



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

**COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE LAS
POBLACIONES DEL DEPARTAMENTO DE IZABAL, GUATEMALA, A
TRAVÉS DE LA ORGANIZACIÓN AK'TENAMIT**

Karen Lizeth Aguilar Palacios

Asesorado por el Ing. Frisley Daniel Mendizábal Tánchez

Guatemala, febrero de 2008

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

**COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE LAS
POBLACIONES DE IZABAL, A TRAVÉS DE LA ORGANIZACIÓN
AK'TENAMIT**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE INGENIERÍA

POR:

KAREN LIZETH AGUILAR PALACIOS

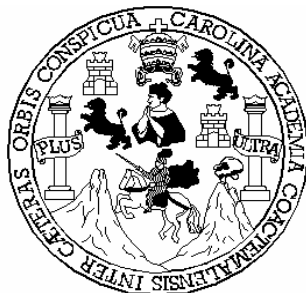
ASESORADO POR EL ING. FRISLEY DANIEL MENDIZÁBAL TÁNCHEZ

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

INGENIERA INDUSTRIAL

GUATEMALA, FEBRERO DE 2008

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERÍA



NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

DECANO	Ing. Murphy Olympo Paiz Recinos
VOCAL I	Inga. Glenda Patricia García Soria
VOCAL II	Inga. Alba Maritza Guerrero de López
VOCAL III	Ing. Miguel Ángel Dávila Calderón
VOCAL IV	Br. Kenneth Issur Estrada Ruiz
VOCAL V	
SECRETARIA	Inga. Marcia Ivonne Véliz Vargas

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

DECANO:	Ing. Murphy Olympo Paiz Recinos
EXAMINADOR:	Ing. Edwin Adalberto Bracamonte Orozco
EXAMINADORA:	Inga. Norma Ileana Sarmientos Zaceña
EXAMINADOR:	Ing. Cesar Ernesto Urquizu Rodas
SECRETARIA:	Ing. Marcia Ivonne Véliz Vargas

HONORABLE TRIBUNAL EXAMINADOR

Cumpliendo con los preceptos que establece la ley de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a su consideración mi trabajo de graduación titulado:

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE LAS POBLACIONES DEL DEPARTAMENTO DE IZABAL, GUATEMALA, A TRAVÉS DE LA ORGANIZACIÓN AK'TENAMIT,

tema que me fuera asignado por la Dirección de la Escuela de Mecánica Industrial, con fecha 18 de mayo de 2007.



Karen Lizeth Aguilar Palacios

Guatemala, 10 de octubre de 2007.

Ing. José Francisco Gómez Rivera
Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica-industrial
Facultad de Ingeniería
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Ingeniero Gómez:

Por medio de la presente hago constar que la alumna Karen Lizeth Aguilar Palacios, identificada con el número de carnet 2001-12963 ha realizado el trabajo de graduación titulado COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE LAS POBLACIONES DE IZABAL, A TRAVÉS DE LA ORGANIZACIÓN AK'TENAMIT, el cual asesore y aprobé satisfactoriamente, para que pueda realizarse los trámites para que la alumna prontamente pueda optar al título de Ingeniero Industrial.

Sin más que agregar, atentamente



Ing. Frisley Mendizábal
INGENIERO INDUSTRIAL
COLEGIADO No. 6905

Frisley Mendizábal
Asesor del trabajo de graduación
Ingeniero Industrial
No. De colegiado 6905

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERIA

Como Catedrático Revisor del Trabajo de Graduación titulado **COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE LAS POBLACIONES DE IZABAL, A TRAVÉS DE LA ORGANIZACIÓN AK'TENAMIT**, presentado por la estudiante universitaria **Karen Lizeth Aguilar Palacios**, apruebo el presente trabajo y recomiendo la autorización del mismo.

ID Y ENSEÑAD A TODOS

Inga. Aurelia Anabela Cordova Estrada
Catedrática Revisora de Trabajos de Graduación
Escuela Mecánica Industrial



Guatemala, enero de 2008.

/mgp



El Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer el dictamen del Asesor, el Visto Bueno del Revisor y la aprobación del Área de Lingüística del trabajo de graduación titulado **COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE LAS POBLACIONES DE IZABAL, A TRAVÉS DE LA ORGANIZACIÓN AK'TENAMIT**, presentado por la estudiante universitaria **Karen Lizeth Aguilar Palacios**, aprueba el presente trabajo y solicita la autorización del mismo

ID Y ENSEÑAD A TODOS

**Ing. José Francisco Gómez Rivera
DIRECTOR
Escuela Mecánica Industrial**

Guatemala, febrero de 2008.



/mgp



El Decano de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer la aprobación por parte del Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, al trabajo de graduación titulado: **COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE LAS POBLACIONES DEL DEPARTAMENTO DE IZABAL, GUATEMALA, A TRAVÉS DE LA ORGANIZACIÓN AK'TENAMIT**, presentado por la estudiante universitaria **Karen Lizeth Aguilar Palacios**, procede a la autorización para la impresión del mismo.

IMPRÍMASE.


Ing. Murphy Olimpo Paiz Recinos
DECANO



Guatemala, febrero de 2008

AGRADECIMIENTOS A:

Dios

Por el don de la existencia, de la sabiduría y del entendimiento que me dio para llegar al final de este horizonte.

Mis padres

Elizabeth Palacios Mérida y Sostenes Augusto Aguilar (†). Por su amor, dedicación, y apoyo incondicional durante el transcurso de mi vida.

Mis hermanos

Silvia, Alma, Tanya y Nelson, por el ejemplo de amor, dedicación y esfuerzo para salir adelante.

Mis cuñados

Jorge Mérida, Rony Recinos y Hania Solis, por su consejo y apoyo

Mi abuelito

Miguel Ángel Palacios Gutiérrez (†), por la confianza y porque me enseñó el valor del amor a la vida y disfrutar cada logro obtenido.

Mi abuelita

Etelvina Aguilar (†), por su ejemplo de vida.

Mis sobrinos

Jorge, Fernanda, José, Miguel, Estefany, marcos, Cecilia, Daniel, por su cariño.

Mis tíos

A todos, en especial a Manuel de Jesús Aguilar y Juana Inés Lemus, por su apoyo.

Mis amigos

Rebeca Sandoval, Jorge Mario Vásquez, Nadia Wug, Renata Aceituno y Walter Santizo, por su apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera.

Mi asesor

Ing. Frisley Daniel Mendizábal Tánchez, por su ayuda, colaboración y dirección en mi trabajo de graduación.

Universidad de San Carlos

Por ser mi magna casa de estudios y por todos los conocimientos adquiridos.

Organización Ak'Tenamit

Por la colaboración y apoyo brindado en la realización del trabajo de graduación.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	V
GLOSARIO	VII
RESUMEN	IX
OBJETIVOS	XI
INTRODUCCIÓN	XIII

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Organización Ak'Tenamit	1
1.1.1 Objetivos de la organización	4
1.1.2 Visión y misión de la organización	4
1.1.3 Organigrama de Ak'Tenamit	5
1.2 Comercialización	6
1.3 Comercio	8
1.4 Comercio Justo	9
1.4.1 Como surge el comercio justo	9
1.4.2 Qué es comercio justo	11
1.4.2.1 Productos que se incluyen dentro del comercio justo	13
1.4.3 Criterios del comercio justo	14
1.4.3.1 Respeto al medio ambiente	14
1.4.3.2 Derechos laborales	15
1.4.3.2.1 Igualdad de genero	15
1.4.3.2.2 Salario	15
1.4.4 Beneficios sociales del comercio justo	16

2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1 Programa Artesanal en Izabal	17
2.1.1 Cómo surge el programa de artesanías	17
2.1.2 Fines y objetivos del programa	17
2.1.3 Visión y misión del programa	18
2.1.4 Regiones beneficiadas con el programa	19
2.1.5 Productos que se elaboran dentro del programa	19

3. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS

3.1 Descripción de la propuesta	21
3.2 Estudio de mercado	22
3.2.1 Descripción del servicio	22
3.2.2 Segmentación del mercado	22
3.2.3 Diagnóstico de la demanda y la oferta	23
3.2.4 Canales de comercialización de los productos	26
3.2.5 Establecimiento de precios	27
3.3 Evaluación del Proyecto	
3.3.1 Evaluación Financiera	29
3.3.2 Evaluación Económica	33
3.4 Estudio Administrativo y legal	33
3.4.1 Certificación de productos en el comercio justo	33
3.4.1.1 Marco legal	37

4. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

4.1 Fichas de control de producto	39
4.1.1 Por productor	39

4.2 Criterio para medir la calidad	49
4.2.1 Establecimiento de estándares	49
4.2.2 Evaluación y pruebas al producto	53
4.4 Adiestramiento y capacitación	
4.4.1 Talleres	57
4.5 Publicidad y promoción	60
5. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL	
5.1 Descripción medioambiental del proyecto	63
5.2 Materia prima utilizada para la elaboración de artesanías	66
5.3 Identificación del impacto	74
5.3.1 Impacto significativo	74
5.3.2 Impacto primario	74
5.3.3 Impacto secundario	75
5.4 Medidas de Mitigación	75
6. SEGUIMIENTO DEL MÉTODO PROPUESTO	
6.1 Fortalecimiento de las capacidades	77
6.1.1 Manuales de apoyo	
6.1.1.1 Manual de descripción de puestos	78
6.1.1.2 Manual de procedimientos	88
6.1.1.3 Catálogo de productos	94
6.1.2 Plan de contingencia	108
CONCLUSIONES	111
RECOMENDACIONES	115
BIBLIOGRAFÍA	117
ANEXOS	119

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

1. Estructura Organizacional Ak'Tenamit	5
2. Población participante del programa	24
3. Sistema de monitoreo para organizaciones de comercio justo	56
4. Piedra caliza	66
5. Bambú	67
6. Tipos de madera	68
7. Junco	69
8. Cacao	70
9. Tallo de banano	71
10. Semilla de corozza	72
11. Tuza	73

TABLAS

I. Precio de productos	27
II. Costos fijos de operación	30
III. Costos variables de operación	30
IV. Cálculo de depreciaciones	31
V. Diagrama de flujo proyectado	32
VI. Productor Creek Caliz	40
VII. Productor Cerro Blanco	41
VIII. Productor Plan Grande Tatin	42
IX. Productor el Cedro	43
X. Productor Plan Grande Quehueche	44
XI. Productor lo de en medio	45

XII. Productor Laureles	46
XIII. Productor Lámpara	47
XIV. Productor Nuevo Nacimiento Cáliz	48
XV. Descripción de puesto del encargado de programa	79
XVI. Descripción de puesto del encargado tienda	81
XVII. Descripción de puesto de los vendedores	83
XVIII. Perfil de encargado de programa	85
XIX. Perfil de encargada de tienda	86
XX. Perfil de vendedor	87
XXI. Procedimiento de relación con productores	88
XXII. Procedimiento de recepción de producto	90
XXIII. Procedimiento sobre la venta del producto	92

GLOSARIO

- Comercio:** Es la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, ya sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor.
- Comercialización:** La comercialización es a la vez, un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social.
- Comercio Justo:** Comercio justo es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial justa entre productores y consumidores.
- Globalización:** Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.
- Ak'Tenamit:** En lenguaje normal "Pueblo nuevo" organización no gubernamental ubicada en Livingston Izabal.

- Desarrollo sostenible:** Concepto económico que promueve el respeto del medio ambiente y de las personas. El modelo de crecimiento económico de hoy, tiene que respetar estos criterios para no poner en peligro las generaciones futuras.
- Precio mínimo:** Precio pagado por el importador al productor. Este precio tiene que cubrir los gastos de producción y permitir al productor vivir dignamente de su trabajo. El precio mínimo es fijo y está siempre por encima de las cotizaciones del producto en Bolsa.
- Prima de desarrollo:** El importador paga, además del precio mínimo, una prima de desarrollo. La organización de productores tiene que utilizar esta prima exclusivamente en proyectos comunitarios.
- Procedimientos:** Método de ejecutar algunas cosas.
- Calidad:** Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.
- Programa Artesanal:** Es un programa que pretende dar a conocer los productos elaborados en la región para darlos a conocer en los centros ya existentes, en el área de Livingston y Barra de Lámpara, Izabal.

RESUMEN

El programa de artesanías de la organización Ak'Tenamit tiene como objetivo brindar una plataforma para los empresarios de las comunidades de Livingston, dando una plataforma a los productos que ahí se elaboran, como el caso de los elaborados con fibras vegetales como “El tallo de Banano”.

Uno de los beneficios que se ofrecen es la pertenencia al Comercio justo, ya que es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial justa entre productores y consumidores.

Para extender la comercialización y dar a conocer los productos elaborados por esta región, se realizó un estudio de mercado, en el cual se determinó que el mercado al cual van dirigidos estos artículos puede darse en su mayoría en la región del sur occidente, norte y centro de Guatemala, además tienen gran demanda a nivel internacional.

Una oportunidad de desarrollo administrativo es el fortalecimiento de alianzas estratégicas con otras organizaciones participantes de este tipo de comercio. En la evaluación económica – financiera se realizó una proyección del proyecto a diez años a una tasa de inflación del 6% para los rubros de energía eléctrica , teléfono y ventas; y 10% cada 2 años para sueldos y prestaciones laborales, con lo cual se obtiene un incremento anual en la utilidad, teniendo al final de la vida útil del proyecto una ganancia de aproximadamente Q. 188,513.80.

Para la puesta en marcha del proyecto se brindan como herramientas de desempeño empresarial fichas de control por productor, estándares de calidad y

pruebas y evaluaciones del producto, así como un soporte de adiestramiento y capacitación para el personal, fortaleciéndolo con gran campaña publicitaria y la participación de los productores en eventos y ferias a nivel nacional e internacional, con lo cual se atraerá la inversión y financiamiento al proyecto.

El fortalecimiento de capacidades se realiza para brindar un seguimiento al proyecto, estableciendo un estándar en los procedimientos y la descripción de puestos, para tener un mejor funcionamiento a nivel organizacional y una mejor comunicación.

OBJETIVOS

○ GENERAL:

Fortalecer el desarrollo social y económico de los microempresarios así como empresas comunitarias, a través del impulso de sus productos, brindándoles una plataforma comercial nacional, mediante el turismo sostenible.

○ ESPECÍFICOS:

1. Definir procesos de desarrollo organizacional para empresas comunitarias.
2. Identificar las estrategias a utilizar para fomentar el comercio justo, a través del turismo sostenible.
3. Estimar el impacto en el crecimiento a nivel de beneficios para la comunidad.
4. Establecer cuál fue el crecimiento de ingresos y egresos para establecer estándares de precio en los productos.
5. Expandir los lugares de distribución de los productos.
6. Realizar un estudio de mercado para segmentar el mercado al cual se van a dirigir los productos.
7. Llevar a cabo un plan de seguimiento con talleres y capacitación a los pequeños empresario o microempresarios.

8. Establecer sistemas de inspección y certificación del comercio justo.
9. Proponer normas para promover y regular el comercio justo de los productos de la población de Izabal.

INTRODUCCIÓN

El programa de artesanías impulsado por la organización Ak'Tenamit con las comunidades de Livingston Izabal, es una oportunidad para los productores de la región de dar a conocer sus productos bajo el concepto de comercio justo, a través de técnicas de comercialización a nivel nacional e internacional.

La situación actual del comercio justo en Guatemala ha surgido como producto de la situación local y del entorno global del país, que da la oportunidad de desarrollo y autosostenibilidad económica, para los pequeños empresarios, en el mercado de los productos artesanales.

En este trabajo se presenta la propuesta de comercialización de productos artesanales, a través del fortalecimiento de alianzas estratégicas con otras tiendas, y centros recreativos a nivel nacional, tratando de facilitar el acercamiento al mercado potencial, los turistas, de los productos realizados por las comunidades, dentro de los cuales cabe resaltar los productos elaborados con fibras vegetales.

El programa de artesanías para fortalecer sus operaciones a nivel de comercialización deberá de iniciar con mejorar a nivel administrativo y de instalaciones, modificando el aspecto de las tiendas, donde se pretende brindar un ambiente agradable y cultural de manera distintiva del resto de tiendas. Además, se enfocaran las campañas de mercado, a fin de dar a conocer un producto innovador y que llame la atención del mercado como los productos elaborados con Tallo de Banano, ya que puede ser de interés para las exportaciones a países del norte, debido a su funcionalidad, garantizando los procesos, con el fin de cumplir con los criterios de calidad propuestos por el IFAT, lo cual le darán un valor agregado a los productos.

La publicidad de los productos se llevará a cabo mediante la difusión en medios como revistas comunales, trifoliales y a través del catálogo que puede ser visto por todo el público en internet, logrando con esto dar una herramienta de apoyo a las campañas realizadas por la organización.

Otras herramientas que se proporcionan para ayudar a la transición del programa actual con las mejoras son la elaboración de fichas para lograr un mejor control de los productos y así facilitar el cumplimiento de tiempo de entrega a los clientes.

Los manuales de puestos y de procedimientos son documentos que proporcionan información a todos los colaboradores del programa para que conozcan los aspectos a tomar en cuenta en cada una de las situaciones logrando con esto que las tiendas funcionen de forma predeterminada y que ésta se mantenga.

1. ANTECEDENTES GENERALES

En el presente capítulo se analizará a la organización Ak'Tenamit, su historia y el tipo de proyectos que desempeña, además de dar a conocer la importancia del comercio justo, así como el desarrollo que éste proporciona a las microempresas y empresas comunitarias, a través de la comercialización de los productos, incluyendo como valor agregado a estos el respeto a los derechos laborales en relación a la equidad de género y al uso y cuidado de los recursos naturales utilizados como materia prima para la producción de los bienes.

1.1 Organización Ak'Tenamit

En 1992, líderes de aldeas de Livingston se acercaron Steve Dudenhoefer, fundador y director ejecutivo de Ak'Tenamit, para solicitar ayuda para establecer un proyecto de desarrollo comunitario que enfrente los problemas del área de río Dulce. la Asociación Ak'Tenamit es una ONG guatemalteca que viene trabajando desde 1992 en pro del desarrollo sostenible e integral de más de 30 comunidades maya-q'eqchi' del área del Parque Nacional Río Dulce, beneficiando a más de 8,000 personas. Sus áreas de trabajo son: salud, educación, desarrollo comunitario, agricultura sostenible, artesanía y ecoturismo; todas ellas sustentadas en la equidad de género, el respeto a la naturaleza y a la identidad y cosmovisión maya. Ak'Tenamit quiere decir Pueblo Nuevo

Ak'Tenamit tiene su sede principal en la aldea Barra de Lámpara, en el municipio de Livingston, departamento de Izabal, dentro del majestuoso y exuberante Cañón de Río Dulce, en el Caribe guatemalteco.

