

~~INFORME BORRADOR:~~  
**DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DEL SECTOR DE  
LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA  
ARTESANAL EN LA REGION DE LA CUENCA ALTA  
DEL RIO LEMPA DE GUATEMALA**



Elaborado por: Kiej de los Bosques, S.A.  
Responsables: Laureano García Choxom y Hugo Cabrera Paz

Guatemala, Julio de 2,007

## Contenido

---

COMISION TRINACIONAL DEL PLAN TRIFINIO .....	i
Empresa de Asistencia Técnica: The Louis Berger Group, Inc. ....	i
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBJETIVOS .....	3
General .....	3
Objetivos Específicos.....	3
III. SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE LA ZONA DEL TRIFINIO.....	4
IV. ANÁLISIS DEL SECTOR ARTESANAL .....	<u>1612</u>
1. Caracterización del Sector Artesanal de la Zona del Trifinio.....	<u>1612</u>
2. Productos Artesanales de la Zona CARL.....	<u>1814</u>
3. FODA del Sector .....	<u>2147</u>
4. Organizaciones Gremiales .....	<u>2420</u>
5. Necesidades de Capacitación y Asistencia Técnica.....	<u>2622</u>
6. Conclusiones .....	<u>2723</u>
7. Recomendaciones .....	<u>2925</u>
8. Propuestas Estratégicas para el Desarrollo del Sector Artesanal de la Región CARL	<u>3127</u>

## I. INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

En el área trinacional entre El Salvador, Guatemala y Honduras, se ubica la Región del Trifinio y comprende un área de 7,367km<sup>2</sup>. Es una región considerada estratégica por ser la cabecera de tres de los sistemas hídricos más importantes de Centroamérica (Lempa, Motagua y Ulúa) y por la existencia de importantes recursos biológicos que cohabitan en una zona declarada en forma conjunta por los tres gobiernos como Reserva de la Biosfera La Fraternidad. En esta región se ha desarrollado el Proceso Trifinio dentro de un marco político y social que ha contribuido a la integración Centroamericana, especialmente de El Triángulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras). Destacando que las acciones de este proceso han servido para que el Trifinio sea considerado un ejemplo en el manejo de recursos naturales en una región internacional.

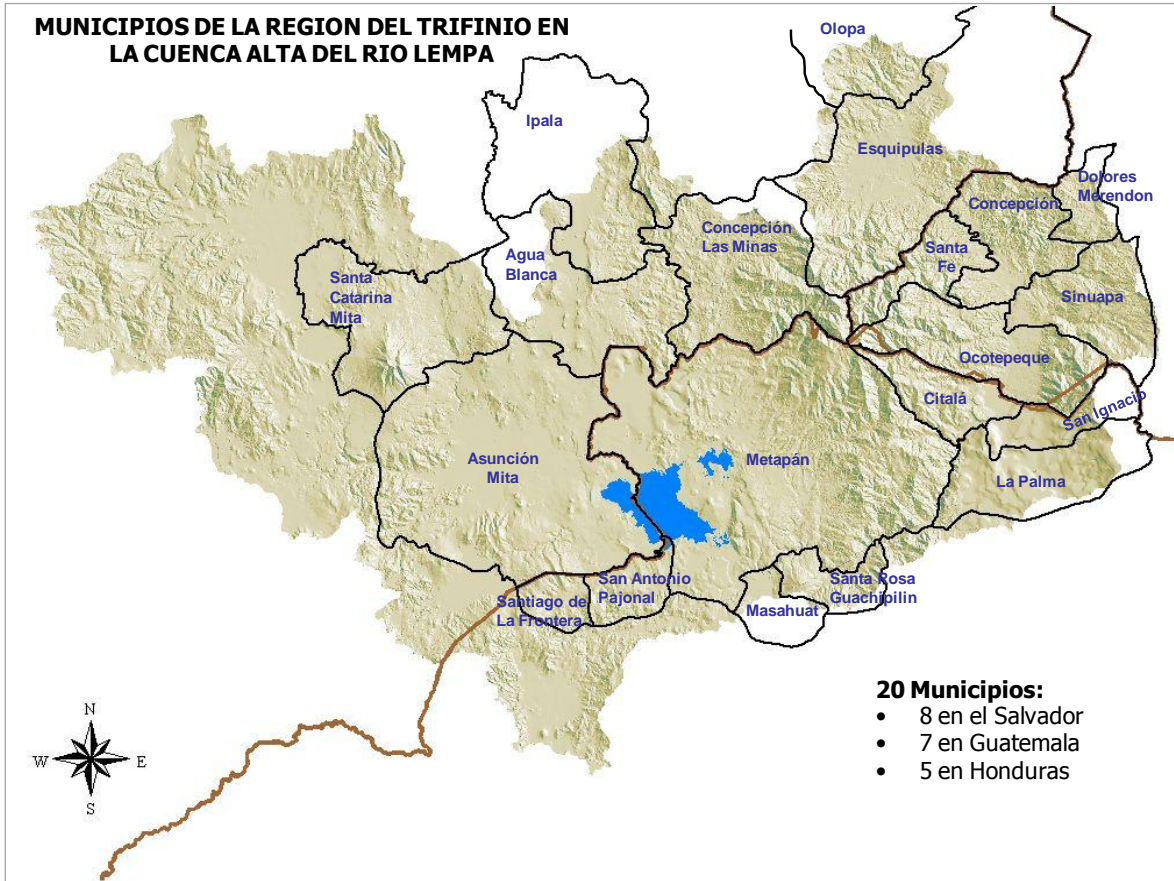


Para fomentar el desarrollo de los pobladores de ésta región trinacional, los gobiernos de las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras a través de la declaratoria trinacional de la Reserva de la Biosfera La Fraternidad, han formulado desde 1988 El Plan Trifinio como un marco orientador del desarrollo y un instrumento estratégico de las acciones de la región. Este plan dio origen entre 1997 y 1999 a la firma y ratificación del Tratado para la ejecución del Plan Trifinio, en el cual, se crea el marco legal e institucional necesario para consolidar los esfuerzos de acción trinacional; permite manejar los recursos naturales y fortalecer la cooperación transfronteriza; y define a la región como una unidad ecológica indivisible, en la que solo la realización de una acción conjunta de los tres gobiernos podrá dar solución satisfactoria a la problemática de la población del área y al manejo sostenible de sus recursos naturales.

El Plan Trifinio plantea en su actualización (realizada en 2,004) “lograr el desarrollo integral equilibrado de la región, mediante la acción conjunta y coordinada de los tres gobiernos y los actores locales, en el marco de la cooperación transfronteriza y la integración Centroamericana”.

<sup>1</sup> “Plan Estrategico Trinacional”, Programa Trinacional de Desarrollo Sostenible para la Cuenca Alta del Rio Lempa, preparado por CATIE, Abril de 2,005.





Para alcanzar lo anterior, se tiene como un primer instrumento la ejecución del Programa Trinacional de Desarrollo Sostenible de la Cuenca Alta del Río Lempa -PTCARL-, en donde una de sus acciones clave el Plan Estratégico Trinacional -PET-, plantea la realización de Diagnósticos Situacionales de cada uno de los sectores económicos que se consideren de mayor importancia para el desarrollo de la región.

A ese respecto, este documento presenta los resultados del Diagnóstico de la Situación del Sector de la micro, pequeña y mediana empresa Artesanal en la región de la Cuenca Alta del Río Lempa de **Guatemala**. Los municipios que son parte del presente estudio se enumeran a continuación.

Municipio	Departamento
Santa Catarina Mita	Jutiapa
Asunción Mita	
Agua Blanca	
Ipala	Chiquimula
Concepción Las Minas	
Olopa	
Esquipulas	



## II. OBJETIVOS

### **General**

Elaborar un diagnóstico de la situación de la micro, pequeña y mediana empresa en el sector artesanal en los municipios de Santa Catarina Mita, Asunción Mita y Agua Blanca del Departamento de Jutiapa y los municipios de Ipala, Concepción Las Minas, Olopa y Esquipulas del Departamento de Chiquimula, área que es parte de la intervención del PROGRAMA TRINACIONAL DE LA CUENCA ALTA DEL RIO LEMPA (PTCARL) en Guatemala, con el propósito de elaborar una estrategia integral para la zona que promueva el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa como fuente importante de generación de empleo y contribuya a la reducción de la pobreza.

### **Objetivos Específicos**

- A. Identificar la situación socio-económica y geográfica de los municipios de la zona CARL de Guatemala.
- B. Identificar la situación actual de las micro, pequeñas y medianas empresas en el sector económico artesanal de los municipios de la CARL de Guatemala.
- C. Identificar la calidad de los productos y servicios que ofrecen las micro, pequeñas y medianas empresas en el sector económico artesanal de los municipios de la CARL de Guatemala.
- D. Identificar las organizaciones comunitarias y/o gremiales productivas existentes en el sector económico artesanal de los municipios de la CARL de Guatemala.
- E. Elaborar una propuesta de desarrollo de corto, mediano y largo plazo, de las mipymes del sector económico artesanal de los municipios de la CARL de Guatemala.

*"Agua sin fronteras"*

El Salvador • Guatemala • Honduras

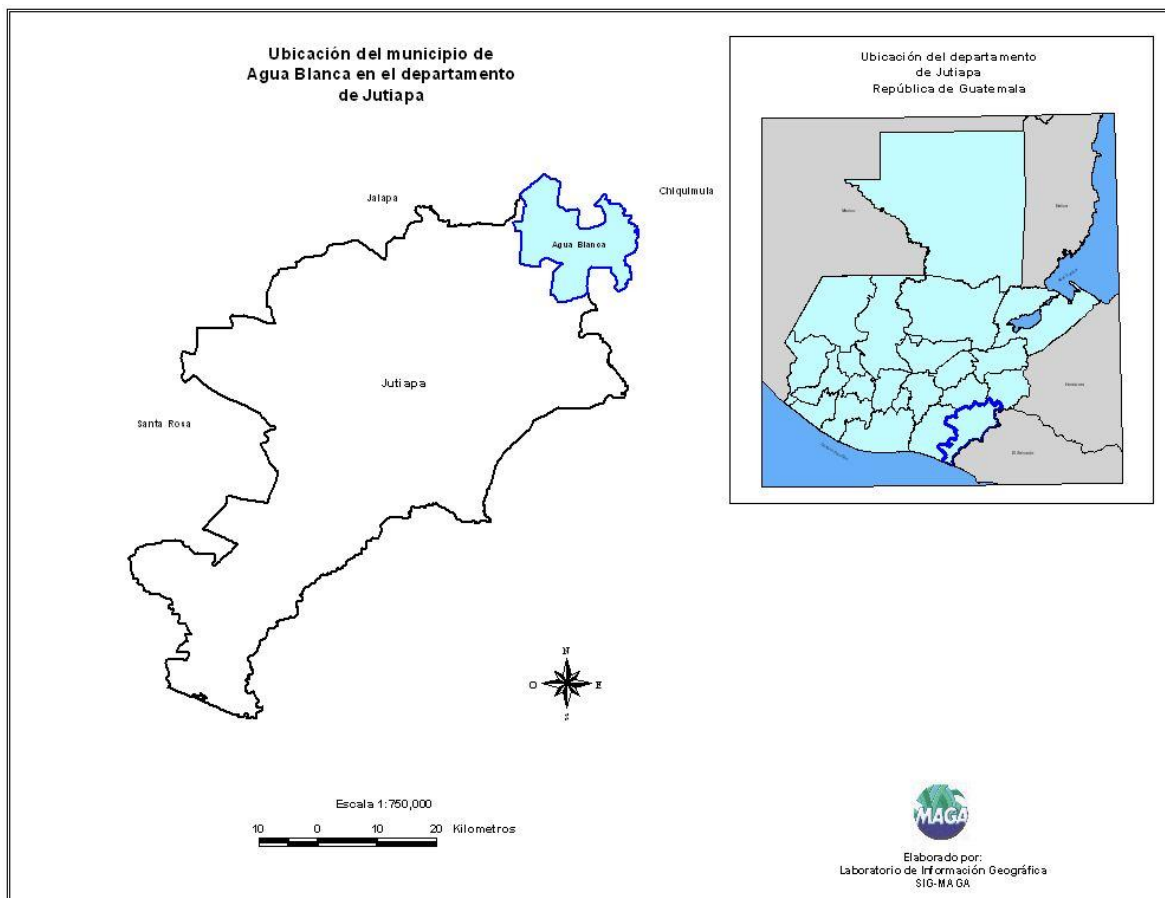


### III. SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE LA ZONA DEL TRIFINIO

#### a) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE AGUA BLANCA, JUTIAPA<sup>2</sup>

##### BREVE HISTORIAL:

Este municipio se fundó en 1,810 en el departamento de Jutiapa; se formó como municipio el 27 de agosto de 1,836 y en ese entonces perteneció a Chiquimula, el 9 de noviembre de 1873 fue anexado a Jalapa y en 1,874 regreso a Jutiapa; fue suprimido como municipio el 4 de diciembre de 1,883 y rehabilitado el 30 de Enero de 1,886. Desde su fundación ha tenido tres traslados: se estableció en el Valle Barrio Arriba, luego se trasladó a la Aldea Las Cañas y luego al Valle El Jicaral donde se encuentra actualmente.



