMAYAC: Razones por las que no están organizados actualmente  
Diciembre/1999 – Abril/2000

MOTIVO:	CANTIDAD:	PORCENTAJE:
Escasa Venta.	1	3.70 %
Competencia de Precio.	4	14.80 %
Desconfianza entre propietarios del taller.	7	25.90 %
Lo ignora o no sabe las razones por las que no están organizados.	1	3.70 %
Ninguna organización se preocupa por los artesanos.	1	3.70 %
No ha habido motivo para organizarse.	1	3.70 %
No han tenido oportunidad.	3	11.10 %
El taller es pequeño.	1	3.70 %
Todos trabajan individualmente.	8	29.60 %
Total:	33	100.00 %

Fuente: Investigación de campo.

Mientras que el 15.20% de los microempresarios respondieron estar organizados (gráfica No. 2), ellos adujeron que la organización pertenece a la sociedad civil, cuyo nombre se denomina: Sociedad Civil de Elaboración de Zapatos -SCIDEZ- y se dedican a la confección de calzado, la cual está integrado por 14 socios; sin embargo, otros tratan de organizarse.

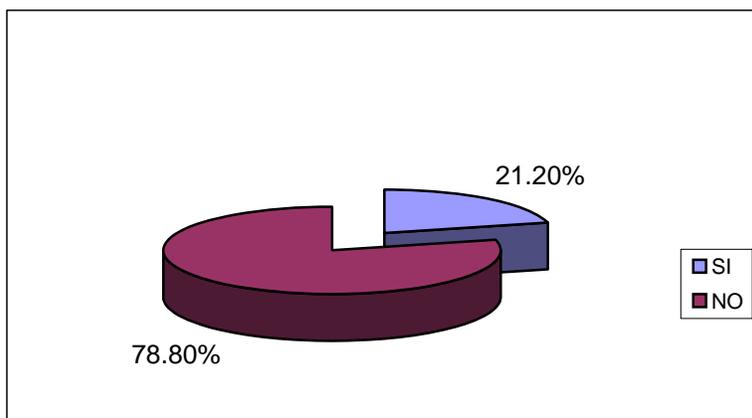
A pesar de contar con un bajo nivel de escolaridad, el 84.40% de los microempresarios están dispuestos a coordinar e integrarse bajo un tipo de organización con la meta de consolidar y unificarse ante los retos de la competencia y mejorar la calidad de sus productos.

El tipo de organización que mayormente les gustaría formar o integrar es la asociación; en este orden de ideas, algunos estarían dispuestos a trabajar en el marco del movimiento cooperativista.

En relación a sus trámites legales, el 78.8% de los microempresarios no cuentan con patentes de comercio. Los microempresarios que no la tienen, aducen de que sus negocios son pequeños. Además, de que la actividad comercial de cinchos ha bajado en ventas. Otros clausuraron sus patentes, debido a la escases de

sus ventas y algunos otros aducen haber extraviado la patente de comercio. Solo el 21.2% de los entrevistados cuentan con la patente de comercio. (gráfica No. 3 ).

GRÁFICA No. 3  
PATENTE DE COMERCIO ARTESANOS  
PRODUCTORES DE CINCHOS DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ



Fuente: Investigación de campo.

#### 5.2.4 FINANZAS

Respecto al área financiera se formularon algunas preguntas, una de ellas se refiere a los impuestos que pagan los propietarios de talleres. El 50% contestó pagar el arbitrio municipal y el I.V.A., otros (25%) contestaron pagar I.S.R.; sin embargo, y el 25% afirmaron no pagar impuesto alguno.

El 55% de microempresarios no elaboran presupuesto; de este porcentaje, un grupo de microempresarios afirman no elaborarlo, ya que argumentan que lo hacen empíricamente; en cambio, otros afirman que el dinero que ingresa al negocio, se vuelve nuevamente a invertir, por tal motivo, tampoco elaboran presupuesto.

Referente a si llevan un control de ingresos diarios, semanales, mensuales o anuales, el 58% de los entrevistados contestó que nó, y las razones que aducen son las siguientes:

- se les dificulta el control diario de movimiento de capital, por el bajo nivel educativo que tienen los microempresarios;
- controlan los ingresos sin anotarlo, ya que no queda un respaldo escrito del dinero que perciben los microempresarios;
- falta de costumbre o educación sobre la utilidad de llevar un control de ingreso;

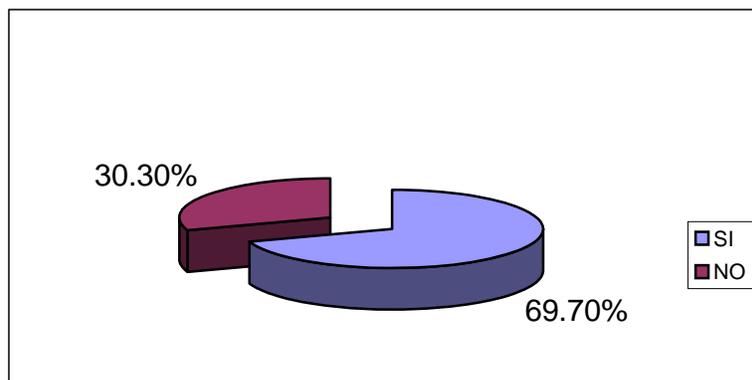
- elaboran escasos cinchos;
- no les interesa llevar un cuaderno contable para el registro de los ingresos diarios; y
- sólo se basan en pedidos de sus respectivos clientes.

Al respecto de conceder crédito, el 58% de los microempresarios entrevistados, respondieron en forma negativa, justificándose que dan crédito solo a sus clientes conocidos y sin firmar documentos. Otros en cambio, no trabajan con crédito porque la escolaridad no les permite tener una ventaja para su propio crecimiento personal y empresarial. Es decir, que el analfabetismo, no solamente constituye un obstáculo para el desarrollo y auto-estima de los microempresarios, sino además representa una debilidad para el desarrollo integral empresarial por las siguientes especificaciones:

- Dificultades de internalización y práctica eficiente de las diversas capacitaciones que se reciben.
- Sujetos vulnerables de estafa y de ser manipulados por contratos que no les favorezcan en ventaja competitiva para sus empresas y desarrollo económico.
- La población analfabeta, es vulnerable económicamente, por no tener una percepción global a largo plazo de los riesgos o beneficios que representa, el hecho de asumir un préstamo.

La mayoría de los entrevistados (69.70%) establecen un margen de ganancia para sus productos, pero cada uno lo hace en diferente forma según sus argumentos; lo más importante es que algunos lo calculan empíricamente conforme el pedido del cliente. Otros establecen sus ganancias conforme a sus criterios y otros afirman que no saben si ganan o pierden tal como se aprecia en la gráfica No 4.

**GRÁFICA No. 4**  
**ESTABLECEN MARGEN DE GANANCIA ARTESANOS PRODUCTORES DE**  
**CINCHOS DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ**



Fuente: Investigación de campo.

A los microempresarios entrevistados se les preguntó si establecían un precio de venta estable, a lo cual el 58%, adujeron que no, porque:

- el precio de la competencia varía;

- no hay demanda del producto;
- depende del pedido;
- es el cliente, que en algunas ocasiones, impone el precio del producto; y
- el comprador no paga;

Sin embargo, el 42% de los microempresarios encuestados, afirmaron que el precio de venta es estable.

Al final los elementos que influyen en el éxito del microempresario, está determinado por algunas variables de suma importancia, que reflejan el crecimiento cualitativo y cuantitativo del mismo, entre estas se pueden mencionar las siguientes: educación, capacitación, información, capital, administración, organización y planificación de la microempresa.

### 5.2.5 PRODUCCIÓN

Por otra parte para conocer la opinión de los artesanos, en el área de producción, se formularon algunas preguntas de carácter importante para medir el impacto económico que tiene la producción en el desarrollo microempresarial del municipio de Samayac, Suchitepéquez.

Sobre el producto que elaboran todos los microempresarios, el 100% respondieron que fue el cincho el que ha tenido mayor impacto de producción. Sin embargo, el 57.60% diversifican sus productos con otras artesanías, por ejemplo: bolsas, pulseras, cintas de sombreros, vaina de machete, estuches para lentes, estuches para navajas, estuches para teléfonos celulares, sombreros, carteras, billeteras, gancho, diademas, gorras, cinchos para perros y mochilas típicas.

Acerca de cuál es el proceso para hacer los cinchos, todos lo hacen a través del diagrama de proceso No. 1.

#### DIAGRAMA No. 1

#### DIAGRAMA DE PROCESO PRODUCTO CINCHO

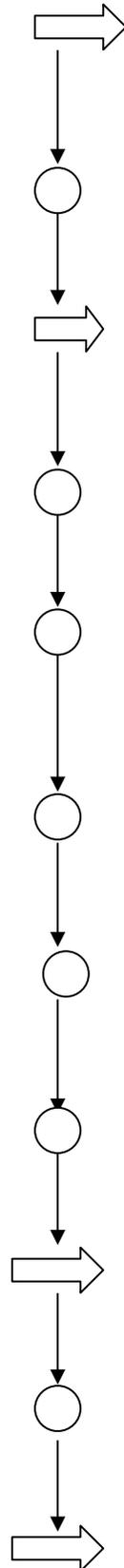
1. Almacén de materia prima.



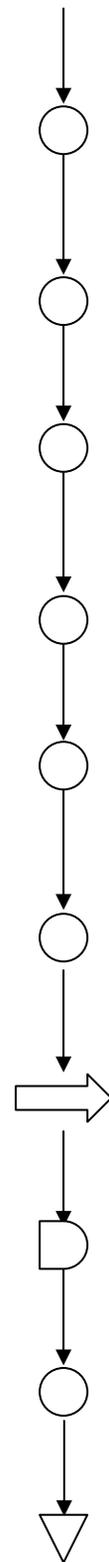
2. Mojar el cuero.
3. Transporte del cuero al lugar del planchado.
4. Planchar el cuero mojado.
5. Cortar la orilla del cuero que se encuentra levantado.
6. Se trazan las fajas de cincho con compás.
7. Se cortan las fajas.
8. Se desbasta (desgastar) la faja para que quede el mismo nivel.
9. Se planchan nuevamente las fajas que se cortaron.
10. Se mide nuevamente para tallar el largo.
11. Se imprime el número en la punta.
12. Se imprimen los cinceles con letras sobre la faja del cincho con un trozo grande.



13. Traslado de las fajas al lugar de secado natural.
14. Secado de las fajas.
15. Traslado de las fajas al lugar de trabajo.
16. Se tallan las orillas nuevamente.
17. Se corta una faja de cuero de fábrica para forrar los cinchos de faja delgada.
18. Agregar pegamento a la faja de ajuste.
19. Pegar y planchar nuevamente.
20. A la impresión, pintar las letras y figuras del color deseado.
21. Traslado al lugar de costura.
22. Costurar la orilla.



23. Traslado al lugar de trabajo.
24. Poner hebillas, forrarlas y costurarlas.
25. Recortar las puntas y poner el pin o hebijón.
26. Abrir agujeros para formar la talla.
27. Poner pasador.
28. Poner la hebilla.
29. Poner brochas, uno pequeño y otro grande.
30. Traslado al lugar de empaque.
31. Empaque de los cinchos en bolsas.
32. Terminado.
33. Almacenaje del producto terminado.



Fuente: Investigación de campo.

Entre los diseños, colores, tallas o estilos que producen los artesanos, la mayoría (88%) confirmaron que los estilos: liso, vaquero, trenzado, ribeteado, realzado, marcado, cincelados, bordados, tejidos y calado, son los que tienen más demanda; mientras que el café, gema, negro, natural y vino tinto son los colores que más elaboran por tener aceptación en el mercado.

Por otra parte, las tallas que elaboran son pequeñas, grandes y extra grandes:

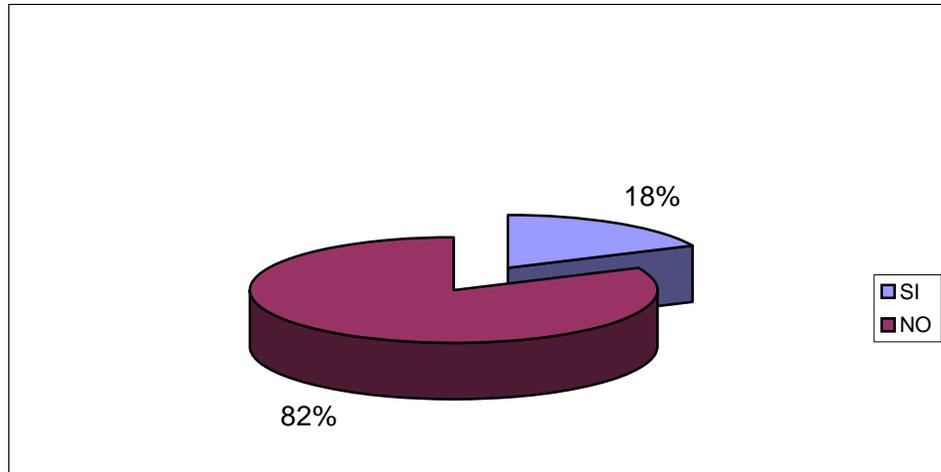
- las tallas pequeñas son de 20” al 28” para niños;
- las grandes son de talla 32” al 42” para adultos; y
- las extragrandes de talla 42” al 50”.

Los materiales que utilizan todos los microempresario son: hilo de seda, de nylon y algodón, pegamento, hebilla, pin, cera de castilla, correa para trenzar, añelinas roja, negra y corinta, cloro, agua, limón, barníz, alambre, thinner, alcohol, gomalaca, cartón, hebijón, tinte, laca y remaches. Entre las herramientas que utilizan están: aletzna, aguja, tablilla, brocha, plancha de madera, cuchilla, compás, cinceles, entre otras.

En cuanto al nivel productivo, la mayoría afirmó producir variadamente entre 72 a 1,200 cinchos a la semana, dependiendo el estilo o diseño.

Acerca de si elaboran un pronóstico de venta semanal, mensual o anual, la mayoría (82%) negó hacerlo, una quinta parte (18%) de los entrevistados dijeron sí (gráfica No. 5). Sin embargo, la mayoría que no elabora, comentó que depende de los pedidos de sus clientes.

GRÁFICA No. 5  
PRONÓSTICO DE VENTA ARTESANOS PRODUCTORES  
DE CINCHOS DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ

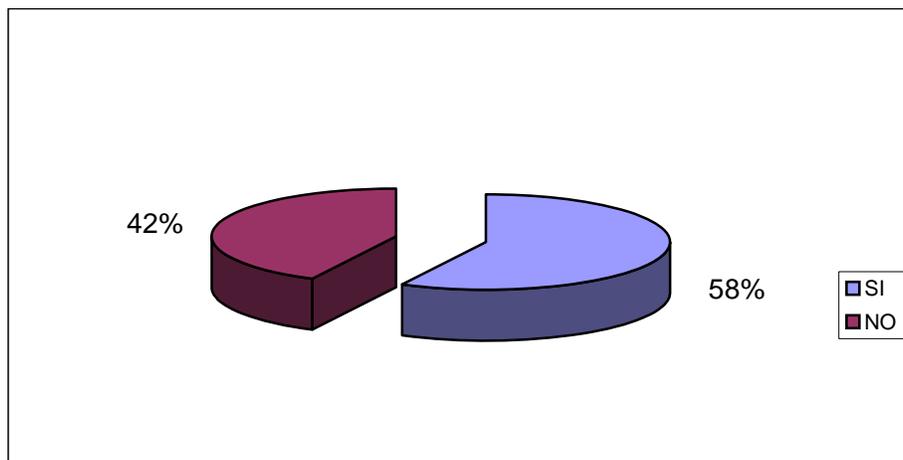


Fuente. Investigación de campo.

En cuanto a la elaboración de costos de producción, el 58% afirmó que sí elaboran pero de manera empírica, mientras que el 42% negó tomar en cuenta todo lo que invierten en la elaboración del cincho. Es importante establecer que los artesanos que lo elaboran empíricamente, algunos contemplan sus costos tomando en cuenta todo lo que invierten, desde la mano de obra hasta los materiales, así como el acabado del producto.

GRÁFICA No. 6

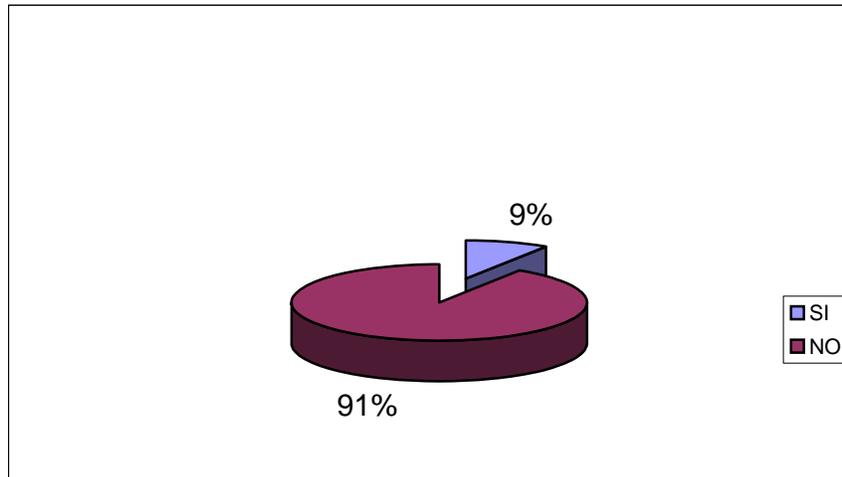
ELABORACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ



Fuente: Investigación de campo.

Debido al grado de escolaridad que poseen casi todos los artesanos entrevistados, ellos no los pueden exportar, de tal manera que los intermediarios aprovechan para hacerlo. Sólo una mínima cantidad de artesanos exportan directamente, sus exportaciones las hacen a El Salvador, Honduras y Nicaragua.

GRÁFICA No. 7  
EXPORTACIÓN DE ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS  
DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ



Fuente: Investigación de campo.

En cuanto a los microempresarios que no exportan sus productos, presentan a continuación los siguientes argumentos o justificaciones:

1. Existen obstáculos en los trámites de exportación ya que exigen muchos requisitos.
2. No conocen el mercado extranjero.
3. No han tenido oportunidad de penetrar en un mercado fuera del nuestro.
4. No tienen el conocimiento de como exportar.
5. No tienen la capacidad económica para producir.

En cuanto a la calidad del producto que fabrican, el 52% de los microempresarios entrevistados, consideraron de buena calidad y el otro 48% de calidad regular; argumentando que al final, es el cliente quien lo evalúa si es de buena o mala calidad la producción que presentan los microempresarios a sus respetivos oferentes.

La tercera parte (27.30%) de los microempresarios entrevistados indicaron elaborar nuevos productos. Mientras que la mayor parte (72.70%) se limita únicamente a la producción de cinchos. Otros en cambio elaboran cinchos y otros productos derivados del cuero; los que se limitan a la elaboración de cinchos aducen no tener alguien quien les enseñe a elaborar nuevos diseños y productos, además porque se basan, en lo que les pide el cliente.

## 5.2.6 COMERCIALIZACIÓN

Los microempresarios venden con mayor intensidad sus productos en la escena del mercado nacional y regional. Sin embargo, el mercado internacional todavía no ha sido explotado debido a ciertas debilidades que los mismos microempresarios todavía no han desafiado. Ejemplo de esto: el bajo nivel de escolaridad, la poca iniciativa propia para enfrentarse al mercado internacional, el escaso capital, no se tienen contactos ad hoc para potenciar y entrar en el mercado internacional, no existe una visión y misión clara y estratégica para lanzarse al mercado internacional y todavía existe una frágil estructura organizativa. (cuadro No. 8).

CUADRO No. 8  
 SAMAYAC: Mercado donde venden sus productos los artesanos  
 Diciembre/1,999 - Abril/2,000.

MERCADO	TALLERES	PORCENTAJE
Local	2	6.1%
Regional	7	21.2%
Nacional	21	63.6%
Internacional	3	9.1%
Total	33	100.0%

Fuente: Investigación de campo.

Según se observa en el cuadro No. 8, la cantidad en que venden sus productos es un 63.60% inferior a 600 unidades de cinchos por semana, sólo un 9.10% de los microempresarios entrevistados afirman vender más de 600 a 1,200 unidades de cinchos por semana. Mientras que un 27.30% se negó a detallar lo que vendían a la semana, aduciendo que algunos trabajan por pedidos.

Sin embargo, otros microempresarios entrevistados, venden solamente lo que producen a la semana; mientras que algunos no detallan, porque no sólo producen cinchos, sino que están en la constante diversificación y creación de otros productos artesanales de cuero.

La mayoría (75.80%) de los artesanos productores de cinchos, afirman que sus ventas han bajado como consecuencia de la competencia, además, antes existía una mayor demanda. Otros microempresarios consideran que sus ventas han permanecido igual.

Solo una cuarta parte (24.20%) de todos los microempresarios que fueron sujeto de estudio, afirmaron haber aumentado sus ventas debido a que tuvieron bastante aceptación en el mercado. Algunos por la época navideña y otros han conquistado nuevos clientes.

En relación a la afirmación anterior de los artesanos en el presente, la mayoría de ellos afirmó vender semanalmente el doble de productos; mientras que el grupo que sostuvo su afirmación que sus ventas han

aumentado aducen haber vendido menos hace años.