Programas del proyecto:

Salud

- a) Clínica: abierta seis días por semana para consultas generales y 24 horas cada día para emergencias. Cada semana, hay de dos a cuatro viajes a las aldeas remotas que tienen dificultades en llegar a la clínica de Ak'Tenamit.
- b) Entrenamiento: Programas de instrucción para comadronas y promotores de salud para asegurar que cada aldea tiene ayuda medica todo el tiempo.
- c) Dental: Dentistas voluntarios proveen trabajo dental y educación de higiene dental en un barco dental.

Educación:

- a) Primaria (1 – 6): Para la educación se están usando métodos que mejora la participación de los estudiantes. La lectura tiene un énfasis especial.
- b) Instituto básico (7 – 9): Provee a los estudiantes rurales la oportunidad de obtener más educación. Además de las materias nacionales básicas, los estudiantes estudian la Cultura Maya, derechos humanos y equidad de género.
- c) Internado: Muchos estudiantes viven lejos del sitio del proyecto. Por eso, Ak'Tenamit provee dormitorios supervisados para los niños y las niñas. Vivir en el proyecto permite a los estudiantes aprender sobre los otros trabajos de Ak'Tenamit y la labor de los líderes de las aldeas en la Asociación.
- d) Eduquemos a las niñas: Este programa mejora la valoración de las niñas Q'eqchi'es para ofrecer a ellas una educación primaria y clases de matemáticas, español, educación sexual y otros temas que recibieron poca importancia en el pasado.

Artesanía

- a) Ingresos de Mujeres: 150 mujeres Q'eqchi'es han aprendido en el arte tradicional Maya de hacer papel. Este papel se transforma en regalos de venta, como maceteros y bolsas, así pueden aportar dinero a su familia y a su comunidad.
- b) Artesanía de madera: Casi 50 hombres han aprendido a usar materiales reciclados o naturales, como las semillas de corozo, para regalos de ventas. Este programa enseña una alternativa sustentable económica y la importancia de conservación.

Agricultura Sostenible

- a) Para luchar contra los problemas de nutrición y la falta de tierra fértil, Ak'Tenamit enseña métodos de agricultura sostenible en las aldeas. Nuestro proyecto tiene dos jardines orgánicos, así como también hay jardines en algunas aldeas locales.

Desarrollo Comunitario y Género

- a) Este programa trabaja con proyectos de mejoramiento de infraestructura, como la instalación de estufas mejoradas y molinos de nixtamal en más de 10 aldeas. También, participa en talleres de género, planificación de proyectos y derechos humanos para mejorar las relaciones de comunidad entre la gente.

Medio Ambiente

- a) Este provee un ingreso alternativo que tiene un impacto ambiental menos que los trabajos tradicionales como la pesca y el cultivo. Específicamente, este departamento trabaja en educación ambiental,

plantas medicinales, porcicultura y atracción de eco-turismo en el centro y en aldeas cercanas.

1.1.1 Objetivo de la organización

Mejorar la participación local para que el proyecto pueda trabajar en un futuro íntegramente con personal Q'eqchi.

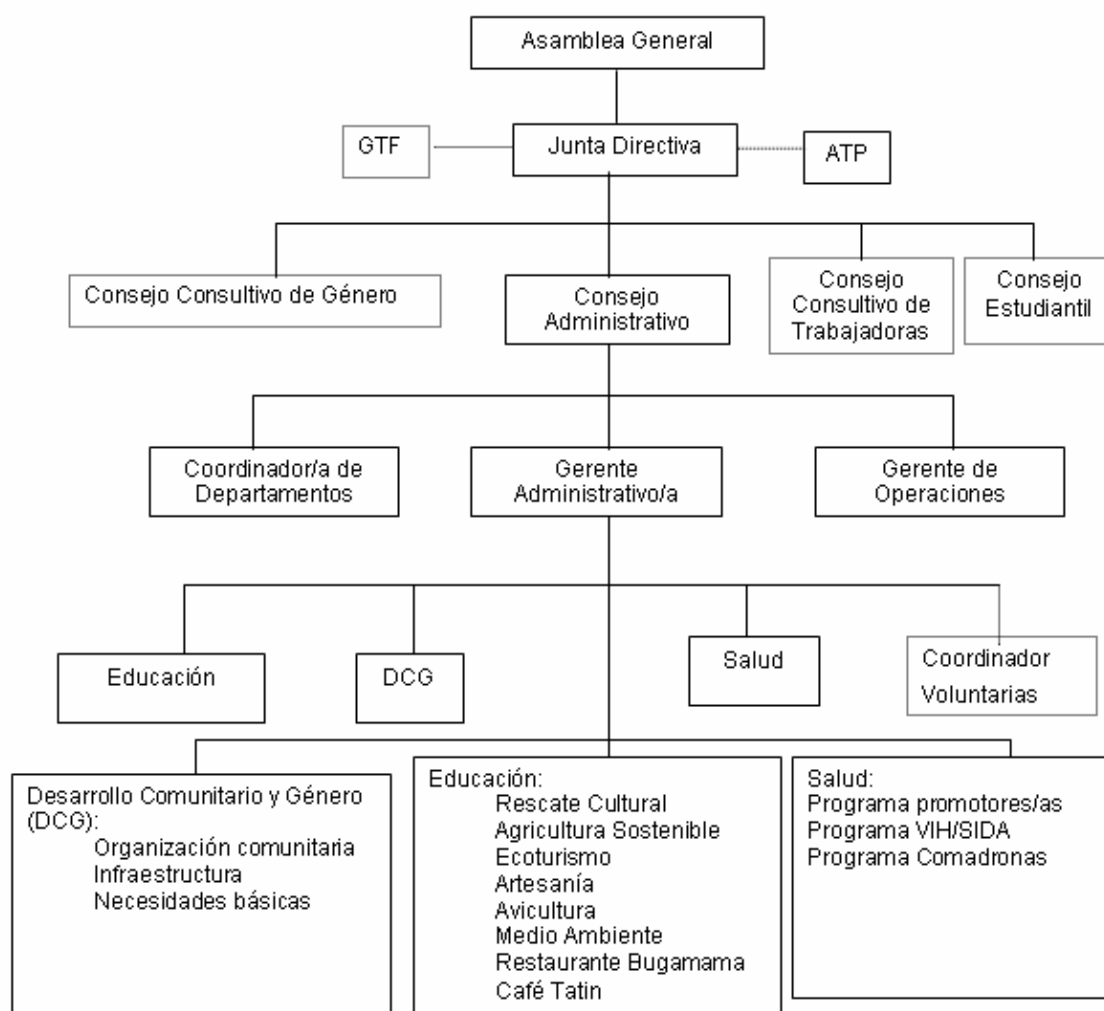
1.1.2 Visión y Misión

Asociación Ak'Tenamit es una organización sin fines de lucro que promueve el desarrollo sostenible de las comunidades rurales del área de Livingston, Izabal, a través de programas educativos que engendran la sensibilidad sociocultural, la autonomía económica, y la equidad de género con el fin de lograr la revaloración maya Q'eqchi.

1.1.3 Organigrama Ak'Tenamit

En esta estructura se muestra la forma actual en la que funciona la organización en sus diferentes proyectos.

Figura 1. Estructura organizativa de Ak'Tenamit 2005-2009



1.2 Comercialización

La comercialización es un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y macro comercialización. La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución.

Micro comercialización

Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. (Se aplica igualmente a organizaciones con o sin fines de lucro).

La ganancia es el objetivo de la mayoría de las empresas. Los clientes pueden ser consumidores particulares, firmas comerciales, organizaciones sin fines de lucro.

La comercialización debería comenzar a partir de las necesidades potenciales del cliente, no del proceso de producción.

Macro comercialización

Proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipará verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad.

Todos los sistemas económicos deben elaborar algún método, para decidir qué y cuánto debe producirse y distribuirse y por quién, cuándo y para quién. La manera de tomar esas decisiones puede variar de una nación a otra.

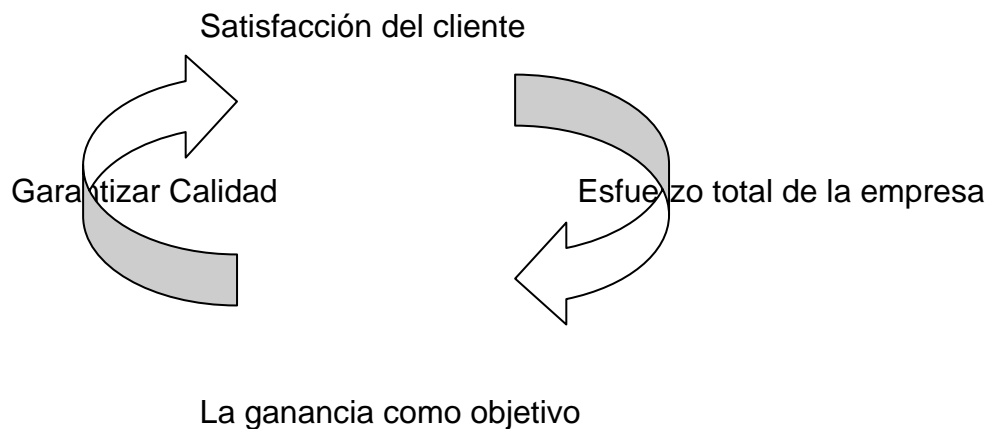
Pero los macro objetivos son básicamente similares: crear bienes y servicios y ponerlos al alcance en el momento y en el lugar donde se necesiten, con el fin de mantener o mejorar el nivel de vida de cada nación.

Concepto de comercialización

El concepto de comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia.

Hay cuatro ideas fundamentales incluidas en la definición del concepto de comercialización:

1. Orientación hacia el cliente.
2. Esfuerzo total de la empresa.
3. Ganancia como objetivo.
4. Garantizar calidad.



1.3 Comercio

Se denomina **comercio** a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor.

Globalización

La globalización, desde el punto de vista económico, es una tendencia derivada del neocolonialismo que trata de hacer una zona de libre comercio a nivel internacional. La globalización nace como consecuencia de la necesidad de rebajar costos de producción, con el fin de dar la habilidad al productor de ser competitivo en un entorno global.

Clasificación del Comercio

Se puede clasificar según diversos criterios, a saber:

Se entiende por **comercio mayorista** (conocido también como "comercio al por mayor" o "comercio al mayor") la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador no es consumidor final de la mercancía. La compra con el objetivo de vendérsela a otro comerciante o a una empresa manufacturera que la emplee como materia prima para su transformación en otra mercancía o producto. Se entiende por **comercio minorista** (conocido también como "comercio al por menor", "comercio al menor"; "comercio detallista" o simplemente "al detal") la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía, es decir, quien usa o consume la mercancía.

Comercio Interior: es el que se realiza entre personas que se hallan presentes en el mismo país, sujetos a la misma jurisdicción; **Comercio exterior** es el que se efectúa entre personas de un país y las que viven en otro.

Comercio Terrestre y Comercio Marítimo ambos hacen referencia al modo de transportar la mercancía y cada una es propia de una rama del derecho mercantil, que llevan el mismo nombre.

Comercio por cuenta propia y Comercio por comisión, éste último es el que se realiza a cuenta de otro.

1.4 Comercio Justo

1.4.1 Cómo surge el Comercio Justo

Evolución: una Carrera de Cooperación en la que se vislumbran las primeras nociones de este tipo de comercio alternativo.

- “Las primeras formas de organizaciones de Comercio Alternativo (ATOS) son creadas en Estados Unidos a finales de los años 40.
- El concepto y movimiento llegan a Europa en los años 50, a través de Oxfam-Reino Unido.
- El término Comercio Justo aparece por primera vez en foros políticos mundiales en la conferencia de la UNCTAD de Ginebra, en 1964, cuando se pretendía dar mayor importancia al establecimiento de las relaciones comerciales igualitarias entre los países del Sur y del Norte bajo el lema “Comercio, No Ayuda (Trade No Aid)”.
- En 1967, la organización llamada S.O.S. Wereldhandel comenzó a importar artesanías de países en desarrollo y a venderlas a través de catálogos, iglesias y grupos de solidaridad.

La apertura de sucursales en Alemania, Austria, Suiza y Bélgica originó la conformación de Organizaciones Nacionales Independientes (ONI).

- La primera tienda de Comercio Justo se abrió en abril de 1969, en el pueblo holandés de Breukelen. Posterior a esta apertura, el movimiento de tiendas logró un rápido crecimiento de tal magnitud que en sólo 2 años llegaron a ser 120 en los países bajos.
- En 1973 se lanza el primer café de Comercio Justo, el cual fue importado de cooperativas de Guatemala.
- En los años 80, el movimiento realizó campañas de promoción y sensibilización para el conocimiento de los consumidores, y presentó mejoras en la calidad del producto y en el desarrollo de nuevos artículos como mezclas de café, tipos de té, miel, azúcar, cacao, nueces, entre otros.
- En 1988, en los Países Bajos se introdujo, bajo el nombre de Max Havelaar, la primera marca del Comercio Justo. Este hecho originó la creación posterior de otros sellos del movimiento, en 10 países europeos, para otros productos diferentes al café.
- Entre los años 80 y 90 nacen las organizaciones europeas IFAT, EFTA, FLO y NEWS, encargadas de la promoción, control y relaciones públicas del Comercio Justo; estas organizaciones son llamadas sombrillas, ya que organizan y articulan los diferentes organismos e instituciones relacionados con el movimiento.

La primera tienda de Comercio Justo se abrió en 1969 en Holanda. A partir de ahí, el movimiento se extendió rápidamente por los Países Bajos, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, gran Bretaña y Bélgica. Actualmente, además de los países de Europa, existen operaciones del Comercio Justo en Australia, Canadá, Estados Unidos y El Japón.

1.4.2 Qué es Comercio Justo

Comercio justo es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial justa entre productores y consumidores. Los principios que defiende el Comercio Justo son:

- Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones y funcionan democráticamente.
- Rechazo a la explotación infantil.
- Igualdad entre hombres y mujeres.
- Se trabaja con dignidad respetando los derechos humanos.
- El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas.
- Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse.
- Se valora la calidad y la producción ecológica.
- Respeto al medio ambiente.
- Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores.
- Se informa a los consumidores acerca del origen del producto.

Se intenta así evitar las grandes diferencias entre el precio que pagan por un producto los consumidores del primer mundo y el dinero que se les paga a sus productores en el tercer mundo, además de evitar la explotación de los trabajadores. Además, esto contribuye a compensar los efectos de la obsesión consumista por el precio más barato, y sus consecuencias:

- Progresivo deterioro de la calidad y durabilidad de los productos.

- Explotación de los productores (ver taller de trabajo esclavo).
- Deterioro ambiental.

Comercio Justo es una asociación comercial que se basa en el diálogo, la transparencia y el respeto y que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando el cumplimiento de los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo (respaldadas por los consumidores) están comprometidas activamente y prestando su apoyo a los productores, despertando la conciencia pública y luchando por cambiar las normas y prácticas habituales del comercio internacional.

Esta definición de Comercio Justo ha sido acordada por una red informal compuesta por las cuatro organizaciones de Comercio Justo que aparecen a continuación, conocidas por sus iniciales **FINE**.

Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA), fundada en 1987, es una asociación de 12 empresas importadoras de Comercio Justo procedentes de 9 países europeos. EFTA facilita la cooperación y coordinación entre sus miembros en los siguientes terrenos: comercio con proveedores del Sur, trabajo de defensa y campañas, control del comercio justo y marketing de los productos de comercio justo.

Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo (FLO) A fin de coordinar el trabajo de varias iniciativas nacionales de la organización Comercio Justo y llevar a cabo los programas de control de forma más eficaz, se fundó, en abril de 1997, una organización central denominada FLO. Una de las responsabilidades principales de FLO es recabar información y garantizar la auditoria de todos los productos marcados con el sello de Comercio Justo,

desde el productor hasta el estante del supermercado. Uno de sus objetivos es ser testigos de la introducción de una única etiqueta internacional de Comercio Justo. Las iniciativas nacionales mantienen la responsabilidad sobre el marketing y la promoción de Comercio Justo en sus respectivos países.

Federación Internacional de Comercio Alternativo (IFAT) La IFAT es una red global de organizaciones de Comercio Justo que trabajan para mejorar la vida y el bienestar de las personas desfavorecidas en países en vías de desarrollo y para cambiar las injustas estructuras del comercio internacional. Fundada en 1989, la IFAT cuenta ahora con más de 150 miembros en más de 45 países. A través de la IFAT, los fabricantes de productos artesanales y agrícolas de los países en vías de desarrollo aúnan sus fuerzas con los comerciantes, tanto del Norte como del Sur, para desarrollar un planteamiento más justo del comercio internacional.

Red Europea de Tiendas Mundiales (NEWS) es la Red Europea de Tiendas Mundiales que coordina la cooperación entre las Tiendas Mundiales de toda Europa Occidental. La Red está compuesta por 15 asociaciones de Tiendas Mundiales nacionales de 13 países que, conjuntamente, representan aproximadamente 2.500 Tiendas Mundiales en Europa.

1.4.2.1 Productos que se incluyen dentro del Comercio Justo

El movimiento del Comercio Justo siempre ha estado vinculado, principalmente, con la comercialización de productos agrícolas, siendo el café el producto de mayor peso en las negociaciones comerciales y llegando a ser considerado como el símbolo del movimiento; sin embargo, ante el crecimiento del mercado de los últimos años, otros importantes productos, con un mayor valor agregado que difiere de los bienes agrícolas, hacen parte de un completo catálogo de productos bajo criterios justos.

Esta variedad se puede unir bajo cuatro categorías:

1. Alimentos y bebidas: café, chocolate, té, azúcar, arroz, mermeladas, galletas, ron, miel, entre otros.
2. Textiles: prendas de vestir, tapices, pañuelos, ropa de casa, entre otros.
3. Artesanías: bisutería, marroquinería, artículos para el hogar, útiles de cocina, cestas, juguetes, balones de fútbol, móviles, juegos de mesa, bolsos, objetos decorativos, velas, materiales de escritorio.
4. Otros: juegos infantiles, música, libros, videos, documentales.