ALTURA: 830 msnm.

##### UBICACIÓN:

Dista de la ciudad capital de Guatemala 163 kms. y de la cabecera departamental de Jutiapa 42 kms.

<sup>2</sup> Plan Estratégico Participativo Municipal, Municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa, Guatemala. Nov. 2006



LIMITES:

Norte: Concepción Las Minas e Ipala de Chiquimula

Sur: República de El Salvador

Este: Concepción Las Minas de Chiquimula y República de El Salvador

Oeste: Asunción Mita y Santa Catarina Mita de Jutiapa y San Miguel Chaparrón de Jalapa.

EXTENSION: 340 kms<sup>2</sup>

CLIMA: cálido, con un promedio anual de 27° a 28° centígrados.

DIVISION POLITICA: tiene una cabecera municipal que es Agua Blanca, 14 aldeas y 68 caseríos.

HIDROGRAFIA: se ubica dentro de las cuencas del Rio Grande de Zacapa y el Rio Ostúa. Actualmente, lo atraviesa el Río Platanar. El lago de Ipala es la principal fuente de abastecimiento de agua para el consumo humano de casi todo el municipio.

OROGRAFIA: Su fisiografía (relieve) es quebrada en un 61%; y plano y semiplano en un 41%, que es donde se realiza la práctica agrícola; comprende alturas desde los 800 a los 1,500 m.s.n.m. Posee dos volcanes El Monterrico y el Ixtepeque, y muchos pequeños cerros y planicies.

**b) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE ASUNCION MITA, JUTIAPA<sup>3</sup>**

BREVE HISTORIAL:

Su nombre proviene de un vocablo náhuatl MICTLAN que significa LUGAR DE LA MUERTE, este municipio ha sido anexado varias veces a Chiquimula y Jutiapa; en 1,852 se dio el anexo definitivo al departamento de Jutiapa.

ALTURA: 470 msnm, en las zonas montañosas alcanza alturas de 1,400 a 1,800 msnm.

UBICACIÓN:

Latitud norte: 14° y 19 minutos.

Longitud oeste: 89° y 42 minutos.

DISTANCIAS:

Distancia de la cabecera municipal 31 kilómetros y de la ciudad capital de Guatemala 146 kilómetros.

---

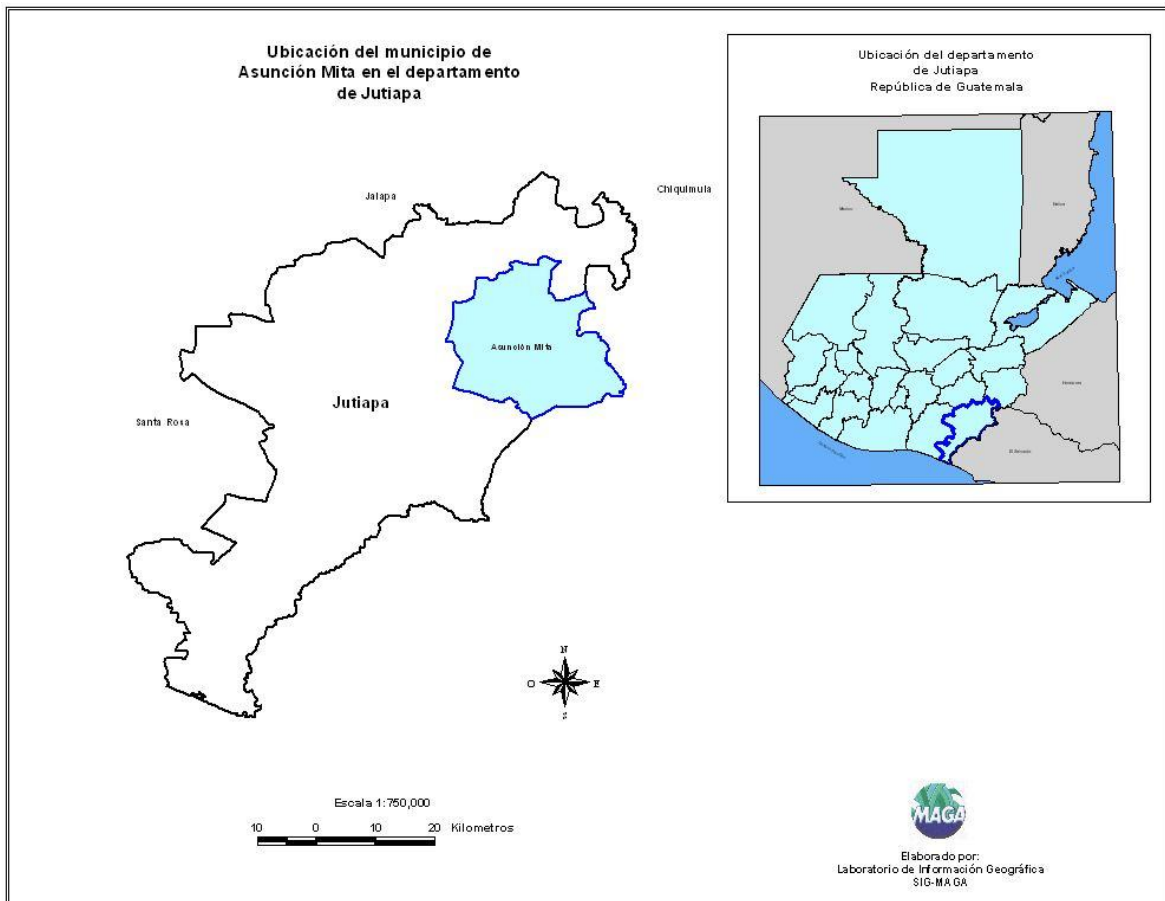
<sup>3</sup> Plan Estratégico Participativo Municipal de Asunción Mita, Jutiapa 2007-2015. Junio 2007.





**LIMITES:**

- Norte:** Santa Catarina Mita y Agua Blanca del departamento de Jutiapa.  
**Sur:** Atescatempa y Yupiltepeque, departamento de Jutiapa y República de El Salvador.  
**Este:** Agua Blanca, departamento de Jutiapa y República de El Salvador.  
**Oeste:** Jutiapa y Yupiltepeque del departamento de Jutiapa.



**DIVISION POLITICA:**

Posee una cabecera municipal que es Asunción Mita, 36 aldeas y 71 caseríos.

**EXTENSION:** 476 kms<sup>2</sup>

**CLIMA:** cálido, el promedio anual de temperatura es de 26 grados centígrados.

**PRECIPITACION PLUVIAL:** 1,000 a 1,500 mm. anuales.





**OROGRAFIA:** Las tierras son planas, semiplanas, pendientes y áridas; posee el volcán Ixtepeque y 46 cerros.

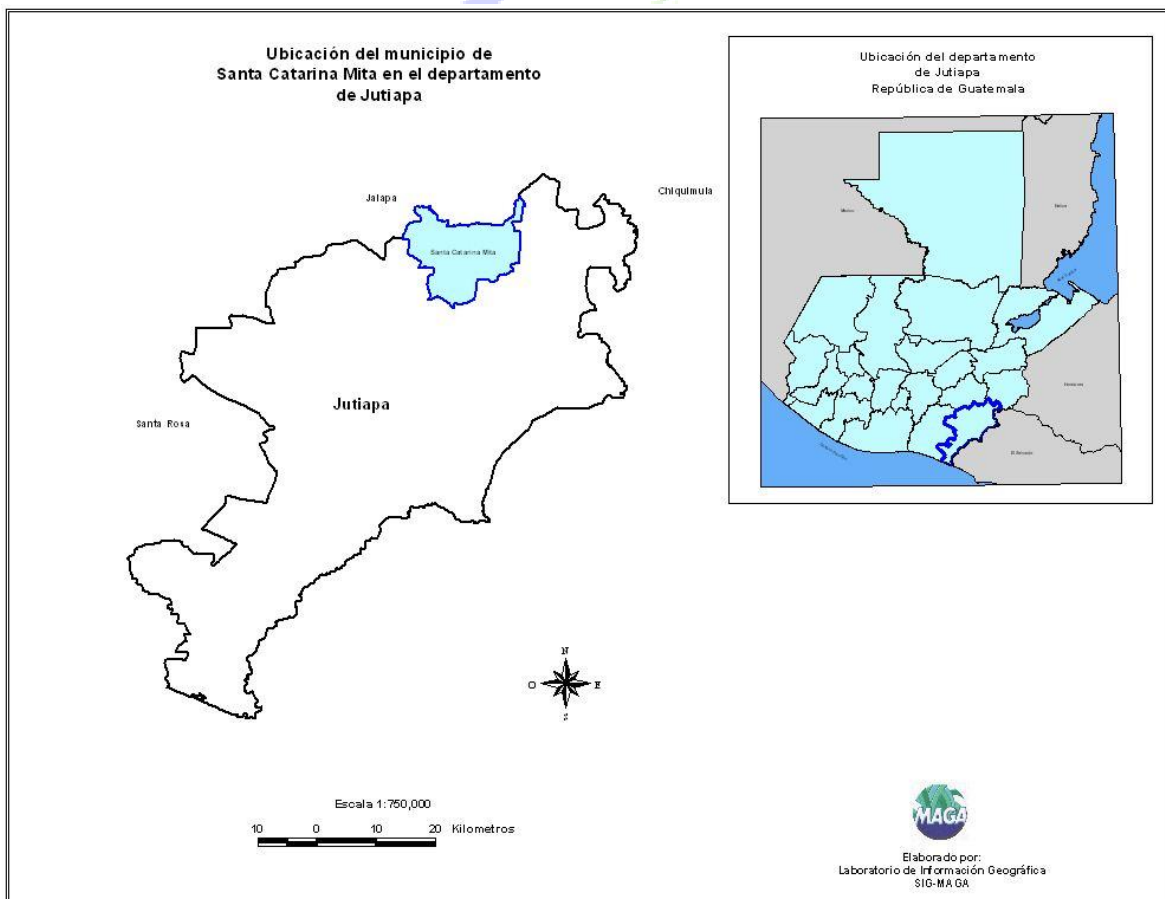
**HIDROGRAFIA:** Posee 14 ríos, siendo los más importantes: Ostúa o grande de Mita, Mongoy, Tahuapa, Tamazulapa, el lago de Guija, la Laguneta La Cruz Roja, y el estero San Juan.

### c) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE SANTA CATARINA MITA, JUTIAPA<sup>4</sup>

#### BREVE HISTORIA:

La palabra MITA viene de la voz náhuatl MICTLAN, que significa CIUDAD DE LOS MUERTOS, sus primeros pobladores fueron toltecas, pipiles y pocomames. Durante la colonia, la comarca perteneció a Chiquimula de la Sierra, siendo uno de los poblados más importantes dentro de la jurisdicción Serrana. Por Decreto, el 9 de Noviembre de 1,853, se segregan del Departamento de Chiquimula y se agregan al de Jutiapa los pueblos de Santa Catarina Mita y los valles de Agua Blanca y el Espinal.

ALTURA: 700 MSNM.



<sup>4</sup> Plan Estratégico Participativo Municipal, Santa Catarina Mita, Jutiapa 2005-2016. Dic. 2005.



UBICACIÓN: se encuentra dentro de la cuenca del Rio Ostúa y al pie del volcán Suchitán.

LIMITES:

Norte: San Manuel Chaparrón de Jalapa

Sur: Asunción Mita y el Progreso de Jutiapa

Este: Agua Blanca de Jutiapa

Oeste: El Progreso de Jutiapa y Monjas de Jalapa

DISTANCIAS: Dista de la cabecera municipal de Jutiapa 34 kilómetros y de la ciudad capital de Guatemala 154 kilómetros.

