



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

**PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PIÑATAS EN HOGARES
SECUNDARIOS Y TEMPORALES DE LA ASOCIACIÓN VIVA JUNTOS POR LA NIÑEZ**

Donald Eduardo Vela Meza

Asesorado por el Ing. César Ernesto Urquizú Rodas

Guatemala, noviembre de 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

**PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PIÑATAS EN HOGARES
SECUNDARIOS Y TEMPORALES DE LA ASOCIACIÓN VIVA JUNTOS POR LA NIÑEZ**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE INGENIERÍA
POR

DONALD EDUARDO VELA MEZA

ASESORADO POR EL ING. CÉSAR ERNESTO URQUIZÚ RODAS

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

INGENIERO INDUSTRIAL

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERÍA



NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

DECANO	Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco
VOCAL I	Ing. Angel Roberto Sic García
VOCAL II	Ing. Pablo Christian de León Rodríguez
VOCAL III	Inga. Elvia Miriam Ruballos Samayoa
VOCAL IV	Br. Raúl Eduardo Ticún Córdova
VOCAL V	Br. Henry Fernando Duarte García
SECRETARIA	Inga. Lesbia Magalí Herrera López

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

DECANO	Ing. Murphy Olympos Paiz Recinos
EXAMINADORA	Inga. María Martha Wolford Estrada
EXAMINADOR	Ing. César Augusto Akú Castillo
EXAMINADOR	Ing. José Francisco Gómez Rivera
SECRETARIO	Ing. Hugo Humberto Rivera Pérez

HONORABLE TRIBUNAL EXAMINADOR

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

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PIÑATAS EN HOGARES SECUNDARIOS Y TEMPORALES DE LA ASOCIACIÓN VIVA JUNTOS POR LA NIÑEZ

Tema que me fuera asignado por la Dirección de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, con fecha 31 de enero 2013.

Donald Eduardo Vela Meza

Guatemala, 24 de Febrero de 2016

Ingeniero

Director Juan José Peralta Dardon

Escuela Mecánica Industrial

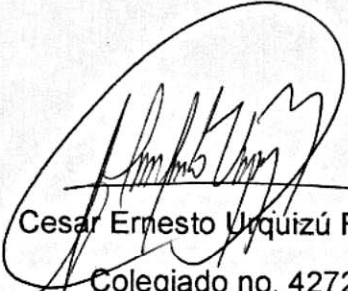
Por este medio, me complace informarle que he revisado el trabajo de graduación cuyo título es: **"PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PIÑATAS EN HOGARES SECUNDARIOS Y TEMPORALES DE LA ASOCIACIÓN VIVA JUNTOS POR LA NIÑEZ"**, elaborado por el estudiante Donald Eduardo Vela Meza con número de carné 2006-19661, el cual considero que cumple con los requerimientos que dieron su origen.

Por lo tanto me es grato aprobar y recomendar dicho trabajo para los efectos necesarios siguientes.

Agradeciendo la atención que sirva a prestar a la presente y aprovechando la oportunidad para saludarlo, me suscribo de usted.

Para confirmar la presente firmo y sello la presente.

Atentamente,



Cesar Ernesto Urquizú Rodas

Colegiado no. 4272





REF.REV.EMI.163.016

Como Catedrático Revisor del Trabajo de Graduación titulado **PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PIÑATAS EN HOGARES SECUNDARIOS Y TEMPORALES DE LA ASOCIACIÓN VIVA JUNTOS POR LA NIÑEZ**, presentado por el estudiante universitario **Donald Eduardo Vela Meza**, apruebo el presente trabajo y recomiendo la autorización del mismo.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Rossana Castillo
INGENIERA INDUSTRIAL
COLÉGIADO 5248

Inga. Rossana Margarita Castillo Rodríguez
Catedrático Revisor de Trabajos de Graduación
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

Guatemala, octubre de 2016.

/mgp



REF.DIR.EMI.208.016

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 **PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PIÑATAS EN HOGARES SECUNDARIOS Y TEMPORALES DE LA ASOCIACIÓN VIVA JUNTOS POR LA NIÑEZ**, presentado por el estudiante universitario **Donald Eduardo Vela Meza**, aprueba el presente trabajo y solicita la autorización del mismo.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Ing. José Francisco Gómez Rivera
DIRECTOR a.i.
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial



Guatemala, noviembre de 2016.

/mgp



Ref. DTG.556-2016

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: **PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE PIÑATAS EN HOGARES SECUNDARIOS Y TEMPORALES DE LA ASOCIACIÓN VIVA JUNTOS POR LA NIÑEZ**, presentado por el estudiante universitario: **Donald Eduardo Vela Meza**, y después de haber culminado las revisiones previas bajo la responsabilidad de las instancias correspondientes, se autoriza la impresión del mismo.

IMPRÍMASE.

Ing. Pedro Antonio Aguilar Polanco
DECANO



Guatemala, noviembre de 2016

/cc

ACTO QUE DEDICO A:

Dios	Por todas sus bendiciones y por brindarme sabiduría e iluminar mi camino hacia el éxito.
Mi madre	Myriam Victoria Meza Oquendo, ejemplo de vida. Gracias su apoyo en esta meta de mi vida.
Mi hermano	Mario Estuardo Vela Meza, por todo el apoyo. Eres un ejemplo a seguir.
Mi padre	Mario Estuardo Vela Schippers, por lo que me ha enseñado en la vida y su apoyo incondicional.
Universidad de San Carlos de Guatemala	La tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala, y en especial a la Facultad de Ingeniería, por haberme enseñado las herramientas para triunfar en la vida.

AGRADECIMIENTOS A:

Dios	Gracias por su sabiduría a lo largo de mi carrera.
Universidad de San Carlos de Guatemala	Por darme la oportunidad de ser parte de tan prestigiosa casa de estudios.
Facultad de Ingeniería Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial	Por brindarme una excelente formación académica, para contribuir al desarrollo de Guatemala.
Mi madre	Myriam Victoria Meza Oquendo, gracias por su apoyo incondicional, gracias por impulsarme a salir adelante. Eres mi guía.
Mi hermano	Mario Estuardo Vela Meza, gracias por tu apoyo.
Mi padre	Mario Eduardo Vela Schippers, por apoyarme en todos los momentos que lo necesité.
Mi novia	Yira Alejandra Ángeles Lima, por darme su apoyo y su amor en todo momento y brindarme la fuerza para salir adelante.

**Asociación Viva
Juntos por la niñez**

Por su apoyo en la implementación de esta tesis.

Amigos y compañeros

Gracias a mis amigos y compañeros que me apoyaron en mi carrera.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	VII
GLOSARIO	XI
RESUMEN.....	XV
OBJETIVOS.....	XVII
INTRODUCCIÓN	XIX
1. ANTECEDENTES	1
1.1. Antecedentes de estudio	1
1.1.1. Ayuda humanitaria en Guatemala, a través de entidades no gubernamentales y microempresas	1
1.1.2. ONG que promueven la elaboración de productos artesanales para el desarrollo auto sostenible de las comunidades guatemaltecas.....	4
1.1.3. Breve reseña del origen de la producción de piñatas	4
1.1.3.1. Referencia histórica en Guatemala.....	5
1.1.4. La manufactura de piñatas en la actualidad, con énfasis en la utilización de materiales modernos.....	8
1.2. Justificación del estudio.....	11
1.2.1. Propósito que persiguen las ONG con la capacitación de las comunidades que apoyan, en cuanto a la fabricación de productos artesanales	12

1.2.2.	Las ONG y su participación en la protección del medio ambiente, con respecto de la manufactura de productos artesanales	14
1.2.3.	La implementación de proyectos de fabricación de productos artesanales por parte de las ONG y su utilidad práctica social cultural	16
2.	MARCO CONCEPTUAL DEL PROCESO	19
2.1.	Descripción del producto	19
2.1.1.	Proceso de producción de la piñata	19
2.1.1.1.	Proceso de producción artesanal	21
2.2.	Clases de piñatas.....	28
2.3.	Estándar de calidad de las piñatas	33
2.4.	Descripción del proceso productivo de las piñatas	38
2.5.	Proceso de fabricación estándar de una piñata artesanal o semi-industrial	40
2.5.1.	Diseño de guía del proceso de piñata enfocado a niños.....	43
2.5.2.	Las características físicas que deben tener las instalaciones de un taller de manufacturación de piñatas.....	46
2.5.3.	El recurso humano: jefe y operarios, con que debe contar un taller de fabricación de productos artesanales y sus respectivas funciones (piñatas)	52
2.5.4.	Las máquinas, herramientas y equipo, con que debe contar un taller dedicado a la fabricación de artículos artesanales como es el caso de elaboración de piñatas	55

2.5.5.	Los materiales, insumos y suministros que son requeridos y necesarios, para la producción de piñatas	57
2.5.6.	La importancia de la utilización de un sistema de protección del medio ambiente en la fabricación de productos artesanales	59
3.	ESTUDIO DE MERCADO	63
3.1.	El producto en el mercado.....	63
3.2.	El área de mercado	67
3.2.1.	Características de los principales productores	86
3.2.2.	Proyección de la oferta	87
3.3.	Comportamiento de la demanda	88
3.4.	Determinación de los precios del producto.....	91
3.4.1.	Precios históricos y actuales.....	93
3.4.2.	Comercialización	94
3.4.2.1.	Estrategia de precio.....	94
3.4.2.2.	Estrategia de promoción.....	95
3.4.2.3.	Estrategia de servicio	96
3.4.2.4.	Estrategia de plaza o distribución	98
3.5.	Posibilidades del proyecto	99
4.	PROYECTO DE SISTEMA DE PRODUCCIÓN DE PIÑATAS	101
4.1.	Áreas involucradas	101
4.2.	Recursos del proyecto	102
4.2.1.	Humanos	107
4.2.2.	Capacidad instalada	108
4.2.3.	Maquinaria y equipo	109
4.2.4.	Materiales y suministros	109

4.2.5.	Programa de actividades de ejecución del proyecto.....	110
4.3.	Estructura funcional.....	111
4.3.1.	Descripción del perfil de puestos y funciones.....	113
4.4.	Marco legal y tributario del proyecto	115
4.4.1.	Marco legal vigente	115
4.4.2.	Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala Código de Comercio	115
4.4.3.	Decreto 1441 del Congreso de la República de Guatemala Código de Trabajo	116
4.4.4.	Decreto 295 del Congreso de la República de Guatemala Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social	117
4.4.5.	Decreto 76-78 del Congreso de la República de Guatemala Ley Reguladora de la Prestación del Aguinaldo para los Trabajadores del Sector Privado	118
4.4.6.	Decreto 78-89 del Congreso de la República de Guatemala Ley de Bonificación – Incentivo Sector Privado	118
4.4.7.	Decreto 6-91 del Congreso de la República de Guatemala Código Tributario	119
4.4.8.	Decreto 26-92 del Congreso de la República de Guatemala Ley del Impuesto sobre la Renta	120
4.4.9.	Decreto 27-92 del Congreso de la República de Guatemala Ley del Impuesto al Valor Agregado ...	120
5.	PLAN DE CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO.....	121

5.1.	Plan de estudio	121
5.2.	Programas del plan de capacitación.....	124
5.2.1.	Recursos humanos y técnicos	124
5.2.2.	Técnicos	124
5.2.3.	Recursos materiales	125
5.3.	Metodología de enseñanza	125
5.4.	Monitoreo y evaluación del proyecto	127
5.4.1.	Indicadores de éxito específicos.....	127
5.4.2.	Indicadores de éxito generales (según resultados generales esperados).....	131
CONCLUSIONES		133
RECOMENDACIONES.....		135
BIBLIOGRAFÍA.....		137
APÉNDICES		143

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

1.	Diagrama básico de una actividad artesanal.....	24
2.	Piñata de tipo clásico	29
3.	Piñata clásico moderna	29
4.	Piñata tipo infantil	30
5.	Piñata tipo viajero.....	31
6.	Piñata tipo informal.....	31
7.	Piñata tipo olla.....	32
8.	Diagrama de flujo proceso productivo de las piñatas Norma ISO 10013	39
9.	Proceso de fabricación estándar de una piñata artesanal.....	43
10.	Diseño de piñata enfocado en los niños.....	45
11.	Pregunta número 1 análisis de la oferta.....	72
12.	Pregunta número 2 análisis de la oferta.....	72
13.	Pregunta número 3 análisis de la oferta.....	73
14.	Pregunta número 4 análisis de la oferta.....	73
15.	Pregunta número 5 análisis de la oferta.....	74
16.	Pregunta número 6 análisis de la oferta.....	74
17.	Pregunta número 7 análisis de la oferta.....	75
18.	Pregunta número 8 análisis de la oferta.....	75
19.	Pregunta número 1 análisis de los compradores potenciales	76
20.	Pregunta numero 2 análisis de los compradores potenciales	76
21.	Pregunta numero 3 análisis de los compradores potenciales	77
22.	Pregunta número 4 análisis de los compradores potenciales	77

23.	Pregunta número 5 análisis de los compradores potenciales	78
24.	Pregunta número 6 análisis de los compradores potenciales	78
25.	Pregunta número 7 análisis de los compradores potenciales	79
26.	Pregunta número 8 análisis de los compradores potenciales	79
27.	Pregunta número 9 análisis de los compradores potenciales	80
28.	Pregunta número 10 análisis de los compradores potenciales	80
29.	Fijación de precios basada en el costo	92
30.	Organigrama de la fábrica de piñatas casa hogar NNA.....	108
31.	Actividades de ejecución del proyecto	110
32.	Organigrama de la empresa	113

TABLAS

I.	Valores para cálculo de la muestra.....	70
II.	Asignación de encuestas para la demanda	71
III.	Estimación de la demanda actual	83
IV.	Población ciudad de Guatemala	84
V.	Población ciudad de Guatemala 2009-2016	85
VI.	Proyección de la demanda futura	85
VII.	Población total de Guatemala proyección 2005-2050.....	90
VIII.	Costos de inversión inicial	102
IX.	Costos de operación	103
X.	Análisis de flujo de caja esperado para 12 meses	105
XI.	Capacidad instalada para el taller de piñatas de la casa hogar de NNA	109
XII.	Cronograma de actividades	111
XIII.	Descriptor de puesto coordinador de fábrica de piñatas.....	114
XIV.	Descriptor de puesto operario.....	114
XV.	Indicadores de éxito fase 1	127

XVI.	Indicadores de éxito fase 2	128
XVII.	Indicadores de éxito fase 3	129
XVIII.	Indicadores de éxito generales	131

GLOSARIO

Ámbito o radio de la Investigación	Es el espacio físico en que se desarrolla la investigación.
Cadena de demanda	Es la integración de los procesos que permiten generar una demanda rentable de servicios y productos basados en las necesidades reales de los clientes.
Cadena de suministros / <i>Supply Chain</i>	Consiste en diferentes departamentos, desde la procuración de materiales hasta el servicio de atención al cliente.
Cadena de valor	Describe cómo las actividades del negocio contribuyen a sus tareas de diseñar, producir, suministrar, comunicar y apoyar su producto.
Canal de distribución	Camino o la ruta que siguen los productos o servicios cuando se mueven del fabricante hacia el consumidor.
Comercialización	Es el proceso de planear y ejecutar la concepción, precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las metas individuales y las de la empresa.

Demanda	Es la cantidad de producto que se venderá en el mercado a diversos precios en un período específico.
Imagen	Representación mental que un sujeto se hace para si mismo relacionándolo con un producto o empresa. Esa imagen se modifica de diversas maneras: experiencias con ese producto, comentarios de gente.
Investigación cuantitativa	Es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables investigación cualitativa evita la cuantificación.
<i>Marketing mix</i>	Se trata del uso selectivo de las distintas acciones del <i>marketing</i> para la consecución de los objetivos de venta de un producto concreto. Estrategia donde se utilizan las cuatro variables controlables que una compañía regula para obtener ventas efectivas de un producto en particular. Estas variables son: producto, precio, plaza y promoción.
Posicionamiento	Se refiere al desarrollo de una mezcla de mercadotecnia específica para influir en la percepción global de los clientes potenciales de una marca, línea de producto o empresa en general.

Publicidad	Un anuncio pagado que aparece en un medio, el cual está diseñado para llegar a una gran parte de la población.
Publicidad de boca en boca	Es la publicidad que recibe una empresa o producto cuando los consumidores libremente hablan de él a las personas que les rodean. No es controlada por la empresa y puede ser positiva o negativa.
Plan Estratégico	Es un documento que contempla en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, política, directrices, y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos mecanismos y acciones que se utilizan para llegar a los fines deseados.
Plan Estratégico de Cadena de Demanda	Es la generación de demanda a través de la integración de los procesos del conocimiento óptimo del cliente que permitirá dirigir las estrategias, metas y objetivos hacia la satisfacción de sus necesidades (reales o potenciales). Concepto elaborado por el equipo de trabajo.
Producto	Bien manufacturado que posee características físicas y subjetivas, mismas que son manipuladas para aumentar el atractivo del producto ante el cliente, quien lo adquiere para satisfacer una necesidad.

Promoción de ventas	Son las actividades encaminadas a cambiar el comportamiento del consumidor de una manera inmediata, dándole algo por ese cambio de comportamiento.
ONG	Sigla de organización no gubernamental, institución sin ánimo de lucro que no depende del gobierno y realiza actividades de interés social.
NNA	Niños, niñas y adolescentes.
FFCC	Ferrocarriles.
Piñateros	Persona dedicad a la fabricación y venta de piñatas.

RESUMEN

Por definición, la cultura es el conjunto de conocimientos y actividades transmitidas de generación en generación por los seres humanos en sociedad. En tal sentido, las piñatas forman parte del acervo cultural de los guatemaltecos, ya que forman parte de una tradición que ha transmitida de generación en generación.

Por tratarse de un producto utilizado en todo tipo de celebración, existe amplia demanda, por lo que en pequeñas o altas producción, se puede comercializar con bastante rentabilidad. En ese orden de ideas, su elaboración puede ser una fuente de ingresos para niños, niñas, adolescentes y sus familias, sobre todo, aquellas que se encuentran en programas de rehabilitación y reinserción social.

El propósito de ésta investigación es realizar una propuesta metodológica que permita la producción en línea de piñatas, con la finalidad de optimizar tiempo, economizar recursos y proponer estrategias de mercadotecnia para generar ingresos a adolescentes y jóvenes del programa de rehabilitación de la Asociación Viva Juntos por la Niñez.

Para la realización de la presente investigación, se investigó la actual producción de piñatas en libros, páginas de Internet, revistas y tesis para ser utilizadas como una guía. Asimismo, se observó el proceso que se utiliza en la elaboración de las piñatas, y con base en ello se diseñó un proceso mejorado, acompañado de un plan de mercadeo para la venta de las mencionadas artesanías.

Como resultado de la investigación, se realizaron las recomendaciones, donde se sugiere desarrollar nuevas estrategias y se presenta una propuesta que permitirá que los productores de piñatas puedan adoptar e implementar estrategias y tácticas a la mezcla de mercadotecnia para alcanzar la rentabilidad y mantenerse en un mercado cambiante y competitivo.

El conocimiento de quien es nuestro cliente, donde está y cual es de nuestra línea de producto el que se amolda a sus necesidades. En vista de ello este trabajo se concentró en responder estas preguntas y en generar información que le sea útil a los beneficiados de la Asociación Viva Juntos por la Niñez para desempeñar una mejor administración de recursos, que ayude a mejorar el proceso de producción, aumentar el volumen de ventas y obtener una mayor porción de mercado.

OBJETIVOS

General

Crear propuestas de implementación de talleres de desarrollo auto-sostenibles en hogares secundarios y temporales de una ONG.

Específicos

1. Presentar una propuesta de capacitación para los NNA de hogares temporales, para que puedan desenvolverse en la sociedad como personas trabajadoras, a través de una metodología mejorada para la elaboración de piñatas en centros de atención.
2. Realizar un diagnóstico de los NNA que se encuentran en riesgo de calle, y de las instituciones que se dedican a la protección de NNA para identificar sus áreas de oportunidad y mejora.
3. Proporcionar herramientas administrativas y financieras con las cuales los hogares puedan ayudar de una mejor manera a los NNA que se encuentran a su cargo actualmente, a través de la piñatería.
4. Estudiar el mercado potencial guatemalteco de la piñatería, para diseñar planes y estrategias de mercadeo para implementar una línea de elaboración de piñatas en hogares de abrigo a NNA en riesgo social.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo plantea la propuesta de talleres de desarrollo auto sostenible de elaboración de piñatas, y pretende hacer conciencia en los hogares secundarios o temporales para que se logre identificar alguna forma de ayudar a los niños, niñas y adolescentes (NNA) que se encuentran en peligro de regresar a la calle; no obstante ayuda para que subsistan.

Con esto pretende que todas los NNA que se encuentran habitando los hogares se les enseñen métodos y formas en las cuales podrían salir a la calle a defenderse como personas trabajadoras y productivas para la sociedad. En este caso, la idea es implementar talleres en los cuales aprendan a realizar distintos tipos de productos, los cuales se pueden poner a la venta.

El fin de implementarlos en los hogares es crear un sistema de taller auto sostenible de elaboración de piñatas con el cual la ganancia de los artículos realizados en los talleres se pueda invertir en la compra de material, con el cual se pueda seguir impartiendo el taller de forma gratuita, lo que permitirá capacitar una gran cantidad de NNA para lograr que salgan a la calle con los conocimientos necesarios para poder generar ingresos para su sustento.

En el capítulo primero, se presentan los antecedentes de estudio de la presente investigación, partiendo del análisis de la ayuda humanitaria en Guatemala aportada por las Asociaciones No Gubernamentales, especialmente aquellas que fomentan desarrollo humano por medio de la ejecución de proyectos artesanales en las comunidades. Asimismo, se realiza un esbozo histórico de las piñatas y se trazan aristas respecto a la forma de su producción

en la actualidad, para luego justificar el problema de la investigación, sobre la base de las necesidades de los niños, niñas y adolescentes de los hogares secundarios, la protección del medio ambiente mediante la utilización de materiales reciclables para la ejecución de proyectos artesanales.

En el capítulo segundo, se desarrolla el marco teórico, de la presente investigación, utilizando para el efecto el método deductivo para el desarrollo de los conceptos tales como proceso, proceso de producción, proceso de producción artesanal, así como proceso de producción artesanal de piñatas y el proceso de producción estándar. Se presentan las clases de piñata conforme la información empírica y de las fuentes obtenidas, así como se desarrolla las etapas para la fabricación de piñatas, y demás elementos que se deben contar dentro del proceso de producción, tales como los recursos humanos, materiales, financieros, entre otros, y el respectivo control de calidad.

En el capítulo tercero, se realiza un estudio de mercado eminentemente práctico, partiendo de conceptos de microeconomía, tales como la descripción del producto, al análisis de la oferta y la demanda, el proceso para la determinación de los precios, así como las estrategias para la comercialización, haciendo énfasis en la necesidad de la implementación de las Tecnologías de Información y Comunicación, para la difusión de los servicios y productos ofrecidos.

En el capítulo cuarto, se presenta el proyecto de sistema de producción de piñatas, con base en la utilización de conceptos, herramientas y teorías de la ingeniería industrial, se desarrollan las áreas involucradas, los recursos del proyecto, la estructura funcional, sobre la base del sistema estructural-funcionalismo de Parsons; así como se cita el asidero legal que debe cumplir el

proyecto para que funcione de conformidad con el ordenamiento jurídico del país.