1.4.3 Criterios del Comercio Justo

El Comercio Justo es necesario para mejorar la situación actual y debe contar con los siguientes aspectos para tener un impacto real:

1.4.3.1 Respeto al Medio Ambiente

La sobreexplotación de los recursos naturales compromete el desarrollo de los países del Sur.

En los últimos años se ha intensificado el uso de pesticidas y fertilizantes en las plantaciones. Se estima que en los países del Tercer Mundo se utilizan sin control unas 400.000 toneladas anuales de pesticidas, muchos de ellos prohibidos en los países del Norte. Aunque a corto plazo eliminan las plagas, estos productos afectan a la piel y a las vías respiratorias, y provocan la degradación de los suelos y la contaminación del medio ambiente, con la consiguiente recesión de los cultivos. Una producción de café sin productos

químicos supondría un ahorro de entre 10.000 y 20.000 pesetas por año y hectárea, aunque la productividad de las tierras sería menor.

1.4.3.2 Derechos laborales

La ausencia de derechos laborales dificulta la obtención de unas condiciones de vida y trabajo más dignas.

1.4.3.2.1 Igualdad entre hombres y mujeres

Es habitual que la mujer cobre un salario inferior por realizar el mismo trabajo que un hombre.

Desde la cuna hasta la tumba, las mujeres están sistemáticamente discriminadas en el plano social y económico. Esto les supone carecer de posibilidades de alcanzar un empleo seguro, ingresos propios, formación y por lo tanto tomar decisiones sobre su propio futuro. El 70% de los que viven en la pobreza absoluta son mujeres y hay un abismo entre la retribución que las mujeres reciben y el papel que desempeñan en la sociedad.

1.4.3.2.2 Salarios para una Vida Digna

Los sueldos que reciben los trabajadores del Sur les condenan a ser esclavos de la pobreza.

Unos 100 millones de personas viven del café. La mayoría son jornaleros o pequeños campesinos que cultivan sus parcelas. Cuando caen los precios del café, los pequeños propietarios deben aumentar el área dedicada a este cultivo

en detrimento de los productos para el autoconsumo. Los jornaleros deben andar varios kilómetros para llegar hasta las plantaciones y cargar los sacos de café de vuelta.

1.4.4 Beneficios Sociales del Comercio Justo

La etiqueta de Comercio Justo Certificado garantiza:

Un Precio Justo: la etiqueta de Comercio Justo Certificado garantiza que tanto productores como trabajadores reciben un precio justo por sus productos. El Precio Justo significa que los productores pueden alimentar a sus familias y que sus hijos pueden asistir a las escuelas, para no tener que trabajar con sus padres.

Productos de Calidad: al recibir un precio justo por los productos, los productores ven comprometida la calidad de los mismos, y buscan métodos para mantener dicha calidad.

Cuidado del Medio Ambiente: los productos alimenticios de Comercio Justo como el café, té y chocolate, están certificados orgánicamente, esto implica que están cultivados, libres de pesticidas y de una forma natural, cuidando los suelos y contribuyendo al medio ambiente.

Impacto en la Comunidad: en los lugares en donde ya se trabaja con Comercio Justo, se ven cambios notorios en beneficio de las familias que son parte de este comercio alternativo, tanto en la remuneración justa por su trabajo, así como aumento en el índice de niños que van a estudiar, etc.

2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En esta parte se determinaran los datos generales y especificaciones claras del proyecto ya existente en la organización de Ak'Tenamit en el departamento de Izabal, así como las condiciones actuales en las que se encuentran con respecto a su organización de cómo surge la idea del programa de artesanías, que los incentivo para llevarlo a cabo y cual es la mira que ellos tienen respecto a los productos y beneficios que se esperan de dicho programa.

2.1 Programa Artesanal en Izabal

Es un programa que pretende dar a conocer los productos elaborados en la región a través de darlos a conocer en los centros ya existentes en el área de Livingston y Barra de Lámpara, Izabal.

2.1.1 Cómo surge el programa de artesanías

El programa de artesanía en la aldea de Barra de Lámpara, Livingston, fue impulsado por la Asociación Ak'Tenamit, que trabaja desarrollando varios programas sociales con las comunidades del área de Río Dulce, dentro de los cuales se encuentra brindar una oportunidad a los productores que en su mayoría son mujeres Q'qchi'es y a artesanos de madera (hombres), con lo cual se pretende dar la oportunidad de desarrollo y autosostenibilidad económica.

2.1.2 Fines y objetivos del programa

Finalidad del Programa de Artesanías:

Proporcionar a la comunidad Maya Q'eqchi la plataforma para dar a conocer los productos elaborados en los diferentes grupos que están asociados a la organización Ak'Tenamit.

Dentro de las alianzas con otras organizaciones Ak'Tenamit tiene contacto con: Ojos Cósmicos y Pasión Maya ambas ubicadas en

Sacatepequez, La Jungla en el Hotel Quinta Real y tesoro maya e Hiperpaiz ambas en la ciudad capital

Objetivos:

- a) Dar a conocer los productos artesanales elaborados de diferentes fibras de vegetales.
- b) Brindar la asesoría y capacitación necesaria a los productores integrantes del programa.
- c) Evaluar el establecimiento de relaciones con los productores, por medio de la revisión de las propuestas.
- d) Buscar socios organizacionales para fortalecer el comercio artesanal a nivel regional.

2.1.3 Visión y Misión del programa

VISIÓN:

Ser una tienda de comercio justo que distribuya de manera efectiva los productos artesanales elaborados por la población de mujeres Q'eqchi, a través de la comercialización, y el mejoramiento administrativo y de instalaciones.

MISIÓN:

Mejorar la calidad de vida y el bienestar de los productores realizando campañas de mercadeo para dar a conocer los productos a nivel nacional e internacional enfocando la campaña en productos nuevos e innovadores como los son los elaborados con fibras vegetales, logrando con esto fortalecer alianzas estrategias con otras organizaciones de artesanías.

2.1.4 Regiones Beneficiadas con el programa

La población que se encuentra dentro del programa y vende productos en la organización Ak'Tenamit son:

- Creek Caliz – 2 grupos
- Cerro Blanco – 2 grupos
- Plan Grande Tatin – 2 grupos
- El cedro – 1 grupo
- Plan Grande Quehueche – 1 grupo
- Lo de en medio – 2 grupos
- Laureles – 1 grupo
- Lámpara – 1 grupo
- Nuevo nacimiento cáliz – 2 grupos

2.1.5 Productos que se elaboran dentro del programa

Los productos más comunes que se elaboran dentro del programa según la región son:

a) Creek Caliz:

- Guacales
- Cuadros de fotos

b) Cerro Blanco

- Fruteros

c) Plan Grande Tatin

- Morros

- d) El cedro
 - Canastos de Junco

- e) Plan Grande Quehueche
 - Cuadernos

- f) Lo de en medio
 - Portalápiz

- g) Laureles
 - Tarjetas

- h) Lámpara
 - Guacales

- i) Nuevo Nacimiento Cáliz
 - Guacales pintados
 - Bolsas para regalos

Otros productos que elaboran tenemos adornos, collares, figuras, tarjetas, portalápiz, llaveros.

3. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Es una descripción detallada de la propuesta para comercializar los productos elaborados por la mujer Q'eqchi', a través del estudio de mercado donde se establece claramente el mercado al cual va dirigido, y los canales de comercialización que se utilizarán para expandir los lugares de distribución del producto. Además, se llevará a cabo una evaluación financiera y económica para establecer los ingresos y egresos, así como el nivel de beneficio económico que obtendrá la población y los requisitos que deben cumplir para poder certificar sus productos dentro del comercio justo dentro de un marco legal.

3.1 Descripción de la Propuesta

Diseñar un plan de comercialización de los productos artesanales de la población de Izabal, a través del fortalecimiento de alianzas estratégicas con otras tiendas existentes en lugares turísticos que aun no se cubren como lo son Solota, Coban y Petén; además de extender los productos a otro tipo de instituciones como centros recreativos y hoteles a nivel nacional, permitiendo con esto la posibilidad de exportar más adelante los productos a otros lugares del mundo de manera gradual.

También se elabora un plan para mejorar el manejo administrativo y de instalaciones, modificando el aspecto de las tiendas, con lo cual se pretende brindar un ambiente agradable y cultural para llamar la atención del cliente potencial. Además se enfocaran las campañas de mercado en dar a conocer un producto innovador y que llame la atención del mercado como lo son los productos elaborados con Tallo de Banano, ya que es algo nuevo y que actualmente no es muy conocido por lo que es una gran ventaja para orientar la publicidad en dicho producto, brindando con esto también la diversificar de productos.

Para justificar los precios elevado en las tiendas de Ak'Tenamit, que en su mayoría son establecidos por los productores se propone establecer un empaque que lleve una sección informativa a demás de dar a conocer que las tiendas son de Comercio justo y aprovechando las ventajas competitivas que nos brinda el aseguramiento de la calidad.

3.2 Estudio de Mercado

La importancia fundamental del estudio de mercado, radica en que de su resultado depende el correcto enfoque del producto, determinando el mercado al que va dirigido, además del diagnóstico de la oferta y la demanda, los canales de comercialización por los que va ha llegar al consumidor final y la determinación de precios.

3.2.1 Descripción del servicio

Ak'tenamit es una organización sin fines de lucro que trabaja proyectos a nivel de desarrollo social para el área de la región ubicada en Río Dulce.

El programa de artesanías pretende brindar una plataforma a los productores artesanales locales para exponer sus productos, y brindándoles el apoyo profesional por medio de capacitaciones y asesoramiento, además de proporcionar un respaldo como lo es trabajar bajo el sello de Comercio Justo.

3.2.2 Segmentación del mercado

Para determinar el mercado al cual va dirigido este producto es necesario conocer que la producción y la comercialización de artesanías en Guatemala a nivel general tiene una trayectoria histórica secular, pero en las últimas décadas ha tenido que adaptarse a un mercado mundial cada vez más exigente que tiene una constante evolución.

Según la Comisión de Artesanías la producción artesanal guatemalteca puede encontrarse prácticamente en todo el país, sin embargo se estima que el 90% de ella proviene de las regiones del Centro, Altiplano Occidental y las Verapaces. Las artesanías que más comúnmente encontramos en las tiendas son elaborada con tejidos típicos, trabajos en madera, artesanías con vidrio, pero a diferencia de estos productos el campo de productos desarrollados con fibras vegetales no ha sido cubierto por otras empresas productoras por lo que la posibilidad de tener una aceptación es alta.

El mercado potencias para este tipo de productos se puede dirigir a tres sectores muy fuerte que son:

- Mercado Local (Minoristas)
- Mercado internacional (Turistas visitantes en nuestro país).
- Exportaciones (Países del Norte y la Unión Europea).

3.2.3 Diagnóstico de la demanda y la oferta

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA:

- Situación actual de la demanda

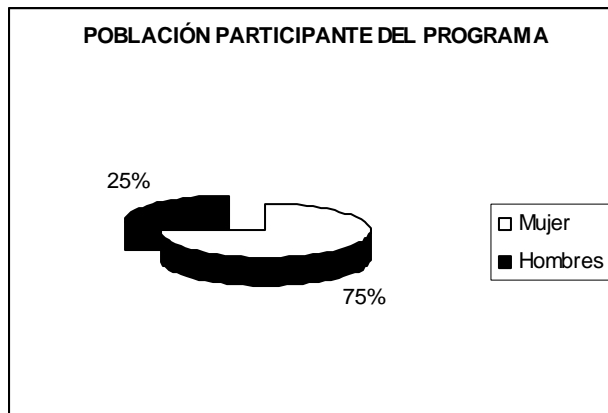
De acuerdo con el estudio de campo realizado, se determinó que actualmente en el municipio de Livingston se cuenta con 14 grupos que tienen como actividad principal la elaboración de artesanías, con un aproximado de 200 personas beneficiadas.

En el cuadro se puede observar la estimación de población para el municipio de Livingston, Izabal, cuya población participante del programa de artesanías

para el año 2,007 fue de 200 personas el cual esta distribuido de la siguiente forma:

Mujeres	150	75%
Hombres	50	25%
Total	200	100%

Figura 2. Población participante del programa



Como se puede observar el 75% de la población dedicada a este tipo de oficio elabora productos con fibras vegetales en forma más específica los productos elaborados por el Tallo de Banano y solo un 25% de la población se dedica a trabajos elaborados de otro tipo de materiales.

Algo que es de importancia en la determinación de la demanda tienen que contemplar los siguientes aspectos:

- Autosensibilidad financiera
- Medio Ambiente
- Verificación
- Mercado convencional

- Alianzas estratégicas
- Mayor Profesionalización

COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA:

- Situación actual de de la oferta:
 - Mercado Local:

En el año del 2,004 la población total de Izabal fue de 360,920 habitantes, correspondiendo a Livingston 57,665 de esos habitantes, lo cual equivale a un 15.98% de la población total que puede ser el mercado a cubrir por las dos tiendas debido a su ubicación geográfica, ya que la tienda central se encuentra en la aldea Barra de Lámpara, Livingston y la otra se encuentra en el centro de Livingston.

- Mercado Internacional y exportaciones:

Según un Artículo publicado en la revista de exportaciones del 2,006 en el sector artesanal los ingresos por ventas de artesanías representa una porción mínima dentro del conjunto de las exportaciones, la importancia del sector no puede ser negada, ya que, la esencia de nuestra Guatemala ante los consumidores del mercado externo. Al mismo tiempo, el sector artesanal proporciona fuentes de ingreso a los grupos menos favorecidos de la sociedad guatemalteca, que proyectan a través de su trabajo los valores y la estética de la cultura Maya. Cualquier persona que aprecie la belleza como forma de expresión cultural no puede menos que sentirse impresionada ante la riqueza cromática, la originalidad y el mensaje de unidad con la naturaleza que transmiten las artesanías de Guatemala.

Si sus ventas alcanzan al día de hoy una suma cercana a los tres millones de dólares, es debido a que el mercado de productos

artesanales y de decoración ha sido literalmente inundado por artículos fabricados en serie. Las artesanías guatemaltecas son hechas a mano, con técnicas ancestrales que añaden valor a los productos. Este elemento diferenciador se suele enfatizar ante los posibles clientes, junto con los beneficios que la compra de artesanías representa para la población indígena.

En un estudio realizado desde el 2,002 se tienen que el ingreso por ventas de artesanías hasta el 2,006 corresponde a 19.11 millones de dólares, habiendo tenido en el 2,002 un 23.18% de este ingreso mientras que cada año fue disminuyendo hasta caer en el 2,006 a un 14.81% del ingreso por lo que ha habido una diferencia notable de 8.37% hasta el tiempo actual dejando escapar un valioso mercado internacional que puede ser un mercado potencial para este tipo de trabajos artesanales.

3.2.4 Canales de comercialización de los productos

A diferencia de las tiendas de comercio convencional, las tiendas registradas en comercio justo lo que se quiere es eliminar los intermediarios entre el productor y las tiendas en donde serán vendidas, por lo que el canal de distribución que se propone es:

Productores → Vendedores (Tiendas) → Revendedores

Al momento de incluir un numero mayor de intermediarios se da una cadena de revendedores en el cual los precios aumentan y el precio total de este no es el que retorna a sus productores, la garantía de las tiendas de Comercio justo es dar el precio adecuado a los productores siendo ellos los distribuidores principales del producto.

Ak'Tenamit se convierte en el canal de comercialización entre los productores y el resto de tiendas y otros centros de distribución.

3.2.5 Establecimiento de precios

El precio del servicio esta determinado de acuerdo con el estudio de mercado realizado, determinando que actualmente los artesanos que realizan este tipo de trabajo, reciben remuneraciones de acuerdo a presupuestos propios de cada uno de los trabajos, por lo que es conveniente establecer dentro de las normas del programa que los precios establecidos por los productores deberán ser aprobados por la junta directiva del programa, de conformidad con la situación socioeconómica y el servicio prestado. Por tratarse de una organización perteneciente a comercio justo y tomando como parámetro los gastos realizados por la organización al brindar la plataforma para los productos los precios establecidos son los siguientes:

Tabla I. Precios de los productos

CÓDIGOS	producto	Precio Min	precio may.	PRECIO MAYORISTA \$
<u>AD/03/VA</u>	<i>decoraciones</i>	Q9.00	Q7.30	\$1.00
<u>AN/03/CO</u>	<i>anillos de corozo</i>	Q27.00	Q21.85	\$2.99
<u>AN/01/MI</u>	<i>anillo de mimbre pequeño</i>	Q5.00	Q4.35	\$0.60
<u>AN/03/MI</u>	<i>anillo de mimbre grande</i>	Q9.00	Q7.30	\$1.00
<u>AZ/03/SI</u>	<i>azafate</i>	Q27.00	Q21.85	\$2.99
-	<i>bolsa para botella con hoja de cacao</i>	Q18.00	Q14.56	\$1.99
<u>BB/03/VA</u>	<i>bolsa para botella</i>	Q13.00	Q10.20	\$1.40
<u>BR/01/VA</u>	<i>bolsa de regalo pequeño</i>	Q5.00	Q3.65	\$0.50
<u>BR/02/VA</u>	<i>bolsa de regalo mediano</i>	Q6.00	Q5.10	\$0.70
<u>BR/03/VA</u>	<i>bolsa de regalo grande</i>	Q9.00	Q7.30	\$1.00
<u>CU/01/HC</u>	<i>cuaderno pequeño con hoja</i>	Q53.00	Q43.00	\$5.89
<u>CU/01/TT</u>	<i>cuaderno pequeño con tela</i>	Q46.00	Q36.40	\$4.99