DIVISION POLITICA: Cuenta con una cabecera municipal que es Santa Catarina Mita, 20 aldeas, 27 caseríos y 3 fincas / Haciendas.

EXTENSION: 132 kms<sup>2</sup>

CLIMA: cálido, con un promedio anual de 25 grados centígrados.

PRECIPITACION PLUVIAL: 1,000 a 1,500 mm. Anuales.

OROGRAFIA: Las tierras son planas, semiplanas, con fuertes pendientes en las faldas del volcán, áridas y pedregosas; posee el volcán Suchitán y cerros.

HIDROGRAFIA: Su principal río es el Ostúa, se encuentra ubicado dentro de las cuencas del río Grande de Zacapa y del río Ostúa.

#### **d) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE ESQUIPULAS, CHIQUIMULA<sup>5</sup>**

BREVE HISTORIA:

ESQUIPULAS, es el antiguo nombre de este municipio, que fue conquistado por los españoles al mando de Pedro de Alvarado el año 1,525. Los esquipultecos realizaron un levantamiento en contra del rey en el año de 1,530.

ALTURA: Tiene una altura de 950 metros sobre el nivel del mar (msnm).

UBICACIÓN: se encuentra ubicado entre las cuencas del grande de Zacapa, río Olopa y Ostúa - Guija

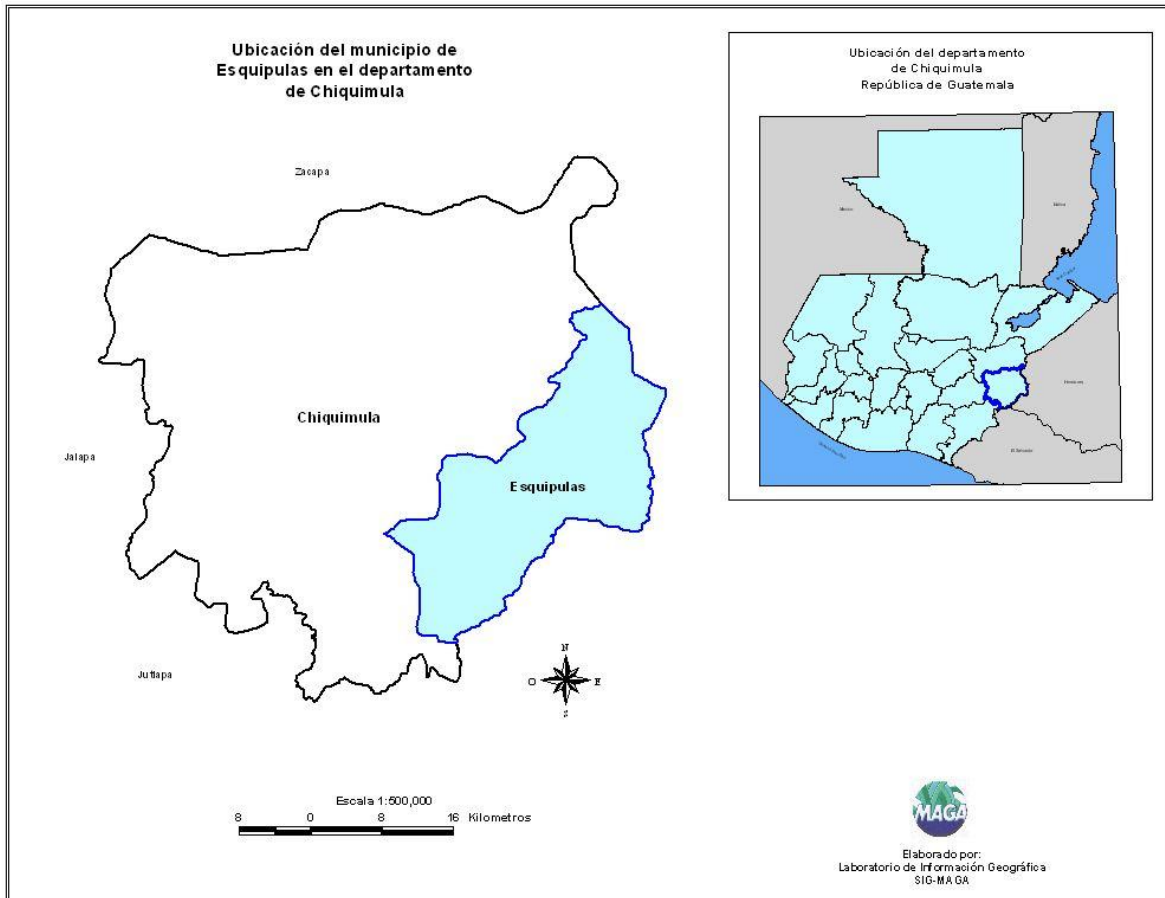
---

<sup>5</sup> Plan Estratégico Participativo Municipal Esquipulas, Chiquimula. Nov. 2006.



**LIMITES:**

- Norte: Jocotán y Camotán de Chiquimula y la República de Honduras.
- Sur: Concepción Las Minas de Chiquimula y La República de el Salvador
- Este: República de Honduras
- Oeste: Quezaltepeque y Olopa de Chiquimula



**DISTANCIAS:**

Dista de la cabecera departamental de Chiquimula 52 kilómetros y de la ciudad capital de Guatemala 222 kilómetros.

**DIVISION POLITICA:**

Cuenta con una cabecera municipal que es la ciudad de Esquipulas, 19 barrios y colonias y 14 aldeas y 136 caseríos

**EXTENSION:** 532 kms<sup>2</sup>

**CLIMA:** es cálido, la temperatura promedio anual es de 26° centígrados

**PRECIPITACION PLUVIAL:** el promedio de la precipitación pluvial es de 1,300 mm. Anuales.



**OROGRAFIA:**

Cuenta con los siguientes macizos montañosos: La Cumbre del Divisadero, Quezaltepeque, Santa María Olopa, El Bolillo, San Isidro, Monte Oscuro; además están los siguientes cerros: Las Cebollas, Monte Cristo, Monte Negro, Vado Hondo, El Brujo y Las Granadillas entre los más importantes. Están los valles de Olopita y Atulapa.

El 65% de los suelo de este municipio tienen una pendiente que va de moderado a muy fuerte, por lo que la vocación de los mismos es de carácter forestal y un 35% es de vocación agrícola debido a que la pendiente va de semiplano a plano.

**HIDROGRAFIA:**

Este municipio está dentro de las cuencas del Río Grande de Zacapa, Río Olopa y la cuenca de los Ríos Ostúa – Guija, y la cuenca del río Jupilingo. Cuenta con los siguientes ríos: Nejapa, San Juan, Tepoctún, Chantiago, Oscuro, -el roble, El chorro, Chacalapa, Atulapa, blanco Anguiatú y Agua caliente que son los que forman el Río Lempa. Los ríos: Playón, Joyitas, Frío, Mapa, Senén, Las Cañas, Chanmagua que forman la cuenca del Río Jupilingo.

**ZONAS DE VIDA:**

Según la clasificación de zonas de vida de Guatemala, a nivel de reconocimiento, de acuerdo con los parámetros de precipitación y altura, en Esquipulas se identifican tres zonas de vida reportadas: Bosque húmedo Subtropical templado - BHST (85.14%), Bosque muy húmedo Subtropical frío (12.61%), Bosque húmedo muy húmedo montano bajo (2.25%).

**e) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE IPALA, CHIQUIMULA<sup>6</sup>**

**BREVE HISTORIA:**

La palabra IPALA viene de la voz Chortí IPAL-JA, que quiere decir ASIENTO DE REYES. Fue elevado a la categoría de municipio el 11 de octubre de 1,825 y actualmente pertenece al departamento de Chiquimula.

**ALTURA:** 832 msnm de la cabecera municipal y existen alturas que van de los 785 a los 1,200 msnm.

**UBICACIÓN:**

Latitud Norte: 14° y 32 minutos

Longitud oeste: 89° y 37 minutos.

**LIMITES:**

Norte: San José La Arada, Chiquimula

Sur: Agua Blanca, Jutiapa

---

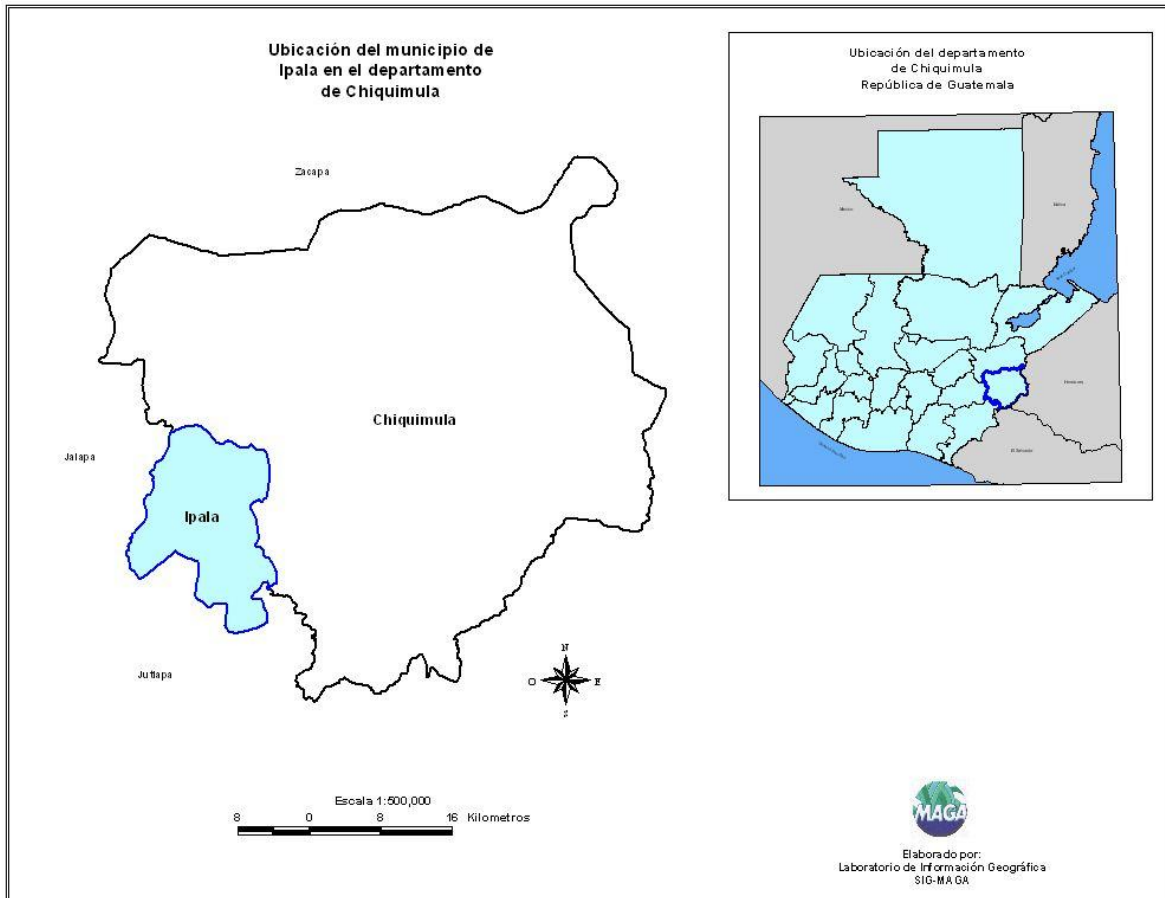
<sup>6</sup> Diagnóstico Agrícola del Municipio de Ipala, Chiquimula. 2006.



Diagnostico de la Situación de la micro, pequeña y mediana empresa Artesanal en la región de la Cuenca Alta del Rio Lempa de Guatemala

Este: San Jacinto, Concepción Las Minas y Quezaltepeque de Chiquimula  
Oeste: San Luis Jilotepeque, Jalapa

DISTANCIAS: De la cabecera municipal a la ciudad capital de Guatemala hay 175 kilómetros y a la cabecera departamental de Chiquimula hay 40 kilómetros.



DIVISION POLITICA: Una cabecera municipal que es Ipala, 30 aldeas, 44 caseríos y 4 fincas.

EXTENSION: 228 kms<sup>2</sup>

PRECIPITACION PLUVIAL: el rango anual va de los 600 a los 1,200 mm

TEMPERATURA: el promedio anual es de 27 a 28 grados centígrados.