En el capítulo quinto, se ofrece un plan de capacitación para el personal del proceso de producción del proyecto, es decir, la fabricación de piñatas, en la Asociación Viva Juntos por la Niñez, desarrollando programas que contienen estrategias de capacitación y tecnificación del personal, así como la metodología empleada para la enseñanza y los indicadores a medir para la evaluación del proyecto.

Se presentan las conclusiones que devienen del análisis teórico y práctico realizado, atendiendo a la naturaleza del presente trabajo, así como las recomendaciones que se desprenden de cada razonamiento planteado como conclusión.

1. ANTECEDENTES

1.1. Antecedentes de estudio

Guatemala, ha sido y es, en palabras del autor Hubner “un pueblo que se resiste a morir”¹. Su historia revela que ha enfrentado un sinnúmero de fenómenos, que van desde aquellos causados por la misma naturaleza, los que son producto del choque cultural entre españoles-indígenas, los conflictos políticos entre liberales y conservadores en los primeros años de la independencia, dictaduras militares durante más de un siglo, luchas revolucionarias, las cuáles generaron un cúmulo de problemas económicos, sociales, políticos, culturales, que desembocaron en un conflicto armado interno.

1.1.1. Ayuda humanitaria en Guatemala, a través de entidades no gubernamentales y microempresas

El denominador común de los problemas sociales y económicos, es el bajo índice de desarrollo humano de la mayoría de su población, especialmente en las áreas rurales y en los sectores marginales del área metropolitana y de sus municipios. Los niveles elevados de pobreza son el caldo de cultivo de todos los problemas que azotan la sociedad guatemalteca, especialmente la desintegración familiar, la drogadicción, la delincuencia común, entre otros.

El Estado de Guatemala ha estado cooptado por muchos años por poderes paralelos, económicos, militares, narcotráfico, delincuencia de cuello

¹ HUBNER, Manuel Eduardo. *Guatemala en la historia: un país que se resiste a morir*. p. 115.

blanco, entre otros. Ante tal situación, el Estado de Guatemala no ha podido generar las oportunidades para que las personas puedan satisfacer sus necesidades básicas reales, y por tal motivo, existe y ha existido la necesidad que intervengan u cúmulo de organizaciones que se condensan en la Sociedad Civil y que han unido sus esfuerzos para generar oportunidades de desarrollo de la población.

Esa ayuda es considerada humanitaria, porque no deviene de una motivación personal, o persigue intereses lucrativos o con fines político-partidistas, sino más bien de la simple razón que solo el ser humano, puede ayudar al ser humano, y lo que le sucede a una persona en particular, afecta a toda la humanidad, una cosmovisión del hombre como parte de un todo.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, el término humanitario, posee las siguientes acepciones: “1. adj. Que mira o se refiere al bien del género humano. 2. adj. Benigno, caritativo, benéfico. 3. adj. Que tiene como finalidad aliviar los efectos que causan la guerra u otras calamidades en las personas que las padecen”².

En ese orden de ideas, efectivamente, las entidades no gubernamentales han venido a ser la panacea para algunos de los muchos males que azotan a la sociedad guatemalteca, pero especialmente a los grupos vulnerables tales como niños, niñas, adolescentes, ancianos, entre otros.

Las Organizaciones No Gubernamentales, son: “Entidades privadas con personalidad jurídica, cuyas acciones están encaminadas a la consecución de fines y objetivos humanitarios, sociales, de beneficencia, de promoción y

² *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua*. <http://lema.rae.es/drae/?val=>. Consulta: 15 de julio de 2015.

protección de derechos humanos, de desarrollo económico, social, cultural, ambiental, etc. Financian sus actividades, estudios, proyectos o programas con fondos privados, donaciones o recursos públicos”³.

Nótese pues, como el primero de los fines de estas entidades es lo “humanitario”, porque debe quedar claro que estas organizaciones no pueden sustituir las obligaciones que legalmente le han sido conferidas al Estado, sino más bien, vienen a coadyuvar, proponer y ejecutar programas que permitan que los participantes, aprendan a solucionar sus problemas *per se*, una especie de autogestión, cumpliendo el lema: No regales un pez, sino enseña a pescar.

Obviamente estas Organizaciones No Gubernamentales tienen diferentes consignas, la implementación y ejecución de proyectos, se dirige hacia temáticas educativas, ambientalistas, culturales, naturales, entre otros. Estos proyectos (como ya se mencionó) van dirigidos a determinada población que en su mayoría tiene como denominador común el hecho de ser de escasos recursos, o tratarse de grupos vulnerables, es decir, niños, niñas, adolescentes, ancianos, pueblos indígenas, entre otros.

En tal virtud, lo que se persigue como fin último, es lograr que las personas alcance un desarrollo sostenible y sustentable, es decir, a corto, mediano y largo plazo. En ese contexto, se puede mencionar la producción de diversos artículos artesanales, como las piñatas, propuesta de la presente tesis.

³ Ministerio de Finanzas Públicas. *Que es una ONG*. http://www.minfin.gob.gt/archivos/ong/archivos/1_3.pdf . Consulta: 15 de julio de 2015.

1.1.2. ONG que promueven la elaboración de productos artesanales para el desarrollo auto sostenible de las comunidades guatemaltecas

La producción de artículos artesanales, ha sido un medio efectivo para lograr el ansiado desarrollo sostenible y sustentable en las personas que integran grupos vulnerables. Se ha observado como niños, niñas, y feligreses de iglesias, elaboran artículos diversos para obtener recursos para su propio sustento y por ende de sus familias; por supuesto, bajo los auspicios de una determinada ONG.

Empero, la producción de artículos artesanales no puede efectuarse en forma espontánea. Es un proceso sistemático en el cual se deben tomar en cuenta una serie de factores que serán desarrollados técnicamente por medio del presente trabajo.

Estos procesos productivos se han realizado desde mucho tiempo atrás y han coadyuvado con la subsistencia de miles de familias y que además, en la actualidad se tiene como consigna la protección y cuidado del medio ambiente, pues para la fabricación de dichos artículos se utilizan materiales de reciclaje.

1.1.3. Breve reseña del origen de la producción de piñatas

La enciclopedia de España virtual expone: “Según lo narra Marco Polo en su libro Il millione, también conocido como Los viajes de Marco Polo, las piñatas son originarias de China, en donde se utilizaban para las celebraciones de año nuevo. Posteriormente, Marco Polo llevó esta tradición a Italia en donde se adaptó a las festividades de la cuaresma. De allí pasaron a España, desde

donde se difundió la práctica de la piñata en México, donde se hizo muy popular (...)"⁴.

En ese orden de ideas, se puede apreciar que desde sus orígenes a las piñatas se les relaciona con las festividades, así como se revela que su elaboración es con fines comerciales. El itinerario de la piñata, desde Italia, hacia España, y luego hacia el Nuevo Mundo, posee total lógica, porque es un cúmulo de tradiciones de los pueblos americanos, tienen origen ibérico, dentro de ese proceso de aculturación.

“Pronto utilizaron la piñata como herramienta de evangelización en el Nuevo Mundo. A principios del siglo XVI, los misioneros españoles que fueron a América atrajeron a los habitantes locales a sus ceremonias utilizando piñatas. Los frailes hábilmente transformaron la ceremonia tradicional de la olla de barro en sesiones de instrucción religiosa. Lo hicieron al cubrir la olla con papel de color, y darles tal vez, un aspecto impresionante”⁵.

1.1.3.1. Referencia histórica en Guatemala

La historia de la piñata y de la piñatería en Guatemala parte de los antecedentes que se menciona con antelación, puesto que ingresa al país a manera de tradición religiosa, y a través del proceso conquistador, evangelizador y colonizador iniciado a partir de 1524 por los españoles, quienes como bien es sabido trajeron en sus embarcaciones, -además de soldados y escribanos-, Sacerdotes católicos quienes se encargaban de dar en el nombre de Dios la posesión de las tierras a la corona española.

⁴ Gran Enciclopedia de España Online. El origen de las piñatas. http://lalupa3.webcindario.com/naidad/origen_delas%20pinatas.htm. Consulta: 16 de julio de 2015.

⁵ Ibíd.

A ese respecto, Martínez Peláez señala: “La guerra y la derrota, por sí solas, no fueron ni podrían haber sido nunca la verdadera conquista, (...) los indios no estuvieron sujetos y dominados mientras no se les despojó de sus fuentes de riqueza y se les sometió a esclavitud (el sometimiento económico) (...) la evangelización fue una tercera fase: sometimiento ideológico necesario, al igual que la fase militar, para la consolidación de la conquista económica”⁶.

La introducción de la piñata bajo ese análisis histórico-económico-social, hace necesario traer a colación el tema de dos instituciones coloniales importantes como lo son la encomienda y el repartimiento, que consistía básicamente en “repartir tierras y también dinero para trabajarlas, como este segundo aspecto se justificaba porque los indígenas eran entregados para que el favorecido velase por su cristianización (...)”⁷.

Entonces, dentro de ese proceso de cristianización, es donde se puede citar a la piñata, especialmente de tradición mexicana, con siete picos, para ilustrar los siete pecados capitales. En tal sentido, la piñata es un instrumento didáctico de evangelización, que evolucionado hasta adquirir las más extrañas formas y matices así como cambiar su finalidad hasta perfeccionarse como elemento de celebraciones sociales.

Como bien se ha señalado: Los frailes agustinos, en México; “usaron la piñata como una alegoría para ayudarse en sus esfuerzos por evangelizar a los pobladores de la región. La piñata original tenía la forma de una estrella con siete picos. Los picos representaban los siete pecados capitales y los brillantes colores de la piñata simbolizaban la tentación. (...) Los caramelos y otras golosinas dentro de la piñata representaban las riquezas del reino de los cielos,

⁶ MARTÍNEZ PELÁEZ, Severo. *La Patria del Criollo*. p. 25.

⁷ Op cit. p. 48.

por lo tanto la enseñanza que se acompañaba con fe y una sola virtud podía vencer el pecado y recibir todas las recompensas de los cielos”⁸.

Gabriela Ramos, del Museo de la Universidad de San Carlos de Guatemala, respecto a una exposición de piñatas en Guatemala, señala que: “Piñata= olla frágil, su origen= china. Por muy insignificante que parezca, también tiene su origen e historia, pero lo que debemos y nos falta aprender es el interés, saber sobre nuestras propias culturas, lo que nos rodea y sobre todo aprender un poco cada días más, por “muy insignificante que sea”⁹.

La acepción etimológica es lo interesante del párrafo citado, porque permite comprender que el término piñata significa: olla, que no se compara con el concepto moderno, toda vez que los materiales para la construcción de las ollas actualmente es el aluminio, el teflón, entre otros. Empero, en la antigüedad, el término olla, se refiere a los recipientes de barro.

De allí que se podía observar en Guatemala, durante el transcurso del siglo XX, (para las personas que nacieron en esa época) que las piñatas, tenía una forma rudimentaria, eran elaboradas de barro, a manera de vasija y demás cerámica, similar a la forma que tenían en sus orígenes, se podía observar principalmente en los pueblos del área rural y las aldeas, personas realizando celebraciones y utilizando ollas de barro o cualquiera otro recipiente de barro, susceptible de ser quebrado, forrados con papel china y en su interior lo llenaban con una diversidad de frutas.

Sin embargo, en la medida que han surgido nuevos materiales, se van incorporando esa diversidad en la producción de piñatas en Guatemala, hasta

⁸ MARTÍNEZ PELÁEZ, Severo. *La Patria del Criollo*. p. 41. .

⁹ RAMOS, Gabriel. *Artífices de la Fantasía*. <http://historiadelaartepublicadbd.blogspot.com/2011/07/artifices-de-la-fantasia-la-pinateria.html>. Consulta el 16 de septiembre de 2015.

el punto de que actualmente existen tantos diseños como imaginación pudiera tener el fabricante, así como la flexibilidad de los materiales, permite crear las formas con mayor facilidad. Lamentablemente, la información histórica de la piñata y su producción es bastante limitada.

Al realizar una búsqueda en la biblioteca de la Asociación Guatemalteca de Exportadores (Agexport) no se encuentra referencia a la producción de la piñata en Guatemala, tampoco sobre la exportación que se realice de dicho producto, lo cual hace de la piñatería una actividad susceptible de ser impulsada a nivel internacional a través de las exportaciones.

1.1.4. La manufactura de piñatas en la actualidad, con énfasis en la utilización de materiales modernos

En la actualidad, el proceso de fabricación de piñatas, incluye en su elaboración, la utilización de materiales modernos, además de los ya tradicionales. A ese respecto, se menciona algunos ejemplos que se basan y desarrollan en el uso dichos materiales.

El primero de ellos, aparece publicado en el sitio web, “aprende a hacer piñatas”¹⁰; en el cual, parafraseando se establece que muestra de manera gráfica como elaborar piñatas para fiestas infantiles. Dicho sitio ofrece instrucción e ilustración de los pasos para elaborar piñatas, utilizando variedad de técnicas manuales, las cuales se basan en la utilización de los siguientes materiales:

¹⁰ Mi curso Digital. *Aprende a hacer piñatas*. <http://www.micursodigital.com/hobbies-artes-y-manualidades-c-1/curso-aprende-a-fabricar-pinatas-fiestas-infantiles-tecnicas-manuales/7>. Consulta: 15 de julio de 2015.

- Goma espuma
- Globos, alambre y cartón

Aplicando cuatro técnicas manuales. El mismo proyecto enseña a elaborar piñatas usando los materiales tales como:

- Cartón, alambre y globos

La elaboración de estas piñatas, se puede realizar con el uso de materiales que se encuentren disponibles en el hogar.

Además en el referido sitio, también se ilustra el proyecto de elaboración piñatas de la siguiente manera:

- Armazón de alambre para elaborar distintas figuras y personajes, utilizando las técnicas tradicionales del rasgado de papel y del engomado normal.

Se presenta además la fabricación de piñatas, utilizando materiales y técnicas tradicionales, con el diseño de personajes modernos, que desarrollan los artesanos, de manera manual y sencilla y que tienen actual demanda en el mercado.

Otro proyecto para la elaboración de piñatas, fue implementado por artesanos de San José Poaquil, Chimaltenango, en el 2011. “Debido a sus frágiles características y grandes dimensiones físicas, las piñatas presentan problemas para su transporte y almacenamiento, por lo que ha sido poco rentable promocionar su exportación; sin embargo, esta situación la ha superado un grupo de artesanos de San José Poaquil, Chimaltenango, que

aplica un innovador mecanismo para hacer que este accesorio de fiestas infantiles sea fácil de manipular sin que se dañe”¹¹.

Lo interesante es que “los artesanos que elaboran este tipo de piñatas innovadoras, cuentan con el apoyo de una Asociación de Desarrollo integral y ayuda humanitaria. A través de este proyecto, se ha dado oportunidad de trabajo a cuarenta mujeres y quince hombres jóvenes. Y además ha llamado la atención de empresas nacionales y extranjeras, para desarrollar dichos productos”¹².

Siguiendo la línea histórica que se viene construyendo, se corrobora el hecho que: El uso de este mecanismo es aplicado en otros países, especialmente en México y China, por lo que para darle originalidad, los artesanos de Adehiuma, al principio utilizaron personajes del imaginario y cultura nacional, y las bautizaron como guatepiñatas.

En el contexto de la producción de piñatas, es importante hacer mención de las denominadas: “piñatas coche”, proyecto que ha causado mucho interés, debido a que “es un producto muy innovador y que basa su diseño, en distintos modelos de vehículos; lo cual despierta el interés de los niños quienes son el principal mercado al cual éste va dirigido. Dicho proyecto, ofrece variedad de productos que también brinda servicios de entrega a domicilio”¹³.

Este proyecto ofrece una estrategia de mercado bastante completa, porque a través del sitio web de la empresa, se puede conocer no solo las

¹¹ ROSALES, José y MAGZUL, Fernando. *Artesanos hacen piñatas de viaje*. http://www.prensalibre.com/chimaltenango/Artesanos-hacen-pinatas-viaje_0_560943930.html. Consulta: 15 de julio de 2015.

¹² Ibíd.

¹³ Empresa Guatemala. *Piñatas Ximena*. http://www.gt.all.biz/pinatas-ximena-empresa-e1169#.Va_zo6Ttmko. Consulta: 15 de julio de 2015.

piñatas coche, sino también la gran variedad de diseños que ofrece el vendedor, clasificados atendiendo a la ocasión de que se trate; así como también se ofrece la información general de cada producto, especialmente su precio, y una amplia gama de posibilidad de interacción con el cliente.

Las Organizaciones No Gubernamentales, en el contexto de la piñatería, podrían brindar capacitación y preparación a personas de distintas comunidades en situación de pobreza extrema; además la generación de empleos, facilitar la adquisición de recursos financieros y materiales, en aras de lograr un desarrollo sostenible, por parte de las personas que intervienen como recurso humano del proceso productivo.

Se puede además exponer, que estos proyectos utilizan para la fabricación del producto, además de materiales de primer uso, materiales de reciclaje, que es precisamente la tendencia empresarial del nuevo milenio, en cuanto a la responsabilidad ambiental y ecológica que exigen muchos de los clientes. Esto coadyuva en la reutilización de materiales de deshecho, lo cual reduce la acumulación de basura y la contaminación ambiental.

1.2. Justificación del estudio

Los niños, niñas y adolescentes en Guatemala representan el sector más vulnerable de la población, pues son ellos los que sufren las consecuencias directas de los problemas socioeconómicos. Es un reto para este grupo social poder superar esta etapa de la vida y conseguir una oportunidad para superarse. Más aún, cuando estos han vivido en la calle, las posibilidades para salir adelante se reducen, toda vez que no están preparados para ser parte de la población económicamente activa (PEA).

El presente estudio constituye una de las muchas posibilidades que existen para ayudar a los niñas, niñas y adolescentes para adquirir una habilidad y destrezas en la elaboración de piñatas, así como una oportunidad para generar recursos económicos que redunden no solo en su propio beneficio sino también en el de su familia.

Se cumple con una doble finalidad mediante la presente propuesta: poner en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera, mediante la utilización de herramientas de ingeniería industrial, por medio del análisis de cada una de las aristas del proceso productivo de fabricación de piñatas, con el fin de hacerlo más rentable, así como coadyuvar con el proceso de reinserción social de dicha unidad de análisis. Se trata entonces de generar praxis social, mediante el conocimiento científico.

Se justifica también por el hecho que el estudio apoya directamente a la Asociación Viva Juntos por la Niñez, la cual ha realizado un esfuerzo en pro de la niñez, no solo a nivel nacional, sino también mundial, la cual se ha preocupado por este sector abandonado de la población; así como también han coadyuvado con el sustentante, para la elaboración de esta ponencia.

1.2.1. Propósito que persiguen las ONG con la capacitación de las comunidades que apoyan, en cuanto a la fabricación de productos artesanales

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) las Organizaciones No Gubernamentales, se ven en la necesidad “de implementar programas sociales de calidad y el aumento de las exigencias de los donantes, lo cual viene generando conciencia en los equipos estratégicos y directivos de las ONG, sobre la importancia de la utilización de herramientas de gestión

orientadas a la sostenibilidad financiera y a la consecución de resultados y/o impactos en sus acciones sociales”¹⁴.

En tal virtud, la tendencia actual de estas organizaciones es incluir como prioridad el principio de capacitación, previo a la implementación de sus acciones, porque solo así podrán lograrse los efectos establecidos en la misión, visión y propósito que provoca su nacimiento. De igual forma, solo así se podrá lograr el impacto social que se debe causar, misión fundamental de estas entidades.

Al brindar capacitación y adiestramiento a las personas participantes en los mismos, se persigue que estas desarrollen habilidades y destrezas, -en el caso que ocupa la presente investigación- en todo lo pertinente al respecto del proceso de manufactura y promoción de productos artesanales, tales como la elaboración de piñatas.

“La sostenibilidad de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) está directamente relacionada con el impacto que generan las transformaciones de las condiciones de vida de los/las titulares de derechos que participan en los programas que implementan dichas organizaciones. Además, de la transparencia de su gestión social al interior y al exterior de las instituciones. Para ello, estas organizaciones han venido en los últimos años incorporando de acuerdo a su marco jurídico y contexto, herramientas organizacionales creadas y desarrolladas en el sector empresarial”¹⁵.

Las Organizaciones No Gubernamentales, dependen financieramente de la las donaciones que pudieran recibir a nivel nacional y principalmente a nivel

¹⁴ LUGO VALLECILLAS, Gustavo Adolfo. *Principios Generales del Funcionamiento de las ONG*. Escuela virtual del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. 2012.

¹⁵ *Ibíd.*

internacional. Esta ayuda obviamente está condicionada al hecho de producir resultados positivos en el área de acción elegida por la organización. Es decir, mientras más resultado e impacto tenga la entidad, más posibilidades tiene de obtener los recursos que necesita para su funcionamiento.

En ese orden de ideas, este proyecto persigue darle cumplimiento a este principio de actuación de las Organizaciones No Gubernamentales, en cuanto al hecho de promover la productividad en el sector social al cual se dirige enfocada principalmente en los niños y niñas, en lo que se refiere a la fabricación de productos artesanales, favoreciendo de esta manera, el desarrollo de aspectos sociales y económicos de las comunidades a quienes va destinado el mismo.

1.2.2. Las ONG y su participación en la protección del medio ambiente, con respecto de la manufactura de productos artesanales

En lo que se refiere al aspecto sobre protección del ambiente, Guatemala es un país en el cual se está poniendo en práctica, el desarrollo de proyectos ecológicos, basados en la utilización de materiales de reciclaje, para la producción de variedad de artículos, lo que representa un gran beneficio, ya que coadyuva a disminuir la contaminación del ambiente, en pro del rescate de los recursos naturales, coadyuvando así a la disminución de problemas ambientales que tanto afectan al planeta.

Un artículo escrito por la Fundación Biodiversidad señala que: “Las entidades no lucrativas son clave para la protección del medio ambiente, el desarrollo y la cohesión social. Sus conocimientos, cercanía al entorno local y confianza de los ciudadanos les hace tener un rol importante en la sociedad

actual. También son un sector importante para las empresas, como aliados en el desarrollo de sus programas de RSE-acción social y proyectos ambientales”¹⁶.

A ese respecto se puede inferir que existe una conectividad lógica entre esta clase de organizaciones y la protección del medio ambiente, básicamente por el hecho de que no solo existen organizaciones dedicadas únicamente a la protección del medio ambiente, sino también porque aquellas que no lo son, tiene bien claro el concepto que en la ejecución de sus proyectos, en el desarrollo de sus actividad, deberán velar por que exista una consciencia ecológica.

En cuanto al tema de la elaboración de productos artesanales, se ha apreciado que cada vez más despierta el interés aquellas manufacturas que son elaboradas utilizando como materia prima elementos reciclados. De hecho un gran sector de la población se auto-identifica como personas consumidores de productos amigables con el medio ambiente. Por lo que, no sería raro que ese mismo grupo de personas se inclinen por las artesanías en las cuales se coadyuva con la protección del medio ambiente.

De la misma forma, en proyectos como el que contiene esta propuesta, juega un papel de suma importancia, el adiestramiento de los operarios), que participan en la fabricación de productos artesanales, para que conozcan, aprendan y se relacionen con todo lo concerniente a la reutilización de materiales de reciclaje, en función no solamente de llevar a cabo un proceso productivo que cuente con los estándares de calidad necesarios, dentro del

¹⁶ Fundación biodiversidad. *Las ONG son clave para la protección del medio ambiente*. <http://www.seresponsable.com/2012/11/12/las-ongs-son-clave-para-la-proteccion-del-medio-ambiente/>. Consulta 15 de julio de 2015.

estándar de artículos maquilados con materiales de deshecho y de manera específica en lo que respecta a la manufactura de piñatas.