CÓDIGOS	producto	Precio Min	precio may.	PRECIO MAYORISTA \$
<u>CU/03/TT</u>	<i>cuaderno con tela grande</i>	Q73.00	Q58.25	\$7.98
<u>CU/03/RE</u>	<i>cuaderno con relieve</i>	Q82.00	Q65.50	\$8.97
<u>CU/03/RE</u>	<i>frutero grande, de bambu</i>	Q64.00	Q50.95	\$6.98
<u>FR/02/MC</u>	<i>frutero pequeño manchado</i>	Q46.00	Q36.40	\$4.99
<u>FR/03/HM</u>	<i>frutero hondo manchado</i>	Q51.00	Q40.75	\$5.58
<u>FR/03/HS</u>	<i>frutero hondo sin mancha</i>	Q46.00	Q36.40	\$4.99
<u>FR/03/MC</u>	<i>frutero grande manchado</i>	Q64.00	Q50.95	\$6.98
<u>GU/01/VA</u>	<i>guacal pequeño pintado</i>	Q18.00	Q14.55	\$1.99
<u>GU/02/VA</u>	<i>guacal mediano pintado</i>	Q24.00	Q18.95	\$2.60
<u>GU/03/VA</u>	<i>guacal grande manchado</i>	Q31.00	Q24.75	\$3.39
<u>HO/03/CH</u>	<i>hoja con hojas</i>	Q9.00	Q7.30	\$1.00
<u>HO/03/DS</u>	<i>hoja tamaño diseño</i>	Q8.00	Q6.55	\$0.90
<u>HO/03/PA</u>	<i>hoja tamaño pantalla</i>	Q8.00	Q6.55	\$0.90
<u>HO/03/TC</u>	<i>hoja tamaño carta</i>	Q6.00	Q4.75	\$0.65
<u>LL/03/CO</u>	<i>llaveros de corozo</i>	Q28.00	Q22.55	\$3.09
<u>MB/03/VA</u>	<i>marco de foto mediano</i>	Q42.00	Q33.50	\$4.59
<u>MF/01/VA</u>	<i>marco de foto pequeño</i>	Q37.00	Q29.10	\$3.99
<u>MO/01/CA</u>	<i>morro con hoja pequeño</i>	Q18.00	Q14.55	\$1.99
<u>MO/02/PV</u>	<i>morro mediano pintado</i>	Q26.00	Q20.40	\$2.79
<u>MO/03/CA</u>	<i>morro grande con hoja de cacao</i>	Q29.00	Q23.30	\$3.19
<u>PA/02/VA</u>	<i>pantalla pequeña</i>	Q22.00	Q17.45	\$2.39
<u>PA/03/VA</u>	<i>pantalla grande/triangular</i>	Q27.00	Q21.85	\$2.99
<u>PL/03/MC</u>	<i>porta lapiz grande manchado</i>	Q20.00	Q16.02	\$2.29
<u>PL/03/VA</u>	<i>porta lapiz con muñeca</i>	Q15.00	Q11.65	\$1.60
<u>PS/03/SI</u>	<i>platos grandes</i>	Q27.00	Q21.85	\$2.99
<u>SE/03/VA</u>	<i>separador de libros</i>	Q6.00	Q4.75	\$0.65
<u>SP/01/SI</u>	<i>sopera pequeña</i>	Q24.00	Q18.95	\$2.60
<u>SP/01/TT</u>	<i>sopera pequeña con tela</i>	Q30.00	Q24.00	\$3.29
<u>SP/03/SI</u>	<i>sopera grande</i>	Q31.00	Q24.75	\$3.39
<u>Sp/03/TM</u>	<i>sopera grande con tela y mancha</i>	Q40.00	Q32.03	\$5.00
<u>SP/03/TT</u>	<i>sopera grande con tela</i>	Q38.00	Q30.58	\$4.19
<u>TA/01/CS</u>	<i>tarjeta con tela típica</i>	Q9.00	Q7.30	\$1.00
<u>TA/03/NA</u>	<i>tarjetas navideñas</i>	Q13.00	Q10.55	\$1.45
<u>TA/03/SP</u>	<i>tarjetas varios diseños (Simples)</i>	Q12.00	Q9.45	\$1.29

3.3 Evaluación del proyecto

Es la evaluación de los recursos para valorar cada una de las etapas del ciclo del proyecto, mediante la comparación de los costos con los beneficios que se generan, para así decidir la conveniencia de llevar a cabo las inversiones.

3.3.1 Evaluación financiera:

Esta evaluación es la evaluación empresarial del programa e incluye lo siguiente:

La organización es una organización que trabaja sin fines de lucro por lo que no tiene ningún tipo de financiamiento y se logra mantener con aportaciones de otras organizaciones, o con aportes de algunos de sus proyectos.

En el programa de artesanías se tienen ingresos mensuales de aproximadamente Q. 20,000.00 en épocas altas y de Q. 5,000.00 en épocas bajas los ingresos varían de acuerdo a épocas.

Los egresos que se tienen son sólo los sueldos que se pagan a la encargada del programa que es de Q. 2,500.00 y al sub-encargado que es de Q. 2,000.00, otros tipos de gastos son absorbidos por la organización.

COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO:

Costos fijos y variables: Los criterios que se tomaron en cuenta para realizar la estimación de los costos de operación, administración, depreciación, tasa de descuento de inflación, en el que el proyecto incurrirá durante su vida útil es:

- La tasa inflación utilizada es del 6%, incrementándose los costos cada año durante la vida útil del proyecto en los rubros: agua, energía eléctrica, teléfono. Al igual que en las ventas.
- Los sueldos, así como prestaciones laborales, tendrán un incremento del 10% cada 2 años, hasta concluir la vida útil del proyecto.

Tabla II. Municipio de Livingston, Izabal
Programa de Artesanías
Costos Fijos de Operación para el primer año

RUBROS	MENSUAL	ANUAL
Sueldos y salarios por año	Q. 4,500.00	Q. 54,000.00
Obligaciones patronales	Q. 570.15	Q. 6,841.80
Energía Eléctrica	Q. 500.00	Q. 6,000.00
Teléfono	Q. 600.00	Q. 7,200.00
Total de costos fijos	Q. 6,170.15	Q. 74,041.80

Fuente: Elaboración propia sobre la base del Estudio Técnico

Tabla III. Municipio de Livingston, Izabal
Programa de Artesanías
Costos Variables de Operación para el primer año

RUBROS	MENSUAL	ANUAL
Papelería y útiles	Q. 2,000.00	Q. 24,000.00
Útiles de limpieza	Q. 200.00	Q. 2,400.00
Total de costos variables	Q. 2,200.00	Q. 26,400.00

Fuente: Elaboración propia sobre la base del Estudio Técnico

- De acuerdo con la ley de Impuesto Sobre la Renta, artículo 19, establece que el mobiliario y equipo están sujetos a un 20% de depreciación, el equipo de computo a un 33.33%

Tabla IV. Municipio de Livingston, Izabal
Programa de Artesanías
Calculo de depreciaciones

Tipo de Activo	Monto	%	Dep. Anual	Valor de rescate
Mobiliario y equipo	Q. 5,742.00	20	Q. 1,094.4	Q. 287.1
Equipo de Computo	Q. 50,000.00	33.33	Q. 16,665.00	Q. 2,500.00
				Q. 2,787.10

Fuente: Elaboración propia sobre la base del Estudio Técnico

**Tabla V. FLUJO DE EFECTIVO
PARA MEDIR EL CRECIMIENTO ANIVEL DE BENEFICIOS**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos										
Ventas	212000,00	224720,00	238203,2	252495,39	267645,12	283703,822	300726,052	318769,61	337895,79	358169,539
Total de ingresos	212000,00	224720,00	238203,20	252495,39	267645,12	283703,82	300726,05	318769,61	337895,79	358169,54
COSTOS DE OPERACION Y MANTENIMIENTO										
Costos fijos										
Sueldo y Salarios	54000,00	54000,00	59400	59400	65340	65340	71874	71874	79061,4	79061,4
Obligaciones patronales	6841,80	6841,80	7525,98	7525,98	8278,58	8278,58	9106,44	9106,44	10017,08	10017,08
Energia Electrica	6000,00	6000,00	6600	6600	7260	7260	7986	7986	8784,6	8784,6
Telefono	7200,00	7200,00	7920	7920	8712	8712	9583,2	9583,2	10541,52	10541,52
TOTAL DE GTS FIJOS	74041,80	74041,80	81445,98	81445,98	89590,58	89590,58	98549,64	98549,64	108404,60	108404,60
Gastos variables										
Papelaria y Utiles	24000	24000	24000	24000	24000	25440	25440	25440	25440	25440
Utiles y limpieza	2400	2400	2400	2400	2400	2544	2544	2544	2544	2544
Total costos variables	26400	26400	26400	26400	26400	27984	27984	27984	27984	27984
Total costos	100441,80	100441,80	107845,98	107845,98	115990,58	117574,58	126533,64	126533,64	136388,60	136388,60
INGRESO - COSTOS	111558,20	124278,20	130357,22	144649,41	151654,54	166129,24	174192,41	192235,97	201507,19	221780,94
Depreciaciones										
mobiliario y equipo	1094,4	1094,4	1094,4	1094,4	1094,4	0	0	0	0	0
Equipo de computacion	16665,00	16665,00	16665,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Depreciaciones	17759,4	17759,4	17759,4	1094,4	1094,4	0	0	0	0	0
ingreso- costo- depreciacion	93798,80	106518,80	112597,82	143555,01	150560,14	166129,24	174192,41	192235,97	201507,19	221780,94
ISR 15%	14069,82	15977,82	16889,673	21533,252	22584,021	24919,3864	26128,8621	28835,396	30226,078	33267,1409
Utilidad despues impuesto	79728,98	90540,98	95708,15	122021,76	127976,12	141209,86	148063,55	163400,58	171281,11	188513,80
FLUJO DE C.A.JA(utilidad +depre)	97488,38	108300,38	113467,55	123116,16	129070,52	141209,86	148063,55	163400,58	171281,11	188513,80

3.3.2 Evaluación económica:

Los costos directos e indirectos que el programa de artesanías implica se puede dividir en:

- Costos de los productores:
 - Costos de mano de obra (tiempo)
 - Costo de los materiales
 - Costo de oportunidad (Imagen)

- Costos del cliente:
 - Costo por rechazo (5% del costo real y 40% del costo de los productores)

3.4 Estudio Administrativo y Legal

Se lleva a cabo una estructura administrativa y legal para aminorar el riesgo de los grupos dentro de la organización, mediante la correcta certificación y los aspectos que se deben de cumplir.

3.4.1 Certificación de productos en el comercio justo

La certificación se lleva a cabo para garantizar la pertenencia de los grupos participantes del programa dentro de este tipo de mercados y así garantizar los beneficios que este trae.

Requisitos para obtener membresía de IFAT

Política:

El IFAT considera indispensable que sus miembros y asociados cumplan como instituciones con los siguientes lineamientos filosóficos básicos:

- Cooperar con los pobres y oprimidos de los países en vías de desarrollo, sobre la base de justicia y solidaridad, con el objetivo de mejorar su calidad de vida, principalmente a través de la promoción del comercio de productos provenientes de estos países.
- Proveer información, al momento de vender los productos, de tal manera que se fortalezca la conciencia de la gente sobre las injustas estructuras internacionales de comercio y también difundir la riqueza cultural del Sur, a través de sus productos.
- Hacer campañas para conseguir condiciones de comercio más justas, a nivel global.
- Reflejar en la estructura de su propia organización, su compromiso con la justicia, el empleo justo, gerencia transparente, prácticas laborales progresistas, balance de género y cuidar que no haya explotación en el trabajo infantil.

Requisitos Generales:

Son elegibles para la membresía de IFAT las organizaciones, sociedades, cooperativas u otros entes legales que trabajen regular y activamente en al menos una de las áreas listadas a continuación:

Como Miembros

Hay dos tipos de membresías: para comerciantes y para organizaciones de apoyo.

- Organizaciones de Comercio Justo (OCJ) o FTO (por sus siglas en inglés: Fair Trade Organization): Compañías, sociedades, cooperativas u otros entes legales, legalmente constituidos por las leyes de su país de origen, que trabajan directamente en la

comercialización de productos. Estas instituciones pueden ser: productores u Organizaciones de Comercio Justo o Alternativo (OCJs) afincadas en el Norte o en el Sur y el tipo de comercio que realizan puede ser Sur - Norte; Sur - Sur o Norte - Sur, para las cuales el comercio es su principal actividad.

- Organizaciones de apoyo al Comercio Justo, que no comercializan, pero que a través de sus actividades promueven o apoyan el Comercio Justo. Como es el caso de redes, sin embargo, los miembros de las redes no son miembros individuales de IFAT, sino a través de su red. Ej. RELACC (Red Latinoamericana de Comercio Justo).

Como Asociados

Instituciones donantes y Agencias internacionales que dan apoyo financiero a grupos involucrados en el Comercio Justo; o que trabajan activamente para lograr condiciones comerciales más justas.

Como Asociados individuales

Estudiantes, escritores, reporteros o individuos que deseen aprender y promocionar el comercio justo

Procedimientos Generales:

1. La asamblea general determina la cuota anual para todos los miembros y asociados. Esta cuota se establece al menos cuatro meses antes del año en que entra en vigencia. (Actualmente para ventas anuales, totales menores a 150,000 dólares, es de 330 US dólares anuales)

2. El candidato a miembro debe haber comercializado productos, al menos 2 años antes de presentar su aplicación. Y debe presentar balances auditados de su organización.

3. Para solicitar la membresía, el candidato debe presentar:

- Una descripción detallada de las actividades que realiza la institución.
- Un juego de copias del último balance auditado de la organización.
- Una copia de los estándares sociales del IFAT, firmada.
- Tres cartas de recomendación, en lo posible dos, provenientes de miembros activos del IFAT, idealmente provenientes de su país de origen, en caso de que hubieran. Los miembros del Comité Ejecutivo del IFAT, no pueden recomendar membresías. La aprobación otorga el Comité Ejecutivo del IFAT, por votación mayoritaria.

4. Para mantener la membresía de IFAT, los miembros deben presentar los siguientes documentos periódicamente; de no hacerlo, se pierde la membresía:

- Remitir a la secretaría una copia de sus balances anuales dentro de los 10 meses subsiguientes al cierre del año fiscal.
- Remitir un reporte de auto-evaluación cada dos años, sobre la aplicación de los estándares establecidos en el código de ética del IFAT.

3.4.1.1 Marco legal

En Guatemala no hay ningún respaldo legal para este tipo de comercialización, por lo que no se encuentra nada respecto a la certificación de productos dentro del Comercio Justo.

Las organizaciones existentes para la certificación de productos en el comercio justo son:

- Fairtrade (FLO)
- IFAT
- NEWS
- EFTA

4. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Es el establecimiento de métodos que faciliten la implementación del proyecto mediante la creación de fichas de los productores para llevar un registro, el control de calidad a través de estándares, adiestramiento y capacitación de los trabajadores de la tienda como de los grupos pertenecientes del programa, para facilitar la comprensión de la participación dentro del proyecto y como manejar la publicidad y promoción de los productos.

4.1 Fichas de Control de Productos

Las fichas se utilizarán como método de control de los productores, para facilitar el manejo de los participantes del programa dentro del registro personal de cada una de las comunidades.

4.1.1 Por productor:

La elaboración de fichas para llevar un control de los productos de cada comunidad se realiza por comunidad o productor para facilitar la agrupación y manejo para la administración, y así solo realizar actualizaciones según el surgimiento de nuevos grupos y nuevas variaciones de productos.

Tabla VI. Productor Creek Caliz

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT								
Nombre: Ficha de control de producto	Código: CP-01	Pagina: 1 de 1						
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00							
Elaborado por:	Fecha Última Edición:							
Nombre del productor: CREEK CALIZ								
<p>Guacales: Material: Fibra de banano y maíz, con diferentes diseños y decoraciones realizadas con decoloración.</p> <p>Cuadros de fotos:</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th><u>Código</u></th> <th><u>Dimensiones</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MF/02/VA</td> <td>20.5x25 cm</td> </tr> <tr> <td>MF/01/VA</td> <td>17.5x21 cm</td> </tr> </tbody> </table> <p>Material: fibra de banano y maíz, con diseños tradicionales y naturales.</p>			<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	MF/02/VA	20.5x25 cm	MF/01/VA	17.5x21 cm
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>							
MF/02/VA	20.5x25 cm							
MF/01/VA	17.5x21 cm							

Tabla VII. Productor Cerro Blanco

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT		
Nombre: Ficha de control de producto	Código: CP-02	Página: 1 de 1
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
Nombre del productor: CERRO BLANCO		
Fruteros:		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	
FR/03/HM	HONDO CON MANCHAS: 15X24	
FR/03/MC	GRANDE CON MANCHAS:12X31	
FR/02/MC	PEQUEÑO CON MANCHAS:11X27	
FR/03/MP	GRANDE MANCHAS Y PATAS:12X31	
FR/03/H5	HONDO 15X24	
FR/03/SI	GRANDE 12X31	
Material: fibra de banano y maíz, con mimbre y con diferentes diseños		
Azafates:		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	
AZ/03/SI	29x19 cm	
Material: fibras de banano y maíz, con bordes de mimbre.		
Platos:		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	
PS/03/SI	33x32 cm	
PS/01/SI	30x30 cm	
Material: fibras de maíz y banano, adornado con mimbre.		

Tabla VIII. Productor Plan Grande Tatin

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT		
Nombre: Ficha de control de producto	Código: CP-03	Pagina: 1 de 1
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
Nombre del productor: PLAN GRANDE TATIN		
Morros:		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	
MO/03/HC	15x15 cm	
MO/02/HC	10x12 cm	
MO/01/HC	8x8 cm	
Material: morros cubiertos con hojas del árbol del cacao.		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones (cm)</u>	
aL/MO/01	VARIAS DIMENSIONES	
Material: morro pintado y tallado a mano con diferentes formas		

Tabla IX. Productor El Cedro

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT								
Nombre: Ficha de control de producto	Código: CP-04	Pagina: 1 de 1						
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00							
Elaborado por:	Fecha Última Edición:							
Nombre del productor: EL CEDRO								
<p>Canastas:</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; border-bottom: 1px solid black;"><u>Código</u></th> <th style="text-align: left; border-bottom: 1px solid black;"><u>Dimensiones</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CJ/03/T</td> <td>11X18 CM</td> </tr> <tr> <td>CJ/01/TA</td> <td>6X10 CM</td> </tr> </tbody> </table> <p>Material: hechas a mano con la planta de junco.</p>			<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	CJ/03/T	11X18 CM	CJ/01/TA	6X10 CM
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>							
CJ/03/T	11X18 CM							
CJ/01/TA	6X10 CM							

Tabla X. Productor Plan Grande Quehueche

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES		
AK'TENAMIT		
Nombre: Ficha de control de producto	Código: CP-05	Página: 1 de 1
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
Nombre del productor: PLAN GRANDE QUEHUECHE		
Cuadernos:		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	
CU/03/TT	22x20 cm	
CU/01/TT	13x15 cm	
Material: fibras de banano y maíz, con pastas duras adornadas con tela típica.		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	
CU/03/HC	24x20 cm	
CU/01/HC	13x15 cm	
Material: fibras naturales, con acabados de hoja de cacao en su encuadernado.		
Cuadernos con relieve de papel:		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	
CU/03/RE	24x19.5 cm	
Material: fibras naturales de banano y maíz, con motivos de la selva en relieve en la portada.		