ZONAS DE VIDA: tiene dos zonas de vida que según la clasificación de Holdrige son: Bosque muy húmedo subtropical cálido (BMHSC) y Bosque Seco Subtropical (BSS).

OROGRAFIA: Este municipio cuenta con muchos valles, un 44% va de lo plano a lo moderadamente inclinado lo que lo hace apto para la agricultura, Y 56% es de vocación



forestal debido a que la pendiente va de inclinado a fuertemente inclinado. Cuenta dentro de su territorio con el Volcán de Ipala.

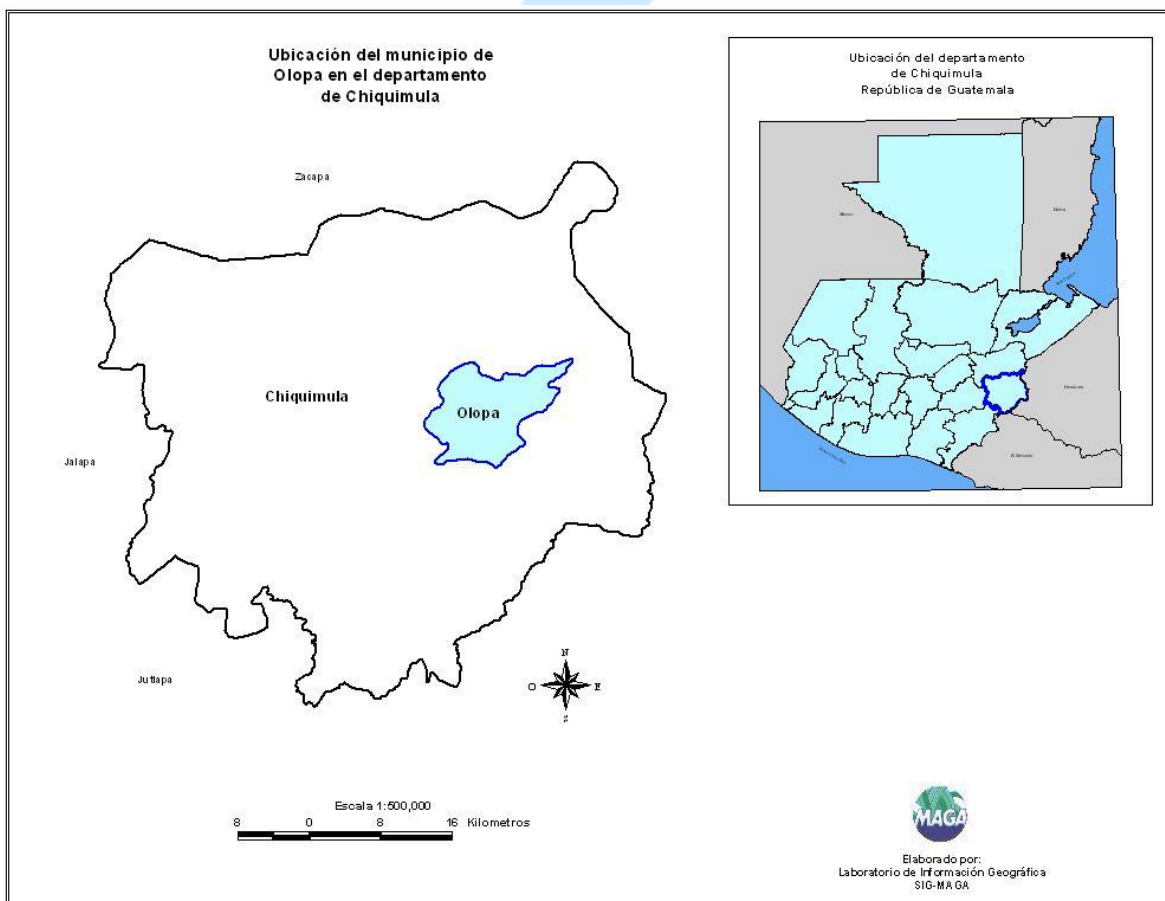
**HIDROGRAFIA:** Está situada dentro de las cuencas: Río Grande de Zacapa y el río Lempa; y las sub-cuencas del río San José y Cacahuatepeque. Los ríos más importantes son: Cacahuatepeque, Poza de la Pila y San Francisco.

#### **f) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE OLOPA, CHIQUIMULA<sup>7</sup>**

**BREVE HISTORIA:** La palabra Olopa se deriva de la voz náhuatl OLOTL que quiere decir OLOTE y APAN que quiere decir agua o río, es decir Olote del Río.

La palabra CHORTI viene de la voz maya CHOR que quiere decir MAIZ y TI que quiere decir BOCA, es decir MILPA DE LA BOCA.

**ALTURA:** 1,350 msnm.



<sup>7</sup> Plan Estratégico Participativo Municipio de Olopa, Chiquimula, 2007-2015, Abril 2007.



**UBICACIÓN:**

Latitud Norte: 14° 41 minutos.

Longitud oeste: 89° 21 minutos.

**LIMITES:**

Norte: Jocotán y San Juan Ermita, Chiquimula

Sur: Esquipulas y Quezaltepeque de Chiquimula

Este: Esquipulas, Chiquimula

Oeste: Quezaltepeque, Chiquimula

**DISTANCIAS:**

De la cabecera municipal a la ciudad de Guatemala hay 217 kilómetros y a la cabecera departamental de Chiquimula hay 42.56 kilómetros.

**DIVISION POLITICA:** Una cabecera municipal que es Olopa, 24 aldeas y 35 caseríos.

**EXTENSION:** 156 kms<sup>2</sup>

**PRECIPITACION PLUVIAL:** Promedio anual de 1,00 a 2000 mm.

**CLIMA:** Frío, con un rango de temperaturas que van de los 18° centígrados a los 35° centígrados.

**ZONAS DE VIDA:** Bosque Húmedo subtropical templado (BHST).

**OROGRAFIA:** Cuenta con los siguientes macizos montañosos: El duende, La Cruz, La Periquera, Las Palmas, Ticanos, y El Tablón. La mayor parte del territorio de este municipio es de una pendiente de fuerte a muy fuerte, por lo que la vocación natural de estos suelos es forestal y no agrícola.

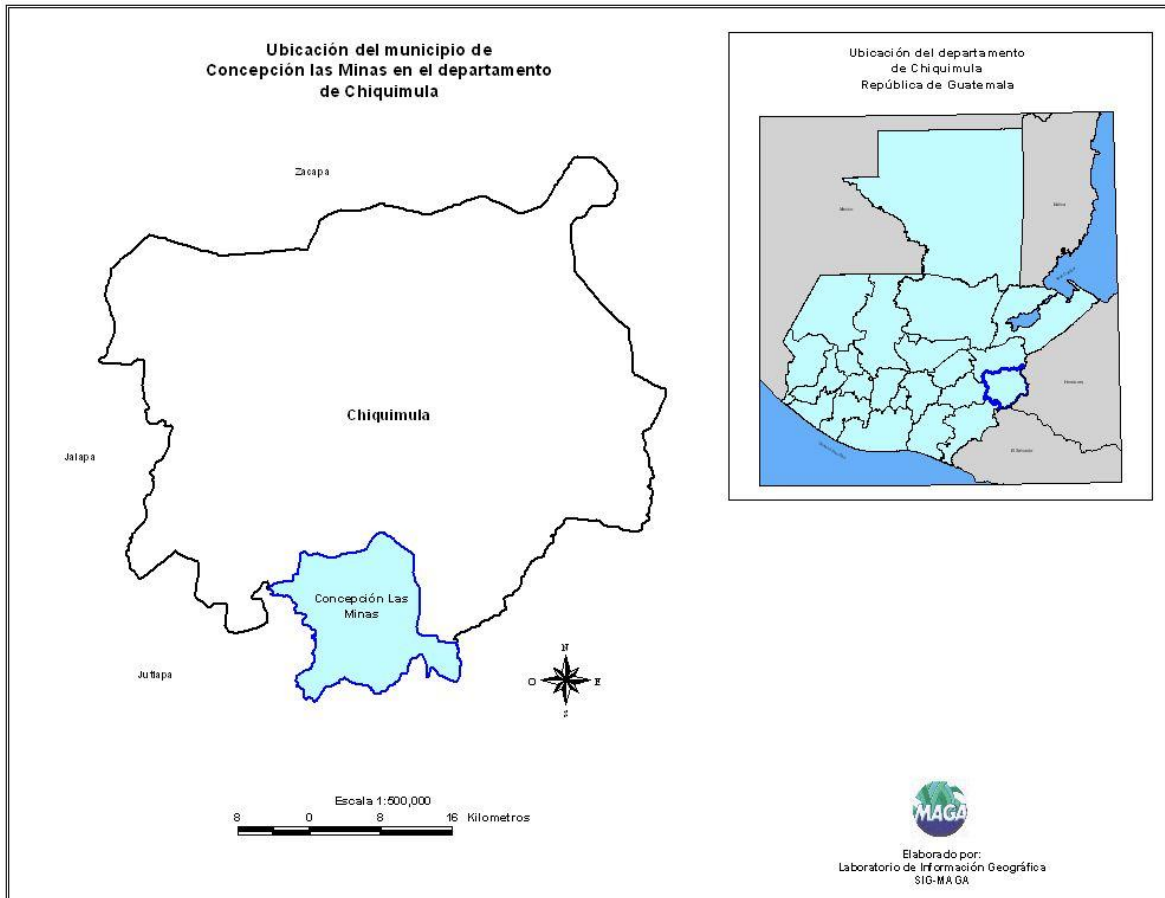
**HIDROGRAFIA:** este municipio está ubicado dentro de las siguientes subcuencas de los ríos: Cayur, San Juan, Quebrada El Jiote, Quebrada Torojá y Carecaj. Además, tiene tres lagunas: Tuticopote, Cayur y Campana.





### g) SITUACION GEOGRAFICA MUNICIPIO DE CONCEPCION LAS MINAS, CHIQUIMULA<sup>8</sup>

BREVE HISTORIA: la cuarta Constitución Política del Estado de Guatemala, decretada por la Asamblea del 11 de octubre de 1,825, menciona a Concepción Las Minas como perteneciente al distrito número 4 del circuito de Chiquimula y el 8 de junio de 1,893 fue elevado a la categoría de municipio. Su nombre proviene de la patrona del lugar, la Virgen de Concepción y Las Minas por el hecho de que en la época colonial sus pobladores se dedicaron a la explotación minera.



ALTURA: 750 msnm.

UBICACIÓN:

Latitud Norte: 14° 45 minutos.

Longitud Oeste: 89° 25 minutos.

DISTANCIAS

Está ubicada a 48 kilómetros de la cabecera departamental de Chiquimula y a 221 kilómetros de la ciudad capital de Guatemala.

<sup>8</sup> Plan Estratégico Participativo Municipal, Concepción Las Minas, Chiquimula, 2006-2015. Nov. 2005



**LIMITES:**

Norte: Quezaltepeque, Chiquimula  
Sur: República de El Salvador  
Este: Esquipulas, Chiquimula  
Oeste: Agua Blanca, Jutiapa

**DIVISION POLITICA**

Tiene una cabecera municipal, 3 barrios, 19 aldeas y 87 caseríos.

**EXTENSION:** 160 kms<sup>2</sup>

**CLIMA:** es cálido, con temperaturas que van de los 25° a los 28° centígrados.

**PRECIPITACION PLUVIAL:** esta va de los 1,000 a los 1,300 mm anuales.

**OROGRAFIA:** cuenta con los siguientes cerros: Monte Cristo, Monte Negro, Vado Hondo, Brujo, y Las Granadillas. Las montañas más importantes son: De La Helada, Las Peñas, Las Granadillas y Las Piedras o Hierbabuena.

**HIDROGRAFIA:** los ríos más importantes del municipio son: Río Grande, Las Minas, Chapulapa, Frío, (línea divisoria entre Guatemala y el Salvador) y Los Encuentros. Además cuenta con numerosas quebradas.



**Plan Trifinio**  
*"Agua sin fronteras"*

El Salvador • Guatemala • Honduras



#### IV. ANÁLISIS DEL SECTOR ARTESANAL

Las artesanías de Guatemala datan de tiempos prehispánicos. Con la llegada de los españoles en 1518, las artesanías tradicionales mesoamericanas empezaron a incorporar las tecnologías, técnicas y diseños europeos sin perder su carácter netamente indígena. Manteniendo sus antiguas características de colorido y elaboración, las artesanías guatemaltecas son hoy el reflejo de la riqueza histórica y cultural del país.