La mínima parte (9%) que anteriormente adujeron vender en el extranjero, exportan sus productos a: Brasil, Ecuador, Estados Unidos, El Salvador y Honduras. Entre los productos de exportación se encuentran en gran parte solo cinchos y algunas bolsas típicas, siendo 3,000 unidades mensuales las que exportan, afirmó uno de los tres microempresarios que han tenido la oportunidad de exportar sus productos. El precio varía de moneda en moneda, así mismo el estilo de cinchos, siendo el cincho típico el de mayor aceptación en el mercado internacional.

La papelería que llena, según uno de los entrevistados, es el formulario de Divisas del Banco de Guatemala; además, afirma no conocer todos los documentos puesto que su tramitador se encarga de dichos procesos. Los otros dos por efectuar sus ventas en Centro América no llenan expedientes, además, evaden los impuestos correspondientes al cruzar sus productos en la aduana. Lo anterior indica que todos los artesanos productores de cinchos no conocen el procedimiento de exportación.

Sin embargo, a los microempresarios de productos de artesanías de cuero -puntualmente el producto de cincho- del municipio de Samayac, Suchitepéquez, tendrían la alternativa de exportar sus productos en el mercado extranjero, específicamente en los países miembros de la Unión Europea, si tuvieran los conocimientos mínimos que requiere la experiencia de un exportador porque acorde a la opinión de los microempresarios se tiene:

- oportunidad de vender sus productos a todo el mundo;
- mejores ganancias;
- estabilidad de trabajo; y
- puntualidad y responsabilidad en el pago de sus productos

Sin embargo, casi todos los microempresarios (97%) encuestados negaron conocer el mercado de la Unión Europea. Ellos aducen los siguientes argumentos:

- no conocen; o
- nunca han tenido oportunidad de conocerlo;

Otros en cambio dicen que el mercado europeo es exigente en calidad y no les gusta el mal acabado ni el barníz; ya que algunos consumidores son alérgicos a dicho producto.

Así mismo, los artesanos productores de cinchos, no conocen las leyes de exportación a la Unión Europea, ellos aducen lo siguiente:

- no conocen el mercado europeo;
- nunca han exportado;
- nunca han recibido capacitación; y
- nunca han tenido oportunidad.

Al mismo tiempo, el 97% afirman no conocer los impuestos que se pagan para la exportación o importación, entre las razones que dan son las siguientes:

- no han exportado ni importado;
- no conocen los impuestos que tienen que pagar;
- no han tenido la oportunidad; y
- nunca se han capacitado.

Sólo un 3% afirmó conocer los impuestos de exportación e importación pero a nivel centroamericano. Además en relación a las formas de pago en la exportación, el 100% de los productores no conocen las formas de pago.

En otro orden de ideas, el 88% de los artesanos no pagan seguros para sus productos cuando envían las mercaderías a sus clientes en el extranjero. Algunos microempresarios (12%) si pagan los seguros, los microempresarios que no pagan seguro argumentan lo siguiente:

- solo venden los cinchos personalmente contra entrega; y
- otros no empaacan el producto.

En la aplicación de marca, embalaje y empaque, el 94% de los microempresarios no aplican marca ni embalaje ya que aducen lo siguiente:

- el cliente no lo pide;
- para otros es un gasto innecesario y las ganancias son mínimas;
- lo desconocen;
- nadie lo exige, ni la misma ley;
- no es necesario;
- es un producto artesanal;

El 33.70% de microempresarios afirman que solo empacan por docena y talla en bolsa, otros dicen solo poner etiqueta "Made in Guatemala".

En conclusión, la mayoría de los entrevistados han emprendido sus negocios entre los años de 1,985 a 1,991 cuando el cincho tuvo alta demanda en el mercado nacional, fueron pocos los negocios que se establecieron después de 1,991. La mayoría de ellos contrataban suficientes trabajadores, así se tiene que el taller TATA TIN contrataba a 50 trabajadores, actualmente sólo tiene tres; sin embargo, a la mayoría les gustaría agruparse para establecer precios y mejorar la calidad de sus productos.

**MODELO DE ORGANIZACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA LOS PRODUCTORES DE ARTESANÍAS DE CINCHOS DE CUERO ORIENTADO HACIA LA COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA**

Para la elaboración de la presente propuesta de tesis se analizó la información que los productores de cinchos proporcionaron al efectuarse la investigación, se dio participación a los mismos artesanos para que seleccionaran el modelo de organización que les gustaría formar. Los resultados alcanzados se presentan a continuación:

**6.1 PROPUESTA DE UN MODELO DE ORGANIZACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CINCHOS**

Se propuso el modelo de organización de *Asociación* a artesanos productores de cinchos del municipio de Samayac, Suchitepéquez, porque esta les permite mejorar la producción, competir en el mercado con buenos precios, mejorar la calidad y productividad del producto.

La Asociación permitirá trazar los objetivos, metas, políticas, y estrategias del grupo de artesanos microempresarios para fijar todos los lineamientos básicos y esenciales en la producción de cincho, misma que sería formada por todos los talleres productores de cinchos.

También, a los microempresarios organizados como Asociación les permitirá obtener la materia prima a un precio módico, agilizar la producción y calidad del cincho, cumplir con los clientes actuales en cada pedido, ampliar la cobertura del mercado, controlar los costos de producción y precios de venta de cada estilo de cincho. Esto encaminará en un futuro no muy lejano en la formación de alianzas con otras asociaciones para maximizar sus ganancias, tal como lo hacen las empresas grandes.

Sin embargo, es necesario aclarar que el modelo de asociación propuesto, está sujeto a ser mejorado cada día debido a los cambios que se presentan en las organizaciones.

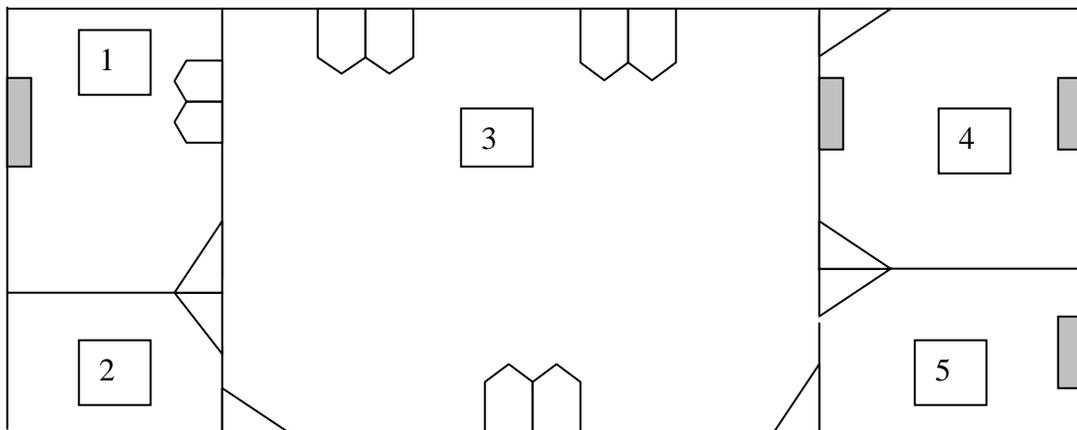
### 6.1.1. FORMA DE ORGANIZACIÓN EN LOS TALLERES

La forma de organización debe ser entonces, en Asociación y el trabajo debe ser en equipo de tal forma que todos trabajen para planificar, lograr los objetivos y metas deseadas pero en base a una directiva capaz de emprender el liderazgo del grupo.

La asociación tendrá a su cargo en velar las condiciones ambientales de trabajo, en los aspectos siguientes: limpieza en los talleres; cada taller debe aplicar desinfectantes u olores para tener una adecuada presentación tanto para sus empleados como para sus clientes: la iluminación natural; deben construir ventanas para tener claridad y respirar aire puro; decoración; para que cada taller se identifique en relación a su actividad y los compradores puedan distinguir la especialidad de cada taller. Además, deben contar con estanterías para colocar sus herramientas, instrumentos y materiales.

La organización en la producción debe ser basada en una buena distribución, los talleres deben tener: almacenes de inventarios, oficinas y servicios auxiliares, duchas y sanitarios, lugares de descanso y comedores, tal como se presenta en la siguiente propuesta.

DIAGRAMA No. 2  
PROPUESTA DE DISTRIBUCIÓN DE UN TALLER DE CINCHOS A LA  
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE ARTESANIAS DE CINCHOS  
MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPEQUEZ



Fuente: Investigación de campo. Diciembre/1999 - Abril/2,000.

#### SIMBOLOGÍA

 Ventanas

 Puertas

 Doble ventana

#### SIMBOLOGÍA

 Oficinas y  
Servicios Auxiliares

 Ducha y baños

 Taller de producción

 Almacén de Inventarios

 Comedor

Esta distribución permite ubicar cada artículo en su respectiva sección de trabajo. Así como ordenar toda la maquinaria en cadena para agilizar la producción, ordenar todas las herramientas, instrumentos y materiales en repisas o estanterías en la sección de almacén. También, permite solucionar el control de inventarios en materia prima, materiales y herramientas. Lo anteriormente propuesto es necesario, pero, los microempresarios deben de tener conocimiento acerca de todas estas distribuciones, por lo que es conveniente proponer un programa de capacitación que oriente al artesano productor de cinchos.

## **6.2. PROPUESTA DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN**

Se propone un programa de capacitación en las siguientes áreas: Asociación y Fortalecimiento Organizacional, Organización en el Taller de Producción, Finanzas, Producción y Comercialización. En esta propuesta se presentan las áreas, contenidos, duración, empresas especializadas que brindan capacitaciones a todo tipo de empresas con sus direcciones y teléfonos.

El programa de capacitación en Asociación y Funcionamiento Organizacional tiene como base la orientación en la formación de la asociación así como su funcionamiento organizacional.

El programa de capacitación en la Organización de los talleres de Producción tiene como objetivo fortalecer la propuesta del modelo de organización asociativo. Esto permitirá la implementación de una nueva forma de trabajo en equipo para orientar sus productos al mercado internacional y desafiar ese paradigma de individualismo que ha existido entre artesanos y mejorar su situación actual.

El programa de capacitación en finanzas permitirá a los microempresarios productores de cinchos obtener conocimiento en el manejo de presupuestos tanto en lo que invierten y gastan semanal, mensual o anualmente. También, esto les permitirá controlar sus ingresos diarios, semanales, mensuales o anuales para ampliar su taller invirtiendo o reinvertiendo su capital. El uso adecuado en el manejo de crédito cuando es necesario porque la mayoría de artesanos no saben invertir el capital por desconocimiento. Establecer el margen de ganancia para sus productos y obtener sus ingresos obteniendo siempre utilidad o superávit, a través de un precio de venta estable para no tener pérdida y con ello recuperar la inversión efectuada y obtener el margen de ganancia estimada.

La capacitación en el área de Producción porque es importante mejorar constantemente la elaboración de productos y contemplar la elaboración de nuevos productos para diversificar la producción. También, la elaboración de un pronóstico de ventas que indique cuanto se tiene que producir y vender. Y el costo de producción que permite saber cuanto se ha invertido en la producción.

En el área de Comercialización deben capacitarse en los procedimientos de exportación, las leyes de exportación, los impuestos para la exportación o importación, las formas de pago en la exportación, la aplicación de marca, embalaje y empaque y empezar a exportar ya que en los resultados obtenidos se pudo notar que la mayoría de artesanos no exportan y el mercado nacional ha sido saturado. Por lo tanto, este programa dará los elementos necesarios para exportar a la Unión Europea.

Es importante aclarar que los gastos que incluyen dichas capacitaciones deben de ser sufragadas por cada integrante de la asociación o en todo caso buscar patrocinadores como el Ministerio de Economía, el Programa de Apoyo al Sector Informal de Guatemala, PROSIGUA y la Unión Europea a través del Proyecto ALA de Coatepeque o el Grupo GTZ con sede en el Ministerio de Economía de la ciudad capital. Tabla No. 11.

TABLA No. 11

PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS, MUNICIPIO SAMAYAC, SUCH.

ÁREA Y CONTENIDO	DURACIÓN	EMPRESAS	DIRECCIÓN	TEL/FAX E. MAIL
<b>ASOCIACIÓN Y FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL</b> Estatutos de la Asociación que incluye: - Denominación y Naturaleza - Domicilio. - Plazo. - Fines y Objetivos. - Requisitos de Ingreso. - Asociados Activos. - Derechos de los Asociados. - Deberes de los Asociados. - Órganos. - Patrimonio y Régimen Económico. - Régimen Disciplinario. - Reglamento Interno.	Una semana de lunes a viernes.  Taller de 4 horas diarias.	ASINDES (2do. Piso)	4ª. Ave. "Ä" 7-70, Zona 10, Guatemala	
		COINDE (2do. Piso)	2 C. 16-60, Z. 4 Mixco, Ed. Atanasio Tzul 3er. Nivel	
		FACETA CENTRAL	Vía 5 4-50, zona 4 Ed. Maya, Of. 705	3340933
		FEDECOAG (2do. Piso)	2a. calle 16-60, zona 4 Mixco, Res. Valles del Sol	5955789

PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS, MUNICIPIO SAMAYAC, SUCH.

ÁREA Y CONTENIDO	DURACIÓN	EMPRESAS	DIRECCIÓN	TEL/FAX E. MAIL
<p><b>FINANZAS</b></p> <p>Presupuestos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Semanal, mensual, Anual</li> </ul> <p>Control de Ingresos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entradas y Salidas de Efectivo.</li> <li>- Apertura de Cuenta Corriente.</li> <li>- Formas de Pago.</li> </ul> <p>Manejo del crédito.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de Préstamos y Créditos.</li> <li>- Solicitud de Crédito.</li> </ul> <p>Precio de Venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Precio venta estable.</li> <li>- Margen de ganancia.</li> <li>- Pronóstico de venta.</li> </ul>	<p>Una semana de lunes a viernes.</p> <p>Taller de 4 horas diarias.</p>	<p>Todas las Organizaciones No Gubernamentales calificadas para ser intermediarias del crédito (ICIs)</p>		

PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS, MUNICIPIO SAMAYAC, SUCH.

ÁREA Y CONTENIDO	DURACIÓN	EMPRESAS	DIRECCIÓN	TEL/FAX E. MAIL
<b>FINANZAS Y COSTOS DE PRODUCCIÓN</b> - Costo. - Tipos de Costos. - Reducción del Costo de M.P. - Reducción del Costo de M.O. - Cálculo del Costo del cincho.	Dos días. Taller de 4 horas diarias.	INTECAP	Calle Estadio Mateo Flores, 7-51, Zona 5, Guatemala	313530
		GRUFEPROMEFAM	4ª. calle 8-26, zona 1, Guatemala	2302656
		FE Y ALEGRÍA	12 Ave. 2-07, zona 1, Guatemala	2302656
		GREMIAL DE EXPORTADORES PRODUCTOS TRADICIONALES	15 Ave. 14-72, zona 13, Guatemala 7ª. calle 29-25, zona 3, Quetzaltenango	3622002/3621950 <a href="http://www.agexportont.org.gt">http://www.agexportont.org.gt</a> 7635412/13 <a href="mailto:gremial@intelnet.net.gt">gremial@intelnet.net.gt</a>
		FUNDES	12 calle 2-04, zona 9, Of. 507	3323802
		FADES	20 calle 12-84, zona 10, Guatemala	3680026

		ASODESPT	7 <sup>a</sup> . Ave. 3-26, zona 1, Guatemala	2515133
		ASINDES (2do. Piso)	4 <sup>a</sup> . Ave. "Ä" 7-70, Zona 10, Guatemala	
		ARTEXCO, R.L.	7 <sup>a</sup> . Ave. 15-95, Zona 5, Las Rosas Quetzaltenango	7614928/7618075 /7614190 7614938/7614380 /7630080
		FEDECOAG (2do. Piso)	2a. calle 16-60, zona 4 Mixco, Res. Valles del Sol	5955789

PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS, MUNICIPIO SAMAYAC, SUCH.

ÁREA Y CONTENIDO	DURACIÓN	EMPRESAS	DIRECCIÓN	TEL/FAX E MAIL
<b>PRODUCCIÓN</b> -El proceso de Producción. -Control de Calidad. -Seguridad en el trabajo. -Almacenamiento de materiales. -Diseño de los Puestos de Trabajo. -Uso eficiente de la maquinaria. -Control de sustancias peligrosas. -Iluminación. -Servicios de bienestar en el lugar de trabajo. -Organización del trabajo.	Una semana de lunes a viernes.  Taller de 4 horas diarias.	INTECAP	Calle Estadio Mateo Flores, 7-51, Zona 5, Guatemala	313530
		GRUFEPROMEFAM	4ª. calle 8-26, zona 1, Guatemala	2302656
		FE Y ALEGRÍA	12 Ave. 2-07, zona 1, Guatemala	2302656
		GREMIAL DE EXPORTADORES DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES	15 Ave. 14-72, zona 13, Guatemala	3622002/3621950 <a href="http://www.agexpront.org.gt">http://www.agexpront.org.gt</a>
			7ª. calle 29-25, zona 3, Quetzaltenango	7635412/13 <a href="mailto:gremial@intelnet.net.gt">gremial@intelnet.net.gt</a>
		FUNDES	12 calle 2-04, zona 9, Of. 507	3323802
		FADES	20 calle 12-84, zona 10, Guatemala	3680026
		ASODESPT	7ª. Ave. 3-26, zona 1, Guatemala	2515133
		ASINDES (2do. Piso)	4ª. Ave. "Ä" 7-70, Zona 10, Guatemala	
		ARTEXCO, R.L.	7ª. Ave. 15-95, Zona 5, Las Rosas Quetzaltenango	7614928/7618075/7614190 7614938/7614380/7630080
FEDECOAG (2do. Piso)	2a. calle 16-60, zona 4 Mixco, Res. Valles del Sol	5955789		

PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS, MUNICIPIO SAMAYAC, SUCH.

ÁREA Y CONTENIDO	DURACIÓN	EMPRESAS	DIRECCIÓN	TEL/FAX E.MAIL
<b>COMERCIALIZACIÓN LEGAL</b> -Interno relacionado con la exportación de cinchos. -Externo relacionado con la exportación de cinchos.	Un día. Taller de 4 horas.	USAC (Estudiantes de EPS de Derecho) CUNOC (Estudiantes de EPS de Derecho)	Ciudad Universitaria, zona 12, Guatemala CUNOC, Quetzaltenango	4762880
<b>TRIBUTACIÓN</b> -Impuestos: IVA, ISR, IUSI.	Un día. Taller de 4 horas.	SAT CROPA PANALPINA	Ministerio de Finanzas, Guatemala Diagonal 3, 4-41 Zona 1, Quetzaltenango	7632286/7632287/7632290/7632291
<b>ARANCELES</b> -Aranceles que se pagan en Guatemala por Exportación. -Aranceles que se pagan en la Unión Europea por la Importación	Un día. Taller de 4 horas.	GREMIAL DE EXPORTADORES DE PRODUCTOS TRADICIONALES VENTANILLA ÚNICA DE MINISTERIO DE ECONOMÍA	15 Ave. 14-72, zona 13, Guatemala 7ª. calle 29-25, zona 3, Quetzaltenango 7ª. calle 29-25, zona 3, Quetzaltenango	3622002/3621950 <a href="http://www.agexpront.org.gt">http://www.agexpront.org.gt</a> 7635412/13 <a href="mailto:gremial@intelnet.net.gt">gremial@intelnet.net.gt</a> 7630463/2214993

PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A LOS ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS, MUNICIPIO SAMAYAC, SUCH.

ÁREA Y CONTENIDO	DURACIÓN	EMPRESAS	DIRECCIÓN	TEL/FAX E. MAIL
<b>COMERCIALIZACIÓN: PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN</b> -Requisitos legales de exportación de Guatemala. -Requisitos legales de importación de la Unión Europea. -Incentivos y oportunidades que ofrece el mercado de la Unión Europea.	Un día. Taller de 4 horas.	GREMIAL DE EXPORTADORES DE PRODUCTOS TRADICIONALES	15 Ave. 14-72, zona 13, Guatemala  7ª. calle 29-25, zona 3, Quetzaltenango	3622002/3621950  http://www.agexpront.org.gt  7635412/13  <a href="mailto:gremial@inteln.net.gt">gremial@inteln.net.gt</a>
		VENTANILLA ÚNICA DE MINISTERIO DE ECONOMÍA	7ª. calle 29-25, zona 3, Quetzaltenango	7630463/2214993
		CROPA PANALPINA	Diagonal 3, 4-41 Zona 1, Quetzaltenango	7632286/7632287/7632290/7632291

Fuente: Adaptada del Programa al Sector Informal de Guatemala, PROSIGUA. Unidad de Capacitación y Asesoría Técnica. Ministerio de Economía. Año 2,000.

Una vez adquirido conocimiento en el programa de capacitación cada propietario será capaz de planificar, organizar, dirigir y controlar su propio taller. Básicamente, podrá organizar el taller de producción y ser miembro del modelo de organización asociativo.

### 6.3 ORGANIZACIÓN EN EL TALLER DE PRODUCCIÓN

De acuerdo a los datos obtenidos es necesario que la organización en el taller de producción sea eficiente y eficaz en el proceso de elaboración del cincho. Esto implica diseñar y determinar el estilo de cincho y el sistema de producción, distribución de planta, análisis de la producción, control de operaciones, control de inventarios y control de calidad. Esto permitirá agilizar la producción.