Tabla XI. Productor Lo de en Medio

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT						
Nombre: Ficha de control de producto	Código: CP-06	Pagina: 1 de 1				
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00					
Elaborado por:	Fecha Última Edición:					
Nombre del productor: LO DE EN MEDIO						
<p>Portalápiz :</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th><u>Código</u></th> <th><u>Dimensiones</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PL/03/VA</td> <td>7x11 cm</td> </tr> </tbody> </table> <p>Material: fibras de banano y maíz. Existen dos opciones: con muñeca de adorno o simples.</p>			<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	PL/03/VA	7x11 cm
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>					
PL/03/VA	7x11 cm					

Tabla XII. Productor Laureles

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT												
Nombre: Ficha de control de producto	Código: CP-07	Página: 1 de 1										
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00											
Elaborado por:	Fecha Última Edición:											
Nombre del productor: LAURELES												
<p>Tarjetas:</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;"><u>Código</u></th> <th style="text-align: left;"><u>Dimensiones</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PO/03/VA</td> <td>Postal: 12x12 cm</td> </tr> <tr> <td>TA/01/CS</td> <td>tarjeta y sobre: 12x9 cm</td> </tr> </tbody> </table> <p>Material: tela típica guatemalteca. Ambas hechas de fibras de maíz y de banano. También disponibles en juegos de 5 unidades.</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;"><u>Código</u></th> <th style="text-align: left;"><u>Dimensiones</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TA/03/NA</td> <td>10x12 cm</td> </tr> </tbody> </table> <p>Material: ambas hechas de fibra de maíz y de banano, adornadas con hojas de maíz con motivos navideños, de cumpleaños, animales y otros, con sus sobres.</p> <p>Material: hechos de fibras de banano y maíz. Adornados con hojas de maíz pintadas.</p>			<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	PO/03/VA	Postal: 12x12 cm	TA/01/CS	tarjeta y sobre: 12x9 cm	<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	TA/03/NA	10x12 cm
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>											
PO/03/VA	Postal: 12x12 cm											
TA/01/CS	tarjeta y sobre: 12x9 cm											
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>											
TA/03/NA	10x12 cm											

Tabla XIII. Productor Lámpara

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT										
Nombre: Ficha de control de producto	Código: CP-08	Página: 1 de 1								
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00									
Elaborado por:	Fecha Última Edición:									
Nombre del productor: LAMPARA										
<p>Guacales: Material: Fibra de banano y maíz, con diferentes diseños y decoraciones realizadas con decoloración.</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th><u>Código</u></th> <th><u>Dimensiones (cm)</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>GU/03/VA</td> <td>10x17</td> </tr> <tr> <td>GU/02/VA</td> <td>8x15</td> </tr> <tr> <td>GU/02/VA</td> <td>5x9.5 (Según fruto)</td> </tr> </tbody> </table> <p>Material: guacales pintados con motivos naturales de la selva.</p>			<u>Código</u>	<u>Dimensiones (cm)</u>	GU/03/VA	10x17	GU/02/VA	8x15	GU/02/VA	5x9.5 (Según fruto)
<u>Código</u>	<u>Dimensiones (cm)</u>									
GU/03/VA	10x17									
GU/02/VA	8x15									
GU/02/VA	5x9.5 (Según fruto)									

Tabla XIV. Productor Nuevo Nacimiento Caliz

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT		
Nombre: Ficha de control de producto	Código: CP-09	Página: 1 de 1
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
Nombre del productor: NUEVO NACIMIENTO CALIZ		
Guacales Pintados:		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones (cm)</u>	
GU/03/VA	10x17	
GU/02/VA	8x15	
GU/02/VA	5x9.5 (Según fruto)	
Material: guacales pintados con motivos naturales de la selva.		
Bolsa para regalos:		
<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>	
BR/03/VA	29X29 CM.	
BR/02/VA	19X19 CM.	
BR/01/VA	12X12 CM.	
Material: fibra de maíz y banano, con asas naturales		
Bolsas para vino y champagne:		
<u>Código</u>	<u>Dimensiones</u>	
BR/03/VA	10X10 CM	
Material: hecho de fibras de banano y maíz, y adornos con hojas de maíz.		

4.2 Criterios para medir la calidad

Una de las ventajas competitivas a nivel de productos artesanales es brindar un producto de calidad, que cumpla con lo que el cliente quiere, garantizando los procesos, realizando inspecciones, y prediciendo los problemas para resolverlos, para no pasar los defectos al siguiente paso, lo cual lograra abrir un lugar en el mercado.

4.2.1 Establecimiento de estándares

Importancia de los Estándares de Comercio Justo:

- El consumidor se ve atraído por nuestros productos no sólo porque son de buena calidad y a buen precio, sino por su valor añadido, es decir, el respeto por ciertos valores sociales. Cualquier pérdida en la imagen de las organizaciones de Comercio Justo conlleva también el riesgo de pérdida de mercado.
- Monitoreo es importante para los exportadores e importadores del norte y sur, para que aprendan sobre sus organizaciones respectivas y su actuación, así como para ayudar a establecer metas para futuras mejoras. El monitoreo es también importante para que los productores entiendan su propio proceso de desarrollo.
- Monitoreo da a los interesados en las organizaciones de Comercio Justo, tales como voluntarios, productores y gerentes de las tiendas, la seguridad de que sus esfuerzos van encaminados hacia una actividad merecedora de sus energías, con un contenido altamente social y ético.
- Monitoreo protege a las organizaciones de Comercio Justo de la competencia desleal. También es necesario como prueba a los donantes de que su dinero está siendo utilizado de la manera correcta.

ESTANDARES

1. Acceso a los pobres

La reducción de la pobreza a través del comercio forma parte esencial de los objetivos de la organización. La organización apoya a los productores marginalizados, desaventajados y/o pobres; ya sean negocios independientes, familiares o asociaciones o cooperativas de productores. Busca el facilitarles el acceso de la pobreza y vulnerabilidad a la seguridad económica y fortaleza. La organización tiene un plan para poder llevar esto a cabo.

2. Transparencia y Responsabilidad

La organización es transparente en su gerencia y relaciones comerciales, así como trata de manera justa y con respeto a sus miembros. Es responsable ante todos sus miembros e interesados, incluido IFAT. La organización cree oportuno maneras participatorias de involucrar a personal y productores a la hora de tomar decisiones y da especial atención a la difusión de información relevante entre todos sus socios. Los canales de comunicación son buenos y abiertos en todos los niveles de la cadena.

3. Construcción de capacidades

La organización busca el desarrollar las habilidades de los productores. Desarrolla actividades específicas que proporcionan asistencia a los productores y se compromete en proporcionar continuidad en sus relaciones con todos sus miembros, en el sur y el norte, durante el tiempo acordado. La organización se responsabiliza a la hora de asistir a los productores y organizaciones de marketing –tanto exportadoras como importadoras- para que mejoren sus técnicas de gerencia y de acceso a mercados locales, regionales e internacionales, tanto de Comercio Justo como convencionales, según sea apropiado. La organización también desarrolla las técnicas y habilidades de sus propios empleados/personal.

4. Promoción del Comercio Justo

La organización se encarga de aumentar la conciencia y conocimiento del Comercio Justo y de la posibilidad de una mayor justicia en el comercio mundial a través del Comercio Justo. Hace campaña y cabildea por los objetivos y actividades del Comercio Justo según el ámbito de la organización. Acepta la importancia de los consumidores a la hora del crecimiento y efectividad del movimiento. Esto se observa a la hora de los pedidos, cuando se envían puntualmente; cuando las quejas y preguntas son respondidas con diligencia; cuando se utilizan métodos honestos de publicidad y marketing. Los consumidores reciben información sobre la organización, sus productos y las condiciones en las que se producen. La organización pretende obtener los mejores niveles en la calidad de productos y su empaque.

5. Pago de un precio justo

Los precios se deberían establecer de manera que cubran los costes de producción y gastos generales, así como proporcionen una paga/salario justo. Precio justo significa la provisión de un salario aceptable socialmente (en el contexto social) considerado por los mismos productores, que proporcione una calidad de vida razonable y que tome en consideración el principio de igualdad para el trabajo equitativo entre hombres y mujeres. Las organizaciones de marketing de Comercio Justo proporcionan aprendizaje y capacitación según se necesite por los productores en el proceso de costear y poner precio a sus productos, de manera que les ayude a establecer precios justos. Los compradores, importadores e intermediarios de Comercio Justo se asegurarán de pagar puntualmente por los pedidos, y siempre que sea posible ayudarán a los productores con la financiación de la pre-cosecha o pre-producción (sistema de adelantos). Se alienta la producción de productos de alta calidad.

6. Mejora de la situación de las mujeres

La organización proporciona oportunidades para que mujeres y hombres desarrollen sus habilidades, y activamente promueve solicitudes de mujeres para puestos de trabajo. Mujeres trabajadoras obtienen capacitación en liderazgo y gerencia y se les anima a que busquen puestos en dichas categorías. Las organizaciones que trabajan directamente con productores se aseguran de que las mujeres estén justamente valoradas y recompensadas por su contribución en la producción. Las organizaciones tienen en cuenta la salud y seguridad de mujeres embarazadas y mujeres en etapa de lactancia. En caso de negocios familiares, las mujeres participan en la toma de decisión relacionada con el uso de beneficios derivados de la producción. Las culturas y tradiciones locales son respetadas y se toman pasos para evitar la discriminación basada en religión, raza, sexo, casta o edad.

7. Condiciones laborales

La organización está tomando los pasos necesarios para asegurarse de que los trabajadores trabajan en condiciones seguras y sanas. Las horas de trabajo están dentro de las establecidas por las leyes y la OIT. Se asegura de que los trabajadores tengan acceso a agua potable, saneamiento y servicios, así como acceso a facilidades sanitarias. Se proporcionan talleres sobre higiene y seguridad en el trabajo. Para aquellos productores que trabajan desde casa, la organización también busca el encontrar maneras de mejorar sus hogares y lugares de trabajo.

La participación de niños en el trabajo –si es que hay- no afectará de manera adversaria ni su bienestar, ni su seguridad ni educación. Aquellas organizaciones que trabajan de manera directa con productores informalmente organizados registrarán la presencia de niños en la producción. Discuten con los productores el tema de la salud mental y física del niño, así como su necesidad de acceso a la educación y el juego con otros niños.

La organización respeta la Convención de los Derechos del Niño de las Naciones Unidas, así como las normas y leyes sociales en el contexto local.

8. El medioambiente

La organización, es de productores, maximiza el uso de los materiales de fuentes manejadas de manera sostenible, comprando localmente los materiales siempre y cuando sea posible. En el caso de importadores y compradores, se da prioridad a la compra de productos fabricados con materias primas provenientes de fuentes sostenibles y siempre animan a los productores a que busquen tales materiales. Materiales reciclados o biodegradables se utilizan para el empaque y se envían por mar siempre que es posible. La organización promueve el uso de tecnología respetuosa con el medioambiente así como la utilización de iniciativas de reducción de energía, y crea concienciación sobre riesgos medioambientales

4.2.2 Evaluación y pruebas al producto

ACTIVIDADES DE MONITOREO

El sistema de monitoreo considera tres actividades principales:

1. Auto-evaluación

La autoevaluación será el primer bloque a construir del sistema de monitoreo de IFAT. Es el proceso por el cual cada organización de comercio justo se revisa su propia práctica y examina hasta que punto se logran los estándares de comercio justo por la organización. Esta actividad proporciona la oportunidad de que todo el mundo involucrado participe y evalúe sus propias prácticas, así como establece metas para una futura mejora. IFAT proporcionará guías y asistencia disponibles para ayudar en

el proceso. La información sobre la auto-evaluación se conservará en una base de datos y será utilizada a la hora de revisiones mutuas.

2. Revisión recíproca

El objetivo de esta actividad es el beneficio del conocimiento compartido para así poder evaluar el progreso llevado a cabo en relación con los estándares. Es un método de doble sentido donde la información fluye entre partes, entre el comprador y el vendedor, y viceversa. Los compradores están comprometidos a proporcionar copias de la autoevaluación a los vendedores. Así mismo las organizaciones de productores están en la obligación de compartir los informes con sus compradores. Los derechos y obligaciones son las mismas para ambas partes, de esta manera podrán revisarse y evaluarse mutuamente las prácticas de trabajo. Desarrollaremos guías que facilitarán este proceso.

3. Verificación externa

La verificación externa se introducirá en el 2003. Cada año un número de organizaciones será seccionada y cuyas auto-evaluaciones serán revisadas por consultores independientes u ONGs trabajando en la región. Fair Trade Labelling Organisations International (FLO), en su capacidad como cuerpo certificador, podría coordinar este proceso. El número de organizaciones de Comercio Justo que sometidas a verificación externa cada año variará de un 5% a un 10% del total de la membresía de IFAT.

ASPECTOS ORGANIZATIVOS

1. El papel del Comité de Monitoreo

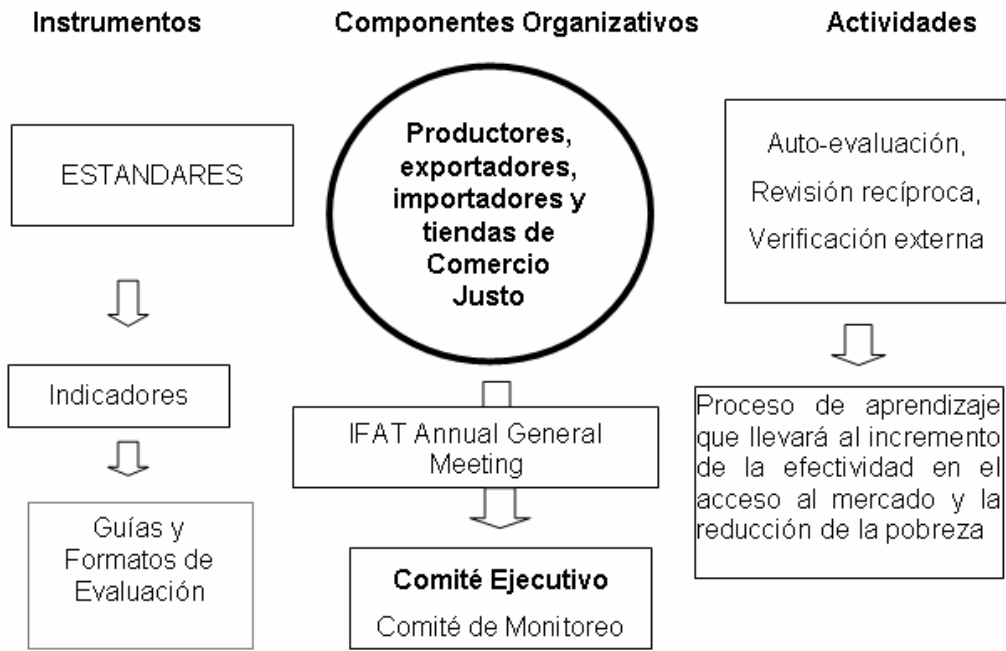
El objetivo de este grupo, dependiente del Comité Ejecutivo de IFAT, será el revisar el proceso de monitoreo y asegurarse de que las principales tres actividades descritas anteriormente (autoevaluación, revisión recíproca y verificación externa) se efectúan de manera apropiada. Ayudará a los miembros de IFAT en el monitoreo de sus actividades y podría actuar como Comité de Apelación en caso de problemas o discrepancias. Así mismo definirá la participación de las organizaciones regionales en las actividades de monitoreo.

2. El nivel regional

Las organizaciones de Comercio Justo a nivel local y regional jugarán un papel muy importante en el desarrollo del sistema de monitoreo. Proporcionarán constante retroactividad al Comité de Monitoreo y apoyo en el proceso de autoevaluación, revisión recíproca y verificación externa. Así mismo animarán y apoyarán el desarrollo de los indicadores locales.

La Figura 3 resume los principales bloques del Sistema de Monitoreo (i) instrumentos, (ii) componentes organizativos, y (iii) actividades.

Figura 3. Sistema de monitoreo para Organizaciones de Comercio Justo



NORMAS TÉCNICAS Y DE CALIDAD

Las normas técnicas y de calidad de los productos artesanales son necesarias para satisfacer los requerimientos de los importadores y de los consumidores. Algunas regulaciones importantes son las siguientes:

- Materiales de arte, debe cumplir con el etiquetado de materiales, de manera que incluya una etiqueta en la que se certifique que los materiales empleados han sido revisados y que no ha sido identificado peligro alguno en su uso.
- Todos los materiales textiles deben de incluir en sus etiquetas los nombres genéricos de las fibras utilizadas que componen el peso del producto en más del 5%. Debe incluir el nombre del productor, la marca registrada ante las autoridades respectivas, el nombre del país de origen o en el que fue manufacturado.

- Productos de madera y cestería. Debe de cumplir las regulaciones del Plan Quarantine Act (PQA) para prevenir el ingreso de ciertas peste; así como las regulaciones del CITES, sobre la utilización de especies exóticas y protegidas.
- Se recomienda a los productores artesanales, soliciten al importador las normas para cada producto en específico.
- Realizar evaluaciones de inspección, para eliminar lo defectuoso y no pasar ningún defecto al siguiente paso.

4.3 Adiestramiento y capacitación

El adiestramiento y la capacitación es la forma de garantizar los procesos que los productos sean los mejores y se lleven a cabo dentro de las especificaciones , mediante la combinación del conocimiento de las condiciones para poder llevarlas cabo en la practica que es la elaboración del producto.

4.3.1 Talleres

La elaboración de este tipo de apoyo se realiza para fortalecer los conocimientos de los productos y del personal que labora dentro de las tiendas, lo cual ayuda a que tengan un concepto claro de lo que deben de realizar para optimizar sus materiales para elaborar productos de calidad y brindar los mejores productos, además de educarse sobre otros temas de importancia como son el medio ambiente, el manejo del producto, y el manejo de sus recursos financieros.