La producción artesanal se caracteriza por la organización de talleres familiares, que forman pequeñas industrias mercantiles y complementan a otras actividades económicas fundamentales, como la agricultura.

Detrás de la artesanía y del artesano, existe una profunda realidad histórico-cultural, que se inserta al mercado de trabajo y a la economía nacional.

Las artesanías de Guatemala constituyen un importante sector de la población del país, pudiendo este sector llegar a incluir hasta un millón<sup>9</sup> de personas que, directa o indirectamente, participan o se benefician del mismo.

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.

##### **1. Caracterización del Sector Artesanal de la Zona del Trifinio**

En la zona del Trifinio, sujeta del presente estudio, se encuentran limitadas expresiones artesanales, las cuales se pueden considerar sobrevivientes de oficios y usos antiguos, por un lado, y por el otro, una alternativa de generación de ingresos a la agricultura, especialmente en lugares turísticos como Esquipulas.

En la zona únicamente se pudieron identificar los municipios de Esquipulas y Olopa con alguna actividad artesanal importante. No obstante, sí se puede afirmar que existe cierta diversidad, pues en el municipio de Esquipulas se encuentran productos como: artesanías de cuero e hilo, madera, yeso, dulces, conservas, corona o toquilla. En Olopa se encuentra solamente una organización artesanal – La Asociación de Mujeres Olopenses – que se dedica a la elaboración de productos con fibras vegetales de maguey, tiñéndolas con tintes naturales.

---

<sup>9</sup> Según con conclusiones obtenidas por el Proyecto de Apoyo al Desarrollo de las Artesanías de Guatemala – PROART – de la Unión Europea y Agexpront, en su Plan Nacional de Apoyo a las Artesanías, 2,000.



En los municipios de Santa Catarina Mita, Ipala, Concepción Las Minas, Asunción Mita y Agua Blanca, no se encontraron microempresas o talleres individuales que se consideraran representativos para el presente estudio, tanto por el equipo de campo, como por la Oficina Municipal de Planificación.

### **Exclusión del Calzado como Actividad Artesanal**

Como una aclaración necesaria, no se consideró dentro del sector artesanal a la actividad de zapatería o elaboración de calzado semi-industrial que se lleva a cabo en el municipio de Santa Catarina Mita, Jutiapa.

Es una tendencia internacional y bien establecida en documentos como la Carta de la OEA o por la Organización Iberoamericana de la Artesanía, que no se incluya a la elaboración de calzado o zapatería semi-industrial en la actividad artesanal. Aunque esta actividad presenta similitudes en la operación, no se considera que las estrategias que se utilicen para la artesanía de la zona puedan utilizarse para impulsar al calzado, especialmente el que respecta a Santa Catarina Mita y específicamente a la COOPROCALZA, R.L.

Esta cooperativa integra a varios asociados zapateros de tradición, quienes a lo largo de los años han venido buscando alternativas para la comercialización, el canal más acostumbrado es el de vender al por mayor (aunque el volumen no sea tan alto), zapato de imitación a mercados cantonales y segmentos de zapaterías populares que lo demandan.

Es precisamente este elemento el que hace que no se considere como una artesanía, pues los oficios artesanales se heredan de generación en generación y expresan la cultura y tradición de un pueblo y su gente, utilizan sistemas principalmente manuales para la producción y transmiten un mensaje al cliente que las compra.



## 2. Productos Artesanales de la Zona CARL

a) Productos de maguey teñidos con tintes naturales:

Elaborados por la AMO en Olopa, la actividad de elaborar lazos con fibras de maguey es tradicional en el municipio, aunque ha decaído significativamente desde la introducción de los lazos de plástico / nylon.

Elaboran cinchos, sandalias, bolsas, morrales, lámparas, marcos de fotos de maguey. Su diferenciación consiste en el teñido de los productos con tintes naturales. Han logrado desarrollar una gran variedad de productos, aunque no han podido estandarizar la producción para cumplir con pedidos específicos.

Según la dirigencia de la AMO, se enfrenta un problema al tratar de elaborar productos en volúmenes grandes, pues la destreza productiva una productora no es igual a la de otra y para replicar los productos y sus características sería necesario que la productora capacitara a las demás, y éstas se muestran renuentes a compartir sus secretos de producción.

Cuentan con una tienda en una de las calles principales de Olopa, no obstante, debido a la poca visitación de turistas nacionales o extranjeros, sus ventas son muy bajas. Suelen vender únicamente durante Ferias y Exposiciones nacionales y en el extranjero, a las cuales son invitadas.

No cuentan con una marca, etiquetas o empaque que las diferencie. El apoyo más necesitado es el de conseguir clientes, lo que obliga a la diversificación de productos, aunque el financiamiento para materias primas también es importante.

b) Productos de Cuero:

Llaveros y pulseras de cuero, collares, bolsas, monederos, en general souvenirs de Esquipulas. Se constituyen en souvenirs populares de bajo costo para los turistas peregrinos que desean llevar recuerdos sencillos y baratos a sus países de origen.

No cuentan con diseños propios o con





tecnología de producción especial. Los diseños son muy repetitivos y poco originales.

La mayoría de los productores de estos artículos se encuentran organizados en la Asociación de Desarrollo Integral de los Artesanos de Esquipulas – ADIAES – y otros en el Sindicato SCAME, aunque en esta segunda hay más comercializadores que productores.

c) Productos Alimenticios (dulces o conservas):



Algunos no provienen de Esquipulas, sino de la cabecera de Chiquimula, pero se venden bien en el mercado. Es una actividad eminentemente local y los productos no cuentan con procesos químicos o de refinación. No obstante, tampoco observan buenas prácticas. No tienen etiquetas, marcas o empaques especiales.

Es una de las actividades más tradicionales de Esquipulas y por la que muchas personas recuerdan al lugar.

No se aprecia ningún tipo de organización en cuanto a quienes producen qué y cómo o sobre qué ingredientes usar. Los colorantes que usan son artificiales y se aplican sin ningún control de calidad o sistematización.

d) Productos Religiosos (elaborados con yeso, mármol, madera y materiales sintéticos):

Se aprecia mucha destreza y capacidad para la producción de estos artículos. Constituyen la mayoría de productos que se venden, por el turismo religioso del que Esquipulas es objeto. Existe mucha repetición e imitación, aunque no existen estándares de tamaños, colores, formas, etc. Los productos son verdaderas obras de arte y podrían competir en otros mercados a nivel nacional y regional.

Es de hacer notar que se empiezan a encontrar artículos religiosos importados, de mala calidad y menores precios que hacen competencia desleal a estos productos hechos a mano.



No cuentan con una marca, etiquetas o empaque que las diferencie. Los productores y comercializadores de estos productos participan en alguna de las organizaciones locales: SCAME, ADIADES o Artesanos Independientes, aunque esto no implica que vendan o compren materia prima en conjunto. La capacidad productiva con la que cuentan es



significativa, el mercado local de Esquipulas ya es muy pequeño para lo que podrían producir.



e) La Toquilla:

Es un producto local por excelencia y decora actividades, vehículos, casas, etc. Especialmente se usa para decorar los sombreros de Esquipulas y autobuses en fechas específicas.

El producto está hecho de maguey que se trae de la zona de Jocotán, tiñéndolo con tintes sencillos como lo son las anilinas, utilizando siempre los mismos colores.

Los artesanos no cuentan con una organización formal. Es una actividad que aparenta dejar muchas utilidades. Las productoras no tienen niveles educativos o de capacitación elevados. Podrían tener una gran capacidad de producción si se pudiera contar con pedidos fuera de Esquipulas.

f) Artículos Decorativos de Bambú:

Este no es un producto tradicional de Esquipulas y tiene muy poco tiempo de hacerse. Fue introducido con el apoyo de la Misión de la República de China y el PRODERT. Se han dedicado a 3 líneas principales: 1) los artículos decorativos o de souvenir, como porta-tarjetas, porta-lapiceros, canastas, entre otros; 2) muebles, como salas, mesas, comedores, dormitorios; y 3) la construcción de vivienda, en la cual se realizaron cursos sobre como construir casas usando bambú como estructura.



Los souvenirs sencillos ofrecen poca competencia a souvenirs tradicionales que los turistas acostumbran a llevar, con la diferencia que el bambú no expresa ninguna identidad del lugar. Los artículos decorativos / utilitarios y los muebles podrían usarse para decoración en hoteles, restaurantes o casas, pero éste producto tiene mucha competencia a nivel nacional.





### 3. FODA del Sector

#### FORTALEZAS:

- La principal fortaleza de las artesanías de la zona de Olopa es la diferenciación de los productos elaborados con fibras de maguey teñidas con tintes naturales.
- A la vez, la mayor fortaleza de los artesanos y artesanas de Esquipulas es la existencia de un mercado cautivo, constituido por los turistas peregrinos que visitan la ciudad. Esto permite que artículos religiosos se vendan como suvenires. Este mercado se extiende a peregrinos de toda la región centroamericana y México.
- La destreza para realizar la producción de las diversas artesanías, es una fortaleza que les faculta para diversificar e innovar en otros productos que el mercado pudiera demandar.
- Cuentan con organizaciones de artesanos bien establecidas y con estatutos, lo que les permite una capacidad de convocatoria eficiente y podría ser el inicio de organizaciones con enfoque productivo y comercial.
- Tienen experiencia de muchos años en sus oficios artesanales y, a la vez, cuentan con gente joven y dinámica.

#### OPORTUNIDADES:

- La oportunidad de participación en exposiciones y ferias locales y regionales, presentan la oportunidad de ampliar sus ventas, así como, obtener clientes en otros lugares para alcanzar la distribución de sus productos.
- Captar el mercado de turismo que se desenvuelve alrededor de la Basilica para vender sus productos artesanales.
- Con el incremento de la visitación turística, los artesanos pueden mejorar sus volúmenes de venta.
- La imagen que representa Esquipulas en la población centroamericana y guatemalteca en el exterior les permite ingresar con facilidad a mercados de exportación, en especial a Mexico y EEUU., así como a nichos de mercado como el mercado nostálgico, mercado de productos religiosos, artículos decorativos y de regalo.
- Existen programas en la zona Carl que apoyan la capacitación y asistencia técnica de los artesanos para lograr la diversificación de sus productos y poder incorporarse a nuevos mercados.



DEBILIDADES:

- No cuentan con el capital necesario para poder operar de manera auto-sostenible, mucho menos para poder diversificar y tecnificar su producción. Además, tampoco pueden comprar materia prima en cantidad, lo que reduce su capacidad de producción, eficiencia y capacidad de respuesta a pedidos.
- No tienen locales propios para efectuar sus ventas, sólo de alquiler, lo que en algunos casos genera altos costos de funcionamiento.
- Algunos de los créditos con los que cuentan no obedecen a planes de negocios y por lo tanto la carga financiera resulta mucho más alta de la que pueden pagar.
- La mayoría de empresas son unidades productivas informales, sin estructura administrativa, procesos de planificación, ni personería jurídica.
- La venta de la mayoría de artesanías obedece a temporadas del año específicas, generando épocas sin ventas y épocas con exceso de demanda. Sin un plan de producción adecuado y productos financieros flexibles, les es muy difícil funcionar.
- Falta de tecnificación de la producción, no cuentan con maquinaria que los haga más productivos y con costos competitivos para enfrentar los productos importados sustitutos.
- Los productos no cuentan con una debida identificación, mediante logos, etiquetas, sellos u otros, con los cuales determinen su origen, garanticen calidad o establezcan un estándar.
- Aunque existen organizaciones, en éstas no se logrado impulsar un plan de compras asociativas de materia prima, con lo cual, podrían ahorrar en costos por el volumen de la compra y la reducción en gastos de transporte, homogenizar la calidad y facilitar la producción en serie.
- No existen acuerdos entre el gremio artesanal (código de ética gremial) para respetar y proteger su actividad económica. No existen estándares, precios establecidos, materiales de calidad, que se usen para las artesanías de Esquipulas, lo que podría generar mala calidad y por ende mala imagen en los productos. Ya se han identificado comercializadores que venden productos importados (chinos o de otro origen) más baratos y de mala calidad que sustituyen a los elaborados localmente.
- Las fuentes de financiamiento que les brindan productos financieros no se adaptan a las necesidades del sector.
- Aún no exportan sus productos.
- No cuenta con una marca, empaque, patente que los identifique, para incorporarse a nuevos mercados con imagen de Esquipulas u Olopa.
- Se aprecia una falta de cultura / visión empresarial, mediante la cual se relacione al crédito como un elemento necesario para el desarrollo empresarial, siempre y cuando se solicite sobre la base de un plan de negocios y con un enfoque de rentabilidad y autosostenibilidad. Debido a experiencias anteriores, algunos empresarios ven las fuentes de financiamiento como oportunidades de acceso a fondos asistencialistas y paternalistas, sin tomar en cuenta que los fondos que se reciban deberán ser reintegrados con intereses.