También, todos los propietarios de talleres que formen la asociación deberán de obtener la patente de comercio para operar acorde al marco legal que establece el código de comercio y de esta forma cumplir con los impuestos y requisitos de ley para cualquier trámite de negocios con sus clientes.

### 6.4 FINANZAS

Este aspecto es uno de los más importantes porque sin una administración adecuada de las finanzas, no se podrá operar en la producción. Por lo tanto, es conveniente controlar las finanzas en base a presupuestos, control de ingresos diarios, manejo de crédito, ganancias y precios de venta.

La asociación debe implementar presupuestos de fácil manejo y comprensión para sus asociados. A continuación en el cuadro No. 9 se presenta un modelo de presupuesto aplicable en el caso de estudio.

CUADRO No. 9  
PRESUPUESTO DE VENTAS - PROYECTADAS DE CINCHOS EN QUETZALES

RUBRO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	TOTALES
Cincho Típico	1000	800	1000	1000	700	600	5100
Cincho Bordado	500	400	500	300	200	300	2200
Cincho Liso	1000	900	1000	1000	800	600	5300

Fuente: Investigación de campo.

En el cuadro No. 9 se establece el presupuesto de ventas proyectadas para un semestre de Enero a Junio. Este cuadro permite a los propietarios de talleres de cinchos conocer la cantidad a percibir en Cincho Típico, Bordado y Liso en el primer semestre del año. El modelo permite proyectarlo a un año o más. En este orden de ideas, los propietarios de talleres de cinchos no podrán exagerar sus gastos durante dicho semestre debido a que ellos dependerán de sus ingresos proyectados, por lo que sus gastos deberán ser proyectados en el semestre.

También se propone el presupuesto de costos y gastos de fabricación que es determinado por el presupuesto de ventas proyectadas por el microempresario. En este presupuesto se toman en cuenta los incrementos futuros en los insumos (materia prima y otros) para evaluar el efecto en el presupuesto de efectivo. (cuadro No. 10).

**CUADRO No. 10**  
**PROPUESTA DEL PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS DE FABRICACIÓN EN**  
**QUETZALES**

RUBROS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
<b>COSTOS FIJOS</b>						
<b>MATERIAS PRIMAS D.</b>						
Cincho Típico	300	200	300	300	200	150
Cincho Bordado	100	100	100	50	75	50
Cincho Liso	300	300	300	300	300	150
<b>TOTALES</b>	<b>700</b>	<b>700</b>	<b>700</b>	<b>650</b>	<b>575</b>	<b>350</b>
<b>MANO DE OBRA D.</b>						
Cincho Típico	400	250	400	400	250	150
Cincho Bordado	150	100	150	100	50	50
Cincho Liso	250	200	250	250	200	150
<b>TOTALES</b>	<b>800</b>	<b>550</b>	<b>800</b>	<b>750</b>	<b>500</b>	<b>350</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>						
<b>MATERIA PRIMA IND.</b>						
Cincho Típico	100	50	100	100	50	50
Cincho Bordado	50	50	50	25	25	25
Cincho Liso	150	100	150	150	100	100
<b>TOTALES</b>	<b>300</b>	<b>200</b>	<b>300</b>	<b>275</b>	<b>175</b>	<b>175</b>
<b>MANO DE OBRA IND.</b>						
Cincho Típico	100	50	100	100	50	50
Cincho Bordado	50	25	50	25	25	25
Cincho Liso	50	25	50	25	25	50
<b>TOTALES</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>150</b>	<b>100</b>	<b>125</b>

Fuente: Investigación de campo.

Este cuadro permite a los propietarios de talleres conocer sus gastos a efectuar durante el primer semestre. Deben de tomar en cuenta el presupuesto de ventas para no obtener déficit en el desarrollo de sus actividades. El modelo permite desarrollar el presupuesto a un año o más.

## 6.5 ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y CONTROL

También se propone a los artesanos productores de cinchos y a la asociación administrar el flujo de Caja, esto implica la elaboración de presupuestos, ejecución presupuestaria, contabilidad de costos y control de flujos por medio de la contabilidad. A continuación en el cuadro No. 11 se presenta la propuesta de flujo de Caja para aplicarlo en la administración de talleres.

CUADRO No. 11  
PROPUESTA DE FLUJO DE CAJA EN QUETZALES

RUBROS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Saldo Inicial	1000	1500	2050	2550	2925	3275
Total Ventas	2500	2100	2500	2300	1700	1500
Otros Ingresos						
Disponibilidad	3500	3600	4550	4850	4625	4775
Total Egresos	2000	1550	2000	1825	1350	1000
Materia Prima	700	700	700	650	575	350
Mano de Obra	800	550	800	750	500	350
Gastos Fijos	500	300	500	425	275	300
Saldo Final	1500	2050	2550	2925	3275	3775

Fuente: Investigación de campo.

El cuadro No. 11 permite conocer el flujo de caja operado en los meses de enero a junio. Así se tiene que para el primer mes el taller tendrá un saldo inicial de Q.1,000.00, con una proyección de ventas de Q2,500.00. La adición de estos dos rubros es de Q.3,500.00. Esto sería la disponibilidad de fondos del taller. Sin embargo, el propietario tiene la necesidad de efectuar gastos para su mantenimiento y operación por lo que durante el mes tendrá una estimación de Egresos de Q.2,000.00. Si se restan las disponibilidades y Egresos, el resultado de dicha operación será de Q.1,500.00 en el mes de enero. Estos Q.1,500.00 serían el Saldo Inicial para el mes de Febrero. El calculo para la operación de flujo de caja para los siguientes meses sería la aplicación del mismo procedimiento.

## 6.6 VENTAS

Las ventas constituyen la generación de ingresos a cada familia artesana, generación de empleo al pueblo y divisas al país. Es conveniente que el productor vele por aumentar las ventas de todo el producto terminado, misma que no puede hacerse individual sino como asociación, debido a que los pedidos que exigen las empresas extranjeras son grandes y un solo productor no es capaz de satisfacer la demanda.

Por lo tanto, como asociación se debe pensar en cuatro elementos importantes de mercadeo:

1. Producir el producto exacto que desea el cliente europeo.
2. Establecer el precio de mercado, que sea conveniente para el cliente y el empresario.
3. Seleccionar la promoción adecuada para incrementar las ventas.
4. Seleccionar el canal de venta adecuado para asegurarse que se venda todo.

Con la aplicación de los cuatro elementos de mercadeo, la asociación hará su propia mezcla de las medidas, donde el propietario investigará el mercado y seleccionará quienes van a ser sus clientes: si los mayoristas, minoristas, cadenas de tiendas o consumidor final. En la presente investigación se plantea posibles compradores de artesanías de cinchos (Anexo No. 7 “Relación de Importadores y Distribuidores por Países”).

Cada mercado tiene necesidades y características especiales que los diferencian entre sí. Así por ejemplo: la cultura española tiene diferentes gustos de la cultura alemana y francesa, por lo que es necesario conocer el comportamiento de cada una de ellas.

En este orden de ideas, la asociación debe contactar con los clientes para ver qué tipo de cincho desea. Al mismo tiempo, debe investigar cómo podrían mejorar el estilo de cincho que ofrecen en el mercado, porque si bien es cierto, la moda y los gustos cambian constantemente y hay que estar actualizado acorde a la moda existente en ese momento.

Al conocer los gustos de los clientes o consumidores, la asociación deberá pronosticar las ventas en el mercado futuro para conocer su margen de ganancia que obtendrá cada taller. Sin embargo, como asociación no debe darse el lujo de descuidar sus competidores y medir la situación de todos los asociados comparada con la competencia. En la tabla No. 12 se propone posibles aspectos que pueden compararse con la competencia:

TABLA No. 12

ASPECTOS PARA CHEQUEAR LA COMPETENCIA

ASPECTOS	COMPETIDOR (NOMBRE)			COMPETIDOR (NOMBRE)			COMPETIDOR (NOMBRE)			SITUACIÓN DEL TALLER		
	Mejor	Igual	Peor	Mejor	Igual	Peor	Mejor	Igual	Peor	Bueno	Medio	Malo
Calidad												
Selección de Producto												
Atención al cliente												
Servicio												
Responsabilidad												
Recomendación experto												
Garantías												
Crédito al cliente												
Ubicación del local												
Horario de servicio												
Apariencia del local												
Publicidad												

Fuente: Investigación de campo.

En la tabla No. 12 se podrá establecer las ventajas que tienen los cinchos en comparación con la competencia. Entonces, aquí se describe la calidad, precio, garantía, atención al cliente y sobre todo se describe: cómo está la situación del cincho que se ofrece en el mercado.

La calidad es necesaria en todo mercado, independientemente que cultura este consumiendo el producto, siempre va a exigir calidad y si los propietarios satisfacen con calidad el prestigio de la asociación y de los talleres, estos crecerán, asegurando una buena imagen en el mercado. Sin embargo, para producir con calidad es necesario investigar nuevas formas de producción, nueva tecnología y especializarse para proporcionar mejores productos a los clientes europeos.

La Asociación no debe pasar inadvertido que la publicidad juega un papel importante para que el consumidor sepa que están produciendo los artesanos de cinchos del municipio de Samayac. Algo muy importante al conocer los productos que elaboran la competencia es no copiarlos, porque si se imita a la competencia, vendría a ser otro producto más ya existente en el mercado y no algo nuevo. Por lo tanto, la ganancia de todos los integrantes de la asociación se logrará con la exitosa

innovación de sus productos, fabricando varios tipos de cinchos y diversificar con otros subproductos que sean utilitarios, dando un servicio de entrega excelente.

De lo expuesto anteriormente, la Asociación debe de seleccionar el estilo de cincho que más consume el mercado europeo para ropa casual, fiestas, trabajo de oficina, recreación y ajustar el cincho acorde a las medidas y tamaños que requiere la Unión Europea.

## **6.7 PRECIO**

Los talleres deben de determinar el precio para cada estilo de cincho, considerando los siguientes puntos:

- 1) El costo del producto terminado:
  - Costo de material/materia prima
  - Costo de mano de obra
  - Gastos generales
  - Costos de venta
- 2) La demanda para el producto.
- 3) Nivel de precios que acepta el cliente. (Se investiga el mercado).
- 4) El precio a que vende la competencia el mismo estilo de cincho.

Considerando las siguientes interrogantes:

- ¿Quiénes son mis competidores principales?
  - ¿Cuáles son sus fortalezas y sus debilidades?
  - ¿Qué conclusiones puedo sacar para mi estrategia de venta?
- (Tabla No. 12 “Aspectos para chequear la Competencia”).

- 5) Calidad del producto.

Si el mercado objetivo es la Unión Europea donde la capacidad de pago es con una moneda fuerte superior a la moneda Quetzal, entonces, debe hacerse la transacción comercial con Dólares o Euros. A continuación se propone una forma de cómo establecer el precio de venta del cincho tomando como base el costo propuesto del cincho típico de Artesanía la Cobra.

El primer paso para determinar el precio de venta es:

- Calcular el costo total del cincho típico (costo unitario). (calculado de costos propuestos).
- Al sumar los costos directos e indirectos resulta un costo total del cincho típico de Q.18.87.

- Con esta información se sabe que se tiene que cobrar por lo menos Q.18.87 para cubrir los gastos, pero desde luego se desea obtener alguna ganancia. Entonces se tiene que cobrar más que Q.18.87.
- Si se espera obtener por ejemplo el 25% de ganancia sobre el costo total del cincho típico, se realiza la suma y el precio de venta del cincho es:

$$Q.18.87 + Q.4.72 (25\%) = Q.23.59$$

#### CUADRO No. 12

ELABORACIÓN DE PRECIO DE VENTA: CINCHO TÍPICO  
TALLA 36" DE LARGO X 1 ¼" DE ANCHO, COLOR GEMA  
DICIEMBRE/1,999 - ABRIL/2,000

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL PEDIDO
Costo Total del Cincho	300	18.87	5,662.16
Ganancia del 25%	300	4.72	1,415.54
Ganancia + Costo Total =		23.59	7,077.70
Precio de venta		↑	

Fuente: Investigación de campo.

- El precio Q23.59, es el precio mínimo que se tiene que cobrar. ¿Cuál será el precio máximo?
- Debe investigarse la competencia para detectar la misma calidad y el precio para ganar lo mismo, subir o reducir el precio.

## 6.8 PRODUCCIÓN

El proceso de producción debe ser el más adecuado, rápido y eficiente y no permitir que una sola persona o taller realice varias actividades y un solo diseño de cincho. Los talleres deben de compartirse las actividades, con el fin de reducir tiempo y maximizar la producción; esto significa que para un pedido grande de un cliente, los microempresarios puedan cumplir a tiempo ya que la mayoría de ellos no tiene capacidad productiva, pero si se asocian para cumplir cualquier pedido, todos tendrán empleo e ingreso.

En el proceso de producción es necesario que al efectuar una compra como asociación se analicen los siguientes factores de producción:

### **6.8.1 LA MATERIA PRIMA**

En ella deben analizarse los siguiente aspectos:

Disponibilidad: analizar el cuero de res, badana y piel de cabro estacionario, y la escasez.

Calidad: se debe enfatizar sobre la relación costos versus calidad de piel.

Factibilidad de Transporte: disponibilidad de transporte y costos.

Cantidad: se debe tomar en cuenta el costo de tener un inventario, inflación, pérdida de calidad en el centro de acopios o almacenamiento de la materia prima cuero.

Centro de Acopios o Almacenamiento: se debe considerar espacio, costos, deterioros, escasez, etc.

Materias primas sustitutas: discutir sobre nueva tecnología, cambios al producto, costos de la materia prima, escasez, etc.

### **6.8.2 LA MANO DE OBRA**

También en ella deberán analizarse:

Disponibilidad: hábitos de trabajo, costos, formas de contratación.

Si es calificada o no: método aprendizaje.

Situación legal: contratos.

Apéndices: ambiente de trabajo, remuneración, sistematización del aprendizaje.

Funciones: saber delegar responsabilidad, supervisión, tareas especializadas, etc.

### **6.8.3 LOS EQUIPOS, HERRAMIENTAS Y MÁQUINAS**

Aquí se deben de considerar los siguientes:

Precios: formas de cotizar, lugares efectivos disponibles, rentabilidad, etc.

Mantenimiento: preventivo y correctivo, respuestas disponibles.

Garantías: tipos de garantías y selección de la marca.

Capacidad de producción: si es grande o pequeña, si no tendrán tiempos ociosos.

Costo de operación: lubricantes, combustibles, energía, etc.

Instalación necesaria: espacio, corriente eléctrica, protecciones a los trabajadores, etc.

Estos aspectos son importantes para poder competir en un mercado más exigente como lo es la Unión Europea. A continuación se propone la integración de los órganos y atribuciones de la asociación de talleres de cinchos de cuero del municipio de Samayac, Suchitepéquez.

#### 6.8.4 ÓRGANOS DE LA ASOCIACIÓN Y ATRIBUCIONES

Los Órganos de la Asociación de Talleres de Cinchos se integrará con la Asamblea General, Directiva General y Comisión de Vigilancia.

La Asamblea General de la Asociación de Talleres quien es la autoridad máxima de la asociación, se integra con los asociados activos, entre sus principales atribuciones se encuentran:

- a) Elegir a los miembros de la Directiva General y de la Comisión de Vigilancia en la Asamblea.
- b) Establecer las cuotas ordinarias y extraordinarias que deben pagar los asociados.
- c) Conocer y resolver acerca de los informes de actividades realizadas, estados contables y financieros, planes de trabajo y presupuestos que le presente la Directiva General.
- d) Adoptar las decisiones que sean necesarias y oportunas para la realización de las actividades de la Asociación y
- e) Aquellas otras que le correspondan de acuerdo a su calidad de máxima autoridad de la Asociación.

Directiva General es el órgano Ejecutivo y Administrativo de la Asociación y se integra con los siguientes cargos.

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| a) Presidente     | b) Vicepresidente |
| c) Secretario     | d) Tesorero       |
| e) Vocal Primero  | f) Vocal Segundo  |
| g) Vocal Tercero. |                   |

Las atribuciones de la Directiva General son:

- a) Cumplir y hacer que se cumplan los estatutos, reglamentos y resoluciones de la Asamblea General.
- b) Promover actividades para mantener y ampliar los programas de la asociación.
- c) Disponer todo lo que concierne a contratación, funciones y régimen de personal administrativos de la asociación.
- d) Crear las comisiones de trabajo que sean necesarias para el buen funcionamiento de la asociación, a través de reglamentos que deberá aprobar la asamblea general.

- e) Acordar el otorgamiento de mandatos especiales y designar los mandatarios que deberán ejercitarlos.
- f) Administrar el patrimonio de la asociación.
- g) Autorizar los gastos de funcionamiento de la asociación.
- h) Preparar el plan de trabajo, el presupuesto anual, los informes sobre las actividades realizadas y los estados financieros y contables de la asociación de talleres, para someterlos a la consideración de la Asamblea General.
- i) Conocer las faltas de los asociados para la aplicación de las medidas disciplinarias correspondientes.

Presidente. Las principales atribuciones del Presidente de la Directiva General son:

- a) Representar legalmente a la Asociación de Talleres, ejerciendo su personería jurídica en todos los actos en que la misma tenga interés.
- b) Presidir las sesiones de la Asamblea General y de Directiva General.
- c) Ejercer doble voto, en caso de empate, en las sesiones de Asamblea General y de la Directiva General.
- d) Autorizar con el Secretario las actas de las sesiones de la Asamblea General y Directiva General.
- e) Autorizar con el tesorero todos los pagos que se efectúen y
- f) Cumplir y hacer que se cumplan los estatutos y las disposiciones de la Asamblea General y de la Directiva General y velar por el buen funcionamiento de la asociación y sus órganos.

Vicepresidente. Las atribuciones del Vicepresidente de la Directiva General son:

- a) Asistir al Presidente en el desempeño de su cargo haciéndole las sugerencias que estime convenientes para el buen funcionamiento de la asociación de talleres.
- b) Sustituir al Presidente en caso de impedimento o de ausencia temporal.
- c) Completar el tiempo de mandato del presidente, en caso de su ausencia definitiva y,
- d) Aquellas otras que le asignen la Asamblea General o la Directiva General.

Secretario. El Secretario de la Directiva General tiene las siguientes atribuciones:

- a) Llevar y conservar los libros de las actas de las Asambleas Generales y de la Directiva General.
- b) Redactar y autorizar con el Presidente las actas de la Asamblea General y de la Directiva General.

- c) Notificar los acuerdos de la Asamblea General y de la Directiva General.
- d) Preparar la documentación de los problemas que se traten en la Asamblea General y la Directiva General.
- e) Elaborar y someter a la aprobación de la junta directiva, la memoria anual de labores.
- f) Preparar y enviar por lo menos con tres días de anticipación a su celebración, las convocatorias de las sesiones ordinarias y extraordinarias.
- g) Realizar aquellas otras actividades que se relacionen con su competencia.

Tesorero. El Tesorero de la Directiva General tiene las siguientes atribuciones:

- a) Recaudar y custodiar los fondos de la entidad en la forma en que disponga la Asamblea General y la Directiva General.
- b) Autorizar con el Presidente las erogaciones acordadas por la Asamblea General o por la Directiva General, así como los pagos que se efectúen.
- c) Rendir informe mensual a la Directiva General del movimiento de caja.
- d) Elaborar el proyecto de presupuesto anual de la entidad.
- e) Elaborar el informe financiero anual de la asociación de talleres.
- f) Elaborar y mantener actualizado el inventario de bienes de la asociación de talleres, y
- g) Informar a la Asamblea General y a la Directiva General sobre todos los problemas que le competan.

Vocales. Los vocales tienen las siguientes atribuciones:

- a) Colaborar con los demás miembros de la Directiva General en la promoción de las actividades de la asociación.
- b) Sustituir por su orden, a los miembros de la Directiva General en caso de impedimento, ausencia temporal o definitiva de éstos, excepto el Presidente, y
- c) Las demás que les asignen los estatutos, reglamentos y disposiciones de la Asamblea General y la Directiva General.

Comisión de Vigilancia. Se integra con los siguientes cargos.

- |                  |                   |
|------------------|-------------------|
| a) Presidente    | b) Vicepresidente |
| c) Secretario    | d) Vocal Primero  |
| e) Vocal Segundo |                   |

La Comisión de Vigilancia tiene las siguientes atribuciones:

- a) Emitir dictámenes de naturaleza vinculantes y obligatorios en los asuntos de la Directiva General.
- b) Supervisar el trabajo de la Directiva General e informar a los asociados.
- c) Supervisar el trabajo del tesorero de la Directiva General.
- d) Aprobar los planes de trabajo de la Directiva General, de acuerdo a lo establecido por la asamblea general.
- e) Apoyar a la Directiva General en las resoluciones que emita de conformidad a la ley y a los estatutos de la asociación de talleres.

Presidente. Las atribuciones del Presidente de la Comisión de Vigilancia son:

- a) Presidir las sesiones de la Directiva General y de la Comisión de Vigilancia.
- b) Ejercer doble voto, en caso de empate, en las sesiones de la Directiva General y de la Comisión de Vigilancia.
- c) Autorizar con el secretario las actas de las sesiones de la Directiva General y de la Comisión de Vigilancia.
- d) Cumplir y hacer que se cumplan los estatutos y las disposiciones de la Asamblea General, por intermedio de la Directiva General.