Dentro de los talleres se proponen:

o Manejo de los recursos naturales:

Brindar un apoyo sobre la utilización de los materiales y el impacto en la naturaleza el contenido que debe de darse es:

- Explicar conceptos básicos del estudio de impacto ambiental como: ¿Qué es impacto?, ¿cuales son los tipos de impacto? Con lo cual se podrá evaluar dentro de cual se encuentran los productores de las diferentes comunidades.
- Como realizar una evaluación de impacto ambiental.
- Dar a conocer las diferentes alternativas que ellos pueden utilizar en caso de tener un impacto significativo.
- Evaluar las medidas que tiene que implementar cada comunidad para alargar la vida de los recursos naturales.

o Elaboración de productos:

Este tipo de taller ayudara al productor a entender que formas o mecanismos son los más adecuados y como puede hacer para crear un producto nuevo e innovador que cumpla con las expectativas del cliente, el contenido se debe de considerar:

- Como evaluar si un producto es de interés de acuerdo con la funcionalidad del producto, la calidad de la materia prima, cumplimiento de tiempo de entrega.
- Como lograr la diversificación de productos, a través de diversas aplicaciones como lo son los tintes, formas, etc.
- El empaque y embalaje
- Calidad:
 - ¿Qué es calidad?
 - Qué es el control de la calidad (es al final)

- Que es Aseguramiento de la calidad
 1. conocer el proceso
 2. Seguir el proceso
- Principios de la calidad:
 1. Como entender lo que el cliente quiere.
 2. Como se puede garantizar si un proceso es capaz de entregarlo
 3. las formas de inspección y pruebas durante lo largo del proceso.
 4. ¿Cómo predecir y resolver problemas?

- Comercio Justo:

Ya que es una organización que trabaja las tiendas de artesanía bajo la forma de comercialización de comercio justo es importante dar a conocer la utilidad de pertenecer a este segmento del comercio y las diferencias con el comercio convencional.

El contenido que se debe de abarcar tanto par los productores como para las personas que laboran dentro de la tienda son:

- ¿Qué es Comercio Justo?
- Los criterios que maneja el comercio justo en cuanto al respeto al medio ambiente, los derechos laborales en lo relacionado a la igualdad de genero y el salario. Además de dar a conocer los beneficios sociales que trae el comercio Justo.
- Las oportunidades que tienen al pertenecer a este segmento del comercio.

4.4 Publicidad y Promoción

Para llamar la atención de los clientes es necesario cambiar la imagen de las tiendas a un ambiente más cultural e identificar que es perteneciente a comercio justo.

Para la comercialización de productos artesanales es muy importante enfocarse en varias etapas de promoción como lo son: conciencia, conocimiento, agrado, preferencia, convicción y compra. Debido a que el programa de artesanías esta en la etapa de introducción al mercado se debe de comenzar con la conciencia y conocimiento, pero en Guatemala hay una gran variedad de productos que elaboran artesanos y para lograr tener una participación activa en este mercado es necesario dar a conocer un producto diferente e innovador y eso se puede lograr dando un mayor énfasis al producto que más se elabora en esta región como lo es el que realizan con fibras vegetales en específico “El Tallo de Banano”.

Debido a que el mercado potencial para los productos artesanales en general son los Turistas, su interés es el de conocer más las tradiciones de cada comunidad, por lo que la campaña se puede orientar a dar a conocer los diferentes productos elaborados a base de el Tallo de Banano y su utilización y la forma en que este se realiza, además de lo importante que resulta para ellos el cuidado del medio ambiente y que prácticamente este es un producto que se elabora con material natural.

La forma de hacer llegar esta información hasta el mercado meta es a través de participación de los productores en eventos de promoción comercial, como ferias nacionales e internacionales, con el objetivo de reunir empresarios, para realizar contactos para inversiones y exportaciones, además dentro de otras formas de llegar al mercado meta es mediante el anuncio del producto en

trifoliales y revistas que se pueden distribuir en hoteles o lograr una comunicación con centros recreativos para brindarlos al momento de ingresar a estos, además de mencionar que estos son productos pertenecientes al segmento de Comercio Justo.

Para que todo esto se efectuar se debe de desarrollar un mensaje de la esencia del producto para la publicad la cual se puede definir como la frase con la cual se transmita todo lo que desea decir los productos de la tienda de artesanías de Ak'Tenamit. Idealmente, el mensaje deberá captar la atención, retener el interés, despertar el deseo y causar una acción.

Las tiendas de artesanías podrían utilizar en su campaña de promoción la siguiente información:

El producto elaborados con Tallo de Banano es:

- 100% hechos a mano
- Procesos de transformación naturales
- Cumple con los criterios de Comercio Justo

5. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

La evaluación ambiental es un estudio técnico que permite identificar y predecir los efectos sobre el ambiente que ejercerá la actividad artesanal, estableciendo los impactos primarios, secundarios y cuales son las medidas a seguir para prevenir el desgaste permanente de estos recursos.

5.1 Descripción Medioambiental del Proyecto

La elaboración de artesanías por las comunidades socias de la organización Ak'Tenamit son hechas con materiales naturales como lo son piedra caliza, bambú, madera, junco, hoja de cacao, morro, tallo de banano, semilla de corozal y tuza.

Además el proceso que se utiliza para la elaboración de cada uno de los artículos es tradicional, dentro de este tenemos:

- Tratamiento del tallo de banano:

Se cose en agua, se pica y la decoración la realizan con la aplicación de cloro en la parte en donde se quiere tener alguna figura o algún tipo de adorno. Si es utilizada como adorno se adhiere a la base por medio de algún pegamento, también de esta se puede hacer un tipo de papel y el tratamiento que este lleva es la disolución del material en un cuadro por una semana y con moldes se pega y se pone al sol.

El tallo de banano es un material que se obtiene mediante el corte del fruto principal que es el banano y muchas veces esta parte de la planta es tirada, a continuación se puede observar el proceso de recolección de banano:

1. Plantación de banano



2. Recolección de banano,
Corte del producto para su
Posterior tratamiento



3. Entrega del banano en la planta de tratamiento



Al momento de cortar el fruto principal que es el banano el tallo de banano es tirado, mientras que para este tipo de artesanías el tallo de banano es el material principal.

4. Utilización del producto



- Junco:

Se utiliza la parte de donde salen las hojas y se le extrae la materia prima para poder realizar cualquier trabajo con este se pone al sol.

La mayoría de estos procesos son tradicionales y naturales por lo que no se tiene un contaminante directo al ambiente, las herramientas que se utilizan para darles forma son manuales por lo que no generan ningún peligro para el ambiente.

El trabajo en piedra caliza es el más complejo ya que para trabajarlo si se utiliza una maquinaria, debido a que es un material duro se requiere de la ayuda de dicha maquinaria para pulirlo y darle la forma deseada al la roca pero actualmente no es muy utilizada.

5.2 Materia prima utilizada para la elaboración de artesanías

La materia prima utilizada para la elaboración de artesanías en las diferentes comunidades es:

PIEDRA CALIZA (adornos):

Caliza, tipo común de roca sedimentaria, compuesta por calcita (carbonato de calcio, CaCO_3). Cuando se calcina (se lleva a alta temperatura) da lugar a cal (óxido de calcio, CaO). La caliza cristalina metamórfica se conoce como mármol. Muchas variedades de caliza se han formado por la unión de caparazones o conchas de mar, formadas por las secreciones de CaCO_3 de distintos animales marinos. La creta es una variedad porosa y con grano fino compuesta en su mayor parte por caparazones de foraminíferos; la lumaquela es una caliza blanda formada por fragmentos de concha de mar. Una variedad, conocida como caliza oolítica, está compuesta por pequeñas concreciones ovoides, cada una de ellas contiene en su núcleo un grano de arena u otra partícula extraña alrededor de la cual se ha producido una deposición.

Figura 4. Piedra Caliza



BAMBU (Canastas y collares):

Bambú, nombre común de un conjunto de plantas vivaces, leñosas, de porte arbustivo o arbóreo, agrupadas en unos 45 géneros y 480 especies de la familia de las Gramíneas. El bambú crece sobre todo en regiones tropicales y subtropicales, desde el nivel del mar hasta las zonas cubiertas por nieves perpetuas; sólo algunas especies se extienden hasta las regiones templadas. Es muy abundante en el sureste de Asia y hay algunas especies en América y África, y ninguna en Australia. El porte oscila entre el de los carrizos rígidos de aproximadamente 1 m de altura, y gigantes de hasta 50 m de altura y 30 cm de diámetro cerca de la base. Casi todos los bambúes son erectos, pero algunas especies tienen tallos flexibles que forman espesuras impenetrables.

Figura 5. Bambú

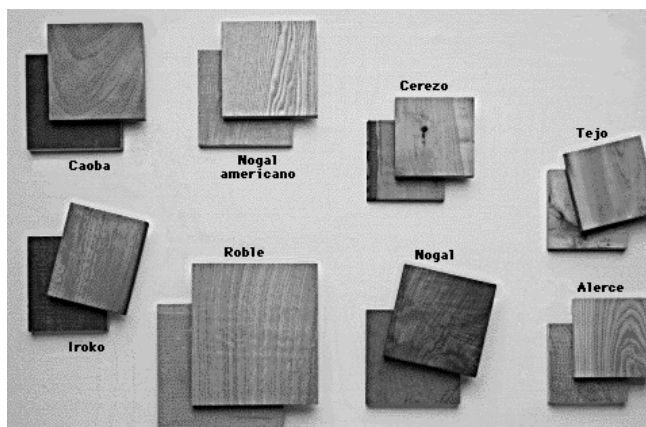


MADERA (Figuras):

Las maderas se clasifican en duras y blandas según el árbol del que se obtienen. La madera de los árboles de hoja caduca se llama madera dura, y la madera de las coníferas se llama blanda, con independencia de su dureza. Así, muchas maderas blandas son más duras que las llamadas maderas duras. Las maderas duras tienen vasos largos y continuos a lo largo del tronco; las blandas no, los elementos extraídos del suelo se transportan de célula a célula, pero sí tienen conductos para resina paralelos a las vetas. Las maderas blandas suelen ser resinosas; muy pocas maderas duras lo son. Las maderas duras suelen emplearse en ebanistería para hacer mobiliario y parqués de calidad.

El aspecto de la madera es una de las propiedades más importantes cuando se utiliza para decoración, revestimiento o fabricación de muebles. Algunas maderas, como la de nogal, presentan vetas rectas y paralelas de color oscuro que le dan una apariencia muy atractiva, lo que unido a su dureza la sitúan entre las más adecuadas para hacer chapado

Figura 6. Tipos de Madera



JUNCO (Canastas):

Planta herbácea originaria de América, con ramas aéreas provistas de una médula esponjosa. Es una especie perenne que crece preferentemente sobre suelos estancados, orillas de los ríos, arroyos y lagunas. Flores hermafroditas y frutos en cápsulas. La polinización corre a cargo del viento. Después de la polinización cada flor produce una cápsula con infinidad de semillas que son diseminadas fácilmente, pegadas a las patas de las aves acuáticas o a través de su tracto digestivo. Esta especie también se reproduce mediante un potente rizoma subterráneo que originan nuevos tallos. Esta cohesión entre tallos permite la acumulación de sedimentos que trae el río, elevando paulatinamente el nivel del suelo y dando lugar al crecimiento de otras especies. Por su flexibilidad, dada por la acumulación de aire en su interior, actúa de barrera deteniendo el oleaje y evitando la erosión de la costa. Sus flexibles tallos se usan en cestería.

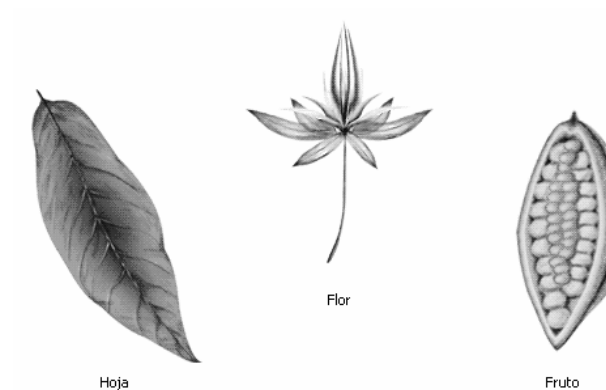
Figura 7. Junco



HOJA DE CACAO (Guacales):

El árbol del cacao, originario de las zonas tropicales del centro y sur del continente americano, tiene hojas grandes de color verde brillante. Las flores, blanco rosadas, aparecen insertadas directamente en el tronco o en las ramas viejas. Los frutos, tipo cápsula, contienen numerosas semillas que se dejan fermentar y luego se tuestan y muelen para preparar el chocolate. Alcanza una altura media de 6 m y tiene hojas lustrosas de hasta 30 cm. de longitud y pequeñas flores rosas que se forman en el tronco y en las ramas más viejas.

Figura 8. Cacao



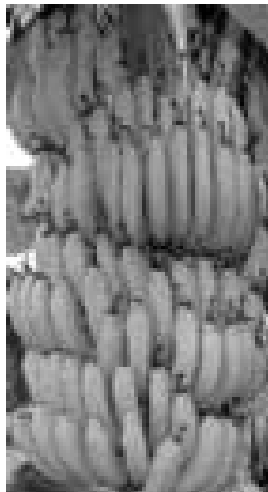
TALLO DE BANANO (Tarjetas, Portalápiz, Cuadros, guacales):

El tallo de banano los mayas comercian la fruta del banano, usan las hojas en su cocina tradicional y los tallos para hacer papel.

El verdadero tallo es un rizoma grande, almidonoso, subterráneo, que está coronado con yemas; éstas se desarrollan una vez que la planta ha florecido y fructificado.

A medida que cada chupón del rizoma alcanza la madurez, su yema terminal se convierte en una inflorescencia al ser empujada hacia arriba desde el interior del suelo por el alargamiento del tallo, hasta que emerge arriba del pseudotallo.

Figura 9. Tallo de Banano



SEMILLA DE COROZA (Llaveros):

Corozo oleifera nombre científico del **Nolí**, que también se conoce como: **Corozal, Corozo, Palma de cebo, Coqueiro de dente, Coquito, Palmique, Yolí, Corozo del Sinú, Ñoli** o **Corocito**. Perteneciente a la familia *Arecaceae*.

Esta palma pinnada y de gran esptírpe, es espontánea desde México hasta el Brasil Tropical, se desarrolla bien en zonas de densa vegetación y alta lluviosidad.

Figura 10. Semilla de Coroza



TUZA (Cuaderno, adornos):

La tuza: El maíz es la comida sagrada de los mayas, tiene un papel central en la vida y espiritualidad maya.

El maíz es un género monotípico originario de la América tropical, que ahora es cultivado en todo el mundo; mas de él se conocen numerosas variedades “hijas todas de la mano del hombre” (Conzatti), pero sin dejar de reconocer la influencia de los diversos terrenos y climas en que se desarrollan.

Figura 11. Tuza



5.3 Identificación del Impacto

El uso de los recursos naturales puede generar algún tipo de impacto en el medio ambiente no solo de la región sino a niveles mayores por lo que se estudiara el impacto que se tiene con utilización de la materia prima como madera, corozal, tuza, junco, etc., para la elaboración de las artesanías.

5.3.1 Impacto significativo

Las mayoría de las artesanías que se elaboran en las comunidades de Izabal son con materiales que se encuentran en la naturaleza y que son renovables en temporadas por lo que un impacto significativo no hay, ya que no destruyen ningún recurso natural de forma permanente. La materia prima que puede generar un desgaste progresivo si su uso fuera en exceso es la madera, pero la producción no es en gran escala por lo que no se corre ningún tipo de riesgo.

5.3.2 Impacto primario

El impacto que se detecta en el instante de la elaboración de este tipo de artesanías es el que se lleva al momento de la utilización del bambú, madera, hoja de cacao ya que si implica un desgaste ambiental ocasional debido a que son renovables pero se lleva un tiempo importante en volver a cultivar este tipo de recursos, lo que no ocurre con el resto de la materia prima ya que estos son muchas veces parte de plantas que son desechadas por la misma planta, o no son en si el producto principal de de esa planta.

5.3.3 Impacto secundario

El único e importante desgaste que si la producción aumenta puede llegar a afectar de forma directa el ambiente no solo de la región de Livingston, Izabal es la madera, el uso excesivo de este tipo de material puede generar no solo la desaparición de este recurso para los productores, sino también la pérdida de árboles que implica un trabajo mayor de depuración del aire.

5.4 Medidas de Mitigación

Son las medidas o decisiones diseñadas para reducir en el medio los impactos indeseables, mediante la identificación de riesgos.

Identificación de Riesgos y Amenazas:

Los riesgos que se detectaron en el área de influencia del proyecto son los siguientes:

- Inundación: Por el desborde del río Tatin, ya que las comunidades productoras se encuentran a la orilla del cañón de Río Dulce.
- Incendios: Ocasionados en tiempo de verano debido a las altas temperaturas que se registran en el lugar, y al mal manejo de medidas de precaución en la obtención de la materia prima.
- Sismos: debido a que el país en general se encuentra sobre placas sísmicas.

6. SEGUIMIENTO DEL MÉTODO PROPUESTO

Es la herramienta adicional que facilitara la puesta en marcha del proyecto estandarizando actividades en cada uno de los centros existentes y facilitando con esto la adaptación de cada uno de los procedimientos que se realicen.

6.1 Fortalecimiento de las Capacidades

Es la forma de brindar una hermanita a los trabajadores para facilitar la integración de nuevo personal, así como establecer las características con la que cada uno debe de contar.

PROCESO DE DESARROLLO PARA EMPRESAS COMUNITARIAS:

Existen requisitos que los productores deben de cumplir para pertenecer la comercio justo, y requisitos de proceso que alimentan a las organizaciones de productores a mejorar continuamente las condiciones laborales y la calidad del producto, e incrementas la sostenibilidad medioambiental de sus actividades y a invertir en el desarrollo de las organizaciones y sus productores / trabajadores.

Criterio de Desarrollo Productivo:

- 1) Cumplir con los estándares de tamaño de empresa.
- 2) Producir de manera sostenible, principalmente con buenas prácticas y mejoras continuas en la producción y procesamiento para conservar la calidad intrínseca del producto.
- 3) Cumplir con contratos a largo plazo y con calidad constante por los trabajos de marketing.

Criterios de Desarrollo Social:

- 1) Democracia, participación y transparencia, Deberá existir una estructura que permita a los miembros poseer el control y mecanismo de decisión conjunta, Esto se lograra mediante la creación de una justa directiva por proyecto, para velar por los beneficios y cumplir con las obligaciones.
- 2) Contra la discriminación: Esta restricción no podrá suponer una discriminación hacia grupos sociales específicos.