1.2.3. La implementación de proyectos de fabricación de productos artesanales por parte de las ONG y su utilidad práctica social cultural

Las Organizaciones No Gubernamentales, han sido calificadas también como una estrategia para la promoción de la cultura. De hecho, hay un cúmulo de ellas que se dedican a esta temática, que aunque es intangible, no por ello deja de ser importante, más aún, en un país pluricultural, como lo es Guatemala. Si bien es cierto, la cultura deviene de las prácticas repetitivas de una actividad por parte de la sociedad, en los últimos años, el país ha perdido muchas de sus tradiciones, las cuales ya no se realizan con el ímpetu que se realizaban en antaño.

Dentro de las estrategias diseñadas por la Organización de Estados Americanos, para la promoción de la cultura, se encuentra precisamente “la creación de espacios que permitan la actuación de las organizaciones no gubernamentales, en la promoción, desarrollo, conservación y difusión de la cultura dentro del radio de acción, o de cumplimiento de sus fines”¹⁷.

No es un secreto que muchas de las costumbres y tradiciones del país han ido desapareciendo, y en su lugar, se impone una serie de nuevas culturas provenientes del extranjero y manifestaciones culturales de otros países. En ese contexto, es menester que existan todas las organizaciones posibles para

¹⁷ Organización de Estados Americanos. *Estrategias y programas para la promoción de la cultura. oficina de educación ciencia y tecnología*. p. 12.

intervenir en ese proceso de conservación de la cultura, para que pueda seguir siendo transmitida de generación en generación.

Con la implementación de proyectos como el presente se pretende la conservación y promoción de las costumbres y tradiciones que perpetúan la identidad y valores de los guatemaltecos en lo relativo a sus diferentes poblaciones. Además con el desarrollo de proyectos de fabricación de piñatas artesanales, dar a conocer el acervo cultural de Guatemala, siendo que la fabricación de piñatas es una tradición que viene desde épocas remotas y la que ha trascendido como una actividad que se realiza en el seno de las familias y en la cual todos sus miembros participan.

Por lo tanto, el hecho de que entidades tales como las organizaciones no gubernamentales, apoyen la elaboración de este tipo de artículos de fabricación artesanal, es una motivación para que esta tradición como la fabricación de piñatas, continúe realizándose en familia y de esta manera, se logre mantiene la interacción social a nivel familiar y al mismo tiempo, se preserve esta actividad que ha sido desde siempre una manifestación de mucha riqueza cultural del país.

A manera de comentario, se puede exponer que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, -UNESCO- ha dirigido sus esfuerzos en promover todas aquellas manifestaciones culturales que distinguen a los pueblos por todos los medios posibles, dentro de los cuales están, “la recomendación para los Estados parte de incentivar la creación de Organizaciones No Gubernamentales que dediquen sus esfuerzos en la promoción de cualesquiera forma de manifestación cultural”¹⁸.

¹⁸ Organización de Estados Americanos. *Estrategias y programas para la promoción de la cultura. oficina de educación ciencia y tecnología.* p. 12.

Por ende, devendría en cumplimiento de todas las aspiraciones que se han expuesto en este apartado, el hecho que las Organizaciones No Gubernamentales, dirijan sus esfuerzos hacia la planificación y ejecución de actividades que tengan como resultado de fondo, la difusión, promoción, y permanencia de las diversas manifestaciones culturales del país.

2. MARCO CONCEPTUAL DEL PROCESO

2.1. Descripción del producto

Una piñata es una olla de barro o de cartón, o una estructura de alambre cubierta de papel maché y adornada de papel de colores, “que en su interior contiene frutas, dulces u otros premios, y que se cuelga de una cuerda o algún sitio alto para ser rota con un palo o garrote por una persona, y que al romperse libera su contenido sobre los participantes en el juego”¹⁹.

2.1.1. Proceso de producción de la piñata

El término proceso es polisémico, porque se puede aplicar a todos los campos del conocimiento científico. Así pues hay procesos judiciales, procesos administrativos, procesos comerciales, entre otros. Pero, dentro del ámbito de la ingeniería industrial, lo que interesa es el proceso de producción, el cual, tiene como finalidad la transformación de la naturaleza para la obtención de satisfactores económicos.

El autor Hernández Andrade señala que: “En el reino animal, el hombre es la única especie que no sobrevive adaptándose al medio natural sino que se esfuerza por acomodarlo a sus necesidades. Para poder sobrevivir y desarrollarse necesita producir los bienes que necesita y para ello violenta la naturaleza”²⁰.

¹⁹ *El origen de las Piñatas*. <http://www.deguate.com/artman/publish/noticias-guatemala/el-origen-de-las-pinatas.shtml#.WAqAhfrhDcs>. Consulta: 15 de julio de 2015.

²⁰ HERNÁNDEZ ANDRADE, Jorge Fidel. *Introducción a la economía*. p. 59.

“De la acotación anteriormente señalada, conviene resaltar el concepto de producción, siguiendo ese matiz económico que se le está impregnando. A ese respecto, el autor citado señala que la producción, “es la adaptación de la naturaleza a las necesidades humanas, y a través del trabajo, el hombre actúa sobre la naturaleza”²¹.

“Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor”²².

El proceso de producción se encuentra íntimamente ligado con la Teoría de los Sistemas, porque la alteración de uno de los elementos que integran el proceso de producción, alteraría completamente el ciclo productivo, no lográndose los resultados previstos.

“Se entiende por sistema un conjunto de elementos interrelacionados de forma tal que la variación en uno de ellos produce una alteración en la acción recíproca de los sistemas”²³. Si se entiende el proceso productivo como un sistema, entonces también se deben comprender que los sistemas están conformados por ciertos elementos esenciales.

“Los elementos que componen un sistema son entrada, salida, proceso, ambiente, retroalimentación. Las entradas son los elementos de que el sistema puede disponer para su propio provecho. Las salidas son los objetivos resueltos

²¹ HERNÁNDEZ ANDRADE, Jorge Fidel. *Introducción a la economía*. p. 59.

²² Op cit. p. 60.

²³ Estructural funcionalismo. *Estructuras sociales*. <https://sociologiaa.files.wordpress.com/2011/09/tema-3-enfoque-sociolc3b3gicos1.pdf>. Consulta el 16 de julio de 2015.

del sistema; lo que éste se propone, ya conseguido. El proceso lo forman las «partes» del sistema, los «actos específicos». Para determinarlos es necesario precisar las misiones, tareas y actividades que el sistema debe realizar para lograr el producto deseado. Son misiones los «elementos principales» que se deben realizar para lograr los resultados del sistema. Son funciones los «elementos» que deben hacerse para realizar cada una de las misiones. Son tareas las «actividades» que deben hacerse para realizar cada una de las funciones”²⁴.

Por último, conviene señalar que el término proceso productivo, se encuentra íntimamente relacionado con el concepto de rentabilidad, toda vez que la idea de la organización, la planificación, decisión, ejecución de un proyecto, tiene que ver con aumentar los activos de la empresa, o en su defecto reducir los costos a su mínima expresión. Con ello, se cumple la finalidad de la ingeniería industrial, en cuanto a mantener la competitividad de la empresa.

El proceso de producción entonces, involucra a su vez una serie de factores que se concatenan entre sí, para convertirse en elementos de salida (outputs), que son los satisfactores que se producen para la obtención de las utilidades que la empresa debe tener para su funcionamiento y el cumplimiento de su objeto social.

2.1.1.1. Proceso de producción artesanal

Sobre la base del método deductivo, se ha venido desarrollando los conceptos de proceso, proceso de producción, y en este punto, conviene hacer

²⁴ Diccionario de la Real Academia Española. *La teoría general de los sistemas*. <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0012sistemas.htm>. Consulta: 16 de julio de 2015.

alusión al concepto de proceso de producción artesanal, el cual se trata de proceso específico distinto al proceso de producción industrial.

“La producción artesanal elabora objetos mediante la transformación de materias primas naturales básicas, a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental”²⁵.

Sin embargo, el hecho que la producción artesanal utilice este tipo de materias, así como también utilice herramientas simples con intervención activa de los propios artesanos, no significa que no pueda generarse una producción de artículos a gran escala, porque todo depende de los niveles de organización que se tenga en el taller artesanal, así como la capacidad del recurso humano.

“Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la importancia trascendental de la producción artesanal radica, además de los productos en sí mismos, en las competencias y los conocimientos que son imprescindibles para que no desaparezca este tipo de producción”²⁶.

“La producción artesanal es la que se realiza en forma manual y con poca o ninguna intervención de energía mecánica. Normalmente, la producción artesanal usa los recursos y materias primas locales y las actividades se llevan a cabo en talleres familiares o comunitarios”²⁷.

²⁵ BUSTOS FLORES, Carlos. *La producción artesanal*. p. 54.

²⁶ *Ibíd.*

²⁷ Técnica y tecnología. *Proceso productivo artesanal*. <http://tecnicaytecnologia.weebly.com/proceso-productivo.html>. Consulta: 16 de julio de 2015.

Nótese que la producción artesanal es perfecta para ambientes cerrados tales como los núcleos familiares, así como las pequeñas comunidades, pues es más fácil la coordinación, la planeación, el compromiso por parte de sus miembros para lograr resultados y alcanzar objetivos trazados. En este mismo contexto encajan las Organizaciones No Gubernamentales, toda vez que regularmente involucran un pequeño grupo de integrantes que ejecutan una determinada actividad.

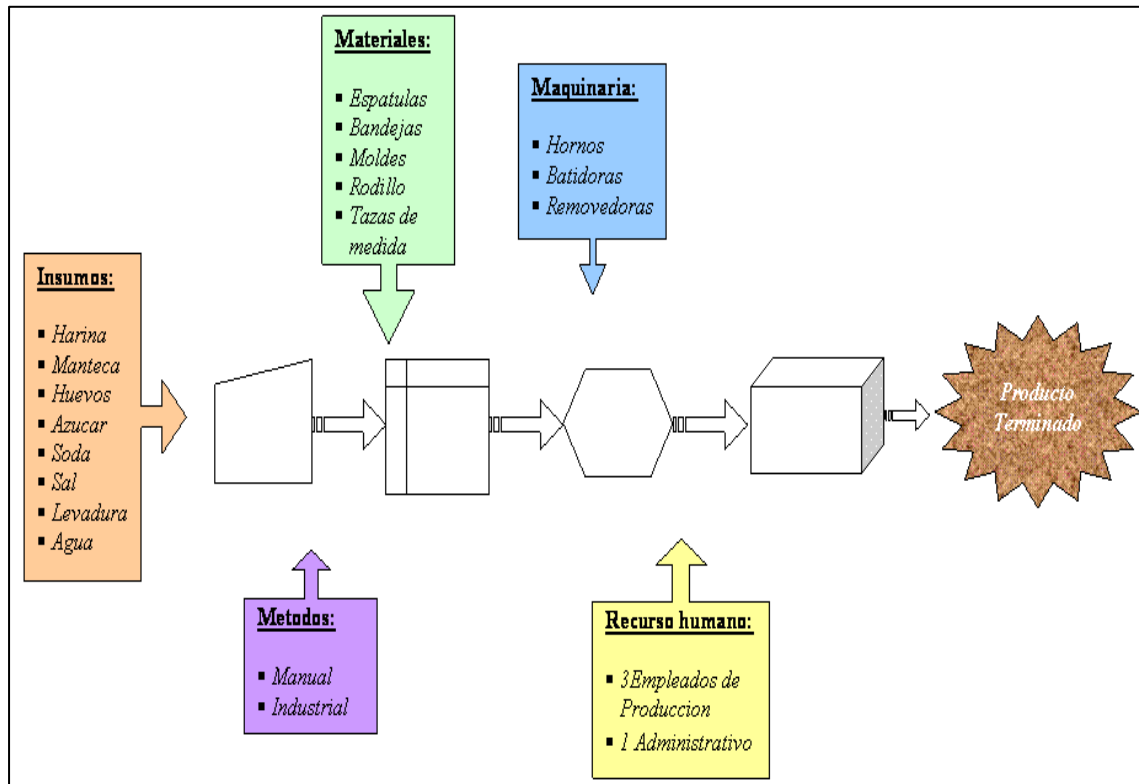
Por otra parte, “Artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial”²⁸.

Las acotaciones realizadas con antelación, permiten tener claridad conceptual, en cuanto a las características distintivas del proceso de producción y proceso de producción artesanal. El hecho que no intervenga la energía mecánica para transformar la materia prima, no significa que este proceso sea menos importante que el proceso de producción industrial. Al contrario según la producción artesanal amerita una planificación minuciosa para superar las ventajas que conlleva la producción en serie.

A continuación se presenta un diagrama básico o sencillo de una actividad propia de la producción artesanal.

²⁸ Técnica y tecnología. *Proceso productivo artesanal*. <http://tecnicaytecnologia.weebly.com/proceso-productivo.html>. Consulta: 16 de julio de 2015.

Figura 1. Diagrama básico de una actividad artesanal



Fuente: GUTIÉRREZ ORTEGA, Duany Josefina. *Formulación y evaluación de proyectos*.
<http://www.aiu.edu/publications/student/spanish/180-207/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos.html>. Consulta: 16 de julio de 2015.

En la producción artesanal concurren un cúmulo de elementos autóctonos y ésta a su vez se encuentra determinada por factores culturales, étnicos, religiosos y por supuesto, económicos. Verbigracia, la producción de artículos religiosos ofrecidos en la Basílica del Cristo Negro de Esquipulas, se elaboran con motivos sagrados y, responden al hecho de que en *in situ*, existe una iglesia, construida en honor a dicha divinidad.

De igual forma, la fabricación de telas y trajes típicos en el país, obedece directamente al hecho que en el lugar, se encuentra asentada una determinada etnia, la cual, no solo participará en la elaboración de los artículos, sino también determinará el procedimiento o método para su elaboración, así como el precio atendiendo al costo de la producción.

En países como Guatemala, prevalece la riqueza cultural y tradicional, la que se ve reflejado en la elaboración de artículos artesanales, dentro de los cuales se encuentran las piñatas, las que basan su producción en actividades manuales e individuales, que incluyen el uso de instrumentos sencillos para su elaboración y en el caso del mercado semi-industrial, la utilización de algunas herramientas que conllevan un grado mayor de complejidad en su manejo.

En ese orden de ideas, queda claro que la producción artesanal de piñatas en Guatemala, se encuentra circunscrita al campo de la cultura; y en cuanto a la determinación geográfica, se sitúa dentro del mercado nacional; dentro de la clasificación de las industrias manufactureras.

En cuanto a la época de aparición de la producción de piñatas en Guatemala, sería impreciso mencionar una fecha, toda vez que deviene de una tradición arraigada desde mucho tiempo y que inclusive en la actualidad se ha convertido en un elemento importante para la vida cultural de la población, como la celebración de cumpleaños, o cualquier actividad en la cual se vean involucrados, principalmente los niños y niñas.

La forma en que se utiliza como es sabido, es la siguiente: En la celebración, se escoge a un niño o una niña, a quien se le vendan los ojos y se le da un palo con el cual debe faltar la piñata que cuelga de un hilo o lazo. Los otros niños (as) presentes en la celebración deben indicarle si se acerca o no a

la piñata. Una vez se rompe la piñata los dulces de su interior se dispersa por el suelo y los otros muchachos que miran tienen que apresurarse a recoger el número máximo de caramelos.

El mercado guatemalteco de piñatas tiene características muy peculiares, puesto que se utiliza materiales tales como el papel periódico, el papel de china, el pegamento o el engrudo, alambre, lazos, pinturas de colores, entre otros. Aunado a lo anterior, en la actualidad, está en boga una tendencia por la cual, se incluye en el proceso de producción, la utilización de materiales de reciclaje, manufacturando diseños modernos y divertidos, atractivos e interesantes, principalmente para los niños.

Respecto al papel reciclado, el autor Valdez Paiz señala que: “El Papel Reciclado fue dado a conocer en la década de los 60 por diversos grupos ecologistas en sus campañas de reciclado de residuos urbanos; más tarde, la apuesta decidida de las empresas del sector por éste elemento determinó un auge importante en el uso de papel reciclado y del reciclado del mismo. Tomemos en cuenta que en promedio 7 mil periódicos pesan alrededor de una tonelada. Para obtener ese peso en madera, es necesario talar aproximadamente 15 árboles de tamaño mediano. Entonces, si un colegio, por ejemplo, ha conseguido recuperar 21.000 periódicos en un año, habrán salvado la vida de 45 árboles, y habrán de ahorrar energía y agua en cantidades significativas”²⁹.

El presente estudio tiene como fin resaltar la importancia que dentro de los procesos de producción artesanal, tales como la fabricación de piñatas, se utilicen materiales reciclados, es decir, el papel que muchas personas han

²⁹ VALDEZ PAIZ, Manuel Estuardo. *Elaboración del módulo para la utilización del papel reciclado en la fabricación de piñatas dirigido a directores, maestros, alumnos de la Escuela Oficial Rural Mixta, Cantón Tunas, Municipio de Jutiapa*. p. 41.

tirado a la basura y que ya no tiene valor alguno para ellas, se pueda obtener con la finalidad de reusarlo y contribuir con la conservación del medio ambiente, sino que también, obtener un valor pecuniario de una materia prima desechada u obtenida a un precio razonable, lo cual redundaría en mayores ganancias.

“El papel reciclado se consigue utilizando desecho de papel como materia prima. Se tritura el papel usado, se añade agua en la cantidad justa para hacer una pasta, se aplican los diferentes sistemas de depuración y limpieza, se blanquea con métodos mecánicos no agresivos o por medios químicos, como el uso de agua oxigenada, la cual arroja al ambiente oxígeno y agua; se escurre, se deposita en rodillos, se seca y se corta, tal como se haría con el papel blanco”³⁰.

Es imprescindible tener un concepto de la piñata, solo en cuanto a sus características, y su función principal por que motiva la adquisición, se vende dentro del mercado nacional.

Básicamente, la piñata es un artículo de fabricación artesanal, elaborado con distintos materiales, y que se fabrica con diversos diseños, formas y estilos; y que tiene el objetivo principal de servir como depósito de dulces y golosinas, entre otras cosas, y ser el centro de atención de un juego que se realiza con la misma en las celebraciones.

Este artículo de fabricación artesanal, se utiliza casi siempre en las celebraciones de cumpleaños y otros eventos y se fabrica en distintos tamaños, formas y estilos, con ciertos de materiales, entre los cuales se pueden mencionar:

³⁰ VALDEZ PAIZ, Manuel Estuardo. *Elaboración del módulo para la utilización del papel reciclado en la fabricación de piñatas dirigido a directores, maestros, alumnos de la Escuela Oficial Rural Mixta, Cantón Tunas, Municipio de Jutiapa*. p. 41.

- Periódico y papel de china, goma o engrudo, laso y alambre; entre otros, agregando a ello el arte y la creatividad, de los artesanos que las trabajan, lo que también depende en gran parte de las demandas que presenta en el mercado.

Se dice que es de fabricación artesanal, porque es un producto elaborado en forma manual, que o requiere la intervención de maquinaria industrial, más que algunas herramientas básicas.

2.2. Clases de piñatas

En Guatemala, se fabrican una gran variedad de diseños de piñatas, las que se utilizan en distintas actividades y eventos, es por ello que se crean y forman para satisfacer todas las necesidades, demandas y gustos.

Actualmente, aún se diseñan algunos tipos de piñatas tradicionales, que prevalecen a través del tiempo que continúan siendo populares y existen otros tipos de fabricación moderna que son confeccionadas con materiales reciclables y que han logrado posicionarse en este mercado con mucha popularidad.

Para la obtención de la presente información, se dialogó con la señora Ximena Morales, quien es propietaria de “Piñatas Ximena” y por tener una amplia gama de información relacionada con la piñatería, amablemente proporcionó la siguiente información y clasificación de las piñatas.

- “Piñata de tipo clásico; este es el tipo de piñata tradicional, conocido de manera popular, diseñada con la figura de un personaje de distinta índole no especificado.

Figura 2. **Piñata de tipo clásico**



Fuente: *Tradición de la piñata*. <https://www.google.com.gt/search?q=http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0012sistemas>. Consulta: 17 de julio de 2015.

- Piñata tipo clásico moderno; este es un tipo de piñata clásica pero a la cual se ha incorporado a su diseño la figura de un personaje determinado, algunas características o adornos modernos, que llamen la atención del comprador por dicha característica.

Figura 3. **Piñata clásico moderna**



Fuente: *Tradición de la piñata*. <https://www.google.com.gt/search?q=http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0012sistemas>. Consulta: 17 de julio de 2015.

- Piñata tipo infantil; este tipo de piñata es la que se diseña con la figura de algún personaje infantil, cuyas características se asemejan a un súper héroe de caricatura/dibujo animado, o a un personaje de una película de moda, o bien de algún video juego que esté sobresaliendo y que tenga fuerte demanda en el mercado.

Figura 4. **Piñata tipo infantil**



Fuente: *Tradición de la piñata*. <https://www.google.com.gt/search?q=http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0012sistemas>. Consulta: 17 de julio de 2015.

- Piñata tipo viajero; este tipo de piñata, es un producto innovador que se ha diseñado con el propósito de ser transportada a cualquier lugar, sin que ocupe gran espacio y al mismo tiempo no se dañe.

Figura 5. **Piñata tipo viajero**



Fuente: *Tradición de la piñata*. <https://www.google.com.gt/search?q=http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0012sistemas>. Consulta: 17 de julio de 2015.

- Piñata tipo informal; este es un tipo de piñata sencilla, que puede ser elaborada en casa, o en el colegio o escuela, utilizando materiales sencillos y que estén disponibles. Este tipo de piñata tiene una función educativa, terapéutica para la diversión de los niños.

Figura 6. **Piñata tipo informal**



Fuente: *Tradición de la piñata*. <https://www.google.com.gt/search?q=http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0012sistemas>. Consulta: 17 de julio de 2015.

- Piñata tipo olla; este es el tipo de piñata, que se fabrica con una olla de barro, papel metálico, papel china, cartulina y rafia, poniendo conos a su alrededor, formando una estrella. Esta es la clásica piñata que tiene las características ancestrales de las primeras piñatas que se produjeron en sus orígenes o inicios de este tipo de artículos.

Figura 7. **Piñata tipo olla**



Fuente: *Tradición de la piñata*. <https://www.google.com.gt/search?q=http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0012sistemas>. Consulta: 17 de julio de 2015.

Aunado a lo anterior, se estableció que existen algunas otras clases de piñatas las cuales se encuentran en el mercado y que tiene amplia aceptación por parte de los clientes:

- “Con hilitos. Estas piñatas son muy novedosas, tienen varios hilos que cuelgan de la piñata y los niños los van jalando uno a uno por turnos. Cuando jalan el hilo correcto la piñata se abre y caen los dulces. Esta es apta para niños muy pequeños, como de un año de edad.

- De cartón. Estas piñatas son difícil de romper, pero no representan un riesgo para los niños pequeños. La forma práctica es abrirla con la mano para que caigan los dulces y la fruta.
- De cántaro. Son las tradicionales, estas se rompen a buen tiempo y no se daña el contenido de la piñata. Solo debes tener un poco de cuidado con los residuos”³¹.