Vicepresidente. Las atribuciones del Vicepresidente de la Comisión de Vigilancia son:

- a) Asistir al presidente en el desempeño de su cargo, haciéndole las sugerencias que estime convenientes para el buen funcionamiento de la asociación de talleres.
- b) Sustituir al presidente en caso de impedimento o ausencia temporal.
- c) Completar el tiempo del mandato del presidente, en caso de su ausencia definitiva, y
- d) Aquellas otras que le asignen la Asamblea General o la Directiva General.

Secretario. Las atribuciones del Secretario de la Comisión de Vigilancia son:

- a) Llevar y conservar los libros de actas de las reuniones de la Directiva General y de la Comisión de Vigilancia.
- b) Redactar y autorizar con el presidente las actas de la Directiva General y de la Comisión de Vigilancia.
- c) Realizar aquellas otras atribuciones que se relacionen con su competencia.

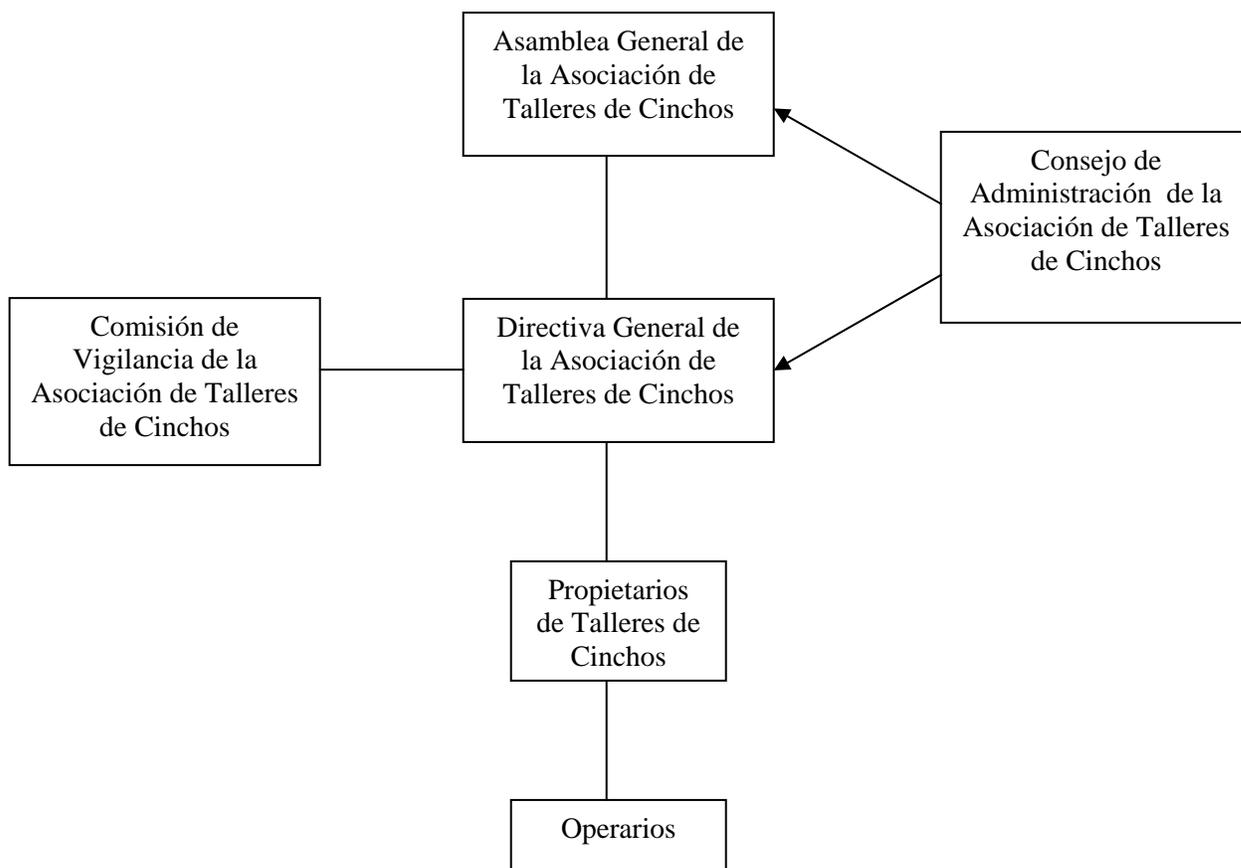
Vocales. Las atribuciones de los vocales son:

- a) Colaborar con los demás miembros de la Comisión de Vigilancia, como son la Directiva General para la promoción de los asuntos de la asociación de talleres.
- b) Sustituir por su orden a los miembros de la Comisión de Vigilancia, en caso de impedimento o ausencia temporal o definitiva de estos, excepto al presidente y
- c) Las demás que le asignen los estatutos, reglamentos y disposiciones de la asamblea general, la directiva general y la comisión de vigilancia.

A continuación en el esquema No. 1 se propone un organigrama para implementarlo en la Asociación de Talleres de cinchos de Cuero del Municipio de Samayac, Suchitepéquez.

### ESQUEMA No. 1

ESQUEMA PROPUESTO DE LA ASOCIACIÓN DE TALLERES DE CINCHOS DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC DEPARTAMENTO DE SUCHITEPÉQUEZ.  
DICIEMBRE/1,999 – ABRIL/2,000



Fuente: Investigación de campo.

## 6.9 COSTOS

Es importante que dentro de los talleres de cinchos se consideren los aspectos siguientes:

- 1.- Hacer una buena compra porque es importante.
- 2.- Evitar desperdicios en el corte del cuero y en otros materiales, puede evitar desperdicios con un corte inteligente, aprovechando al máximo la pieza de materia prima dada. Un mal corte produce desperdicios y eleva los costos de producción.
- 3.- Evitar productos defectuosos que habría que desechar o vender a bajo precio. El desecho de productos terminados, no sólo ocasionan pérdidas en las materias primas y materiales involucrados, sino también representa gasto de mano de obra y pérdida de tiempo.
- 4.- Aprovechar los sobrantes puesto que son materia prima, es decir dinero invertido. ¿Cómo tiraría usted dinero siendo artesano?. Los sobrantes pueden ser utilizados para la elaboración de nuevos productos como aretes, argollas, pulseras, diademas, billeteras, anillos, etc.

## 6.10 REDUCCIÓN DEL COSTO DE MANO DE OBRA

El costo de mano de obra representa:

- ✓ Sueldos para artesanos
- ✓ Sueldos para supervisores
- ✓ Pago de horas extras
- ✓ Sueldo del dueño (empresario)

¿Cómo pueden los propietarios de talleres de cinchos reducir el costo de mano de obra? Se puede ahorrar dinero en reducir el costo de mano de obra, pero eso no significa “pagar malos sueldos y salarios”, porque cuando se espera un trabajo bien hecho los “Salarios satisfactorios son indispensables”.

La reducción del costo de mano de obra se logra al reducir la pérdida de tiempo.

Evitar pérdida de tiempo significa trabajo más productivo.

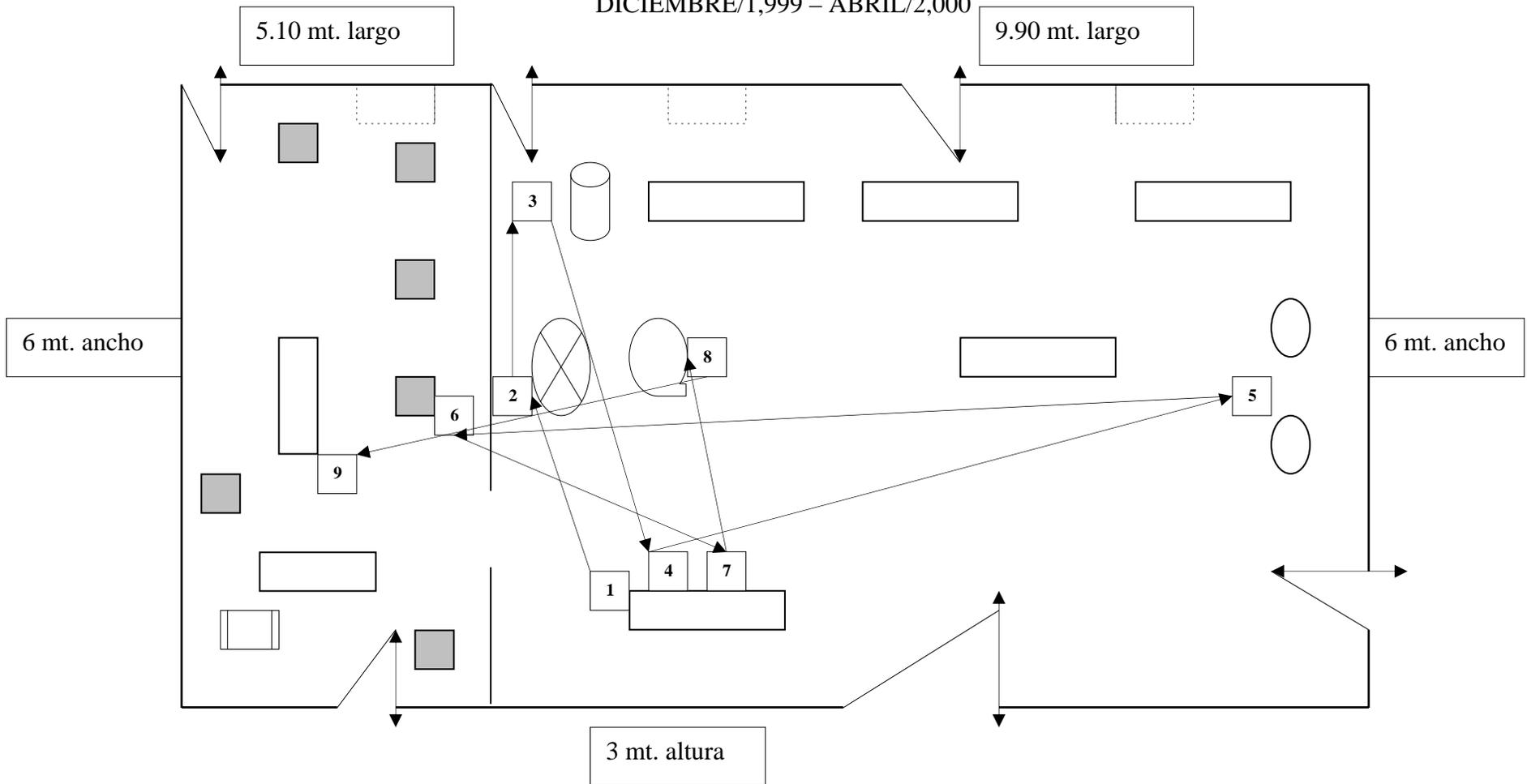
¿Dónde se encuentra pérdida de tiempo?

1) EN EL TALLER

Talleres en mal estado, desordenados y equipo no adecuado causa pérdida de tiempo. Buscar herramientas también es pérdida de tiempo. Por lo tanto, es recomendable mantener las herramientas bien colocadas.

Mala organización del local de producción también causa pérdida de tiempo. La planta de producción está organizada como aparece en el diseño de distribución del taller de cincho Las Tortugas Diagrama No. 3. Las flechas y números indican los pasos que sigue el producto para su fabricación.

DIAGRAMA No. 3  
 DISTRIBUCIÓN DEL TALLER DE CINCHO  
 LAS TORTUGAS, UBICADO EN EL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ  
 DICIEMBRE/1,999 – ABRIL/2,000



Fuente: Investigación de campo.

## SIMBOLOGÍA:



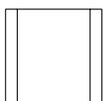
Puertas



Ventanas



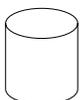
Máquina de Coser



Escritorio de Encargado



Mesa de trabajo



Máquina Engomadora



Máquina Estampadora



Máquina Debastadora



Troqueladores

## PROCEDIMIENTO EN LA ELABORACIÓN DE CINCHO LISO

1. Cortar el cuero en fajas
2. Debastar la faja de cuero
3. Hechar pegamento a la faja de cuero
4. Pegar forro a las fajas
5. Troquelar las puntas de las fajas
6. Costurar la orilla de las fajas
7. Cortar y pintar la orilla de las fajas, tallar y pegar la hebilla, costurar la cabeza de la hebilla y perforar con un sacabocado manual la faja del cincho
8. Estampar las letras Made in Guatemala en el reverso del cincho
9. Control de calidad donde se revisa y corrige el cincho como producto terminado.

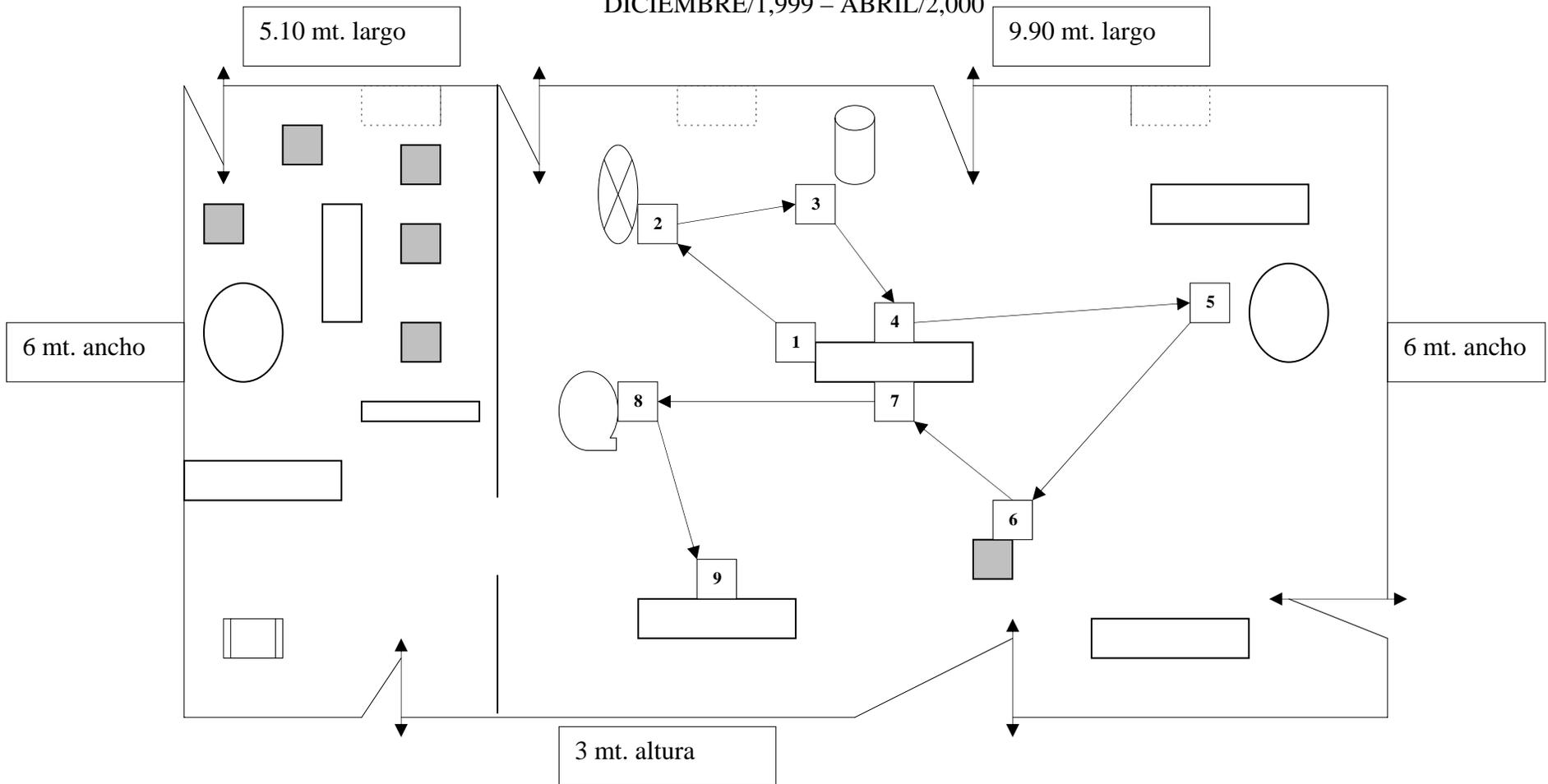
Como se observa en el diagrama No. 3, las máquinas y puestos de trabajo no están colocadas en la secuencia de operaciones que sigue la fabricación del cincho. Los productos en proceso, no tienen un sitio especial para el almacenamiento y la distancia que recorren los materiales y el trabajador no es la mínima, debido a la colocación de las máquinas y puestos de trabajo.

Para organizar la planta, es posible efectuar un cambio en las máquinas y en los puestos de trabajo, dar una mejor utilización a los dos cuartos y asignar el taller en el cuarto grande, para ganar tiempo en el proceso de producción. Además es conveniente que el cuarto pequeño se convierta en bodega, donde se almacena todo el equipo subutilizado para no interferir el proceso de producción. También, en el cuarto grande es necesario que, se aprovechen las paredes para colocar gabinetes aéreos y que sirvan como estanterías para colocar materia prima, materiales y herramientas lógicamente ordenadas.

Por lo tanto, se tendrá un taller organizado y una mayor eficiencia en el trabajo; donde el producto y el trabajador recorren menores distancias y existirá un flujo adecuado de materias primas, productos en proceso y productos terminados.

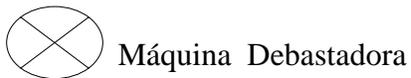
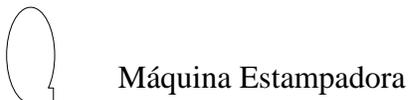
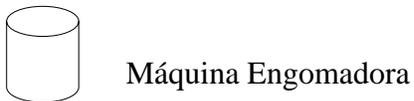
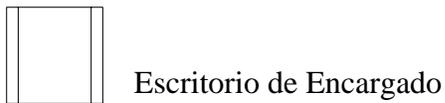
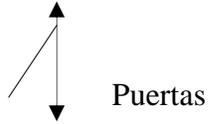
A continuación, en el diagrama No. 4, se presenta una de las posibles distribuciones de planta que puede utilizar para organizar el taller dado en el Diagrama No. 3:

**DIAGRAMA No. 4**  
**PROPUESTA DE LA DISTRIBUCIÓN DEL TALLER DE CINCHO**  
**LAS TORTUGAS, UBICADO EN EL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ**  
**DICIEMBRE/1,999 – ABRIL/2,000**



Fuente: Investigación de campo.

## SIMBOLOGÍA:



## PROCEDIMIENTO EN LA ELABORACIÓN DEL CINCHO LISO

1. Cortar el cuero en fajas
2. Desbastar la faja de cuero
3. Hechar pegamento a la faja de cuero
4. Pegar forro a las fajas
5. Troquelar las puntas de las fajas
6. Costurar la orilla de las fajas
7. Cortar y pintar la orilla de las fajas, tallar y pegar la hebilla, costurar la cabeza de la hebilla y perforar con un sacabocado manual la faja del cincho
8. Estampar las letras Made in Guatemala en el reverso del cincho
9. Control de calidad donde se revisa y corrige el cincho como producto terminado.

A continuación en el cuadro No. 13 se propone un modelo para calcular el costo de producción tomando de base los datos proporcionados por Artesanías La Cobra. Esto incluye energía eléctrica directa, pago de envío de mercaderías a la Unión Europea, pasivo laboral de la mano de obra, mantenimiento de equipo, seguros, empaque, y embalaje.