AMENAZAS:

- Las amenazas pueden identificarse como parte de una cadena que puede generar efectos negativos a los artesanos y artesanas de la región del Trifinio: La falta de mercado genera poca producción y poca disponibilidad de capital, esto puede provocar la quiebra o desaparición de alguno de los negocios artesanales locales.
- La falta de financiamiento adecuado para las empresas u organizaciones artesanales puede acrecentar el círculo anterior. Especialmente si el financiamiento no es flexible o cuenta garantías que no se adaptan a la realidad de los artesanos locales.
- El cambio de autoridades municipales por el reciente proceso electoral puede provocar que el apoyo que el sector ha tenido se acabe.
- La falta de mejoramiento en la calidad de los productos o en la no diversificación de la oferta de productos puede provocar bajas en las ventas.
- La competencia desleal puede generar mala imagen en los productos de la región y baja en las ventas. Muchas veces el intermediario se hace pasar por productor.
- Que la oferta local de productos artesanales, sea sustituida por productos industriales importados (plásticos y otros) de México, China u otros países, con muy mala calidad y a precios bajos.
- La falta de investigación de las necesidades de los mercados locales, nacionales o regionales, puede afectar el futuro de las ventas de artesanías de la zona.
- La falta de cohesión de las organizaciones de artesanos o de dispersión de los productores, puede continuar afectando la competitividad de los precios de los productos y la poca capacidad de compra de materias primas.
- La inseguridad en el país y reducción del turismo, especialmente salvadoreño, puede mermar el volumen de las ventas.

Plan Trifinio  
"Agua sin fronteras"

El Salvador • Guatemala • Honduras



#### 4. Organizaciones Gremiales

Se puede afirmar que existen pocos productores dispersos en la zona, aunque las organizaciones que los representan adolecen de ciertas deficiencias en cuanto a su nivel de representatividad y prestación de servicios a sus asociados. Las organizaciones de productores son las siguientes:

Asociación de Mujeres Olopenses – AMO					
Persona contacto	Figura Legal	No. Socios (as)	Dirección / Sede	Teléfonos	Actividad Principal / Productos
Sonia Dalila Paz Quintana de Guevara, Presidente	Asociación No Lucrativa	200 socias Solo 26 artesanas	1ª calle, Olopa, Chiquimula	59317198, 59642174	Lazos de maguey - Cinchos, sandalias, bolsas, morrales, lámparas, marcos de fotos de maguey. Teñidos con tintes naturales.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta es una organización integrada por alrededor de 200 mujeres, la mayoría proveniente de las aldeas de Olopa. Ejecuta proyectos de desarrollo financiados por la cooperación internacional, especialmente en temas de nutrición, seguridad alimentaria, desarrollo de la mujer, entre otros.</li> <li>• Aunque su asociación es legal, no facturan los productos.</li> <li>• Cuentan con acceso a Internet y correo electrónico, no tienen Website.</li> <li>• Cuentan con el apoyo de entidades nacionales como el Ministerio de Economía, ASEDECHI, AGER y otros, los cuales les invitan a reuniones y capacitaciones; el apoyo más necesitado es el de conseguir clientes, lo que obliga a la diversificación de productos, aunque el financiamiento para materias primas también es importante.</li> </ul>					

Asociación de Desarrollo Integral de los Artesanos de Esquipulas – ADIAES					
Persona contacto	Figura Legal	No. Socios (as)	Dirección / Sede	Teléfono	Actividad Principal / Productos
Juan Francisco Romero – Presidente, Rep. Legal	Asociación No Lucrativa	40 socios	Esquipulas, Chiquimula	57357835	Artesanías en cuero, madera, yeso y mármol: Llaveros y pulseras de cuero, collares, bolsas, cuadros religiosos, imágenes religiosas.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización fundada en 2,002 y legalizada en 2,004. Contaba con 85 socios, pero se ha reducido a 40.</li> <li>• Su principal rol gira en torno a impulsar iniciativas de beneficio para los socios, como puestos de venta, actividades de exposición y venta, reuniones ante autoridades y entidades de apoyo, entre otras.</li> <li>• Los productos que elaboran y venden son muy tradicionales.</li> <li>• No venden en conjunto, únicamente se reúnen para coordinar actividades y defender sus intereses en el mercado de artesanías de Esquipulas.</li> <li>• La mayoría de sus socios no facturan sus productos.</li> <li>• Cuentan con un FODA de reciente realización.</li> <li>• No cuentan con una marca, etiquetas o empaque que las diferencie.</li> <li>• No evidencian la utilización de correo electrónico o Internet y no tienen Website.</li> <li>• Cuentan con el apoyo de entidades locales y nacionales como el Ministerio de Economía, la URL y otros.</li> </ul>					



Diagnostico de la Situación de la micro, pequeña y mediana empresa Artesanal en la región de la Cuenca Alta del Rio Lempa de Guatemala

<b>Sindicato de Comerciantes y Artesanos del Municipio de Esquipulas – SCAME</b>					
Persona contacto	Figura Legal	No. Socios (as)	Dirección / Sede	Teléfonos	Actividad Principal / Productos
María Asunción Burgos	Asociación No Lucrativa	46 socios	4ª calle 1-59 Zona 4, Esquipulas, Chiquimula	79430972	Llaveros y pulseras de cuero, collares, imágenes religiosas de yeso y mármol, cuadro religiosos de madera, dulces de azúcar, etc.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En actividad legal desde 2,004.</li> <li>• Su principal rol gira en torno a defender los espacios de sus asociados en el Mercado de Artesanías alrededor de la Basílica, así como en la búsqueda de oportunidades de capacitación, financieras, comerciales.</li> <li>• Algunos de sus asociados no son productores y otros sólo se dedican a la comercialización.</li> <li>• Los productos que elaboran y venden son muy tradicionales.</li> <li>• No venden en conjunto, cada uno vende por su cuenta.</li> <li>• La mayoría de sus socios no facturan sus productos.</li> <li>• No cuentan con una marca, etiquetas o empaque que los diferencie.</li> <li>• No evidencian la utilización de correo electrónico o Internet y no tienen Website.</li> <li>• Cuentan con el apoyo de entidades locales como la Municipalidad y COOSAJO.</li> <li>• Afiliados a la Central General de Trabajadores de Guatemala – CGTG</li> </ul>					

<b>Artesanos Independientes de Esquipulas</b>					
Persona contacto	Figura Legal	No. Socios (as)	Dirección / Sede	Teléfonos	Actividad Principal / Productos
Marco Tulio Reyes	Grupo Informal de Productores	125 artesanos	0 Avenida 10-51 zona 1, Esquipulas, Chiquimula	57571941	Productos Religiosos elaborados con yeso, mármol y otros materiales sintéticos.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No cuentan con personería jurídica, pero han buscado reunirse para buscar oportunidades de mercados o capacitaciones.</li> <li>• Muchos de los productores no venden directamente, sino venden a revendedores con puestos en el mercado de artesanías de la Basílica, en algunos casos a consignación.</li> <li>• Cuentan con más capacidad de producción que demanda, pero no venden fuera de Esquipulas, sólo venden a clientes que les llegan a comprar y a clientes finales.</li> <li>• Tienen buenas técnicas de producción y se pueden adaptar muy bien a la diversificación de productos y mercados.</li> <li>• No venden en conjunto, cada uno vende por su cuenta. Ni compran su materia prima en conjunto, lo que los hace menos competitivos.</li> <li>• La mayoría de sus socios no facturan sus productos.</li> <li>• No cuentan con una marca, etiquetas o empaque que los diferencie.</li> <li>• No evidencian la utilización de correo electrónico o Internet y no tienen Website.</li> <li>• Podrían vender sus productos fuera de Esquipulas, en ciudades como Guatemala, Quetzaltenango y otras, en torno a Iglesias, tiendas de artículos religiosos, colegios, entre otros.</li> </ul>					



### 5. Necesidades de Capacitación y Asistencia Técnica

El presente listado contiene los temas más solicitados que demandaron los entrevistados:

Área Empresarial / Administrativa	Área Técnica Productiva
<ul style="list-style-type: none"><li>• Administración de negocios</li><li>• Atención al cliente</li><li>• Motivación personal</li><li>• Costos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Calidad total</li><li>• Nuevos diseños y productos</li><li>• Elaboración de tintes naturales</li><li>• Mejorar los matices</li><li>• Tecnificación de la producción</li><li>• Como instalar un taller productivo</li><li>• Manejo de maquinaria y herramientas</li><li>• Como reparar compresor</li><li>• Carpintería industrial</li><li>• Manejo de la madera</li><li>• Elaboración de moldes</li><li>• Como manejar la resina</li></ul>



## 6. Conclusiones

- Las actividades artesanales en la zona del Trifinio obedecen principalmente a la demanda que genera el turismo que visita Esquipulas y en menor medida las ferias y exposiciones regionales.
- Este sector solo fue identificado en los municipios de Olopa y Esquipulas del departamento de Chiquimula, en el departamento de Jutiapa las OMP visitadas indicaron que no existe esta actividad en cada uno de sus municipios.
- En Olopa las artesanías producidas son en base a la fibra de maguey con la cual se elaboran bolsas, mecapales, lazos, sillones, lámparas, calzado, etc., las oportunidades para vender de la AMO son únicamente en ferias y exposiciones, pues en la tienda en Olopa reciben muy pocos clientes o visitantes.
- Solo algunas de las microempresas identificadas están constituidas legalmente, la mayor parte de las mismas son pequeños talleres de carácter familiar. Todas tienen un representante y un teléfono de contacto.
- Los problemas más sentidos en este sector son la falta de capital, para poderse desarrollar adecuadamente, y la falta de mercado fuera del municipio de Esquipulas, el cual depende en su mayoría de la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan como peregrinos la ciudad.
- La producción artesanal es eminentemente rudimentaria y familiar, es decir que para su producción se utilizan herramientas simples, lo que influye directamente en el volumen de producción y hace poco rentable el negocio.
- La materia prima es comprada en su totalidad en la ciudad capital, exceptuándose el caso de las artesanías de maguey de Olopa que no compran su materia prima sino las cosechan en el mismo municipio, pero sin un manejo sostenible del recurso. Ningún grupo de artesanos compra su materia prima en conjunto, lo que les resta competitividad.
- Dentro de las necesidades de capacitación están la tecnificación de la producción, el manejo de maquinaria, la administración de negocios y la elaboración de nuevos diseños y productos.
- Algunos artesanos productores de cuadros e imágenes religiosas exportan los mismos a Honduras y El Salvador, por su excelente calidad, aunque los clientes compran directamente en la ciudad. Dentro de Guatemala sólo venden al mercado de turistas de Esquipulas, por lo que existe un mercado potencial sin explorar en el mismo país.





- Aunque no se puede identificar un nivel de escolaridad específico, se pudo detectar que la mayoría de artesanos de Esquipulas ha recibido algún nivel de educación, lo que resulta importante para el desarrollo de cualquier intervención del proyecto, especialmente de capacitación.
- Según lo evidenciado, hay una tendencia fuerte entre los artesanos de ser parte de alguna organización, asociación, o algún tipo de unión pro-empresarial. Lo cual es un fenómeno que favorece la puesta en práctica de intervenciones y colaboraciones con estas organizaciones, para multiplicar efectos, aunque el nivel de estas organizaciones es todavía muy débil, principalmente en los aspectos de gestión.
- No hay evidencias de una planificación empresarial en la actividad artesanal, no se encontraron planes de negocio que proyecten resultados a corto, mediano o largo plazo de las organizaciones, ni de las mipymes.