Los distintos tipos de piñatas, pueden variar totalmente o ya sea modificar su diseño, de conformidad con el ingenio y creatividad que empleen los artesanos al fabricarlas, Esto dará, dependiendo de la época y de los modelos que prevalezcan en el mercado. Además, es importante también señalar que no hay edad específica o determinada, para que las personas o clientes consuman y utilicen estos artículos, siendo necesario señalar, que son los niños quienes demandan en mayor parte este tipo de productos.

2.3. Estándar de calidad de las piñatas

“Sin duda, una de las metas de todo empresario es entregar el mejor producto y servicio posible; sin embargo, esto no siempre ocurre si no se establecen claramente estándares para cada paso del proceso de producción. Las PyME pueden comenzar con una evaluación básica y continuar con un proceso de mejora continua que incluso abriría las puertas a mercados internacionales”³².

En lo relativo a la calidad se refiere a los atributos, propiedades, características, particularidades, entre otros adjetivos, inherentes al tipo de

³¹ Club Fiestecita. *Las piñatas*. <http://www.fiestecitas.com/ideas-para-fiestas-infantiles/las-piñatas>. Consulta: 17 de julio de 2015.

³² CASTELLANOS, Itzel. *Cómo establecer estándares de calidad*. <http://www.pymempresario.com/2012/10/como-establecer-estandares-de-calidad/>. Consulta el 17 de julio de 2015.

piñata, mismos que este artículo debe cumplir o reunir con determinadas condiciones, siendo necesario tomar en cuenta que existe gran variedad de diseños dentro de este mercado de las piñatas, y que en este aspecto tiene mucho que ver, la creatividad de los artesanos que crean proyectos muy novedosos de piñatas para cada situación o evento, lo cual desarrollan, conforme su experiencia.

“En palabras de expertos, lo primero es considerar si los productos tienen una calidad adecuada o no, para ello es importante evaluar lo siguiente:

- “Que el producto que se está elaborando sea apto para lo que el cliente está pidiendo.
- Que cumpla con las especificaciones del cliente, que pueden estar representadas en normas oficiales.
- Considerar que el producto ofrezca un “plus”, un valor agregado contra la competencia.
- Verificar la confiabilidad de mi producto, que el producto cumpla con sus características a lo largo del tiempo pues si es confiable puedo otorgar garantías.
- Si identificamos que hay áreas que mejorar, hay que gestionar un proceso de calidad. Y es muy importante considerar que lo primero es contar con el apoyo total de la dirección de la empresa pues si no existe, cualquier intento por mejorar la calidad falla”³³.

La calidad en la manufactura de piñatas, entonces, se logra a través organización y planeación de la calidad del producto. Por ello, es imprescindible, tomar en consideración que se cumpla cada una de las

³³ CASTELLANOS, Itzel. *Cómo establecer estándares de calidad*. [http:// www. pymempresario. com/2012/10/como-establecer-estandares-de-calidad/](http://www.pymempresario.com/2012/10/como-establecer-estandares-de-calidad/). Consulta el 17 de julio de 2015.

especificaciones y requerimientos que el cliente ha demandado o requerido, ello con el único fin de lograr la total satisfacción del cliente. Es decir que se cumple con las expectativas de los clientes cuando se tiene la capacidad de elaborar productos de la más óptima calidad. En cuanto a este aspecto de calidad, es muy importante considerar siempre el costo, al momento de comprar una piñata.

Lo anterior obedece al hecho que, la calidad es relativa a lo que el consumidor tiene disponibilidad de pagar por una buena piñata, la calidad, se demuestra o revela, conforme las cualidades que presenta el producto, entre estas, se pueden mencionar algunos aspectos que de manera estándar se establecen para medir la calidad en la fabricación de un producto:

- Clases de materiales de fabricación
- Propiedades de resistencia
- Características de la textura
- Modalidad de estilo y
- Tipo de diseño

Por su calidad en cuanto a los materiales y sus características especiales, de fabricación con materiales clásicos y modernos, así como reciclados, se pueden mencionar los siguientes tipos de piñatas:

- Piñatas en goma espuma, por su calidad de diseño moderno.
- Piñatas en cartón, alambre y globos, por su calidad de textura.
- Piñatas con armazón de alambre, por su calidad de resistencia.
- Piñatas con diseño y armazón versátil y flexible, por su calidad de ductilidad, maniobrabilidad y fácil manejo.

- Piñatas con armazón en globos, por su calidad de estilo, disponibilidad e innovación.

Cuando se hace mención de un sistema de control de calidad de productos, esto se refiere a la implementación de un método planificado y sistematizado de medios y acciones a seguir, dirigido y planteado a asegurar confianza en que los productos o servicios que ofrece una empresa o negocio, se ajusten a las especificaciones determinadas previamente.

Un sistema de calidad, que funciona de manera estándar, para la fabricación de cualquier producto, está sujeto de manera regular a los siguientes factores:

- La organización con la que se cuenta
- El tipo y naturaleza del producto o servicio
- Los recursos y medios materiales y humanos
- Las demandas de los clientes
- Las demandas que impone el mercado
- Diseñado de acuerdo con la regulación de políticas propias de la empresa

Con el fin de que un sistema de calidad, cumpla con su debida función, se requiere que el mismo sea dado a conocer a todo el personal de la empresa, por lo tanto, es necesario apartar la implementación del sistema de calidad de cualquier otra operación como podría ser el lanzamiento de un producto nuevo.

Una vez seleccionado el sistema de implementación a aplicar, ya sea éste global, por áreas, por procesos, entre otros, es necesario mediar los sistemas para su mejoramiento de forma permanente, evaluando resultados, realizando

para ello auditorías, cuantificando el grado de implementación, progreso y mejoras que se hayan alcanzado y que revelen la eficacia y efectividad en cuanto al desarrollo del sistema.

Este tipo de sistemas y su implementación dentro de la empresa, es una herramienta adecuada para alcanzar, mantener y mejorar la calidad. Ya que contempla, el hecho de lograr que un producto o servicio se ajuste a los requisitos previamente determinados, de forma temporal, sino que el sistema se instala de tal manera que se torna de carácter permanente, lo que permitirá mantener y mejorar la calidad en todos los productos o servicios.

Es de esta manera que través de la ejecución de un sistema de control de calidad, se logran alcanzar en la empresa, los beneficios y ventajas que se señala seguidamente:

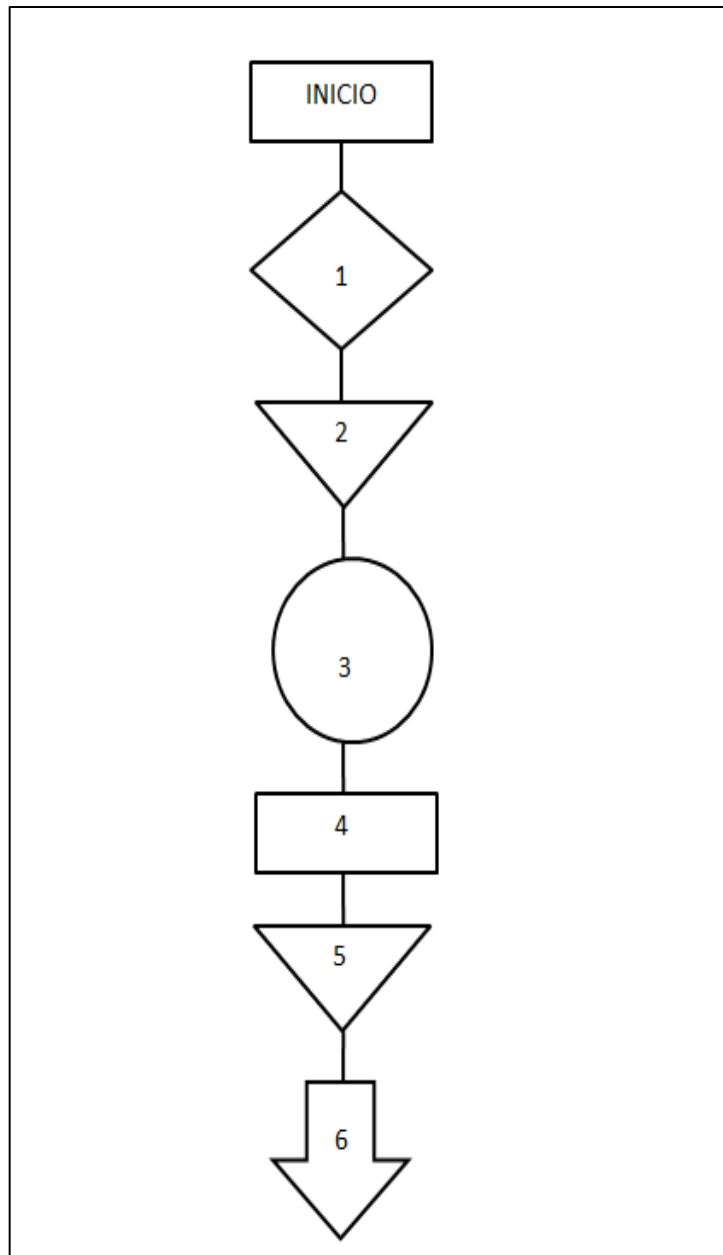
- Se mejora el diseño del producto.
- Se desarrollan estrategias en el desarrollo de nuevos diseños.
- Se mejora calidad del producto.
- Se logra la reducción de desechos, rectificaciones y querellas de los clientes.
- Se obtiene una utilización eficaz de mano de obra, máquinas y materiales (productividad).
- Se logra eliminar los llamados cuellos de botella.
- Se crea de un clima de trabajo distendido.
- Se crea conciencia en lo relativo a la calidad y mayor satisfacción de clientes internos, mejorando la cultura de la calidad de la organización.
- Se crea confianza entre los clientes.
- Se logra la reducción de precios.
- Se mejora la imagen y credibilidad de la empresa.

2.4. Descripción del proceso productivo de las piñatas

Un proceso productivo, hace referencia al transcurso secuencial que sigue o conlleva la manufactura y fabricación y en el caso de las piñatas artesanales, se realiza de la siguiente forma, siguiendo distintas fases preestablecidas para todo proceso productivo, y que a continuación se describen:

- Diseño del producto (en este caso, diseño del tipo de piñata a fabricar).
- Almacenamiento de materia prima (en el presente, materia prima disponible para la manufactura de las piñatas).
- Selección de materiales a utilizar en la fabricación del producto (piñatas).
- Ensamble de materiales (recubrimiento de la piñata con papel).
- Encolado o engomado sobre el recubrimiento de papel de la piñata.
- Ensamble de adornos (superposición de adornos extras sobre la base de la piñata).
- Fijar adornos (pegado o adhesión de adornos sobre la piñata).
- Control de producción (revisión de la cantidad de piñatas producidas).
- Control de calidad (revisión de las piñatas terminadas, de manera que cumplan de conformidad con las demandas del cliente).
- Almacenamiento del producto final.
- Distribución de las piñatas.

Figura 8. **Diagrama de flujo proceso productivo de las piñatas Norma ISO 10013**



Fuente: elaboración propia.

- Diseño del producto
- Almacenamiento materia prima
- Ensamble de materiales
- Control de Calidad
- Almacenamiento del producto final
- Transporte y Distribución

Existe otro proceso de etapas de fabricación para cada una de las actividades, en este caso de la fabricación de piñatas, conocido como forma estándar en mercado de procesos generales de producción artículos artesanales, y es el que a continuación se describe:

2.5. Proceso de fabricación estándar de una piñata artesanal o semi-industrial

- Diseño: este necesita del apoyo en sistemas para el diseño de los artículos, así como la investigación acerca de las últimas innovaciones del mercado actual. Se basa en los siguiente:
 - Especificación de trazos
 - Control de muestreo
 - Capacitación en programas de diseño

Este necesita del apoyo de sistemas determinados para el acomodo y distribución de estilos y tamaños, estos sistemas pueden ser computarizados. Incluye también:

- Revisión de materiales a utilizar para la fabricación del producto/artículo.

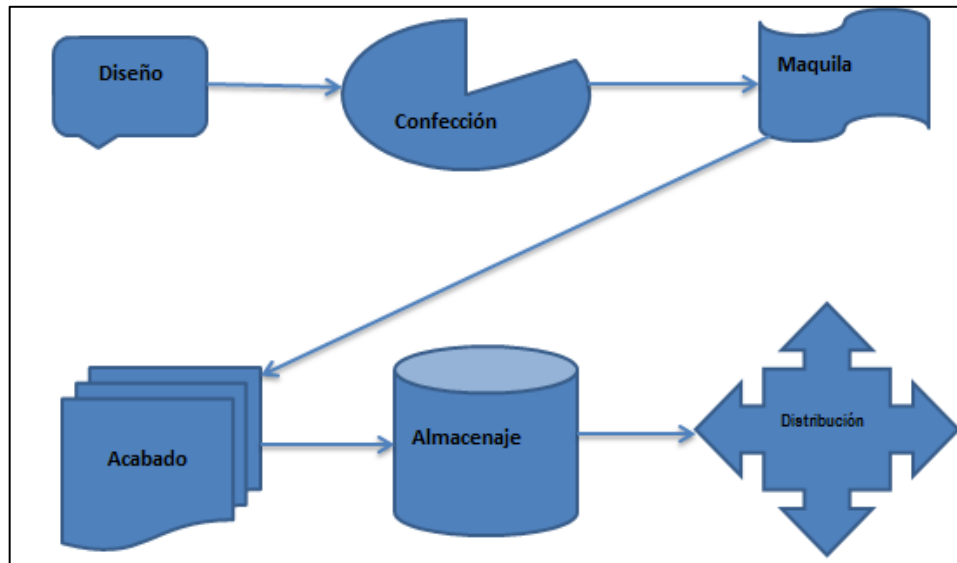
- Control de equipo y maquinaria a utilizar en la producción de artículos para manufactura del producto.
- Actualización del personal y del equipo y maquinaria.
- Innovación tecnológica.
- Confección: incluye manejo de rotación del personal y adecuación de tiempos y movimientos en la fabricación del producto. Maneja también los siguientes aspectos:
 - estándares de trabajo
 - producción por módulos
 - control de calidad
 - control de diagramas
 - medición de la eficiencia de personal
 - inspección de la producción
 - capacitación en habilidades múltiples
 - adiestramiento a pie de máquina
 - programas preventivos
- Maquila: fabricación bajo las normas establecidas por ISO, correspondientes al tipo de artículo que se produce. Maneja también aspectos tales como:
 - Costos
 - Control de entrega de materiales
 - Especificación en lo relativo a cliente-proveedor
 - Factores de producción
- Acabado: revisión de artículos, aseguramiento y control de calidad
- Almacenaje: requiere de tener control de lo siguiente:

- Control de materiales
 - Control de insumos en las especificaciones requeridas
 - Control de inventarios
- Distribución: seguridad en el control del personal y patrimonial y control estricto para la repartición del producto.

Asimismo, es necesario puntualizar que las medidas estándar anteriormente mencionadas en lo que respecta a este proceso de artículos artesanales, obedece a las normas establecidas para tales efectos, de acuerdo con estipulado en ISO, para cada producto o artículo.

Así también el referido proceso, se somete en gran parte a las tácticas y estrategia establecida en cada negocio o empresa, en lo relativo a la forma de producir, fabricar o maquilar productos, una vez el referido proceso, este fundamentado y desarrollado de conformidad con las normas internacionales de mercado, determinadas.

Figura 9. **Proceso de fabricación estándar de una piñata artesanal**



Fuente: elaboración propia.

2.5.1. **Diseño de guía del proceso de piñata enfocado a niños**

En lo que respecta a las etapas y/o pasos de manufactura de piñatas artesanales, estos se desarrollan de la siguiente manera:

“Pasos y etapas secuenciales para la fabricación de una piñata artesanal:

- Primera etapa/paso, se infla un globo y se hace un nudo para que no se escape el aire. El tamaño de la piñata viene dado por la dimensión del globo. Si el globo es más grande, más grande será la piñata.
- Segunda etapa/paso, se reúne el papel periódico y se utilizan las hojas del mismo y luego se procede a hacer tiras con ellas.
- Tercera etapa/paso, se mezcla cola blanca y agua en partes iguales en un recipiente o bien engrudo silicón.
- Cuarta etapa/paso, este es el proceso más creativo. Se untan las tiras de papel de periódico previamente cortadas, con la mezcla de pegamento (cola blanca) y agua y van colocando sobre la superficie del globo ya inflado, como si se estuviese vendando.

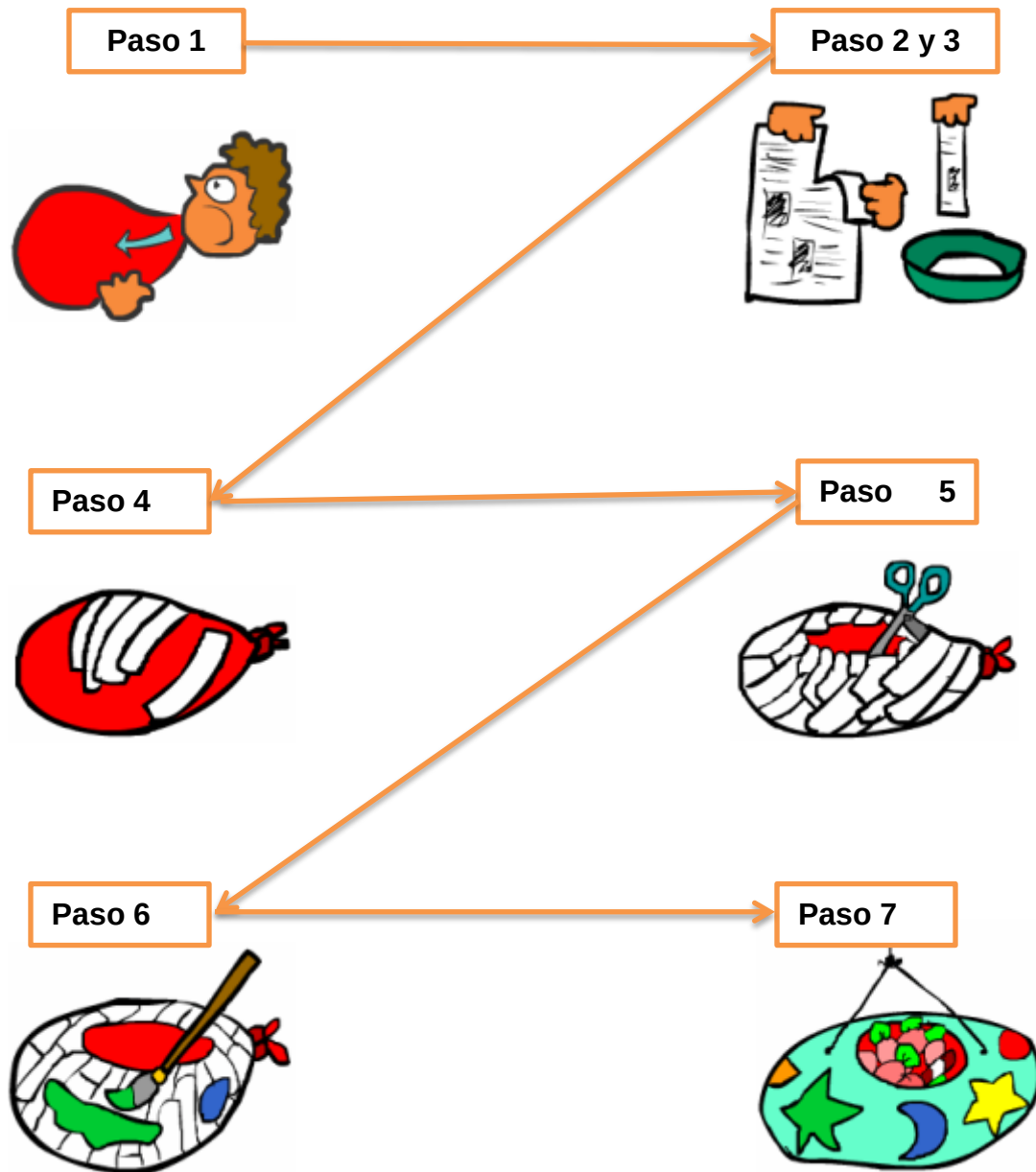
Se Aplican tres o cuatro capas de tiras de papel, unas sobre de otra, de manera que se obtenga un abrigo de papel sobre el globo.

- Quinta etapa/paso, se esperan dos o tres días para que se seque la cola blanca aplicada previamente. Una vez se observa que el caparazón del globo este bien duro (es necesario darle unos golpes con los dedos y se escuchará un ruido como de vacío), se toman unas tijeras y se hace una obertura en uno de los lados del globo. (Este será el lugar por donde serán introducidos los caramelos y los dulces).
- Sexta etapa/paso, se procede a dar colorido a la piñata, utilizando las temperas de distintos colores dar alegría a la piñata y se decora aplicando diversas capas hasta que obtengas la intensidad y matiz deseados.
- Séptima etapa/paso, se deja secar unas horas y luego se tendrá lista la piñata. Sólo queda pendiente que esta sea rellenarla con caramelos, atarle un lazo y colgarla para poder ser utilizada en el juego para el cual está diseñada e iniciar la diversión.³⁴

Actualmente, algunos de los materiales que forman parte de la piñata, proceden de material de reciclaje, que se obtiene en vertederos de material de desecho.

³⁴ Dibujos para pintar. *Fabricación de una piñata sencilla*. http://www.dibujosparapintar.com/manualidades_pinata.html. Consulta: 17 de julio de 2015.

Figura 10. Diseño de piñata enfocado en los niños



Fuente: elaboración propia.

- Descripción del proceso:
 - Paso 1: se infla el globo hasta el punto que se le desea dar a la piñata que se va a elaborar.
 - Paso 2: se hacen tiras de papel periódico.
 - Paso 3: se coloca cola blanca al periódico para que se forme el engrudo.
 - Paso 4: se forra el globo con el engrudo y se deja secar.
 - Paso 5: se revienta el globo y se recorta un pedazo para poder realizar el llenado de la piñata.
 - Paso 6: se pinta y decora la piñata según gusto de la persona.
 - Paso 7: se realiza el relleno que se le desee colocar.

2.5.2. Las características físicas que deben tener las instalaciones de un taller de manufacturación de piñatas

Las instalaciones de un taller de producción, para la manufactura de artículos artesanales, en este caso de piñatas, deben contar con ciertas características establecidas de manera estándar para la producción de artículos de esta índoles; dentro de su infraestructura, a fin de que tanto el personal que labora en el mismo, como la maquinaria y equipo con el que se cuenta tengan un ambiente agradable, saludable, cómodo y adecuado de trabajo y de esta manera se logre el mejor funcionamiento, eficiencia y efectividad productiva, para ello un taller de este tipo, debe de contar con lo siguiente y tomar en consideración estos aspectos:

Edificio

Eduardo J. Arnoletto, refiriéndose a la localización de plantas industriales, señala que: “Las decisiones de localización intentan responder a la pregunta sobre dónde deben estar ubicadas las instalaciones. Estas decisiones forman parte de la estrategia de la empresa y son vitales para el logro de los objetivos de la misma”³⁵.

Y en ese mismo orden de ideas señala los casos y las causas en los cuales es necesario realizar esta clase de estudio:

- “Existencia de mercados en expansión
- Introducción de nuevos productos o servicios
- Contracción de la demanda
- Agotamiento de las fuentes de abastecimiento
- Cambio de la localización de la demanda
- Obsolescencia de la planta
- Presión de la competencia
- Cambios en el mercado de la mano de obra y /o de los proveedores
- Cambios en las condiciones socio políticas
- Fusiones y adquisiciones de empresas”³⁶

En el caso que nos ocupa, la importancia de la localización y diseño del taller de producción de piñatas, es la introducción de nuevos productos, como lo son aquellos que se desprenden de la piñatería en general.