**CUADRO No. 13**

**PROPUESTA DE UN MODELO DE COSTO DE PRODUCCIÓN EN QUETZALES**

<b>ELABORACIÓN DE COSTO DE PRODUCCIÓN: CINCHO TÍPICO</b>					
TALLA 36" DE LARGO X 1 1/4" DE ANCHO, COLOR GEMA					
<b>COSTO DIRECTO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>MEDIDA</b>		<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PEDIDO</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>					300 cinchos
Faja/ribete Badana y semicuero 30"largo x 1 1/4"ancho	Unidad	1	3.35	3.35	1,005.00
Faja textil típico 30"largo x 3/4"ancho	Unidad	1	2.81	2.81	843.00
Faja puntero/tronco cuero res,badana 8"largo x 1 1/4"ancho	Unidad	1	2.50	2.50	750.00
Forro cuero res para hebilla 5"largox 1 1/4"ancho	Unidad	1	0.38	0.38	114.00
Pasador cuero res 4" largo x 5/8"ancho	Unidad	1	0.15	0.15	45.00
Energía eléctrica					0.01
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
Corte faja/ribete/alma badana y semicuero	Unidad	1	0.09	0.09	27.00
Aplicar pegamento y unir faja badana y alma semicuero	Unidad	1	0.15	0.15	45.00
Corte faja textil típico	Unidad	1	0.03	0.03	9.00
Aplicar pegamento y unir faja textil y alma semicuero	Unidad	1	0.15	0.15	45.00
Debastar faja ribete badana y costurar a la orilla faja cincho	Unidad	2	0.06	0.12	36.00
Troquelar puntero cuero res/badana/tronco cuero res	Unidad	1	0.09	0.09	27.00
Debastar puntero cuero res/badana y tronco cuero res	Unidad	1	0.05	0.05	15.00
Aplicar pegamento a punteros/tronco	Unidad	1	0.06	0.06	18.00
Unir punteros	Unidad	1	0.09	0.09	27.00
Corte y debastado forro cuero res para hebilla	Unidad	1	0.03	0.03	9.00
Forrar hebilla	Unidad	1	0.10	0.10	30.00
Costurar forro hebilla/orilla pasador/puntero/tronco	Unidad	1	0.16	0.16	48.00
Recortar orilla forro hebilla	Unidad	1	0.03	0.03	9.00
Muesca al tronco	Unidad	1	0.03	0.03	9.00
Aplicar pegamento al tronco, poner hebilla y pasador	Unidad	2	0.03	0.06	18.00
Pegar troncos y punteros	Unidad	2	0.03	0.06	18.00
Sellar, tallar cinchos y perforar punteros para el pin	Unidad	1	0.05	0.05	15.00
<b>MATERIALES E INSTRUMENTOS</b>					
Pegamento	Mililitros	20.8175	0.01	0.21	62.45
Hilo	Metros	6	0.02	0.09	27.00
Hebilla	Unidad	1	0.10	0.10	30.00
Pin	Unidad	1	0.25	0.25	75.00
Aceite máquina	Mililitros	5	0.17	0.85	255.00
Aguja	Unidad	1	2.00	2.00	600.00
<b>VAN</b>				14.04	4,211.46

	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO	TOTAL
	MEDIDA		UNITARIO	TOTAL	PEDIDO
VIENEN				14.04	4,211.46
Bolsa de empaque	Unidad	3		0.01	3.00
Caja de cartón	unidad	3		0.01	3.00
<b>DEPRECIACIÓN EQUIPO MAQUINARIA</b>				0.01	3.00
<b>DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS</b>				0.01	3.00
<b>COSTO INDIRECTO</b>					
Luz				0.01	3.00
Alquiler				0.02	6.00
Teléfono				0.01	3.00
Transporte para enviar el producto				0.20	60.00
Transporte CIF en CROPA PANALMINA para EUROPA	kilo	35	13.30	1.55	465.50
Gastos administrativos				0.05	15.00
Pasivo Laboral				1.23	369.00
Mantenimiento equipo				0.01	3.00
Impuestos				1.71	514.20
Costo Unitario y Total del pedido de 300 Cinchos Típicos				18.87	5,662.16
Ganancia 25%				4.72	1,415.54
Precio Unitario de Venta en Quetzales y Total de Venta x				<b>23.59</b>	<b>7,077.70</b>
300 cinchos					

Fuente: Investigación de campo. Diciembre/1,999 – Abril/2,000.

Este modelo presentado en el cuadro No. 13 debe aplicarse en cada estilo de cincho para establecer el costo real de producción, y se debe considerar la inflación en la adquisición de materia prima, materiales y herramientas porque los precios cambian constantemente. Así todos los miembros de la asociación deben de estandarizar los precios de los cinchos. Deben considerar todas las actividades que intervienen en el proceso de producción hasta comercializarlo, ya que esto representa inversión en la producción y debe recuperarse y obtener un margen de ganancia o utilidad. No se debe de pensar en recuperar los costos sino en proyectar un margen de utilidad que permita incrementar la producción.

Otra área importante que la asociación no debe descuidar lo constituye el aspecto de inventario.

## 6.11 INVENTARIO

Los talleres de cinchos no manejan inventarios grandes ya que la mayoría trabaja con pedidos. Sin embargo, las existencias se deben controlar:

- a) Para evitar que se agoten; y
- b) Para que no se acumule demasiada cantidad, ya que si mantiene más existencias de las necesarias, tendrá dinero sin trabajar.

Existen 4 reglas para un mejor control de los inventarios. Estas son:

**Regla No. 1** Revisar los inventarios en forma periódica.

Puede hacerse mensual, cada dos meses o trimestral dependiendo del negocio.

Tomar nota de las materias primas o productos que se mueven más rápido y hacerles un control más frecuente.

**Regla No. 2** Ordenar en estantes, cajas, repisas o bastidores, todas las existencias, si son bastantes, ordenarlas por separado.

Esto ayuda a un mejor control y protección de los artículos.

**Regla No. 3** Usar cualquier forma de protección a los inventarios.

Las materias primas o productos mal almacenados ya que pueden perder la calidad.

**Regla No. 4** Si el número de artículos es mayor a 20, llevar un registro escrito.

Existen 2 tipos de control, los cuales se proponen:

### 1.- CONTROL EN HOJAS RAYADAS O EN UN CUADERNO CORRIENTE

Paso No. 1 Hacer un rayado en una hoja o en cuaderno tal como se muestra en el cuadro No. 14.

CUADRO No. 14  
CONTROL DE INVENTARIO

LISTA DE INVENTARIO				
FECHA:				
No.	ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL

Fuente: Investigación de campo. Diciembre/1,999 – Abril/2,000.

Colocar los nombres a las columnas.

Paso No. 2 Escribir la fecha del día que el propietario del taller escoja para realizar su inventario, por ejemplo: 30-Enero/2001.

- Paso No. 3 Colocar el nombre del primer artículo a contar.
- Paso No. 4 Contar la cantidad que tiene de ese artículo en esa fecha y escribir en la columna cantidad.
- Paso No. 5 Escribir el precio que le cuesta cada unidad de medida, por ejemplo: 1 pieza de cuero Q.300.00.
- Paso No. 6 Escribir el total en dinero de artículo inventariado, ejemplo: 10 piezas de cuero a Q.300.00 da Q3,000.00.
- Paso No. 7 Repetir los pasos 3, 4, 5 y 6 para cada artículo hasta anotar todos los inventarios.
- Paso No. 8 Sumar todos los totales y este valor es el total en existencias.  
Un ejemplo se presenta en el cuadro No. 15.

CUADRO No. 15  
CONTROL DE INVENTARIO EN QUETZALES

LISTA DE INVENTARIO				
FECHA: 30/ENERO/2001				
No.	ARTÍCULO	CANTIDADES	COSTO EN Q.	TOTAL EN Q.
1	Pieza de cuero de res	10	300.00	3,000.00
2	Pieza de piel de Cabro	5	9.00	45.00
3	Pieza de Piel de Badana	5	25.00	300.00
4	Pieza de Semicuero	5	32.00	160.00
5	Conos de Hilo	5	45.00	225.00
6	Hebilla	10	0.10	1.00
7	Goma	1	42.00	42.00
8	Pin	10	0.25	2.50
9	Producto en Proceso			200.00
10	Cinchos	36	20.00	720.00
	Valor Total de Existencias			4,695.50

Fuente: Investigación de campo. Diciembre/1,999 – Abril/2,000.

Este control presentado en el cuadro No. 15 sirve cuando los artesanos propietarios tengan un balance del negocio y puedan fácilmente saber si ganaron o perdieron en los últimos 3 meses, 6 meses, o último año, dependiendo cuando los propietarios obtengan el balance.

## 2.- CONTROL USANDO TARJETAS DE ALMACÉN

Este es un control unitario de las existencias y permite registrar diariamente el número de unidades o artículos que el taller posee.

- Paso No. 1 Colocar el nombre del artículo.
- Paso No. 2 Escribir los precios de costo y venta.
- Paso No. 3 Escribir la fecha que comienza el control; ejemplo: 1 de Enero de 2001.
- Paso No. 4 Escribir el saldo inicial.
- Paso No. 5 Contar cuántos artículos tiene el taller a esa fecha y anotar en la columna de saldo, ejemplo: 200 artículos.
- Paso No. 6 Cuando se hace una compra o se produzca nuevos artículos ingresar a la tarjeta en la columna de entradas.
- Paso No. 7 Sumar el saldo anterior a la nueva **“Entrada”**, ejemplo:
- |                |          |             |
|----------------|----------|-------------|
| Saldo Anterior | Entrada= | Nuevo saldo |
| 200            | 300 =    | 500         |
- Paso No. 8 Cuando efectúe una venta anotar la palabra venta y escribir la cantidad en la columna salidas. Ejemplo: se venden 300 artículos.
- Paso No. 9 Volver a calcular el nuevo saldo, pero como es salida ahora se resta así:
- |                |   |        |   |             |
|----------------|---|--------|---|-------------|
| Saldo Anterior | - | Salida | = | Nuevo Saldo |
| 500            | - | 300    | = | 200         |
- Paso No. 10 Cuando llegue el saldo a 100 significa reponer.
- En el cuadro No. 16 se presenta una propuesta para el control de estilos de cinchos.

CUADRO No. 16  
CONTROL DE ESTILOS DE CINCHOS

ARTÍCULO: Cincho Típico		Nivel de Reposición: 100		
Precio de Costo: Q.15.00		TARJETA DE EXISTENCIAS		
Precio de Venta: Q.20.00				
FECHA	DETALLE	ENTRADAS	SALIDAS	SALDOS
01/01/2001	Saldo Inicial			200
15/01/2001	Producción	300		500
30/01/2001	Venta		300	200
05/02/2001	Venta		100	100

Fuente: Investigación de campo. Diciembre/1,999 – Abril/2,000.

¿Qué significa reponer?

Significa que el taller no tenga que parar la producción ya que necesita tener un inventario de seguridad o sea el mínimo necesario para poder funcionar.

El artesano productor debe recordar de que no cualquier materia prima o productos, se puede comprar al momento, ya que hay materias primas y productos que tardan en llegar al taller. Esa cantidad que se gasta en el tiempo que llega el nuevo pedido es lo que se llama **Nivel de Reposición.**

## **6.12 PROMOCIÓN**

La asociación deberá encargarse de la promoción. Sin embargo, ésta representa costos elevados para el artesano productor y para la asociación. Por lo tanto, la asociación en representación de todos los talleres podrá buscar alternativas para promocionar el producto a la Unión Europea. Se sabe que mediante los Acuerdos de Paz, la Unión Europea ha coadyuvado en proyectos de desarrollo al país. Por lo tanto, la asociación debe buscar el mecanismo para:

- Involucrar a las Instituciones Públicas y Privadas a que participen en un programa de Promoción y Difusión de la Artesanía de Cuero a través del Turismo, Ferias Internacionales, Convenciones Internacionales y Embajadas en la Unión Europea.
- Participar en fiestas internacionales en países de la Unión Europea buscando empresas o instituciones que patrocinen el viaje como INGUAT, AGEXPRONT, CÁMARA DE INDUSTRIA DE GUATEMAL, ETC.
- Contactar con la cooperativa ARTEXCO, R.L. para que a través de la imagen que tiene esta empresa, se promocióne el cincho de la asociación o llegar a un acuerdo para que esta empresa se encargue de comercializar el producto en la Unión Europea.
- Contactar por teléfono o por Internet o correo electrónico empresas europeas que importan artesanías de Guatemala (Anexo No. 7: “Relación de Importadores y Distribuidores por Países”).

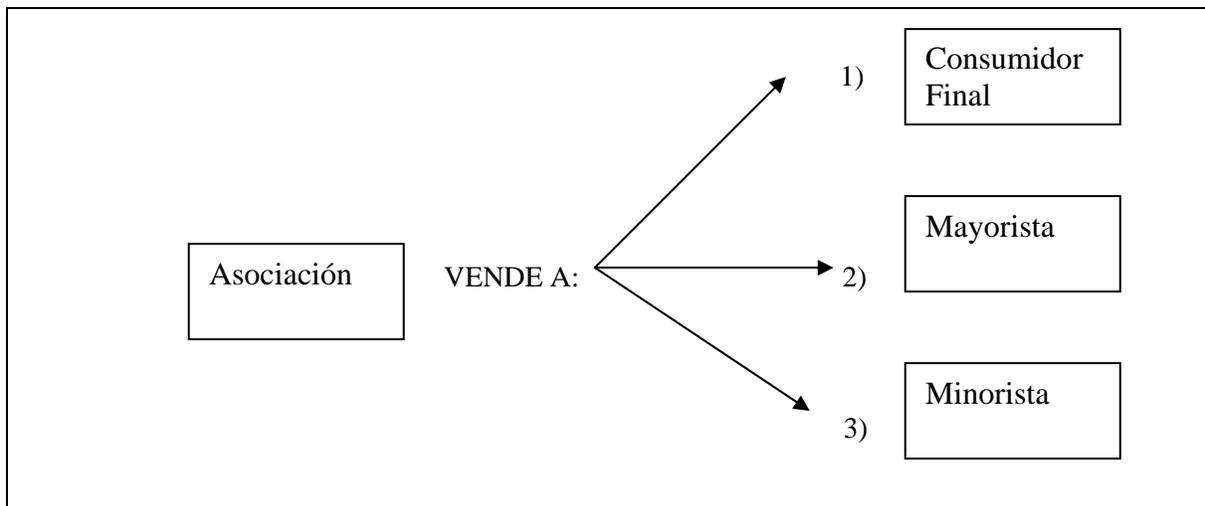
Existen numerosas empresas que querrán comercializar los cinchos, pero es necesario entablar comunicación y negociación con ellas. Estas empresas podrán ser los canales de venta.

### 6.13 CANALES DE VENTA

La asociación tiene varias posibilidades de vender los cinchos. En la gráfica No. 8 se ilustra los tres canales de venta.

GRÁFICA No. 8

CANALES DE VENTA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS PRODUCTORES  
DE CINCHOS DEL MUNICIPIO DE SAMAYAC, SUCHITEPÉQUEZ



Fuente: Investigación de campo. Diciembre/1,999 – Abril/2,000.

En la ilustración se observa que la asociación se le ofrecen principalmente tres canales de venta:

- 1) Vender directamente al consumidor final.
- 2) Vender al mayorista.
- 3) Vender al minorista.

Es importante que la asociación experimente técnicas de ventas con buena iniciativa.

### 6.14 PUBLICIDAD

Otro aspecto importante es la publicidad. Aquí la asociación debe velar porque se publique lo que producen todos. Debe buscar un patrocinador como el Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT, la Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales AGEXPRONT, el Ministerio de Economía y el Ministerio de Relaciones Exteriores.

También debe buscar un espacio en las páginas de revistas de mayor circulación en los países de la Unión Europea, obsequiando algunas muestras con el nombre de las revistas. De esta forma podrá contactar nuevos clientes; y ampliar la cobertura de nuevos mercados.

Como asociación deben de estar inscrito en la Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales y costear su página de internet a un precio módico ya que esta empresa cuenta actualmente con una base de datos de los productos que ofrecen sus afiliados.

#### **6.15 ASPECTOS LEGALES**

En el marco teórico, se describieron los pasos para forma una asociación. Sin embargo, se propone que todos los propietarios de talleres debe registrarse en la municipalidad para pagar sus arbitrios municipales que consiste en Q1.00 mensual.

Así mismo deben de solicitar su Número de Identificación Tributaria NIT para cumplir con los requisitos de todo ciudadano guatemalteco y pagar el Impuesto del Valor Agregado (IVA), por lo que es importante llevar libros de contabilidad para pequeños contribuyentes.

También deben de tener su patente de comercio debido a que la mayoría de empresas europeas exigen que los negocios deben estar legalmente autorizado para poder comercializar; y tener su respectiva licencia sanitaria.

En cuanto al Impuesto Sobre Renta (ISR), los propietarios están obligados a presentar su declaración jurada ante la SAT y pagar sus respectivos impuestos acorde al porcentaje establecido.

Para la exportación deben de obtener su Número y Licencia de exportación que la Ventanilla Única del Ministerio de Economía exige y cumplir con todos los requisitos legales.

Es de señalar que no existe ninguna tarifa, arancel ni impuesto de exportación e importación entre Guatemala y la Unión Europea para cinchos que puedan impedir el envío de mercancía al exterior.

## **7. CONCLUSIONES**

### **1. LA ORGANIZACIÓN**

- 1.1 Se determinó que los artesanos no están organizados como talleres y que cada taller compite en el mercado con su precio, estilo, cantidad y calidad; lo que no permite estandarizar un sólo precio para cada estilo de cincho, ni permite mejorar la productividad. Esto básicamente genera competencia entre ellos mismos, por lo que algunos tienden a bajar el precio del producto.
- 1.2 No existe una adecuada organización en la producción debido a que el proceso que utilizan en la elaboración de cinchos, tienen que transportarse de un lugar a otro. Además, existe subutilización de maquinaria y equipo en la mayoría de talleres que entorpecen la producción, ya que estas se encuentran en el recorrido de la misma.

### **2. LA COMERCIALIZACIÓN**

- 2.1 El 27.30% de los artesanos trabajan sobre pedido, para no mantener stock en bodega y el mercado que cubren todos los artesanos es solamente el nacional, a pesar de que las ventas en los últimos cinco años han disminuido considerablemente.
- 2.2 Se determinó que el producto líder de los talleres es el cincho, pero el 57.60% de los artesanos están elaborando otros subproductos con el cuero; sin embargo, su comercialización es únicamente a nivel nacional, ya que no existe una idea sobre los mecanismos para poder exportar directamente al extranjero.

### **3. LOS ASPECTOS LEGALES**

- 3.1 El 78.80% de artesanos, no cuentan con Patente de Comercio ni Licencia Sanitaria para obtener un respaldo dentro del marco legal.

### **4. LOS ASPECTOS TRIBUTARIOS**

- 4.1 El 78.80% de artesanos, no pagan impuestos ni llevan control de sus operaciones tanto de producción como de contabilidad, ya que no elaboran costos de producción de sus productos, ni registran las ventas, ni controlan las compras que realizan respecto a materia prima y otros materiales.

## **5. LOS ASPECTOS ARANCELARIOS**

5.1 El cincho es un producto libre de aranceles en la exportación e importación a la Unión Europea debido a que es un producto artesanal que se encuentra establecido en los convenios siguientes:

Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio de la Organización Mundial del Comercio –OMC- antes GATT y su aplicación en la Unión Europea y, el Sistema Generalizado de Preferencias –SGP-

## **6. LOS PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN**

6.1 Todos los artesanos productores de cinchos (100%), desconocen el mercado europeo como un buen mercado con fuerte poder adquisitivo para comprar los productos que ellos fabrican. Así mismo, como nunca han exportado sus productos directamente, sino a través de intermediarios, los propietarios de microempresas desconocen totalmente el procedimiento de exportación. Esto es notorio, puesto que todos se concentran en la venta en el mercado guatemalteco, además debido a su grado de escolaridad, ello no les permite tener una visión óptima respecto a la ampliación de fronteras y la búsqueda de nuevos mercados.

## **7. LA CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN**

7.1 El 63.60% de artesanos tienen un bajo nivel educativo formal oscilando en la educación primaria por la inversión de capital en los talleres, se clasifica como propietario de microempresa dentro del sector informal.

7.2 El 72.70% de artesanos y empresarios imitan productos de otros talleres y no elaboran nuevos productos con original creatividad; debido a la falta de orientación sobre capacitaciones en el marco de la creatividad y sensibilidad humana.

## **8. LA INFRAESTRUCTURA Y PRODUCCIÓN**

8.1 Los talleres de cinchos no cuentan con una buena ventilación, decoración e iluminación para motivar e incentivar a sus empleados. Ni existe un espacio adecuado para movilizarse de un lugar a otro. Además, las materias primas, materiales y herramientas no tienen un lugar especial para almacenarlos; en el mismo taller se congestiona la bodega y oficinas administrativas.

## **8. RECOMENDACIONES**

A través de éstas se pretende fortalecer las siguientes variables:

### **1. LA ORGANIZACIÓN**

- 1.1 La organización que se propone es la asociación de productores de cinchos, para mejorar y fortalecer la producción, comercialización y optimizar las condiciones de vida de cada una de las familias.
- 1.2 Fortalecer el modelo de organización y capacitación en la producción de los cinchos, para comercializarlos con la Unión Europea, ya que como Asociación, los asociados podrán estandarizar los precios, estilos y calidad de los cinchos. Al mismo tiempo, podrán realizar sus compras en materia prima, materiales e instrumentos a precios bajos y lo más importante: cumplir a los clientes europeos en su pedido.
- 1.3 Aprovechar las paredes de los talleres, con el objetivo de instalar gabinetes sencillos, para el almacenamiento de las materias primas, materiales y herramientas en forma ordenada y no perder tiempo en la búsqueda de la misma.
- 1.4 Desplazar toda maquinaria y equipo que no se esté utilizando en el proceso productivo para dejar mayor amplitud y espacio en el taller, ordenando adecuadamente el proceso de producción y reducir el tiempo en la fabricación del cincho.
- 1.5 Obtener como Asociación, crédito por la compra de materia prima al mayoreo y aprovechar todas las ayudas internacionales que vienen al país. También imprimir marcas a los cinchos que fabrican, con la finalidad de hacer imagen propia.

### **2. LA COMERCIALIZACIÓN**

- 2.1 Seleccionar y contactar directamente clientes en la Unión Europea a través de INTERNET, participación en fiestas internacionales y envíos de catálogos a empresas para la comercialización de cinchos y otras artesanías de cuero ya que los consumidores europeos cuentan con un poder adquisitivo fuerte. Además esto permitirá la captación de dólares o euros que son las monedas más fuertes en la órbita económica mundial.
- 2.2 Promocionar los cinchos a través de fotos profesionales en los catálogos de artesanías de cinchos de cuero, naturalmente que este procedimiento debe ser creativo y novedoso; a manera de generar y fortalecer los espacios en el mercado internacional.
- 2.3 Mejorar la calidad del producto dándole buena presentación en los acabados de los cinchos.
- 2.4 Al recibir la capacitación, se recomienda elaborar nuevos productos debido a que el mercado actualmente es exigente y los gustos y moda cambian constantemente, por lo que hay que estar actualizado en lo que los consumidores prefieren y no en lo que los microempresarios elaboran.
- 2.5 Como asociación se propone crear una página de Internet para promocionar y ofrecer sus productos.
- 2.6 Buscar otra forma de mercado y no depender del cincho sino de nuevos productos de cuero.