Criterios de Desarrollo Medioambiental:

- 1) Protección al medio ambiente: El productor cumplirá la legislación nacional e internacional vigente en el uso y manejo de pesticidas, la protección de fuentes de agua naturales, bosques vírgenes y otros ecosistemas de alto valor ecológico.
- 2) Seguridad laboral.

6.1.1 manuales de apoyo

La elaboración de los manuales es para facilitar a los encargados del programa de artesanías contar con los requerimientos necesarios para lograr una comunicación eficiente, y el cumplimiento de los objetivos.

6.1.1.1 Manual de descripción de puestos

Para contar con una descripción detallada de cada uno de los puestos que forman parte del programa de artesanías es necesario especificar la estructura y responsabilidades de cada puesto que integra la tienda, justo a ellos la descripción de puestos como el perfil de ellas.

Tabla XV. Puesto: Encargada Programa de Artesanías.

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES		
AK'TENAMIT		
Nombre: Descripción de puestos Tienda de artesanías Livingston	Código: DP-01	Pagina: 1 de 2
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
NOMBRE DEL PUESTO: ENCARGADO PROGRMA DE ARTESANIAS		
Reporta a:	Director General de la Organización	
Nombre de la organización:	Ak'Tenamit	
Puesto inmediato superior:	Director general de la Organización	
Fecha:	septiembre 2007	
RESUMEN DEL PUESTO:		
<p>Esta persona es la encargada de velar por el funcionamiento de las tiendas que posee la organización Ak'Tenamit, la distribución de los productos y evaluar las comunidades que quieren ingresar al programa. Además de establecer relaciones con otras organizaciones y abrir campo a los productos. Esta persona será el enlace entre la organización y los productores.</p>		
RELACIONES DEL PUESTO:		
Relación interna:		
<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de tienda - Vendedor 		
Relación externa:		
<ul style="list-style-type: none"> - Personal de los otros programas dentro de la organización - Personal con voluntarios nacionales y extranjeros - Otras organizaciones 		

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO:

- Administrar de forma equilibrada y proactiva los recursos del programa.
- Realizar periódicamente evaluaciones de rendimiento a sus subordinados.
- Velar porque se cumpla con la misión, visión y objetivos del programa.
- Analizar, determinar y proponer nuevas acciones para comercializar el producto según la perspectiva del mercado.
- Velar por el orden y comportamiento adecuado de los colaboradores del programa.
- Ser un vínculo de información entre las organizaciones que forman parte del comercio justo y los productores.
- Mantener actualizadas las estrategias de comercialización.

Encargada del programa de artesanías

Director General Ak'Tenamit

Tabla XVI. Puesto: Encargado de Tienda

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES		
AK'TENAMIT		
Nombre: Descripción de puestos Tienda de artesanías Livingston	Código: DP-02	Página: 1 de 2
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
NOMBRE DEL PUESTO: ENCARGADO DE TIENDA		
Reporta a:	Encargada del Programa de Artesanías	
Nombre de la organización: Ak'Tenamit		
Puesto inmediato superior: Encargada del Programa de Artesanías		
Fecha:	septiembre 2007	
RESUMEN DEL PUESTO:		
<p>Esta persona es encargada de velar que en la tienda se cumpla con la misión, visión y objetivos del programa, realizar reportes del movimiento de la tienda de forma semanal y además lograr la satisfacción del cliente en función de comprender cualquier necesidad o problema que pueda surgir y con eso brindar un servicio eficiente con lo que quede satisfecho el cliente y quiera regresar.</p>		
RELACIONES DEL PUESTO:		
Relación interna:		
<ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente 		
Relación externa:		
<ul style="list-style-type: none"> - Personal de los otros programas dentro de la organización - Personal con voluntarios nacionales y extranjeros 		

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO:

- Administrar de forma equilibrada y proactiva los recursos de la tienda.
- Realizar un informe cada semana y cada mes de las ventas realizadas de cada producto y el ingreso.
- Analizar, determinar y proponer nuevas acciones para comercializar el producto según la perspectiva del mercado.
- Velar por el orden y comportamiento adecuado de los colaboradores hacia el cliente

Encargada del programa de artesanías

Director General Ak'Tenamit

Tabla XVII. Puesto: Vendedores

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT		
Nombre: Descripción de puestos Tienda de artesanías Livingston	Código: DP-03	Página: 1 de 2
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
NOMBRE DEL PUESTO: VENDEDORES Reporta a: Encargado de tienda Nombre de la organización: Ak'Tenamit Puesto inmediato superior: Encargado de tienda Fecha: septiembre 2007		
RESUMEN DEL PUESTO: Esta persona es encargada de velar por la buena ubicación de los productos artesanales, de la atención directa al cliente, de resolver cualquier duda, además de llevar un control diario de las ventas, es la persona que se relaciona directamente con el comprador.		
RELACIONES DEL PUESTO: Relación interna: <ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente Relación externa: <ul style="list-style-type: none"> - Personal de los otros programas dentro de la organización - Personal con voluntarios nacionales y extranjeros - Clientes 		

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO:

- Administrar los recursos y velar por la mejor ubicación de los productos.
- Realizar un informe diario y semanal de las ventas realizadas de cada producto y el ingreso.
- Brindar la información necesaria de los productos a los clientes.
- Registrar las ventas y el papeleo necesario.

Encargada del programa de artesanías

Director General Ak'Tenamit

Tabla XVIII. Perfil: Encargado del programa

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES		
AK'TENAMIT		
Nombre: Perfil de puesto Tienda de artesanías Livingston	Código: PP-01	Página: 1 de 1
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
PERFIL DEL PUESTO		
NOMBRE DEL PUESTO: Encargado del Programa		
Fecha: Septiembre 2007		
ESTUDIOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Graduado de las carrera de Perito en bienestar rural o Perito en turismo sustentable 	
CONOCIMIENTOS	<ul style="list-style-type: none"> - Comercio Justo - Administración de empresas - Mercadeo 	
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad para mercadeo - Buena comunicación - Liderazgo - Habilidad para trabajar en equipo - Buenas relaciones interpersonales 	
VALORES	<ul style="list-style-type: none"> - Lealtad a la organización - Profesional, entusiasta, con actitud proactiva y de colaboración hacia sus colaboradores - Comportamiento ético - responsabilidad 	

Tabla XIX. Perfil: Encargado de tienda

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES		
AK'TENAMIT		
Nombre: Perfil de puesto Tienda de artesanías Livingston	Código: PP-02	Página: 1 de 1
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
PERFIL DEL PUESTO		
NOMBRE DEL PUESTO: Encargado de tienda		
Fecha: Septiembre 2007		
ESTUDIOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Graduado de las carrera de Perito en bienestar rural o Perito en turismo sustentable 	
CONOCIMIENTOS	<ul style="list-style-type: none"> - Comercio Justo - Administración de empresas 	
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Organización y administrador de tiempos - Buena comunicación - Liderazgo - Habilidad para trabajar en equipo - Buenas relaciones interpersonales 	
VALORES	<ul style="list-style-type: none"> - Lealtad a la organización - Comportamiento ético - Responsabilidad - Honradez - Demuestre confianza en si mismo 	

Tabla XX. Perfil: Vendedor

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES		
AK'TENAMIT		
Nombre: Perfil de puesto Tienda de artesanías Livingston	Código: PP-03	Página: 1 de 1
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	
PERFIL DEL PUESTO		
NOMBRE DEL PUESTO: Vendedor		
Fecha: Septiembre 2007		
ESTUDIOS:	- Practicante de las carreras de Perito en bienestar rural y Perito en turismo sustentable.	
CONOCIMIENTOS	- Comercio Justo	
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Buena comunicación - Liderazgo - Habilidad para trabajar en equipo - Buenas relaciones interpersonales 	
VALORES	<ul style="list-style-type: none"> - Lealtad a la organización - Comportamiento ético - Responsabilidad - Honradez - Demuestre confianza en si mismo 	

6.1.1.2 Manual de procedimientos

Para que las tiendas funcionen de una forma predeterminada y que esta se mantenga, se realizan los procedimientos, dicho documento proporciona información a todo colaborador que pertenezca a la tienda y a la organización de poder conocer todos los pasos que debe de realizar para satisfacer las necesidades de la organización y que cumpla con el programa de artesanías.

Tabla XXI. Relación con productores

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES AK'TENAMIT		
Nombre: Relación con productores	Código: P-01	Página: 1 de 2
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	

1. Objetivo:
Establecer relaciones con las comunidades productoras, proporcionando la ayuda y ser guía necesaria para los productores para facilitarles el ingreso al programa.

1.1 Alcance: Procedimiento aplicable al área del programa artesanal de la organización Ak'Tenamit.

2. Generalidades:
Requisitos de la organización: Es que el producto sea elaborado por la comunidad y este cumpla con las normas de calidad.

3. Responsabilidades:

Programa de artesanías: La persona encargada de ser el vínculo entre la organización y el productor.

Responsable de realizar las requisiciones a los productores, de evaluar los productos y velar por el diseño y el empaque. Encargada de llevar a cabo las decisiones que adopte la junta directiva.

4. Proceso:

- Recepción de la solicitud de la comunidad interesada
- Revisión de la solicitud, si cumple con los requisitos del programa
- Evalúa Junta Directiva
- Aprobación en base a proyecto

Encargada del programa de artesanías

Director General Ak'Tenamit

Tabla XXII. Recepción de Productos

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES		
AK'TENAMIT		
Nombre: Recepción de productos	Código: P-02	Página: 1 de 2
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	

1. Objetivo:

Proporcionar la plataforma para dar a conocer los productos, brindando el local y el respaldo de pertenecer a comercio justo.

1.1 Alcance: Procedimiento aplicable al área del programa artesanal de la organización Ak'Tenamit.

2. Generalidades:

Requisitos de la organización: Recibir los productos en consignación.

3. Responsabilidades:

Programa de artesanías: Las personas de la organización son las encargadas de dar el movimiento necesario para que los productos lleguen al consumidor final, velando por la buena calidad del producto y que cumplan con los criterios de comercio justo.

4.Proceso:

- Recibir el producto en consignación
- La comunidad o productor deja el producto
- La organización es la encargada de venderlo y llevar a cabo los procesos de mercadeo
- Facturan el producto que se vendió
- Se paga al productor por los artículos vendidos

Encargada del programa de artesanías

Director General Ak'Tenamit

Tabla XXIII. Venta de Producto

TIENDA DE PRODUCTOS ARTESANALES		
AK'TENAMIT		
Nombre: Venta de producto	Código: P-03	Página: 1 de 2
Fecha de Emisión:	Última Edición: 00	
Elaborado por:	Fecha Última Edición:	

1. Objetivo:

Determinar un control del movimiento de los productos en un tiempo determinado.

1.1 Alcance: Procedimiento aplicable al área del programa artesanal de la organización Ak'Tenamit.

2. Generalidades:

Requisitos de la organización: Dar factura al momento de la compra, y actualizar el control de compra diario.

3. Responsabilidades:

Programa de artesanías: Dar un producto de calidad, garantizar al cliente que el proceso tiene capacidad de entrega, predecir y resolver problemas.

Vendedor: Llevar un control detallado y al día del movimiento de los productos dentro de la empresa, para facilitar el control de los ingresos.

4. Proceso:

- Presentación de los productos
- Empaque de lo productos
- Realizar una facturación por producto o venta
- Actualizar el control diario
- Realizar corte da caja diario

Encargada del programa de artesanías

Director General Ak'Tenamit

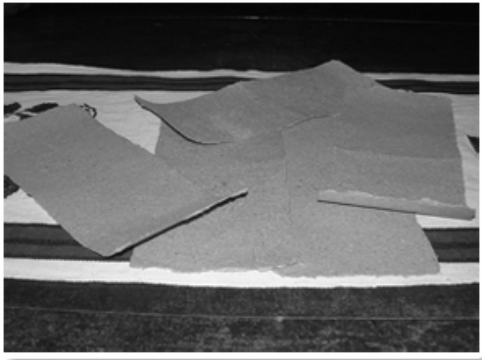
6.1.1.3 Catálogo de productos

CATÁLOGO

PRODUCTOS ELABORADOS CON TALLO DE BANANO

Estos productos son elaborados a base de Tallo de Banano, ya que es uno de los materiales nuevos e innovadores, el cual es elaborado como parte de reciclaje del corte de Banano. A continuación se muestran la variedad de productos elaborados con este tipo de material

:

<h2>Papel</h2> 	<table><thead><tr><th><u>CÓDIGO</u></th><th><u>DIMENSIONES</u></th></tr></thead><tbody><tr><td>HO/03/PA</td><td>PANTALLA: 49.5X27 CM</td></tr><tr><td>HO/03/TC</td><td>CARTA: 27X22 CM</td></tr><tr><td>HO/03/DS</td><td>DISEÑO: 46X35 CM</td></tr><tr><td>HO/03/CH</td><td>CON HOJA DENTRO:</td></tr><tr><td>49.5X27 CM</td><td></td></tr></tbody></table> <p>Material: fibras de banano y maíz.</p>	<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>	HO/03/PA	PANTALLA: 49.5X27 CM	HO/03/TC	CARTA: 27X22 CM	HO/03/DS	DISEÑO: 46X35 CM	HO/03/CH	CON HOJA DENTRO:	49.5X27 CM	
<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>												
HO/03/PA	PANTALLA: 49.5X27 CM												
HO/03/TC	CARTA: 27X22 CM												
HO/03/DS	DISEÑO: 46X35 CM												
HO/03/CH	CON HOJA DENTRO:												
49.5X27 CM													

BOLSA PARA REGALOS



CÓDIGO

BR/03/VA

BR/02/VA

BR/01/VA

DIMENSIONES

29X29 CM.

19X19 CM.

12X12 CM.

Material: fibra de maíz y banano, con asas naturales

Botellas de vino y champagne



CÓDIGO

BR/03/VA

DIMENSIONES

10X10 CM

Material: hecho de fibras de banano y maíz, y adornos con hojas de maíz.

Cuadernos



<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>
---------------	--------------------

CU/03/TT	22X20 CM
----------	----------

CU/01/TT	13X15 CM
----------	----------

Material: fibras de banano y maíz, con pastas duras adornadas con tela típica.

<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>
---------------	--------------------

CU/03/HC	24X20 CM
----------	----------

CU/01/HC	13X15 CM
----------	----------

Material: fibras naturales, con acabados de hoja de cacao en su encuadernado.

Marcos / Fotos



<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>
---------------	--------------------

MF/02/VA	20.5X25 CM
----------	------------

MF/01/VA	17.5X21 CM
----------	------------

Material: fibra de banano y maíz, con diseños tradicionales y naturales

Fruteros



CÓDIGO

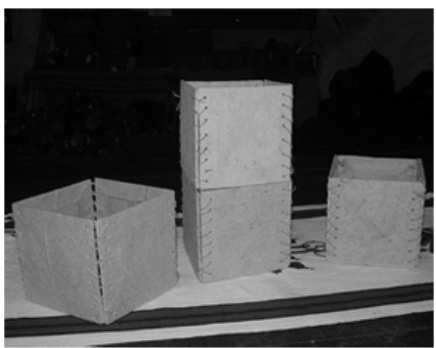
FR/03/HM
FR/03/MC
FR/02/MC
FR/03/MP
FR/03/H5
FR/03/SI

DIMENSIONES

hondo con manchas: 15x24
grande con manchas:12x31
pequeño con manchas:11x27
grande manchas y patas:12x31
hondo 15x24
grande 12x31

Material: fibra de banano y maíz, con mimbre y con diferentes diseños

Pantallas para lámparas



CÓDIGO

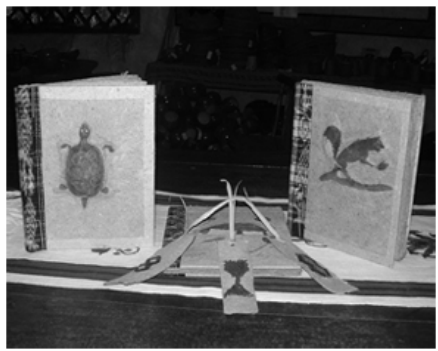
PA/03/VA
PA/02/VA

DIMENSIONES

19.5X26 CM
12.5X13.5 CM

Material: fibras de banano y maíz, con hojas naturales en su interior.

Separadores de Libros

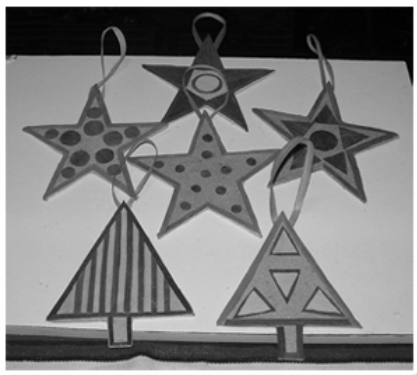


CÓDIGO
SE/03/VA

DIMENSIONES
15X5 CM

Material: fibras de banano y maíz. estos separadores tan especiales están decorados con estampados tradicionales y hojas de maíz.

Adornos Navideños

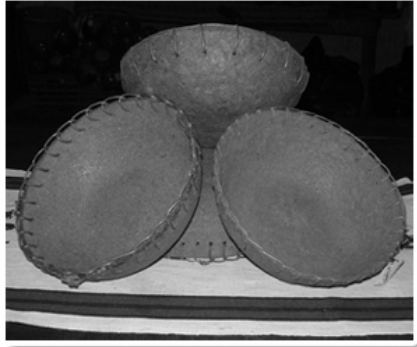


CÓDIGO
AD/03/VA

DIMENSIONES
11X11 CM

Material: hechos de fibras de banano y maíz. adornados con hojas de maíz pintadas.

Soperas



CÓDIGO

SP/03/SI

SP/01/SI

DIMENSIONES

10X22 CM

8X16 CM

Material: fibras de maíz y banano adornadas con elementos naturales.

CÓDIGO

SP/03/TT

SP/01/TT

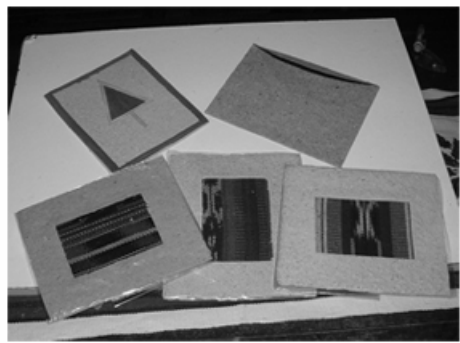
DIMENSIONES

10X22 CM

8X16 CM

Material: fibras de maíz y banano, adornadas con colorida tela típica y elementos naturales.