³⁵ ARNOLETTO, Eduardo Jorge. *Administración de la producción como ventaja competitiva*. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/299/50.htm>. Consulta: 18 de septiembre de 2015.

³⁶ *Ibíd.*

Se mencionan además algunos elementos que se deben tomar en cuenta para la ubicación del edificio donde se instalará un taller de producción de piñatas:

- "Fuentes de abastecimiento: seguridad de abastecimiento, modos de transporte de insumos, especial consideración a los insumos perecederos
- Mercados: acceso fácil de los clientes, localización de la competencia, costos y disponibilidad de transportes, especial consideración a los productos perecederos o frágiles.
- Medios de transporte y de comunicación: disponibilidad de transportes marítimos, fluviales, carreteros, FFCC, aéreos. Capacidad de carga, versatilidad, seguridad, tiempo, articulación, costos. Medios de comunicaciones disponibles, seguridad operativa, costos.
- Mano de obra: disponibilidad de efectivos. Capacidades y habilidades. Nivel promedio de salarios y otras prestaciones. Nivel de sindicalización. Nivel de ausentismo y actitud cultural ante el trabajo.
- Suministros básicos: disponibilidad y costos de las fuentes de energía. Disponibilidad y costos del aprovisionamiento de agua.
- Calidad de vida: capacidad de la zona para atraer la radicación de directivos, técnicos, mano de obra calificada, entre otros.
- Condiciones climáticas: datos del clima que afectan al proceso productivo. Incrementos de costo por incidencia de factores climáticos: calefacción, refrigeración, filtrado de aire, entre otros.
- Marco jurídico y administrativo: normativa local, regional, nacional, favorable o desfavorable. Legislación laboral, sindical, medioambiental.
- Impuestos y servicios públicos: presión fiscal nacional y local. Incentivos tributarios. Calidad, disponibilidad y costo de los servicios públicos.
- Actitud hacia la empresa: de las autoridades y de la opinión pública.

- Terrenos y construcción: topografía y capacidad portante de los terrenos, ubicación y costo. Posibilidades técnicas de construcción. Edificios existentes”³⁷.

Ventilación e iluminación

La iluminación o iluminancia es una magnitud que se refiere a la cantidad de iluminación que suele constituir el punto de partida para el cálculo de un sistema de iluminación. Se define como la luz emitida por una fuente que cae sobre una superficie.

“La ventilación industrial se refiere al conjunto de tecnologías que se utilizan para neutralizar y eliminar la presencia de calor, polvo, humo, gases, condensaciones, olores, etc. en los lugares de trabajo que puedan resultar nocivos para la salud de los trabajadores”³⁸.

- “Debe contar con las plazas/espacios de trabajo amplios, que sean requeridos para cada área del proceso de producción y que estas tengan la suficiente ventilación con ventanas que permitan la iluminación natural.
- Contar con la debida iluminación artificial (lámparas fluorescentes de 700 amperes como mínimo).
- Instalaciones eléctricas apropiadas (implementar una acometida eléctrica bien diseñada, de acuerdo con las necesidades de la empresa), estas deben de contar con la debida protección y letreros de seguridad.
- De preferencia se debe contar con extractores de aire, con el objeto de mejorar la ventilación, especialmente si el edificio no cuenta con terraza sino que es un techo de lámina.

³⁷ ARNOLETTO, Eduardo Jorge. *Administración de la producción como ventaja competitiva*. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/299/50.htm>. Consulta: 18 de septiembre de 2015.

³⁸ *Ibíd.*

- En caso de ser el edificio de terraza, será necesario que existan suficientes tragaluces para permitir el paso de luz solar y ahorrar en el consumo de energía eléctrica.
- Si o existiera la ventilación adecuada, se debe disponer de ventiladores instalados en la parte superior del edificio de preferencia para evitar que la inadecuada ubicación haga imposible la maniobra de los materiales para fabricar las piñatas.

Piso

- Pasillos de tránsito amplios, para el transporte de materiales y maquinaria y el tránsito de personas.
- El piso debe mantenerse limpio, ordenado y en condiciones sanitarias y se le debe dar el mantenimiento adecuado, para evitar la acumulación de residuos de los materiales empleados para el trabajo productivo.
- De preferencia debe existir un piso de concreto o de granito no así de azulejo porque hace más fácil el deslizamiento de objetos y de personas al derramarse cualquier sustancia sobre él.

Seguridad e higiene industrial

Hernández, citado por Estrada González, indica que “la seguridad e higiene industrial son el conjunto de conocimientos científicos y tecnológicos destinados a localizar, evaluar, controlar y prevenir las causas de los riesgos en el trabajo a que están expuestos los trabajadores en el ejercicio o con motivo de su actividad laboral”³⁹.

³⁹ ESTRADA GONZÁLEZ, Francisco Javier. *Prácticas de seguridad e higiene industrial en las fábricas de calzado ubicadas en la cabecera municipal de Santa Catarina Mita, Jutiapa*. p. 13.

En cuanto al taller de producción de piñatas es necesario que cumplan con las siguientes condiciones:

- Contar con un área destinada para comedor tipo cafetería, adecuada para el personal que labora en la empresa.
- Contar con un área de servicios sanitarios, apropiada, al servicio de los trabajadores de la empresa.
- Señalización visible y apropiada, con mensajes de fácil interpretación en los pasillos y distintos ambientes y áreas de trabajo, así como en los escalones, escaleras, desniveles, franjas, etc.
- Contar con extintores tipo “A”, que se encuentren vigentes y de fácil acceso, con letreros visibles, en caso fuese necesario hacer uso de ellos en alguna situación.
- Salidas de emergencia, amplias y bien señalizadas.
- Contar con suficientes sillas y mesas de trabajo adecuadas en las áreas destinadas para los distintos procesos de producción.
- Los trabajadores deben estar afiliados al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social para contar con la cobertura y atención en caso de accidentes.
- Debe existir un botiquín de primeros auxilios con los medicamentos básicos para atender una emergencia.

Herramientas industriales

- Contar con la maquinaria y equipo requeridos para las necesidades de producción de la empresa y de acuerdo con las dimensiones corporales y funciones de los trabajadores.

- Identificar los dispositivos de señalamiento en maquinaria y equipos”⁴⁰.

2.5.3. El recurso humano: jefe y operarios, con que debe contar un taller de fabricación de productos artesanales y sus respectivas funciones (piñatas)

En lo que respecta al aspecto del recurso humano, con que debe contar un taller de fabricación de productos artesanales (como el de producción de piñatas), es el que se establece de manera estándar, para todos los talleres que se dedican a la manufactura de este tipo de productos y este hace alusión a las personas que laboran en la empresa y dentro de las cuales se da la organización del trabajo y la distribución del mismo, así como a las funciones y tareas que desempeña cada miembro del personal. Además hace referencia a todo lo relativo a:

- “Designación de áreas.
- Jefes o encargados responsables.
- Interrelación y comunicación dentro del personal.
- Coordinación de tareas (designar lo que cada quien debe hacer, cuándo y cómo debe realizar).
- Coordinación de tiempos y de esfuerzos.

Para que todo lo anterior se lleve a cabo con responsabilidad, coordinación, dirección adecuada, asignación de funciones y éxito; debe de existir una estructura de funciones (organigrama), de las personas que colaboran dentro de la empresa, se describe a continuación:

⁴⁰ DE LEÓN BARRIOS, Edwin Francisco. *Manual técnico sobre buenas prácticas de manufactura*. p. 10.

- Director General; es quien tiene la capacidad, preparación, habilidad y destreza, así como don de mando y experiencia comprobadas, para designar, dirigir y coordinar la organización y las funciones y tareas de la empresa a nivel general.
- Coordinador/Jefe de personal: es la persona que cuenta con la capacitación calidad y experiencia, comprobadas, para dirigir, definir y designar las funciones y tareas a cada trabajador y supervisa y controla a los mismos.
- Coordinador/Jefe de producción: es la persona que cuenta con la capacidad y habilidades experiencia comprobadas, para dirigir y controlar y coordinar la producción, en todo su proceso, la productividad y la distribución de la producción final.
- Encargado de contabilidad: es la persona que tiene la preparación y capacidad y habilidad y experiencia comprobada, para encargarse de llevar control y supervisión de todas las operaciones contables que son realizadas en y por la empresa.
- Encargado/Jefe de operaciones: es la persona que tiene la habilidad y capacidad y experiencia comprobadas, para controlar y supervisar la organización y capacitación del personal, los pasos y la forma en que se realizan las operaciones y los procesos de producción, especificando además, lo que se recibe y lo que se entrega, control de cumplimiento de demandas del cliente, medición y control de eficiencia en cada operación, tomando en consideración para ello, los siguientes aspectos:
 - Calidad del producto

- Tiempos
 - líneas de producción
 - Áreas de trabajo
 - Etapas de trabajo
 - Objetivos y metas de producción
 - Cantidad
 - Registro de producción
- Trabajadores operarios: son las personas que en el proceso de producción desempeñan una labor especial y específica y quienes deben de recibir capacitación de manera constante, adecuada, apropiada y específica para el correcto manejo de la maquinaria, equipos, recursos y además de las debidas funciones que se encuentran bajo su responsabilidad.

Toda la información, debe de darse por escrito, para que todas y cada una las personas que laboren para la empresa, sin acepción de ninguna, en los distintos departamentos y áreas, de los diversos procesos y funciones, tengan dicha información disponible de forma física de ser posible electrónica, en cualquier momento que sea necesario consultar la misma por alguna razón o situación”⁴¹.

Por lo general en una empresa de tipo artesanal las funciones de (Director General, Coordinador/Jefe de personal, Coordinador/Jefe de producción, Encargado/Jefe de operaciones) son cumplidas en muchas ocasiones por el mismo dueño dependiendo de esa persona la mayoría de decisiones que afectan a la empresa.

⁴¹ DE LEÓN BARRIOS, Edwin Francisco. *Manual técnico sobre buenas prácticas de manufactura*. p. 28.

2.5.4. Las máquinas, herramientas y equipo, con que debe contar un taller dedicado a la fabricación de artículos artesanales como es el caso de elaboración de piñatas

Dependiendo del estilo de piñata que se quiera producir, no se necesita maquinaria muy sofisticada, casi siempre el equipo que no debe de faltar, es el que a continuación se describe:

Máquinas

- Trituradora de papel: las trituradoras de papel, también llamadas destructoras de papel, como el nombre sugiere, son aparatos que trituran o destruyen documentos a trozos finos de modo que la información que contienen resulta ilegible.
- Guillotina para papel: una guillotina para papel es una herramienta que se utiliza en oficinas, escuelas, empresas de impresión, la misma permite cortar grandes pilas de papel de forma que se puede cortar como si fuera una regla.
- Cutters de uso industrial: el cúter, trincheta, cortador de cajas, cuchilla para maqueta, cuchillo cartonero, corta papel, corta cartón, exacto, bisturí o estilete es una herramienta de uso frecuente que se utiliza en varias ocupaciones y trabajos para una amplia diversidad de propósitos, como pelar o quitar el plástico aislante a los cables eléctricos.
- Dispensador de cinta adhesiva:

- Perforadora: una perforadora o taladradora de papel es un accesorio de oficina habitual que se emplea para practicar perforaciones en hojas de papel, a menudo con el propósito de unir las hojas con anillas.
- Batidora industrial o casera con 30 litros de capacidad (para hacer el engrudo): máquina industrial formada en su mayor parte por componentes mecánicos: ejes, engranajes, carcasas, tornillos, manguitos, recipientes, etc. Y en su menor parte elementos eléctricos como el motor, condensador, cable, etc. La funcionalidad es batir productos alimentarios por lo que ha de cumplir un requisito higiénico y de seguridad añadido.
- Infladores manuales que vienen. (Esta es una máquina opcional): una bomba de aire es un tipo de máquina de fluido de desplazamiento expresamente diseñada para trabajar con aire. Se trata por lo tanto de un compresor, una máquina térmica (y no una máquina hidráulica) que varía la densidad del fluido al variar la presión del mismo.

Herramientas

- Brochas
- Pinceles
- Tijeras
- Tijeras *zig-zag*
- Lazos
- Alambre

Materiales y equipo

- Sillas
- Mesas con base dura
- Mesas de ensamblaje
- Recipientes
- Guantes de látex
- Mobiliario y equipo básico de oficina
- Computadora
- Ventilador

Algo importante de aclarar es que la adquisición y uso de los anteriores equipos en mención, dependerá de la capacidad de la empresa y queda a criterio de cada una, la obtención y utilización del mismo.

2.5.5. Los materiales, insumos y suministros que son requeridos y necesarios, para la producción de piñatas.

En lo relativo a los materiales que se utilizan en la fabricación de productos artesanales que utilizan materiales reciclables, es necesario que estos presenten ciertas características que son esenciales, por ser material de segunda y por lo tanto tiene que ofrecer cierto grado de seguridad, durabilidad y permanencia entre los que se enumeran:

- Papel periódico y otros tipos de papel, tales como papel china, papel bond o papel *craft*, entre otros
- Plástico
- Lazos
- Alambre de amarre o de cercha

- Madera (palos de escobas o trapeadores, entre otros)
- Globos

Se menciona madera y palos de escobas o trapeadores, debido a que una piñata al venderse, siempre debe de ir acompañada de su respectiva herramienta para poder ser quebrada, y pueda cumplir con su función de divertir y desparramar caramelos y sorpresas, el cual también debe de contar con su respectivo forro.

Es importante también indicar que, para hacer el ensamblaje y unión de las piezas, es necesario el uso de materiales que no provienen del reciclaje, sino que deben de ser de primer uso, debido a sus propiedades de resistencia y permeabilidad y a la función que realizan dentro de la fabricación de piñatas artesanales, entre los cuales están:

- Pegamentos
- Engrudo
- Brocha/pincel
- Harina
- Tijeras
- Lazo
- Silicón
- Perforador
- Batidora (para preparar engrudo)

Debido al origen los materiales y sus características para el uso primario al que fueron destinados, la fabricación de piñatas, debe reunir algunas propiedades como las que a continuación se indican para asegurar su producción y venta así como su permanencia en el mercado respectivo:

- Firmeza
- Flexibilidad, maleable
- Resistencia
- Resistencia al peso, debe ser un material flexible pero fuerte
- Color llamativo

Es importante también señalar algunos suministros que son imprescindibles para la producción de estos artículos:

- Agua potable
- Energía eléctrica
- Bolsas plásticas

2.5.6. La importancia de la utilización de un sistema de protección del medio ambiente en la fabricación de productos artesanales

“La generación de productos que no causen un impacto ambiental negativo no es aún del todo posible. Sin embargo, las buenas decisiones que tomen los diseñadores al proyectar pueden minimizar el daño que se produciría al ambiente, es por eso que las iniciativas que se llevan a cabo pretenden minimizar los daños ocasionado de parte de las empresas”⁴².

En la actualidad, se han desarrollado sistemas de protección del medio ambiente, los cuales están dirigidos a todos los países a nivel mundial, con el fin de lograr la preservación de los recursos naturales, utilizando como medio

⁴² *Recomendaciones para un proyecto que respete el medio ambiente.* <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/20CAPITULO14.pdf?sequence=20>. Consulta: 18 de julio de 2015.

para lograr este objetivo el reciclaje que es el factor determinante para lograr la reducción de la contaminación del medio ambiente.

El sistema de protección del medio ambiente en la fabricación de piñatas, se fundamenta en el aprovechamiento de materiales de deshecho, y hace especial referencia en una perspectiva ecológica que tiene como objetivo fundamental la conservación de los recursos naturales y con ello lograr disminuir la contaminación ambiental.

Parafraseando la obra “14 recomendaciones de un proyecto que respeta el medio ambiente”; se ha realizado una adaptación de los principios allí contenido, para ser aplicados a la elaboración de piñatas.

Con el propósito de lograr lo antes descrito, es necesario que negocios como los que se dedican en el presente caso a la manufactura de piñatas, tomen conciencia del papel que juegan en la reducción de la contaminación ambiental, colaborando de manera efectiva en la reutilización de materiales de deshecho.

Con el fin de lograr dicho objetivo, se hace necesario, desarrollar estrategias que estén orientadas a la fabricación de artículos artesanales utilizando para ello de materiales de desecho tales como:

- Papel periódico y otros tipos de papel
- Hojas de libros, cuadernos
- Alambre (de amarre, de cercha)
- Lazo
- Plástico
- Engrudo, pasa blanca

- Madera (palos de escoba, trapeador)

“El referido sistema de protección ambiental, también tiene como objetivo motivar a la capacitación de personas que laboran en de determinadas áreas del trabajo informal, con el propósito que se desempeñen de manera activa en un trabajo del campo del reciclaje y conozcan las ventajas que se pueden obtener a través de colaborar en la selección de materiales de reciclaje para su reutilización en la fabricación de diversidad de artículos y de esta manera coadyuvar a la limpieza de la contaminación del ambiente”⁴³.

Es de esta manera que se puede colaborar de forma activa y responsable en la solución del grave problema de contaminación ambiental que aqueja al planeta y que se ha generado, por el manejo indebido en lo relativo a la acumulación de grandes cantidades deshechos a nivel mundial.

El reciclaje de materiales de deshecho, requiere de la clasificación de la basura y de esta manera se puede lograr la disminución en la acumulación de deshechos, esta reducción se logra a través de:

- “Reutilización de materiales de deshecho, empleando la creatividad de las personas entre ellos, los artesanos, fabricando productos de buena calidad lo que representa una nueva fuente de trabajo para muchas personas que necesitan y de esta manera puedan satisfacer sus necesidades básicas.
- Reciclar, volviendo a fabricar productos con los encontrados en los vertederos.

⁴³ *Recomendaciones para un proyecto que respete el medio ambiente*. <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/20CAPITULO14.pdf?sequence=20>. Consulta: 18 de julio de 2015.

- Reducir, aplicando los pasos anteriores se logra una disminución en la acumulación de basura y materiales de deshecho, lo cual ayuda a la recuperación y saneamiento ambiental⁴⁴.

Con la ejecución de este sistema de las Tres Rs (RRR), establecido a nivel mundial, se pretende lograr la reutilización de materiales de deshecho, agregándoles un nuevo valor y uso, contribuyendo así al saneamiento del ambiente, y al mismo tiempo concientizando a la población sobre el problema ambiental y permite también agenciar oportunidades de trabajo, como lo es el caso de la fabricación de piñatas artesanales en Guatemala y coadyuvar en la disminución de la acumulación de grandes cantidades de basura en los vertederos de desechos y por lo tanto a la reducción en la contaminación ambiental tanto en el país como a nivel internacional.

⁴⁴ 14 *Recomendaciones para un proyecto que respete el medio ambiente*. <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/20CAPITULO14.pdf?sequence=20>. Consulta: 18 de julio de 2015.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. El producto en el mercado

“Los estudios de mercado son proyectos de investigación conducidos a objeto de lograr un entendimiento profundo sobre cómo funcionan los sectores o los mercados y las prácticas que se dan en ellos”⁴⁵. Si la ingeniería industrial pretende lograr que la producción industrial o semi-industrial sea rentable y competente, no se puede pasar por alto la temática de los estudios de mercado. De hecho para efectos del presente trabajo analiza el sector de la venta de piñatas.

“Principalmente, se llevan a cabo cuando existen inquietudes sobre el funcionamiento de los mercados, en uno o más de los siguientes ámbitos: (i) conducta de las empresas; (ii) estructura del mercado; (iii) fallas de información; (iv) conductas del consumidor; (v) intervención del sector público en los mercados (ya sea a través de políticas o regulación, o por su participación directa por el lado de la oferta o la demanda del mercado) y (vi) otros factores que pudieran surgir y que perjudican al consumidor”⁴⁶.

Hoy día, más que simples artesanías, la elaboración de piñatas tiene membrete de micro empresas por la forma en que se desarrolla su proceso de producción. El municipio de Guatemala del departamento de Guatemala, es una de las localidades en donde se encuentran aglomeradas una gran parte de las

⁴⁵ Grupo de trabajo de promoción de la ICN. *Manual de buenas prácticas para la elaboración de estudios de mercado*. p. 3.

⁴⁶ Op cit. p. 4.

micro empresas dedicadas a la piñatería, por ende, es representativo del desarrollo que tiene el sector identificado en la rama de actividad de industria manufacturera, rubro: papel, cartón y sus productos.

Cabe mencionar que en lo que a las piñatas se refiere, su color, su forma y su estructura en general, depende de la representación que se quiera realizar, que puede ir desde diseños inspirados en la naturaleza, hasta la imitación de personajes del cine, la televisión, entre otros. Lo anterior conlleva, a elevar la productividad del país con esta cadena de demanda, ya que generan rentabilidad para los fabricantes de las piñaterías en nuestro país.

Durante los últimos años se ha fortalecido la distribución de centros mayoristas, sub-distribuidores, autoservicios, sector institucional, papelerías, tiendas y otros. Aunque los centros minoristas están posesionados en el mercado existente, los centros mayoristas han crecido cada vez más.

La competencia es representada como cualquier negocio o empresa que eleva las expectativas de la clientela. Por lo que para satisfacer a los clientes se debe proporcionar la mejor atención al público al momento de prestar el servicio cualquiera que fuese el tipo de negocio, debido a que la empresa se vería afectada en un determinado momento frente a la competencia que brinda una atención de calidad.

Es por ello que uno de los objetivos del presente capítulo es comparar tanto las ventajas competitivas como las comparativas y así poder colocarse en primera posición en el mercado de las piñatas y productos para fiestas infantiles. Se debe tener en cuenta la existencia de infinidad de piñaterías posesionadas en el mercado guatemalteco, además de varias empresas que

ofrecen el combo completo que incluye tanto las piñatas como el área para el desarrollo de las fiestas.

El mercado ha crecido mucho en los últimos años, se han establecido diferentes empresas. Aunado a lo anterior, cabe mencionar que actualmente la oferta al público de las piñatas se realiza principalmente a través de las páginas web, especialmente aquellas que aglutinan a una serie de MPYME, o un sector productivo específico. Las redes sociales constituyen otro medio importante en cuanto al negocio de la piñatería, las cuales se deben aprovechar.

Bajo esa perspectiva, la Asociación Viva Juntos Por La Niñez, cuantitativamente tendría una gran competencia, sin embargo, dentro del mercado existente, no se cuentan con Organizaciones No Gubernamentales que desarrollen este tipo de actividad comercial, y si tomamos en cuenta que en el país tienen aceptación este tipo de asociaciones civiles, las piñaterías existentes no serían competencia directa, por lo contrario se puede visualizar como posibles clientes, si se realiza producción en línea o a gran escala.

El negocio que se propone es eminentemente finalista porque responde a propósitos humanitarios, para proporcionar una fuente de ingresos para los niños, niñas y adolescentes que se encuentran en riesgo de regresar a la calle, y que tiene a dicha entidad no gubernamental como su segundo hogar. Este debe ser el slogan que se debe presentar no solo para dar a conocer el producto sino para incentivar su consumo.

El factor precio del producto puede ser una ventaja significativa de la cual se puede aprovechar la Asociación, así como la posibilidad de ofrecer un servicio completo de productos para eventos infantiles. A lo anterior puede sumarse el hecho de que la utilización de materia prima derivada del reciclaje,

disminuye los costos de producción, e inclusive pudiera obtenerse de forma gratuita al formular peticiones a las empresas para que puedan donar este material para la Asociación.