### **3. LOS ASPECTOS LEGALES**

3.1 Inscribir sus empresas en el Registro Mercantil para obtener la Patente de Comercio y estar respaldado dentro del marco legal.

#### **4. LOS ASPECTOS TRIBUTARIOS**

4.1 Pagar los impuestos respectivos, esto les permitirá cumplir como ciudadanos y al mismo tiempo permitirá llevar un mejor control de sus operaciones, tanto en la producción como de contabilidad, debido a que las empresas en el extranjero, querrán que les facturen sus pedidos.

4.2 Elaborar los costos de producción de cada artículo de cincho que elaboran los microempresarios del municipio de Samayac, Suchitepéquez, para establecer los precios y controlar las ganancias o ingresos por producto ya sea semanal, quincenal, mensual, semestral, o anual, utilizando las depreciaciones, amortizaciones, reinversión de utilidades, como escudo fiscal.

#### **5. LOS ASPECTOS ARANCELARIOS**

5.1 Aprovechar los incentivos arancelarios de exportación de cinchos artesanales a la Unión Europea.

#### **6. LOS PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN**

6.1 Obtener conocimiento en la exportación de cinchos para exportar a la Unión Europea. Esto permitirá generar empleo a la población, obtener ingresos, divisas al país y ampliar las fronteras comerciales; fortaleciendo en este sentido, el comercio internacional para el beneficio y desarrollo de los empresarios de Samayac, Suchitepéquez.

#### **7. LA CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN**

7.1 Acudir a las instituciones públicas y privadas para impulsar y promover el programa de capacitación en las áreas: de Organización, Producción, Finanzas, Comercialización y Procedimientos de Exportación, para que los artesanos tengan una visión global a cerca de la actividad que realizan en la comercialización de los cinchos.

7.2 Participar activamente en capacitaciones, esto les permitirá estar actualizado con lo que el mercado exige, sobre todo que el mercado extranjero europeo cambia constantemente de gustos y moda. Además, les permitirá conocer todos los procedimientos o trámites de exportación que exige la Ventanilla Única como los países de la Unión Europea en la comercialización de sus productos. También, permitirá conocer la forma de obtener la Certificación de Calidad o Sello de Calidad para sus productos.

#### **8. LA INFRAESTRUCTURA Y PRODUCCIÓN**

8.1 Contar en los talleres con una adecuada ventilación, decoración e iluminación, ya que esto motivará e incentivará a sus empleados, a través de la creación de condiciones ambientales adecuadas.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

1. Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales. 1999. Directorio de exportadores. Guatemala, Gua.
2. ----- 1998. Manual del exportador. Marketing y Publicidad. Guatemala, Gua.
3. Chávez Zepeda, J J. 1998. Elaboración de proyectos de investigación. 2 ed. Guatemala, Gua. Edit. XL Publicaciones.
4. Diccionario Enciclopédico Universal AULA. 1989. 3 ed. ciudad Madrid, España. Edit. Cultural, S. A.
5. Franklin, E B. 1998. Organización de empresas: análisis, diseño y estructura. Distrito Federal, Méx., McGraw-Hill Interamericana.
6. Guatemala, Leyes. Decreto. 1989. Código civil. Decreto Legislativo Número 106. Edit. Jiménez & Ayala.
7. ----- 1997. Código de comercio. Decreto Legislativo 2-70. Edit. Jiménez & Ayala.
8. ----- 1997. Ley del impuesto al valor agregado y su reglamento. Decreto 27-92. Edit. Alenro.
9. ----- 1992. Ley del impuesto sobre la renta y su reglamentación. Decreto Legislativo 26-92. Edit. Jiménez & Ayala.
10. Kinnear, T C.; Taylor, J R. 1994. Investigación de mercados: un enfoque aplicado. Santafé de Bogotá, Col., McGraw Hill Interamericana.

11. Portillo, M. 1997. Sustancia colorantes azo. Nueva reglamentación en Europa. Proyecto Asigua. Guatemala, Gua. Asociación Gremial de Exportadores de Productos no Tradicionales.
12. Scherkenbach, W W. 1994. La ruta deming: hacia la mejora continua. Distrito Federal, Mex., Continental.
13. Stoner F., J A.; Freeman, R. E.; Gilbert, D R. Junior, DR. 1996. Administración. Distrito Federal, Méx., Prentice-Hall Hispanoamericana.

Vo. Bo. Ana Teresa Cap Yes de González  
Bibliotecaria

## ANEXO No. 1

### CERTIFICADO CITES

El certificado sobre la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestre -CITES-, es extendido para las especies, producto y subproductos contenidos en los apéndices de dicha Convención. Debe presentarse el original y fotocopia.

### ESPECIES GUATEMALTECAS EN APÉNDICES CITES PROHIBIDAS EN LA FABRICACIÓN DE CINCHOS

#### Flora Silvestre

<u>Nombre Común</u>	<u>Nombre Científico</u>	<u>Apéndice</u>
Pinabete	Abies guatemalensis	I

### ESPECIES DE FAUNA CONTENIDAS EN APÉNDICES -CITES- PROHIBIDAS EN LA FABRICACIÓN DE CINCHOS

#### Apéndice I

#### Mamíferos

<u>Nombre Científico</u>	<u>Nombre Común</u>
Felis wieddi salvinia	Tigrillo de Guatemala, Margay
Phantera onca	Jaguar, tigre, frijolillo
Lutra Longiaudis	Nutria, perro de agua

#### Reptiles

<u>Nombre Científico</u>	<u>Nombre Común</u>
Crocodylus acutus	Cocodrilo de trompa larga
Crocodylus moreletii	Cocodrilo de Morelet o de Petén

## ESPECIES DE FAUNA CONTENIDAS EN APÉNDICE -CITES- PROHIBIDAS EN LA FABRICACIÓN DE CINCHOS

### Apéndice II

#### Mamíferos

<u>Nombre Científico</u>	<u>Nombre Común</u>
Felis concolor	Puma
Felis pardalis	Ocelote, tigrillo
Myrmecophaga tridactyla	Oso hormiguero, gigante

#### Reptiles

Caiman Crocodilus fuscus	Caimán, lagarto de la Costa Sur
Iguana iguana	Iguana verde

#### Reptiles

<u>Nombre Científico</u>	<u>Nombre Común</u>
Boa constrictor imperator	Boa, mazacuata
Loxocemus bicolor	Pitón del nuevo mundo
Clelia clelia	Zumbadora
Ungaliophis continentalis	Boa enana

### Apéndice III

<u>Nombre Científico</u>	<u>Nombre Común</u>
Mazama americana cerasina	Huitzitzil, cabrito de monte
Odocoileus virginianus mayensis	Venado de cola blanca
Tayassu tajacu	Pecari de collar, coche de monte

## ANEXO No. 2

### LISTADO DE LOS TINTES PROHIBIDOS

#### ¿Cuáles son los colorantes AZO prohibidos?

Las tablas 4 a la 10 del documento de CBI dan un resumen de los tintes que puedan emanar una de las aminas proscritas o prohibidas. Esta información no es derivada de la Legislación Alemana, pero está compuesta de diferentes listas de referencias (bibliográficas).

Los siguientes listados no son exhaustivos y no exoneran a los productores de su responsabilidad para asegurar el fiel cumplimiento de la legislación.

**TABLA 4**  
**LISTADO DE TINTES ÁCIDOS PROHIBIDOS**

TINTES ÁCIDOS	C I NÚMERO	NOMBRE COMERCIAL
Acid Orange 45 (Redish Orange)	22195	Orange R
Acid Red 4 (Bright)	14710	Eosine G/Gc Pink B Scarlet B/BL Red E
Acid Red (Red)	14905	Rhodine GR Red R/RR
C I Acid Red 24 (Yellowish Red)	16140	Ponceau G/RT / Ponceau Scarlet
Acid Red 26 (Bright Yellowish)	16150	Ponceau 2R/RR/RL/FR
Acid Red 73 (Yellowish Red)	27290	Croceine MOO/3BC/R/ Red GR
Acid Red 85 (Yellowish Red)	22245	Red G
Acid Red 114 (Blueish)	27200	Red 2B
Acid Red 116 (Red)	26660	Cloth Red G2B
Acid Red 128 (Yellowish Red)	24125	Red 3B/Bordeaux R
Acid Red 148 (Blueish Red)	26665	Red BC
Acid Red 150 (Bright Red)	27190	Cloth Red 2R Scarlet
Acid Red 158 (Red)	20530	Red 3BL/ER
Acid Red 264	18133	Brill Red 3 BL
Acid Violet 12 (Bright Reddish Violet)	18075	Red 2B/BB/BBA/A2B Rhodine; Carmine 4B
Acid Violet 49 (Bright Blueish Violet)	42640	Violet 3B/4B/6B
Acid Black 94 (Blueish Black)	30336	Black B/BV
Acid Red 265	18129	Red BL
Acid Red 167		Red B
Acid Red 420		Scarlet Y-LFW
Acid Brawn 415		Brown S – GL
Acid Black 29		Black B/BS
Acid Black 131		Black GBL/BGL; Grey BGL
Acid Black 132		Black BRL/RBL
Acid Black 209		Black FC
Acid Orange 156	26501	Orange 3g; Orange GL/GNS
Acid Orange 165	28632	Orange 3 RE
Acid DYE	16155	Ponceau 3R/3RN
Acid Violet 17	42650	Violet 4B/4BS/R

Portillo, Miriam. 1,997.

Sustancias Colorantes Azo Nueva Reglamentación en Europa. Proyecto ASIGUA. Págs. 22-34.

**Tabla 5****LISTADO DE TINTES AZOICOS PROHIBIDOS**

<b>TINTE AZOICO</b>	<b>C I NÚMERO</b>	<b>NOMBRE COMERCIAL</b>
Azoic Diazo Component 11	37085	Fast Red TR Base or Salt
Azoic Diazo Component 12	37105	Fast Scarlet G Base or Salt
Azoic Blue 037		
Azoic Diazo Component 29	37255	Fast Red GTR Base or Salt
Azoic Diazo Component 48	37235	Fast Blue B Base or Salt
Azoic Diazo Component 112	37225	Fast Blue Cornith B Base or Salt
Azoic Diazo Component 113	37230	Fast Dark Blue R Base or Salt
Azoic Diazo Component 7	37270	Fast Orange R Base or Salt
Azoic Diazo Component 20	37175	Fast Blue BB Base or Salt
Azoic Diazo Component 24	37155	Fast Blue RR Base or Salt
Azoic Diazo Component 41	37165	Fast Violet B Base or SALT

**Tabla 6****LISTADO DE TINTES DISPERSOS PROHIBIDOS**

<b>TINTE DISPERSO</b>	<b>C I NÚMERO</b>	<b>NOMBRE COMERCIAL</b>
Disperse Blue 1 (Blue)	64500	Blue 2GS; Blue Extra
Disperse Blue 3	61505	Blue B/BN/RBL; Blue3B
Disperse Blue 7	62500	Blue 7 G; Blue Green B/CB/PE; Turquoise Blue G/AG
Disperse Blue 26	63305	Navy B-G/2G/2GL/; Blue GL
Disperse Orange 1	11030	Orange 5R; Scarlet 2G
Disperse Orange 3	11005	Orange G/GR; Orange 2R
Disperse Orange 76		Yellow Brown 2RL
Disperse Red 1	11110	Scarlet B/2B/BG
Disperse Red 11	62015	Red 3B; Pink 4B/5B; Violet 6R
Disperse Red 15	60710	Red 2B/3B; Pink B
Disperse Red 17	11210	Red 2G/GG
Disperse Red 151 (Bright Red)	26130	Red 4G
Disperse Yellow 7 (Reddish Yellow)	26090	
Disperse Yellow 23 (Reddish Yellow)	26070	
Disperse Yellow 56		
Disperse Orange 149		

Portillo, Miriam. 1,997.

Sustancias Colorantes Azo Nueva Reglamentación en Europa. Proyecto ASIGUA. Págs. 22-34.

**Tabla 7**  
**LISTADO DE TINTES**  
**BÁSICOS PROHIBIDOS**

TINTES BÁSICOS	C I NÚMERO	NOMBRE COMERCIAL
Basic Red 9		Fuchsine, Rosaniline; Magenta N
Basic Yellow 2	41000	Auramine O
Basic Blue 3	51004	Blue BG/3G; Blue Green 5G
Basic Blue 7	42595	Blue BO
Basic Blue 81	42595	Blue FGA
Basic Red 12	48070	Phloxine G; Pink AS/Red BG
Basic Violet 16	48013	Violet 3R; Red BG/6B
Basic Yellow 21	48060	Yellow 6G/7G
Basic Brown 4 (Solvent Brown 12)	21020	Bismark Brown R; Vesuvine B; Brown AT
Basic Red 42		Red BJ
Basic Red 111		Red K-B/K-2BN

**Tabla 8**  
**LISTADO DE TINTES**  
**BÁSICOS PROHIBIDOS**

TINTES DIRECTOS	C I NÚMERO	NOMBRE COMERCIAL
Direct Black 29 (Blueish Grey)	22580	Black RO
Direct Black 38 (Black)	30235	Black E/2E/EC/EG/ER/RT
Direct Black 4 (Black)	30245	Black W/RW/R/RX/D
Direct Black 154		Deep Black XA/AXN
Direct Black 91 (Reddish Black)	30400	Cooper Black R/RL/RLW; Black CRL/CL
Direct Blue 1 (Bright Greenish Blue)	24410	Sky Blue FB/FF6B; Blue 6B/FF
Direct Blue 10 (Blue)	24340	Blue G/GS/DG
Direct Blue 14 (Blue)	23850	Blue 3B/3BX/NB-2BNG
Direct Blue 15 (Blue)	24400	Sky Blue; Pure Blue FB; Sky Blue A/FF
Direct Blue 151 (Reddish Blue)	24175	Copper Blue B/BB/A
Direct Blue 160		Copper Navy Blue R/RL/RLL/RLW
Direct Blue 173		Copper Blue 3G
Direct Blue 192		Dialuminous Blue GF
Direct Blue 2 (Dull Blue)	22590	Black BT/BH/ABC; Navy Blue BH
Direct Blue 201		Blue BRL
Direct Blue 215	24145	Copper Blue GR
Direct Blue 22 (Blue)	24280	Blue RW/Blue 5G
Direct Blue 25 (Blue)	23790	Blue/Brill, Blue/New Blue 5B
Direct Blue 295	23820	Blue 2B-NB

Portillo, Miriam. 1,997.

Sustancias Colorantes Azo Nueva Reglamentación en Europa. Proyecto ASIGUA. Págs. 22-34.

**Continuación Tabla 8**

TINTES DIRECTOS	C I NÚMERO	NOMBRE COMERCIAL
Direct Blue 3 (Dull Reddish Blue)	23705	Azurine 3R; Violet 2B
Direct Blue 35 (Blue)	24145	Brill Blue 3B/3BN
Direct Blue 6 (Blue)	22610	Blue 2B/BB/2BX
Direct Blue 76	24411	Blue 2G/4G/6G
Direct Blue 8 (Blue)	24140	Azurine G; Blue X, Blue G
Direct Blue 9 (Blue)	24155	Blue BW/BN
Direct Blue 53	23860	Pure Blue BF; Evans Blue
Direct Brown 1 (Brown)	30045	Brown 3G/3GR/CG/GN Chrome Brown G
Direct Brown 12 (Brown)	30110	Brown CN/CGN/5C; Brown 3G
Direct Brown 101 (Brown)	31740	Chrome Brown LG/GL
Direct Brown 154 (Brown)	30120	Brown 3G/3GC/3GN
Direct Brown 2 (Reddish Brown)	22311	Brown M/MR/MH/MY
Direct Brown 222	30368	Brown 3GA
Direct Brown 25 (Brown Reddish Brown)	36030	Catechine; G/GS/GR
Direct Brown 27 (Dull Reddish Brown)	31725	Brown/Chrome Brown B/B3G
Direct Brown 31 (Reddish Brown)	35660	Brown B/BP/TB/BCW
Direct Brown 33 (Dull Reddish Brown)	35520	Catechine; B/3B/BN
Direct Brown 51 (Brownish Olive)	31710	Bronze SH/G
Direct Brown 59 (Brown)	22345	Brown B/CB/BN/BM
Direct Brown 6 (Brown)	30140	Brown/Congo Brown G/GR
Direct Brown 79	30056	Brown/Orange 3G
Direct Brown 95 (Reddish Brown)	30145	Brown BR/BRL/BRL
Direct Green 6 (Dull Green)	30295	Green B/BN
Direct Green 8 (Dull Green)	30315	Green G/GN/GC
Direct Green 81		Green G
Direct Green 85	30387	Dark Green BA
Direct Green 1 (Dull Green)	30280	Green/Dark Green/Black Green B/EG; Green P/PLS; Black FE
Direct Orange 1 (Yellowish Orange)	22370	Orange G/2G/GL/GR/R/RL
Direct Orange 10 (Bright Orange)	23370	Orange/Coupling Orange R/TR/PR
Direct Orange 108 (Bright Reddish Orange)	29173	Viscose Orange A
Direct Orange 6 (Yellowish Orange)	23375	Orange G/Gg/GR
Direct Orange 7 (Yellowish Orange)	23380	Orange G/TG
Direct Orange 3 (Reddish Orange)	22130	Orange R/RR/3R
Direct Red 1 (Blueish Red)	22310	Red F/FC/FR/FN/FE
Direct Red 10 (Bordeaux)	22145	Garnet H/B/BY; Boreaux BL/CGW; Dark Red BR/R
Direct Red 13 (Bordeaux)	22155	Bordeaux B/BR/BN/BW

Portillo, Miriam. 1,997.

Sustancias Colorantes Azo Nueva Reglamentación en Europa. Proyecto ASIGUA. Págs. 22-34.

**Continuación Tabla 8**

TINTES DIRECTOS	C I NÚMERO	NOMBRE COMERCIAL
Direct Red 17 (Blueish Red)	22150	Congo Rubine; Rubine A/R
Direct Red 2	23500	Red 4B Purpurine/Benzopurine 4B/4BA
Direct Red 24 (Red)	29185	Scarlet 4BA/4BAS/4BSL
Direct Red 26 (Blueish Red)	29190	Scarlet 8B/8BS/8BA
Direct Red 28	22120	Congo Red; Congo Red 4B/RS
Direct Red 37 (Red)	22240	Red B; Scarlet B/BL
Direct Red 39	23630	Scarlet 3B
Direct Red 44 (Bright Red)	22500	Rubine B; Bordeaux Extra
Direct Red 46 (Bright Blueish Red)	23050	Red 8B; Purpurine 8B
Direct Red 62 (Bright Yellowish Red)	29175	Orange R/RS/F3R
Direct Red 67 (Bright Yellowish Red)	23505	Purpurine 4B; Cotton Red N
Direct Red 7 (Blueish Red)	24100	Red 10B; Purpurine; Cotton Red N
Direct Red 72 (Bright Red)	29200	Scarlet 4BN/4SW
Direct Violet 1 (Violet)	22570	Violet N/MN/NN/R/3R
Direct Violet 12 (Violet)	22550	Violet R/O/OC/ON
Direct Violet 21 (Dull Reddish Violet)	23520	Corinth B
Direct Violet 22 (Blueish Violet)	22480	Violet LN
Direct Yellow 1 (Dull Yellow)	22250	Yellow G; Chrysamine G
Direct Yellow 24 (Dull Reddish Yellow)	22010	Golden Yellow N; Yellow CT
Direct Yellow 48 (Reddish Yellow)	23660	Yellow TC
Direct Blue 64 (Dull Blue)	22595	
Direct Black 86 (Blueish Black)	24115	
Direct Dye	23820	
Direct Dye	30230	
Direct Blue 75	24411	

**Tabla 9****LISTA DE OTROS TINTES PROHIBIDOS**

OTROS TINTES	C I NÚMERO	NOMBRE COMERCIAL
Developer 14 (oxidation base 20) Metatoluylenediamine	76035	Developer B/H/MTD
Ingrain Blue 2/2	74160	Phtalogen Brill; Blue 1F3G Brill; Blue 3G

Portillo, Miriam. 1,997.

Sustancias Colorantes Azo Nueva Reglamentación en Europa. Proyecto ASIGUA. Págs. 22-34.