Tarjetas



CÓDIGO

PO/03/VA

TA/01/CS

DIMENSIONES

POSTAL: 12X12 CM

TARJETA Y SOBRE: 12X9 CM

Material: tela típica guatemalteca. ambas hechas de fibras de maíz y de banano. También disponibles en juegos de 5 unidades.

Tarjetas



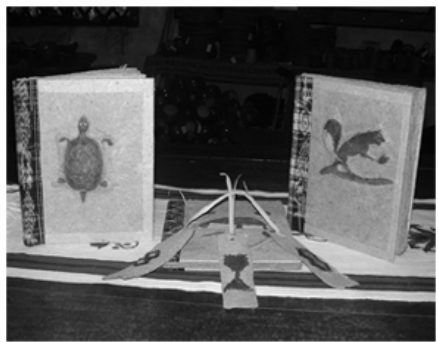
CÓDIGO
TA/03/NA

DIMENSIONES
10X12 CM

Material: ambas hechas de fibra de maíz y de banano, adornadas con hojas de maíz con motivos navideños, de cumpleaños, animales y otros, con sus sobres.

Material: hechos de fibras de banano y maíz. Adornados con hojas de maíz pintadas.

Cuadernos con relieve de papel



CÓDIGO
CU/03/RE

DIMENSIONES
24X19.5 CM

Material: fibras naturales de banano y maíz, con motivos de la selva en relieve en la portada.

Portalápices

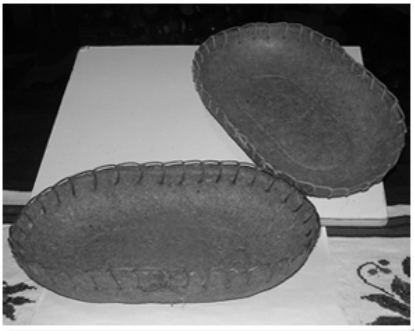


CÓDIGO
PL/03/VA

DIMENSIONES
7X11 CM

Material: fibras de banano y maíz.
existen dos opciones: con muñeca
de adorno o simples.

Azafates



CÓDIGO
AZ/03/SI

DIMENSIONES
29X19 CM

Material: fibras de banano y maíz,
con bordes de mimbre.

Platos



CÓDIGO
PS/03/SI
PS/01/SI

DIMENSIONES
33X32 CM
30X30 CM

Material: fibras de maíz y banano,
adornado con mimbre.

PRODUCTOS ELABORADOS CON OTRAS FIBRAS VEGETALES

Otros de los productos elaborados por la población de Livingston son los elaborados con mimbre, junco, corozo, morro, hojas de cacao

ANILLO DE MIMBRE



CÓDIGO

AN/03/MI

AN/01/MI

DIMENSIONES

14X45 CM.

11X37 CM.

Material: mimbre natural

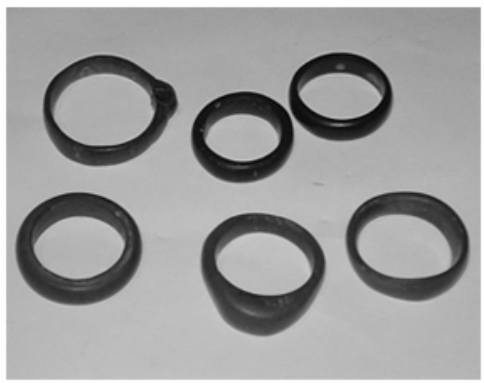
Canastas / Junco con tapadera



<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>
CJ/03/T	11X18 CM
CJ/01/TA	6X10 CM

Material: hechas a mano con la planta de junco.

Anillos de corozo



<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>
AN/03/CO	diferentes tamaños

Material: semilla de la planta de corozo, de la selva tropical.

Morros con hojas de cacao



<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>
---------------	--------------------

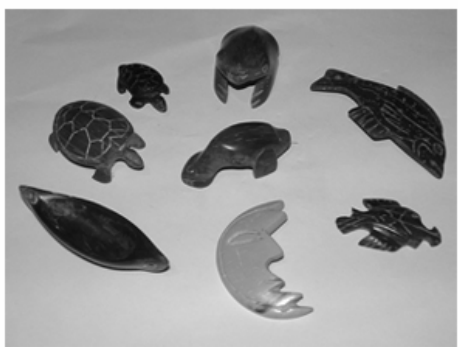
MO/03/HC	15X15 CM
----------	----------

MO/02/HC	10X12 CM
----------	----------

MO/01/HC	8X8 CM
----------	--------

Material: morros cubiertos con hojas del árbol del cacao.

Souvenir



<u>CÓDIGO</u>	<u>DIMENSIONES</u>
---------------	--------------------

FG/03/CO	5X3.5 CM
----------	----------

(APROXIMADO)

Material: semilla de la planta de corozo, de la selva tropical

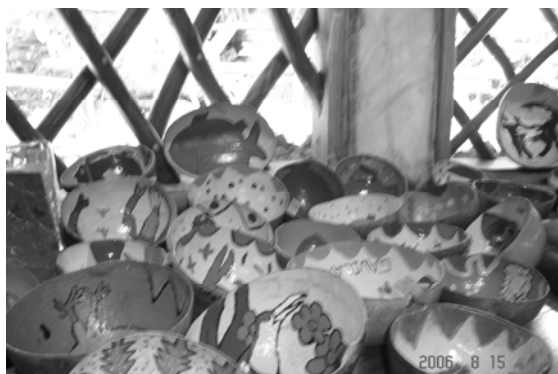
Copas



CÓDIGO DIMENSIONES (CM)
CP/03/CO 7.5X10 (SEGÚN COCO)

Material: coco del caribe de Guatemala, con base en el mismo material.

Guacales



CÓDIGO DIMENSIONES (CM)
GU/03/VA 10X17
GU/02/VA 8X15
GU/02/VA 5X9.5 (SEGÚN FRUTO)

Material: guacales pintados con motivos naturales de la selva.

ADORNOS DE MADERA



CÓDIGO DIMENSIONES (CM)

AD/MA/01 varias dimensiones

Material: Madera tallada con varias formas, y barnizada.

ALCANSILLAS



CÓDIGO DIMENSIONES (CM)

AL/MO/01 varias dimensiones

Material: morro pintado y tallado a mano con pintura en diferentes formas

6.1.2 Plan de contingencia

Inundación:

Esto se toma en cuenta debido a que las comunidades se encuentran construidas a las orillas del cañón de Río Dulce y en donde se encuentra ubicada la central del programa de artesanías de la organización es en la aldea Barra de Lámpara, por la cual pasa en río Tatin. Según la observación de campo en estas regiones es muy poco probable que ocurra este tipo de acontecimientos, pero debido a las condiciones climáticas actuales varían y la marea en tiempo de lluvia sube a un nivel considerable.

En caso de ocurrir algún desastre por inundación, se deberá tomar la siguiente medida:

- Se deberán construir obras de protección del cauce como muro de piedra con forro de malla, o muro de concreto para evitar la erosión o socavación del suelo.
- Evacuar a las poblaciones en caso de casos extremos y el área se considere de alto riesgo.

Incendios:

En las comunidades los incendios son poco probables de ocurrir pero en la fase de producción al momento de la obtención y tratamiento de la materia prima son muy probables debido a un descuido o la mala utilización de alguno de los materiales combustibles utilizados para dicho proceso.

Medidas a seguir en caso de incendios:

- Velar por que si se realiza el cocido del material con fogata esta sea apagada de forma adecuada y en su totalidad para evitar la propagación del fuego a las regiones cercanas.
- Tener a la mano recipientes de arena para evitar la propagación en caso de incendio.

- Educar a la comunidad que trabaja con el tallo de banano y a los que involucran el cocimiento como parte del proceso, para tener en cuenta las que algunos materiales son inflamables y hay que tomar precauciones.

CONCLUSIONES

1. El desarrollo organizacional se puede dar a un nivel productivo, social y medioambiental tomando en cuenta que debe cumplir con los estándares de empresa, producir de manera sostenible, y el cumplimiento de contratos, mediante la democracia, participación, transparencia, adiestrando y capacitando a los productores para garantizar la calidad y los procesos en los productos.
2. Para fortalecer el programa debe iniciarse como estrategia, la formación de alianzas con otras tiendas, diseñando una imagen nueva para las tiendas dándole un ambiente más cultural y algo distintivo que dé a conocer la participación de ésta dentro de Comercio Justo, implementando controles de calidad, promover el producto asistiendo a ferias nacionales e internacionales, diversificar los productos en color y forma, así como desarrollar cursos de capacitación, además de asesorías a grupos interesados en participar en el programa.
3. Para evaluar el crecimiento de beneficios a nivel del programa se estableció una tasa de inflación del 6% para los rubros de energía eléctrica, teléfono y ventas, además de un incremento del 10 % a los sueldos y obligaciones patronales cada dos años, a fin de obtener obteniendo un incremento en utilidad de aproximadamente Q.91,025.42 durante la vida útil del proyecto.
4. La organización Ak'Tenamit es una organización no lucrativa, por lo que el establecimiento de precios no se mide en función de los ingresos y egresos, sino que el establecimiento de precios se lleva de acuerdo a presupuestos personales de cada uno de los productores.

5. Una de las estrategias a seguir es cubrir el mercado potencial el cual se encuentra en su mayoría en las regiones del sur occidente, norte y centro, por lo que pretende fortalecer alianzas con tiendas ubicadas en puntos estratégicos como los son Sololá, Coban y Antigua Guatemala en donde se tiene una relación con manos campesinas. Además de participar en ferias y eventos tanto a nivel nacional e internacional.
6. En Guatemala, el mercado potencial para las artesanías en general se da muy fuerte en el público turista y en una minoría en las personas de aquí mismo del país, por lo que el turista es el más interesado en comprar artículos únicos e innovadores como lo es el elaborado con tallo de banano, lo cual hace que tengan un interés en conocer la cultura.
7. El plan de desarrollo de talleres y capacitación se tomo en cuenta de acuerdo a las deficiencias y limitaciones de la población participante, dentro de lo que es importante que conozcan sobre el manejo de los materiales, la elaboración y trato que tienen que dar a los productos y su participación en el comercio justo y los beneficios que se tienen en la participación en este.
8. Las evaluaciones y pruebas serán la auto-evaluación, revisión recíproca y verificación externa. La cuales servirán para detectar los errores y tratar que no se lleven al siguiente paso, lo cual culminará con una auditoría de calidad.
9. Dentro de las normas técnicas y de calidad para promover y regular el comercio justo en el programa, así como satisfacer los requerimientos de los importadores y de los consumidores, está en cumplir con una etiqueta que lleve los materiales empleados, para los productos textiles, debe incluir el nombre del productor, la marca registrada ante las autoridades respectivas,

el nombre del país de origen o en el que fue manufacturado. Es aconsejable que los productores artesanales, soliciten al importador las normas para cada producto en específico.

RECOMENDACIONES

1. La organización debe de forjar alianzas estratégicas con otras tiendas.
2. La importancia de brindar un buen producto, con calidad y con valor agregado, recae en una obligación que estar siempre buscando la innovación y diversificación de los productos, lo cual se puede lograr a través de la implementación de herramientas del mercado convencional, como son normas de calidad.
3. Para lograr la aceptación y no ser una tienda común, fue necesario crear una imagen distintiva, por lo que se sugiere que la tienda más visitada que es la de Livingston adopte una imagen más tradicional y cultural como la de la tienda ubicada en Barra de Lámpara, además de identificarse como tiendas pertenecientes al comercio justo, ya que logrará la atracción de turistas.

BIBLIOGRAFÍA

1. Comercio Justo: Doble comercio

David Ransom

2. Guía para la formulación de proyectos

Suc Ical, Walter Leovardo

3. Identificación y creación de herramientas de marketing

Julio Jose Palacios Molina.

4. Situación actual de los mercados justos en Guatemala

Pierre W. Johnson

5. Revista del comportamiento de las exportaciones en el año 2006, AGEXPORT.

6. Folleto de comercio justo y solidario

Ministerio de Economía.

7. Seminario: comercio justo, competitividad y comercialización de productos artesanales, Ministerio de Economía.

8. www.ifat-la.org

9. www.crecer.org.gt

10. www.fairtrade.net

11. www.mineco.gob.gt

12. www.ifat.org

13. www.fairtrade.nl

14. www.aktenamit.org

ANEXOS

Caracterización de los actores del comercio justo

Organizaciones de productores por sus modos de inserción en los mercados justos

Modo de inserción	productos	Nº de org.	Condiciones
Comercio justo certificado	Café miel	24 Café: 20 Miel: 4	Precio garantizado Prefinanciamiento
Comercio justo: cadena integrada	Artesanía	Más de 100	Relaciones directas con precio garantizado y prefinanciamiento
Comercio solidario	Hortalizas y otros productos		Relaciones directas
Emergente	Café y otros productos	Infinito	Sin condiciones

Conocimiento del CJ

	Conocimiento principios CJ	Conocimiento valores CJ	Conocimiento redes CJ	Conocimiento actores CJ	Información sobre CJ
	%	%	%	%	%
Si (positiva)	29,4	27,1	17,65	9,7	37,33
un poco	4,4	1,4	1,5	0	4
Si + un poco	33,8	28,6	19,1	9,7	41,33
No (negativa)	40	38,5	51,5	44,4	44
sin respuesta	26,5	32,9	29,4	45,8	14,7
Total	100	100	100	100	100

Participación en el desarrollo

	Participación mujeres	Participación desarrollo comunitario	Relaciones con el estado	Otras experiencias
	%	%	%	%
Respuestas positivas	80	49,3	13,3	5,3
Respuestas negativas	1,3	36	60	45,3
Inferior o igual a 10%	8			
sin respuesta	10,7	14,7	26,7	49,3
Total respuestas	100	100	100	100

Organizaciones de apoyo por el tipo de actuación

Actuación directa sobre mercados justos

Tipo de actuación	Principales organizaciones	Nº de org. beneficiarias	Acciones
Agencias de certificación	Forest Stewardship Council Mayacert Rainforest Alliance	FLO: 24 Mayacert: FSC R-A:	Certificación de comercio justo de producción orgánica de producción sustentable
Apoyo a la certificación	FLO International FLO Centroamérica Mayacert	FLO-I-FLO-CA = 24	Fondos de apoyo a la certificación para organizaciones pobres. Capacitación sobre certificaciones.
Importación de comercio justo	EFTA (13 centrales de compra en Europa) Fair Trade Federation ATA, FTA, Miel Maya Honig		Importación a precio justo Prefinanciamiento Asesoría empresarial
Prefinanciamiento	Shared Interest	1-2	Prefinanciamiento
Comercio, negocio	Forestrade Unitrade Interforest	50-60	Comercio del café, cardamomo, etc. Condiciones de CJ Estructuración de la oferta

Organizaciones de apoyo por el tipo de actuación

Actuación indirecta sobre mercados justos

Tipo de actuación	Principales organizaciones	Nº de org. beneficiarias	Acciones
Programas gubernamentales e internacionales	Cuencas Altas (MAGA) Fondo Multilateral de Inversiones y Programa de Empresarios Sociales del BID USAID Banco Mundial	En curso de definición	Capacitación e inversiones en café/cultivos, ecoturismo Desarrollo productivo y comercial de pequeños productores, y de artesanos centroamericanos Diversificación de la producción Infraestructuras, fondos de tierra.
Micro-crédito	Oikocredit, Doen Stiftung 8 institutos. de micro-crédito	2º FEDECOCAGUA Cuentos de bancos comunitarios	Micro-crédito a productores Bancos comunitarios (mujeres)
Fondos ambientales	Fundo Francés para el Medio Ambiente Mundial The Nature Conservancy EcoLogic Enterprise Ventures	A través de FUNDAECO Forestrade Starbucks, Green Mountain, La Voz (café)	Protección ambiental y diversificación productiva – Israel Agricultura y manejo forestal sostenible Agricultura sostenible, agroforestería, turismo sostenible...
Inter-cooperación (cooperativas)	SOCODEVI	FEDECOAG FEDECOVERA	Proyecto de Desarrollo Empresarial de Federaciones de Cooperativas

Organizaciones de apoyo por el tipo de actuación

Actuación indirecta sobre mercados justos (sigue)

Tipo de actuación	Principales organizaciones	Nº de org. beneficiarias	Acciones
Asesoría empresarial Servicios integrales	AGEXPRONT Comisión de Artesanías Comisión Cafés Diferenciados Comisión de Turismo Sostenible División de Desarrollo	90 (pequeños y grandes) 11 pequeños 7 certificados 30 (pequeños y grandes)	Apoyo y promoción de los productores, diseño Apoyo a los productores, calidad, certificaciones Foro de discusión permanente para el sector. Co-gestión de fondos de cooperación y de proyectos empresariales Apoyo a la competitividad Intermediación comercial Investigación
Asesoría empresarial Artesanía	CRECER		Asesoría empresarial, estudios de mercado, fortalecimiento Consultorías.

Organizaciones de apoyo por el tipo de actuación

Actuación indirecta sobre mercados justos (fin)

Tipo de actuación	Principales organizaciones	Nº de org. beneficiarias	Acciones
Solidaridad internacional	AVSF	35 en América Latina	Agrónomos: Fortalecimiento, Calidad.
	CARE	Mujeres Starbucks	Bancos comunitarios de mujeres Creación de peq. negocios rurales agroforestería, acuicultura, agricultura
	Oxfam GB	60 organizaciones (Xela, Huehuetenango, Centro) Coordinadora de Pequeños Productores de Café	Asistencia técnica, capacitación, acceso a mercados para productores de granos básicos, café y hortalizas Capacitación para prod. orgánica del café
	Oxfam España Oxfam Australia Oxfam América	Grupos de mujeres 9 grupos	Generación de ingresos, producción agrícola sostenible y acceso a la tierra Capacitación Prod. y comercialización de cafés especiales Estudio de impacto de las certificaciones Coordinación de cooperativas y ONGs.
	Oxfam Canada Oxfam Bélgica	Aj Quen, CIDECA	Mejoramiento de la agricultura en Huehuetenango. Fortalecimiento del sector artesanal.
	Rights Action	Foro-Feria de Comercio Justo	Desarrollo comunitario, derechos humanos.