Los precios que maneja la competencia son:

- Piñata pequeña de Q 35,00 a Q 50,00 (dependiendo del diseño)
- Piñatas promedio de Q 51,00 a Q 75,00 (dependiendo del diseño)
- Piñata grande entre Q 76,00 a Q 150,00 (dependiendo del diseño)

Las piñaterías son de gran importancia para la economía guatemalteca, ya que la mayoría de ellas están dentro de la categoría de micro empresas, las cuales en su conjunto, representan buen porcentaje del producto interno bruto nacional.

Con relación a las personas empleadas o la mano de obra que ocupa la producción de piñatas se puede señalar que las mujeres representan el 58 % del empleo total generado por la microempresa, esto también se da en las piñaterías, ya que la mayor parte de personas al frente de estos negocios son mujeres.

Es importante señalar que la naturaleza de las actividades a las que se dedican actualmente la micro y pequeñas empresarias predominan las de menor rentabilidad y están vinculadas al papel tradicional de la mujer como la elaboración de ropa, alimentos, comercio y servicios en pequeña escala. No obstante, el impacto positivo de su acceso a recursos, conlleva a aumentar su capacidad en el proceso de toma de decisiones.

Es ampliamente reconocido que una mujer que obtiene ingresos económicos los invierte en sus hijos proporcionándoles más acceso a salud, educación, alimentación y vivienda digna.

Adicionalmente al existir el rubro que se dedica a la comercialización de piñatas, se está generando empleo, se eleva la producción, se mejoran las ventas, se genera demanda, entre otros. Al darse todos los aspectos anteriores, se está aportando un importante elemento a la economía ya que al haber mayor empleo, se incrementan los ingresos y así sucesivamente la economía prospera.

3.2. El área de mercado

Se define oferta como: “La combinación de productos, servicios, información o experiencias ofrecidas a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo”⁴⁷.

Al analizar la oferta se conocerá a otros oferentes de los artículos de piñatería, es decir, la competencia, a la cual se enfrentará esta empresa en el presente estudio y permitirá determinar las fortalezas y debilidades a la que se expone este negocio, estableciendo las estrategias que permitirá cubrir el mercado. Teniendo en cuenta:

- Características
- Proyección de la oferta

⁴⁷ KOTLER, Phillip y AMSTRONG, Gary. *Fundamentos de marketing*. p. 7.

Es por ello que se realizará el estudio de mercado con base a encuestas para poder determinar con exactitud la oferta y la demanda tomando en consideración lo siguiente:

- Zona de la investigación

La zona para llevar a cabo la investigación del trabajo se delimitó en la zona 1 de ciudad de Guatemala específicamente en las cercanías del Parque Colón octava avenida y octava calle.

- Determinación de la población:

- Oferta

De acuerdo al estudio de campo realizado se pudo determinar que existen 25 locales dedicadas a la elaboración y venta de piñatas que son microempresarios registrados que estuvieron dispuestos a colaborar con la investigación, por lo que, se consideró de naturaleza finita ya que la constituyeron un número determinado de micro empresas dedicadas a la industria de la piñatería.

- Demanda

Estuvo constituida por un número ilimitado de padres de familia y otras personas dispuestas a la compra del producto (mercado potencial), que residen en el departamento de Guatemala. Por ser un número ilimitado de sujetos, su naturaleza es de carácter infinito, ya que es difícil enumerar o contar físicamente los elementos que pertenecían exactamente a la población.

- Tamaño de la muestra:

- Para la oferta

Tomando en consideración el tamaño de la población y de acuerdo con el estudio de campo realizado, para la oferta, se decidió que no era necesario hacer el cálculo muestral por lo que se consideró que el tamaño de la población será de 25 locales los cuales son los que están ubicados en la cercanía del parque Colom.

- Demanda

Para la demanda se pudo verificar que existen dos categorías de sujetos de análisis: Padres de familia y personas dispuestas a la compra de producto. Por tal motivo se consideró indispensablemente pasar dos diferentes encuestas, ya que después de analizar las preguntas se concluyó que las preguntas estaban mezcladas y unas no se coordinaban con las otras; unas eran solo para familias y otras eran para hombres y mujeres solteros entre otros. Para analizar todo el mercado es necesario conocer los puntos de vista por separado y cumplir con los objetivos de la investigación.

Para efectos de esta investigación, se utilizó la fórmula para poblaciones infinitas y obtener así un tamaño muestral considerado apropiado. En ese sentido el desarrollo de la referida fórmula se plantea a continuación:

$$N = \frac{P * Q * z^2}{e^2}$$

A los cuales se les asignaron los siguientes valores:

Tabla I. **Valores para cálculo de la muestra**

N	?
Z	1,87
P	50 %
Q	50 %
e	0,07

Fuente: elaboración propia.

Nivel de confianza: 1,87 ya que equivale al 93,86 % del universo sujeto a considerar para el cálculo muestral.

Probabilidad de éxito o fracaso: A la probabilidad de éxito y de fracaso se les asignó el 50 %. Por el simple hecho de que no ha habido un estudio preliminar y porque existe la misma probabilidad de éxito como de fracaso.

Margen de error: se ha tomado un margen de error del 7 %, el cual equivale a que de cada 100 encuestas pasadas a los sujetos de estudio, probablemente 7 de ellas arrojen información errónea. Lo anterior permite que la información recolectada sea lo más veraz posible.

Al sustituir los valores en la fórmula se obtiene:

$$N = \frac{(0,50)(0,50)(1,87)^2}{(0,07)^2} = 178 \text{ encuestas}$$

Asignación de encuestas para la demanda:

La siguiente tabla muestra la asignación de encuestas para la demanda potencial se encuestó a 100 padres de familias y otras personas que estaban interesadas en comprar una piñata para poder tener los dos puntos de vista.

Tabla II. **Asignación de encuestas para la demanda**

Categoría	Núm. De encuestas	Porcentajes
Padres de familia	100	56,18 %
Otros	78	43,82 %
Total	178	100 %

Fuente: elaboración propia.

A los padres de familia se les asignó un porcentaje mayor ya que las familias son la base de la demanda, más sin embargo es necesario conocer el resto de opinión de las personas que no compran específicamente piñatas para celebración de cumpleaños de sus hijos.

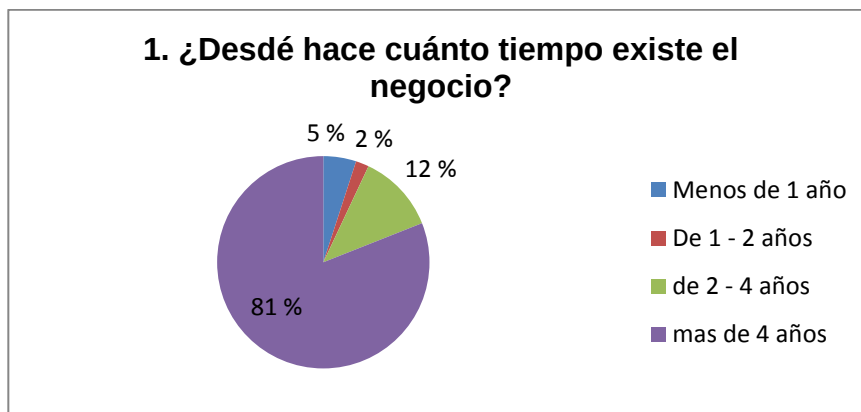
Para recolectar datos de las personas encuestadas, se diseñaron tres cuestionarios uno para conocer características de la oferta (anexo 1) y otro para conocer el comportamiento de la demanda de los compradores potenciales (anexo 2).

Tabulación y análisis de la información:

Al completar la recolección de información por medio de las encuestas, se tabularon por separado cada una de ellas. Una vez terminada la tabulación de los datos, se procedió a analizar los resultados obtenidos en cada pregunta.

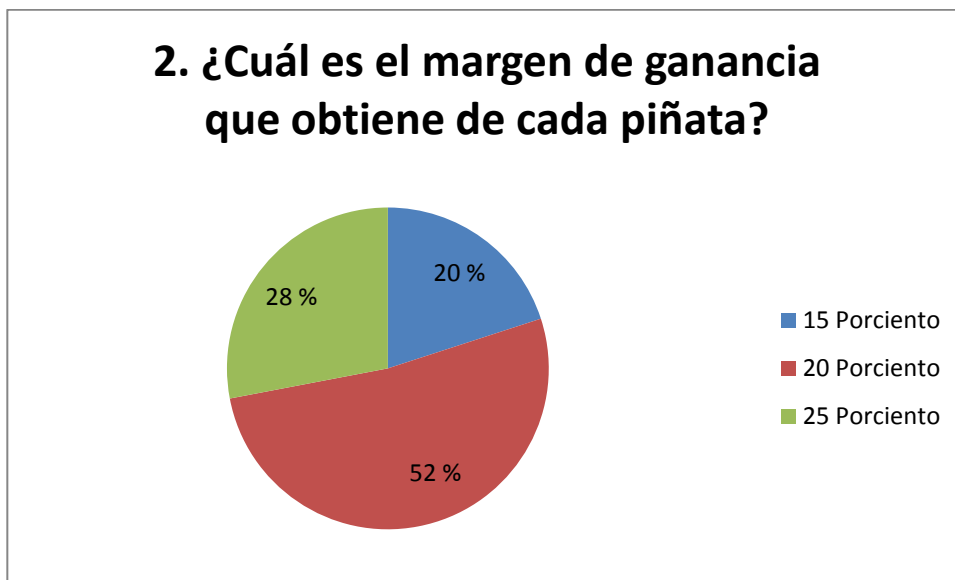
- Análisis de los datos de la oferta:

Figura 11. **Pregunta número 1 análisis de la oferta**



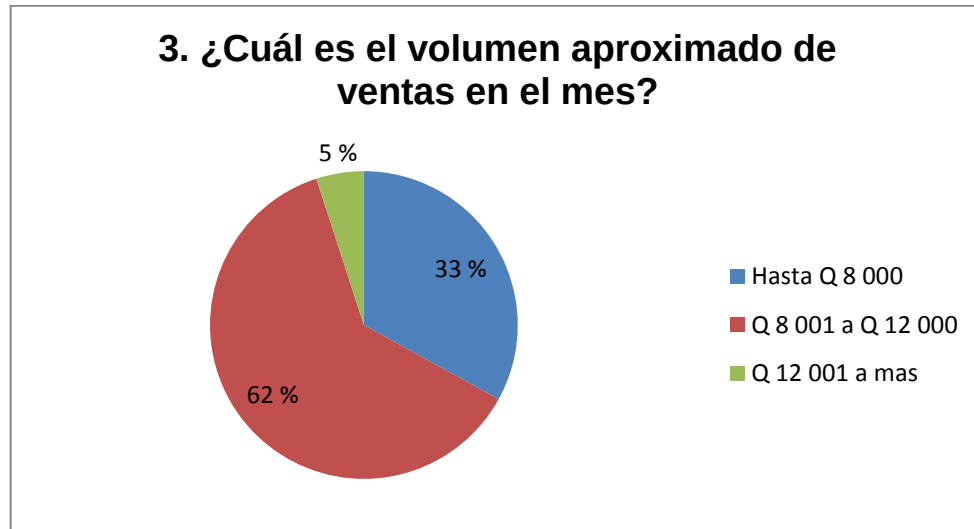
Fuente: elaboración propia.

Figura 12. **Pregunta número 2 análisis de la oferta**



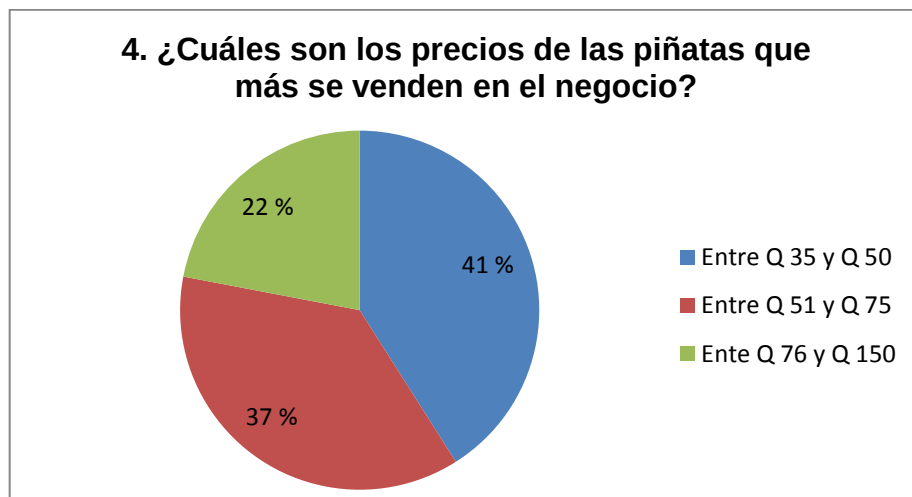
Fuente: elaboración propia.

Figura 13. **Pregunta número 3 análisis de la oferta**



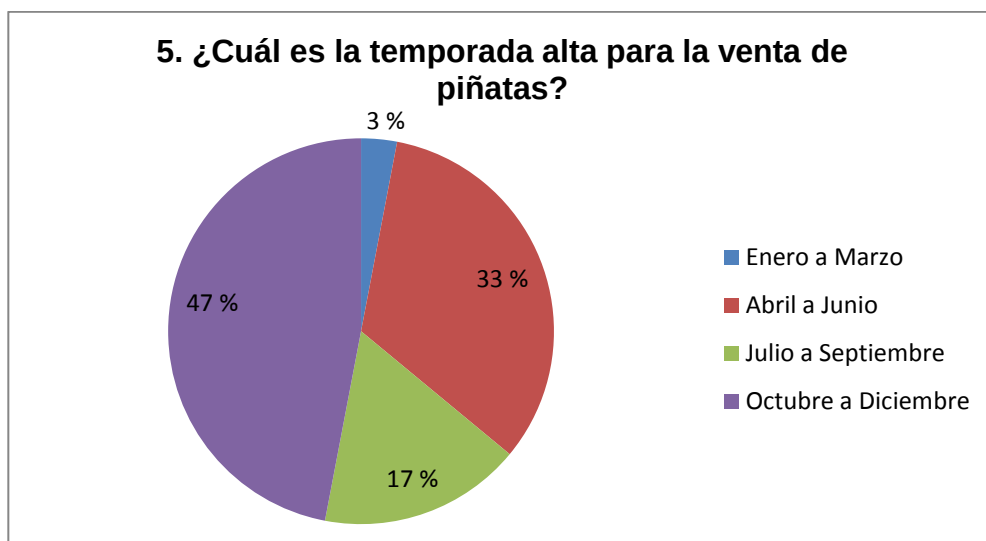
Fuente: elaboración propia.

Figura 14. **Pregunta número 4 análisis de la oferta**



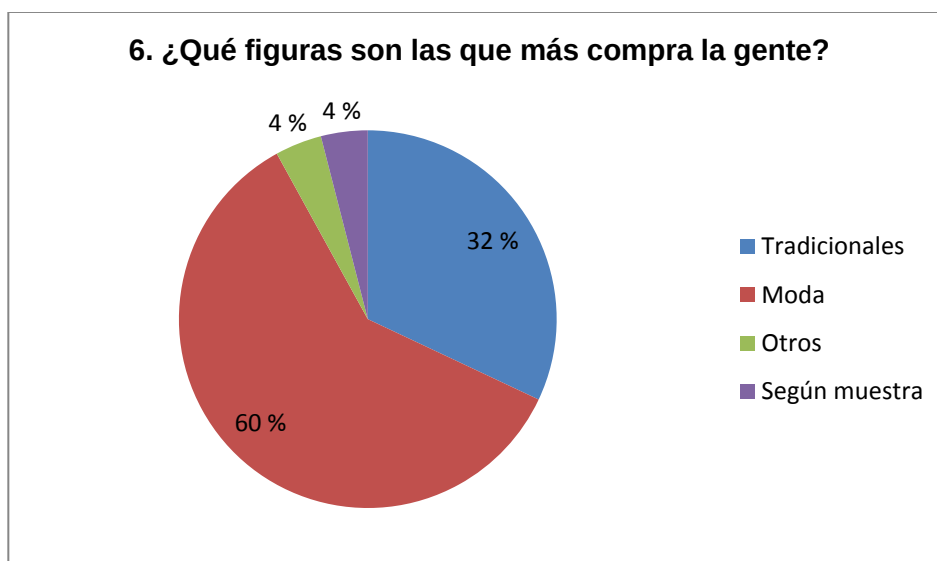
Fuente: elaboración propia.

Figura 15. **Pregunta número 5 análisis de la oferta**



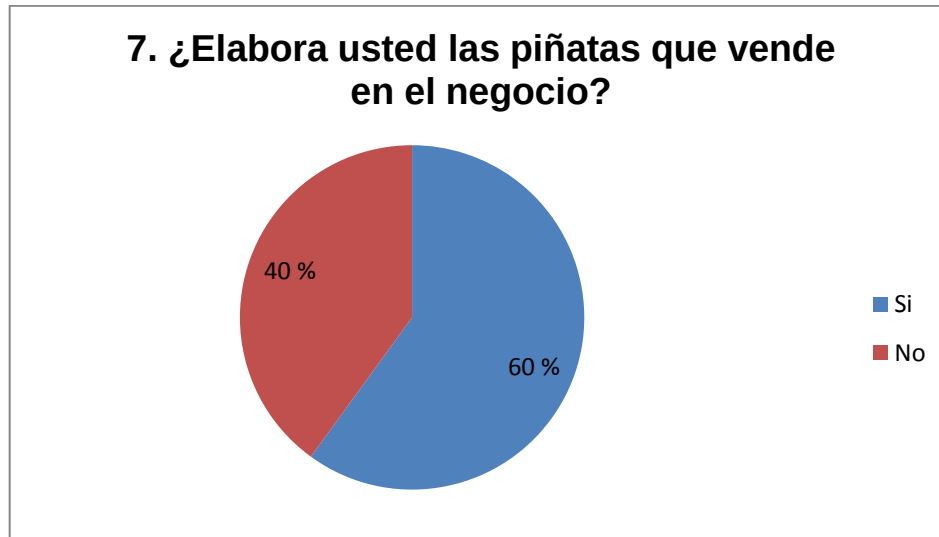
Fuente: elaboración propia.

Figura 16. **Pregunta número 6 análisis de la oferta**



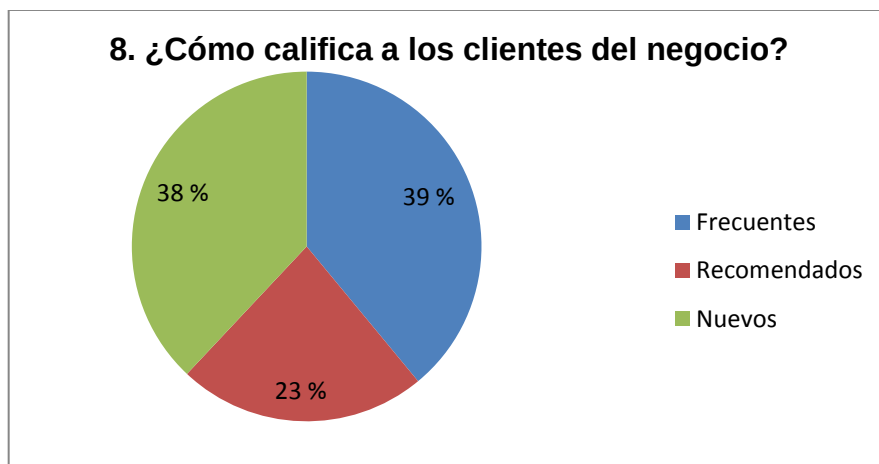
Fuente: elaboración propia.

Figura 17. **Pregunta número 7 análisis de la oferta**



Fuente: elaboración propia.

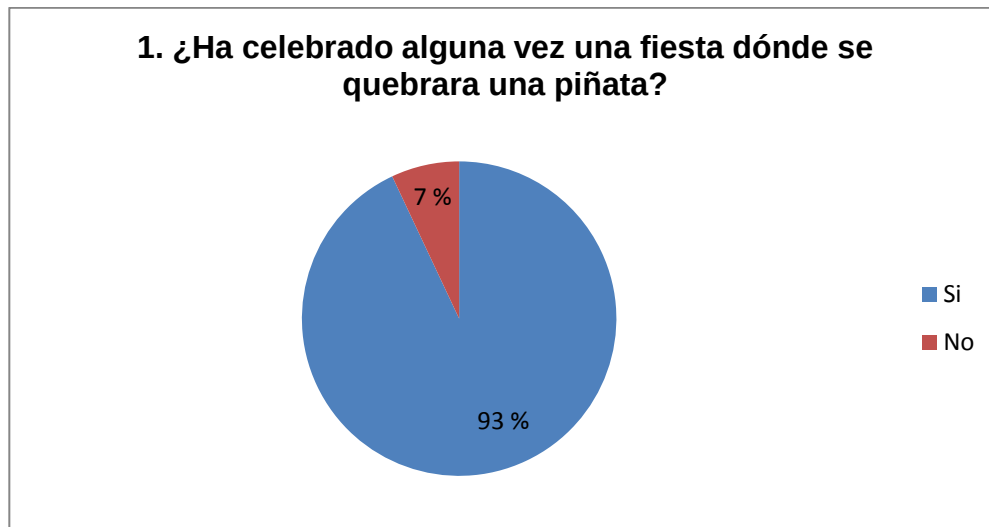
Figura 18. **Pregunta número 8 análisis de la oferta**



Fuente: elaboración propia.

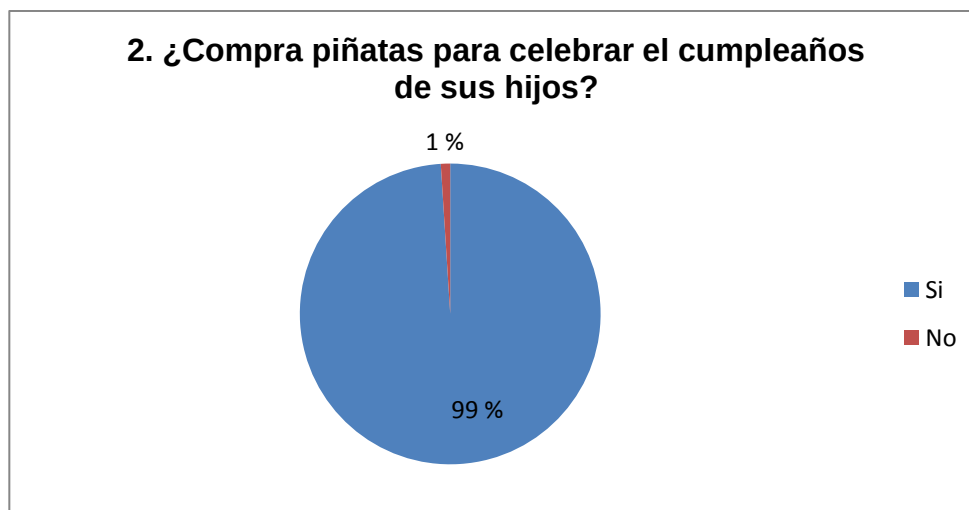
- Análisis de los datos de los compradores potenciales:

Figura 19. **Pregunta número 1 análisis de los compradores potenciales**



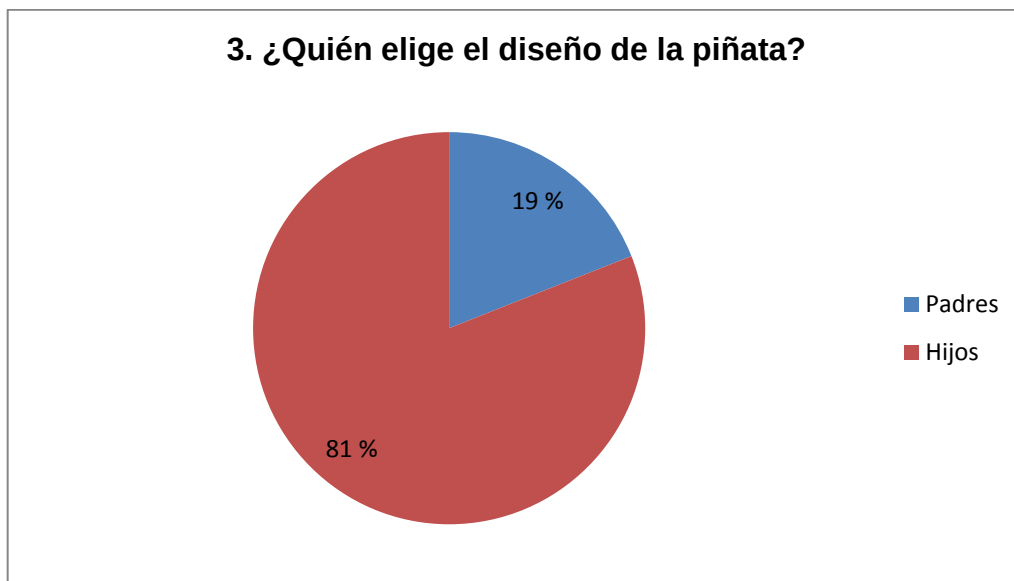
Fuente: elaboración propia.