**Tabla 10****LISTADO DE PIGMENTOS**

<b>PIGMENTO</b>	<b>C I NÚMERO</b>
Pigment Yellow 77 (Bright Yellow)	20045
Pigment Yellow 16 (Greenish Yellow)	20040
Pigment Yellow 114 (Reddish Yellow)	21092
Pigment Yellow 126 (Bright Greenish Yellow)	21101
Pigment Yellow 127 (Bright Greenish Yellow)	21102
Pigment Yellow 176 (Bright Yellow)	21103
Pigment Orange 50 (Reddish Orange)	21070
Pigment Red 39 (Blueish Red)	21080
Pigment Yellow 12 (Yellow)	21090
Pigment Yellow 63 (Greenish Yellow)	21091
Pigment Yellow 14 (Pigment Yellow 55)	21095
Pigment Yellow 55 (Reddish Yellow)	21096
Pigment Yellow 13 (Yellow)	21100
Pigment Yellow 170 (Reddish Yellow)	21104
Pigment Yellow 17 (Bright Greenish Yellow)	21105
Pigment Yellow 171 (Bright Yellow)	21106
Pigment Yellow 124 (Yellow)	21107
Pigment Orange 13 (Reddish Orange)	21110
Pigment Orange 34 (Orange)	21115
Pigment Red 38 (Red)	21120
Pigment Orange (Yellowish Orange)	21130
Pigment (Yellowish Orange)	21135
Pigment Orange 16 (Bright-Orange-Red Orange)	21160
Pigment Orange 14 (Yellowish Orange)	21165
Pigment Blue 25 (Reddish Navy)	21180
Pigment Blue 26 (Reddish Navy)	21185
Pigment Red 41 (Red)	21200
Pigment Red 37 (Yellowish Red)	21205
Pigment Red 42 (Bordeaux)	21210
Pigment Yellow 15 (Greenish Yellow)	21220
Pigment Red 62 (Red)	23295
Pigment Brown 22 (Reddish Brown)	10407
Pigment Orange 31 (Orange)	20050
Pigment Yellow 186 (Bright Greenish Yellow)	21094
Pigment Yellow 174 (Bright Yellow)	21098
Pigment Yellow 87 (Reddish Yellow)	21107:1
Pigment Yellow 152	21111
Pigment Orange 44	21162

Portillo, Miriam. 1,997.

Sustancias Colorantes Azo Nueva Reglamentación en Europa. Proyecto ASIGUA. Págs. 22-34.

**ANEXO No. 3**

**LISTADO DE TINTES SUSTITUTOS**

**Tabla 11**  
**SUSTITUTO PARA TINTES ÁCIDOS**

<b>TINTE ÁCIDO</b>	<b>C I NÚMERO</b>	<b>ALTERNATIVA</b>	<b>C I NÚMERO</b>
Acid Orange 45	22195	Acid Orange 19	14690
Acid Red 4	14710	Acid Red 157	17990
Acid Red 150			
Acid Red 5	14605	Acid Red 102	14730
Acid Red 158	20530		
Acid Red 24	16140	Acid Red 191	17900
Acid Red 73	27290		
Acid Red 128	24125		
Acid Red 85	22245		
Acid Red 26	16150	Acid Red	24785
Acid Red 115	27200	Acid Red 37	17045
Acid Red 148	26665		
Acid Violet 49	42640	Acid Violet 72	
Acid Red 4	18075	Acid Violet 13	16640
Acid Red 4	30336	Acid Black 24	26370

**Tabla 12**  
**ALTERNATIVAS PARA SUSTITUIR TINTES DIRECTOS**

<b>TINTE ÁCIDO</b>	<b>C I NÚMERO</b>	<b>ALTERNATIVA</b>	<b>C I NÚMERO</b>
Direct Yellow 48	23660	Direct Yelllow 15	
Direct Orange 8	22130	Direct Orange 102	29156
Direct Red 2	23900	Direct Red 81	28160
Direct Red 72	29200	Acid Red 102	14730
Direct Red 10	22145	Direct Red 120	25275
Direct Red 13	22155		
Direct Red 24	29185	Direct Red 23	29160
Direct Red 37	22240		
Direct Red 46	23050	Direct Red 31	29100
Direct Red 62	29175	Direct Red 4	29165
Direct Violet 1	22570	Direct Violet 66	29120
Direct Brown 2	22311	Direct Brown 112	29166
Direct Brown 31	35660		
Direct Brown 95	30145		
Direct Black 29	22580	Direct Black 51	27720

Portillo, Miriam. 1,997.

Sustancias Colorantes Azo Nueva Reglamentación en Europa. Proyecto ASIGUA. Págs. 22-34.

#### ANEXO No. 4

<b>RECOMENDACIÓN DE TINTES SEGÚN EL TIPO DE SUSTRATO Y SU MÉTODO DE APLICACIÓN</b>
--

	Directos	Ácidos	Básicos	Dispersos
Tipo de fibras	Celulósica	Lana	PAC	Acetatos
		PA	PES	PES
			PA	PAC
				PA
Mecanismo de Teñido	Afinidad pobre	Afinidad fuerte	Solubilidad fuerte	Solubilidad simple
		Iónico	Iónico	
Método de aplicación	Agotamiento	Agotamiento o continuo	Agotamiento o continuo	Agotamiento o continuo
Solidez a la luz	Buena	Buena	Varía	Buena
Solidez al lavado 95 grados C.	No apropiado	Varía	Buena	Buena
Solidez al lavado a los 60 grados C.	No apropiado	Varía	Buena	Buena
Solidez al lavado a los 40 grados C.	Regular	Varía	Buena	Buena
Solidez al frote	Regular	Buena	Buena	Buena
Solidez al blanqueo	Regular	Regular	Pobre	Buena
Costo	Generalmente muy bajos los costos	Bajo costo	Bajo costo	Bajo costo
Colores				
Observaciones	Cubre algodón muerto			

Portillo, Miriam. 1,997.

Sustancias Colorantes Azo Nueva Reglamentación en Europa. Proyecto ASIGUA. Págs. 22-34.

	<b>Naftoles</b>	<b>Reactivos</b>	<b>Tina</b>	<b>Sulfurosos</b>	<b>Pigmentos</b>
Tipo de fibra	Celulósicas	Celulósicas	Celulósicas	Celulósicas	Todas las fibras
Mecanismos de teñido	Atrapamiento por reacción del colorante	Reacción química con la fibra	Atrapamiento	Atrapamiento	Mediante el uso de aglutinantes
Método de aplicación	Continuo	Agotamiento continuo	Agotamiento continuo	Agotamiento continuo	Continuo
Solidez a la luz	Excelente	Buena	Excelente	Buena	Buena
Solidez al lavado a 95 grados C.	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente	Regular
Solidez al lavado a 60 grados C.	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente	Regular
Solidez al lavado a 40 grados C.	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente	Regular
Solidez al frote	Excelente	Excelente	Buena	Buena	Regular
Solidez al blanqueado	Excelente	Pobre	Excelente	Pobre	Excelente
Costos	Bajo costo	Costo elevado	Bajo costo	Bajo costo	Costo elevado
Colores	Especialmente para tonos de rojo	Matices brillantes	Especialmente para verdes y azules	Matices oscuros y opacos	
Observ.					

Portillo, Miriam. 1,997.

Sustancias Colorantes Azo Nueva Reglamentación en Europa. Proyecto ASIGUA. Págs. 22-34.

**ANEXO No. 5**

**CERTIFICADO FORMA “Ä” SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS**

**(FRENTE)**

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)		Reference No  <p align="center"><b>GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A</b></p> Issued in ..... <p align="center">(country)</p> <p align="right">See notes overleaf</p>			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)					
3. Means of transport and route (as far as known)			4. For official use		
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
<b>11. Certification</b> It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.          <hr/> Place and date, signature and stamp of certifying authority			<b>12. Declaration by the exporter</b> The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were  produced in..... <p align="center">(country)</p> and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to  ..... <p align="center">(importing country)</p>   <hr/> Place and date, signature of authorized signatory		

(REVERSO HOJA ORIGINAL)

Countries which accept Form A for the purposes of the generalized system of preferences (GSP):

Australia	Norway	European Economic Community:	
Austria	Sweden	Belgium	Ireland
Canada	Switzerland	Denmark	Italy
Finland	United States of America	France	Luxembourg
Japan		Federal Republic of Germany	Netherlands
New Zealand		Greece	Portugal
			Spain
			United Kingdom

INDEPENDENT STATES COMMUNITY (ISC)

Bulgaria  
Czechoslovak  
Hungary  
Poland  
Russia

Full details of the conditions covering admission to the GSP in these countries are obtainable from the designated authorities in the exporting preference-receiving countries or from the customs authorities of the preference-giving countries listed above. An information note is also obtainable from the UNCTAD secretariat.

**General conditions**

To qualify for preference, products must:

- (a) fall within a description of products eligible for preference in the country of destination. The description entered on the form must be sufficiently detailed to enable the products to be identified by the customs officer examining them;
- (b) comply with the rules of origin of the country of destination. Each article in a consignment must qualify separately in its own right; and,
- (c) comply with the consignment conditions specified by the country of destination. In general, products must be consigned direct from the country of exportation to the country of destination but most preference-giving countries accept passage through intermediate countries subject to certain conditions. (For Australia, direct consignment is not necessary.)

**I. Entries to be made in Box 8**

Preference products must either be wholly obtained in accordance with the rules of the country of destination or sufficiently worked or processed to fulfil the requirements of that country's origin rules.

- (a) Products wholly obtained: for export to all countries listed in Section I, enter the letter "P" in Box 8 (for Australia and New Zealand Box 8 may be left blank).
- (b) Products sufficiently worked or processed: for export to the countries specified below, the entry in Box 8 should be as follows:
  - (1) United States of America: for single country shipments, enter the letter "Y" in Box 8, for shipments from recognized associations of countries, enter the letter "Z", followed by the sum of the cost or value of the domestic materials and the direct cost of processing, expressed as a percentage of the ex-factory price of the exported products; (example "Y" 35% or "Z" 35%).
  - (2) Canada: for products which meet origin criteria from working or processing in more than one eligible least developed country, enter letter "G" in Box 8, otherwise "F".
  - (3) Austria, Finland, Japan, Norway, Sweden, Switzerland and the European Economic Community: enter the letter "W" in Box 8 followed by the Customs Cooperation Council Nomenclature (harmonized System) heading of the exported product (example "W" 96. 18).
  - (4) Bulgaria, Czechoslovakia, Hungary, Poland and the USSR; for products which include value added in the exporting preference-receiving country, enter the letter "Y" in Box 8 followed by the value of imported materials and components expressed as a percentage of the f.o.b. price of the exported products (example "Y" 45%); for products obtained in a preference-receiving country and worked or processed in one or more other such countries, enter "Pk".
  - (5) Australia and New Zealand: completion of Box 8 is not required. It is sufficient that a declaration be properly made in Box 12.

For Australia, the main requirement is the exporter's declaration on the normal commercial invoice. Form A, accompanied by the normal commercial invoice, is an acceptable alternative, but official certification is not required.

MANUAL VENTANILLA ÚNICA PARA EXPORTACIONES. 1,998.

Marketing y Publicidad. 4ª. Calle 19-43, zona 14. Guatemala. Páginas 27-28.

## COMO LLENAR EL CERTIFICADO DE ORIGEN “FORMA” A

Casilla No.	Información a Completar
1	Exportador (nombre, dirección, ciudad, país exportador y NIT de la empresa o persona Exportadora).
2	Destinatario (nombre, dirección, ciudad, país importador).
3	Medio de transporte y ruta (lo más conocido de la ruta).
4	Para uso oficial únicamente (dejar en blanco).
5	Número correlativo en que son descritos los diferentes productos en el certificado (1,2,3, según el caso).
6	Marcas y números de los paquetes.
7	Número, clase de los paquetes; cantidad y descripción de las mercancías. En esta casilla debe consignarse la clasificación arancelaria del sistema armonizado (H. S. ) y valor FOB de cada producto a exportar, (no declarar más de cinco productos). Cuando la exportación se realiza dentro del CBI, a continuación de la clasificación arancelaria del sistema armonizado (H.S.), colocar una letra “C”.
8	Criterios de origen. Si es producto originario de Guatemala, colocar una “P”, si es producto elaborado con materia prima importada, colocar una “Y”, (Ver notas al reverso de la Forma “A”, de certificado o consultar en DIGECOMEX, o en Ventanilla Unica para Exportaciones.
9	Peso neto y bruto, detallado en kilogramos.
10	Número y fecha de la factura.
11	Pa uso oficial (espacio para autorización de DIGECOMEX en la V.U.P.E.
12	Declaración del exportador. “El que suscribe declara que las mercancías señaladas, son exactas y que todos estos Productos fueron producidos en . . . (Se indica el nombre del país de origen); y que cumplen con las condiciones requeridas para las mercancías en el sistema generalizado de preferencias, para ser exportadas con destino a:“ . . . (se indica el nombre del país importador). -Lugar y fecha, firma y sello del exportador (original y tres copias). -En la última hoja copia número tres, al reverso escribir lugar y fecha, firma y sello del Exportador.

**ANEXO No. 6**

**CERTIFICADO FORMA “Ä” CARIBBEAN BASIN INICIATIVE –CBI-**

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)		Reference No  <p align="center"><b>CARIBBEAN BASIN INITIATIVE –CBI- CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A</b></p> Issued in ..... <p align="center">(country)</p> <p align="right">See notes overleaf</p>			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)		4. For official use			
3. Means of transport and route (as far as known)		4. For official use			
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
<b>11. Certification</b> It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.			<b>12. Declaration by the exporter</b> The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were  produced in _____ <p align="center">(country)</p> and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the Caribbean Basin Initiative –CBI- for goods exported to  _____ <p align="center">(importing country)</p> _____		
_____ Place and date, signature and stamp of certifying authority			_____ Place and date, signature of authorized signatory		

**ANEXO No. 7**

RELACIÓN DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES POR PAÍSES

<b>ALEMANIA</b>			
No.	IMPORTADOR	No.	DISTRIBUIDOR
1	<b>ACHATIT SCHIRMER IMPORT GMBH</b> FROHNOFWEG 3 Tfno.: 0221-488088 C.P.: 5000 KOLN 40	1	<b>ALOIS SINZ</b> KRAUSTRASSE, 4 C.P.: 8000 MUNICH 81
		2	<b>ALSO-GMBH, IMPORT-EXPORT</b> HANSESTRASSE, 37 C.P.: 4400 MUNSTER-HILL TRUP
2	<b>AD. HIBBEN GMBH</b> MUHLENSTR. 11-13 Tfno.: 0491-4314 C.P.: 2950 LEER/OSTFIESLAND	3	<b>ARCHITEKT VICTOR POLACEK</b> Kaiserstrasse, 43 C.P.: 8000 MUNICH 40
3	<b>AGENA</b> Bruno-Taut-Strasse, 8 Tfno.: 372/68120 C.P.: 1185 BERLIN	4	<b>ART U DECOR-HANDELS – GMBH</b> ADMIRALITARSSTRASSE, 71 C.P.: 2000 HAMBURG 11
4	<b>AL YASSIN</b> SANKT-PAULSTRASSE, 4 C.P.: 8000 MUNICH 2	5	<b>ART. DÉCOR</b> SIEMENSSTR.9A Tfno.: 089-6092084 C.P.: 8012 OTTOBRUNN
5	<b>ALBERT BURI</b> OTTO-HAHN-STRASSE, 1 C.P.: 8706 HOCHBERG-WURZBURG	6	<b>ASA SELECTION</b> THEODOR-STORM STR.15 Tfno.: 02624 – 1890 C.P.: 5110 HOHR-GRENZHAUSEN

6	<b>ALES RUZIKA</b> KIRCHENGASSE, 8 C.P.: 8430 NEUMARKT/OPF	7	<b>ASIMEX Export-Import-Agentur</b> Warschauer Strasse, 5 Tfno.: 372/5800611 C.P.: 1034 BERLIN
7	<b>ALEXANDER MIETZEL</b> C.P.: 8420 KAPFELBERG-F AYERN	8	<b>ATELIER CHARLOTT CHARLOTTE</b> MAXIMILIANSTRASSE, 22 C.P.: 8000 MUNCHEN 22
<b>AUSTRÍA</b>			
1	<b>ARTA KINSTHANDWERK GMBH ^ CO KG</b> GROSSE SPERGLASSE, 36 C.P.: A1020 WIEN	1	<b>M.H. GITSELS</b> MUHLBACH, 130 C.P.: A5162 OBERTRUM/SEE
2	<b>BELEUCHTEMGSHAUS SCHMIDT</b> SIGMUND-HAFFRIES-GASSE C.P.: A5020 SALZBURG	2	<b>ROBERT WINKLER</b> LEOPOLD STRASSE, 2 INNSBRUCK
3	<b>H. CHRISTIOPH HERBERSTEIN</b> I. HEGELGASSE, 15 VIENA	3	<b>R.R.SEKOLL KORBWAREN</b> FLEISCHBANKGASSE, 2 C.P.: A9020 KLAENFURT
4	<b>ING. PETER KARNER EXPORTING</b> KORBLERGASSE, 111-113 C.P.: A8010 GRAZ	4	<b>SEPP. HUTTERER (INNE-ARCHTEKT)</b> WORGL TITOL
5	<b>KARL ZACH ^ SOHNE</b> KIRCHENGASSE, 10 C.P.: 1070 VIENA 7	5	<b>ULRIKE SPLIEK</b> HAFFNERG, 5 C.P.: 5020 SALZBURG

6	<b>LINHART GMBH</b> ST.PETER HAUPSTRASSE, 115 C.P.: A8042 GRAZ	6	<b>URSULA HUBER</b> BARTENSTEINGASSE, 2 C.P.: 1010 WIEN
7	<b>LOCHMANN</b> LANDHAUSGASSE, 3 C.P.: 5020 SALZBURG	7	<b>W.A. SCHMIDT</b> ROSSELMUHLGASSE, 2 C.P.: A8027 GRAZ
<b>BÉLGICA</b>			
1	<b>ABBLOOS ETN</b> 94-96, J. BRUYNDONCKXSTRAAT Tfno.: 460.26.71 WEMMEL	1	<b>BASSINES G.</b> 26 RUE DU LOMBARD C.P.: 1000 BRUXELLES
2	<b>ARBORANDA</b> 37, DORPSTRAAT Tfno.: 031/66.88.09 C.P.: 2180 KALMTHOUT	2	<b>BELCADEAU SPRL</b> 40, RUE DE KORENBEEK Tfno.: 466.77.13 C.P.: 1080 BRUXELLES
3	<b>ARDIES IMPORT NV</b> 4A, KASTEELLAAN Tfno.: 058/31.27.02 EURNE	3	<b>BELTRATEX SPRL</b> 44, RUE D' ARENBERG Tfno.: 512.51.70 C.P.: 1000 BRUXELLES
4	<b>ARS ANTIQUA SPRL</b> 106, ASTRIDLAAN Tfno.: 054/41.54.75 GERA ARDSBERGEN	4	<b>BIJOUTERIES, S.A.</b> 112 AVENUE DE TERVUEREN C.P.: 1040 BRUXELLES
5	<b>ART OCCITAN SPRL</b> 140, CHAUSSEE DE WEMMEL Tfno.: 215.83.92 C.P.: 1090 BRUXELLES	5	<b>BIJTTEBIER NV</b> 86, LAUWESTRAAT Tfno.: 056/41.21.01 WEVELGEM

6	<b>ART-MESSING SPRL</b> 1, DIEPESTRAAT Tfno.: 051/77.76.26 C.P.: 8690 MOORSLEDE	6	<b>BIJTTEBIER –VANDEN AVENNE. N.V.</b> LAUWESTRAAT 68/90 Tfno.: 056-430911 C.P.: 8610 WEVELGEM
7	<b>ATELIERS MICHAUX</b> 5, RUE DES PRESCHAMPS-PARC INDUSTRIE LIEGE	7	<b>BOCH</b> RUE S.GUYAUX Tfno.: 064/22.55.21 LA LOUVIERE
8	<b>BACLENS SPRL</b> 6, OUDE BAAN Tfno.: 053/66.80.18 C.P.: 1705 ESSENE	8	<b>BOXER</b> CHAUSSEE DE MONS, 714 C.P.: 1070 BRUXELLES
<b>DINAMARCA</b>			
1	<b>ADELHARDT REKLAME</b> DANTES PLADS, 6 TLX 16600 C.P.: 1556 COPENHAGUE V	1	<b>BASSE A/S, ARNE</b> ALROVEJ C.P.: 8700 DK HORSENS
2	<b>ANDERSEN I/S, BORGE</b> BREDGADE 56 C.P.: 1260 DK COPENHAGUE K	2	<b>BENTON</b> BREDEVINGET, 16 VIRU
		3	<b>BJOVIG, MOGENS</b> ORDRUP JAGVEJ 169 CHARLOTTENLUND
3	<b>ANVA MAGASÍN</b> VESTERBROGADE 2E C.P.: 1620 DK COPENHAGUE	4	<b>BODART A/S</b> TAGENS VEJ 85 C COPENHAGUE

4	<b>A. GERSTENFELDT</b> OSTERBROGADE, 113 Tfno.: 01-29.74.00 C.P.: 2100 COPENHAGUE O	5	<b>BODUM A/S, PETER</b> NYHAVN 63 COPENHAGUE
5	<b>A.P. CHRISTENSEN A/S</b> FINSENVEJ, 82 Tfno.: 01-88.06.33 C.P.: 2000 COPENHAGUE F	6	<b>BORGE ANDERSEN I/S</b> BREDGADE, 56 Tfno.: 01-13 48 06 C.P.: 1260 COPENHAGUE K
6	<b>A. THUESEN JENSEN A/S</b> SJAELLANDSBROEN, 6 TLX 27442 C.P.: 2450 COPENHAGUE SV	7	<b>BRANDT A/S, BENT</b> FRUE KIKEPLADS 4 C.P.: 8000 DK AARHUS C
7	<b>A. THUESEN JENSEN A/S</b> FORCHHAMMERS VEJ, 23 Tfno.: 01-24.52.02 C.P.: 1920 COPENHAGUE V	8	<b>BRODENE DAHL A/S HANDELSAK</b> PARK ALLE 370 C.P.: 2600 DK GLOSTRUP
<b>ESPAÑA</b>			
1	<b>ADIBSA</b> VELÁSQUEZ 4 Tfno.: 91-4355536 C.P.: 28001 MADRID	1	<b>ANGEL TOMAS S.A.</b> MARCOS REDONDO 1 Tfno.: 968232509 C.P.: 30005 MURCIA
2	<b>ADRESA GRAELL</b> CLAUDIO COELLO 77 Tfno.: 91-4354362 C.P.: 28001 MADRID	2	<b>ARPAÑO INTERNACIONAL S.A.</b> PASEO DE LA CASTELLANA 144 Tfno.: 912595415 C.P.: 28046 MADRID
3	<b>AFAMSA</b> AV. FRANCISCO CAMBO 14 Tfno.: 93-3103500 C.P.: 08003 BARCELONA	3	<b>ARREDO DISEÑO INTERNACIONAL S.A</b> MUNTANER 270 Tfno.: 93-2097788 C.P.: 08021 BARCELONA
4	<b>ALAMBIQUE S.A.</b> DE LA ENCARNACIÓN 2 Tfno.: 91-2487801	4	<b>ARTESANIA LA GALAICA</b> SUBIDA AL REBULLON 19 Tfno.: 986-271128

	C.P.: 28013 MADRID		C.P.: 36415 MOS PONTEVEDRA
5	<b>ALMA NOVA S.A.</b> LA ROQUETA-ULLA Tfno.: 972-758108 C.P.: 17257 TORROELLA DE MONTGRI GERONA	5	<b>ARTESANIA LA UNION S.A.</b> JUANA ELORZA 18-22 Tfno.: 91-4780497 C.P.: 28018 MADRID
6	<b>ANAHAW S.A.</b> WITARDO 43 Tfno.: 93-4101603 C.P.: 08014 BARCELONA	6	<b>ARTESANIA MIRCA S.A.</b> EBANISTERÍA 4 POLIGONO DE BABEL Tfno.: 96-5288777 C.P.: 03008 ALICANTE
7	<b>ANGEL CARMONA ZAMBRANO</b> ASTORGA 7 Tfno.: 91-4086310 C.P.: 28017 MADRID	7	<b>ARTESANIA SAN JOSE S.A.</b> VILLATORRES 1 P.I. LOS OLIVARES Tfno.: 953223862 C.P.: 23009 JAEN

Fuente: Investigación propia. T.A.E. Leonel Angel Raymundo Raymundo. Diciembre/1,999 – Abril/2,000.