## 7. Recomendaciones

- **Integración de la cadena productiva**, esto implica identificar a todos los actores involucrados en la actividad artesanal; desde los proveedores de materia prima e insumos, hasta los comercializadores. Esta actividad no debe hacerse únicamente con fines estadísticos, sino para obtener de cada actor sus puntos de vista sobre el desarrollo del sector artesanal y los elementos necesarios para mejorar su posición en la cadena. Por ejemplo, los productores de artículos religiosos o de la toquilla podrían estar interesados en dedicarse únicamente a la producción, estableciendo alianzas o encadenamientos con comercializadores locales, quienes se convertirían en acopiadores de productos y distribuidores para diferentes mercados. Lo más importante es que, con un enfoque de competitividad sistémica se establezca una cadena justa y transparente de costos y precios.
- Es necesario impulsar la realización de **Planes de Negocio** por organización y por microempresa, buscando planificar su operación de acuerdo a su rol en la cadena productiva y planteando la búsqueda de resultados a corto, mediano y largo plazo. Es de acuerdo a estos planes de negocio que deberán gestionarse los apoyos financieros necesarios para potenciar la actividad artesanal local.
- Debido a la marcada comercialización únicamente local, se recomienda iniciar procesos de **capacitación** en temas como: visión empresarial, promoción, ventas, mercadeo.
- Luego del período conceptual de las capacitaciones, se deberían realizar visitas de **prospección de mercados** a lugares con alto potencial comercial para cada actividad; segmentando los clientes que se adaptan para cada producto. Por ejemplo, hacer visitas a tiendas de productos religiosos en las zonas 1, 9, 10 o 13 de la Ciudad de Guatemala, a organizaciones cristianas, colegios cristianos o participar en ferias especializadas; todo esto con los artesanos productores o los comercializadores de productos religiosos de resinas, yeso, polvo de mármol, madera.
- Realizar participaciones en **ferias nacionales e internacionales**, fuera de Esquipulas, en las cuales se pueda explotar el segmento de **mercado nostálgico**, de personas que han emigrado de Esquipulas a otras ciudades o de Guatemala a otros países, especialmente Estados Unidos. De gran importancia podría resultar participar en las Ferias Chapinas que se realizan en ciudades como Los Ángeles y Nueva York. Además, de participaciones directas, se podrían evaluar alianzas con exportadores de productos nostálgicos de Guatemala a Estados Unidos.
- Desarrollar un **estudio sobre la estructura de precios**. Exportadores, diseñadores y los intermediarios coinciden en decir que las dificultades que las artesanías



guatemaltecas tienen que enfrentar para competir en el mercado internacional son debido a la fuerte competencia de otros países que, gracias a sus políticas internas y situaciones particulares, producen productos similares en diseño pero a precios más bajos. Para mejorar la competitividad de las artesanías guatemaltecas, el estudio para identificar la estructura de los precios de los productos, debe extenderse desde su producción a la entrega a los clientes finales, esto para precisar las soluciones que pueden alcanzar niveles de precios más favorables para el productor.

- Diseñar las intervenciones necesarias para crear **capacidades locales de diseño** de productos de artesanía, que pueda atender las demandas de los nichos de mercado identificados a nivel local e internacional.
- Desarrollar un proceso sistemático de **diseño de productos** innovadores y atractivos, para incursionar en el mercado nacional de regalos, artículos para el hogar, accesorios personales y de las experiencias obtenidas en este mercado se podrá incursionar en otros mercados.
- Analizar la **industria** como mercado potencial, específicamente para artículos promocionales, decorativos, así como las fibras vegetales.



## **8. Propuestas Estratégicas para el Desarrollo del Sector Artesanal de la Región CARL**

Las recomendaciones estratégicas para la intervención a ser planteada como parte del Proyecto PTCARL, a criterio de este equipo de consultores deben estar basadas en el desarrollo de factores de competitividad y ventajas competitivas. Para lo cual aconsejamos desarrollar un proceso **SISTÉMICO** escalonado de intervención en el sector y en las organizaciones.

Para que las estrategias que se implementen cuenten con autosostenibilidad y alcancen el impacto deseado, es necesario que respondan en primer lugar al **MERCADO** y en segundo lugar – no menos importante –, a procesos progresivos de **GENERACIÓN DE INGRESOS** y **RENTABILIDAD**, observando un acompañamiento permanente a las acciones, pero nunca llegando al **PATERNALISMO**.

### **INTEGRACIÓN DE LA CADENA**

Una cadena productiva integra el conjunto de eslabones que conforma un proceso económico, desde la materia prima a la distribución de los productos terminados. En cada parte del proceso se agrega valor.

Una cadena de valores completa, abarca toda la logística desde el cliente al proveedor. De este modo, al revisarse todos los aspectos de la cadena se optimizan los procesos empresariales y se controla la gestión del flujo de mercancías e información entre los actores.

Mediante las cadenas productivas, se obtiene materia prima a la cual se le agrega valor mediante el proceso productivo, que la transforma en un bien, que se destina a la comercialización.

Integrar la Cadena Artesanal implica identificar a todos los actores involucrados en el sector; desde los proveedores de materia prima e insumos, hasta los comercializadores. Cada actor tiene su importancia en la cadena, aunque algunos actores están integrados verticalmente para cumplir con toda la cadena, existen puntos débiles y fuertes que los hacen más o menos competitivos. Por ejemplo, un productor puede obtener su materia prima del entorno o naturaleza, procesarla y transformarla en producto, llevarla a vender al mercado y con eso llegar directamente al cliente final.

En este proceso no existe especialización, ni productividad, pues en cada proceso se invierte tiempo valioso para cada eslabón de la cadena. Puede que ese productor tenga la capacidad de desarrollar mejores productos o en más cantidad, pero no puede debido a que tiene que cosechar su materia prima y vender sus productos. Si ese productor, por un lado, comprara su materia prima del mejor proveedor disponible, que conoce sus



necesidades y requerimientos especiales, al mejor precio para ambos. Y por otro lado, consiguiera un distribuidor que llegara a traer el producto a su taller de acuerdo a lo pactado, llevando éste sus productos a los mercados identificados por el distribuidor. Éste podría dedicar más tiempo a producir más, mejorar la calidad, innovar en nuevos estilos o colecciones, capacitar a nuevos artesanos, entre otros.

En esta Integración de Cadena todos los actores ganan y, en la medida en la que cada actor asuma su rol en la cadena, ésta tendrá una mejor integración, complementación y brindará mayor rentabilidad a los actores.

En este sentido, en las distintas organizaciones y talleres visitados, se pudo encontrar a actores de diferentes eslabones de la cadena, aunque algunos no se especializan sólo en ese rol sino buscan hacer todas las etapas de la cadena, pensando en que de esa manera pueden alcanzar mayor rentabilidad. Lamentablemente, las condiciones financieras de la mayoría de artesanos, demuestran que eso no ha ocurrido así y que la actividad artesanal deja ganancias marginales, especialmente debido a la falta de especialización y planificación.

De tal forma, la estrategia de Integración de la Cadena, debería incluir los siguientes pasos:

- Identificación de actores
- Determinación de potencialidades, fortalezas y debilidades
- Caracterización de Factores adversos y necesidades de los actores
- Definición de interacciones y complementariedades
- Identificación de mercados y oportunidades a explotar
- Planificación e implementación
- Retroalimentación a los actores
- Evaluación de resultados (productividad, rentabilidad, nuevos negocios, ...)

Por supuesto que este proceso deberá ser acompañado de cerca por especialistas y podrá hacerse de manera asistida financieramente, pero solamente aportando aquellos recursos fuera del alcance de los actores.

## PLANES DE NEGOCIO

La Cadena Artesanal debe fortalecerse realizando Planes de Negocio para guiar en adelante las intervenciones, no sólo de los actores de las cadenas “las empresas”, sino también de entidades de desarrollo y financieras, reduciendo con esto los riesgos que afectan toda la actividad empresarial.

Estos planes de negocios deben contar con elementos indispensables y análisis definidos como, el entorno de las empresas, un análisis del mercado en que operan las mismas y las oportunidades de desarrollo; el modelo de negocio, identificación de la visión de los participantes en esta actividad; Análisis FODA en ejercicios participativos por empresa, lo



que posibilitará validar los Planes de negocios. Por último, uno de los elementos más importantes de los planes, lo constituye las necesidades de financiamiento, sobre la base de los mercados objetivos y la demanda establecida. Es sobre la base de estos análisis financieros y de viabilidad, que se deberían buscar los créditos, tomando en consideración elementos clave como Punto de Equilibrio y Porcentaje de Retorno, entre otros.

Sería muy conveniente que luego de realizar Planes de Negocios de las empresas, se pudieran realizar para las organizaciones gremiales y empresariales.

## CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

Las empresas y organizaciones artesanales de la zona CARL, específicamente de Esquipulas y la AMO de Olopa, han venido realizando esfuerzos de producción y comercialización aislados y sin estrategias definidas de mercadeo y ventas.

Es de vital importancia el establecimiento de programas de capacitación empresarial, dirigidos, primero, a generar la conciencia sobre la importancia de la capacitación y profesionalización de los esfuerzos para poder generar actividades rentables y penetrar los mercados deseados.

Al contar con un auditorio consciente de las necesidades y del proceso, se puede entonces dar inicio al proceso formal de capacitación. La capacitación se entiende como un conjunto de actividades, de naturaleza muy práctica y participativa, que permita un aumento real de las capacidades de los centros artesanales en sus diferentes áreas de funcionamiento, tales como, organización, administración, crédito, producción y comercialización.

Algunos de los temas identificados y sugeridos son:

- Inteligencia de mercados,
- Desarrollo de productos (costos y precios, análisis de la producción)
- Organización y formalización de empresas artesanas
- Administración (proceso y procedimientos administrativos)
- Comercialización
- Mercadeo
- Ventas
- Crédito (administración de créditos, tasas de interés)

## PROSPECCIÓN DE MERCADOS

Mediante el establecimiento de alianzas y/o contrataciones con entidades especializadas se debe buscar realizar Inteligencia de Mercados, identificación de clientes potenciales, mercado objetivo, análisis de la competencia, etc.



## **Mercado Local**

Será muy importante que para cada actividad o producto artesanal se identifiquen los canales de distribución necesarios para penetrar mercados. De tal forma, el mercado local puede estar cubierto vendiendo algunos productos tradicionales, los cuales no cambian o no se incrementan pues no se analizan las necesidades de los clientes y no se presentan innovaciones que puedan incrementar las oportunidades de venta.

El mercado local de productos de maguey en Olopa para la AMO, es casi inexistente, dada la existencia de lazos plásticos y la poca identificación con las necesidades de la población local. No obstante, no se ha explorado la venta de los productos de la AMO en Esquipulas al mercado turístico que visita y que podría necesitar algunos productos, principalmente utilitarios durante su visita en la zona. Además, se podrían explorar la realización de empaques o bolsos.

En cuanto al mercado local para la artesanía de Esquipulas:

- Los productos de cuero, se constituyen en suvenires populares de bajo costo para los turistas peregrinos que desean llevar recuadros sencillos y baratos a sus países de origen. Para poder ampliar su mercado, necesitan innovar en diseños y en usos, posiblemente accesorios como pulseras, podrían tener mayor impacto.
- Los productos alimenticios como dulces o conservas, no provienen en su mayoría de Esquipulas, sino de la cabecera de Chiquimula, pero se venden bien en el mercado. Por los márgenes y competencia no parece haber mayores acciones posibles para incrementar las ventas locales.
- Los Productos Religiosos elaborados con yeso, mármol, madera y otros materiales sintéticos, tienen mucha aceptación en el mercado local. Constituyendo la mayoría de productos que se venden, por el turismo religioso del que Esquipulas es objeto. Para mejorar su presencia en el mercado local, podrían impulsar la producción en moldes, lo que reduciría los tiempos de producción y aumentaría la competitividad, contra productos importados baratos que por ese precio bajo, roban oportunidades de compra. La generación de nuevos productos innovadores y posiblemente con un componente de utilitarios, podrían funcionar. Es especialmente versátil la elaboración de figuras con resinas sintéticas.
- La Toquilla, es un producto local por excelencia y decora actividades, vehículos, casas, etc. La diversificación de colores y tamaños podría ofrecer elementos diferentes que brindarían un nuevo incentivo a los clientes para aumentar sus compras. Es un producto que obedece mucho a temporadas, por lo que deben diversificar sus mercados fuera del mercado local.