Figura 20. **Pregunta numero 2 análisis de los compradores potenciales**



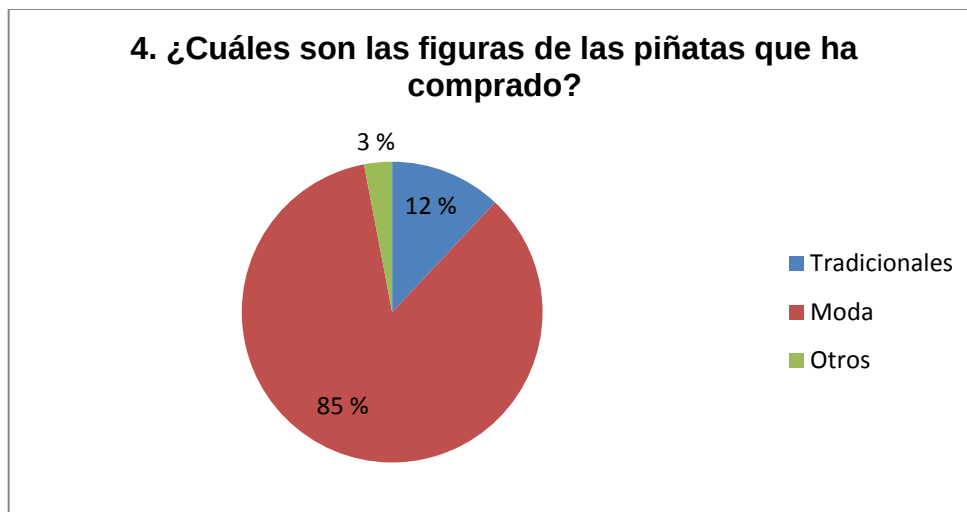
Fuente: elaboración propia.

Figura 21. **Pregunta número 3 análisis de los compradores potenciales**



Fuente: elaboración propia.

Figura 22. **Pregunta número 4 análisis de los compradores potenciales**



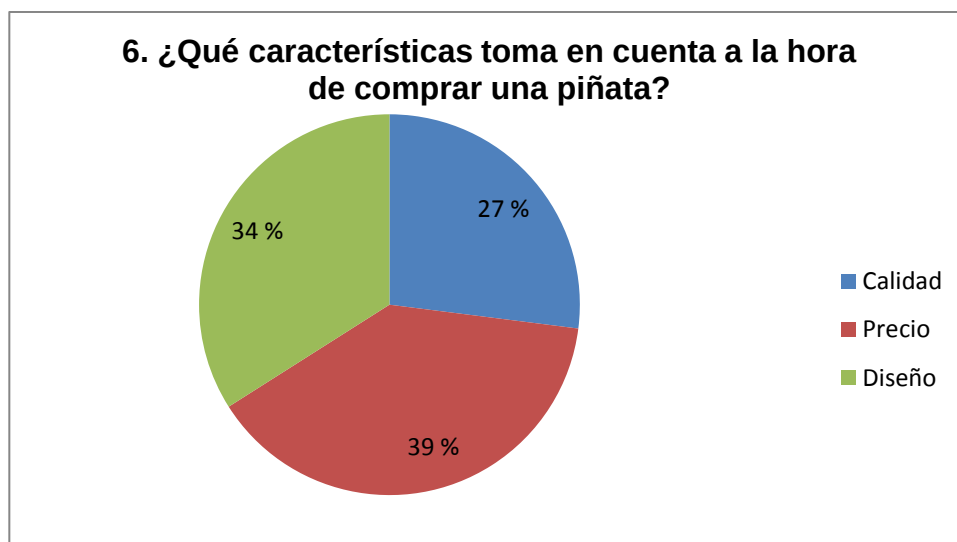
Fuente: elaboración propia.

Figura 23. **Pregunta número 5 análisis de los compradores potenciales**



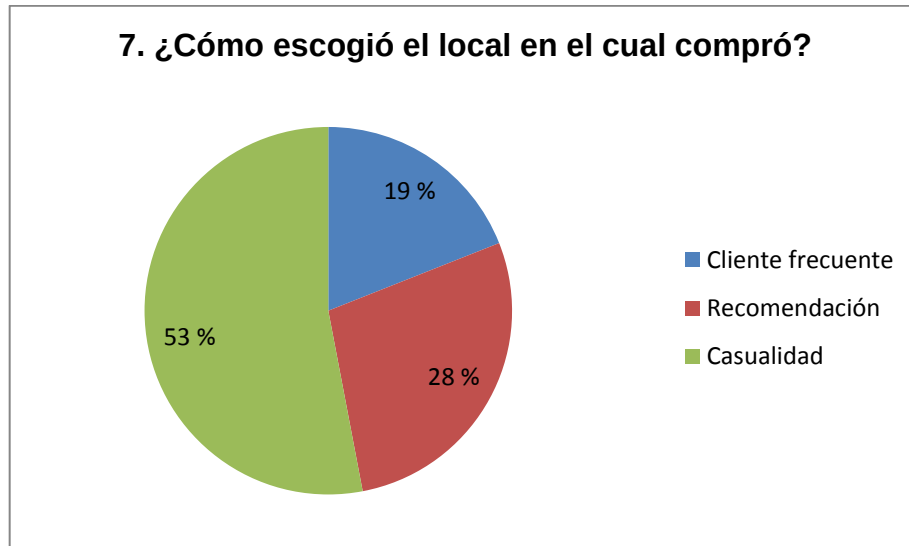
Fuente: elaboración propia.

Figura 24. **Pregunta número 6 análisis de los compradores potenciales**



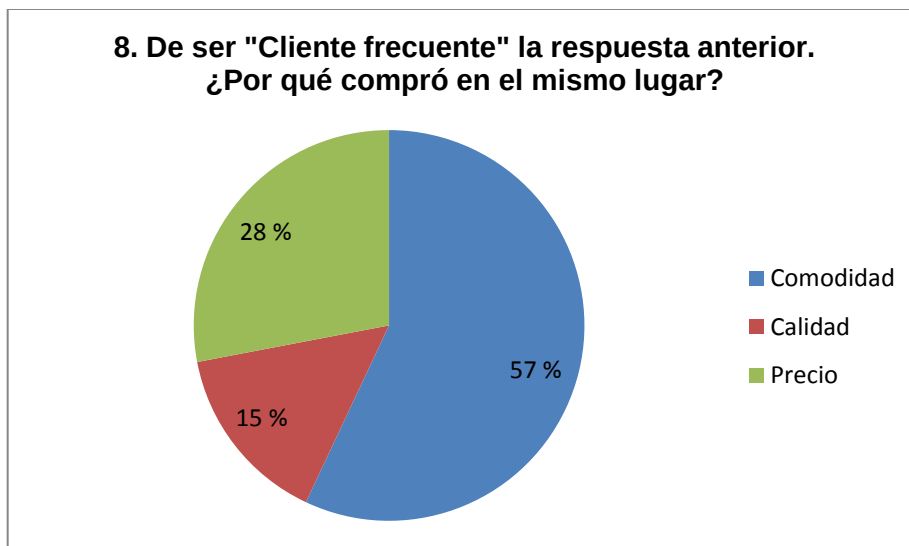
Fuente: elaboración propia.

Figura 25. **Pregunta número 7 análisis de los compradores potenciales**



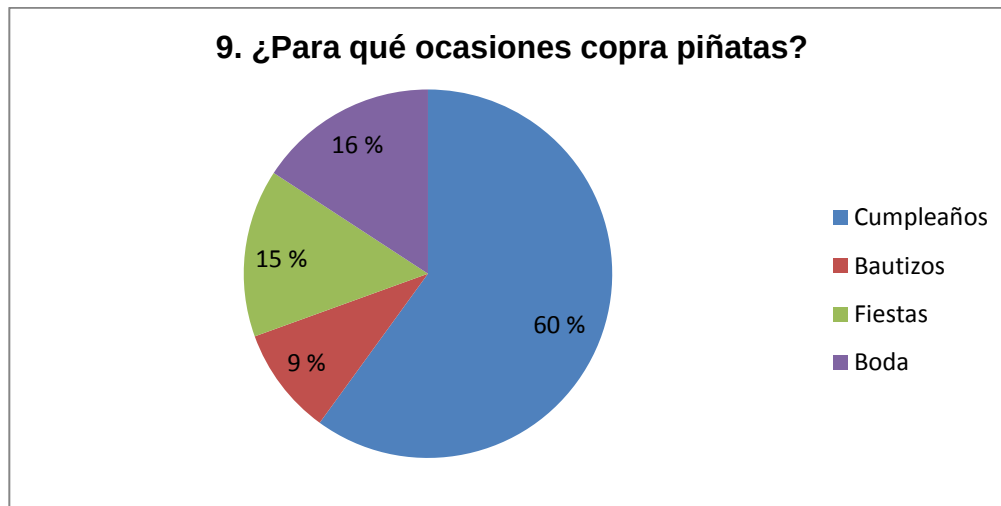
Fuente: elaboración propia.

Figura 26. **Pregunta número 8 análisis de los compradores potenciales**



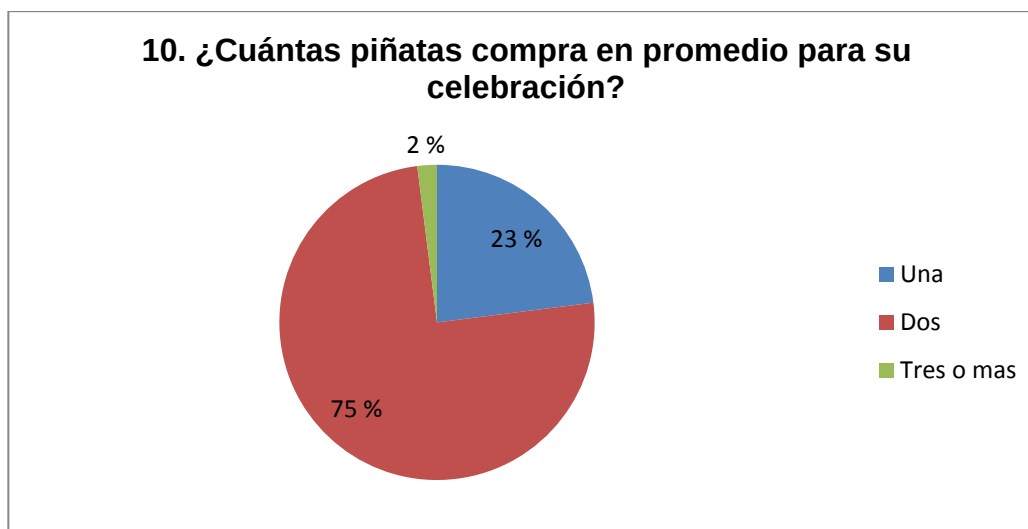
Fuente: elaboración propia.

Figura 27. **Pregunta número 9 análisis de los compradores potenciales**



Fuente: elaboración propia.

Figura 28. **Pregunta número 10 análisis de los compradores potenciales**



Fuente: elaboración propia.

Para el mercado potencial de este tipo de producto, las piñatas simbolizan alegría, sin ellas una celebración no sería una fiesta, porque la encuentran aburrida y triste.

A pesar de que el rubro de la piñatería tiene años de existir, este carece en su totalidad de estrategias y técnicas de ventas que le permitan comercializar el producto. Esto a su vez demuestra que si le es favorable contar con un plan estratégico que les presente las estrategias y técnicas necesarias para incrementar sus ventas. Esto representa una gran ventaja para la casa hogar NNA ya que ellos al contar con un plan estratégico se pueden posicionar como líderes en ventas.

En lo que se refiere a la venta de este producto hacia el mercado potencial, los oferentes manifestaron que si venden piñatas para eventos como bautizos, comuniones y fiestas de quince años, despedidas de soltera, entre otras. Con esto, se confirma que si se le da la promoción necesaria, la demanda del producto se puede expandir hacia el mercado potencial de tal forma que éste se convierta en real; nuevamente la casa hogar NNA tendría una gran ventaja al contar con la promoción adecuada.

En cuanto a la publicidad se pudo percibir que en su mayoría no implementan ningún tipo de publicidad ni promoción por el mismo desconocimiento y por la falta de recursos financieros la casa de NNA, deberá de hacer una campaña de promoción.

En el caso de cumpleaños infantiles, son los padres quienes pagan todo lo concerniente a la piñata; pero son los hijos quienes seleccionan el diseño de la figura que desean para su fiesta, las cuales las prefieren que sean de moda, de alguna película o caricatura del momento. Por lo general se compran 2 piñatas

de calidad intermedia, así mismo prefieren comprar en el mismo lugar por comodidad, seguido del precio.

La mayor parte de los padres de familia expresaron que muchas veces se enteran de un lugar específico por recomendaciones o porque visitan lugares como la zona 1 ya que son lugares conocidos por la venta de piñatas.

En lo que se refiere a la celebración de fiestas, los encuestados de la demanda potencial contestaron que la piñatería es un símbolo de alegría, por lo que consideraron comprar piñatas para celebrar cumpleaños, bodas, bautizos, entre otros eventos. Lo anterior refuerza el objetivo de que la casa hogar NNA cuente con un plan estratégico para posicionar las piñatas como ícono de diversión en el mercado.

Los resultados de la demanda potencial, para los que no son padres de familia también arrojaron que este mercado prefiere los diseños de las piñatas con personajes animados y animales, las prefieren de calidad intermedia.

La demanda se enfocará en el grupo de la población constituida por padres y madres que tengan hijos de 0 a 10 años de clase social media alta, que sus ingresos económicos oscile entre los Q 2,500 y Q 10,000 quetzales mensuales y que residan en el área metropolitana. Por las características son personas que les agrada el celebrar los cumpleaños de sus hijos convirtiéndolos en una posibilidad de reunión a nivel familiar y de amistades.

Los indicadores que establecen la estimación de la demanda actual se determinan por:

- El compromiso social que representa la celebración de un evento infantil, con la familia y los amigos.
- La serie de compromisos laborales y personales por parte de los padres de familia que imposibilitan la adecuada organización, planificación y ejecución de fiestas infantiles.
- Los padres como consumidores son fuertes y exigentes por lo que no encuentran inconveniente al invertir por complacer a los invitados.

Con ello el proyecto cubrirá a los requerimientos de padres y madres de familia que su nivel económico se encuentra en el nivel socioeconómico medio y alto del área metropolitana de la ciudad de Guatemala, que con datos del Informe Nacional de Desarrollo Humano se ubican alrededor de 516,507 hogares (INE 2007-2016); dichos hogares poseen la capacidad económica para realizar una inversión de este tipo.

Tabla III. **Estimación de la demanda actual**

Población 584 380	Crecimiento anual 2,50 %
Año	Población estimada
	Zona 10, 14, 15, 16
Estimación de la demanda actual	
2007	413 582
2008	423 922
2009	434 520
2010	445 383
2011	516 507
2012	529 420
2013	542 655
2014	556 222
2015	570 127
2016	584 380

Fuente: Instituto Nacional de Estadística Guatemala

Es necesario establecer por medio de las estadísticas la población estimada en la zona que se tendrá las posibilidades de clientela, las cuales se definen como las zona 10, 14, 15 y 16.

Tabla IV. **Población ciudad de Guatemala**

Departamento, municipio y lugar poblado				
Guatemala		Total	Hombres	Mujeres
Guatemala		942 348	444 429	497 919
zona 1	Ciudad	67 489	31 777	35 712
zona 2	Ciudad	22 175	10 054	12 121
zona 3	Ciudad	25 501	12 012	13 489
zona 4	Ciudad	1 821	924	897
zona 5	Ciudad	65 578	30 547	35 031
zona 6	Ciudad	76 580	36 366	40 214
zona 7	Ciudad	139 269	65 113	74 156
zona 8	Ciudad	12 439	5 997	6 442
zona 9	Ciudad	1 750	758	992
zona 10	Ciudad	12 090	5 533	6 557
zona 11	Ciudad	39 669	17 937	21 732
zona 12	Ciudad	43 398	20 325	23 073
zona 13	Ciudad	26 734	12 503	14 231
zona 14	Ciudad	18 322	8 066	10 256
zona 15	Ciudad	14 549	6 114	8 435
zona 16	Ciudad	19 499	9 389	10 110
zona 17	Ciudad	22 296	10 569	11 727
zona 18	Ciudad	198 850	95 893	102 957
zona 19	Ciudad	24 644	11 737	12 907
zona 22	Ciudad	75 265	35 876	39 389
zona 24	Ciudad	14 810	7 267	7 543
zona 25	Ciudad	19 620	9 672	9 948

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE, Basado en el XI Censo de Población y VI de Habitación.

Ahora bien, la proyección del crecimiento de la población del municipio de Guatemala, departamento de Guatemala, partiendo de la proyección realizada por el Instituto Nacional de Estadística del 2009 al 2016, es la siguiente:

Tabla V. **Población ciudad de Guatemala 2009-2016**

Municipio	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Guatemala	980 160	984 655	988 150	990 750	992 541	993 552	993 815	994 078

Fuente: Instituto Nacional de Estadística Guatemala: Estimaciones de la población total por municipio. Período 2009-2016.

Tabla VI. **Proyección de la demanda futura**

Población 584 380	Crecimiento Anual 2,50 %
Año	Población Estimada Zona 10, 14, 15, 16
Estimación de la demanda actual	
2011	516 507
2012	529 420
2012	542 655
2014	556 222
2015	570 127
2016	584 380
2017	598 990
2018	613 965
2019	629 314
2020	645 046

Fuente: Instituto Nacional de Estadística Guatemala.

Debido a la ausencia de documentos y estadísticas que sustenten información del crecimiento de este mercado, la estimación se realizó con base a la verificación de apertura de nuevos lugares enfocados a los servicios propuestos.

Los factores que pueden intervenir en la proyección a futuro para la demanda se consideraron:

Publicidad: es uno de los factores importantes, en la actualidad se puede contactar este servicio por medio de Internet, así mismo los diferentes canales publicitarios utilizados que promueven la contratación de estos servicios.

Consumo: este determina la inclinación y capacidad de elección y pago debido al servicio donde los potenciales clientes buscan más servicios, más productos y artículos novedosos.

Artículos de moda: con los cambios constantes y el surgimiento de modas impulsada por el mundo del espectáculo obliga a captar los posibles clientes por medio de la capacidad de promover con mayor rapidez la existencia de personajes y artículos relacionados, actualizando constantemente los catálogos.

Conveniencia: la oportunidad de promocionar el servicio con la finalidad de evitar contratiempos, efectividad y disminuir la inversión de tiempo por parte de los padres en la planificación, organización y ejecución de una fiesta infantil.

3.2.1. Características de los principales productores

A pesar de que existen varios oferentes de piñatas en Guatemala, como se pudo observar en el estudio de mercado realizado a los locales de las cercanías del Parque Colom todos ofrecen la misma clase de productos (piñatas), cabe mencionar que cada uno de ellos tiene ventaja; ya que muchos de ellos tienen la facilidad de proveer a sus clientes o consumidores todo lo necesario para realizar su fiesta.

En términos generales los microempresarios dedicados a la piñatería puede definir a la competencia como todas aquellas piñaterías que brindan no solo las piñatas con sus respectivos accesorios, sino inclusive todos aquellos negocios que le ofrecen un valor agregado. Ya que la mayoría de ellos puede hacer diseños propios especiales si el cliente así lo requiere para que el cliente se sienta motivado y vuelva a buscar en otra oportunidad en que celebre las fiestas.

Actualmente el país sufre de muchos cambios generados por la apertura a los tratados de libre comercio; dichas negociaciones trae cambios positivos para los microempresarios pues deben de enfocar a que su producto podría ser exportado, principalmente a los Estados Unidos de Norte América.

La competencia para los piñateros, es una oportunidad latente, ya que es a través de gremios o asociaciones que ellos pueden lograr tener una mayor presencia en el mercado para comercializar sus productos. Se debe de contar con vendedores bien capacitados, esto con el fin de dar una atención adecuada que satisfaga las necesidades de los clientes.

Se debe de manejar un amplio catálogo de productos que además de suplir las necesidades, creen la necesidad de compra de otras personas. Deben de ser productos de varios diseños, precios que se ajusten a la capacidad económica de nuestros clientes, sin dejar de mantener una buena calidad de productos.

3.2.2. Proyección de la oferta

La proyección de oferta y demanda es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio.

“La oferta se define como la tabla de las diversas cantidades de un producto que a cada uno de los precios posibles serán puestas a la venta por los oferentes, mientras no se modifiquen las condiciones subjetivas y objetivas en que actúan”⁴⁸.

El sector donde se ejecutará la presente actividad económica, y donde está ubicada la sede de la Asociación, es decir, la 20 avenida 11-78 zona 15, Vista Hermosa III, Casa 1; no cuenta con piñaterías formales como las que funcionan en la zona 1, Parque Colón, (están ubicadas a 7,2 kilómetros de la Asociación). Únicamente existen dos tiendas a manera de misceláneas, denominadas Party & Seansons ubicada en la 2 calle 19-65 Zona 15 col Vista Hermosa, y Party Supplies, ubicada en el Boulevard Vista Hermosa 16-20 Zona 15.

Por ende, el negocio tendrá buena aceptación ya que se contará con diversidad de piñatas para abastecer la mayoría de los clientes del sector, además al ser la única piñatería formal no se contara con competencia directa; esto causará un fácil posicionamiento de la Asociación en el sector, lo que hará necesario el crecimiento constante de la empresa. Las empresas comerciales que funcionan en el sector, -como ya se dijo- pueden convertirse en futuros y potenciales clientes de la Asociación Viva Juntos por la Niñez, por sus necesidades de productos de artículos para fiestas infantiles, toda vez que la producción artesanal que se propone, se desarrollará en línea y a gran escala.