## ANEXO No. 8

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUR-OCCIDENTE  
MAZATENANGO, SUCHITEPÉQUEZ

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS: PROPUESTA DE UN MODELO DE ORGANIZACIÓN Y CAPACITACIÓN A LOS PRODUCTORES DE ARTESANÍAS DE CINCHOS DE CUERO ORIENTADO HACIA LA COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA.

### GUÍA DE OBSERVACIÓN

NOMBRE DEL TALLER: \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL PROPIETARIO: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_ HORA DE LA OBSERVACIÓN: \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL OBSERVADOR: \_\_\_\_\_

#### I. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DEL TALLER

##### 1.1 Cómo se manifiestan las condiciones ambientales de trabajo:

- 1.1.1 Limpieza en la planta ( )
- 1.1.2 Adecuada iluminación natural ( )
- 1.1.3 Adecuada iluminación de energía eléctrica ( )
- 1.1.3 Adecuada ventilación natural ( )
- 1.1.4 Decoraciones y colores ( )

##### 1.2 Los artesanos cuentan con los siguientes servicios:

- 1.2.1 Dispensario ( )
- 1.2.2 Extinguidor ( )
- 1.2.3 Comedor ( )
- 1.2.4 Lugar de descanso ( )
- 1.2.5 Vestidor ( )
- 1.2.6 Ducha ( )
- 1.2.7 Servicio Sanitario ( )
- 1.2.8 Agua potable para los artesanos ( )

#### II. ORGANIZACIÓN DEL ARTESANO

- 2.1 Mantiene la atención de los trabajadores: SI  NO
- 2.2 Reduce la fatiga mediante frecuentes Cambios en las tareas tales como: Oportunidades para cambiar de postura o breves pausas: SI  NO
- 2.3 Oportunidad para que conversen con otros trabajadores o difundir música: SI  NO

#### III. ORGANIZACIÓN EN LA PRODUCCIÓN

##### 3.1 LA DISTRIBUCIÓN EN EL TALLER

- 3.1.1 Estructura en la distribución en planta:

- 3.1.1.1 Distribución de la producción: \_\_\_\_\_
- 3.1.1.2 Distribución de almacenes: \_\_\_\_\_
- 3.1.1.3 Distribución de oficinas y servicios auxiliares: \_\_\_\_\_
- 3.1.2 Tipo de la distribución en planta, según el proceso que realizan (dibujo del taller):
- 3.1.3 Diagrama del proceso de cinchos:
- 3.1.4 Clasificación de la producción del taller:
  - 3.1.4.1 Producto(s) líder(es): \_\_\_\_\_
  - 3.1.4.2 Producto(s) de apoyo: \_\_\_\_\_
  - 3.1.4.3 Sub-Productos: \_\_\_\_\_
- 3.1.5 Tipos de instrumentos de producción usados en el proceso productivo del taller:
  - Herramientas: \_\_\_\_\_
  - Maquinaria: \_\_\_\_\_
- 3.1.6 Principal materia prima y materiales utilizados en el proceso productivo del taller:
  - Materia prima: \_\_\_\_\_
  - Materiales: \_\_\_\_\_

IV. LOS DISEÑOS DE PUESTOS DE TRABAJO

- 4.1 El proceso productivo es: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- 4.2 Cada actividad en el proceso de trabajo posee un lugar específico para realizarlo:  
 SI  NO
- 4.3 ¿Cómo están ubicados los materiales y herramientas en el taller?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- 4.4 ¿Cómo es el espacio de trabajo?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

OBSERVACIONES:

---



---

- 3.4.2 Calidad
- 3.4.3 Promoción
- 3.4.4 Venta y promoción de ventas
- 3.4.5 Preparación del material de promoción
  - 3.4.8.1 Catálogos
  - 3.4.8.2 Lista de precios y cotización
  - 3.4.8.3 Hojas de pedido
  - 3.4.8.4 Diseño de cartas y tarjetas
- 3.4.9 Control de datos de clientes
- 3.4.10 Ferias comerciales
- 3.4.11 Distribución del producto
- 3.4.12 Embalaje, Empaque y Marcación
- 3.4.13 Condiciones de pago
- 3.4.14 Condiciones de venta en el comercio exterior

## **CAPITULO IV**

### **CAPACITACION**

- 4.1 Capacitación para los artesanos productores de cinchos de cuero
  - 4.1.1 Concepto
  - 4.1.2 Importancia
  - 4.1.3 Ventajas
- 4.2 Tipos de Capacitación
  - 4.2.1 Administración de la Producción
  - 4.2.2 Mejoramiento de la Calidad en la Producción
  - 4.2.3 Elaboración de Costos de Producción
  - 4.2.4 Trámites para la exportación
  - 4.2.5 Cálculo del precio del producto con aplicación de la terminología específica empleada
  - 4.2.6 Promoción y Comercialización hacia el mercado de la Unión Europea
- 4.3 Programación de los tipos de Capacitación

**TABLA No. 1**  
**6. MARCO METODOLÓGICO: OPERACIONALIZACIÓN DE LOS OBJETIVOS**

6.1.1 OBJETIVO GENERAL	6.1.1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	UNIDADES DE ANÁLISIS	INDICADORES	TÉCNICAS METODOLÓGICAS	DEFINICIONES OPERATIVAS	TÉCNICAS ESTADÍSTICAS
Diseñar un modelo de Organización y un programa de Capacitación que permita a los Productores de Artesanía de Cincho, aprovechar los incentivos y oportunidades que ofrece el mercado de la Unión Europea en el Comercio Internacional para la comercialización de sus productos.	6.1.1.1.1 Proponer un modelo de Organización para la comercialización de Cinchos a los Productores de Artesanías de Cuero del municipio de Samayac, Suchitépéquez.	La Organización y Producción.	Organización actual de los productores.	Formas de organización que tienen actualmente. Parámetros de clasificación de los artesanos productores de cinchos. Elementos de la organización en la producción de cinchos. La distribución en el taller. Los diseños de puestos de trabajo. Almacenamiento de los materiales. Herramientas de trabajo. Iluminación en la producción. Servicios de bienestar en el taller. El uso de la materia prima. Elaboración de inventarios.	Guía de Observación. Entrevistas. Consulta a expertos. Sistematización. Bibliográfica.	Descripción del modelo de organización actual.	-Población y Muestra. -Cuadros. -Gráficas. -Promedios. -Porcentajes.
			Modelo Asociativo y Cooperativo.	Modelos de organizaciones jurídicas y los aspectos legales.	Guía de Observación. Entrevistas. Consulta a expertos. Sistematización. Bibliográfica.	Propuesta de un modelo de organización.	
		La Comercialización.	Comercialización actual de los productores.	Mercado donde comercializan sus productos actualmente.	Entrevistas.	Descripción del modelo de comercialización actual.	-Población y Muestra. -Cuadros. -Gráficas. -Promedios. -Porcentajes.
			Comercialización hacia la Unión Europea.	Convenios, acuerdos y tratados.  Legislación de Guatemala y la Unión Europea relacionado a la exportación de cinchos. Incentivos de exportación con la Unión Europea: beneficios, oportunidades y ventajas.	Sistematización. Bibliográfica. Consulta a expertos.	Propuesta de un modelo de comercialización hacia la Unión Europea.	

Continuación tabla No. 1

6.1.1 OBJETIVO GENERAL	6.1.1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	UNIDADES DE ANÁLISIS	INDICADORES	TÉCNICAS METODOLÓGICAS	DEFINICIONES OPERATIVAS	TÉCNICAS ESTADÍSTICAS
	6.1.1.1.2 Establecer los aspectos legales, tributarios, arancelarios, y procedimientos de exportación para la Artesanía de Cincho de Cuero en el mercado de la Unión Europea.	Aspectos legales.	Aspectos legales: internos y externos relacionados con la exportación.	Legislación de Comercialización.	Sistematización. Bibliográfica. Consulta a expertos.	Establecer aspectos legales, tributarios, arancelarios y procedimientos de exportación de Guatemala e importación desde la Unión Europea.	-Población y Muestra. -Cuadros. -Gráficas. -Promedios. -Porcentajes.
		“ tributarios.	Impuestos.	Legislación Tributaria. Legislación Fiscal.	Sistematización. Bibliográfica. Consulta a expertos.		
“ arancelarios.		Aranceles que se pagan en Guatemala para la exportación. Aranceles que se pagan en la Unión Europea para la importación.	Legislación Aduanera. Legislación Arancelaria.	Sistematización. Bibliográfica. Consulta a expertos.			
“ procedimiento de exportación.		Requisitos legales de exportación de Guatemala. Requisitos legales de importación de la Unión Europea.	Legislación de Comercio Internacional.	Sistematización. Bibliográfica. Consulta a expertos.			
	6.1.1.1.3 Diseñar un programa de capacitación en: Aspectos Financieros, Costos de Producción, Calidad en el diseño de producto, Búsqueda de Mercados, Producto, Precio, Competencia, Contratos, Formas de Pago, Seguros, Empaque, y Transportes para la comercialización de cincho.	La Capacitación.	Nivel de Capacitación actual.	Tipo de capacitación recibida. Instituciones participantes en la capacitación.	Guía de Observación. Entrevistas. Sistematización. Bibliográfica. Consulta a expertos.	Propuesta de un programa de Capacitación a los productores de cinchos.	-Población y Muestra. -Cuadros. -Gráficas. -Promedios. -Porcentajes.

Fuente: Investigación de campo.

## **7. MUESTREO ESTADÍSTICO**

Debido a que no se dispone de información estadística para el universo en estudio (131 artesanos productores de cinchos) se hará un muestreo probabilístico estratificado considerando el 25% de los casos que equivale a 33 productores, lo cual es un número significativo para el uso de procedimientos de muestreo probabilísticos.

Posteriormente, se usará el muestreo a juicio, donde queda a criterio del entrevistador del proyecto de investigación de tesis a qué productores observar y entrevistar, ya que se conoce el área objeto de estudio para obtener la información fidedigna de las características necesarias que debe tener el informante en la presente investigación.

### **5.1 ESTADISTICA**

Debido a que no se dispone de información estadística para el universo en estudio (131 artesanos productores de cinchos) se hará un muestreo probabilístico estratificado considerando el 25% de los casos que equivale a 33 productores, lo cual es un número significativo para el uso de procedimientos de muestreo probabilísticos. Posteriormente, se usará el muestreo a juicio, donde queda a criterio del entrevistador del proyecto de investigación de tesis a que productores observar y entrevistar ya que conoce el área objeto de estudio, para obtener información fidedigna de las características necesarias que debe tener el informante en la presente investigación.

## **VI. MARCO OPERATIVO**

### **6.1 TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS**

#### **6.1.1 FUENTES DE DATOS**

Artesanos productores de artesanías de cinchos de cuero.

Capacitaciones del tesista en el Centro de Diseño y Desarrollo Artesanal, CEDART del Proyecto de Apoyo a las Artesanías PROART patrocinado por la Unión Europea.

Sistematización Bibliográfica.

#### **6.1.2 TECNICAS DE RECOLECCION**

*ENTREVISTA Y OBSERVACIÓN*

## ANEXO No. 9

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUR-OCCIDENTE  
MAZATENANGO, SUCHITEPÉQUEZ

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS: PROPUESTA DE UN MODELO DE ORGANIZACIÓN Y CAPACITACIÓN A LOS PRODUCTORES DE ARTESANÍAS DE CINCHOS DE CUERO ORIENTADO HACIA LA COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA.

### GUÍA DE ENTREVISTA A ARTESANOS PRODUCTORES DE CINCHOS

Actualmente se está realizando un proyecto de investigación de Tesis en el municipio de Samayac. El que tiene como finalidad proponer un modelo de organización a los productores de cinchos de cuero, para que puedan exportar a la Unión Europea.

#### I. INFORMACIÓN GENERAL ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS

- 1.1 Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_
- 1.2 Nombre del taller: \_\_\_\_\_
- 1.3 Edad: \_\_\_\_\_ 1.4 Sexo: 1 Masculino  2 Femenino
- 1.5 ¿Cuántos hijos tiene? \_\_\_\_\_ 1.6 ¿Cuántos de ellos le ayudan en su taller? \_\_\_\_\_
- 1.7 ¿En cuánto estima el monto de dinero invertido en su negocio? \_\_\_\_\_
- 1.8 Escolaridad: \_\_\_\_\_

#### INFORMACIÓN ESPECÍFICA

#### II. CAPACITACIÓN

- 2.1 ¿Ha recibido usted capacitación?  
SI  NO   
Si su respuesta es sí, ¿Cuáles capacitaciones? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- 2.2 ¿Qué instituciones han contribuido en capacitarlo a usted?  
\_\_\_\_\_
- 2.3 ¿Considera usted que la capacitación recibida es importante?  
SI  NO   
Si su respuesta es sí, ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- 2.4 Si no ha recibido usted capacitación, ¿Qué tipo de capacitación le gustaría recibir?  
\_\_\_\_\_
- 2.5 ¿En qué áreas le gustaría capacitarse? \_\_\_\_\_

2.6 ¿Ha recibido capacitación para poder organizarse?

SI

NO

¿En qué tipos de organización?, menciónelos: \_\_\_\_\_

---

2.7 Ha recibido capacitación en la elaboración de nuevos diseños de productos?

SI

NO

Si su respuesta es sí, ¿qué aprendió de la capacitación y qué institución impartió el curso?

---

2.8 ¿Ha recibido capacitación en el manejo del presupuesto?

SI

NO

Si su respuesta es sí, ¿qué aprendió de la capacitación y qué institución impartió el curso?

---

2.9 ¿Ha recibido capacitación en el manejo de crédito?

SI

NO

Si su respuesta es sí, ¿qué aprendió de la capacitación y qué institución impartió el curso?

---

2.10 ¿Ha recibido capacitación en los procedimientos de exportación de cinchos?

SI

NO

Si su respuesta es sí, ¿qué aprendió de la capacitación y qué institución impartió el curso?

---

### III. ORGANIZACIÓN EN EL TALLER DE PRODUCCIÓN

3.1 Horario de Trabajo: \_\_\_\_\_

3.2 ¿Cuántos trabajan en el taller? \_\_\_\_\_

3.3 ¿Están ustedes organizados actualmente?

SI

NO

Si su respuesta es no, especifique: \_\_\_\_\_

---

Si su respuesta es sí, especifique, ¿cómo se llama la organización y cuántos lo integran?

---

3.4 Si no están organizados, ¿estaría dispuesto a integrar un tipo de organización?

SI

NO

Si su respuesta es sí, ¿A qué tipo de organización le gustaría pertenecer?

Asociación  Cooperativa  Otro  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

3.5 ¿Conoce usted los aspectos legales para poder organizarse, así como los impuestos que tiene que pagar?

SI

NO

Si su respuesta es sí, ¿explique? \_\_\_\_\_

3.6 ¿Tiene usted patente de comercio?

SI

NO

Si su respuesta es no, ¿por qué? \_\_\_\_\_

#### IV. FINANZAS

4.1 ¿Qué impuestos paga usted? \_\_\_\_\_

4.2 ¿Elabora usted su presupuesto semanal, mensual o anual?

SI

NO

Si su respuesta es no, especifíque: \_\_\_\_\_

4.3 ¿Maneja usted un control de ingresos diarios, semanales, mensuales o anuales?

SI

NO

Si su respuesta es no, especifíque: \_\_\_\_\_

4.4 ¿Conoce usted el manejo del crédito?

SI

NO

Explique: \_\_\_\_\_

4.5 ¿Establece usted un margen de ganancia para sus productos?

SI

NO

Explique: \_\_\_\_\_

4.6 ¿Establece usted un precio de venta estable?

SI

NO

Explique: \_\_\_\_\_

#### V. PRODUCCIÓN

5.1 ¿Qué productos elabora usted?

\_\_\_\_\_

5.2 ¿Cuál es el proceso que realiza en los cinchos? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5.3 ¿Qué diseños, colores, tallas o estilos produce su taller?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5.4 ¿Qué materiales utiliza usted para la fabricación del cincho?

---

---

5.5 ¿Cuántos cinchos produce usted diariamente o semanalmente?

---

5.6 ¿Elabora usted un pronóstico de ventas semanal, mensual o anual?

SI  NO

Explique: \_\_\_\_\_

5.7 ¿Elabora usted su propio costo de producción?

SI  NO

Explique: \_\_\_\_\_

5.8 ¿Exporta usted?

SI  NO

Explique: \_\_\_\_\_

5.9 ¿Cómo es la calidad de su producto?

Explique: \_\_\_\_\_

5.10 Elabora usted nuevos productos?

SI  NO

Explique: \_\_\_\_\_

## VI. COMERCIALIZACIÓN

6.1 ¿A qué mercados vende usted sus productos?

Local  Regional  Nacional  Internacional

6.2 ¿En qué cantidad vende sus productos? \_\_\_\_\_

6.3 ¿Han aumentado sus ventas?

SI  NO

Explique: \_\_\_\_\_

6.4 ¿Cuánto vendía usted? \_\_\_\_\_

- 6.5 Sí exporta actualmente, ¿a qué países exporta? \_\_\_\_\_
- 6.6 ¿Qué productos exporta? \_\_\_\_\_
- 6.7 ¿En qué cantidad exporta? \_\_\_\_\_
- 6.8 ¿A qué precios exporta? \_\_\_\_\_
- 6.9 ¿Qué papelería llena usted para poder exportar? \_\_\_\_\_
- 6.10 ¿Conoce usted el procedimiento de exportación?  
 SI  NO   
 Explique: \_\_\_\_\_
- 6.11 ¿Le gustaría exportar a la Unión Europea y buscar nuevos mercados?  
 SI  NO   
 Explique: \_\_\_\_\_
- 6.12 ¿Conoce usted el mercado de Europa?  
 SI  NO   
 Explique: \_\_\_\_\_
- 6.13 ¿Conoce usted las leyes de exportación?  
 SI  NO   
 Explique: \_\_\_\_\_
- 6.14 ¿Conoce usted qué impuestos se pagan para la exportación o importación?  
 SI  NO   
 Explique: \_\_\_\_\_
- 6.15 ¿Conoce usted las formas de pago en la exportación?  
 SI  NO   
 Explique: \_\_\_\_\_
- 6.16 ¿Asegura usted sus productos cuando envía mercadería a sus clientes?  
 SI  NO   
 Explique: \_\_\_\_\_
- 6.17 ¿Conoce usted la aplicación de marca, embalaje y empaque?  
 SI  NO   
 Explique: \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_

---

Mazatenango, noviembre de 1,999.