- El bambú y los productos decorativos que elaboran con este son de por sí una innovación en el mercado artesanal de Esquipulas. Los suvenires sencillos ofrecen poca competencia a suvenires tradicionales que los turistas acostumbran a llevar, con la diferencia que el bambú no expresa ninguna identidad del lugar. Las posibilidades de desarrollo para el bambú en el mercado local, podrían ser la construcción, especialmente popular y el desarrollo de productos decorativos con elementos de diseño, como floreros, maceteros, canastos y otros, los cuales pueden decorar hoteles, restaurantes y casas de Esquipulas.

#### **Mercado Nacional:**

- El mercado nacional de productos de maguey para la AMO, podría abordarse mediante la inserción de productos tejidos y teñidos con tintes naturales en puntos de venta diferenciados. Especial importancia podría tener colocar productos en sitios turísticos, pues muchos de estos buscan productos con enfoque ecológico. Colecciones de bolsos diferentes, cinchos y accesorios podrían tener mucho éxito en esos nichos de mercado.
- Los productos de cuero, tendrían que realizar mejoras significativas en su calidad para poder insertarse en los mercados nacionales. No obstante, se podrían elaborar suvenires con otros nombres de sitios turísticos.
- Los productos alimenticios como dulces o conservas, podrían encontrar un nicho de personas que añoran los productos de oriente, aunque con pequeñas distribuciones.
- Los Productos Religiosos elaborados con yeso, mármol, madera y otros materiales sintéticos, tienen mucha aceptación en el mercado de la Ciudad Capital de Guatemala. Podría buscarse contactar a iglesias, congregaciones y organizaciones religiosas cristianas, las cuales podrían comprar los productos que se ofrecen. Sería de mucha importancia establecer tamaños y estilos estándar, los cuales permitan la venta incluso a instituciones educativas. La generación de nuevos productos innovadores y posiblemente con un componente de utilitarios, podrían funcionar. Figuras para primeras comuniones, quince años y otras actividades religiosas, podrían elaborarse dejando mecanismos para su personalización por cada cliente.
- La Toquilla, es un producto local por excelencia, pero no se usa fuera de Esquipulas. Es muy posible introducir la toquilla, en colores, estilos y tamaños diferentes para la venta en ciudades grandes, como Guatemala, Antigua, Quetzaltenango, Cobán, entre otros. Puede introducirse durante las épocas navideñas y luego que pueda proyectarse a otras ocasiones para la decoración, especialmente en fiestas y eventos especiales.
- Los productos de bambú cuentan con mucha competencia en el mercado de productos decorativos, encontrándose similares de mejor calidad y a buenos precios. No se considera que estos productos puedan penetrar el mercado nacional, no



obstante la construcción con bambú sí podría extenderse, sobre todo a Departamentos y Municipios cercanos.

#### **Mercado de Exportación Regional:**

- El mercado regional de productos de maguey de la AMO, debería buscar abordarse de la misma forma que la estrategia para el mercado nacional: mediante colocar sus productos diferenciados en sitios turísticos, especialmente de la región del Trifinio, como Copán, pues muchos de los turistas buscan productos con enfoque ecológico.
- Los Productos Religiosos elaborados con yeso, mármol, madera y otros materiales sintéticos, tienen mucha aceptación con los turistas peregrinos que visitan la Basílica, habría que evaluar la posibilidad de que en ciudades de la zona del trifinio (para empezar) existen iglesias, congregaciones y organizaciones religiosas cristianas, las cuales podrían estar interesadas en comprar los productos que se ofrecen.
- Con la Toquilla podría buscarse el mismo espacio que en los mercados urbanos de Guatemala en la zona del Trifinio.

#### **Mercado de Exportación hacia Estados Unidos:**

- Los productos de maguey con tintes naturales de la AMO podrían colocarse en segmentos de mercado ecológicos en Estados Unidos, como redes de Jardines Botánicos, Zoológicos, Universidades y con organizaciones ambientalistas. Así mismo, podrían insertarse en tiendas de venta de productos artesanales, tanto convencionales como del comercio justo. Todo lo anterior, tendría que realizarse mediante el desarrollo de colecciones con alto contenido de diseño y orientado a satisfacer requerimientos específicos de los mercados.
- Los productos alimenticios como dulces o conservas, podrían encontrar un nicho de mercado Nostálgico en Estados Unidos. No obstante, el producto debería iniciar por cumplir con procesos de registro, normalización y certificación. Lo anterior podría implicar un largo proceso de asistencia técnica e inversión en maquinaria y/o nuevos procesos, por lo que podría realizarse una alianza con industrias nacionales exportadoras que estén dispuestos a brindar el acompañamiento técnico necesario y quienes podrían canalizar los pedidos y constituirse en distribuidores.

Aunque con los otros productos, como las imágenes religiosas y la toquilla, también se podrían encontrar pequeños nichos de mercado nostálgicos, éstos podrían no durar lo suficiente para ser rentables o podrían mantenerse en un frágil equilibrio, debido especialmente a los bajos precios y gran volumen de la competencia de productos similares, sustitutos.



## ENCADENAMIENTO Y ESTABLECIMIENTO DE ALIANZAS

Siguiendo las anteriores estrategias de comercialización en el mercado local, nacional, regional y nostálgico en Estados Unidos, así como la estrategia de Integración de la Cadena Productiva, es indispensable el establecimiento de alianzas y encadenamientos comerciales.

Por Encadenamiento se entenderá la creación de alianzas entre empresas compradoras de bienes o servicios nacionales o extranjeras y empresas proveedoras / productoras de los mismos, con el fin de establecer relaciones comerciales de largo plazo.

De tal forma, si queremos integrar la cadena artesanal, tendremos que establecer encadenamientos comerciales desde el nivel de los proveedores locales de materia prima, o entre los productores de artículos religiosos y los distribuidores en el mercado de la Basílica, en fin a lo largo de toda la cadena. En la medida en la que se transparenten estos tratos o alianzas, que de hecho podían haber existido desde hace mucho tiempo, se puede obtener mayor conciencia en los compromisos y el rol que cada actor tiene en la cadena.

Por otro lado, al establecer contactos con empresas compradoras en otros mercados, se lograrán también encadenamientos, los cuales contribuirán a la generación no sólo de nuevos negocios / ventas, sino también a la generación de nuevos empleos e ingresos para las familias olopenses, esquipultecas y de la zona CARL.

Es de gran importancia el acompañamiento a los encadenamientos y el registro de los indicadores de avance que se vayan alcanzando, así como sistematizando las experiencias para poder replicar el modelo y aprender de los aciertos o desaciertos que se vayan logrando.

## DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

Este es un componente de vital importancia para el desarrollo de la artesanía de la zona CARL, pues la penetración en otros mercados depende en muchos casos de la innovación y en otros, de elementos gráficos y promocionales que brinden una imagen positiva y atractiva de los productos.

El Diseño debe verse en dos dimensiones: a) la contratación de expertos que desarrollen las colecciones sobre la base de su experiencia, conocimiento del mercado, demandas específicas de clientes, etc., y b) el acompañamiento de personas jóvenes en formación, que puedan ir desarrollando destrezas y conocimientos para que en el mediano o largo plazo, se encarguen del diseño de nuevos productos.

Es muy necesario que las entidades locales que organizan a los productores, las entidades de apoyo, los productores y los diseñadores en formación, se mantengan en constante investigación de tendencias de colores, estilos, formas, cambios en la competencia y todos



los elementos que puedan fortalecer su capacidad de autogestión del diseño y de mejoramiento de los productos.

### **PARTICIPACIÓN EN FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES**

La Asociación de Mujeres Olopenses ha logrado realizar la mayoría de sus ventas, mediante la participación en ferias y exposiciones locales, departamentales, nacionales e internacionales. Las ferias son oportunidades de venta ideales, pues se logra la concentración de muchas personas, potenciales clientes, en un mismo lugar. A la vez, que se centra la atención en la realización de negocios.

En algunas ocasiones estas ferias no logran constituirse en generadores de ventas, no obstante los participantes en ellas deben buscar aprender algo nuevo de ellas, especialmente mediante el análisis de su participación y la de otros. Pueden compararse precios, calidades, colores, tamaños y otras características que colaboren con el éxito o fracaso de las ventas. Ponerse en contacto con distribuidores que pueden más adelante realizar ventas. Obtener contactos para la compra de nuevas materias primas. Obtener nuevas ideas de productos o nichos.

Pero sobre todo, las ferias deben ser esfuerzos serios como parte de una estrategia definida y no sólo como una forma de “ir a probar suerte”. Para la participación en ferias existen formas de prepararse para aumentar las probabilidades de éxito en las mismas. Fases previas, durante la feria y posteriores o de seguimiento, que son claves para sacar el mayor provecho de la experiencia.

En primera instancia, se puede promover la participación de los productos locales en ferias a nivel nacional y regional, pero buscando integrar la oferta de venta, para no competir entre sí y más bien ser complementarios. Si se tienen productores y comercializadores participando en una misma feria, los precios de uno y de otro diferirán muchísimo, pues no se toma en cuenta la cadena de distribución cuando se da un precio de productor.

Para pasar a participar en Ferias Internacionales Especializadas se tendría que tener ya esa oferta unificada, validada, con una imagen conjunta y que la misma fuera parte de una estrategia de promoción y ventas. La Feria Chapina en Estados Unidos podría ser una primera oportunidad para buscar conseguir clientes y ventas, pero lo más importante es conseguir clientes para establecer canales de distribución y no sólo lograr la venta de los productos que se lleven al público asistente.



ANEXO I. LISTADO DE ORGANIZACIONES Y MIPYMES DEL SECTOR ARTESANAL DE LA ZONA CARL

No	Nombre de organización	Aldea /barrio	Municipio	Departamento	No. miembros	Figura Legal	Actividad Principal	Productos	Necesidades de capacitación y asistencia técnica	Necesidades de financiamiento	Rubros de inversión (solicitada por el entrevistado)
1	Asociación de Mujeres Olopenses AMO	Primera calle	Olopa	Chiquimula	200	Asociación Independiente	Artesanal - Textiles de fibra de maguey, cuero y barro	bolsas, lazos, sillones, mecapales, calzado, ollas, billeteras, cuadros, joyas,	Elaboración de tintes, nuevos diseños,	Q 150,000	Materia prima y aumentar la producción
2	Asociación de Desarrollo Integral de Artesanos de Esquipulas	Mercado de Artesanías	Esquipulas	Chiquimula	40	Asociación independiente	Artesanía en cuero, madera yeso y mármol	Llaveros y pulseras de cuero, collares, bolsas, cuadros religiosos, imágenes religiosas.	Tecnificación de la producción, instalación de un taller y manejo de maquinaria	Q 150,000	Compra de maquinaria y materia prima
3	Artesanías Esquipulas	4 calle 2-19 zona 1	Esquipulas	Chiquimula	1	Empresa individual	Artesanía en yeso y mármol	Imágenes religiosas de diferente clase y estilo	Motivación personal y como poner costos	Q 50,000	Compra de materia prima y abrir tienda propia
4	Sindicato de Comerciantes y Artesanos de Esquipulas	Mercado de Artesanías	Esquipulas	Chiquimula	46	Central General de Trabajadores de Guatemala CGTG	Artesanías en cuero, madera, yeso y mármol	Llaveros y pulseras de cuero, collares, imágenes religiosas de yeso y mármol, cuadro religiosos de madera.	Tecnificación de la producción, administración de negocios, atención al cliente	Q 180,000	Mantenimiento, compra de herramientas e instalación de taller
5	Artesanías e Importaciones CRISOL	8 ave. 13-57 zona 1, Colonia Santa Marta.	Esquipulas	Chiquimula	1	Empresa Individual	Artesanías en madera	Cuadros religiosos en relieve, con estampado de fotografía, en diferentes estilos y clases.	Carpintería industrial, calidad total, manejo de la madera	Q 10,000	Capacitación de personal
6	Taller El Ara	2 ave. 4-01	Esquipulas	Chiquimula	1	Empresa individual	Artesanías en madera	Diferentes clases y estilos de cuadros religiosos con revestimiento acrílico	Manejo de herramientas, nuevos productos y elaboración de moldes	Q 15,000	Compra de materia prima
7	Fábrica San Pedro	Zona 1	Esquipulas	Chiquimula	1	Empresa individual	Artesanías en yeso y mármol	Diferentes clases, estilos y tamaños de imágenes religiosas	No necesita capacitación ni asistencia técnica	Q 50,000	Compra de materia prima

El Salvador • Guatemala • Honduras