3.3. Comportamiento de la demanda

Según Hernández Andrade, “El individuo tiene múltiples necesidades, identifica un bien que puede satisfacer una o varias de ellas, por lo tanto, siente

⁴⁸ HERNÁNDEZ ANDRADE, Jorge Fidel. *Introducción a la economía*. p. 111.

deseo de ese bien. Los bienes son demandados porque son útiles. El deseo de los consumidores de comprar un bien solamente afecta el precio en el mercado del bien, si es respaldado por una cantidad de dinero para adquirir ese bien, y constituye la demanda efectiva”⁴⁹.

Las personas dedicadas a la piñatería carecen de estrategias publicitarias que les permita generar demanda de sus productos; las encuestas reflejaron que se carecen de los conocimientos necesarios o muchas veces es el temor a lo desconocido lo que no les permite desarrollar sus productos por medio de la publicidad. Cabe mencionar que dichos microempresarios aplican estrategias en forma empírica, razón por la cual a ellos les interesa que se les facilite un plan estratégico que los oriente respecto a las diversas formas para enfrentar la competencia, para mantener la clientela o incursionar en otros segmentos de mercado, y de esta manera poder incrementar sus ventas.

- Proyección de demanda.

Para proyectar la demanda se debe utilizar uno de los tres métodos de proyección de consumo aparente, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro. El método de proyección de consumo aparente más recomendable es el por número de habitantes o clientes, ya que guarda relación con una de sus determinantes, como lo es el número de demandantes.

Guatemala: población total según grupos quinquenales de edad. Periodo 2005 –2050.

⁴⁹ HERNÁNDEZ ANDRADE, Jorge Fidel. *Introducción a la economía*. p. 105.

Tabla VII. **Población total de Guatemala proyección 2005-2050**

Grupos quinquenales de edad	Población total									
	2005	2010	2015	2020	2025	2030	2035	2040	2045	2050
Total	12.700.611	14.361.666	16.176.133	18.055.025	19.962.201	21.804.279	23.546.402	25.164.137	26.632.081	27.928.779
0- 4	2.036.448	2.165.745	2.262.514	2.316.795	2.336.459	2.318.867	2.269.179	2.196.048	2.110.086	2.017.767
5- 9	1.823.764	2.004.670	2.142.308	2.243.663	2.302.912	2.323.779	2.307.465	2.259.135	2.187.283	2.102.498
10-14	1.624.227	1.798.262	1.988.541	2.130.908	2.237.241	2.296.906	2.318.242	2.302.498	2.254.724	2.183.407
15-19	1.379.668	1.590.147	1.776.352	1.972.600	2.121.313	2.228.063	2.288.336	2.310.429	2.295.500	2.248.505
20-24	1.180.337	1.322.125	1.553.450	1.749.662	1.956.141	2.105.175	2.212.643	2.274.061	2.297.421	2.283.808
25-29	952.749	1.128.960	1.286.639	1.524.790	1.728.927	1.934.921	2.084.338	2.192.864	2.255.684	2.280.582
30-34	753.187	913.192	1.099.039	1.261.035	1.502.685	1.705.919	1.911.314	2.061.268	2.170.819	2.235.034
35-39	600.195	725.691	889.673	1.076.426	1.240.370	1.479.914	1.682.099	1.886.937	2.037.208	2.147.586
40-44	492.778	580.303	707.191	870.464	1.056.546	1.219.067	1.456.279	1.657.367	1.861.322	2.011.611
45-49	409.715	475.449	563.431	689.548	851.434	1.034.907	1.195.681	1.430.269	1.629.791	1.832.371
50-54	367.087	393.702	459.432	546.555	671.179	830.105	1.010.396	1.169.061	1.400.238	1.597.475
55-59	310.935	350.124	377.242	442.036	527.764	649.476	804.611	980.919	1.136.593	1.363.091
60-64	233.661	292.331	330.803	357.891	421.154	504.222	621.985	772.151	942.951	1.094.274
65-69	193.007	214.491	269.838	306.756	333.515	393.959	473.252	585.645	728.800	891.751
70-74	156.279	170.028	190.050	240.655	275.330	300.998	357.361	431.415	536.097	669.201
75-79	107.438	128.990	141.254	159.170	203.389	234.531	258.331	309.051	375.592	469.347
80+	79.135	107.456	138.376	166.071	195.842	243.470	294.890	345.019	411.972	500.471

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE, Con base en el XI Censo de Población y VI de Habitación.

Esta inexistencia de estrategias publicitarias se vuelve tanto una debilidad como una amenaza. Debilidad por el hecho de que las microempresas que pertenecen a este rubro, en su gran mayoría carecen de los medios económicos para invertir en un paquete publicitario, lo que reduce el alcance que tienen los productos hacia el comprador.

Es una amenaza si se ve desde el punto de vista de los mercados modernos y competitivos que se desarrollan en el entorno, en el cual compradores los están siendo constantemente bombardeados por los medios publicitarios para generar demanda, y el hecho de no contar con publicidad, se torna un elemento para no ser competitivos con el medio. Cabe mencionar que

si ellos implementarán estrategias publicitarias, se vuelve una oportunidad latente para el incremento de sus ventas, ya sea a corto, mediano o largo plazo.

Con la aplicación de diferentes estrategias publicitarias se podría generar una mayor demanda, pues el comprador de dichos productos podría identificar cada uno de los negocios o asociaciones de negocios. Es importante señalarles a los microempresarios la relevancia de tener un negocio con todos los componentes en forma ordenada, para desarrollar e impulsar las estrategias de mercadotecnia y herramientas de publicidad.

La estrategia publicitaria comprende la de selección de medios, utilizando los diferentes canales de transmisión para poder alcanzar el mercado objetivo que ellos buscan dentro de los cuales se pueden mencionar: periódicos, revistas, radio, publicidad de tránsito entre otros. La selección de los medios publicitarios está influenciada por factores tales como el producto o servicios mismos, el mercado deseado, la extensión y tipo de distribución, el tipo de mensaje a ser comunicado, el presupuesto y las estrategias de publicidad de los competidores. Para las personas dedicadas al ramo, el uso de diversos medios, será la garantía de éxito para los negocios.

Hoy existen más opciones publicitarias, más productos a ofrecer, nuevos medios a utilizar, diferentes estrategias de mercadeo, donde la nueva economía juega un rol fundamental en el cambio del panorama publicitario. Estar preparados a los cambios será fundamental.

3.4. Determinación de los precios del producto

Precio del producto es: “Cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de

los beneficios de tener o usar el producto o el servicio”⁵⁰. Para los efectos de esta propuesta se tomará en cuenta los precios basados tanto en el valor como en el costo.

“La fijación de precios basada en el valor es establecer un precio con base en las percepciones de valor del comprador en vez de basarse en los costos del vendedor. La fijación de precios basada en el valor implica al marketing que no puede diseñar un producto y un programa de marketing y luego fijar el precio. El precio se considera junto con las otras variables de marketing antes de establecer el programa de marketing. Un “buen valor” no es lo mismo que un “precio bajo”. Una compañía que usa la fijación de precios basada en el valor debe averiguar qué valor asignan los compradores a diferentes ofertas competitivas”⁵¹.

Figura 29. **Fijación de precios basada en el costo**



Fuente: *E-Learning Marketing*. <http://e-learningmarketing.blogspot.com/>. Consulta: 17 de julio de 2015.

⁵⁰ BONILLA SEGURA, Yosseth. *Estrategias para determinar precios*. <http://e-learningmarketing.blogspot.com/2012/07/estrategias-de-la-determinacion-de.html>. Consulta 18 de julio de 2015.

⁵¹ *Ibíd.*

“A lo largo de la historia, el precio ha sido el principal factor que influye en la decisión de los compradores. En décadas recientes, otros factores han ganado mayor importancia. Sin embargo, el precio sigue siendo uno de los elementos más importante en la determinación de la participación de mercado y de la rentabilidad de una empresa. Es el único elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; todos los demás elementos representan costos.”⁵²

En la Asociación, los precios se fijarán regularmente con un margen de utilidad del 30 % sobre el precio de costo más IVA. También se debe tener en cuenta los precios de la competencia, como el caso de esta empresa, por medio de la encuesta realizada se pudo observar que los precios van desde 25 piñatas pequeñas y más de 150 piñatas grande también el precio depende de la figura, esto con el fin de nivelar nuestros precios con la competencia.

3.4.1. Precios históricos y actuales

El rubro de la producción de piñatas y sus productos y servicios derivados, ha existido dentro del mercado a nivel micro económico. Es decir, la mayoría de negocios que existen son micro pequeñas y medianas empresas MPYME. No se puede mencionar a nivel nacional la existencia de algún consorcio o gremio que aglutine las piñaterías, sino que más bien, como todas las actividades artesanales en el país, se mantiene con bajo perfil.

Basta con hacer una búsqueda en el Banco de Guatemala, (el cual tiene registro de las importaciones y exportaciones a nivel nacional para reflejar el Producto Interno Bruto PIB), en el período de enero a julio 2015, para poder apreciar que dentro de la clasificación de productos, no aparece la piñatería, no

⁵² KOTLER, Phillip y AMSTRONG, Gary. *Fundamentos de marketing*. p. 354.

obstante se mencionan a los grandes consorcios de importadores y exportadores en el país tales como Agexport y la amplia gama de productos que exporta. Más sin embargo, de las investigaciones realizadas *in situ*, en dicho lugar, se puede establecer que tanto dentro de los proveedores de la entidad como de los agremiados, las empresas que se dedican a la piñatería no han formado parte de esta.

Lo anterior, lleva a señalar que no existe una base de datos oficial a la cual se pueda acceder para determinar los precios históricos. Pero, las investigaciones realizadas a los vendedores del Parque Colón, zona 1, ciudad de Guatemala, se pueden determinar un estimado de los precios históricos. Los precios desde el 2006 hasta hoy tienen una variación de acuerdo al índice de precios al consumidor. También se puede observar que hay algunos artículos que han mantenido el mismo precio durante los últimos 3 años, como es el caso de las piñatas.

3.4.2. Comercialización

La comercialización según la define Kotler “es el conjunto de estrategias de mercado que se utilizarán para dar a conocer el producto o servicio en el mercado meta”⁵³, para lo cual intervienen algunos factores como:

3.4.2.1. Estrategia de precio

“Siendo el precio el elemento de la estrategia comercial más importante en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que definirá el nivel de ingresos.”⁵⁴

⁵³ KOTLER, Phillip y AMSTRONG, Gary. *Fundamentos de marketing*. p. 65.

⁵⁴ MESONERO, Mikel y ALCAIDE, Juan Carlos. *Marketing industrial*. p. 246.

En el presente proyecto, la estrategia del precio se basa en definirlo con base en el método que lo determina “sobre la competencia”, por lo que se debe de tener en cuenta las siguientes estrategias:

- Para fijar el precio, además de aplicar un margen de utilidad inmediata de 30 % sobre el precio de costo, más IVA, se deberá también tener en cuenta los precios de la competencia, esto con el fin de evitar perder clientes por altos costos.
- Establecer precios de acuerdo a las diferentes marcas de los productos, la cual determina el nivel de calidad.
- El precio de los nuevos productos no ofrecidos por la competencia, se fijarán sobre la base del costo de producción más un 10 % de utilidad más IVA, es decir, se generará menos utilidades, pero se obtendrán mayores clientes para la introducción de estos productos.

3.4.2.2. Estrategia de promoción

“La mercadotecnia moderna requiere algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance de sus clientes meta. Las empresas también deben utilizar recursos como la publicidad, especialistas en promoción de ventas que diseñan programas de incentivo de ventas y relaciones públicas que les creen una imagen corporativa”⁵⁵.

“Pero también se debe tener en cuenta que todo esto puede tener un alto costo, por eso la empresa debe tener muy claro cuánto debe gastar y de qué forma. La promoción comprende actividades que incluyen una amplia colección de herramientas: cupones, concursos, rebajas, bonificaciones, y otras formas

⁵⁵ LAMB, Charles W. y MCDANIEL Carl. *Fundamentos de la comercialización*. p. 54.

las cuales tienen características especiales. Estas herramientas atraen la atención del consumidor”⁵⁶.

En ese orden de ideas, las estrategias de promoción para impulsar el producto y de los servicios que contiene la presente propuesta son:

- Inicialmente se dará a conocer nuestro establecimiento comercial a través de volantes, estrategia que también se utilizará en las diferentes épocas del año, tarjetas de presentación y los carteles con especial contenido alusivo a la actividad económica de la empresa.
- Promocionar nuestra empresa a través de llamadas telefónicas a las diferentes entidades que puedan necesitar de nuestros productos.
- Promoción a través de las redes sociales, utilizando todas las plataformas virtuales al alcance, tales como Facebook, *Twiter*, *Instagram*, *WhatsApp*, entre otros. Mediante la elaboración de anuncios debidamente elaborados para sintetizar los productos y servicios ofrecidos.

3.4.2.3. Estrategia de servicio

“El servicio al cliente ha sido una de las herramientas más usadas por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar ventaja competitiva sostenible. Suena extraño que la estrategia de servicio al cliente esté ligada al producto pero así es, y muy directamente. Hace parte de un todo que es el producto. Al desarrollar una estrategia de servicio al cliente se deben enfrentar tres decisiones básicas, qué servicios se ofrecerán, qué nivel de

⁵⁶ LAMB, Charles W. y MCDANIEL Carl. *Fundamentos de la comercialización*. p. 54.

servicio se debe ofrecer y cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios”⁵⁷. Las estrategias que se aplicarán a la piñatería son:

- El entrenamiento al coordinador de la fábrica de piñatas, mediante un curso de inducción de una semana previo a iniciar a laborar en el negocio, dentro del cual se abordarán las temáticas relacionadas con el servicio al cliente, relaciones humanas, desarrollo y visión empresarial, así como se dará a conocer el producto su forma de elaboración, entre otras generalidades, especialmente en lo que se refiere a los objetivos de la Asociación y su misión en el desarrollo humano de los niños, niñas, y adolescentes en situación de riesgo; todo lo anterior, con el objeto de lograr que sean amables, serviciales y persuasivos, brindando de esta forma una excelente atención personalizada.
- Dotar de implementos necesarios al coordinador de la fábrica de piñatas para que puedan brindar la adecuada atención. Entre estos implementos se pueden mencionar:
 - Uniforme debidamente rotulado con la identificación de la piñatería, su respectivo gafete, un palo de madera con gancho de metal para alcanzar el producto o en su defecto una escalera de metal, una computadora de escritorio, así como su respectivo talonario de facturas, pos tick, lapiceros, papel pasante, lápices y demás artículos de uso diario para registrar las ventas.
 - Incorporar de acuerdo al crecimiento de la empresa nuevos productos para satisfacer completamente las necesidades del

⁵⁷ ACUÑA ACUÑA, Jorge. *Mejoramiento de la calidad: Un enfoque a los servicios*. p. 320.

cliente y estos no tengan que buscarlos en la competencia, tales como la venta de dulces, el servicio de alquiler de mesas, sillas.

3.4.2.4. Estrategia de plaza o distribución

La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán los productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia estos lugares o puntos de venta.

Como se determinó inicialmente la piñatería estará ubicada en las instalaciones de la Asociación Viva Juntos por la Niñez y se promoverá para poder distribuir los productos dentro de distintos lugares para su distribución. El servicio en este establecimiento comercial será de forma directa, es decir, que el vendedor tendrá contacto personal con el cliente hasta finalizar la venta del producto, esto generará una mayor satisfacción de sus expectativas.

En sus instalaciones se ubicarán estantes metálicos y de madera, en donde se distribuirán los diferentes productos de acuerdo a una clasificación por secciones, determinada según criterio de mercado, que facilite el fácil acceso de los clientes de acuerdo a sus necesidades. La distribución de los productos en las góndolas también estará determinada de acuerdo a las promociones vigentes según la temporada que haya en el momento.

Los canales que se han establecido para comercializar de manera correcta y eficiente este servicio son los siguientes: Proveedor, cliente será de una manera directa.

Los clientes conocerán del servicio por medio de información en los distintos medios de comunicación: tarjetas de presentación, publicidad por medio de volantes, *e-mail* y Facebook.

3.5. Posibilidades del proyecto

Al hacer un análisis del mercado de la piñatería en la ciudad de Guatemala, departamento de Guatemala, especialmente el que se concentra en las inmediaciones del Parque Colón, zona uno, se puede establecer de acuerdo al tipo de competencia, que es un mercado de competencia o concurrencia libre, pura o perfecta por las siguientes razones:

- Todos los vendedores ofrecen el mismo producto y es indiferente para los demandantes comprárselo a uno u otro.
- El producto ofrecido es de la misma calidad (homogeneidad).
- Puede comprarse en grandes cantidades o pequeñas cantidades al mismo precio. (divisibilidad).
- Existe gran cantidad de compradores y vendedores.
- También se pudo analizar a través de las encuestas realizadas que no todas las ventas establecidas en dicha zona elaboran sus propias piñatas sino que también compran por mayor a productores, esto trae grandes posibilidades a la hora de ofrecer a ellos las piñatas que se elaboraran en la casa hogar NNA.

Aunque para muchos, la aglomeración de negocios en un solo lugar representa una desventaja para todos, la teoría económica enseña todo lo contrario, es un mercado que favorece la comercialización de los productos.

Ahora bien, en cuanto al caso que nos ocupa, es decir la ponencia que se presenta por medio del presente trabajo, encuadra en lo que, en la teoría económica se denomina Oligopolio; lo cual ocurre cuando hay pocos vendedores y muchos compradores. Son todos los negocios de piñatería ubicados en la zona 15 de la ciudad de Guatemala, por lo tanto, la piñatería del Hogar aludido, sería el tercer vendedor dentro del mercado de esta zona. En tal virtud, el proyecto desde el punto de vista teórico-práctico es sustentable.

De acuerdo a visitas a diferentes negocios que se dedican a esta actividad, se puede decir que el 65% de la población encuestada, visita una piñatería por lo menos tres veces al año, lo que quiere decir, que hay una buena demanda de clientes que comprarían en el establecimiento comercial.

De acuerdo a la información sobre la demanda del sector, se puede decir que existen instituciones educativas y entidades privadas, las cuales formarían parte de la clientela del establecimiento comercial.

En tal virtud, se está ante un negocio que promueve productos demandados por las personas que habitan este sector de la ciudad, sin importar su estatus social o condición económica y que lo requerían durante todas las épocas del año, por ende, las posibilidades del proyecto planteado son positivas.

4. PROYECTO DE SISTEMA DE PRODUCCIÓN DE PIÑATAS

4.1. Áreas involucradas

Se entiende por sistema de producción al conjunto de elementos que integran el proceso que va desde la planificación, decisión, ejecución y distribución de las piñatas, con la finalidad de hacerlo más rentable y por ende generar mayores utilidades.

Todo sistema tiene un elemento de entrada (input) que es el contacto que tiene el cliente con la empresa a través de las distintas formas de publicidad y de dar a conocer el producto. De este elemento se pasa al elemento de producción que es donde se elabora el producto de acuerdo a la demanda solicitada, y por último el elemento de salida (output) que no es más que el proceso de distribución.

A ese respecto, en cuanto al primer elemento, se estima la posibilidad que, posterior al primer año de producción, se logre cubrir áreas cercanas a la ciudad capital, derivado de la publicidad del servicio por medio de internet y referencias. Se considera además la posibilidad de atender pedidos fuera del sector establecido, recargando a los costos lo referente a transporte de los servicios necesarios.

Como factor determinante del tamaño de cobertura y de la empresa se considera la publicidad, la cual evaluada su impacto se convierte en una ventaja competitiva para la empresa. Otro factor a considerar serán las

recomendaciones posteriores de personas que ya contrataron el servicio y quedaron satisfechos.

4.2. Recursos del proyecto

Los costos de inversión inicial se consideran con la cantidad de Q. 10,400.00 los cuales serán utilizados para iniciar la producción y elaboración de las piñatas, gastos iniciales para el inicio de actividades tales como: computadora e impresora para poder llevar un registro de parte del coordinador y poder efectuar las facturas, el costo del local se considera de valor de cero ya que serán utilizadas las instalaciones de la casa hogar de NNA. Además de bancos de trabajo, sillas para los operarios estanterías para poder colocar las piñatas terminadas y un armario de metal para poder guardar las herramientas.

Tabla VIII. Costos de inversión inicial

Descripción	Cantidad	Costo	Total
Alquiler de local	1	Q -	Q -
Computadora e Impresora	1	Q 4 000,00	Q 4 000,00
Escritorio	1	Q 350,00	Q 350,00
Bancos de trabajo	3	Q 800,00	Q 2 400,00
Sillas para trabajo	4	Q 200,00	Q 800,00
Estanterías	6	Q 350,00	Q 2 100,00
Armario de metal	1	Q 750,00	Q 750,00
Total			Q 10 400,00

Fuente: elaboración propia.

En la tabla siguiente podemos ver los costos de operación que se tendrán mensualmente los costos de publicidad (afiches y volantes) serán impresos por el coordinador en la impresora que se compren y cortados en las instalaciones

dejándolos listos para su repartición por tal motivo se les pone un costo de bajo y cargando el costo a insumos por gastos de papel y tinta.

Entre los gastos varios tendremos compra de guillotina, tijeras y agua purificada para el uso de los trabajadores. Entre la compra de insumos se considera la compra únicamente de lo que son el alambre de las piñatas y papel de china para adornar las mismas y compra de palos para que los clientes puedan partir las piñatas, el papel periódico se obtendrá a base de una campaña de reciclaje e informando a los vecinos del sector para las donaciones de este material ya que se les mencionará que el dinero recaudado de la venta de las piñatas será utilizado para poder servir a los niños y niñas y adolescentes que se encuentran en esta casa hogar. El servicio de fletes se toma en consideración ya que al llegar a tener pedidos para otras tiendas se podrán llevar a repartir, el gasto mayor para la producción de las piñatas las obtendrá el coordinador con Q 3 500,00 y los dos operarios valorados en Q 5 400,00 los cuales serán contratados uno cada mes según el cronograma de actividades.

Tabla IX. **Costos de operación**

Gastos de publicidad	
Afiches y volantes	Q 100,00
Pago de teléfono	Q 150,00
Gastos varios	Q 250,00
Compra de insumos	Q 600,00
Servicios de fletes	Q 200,00
Salario de 1 coordinador	Q 3 500,00
Salario de 2 operarios	Q 0,00
Total	Q 4 800,00
Costo de inversión inicial	Q 10 400,00
Total inversión inicial	Q 15 200,00

Fuente: elaboración propia.

- Proyección de flujo de caja

Para el análisis se hace necesaria una proyección precisa del flujo de caja. El flujo de caja puede proteger a la organización NNA de posibles problemas en el futuro. Este análisis muestra los importes de dinero que el proyecto puesto en marcha espera recibir y pagar mes a mes durante un período que comprende los 12 meses siguientes

Para el análisis de la proyección de flujo de caja habrá que tener en cuenta lo siguientes:

Los ingresos por las ventas son de dos tipos la primera que se pretende obtener en el local que estará ubicado dentro de las instalaciones de NNA fueron ingresos obtenidos por medio la encuesta. Específicamente (figura 3. ¿Cuál es el volumen aproximado de ventas en el mes?). Con esta información se proyectó la venta mensual que se podría alcanzar en el local de NNA. Y la segunda por las ventas a clientes externos a los cuales se les estará haciendo las entregas para este inciso en la tabla se contemplan la ventas brutas menos el descuento que se le hará por ser mayorista. El descuento tiene como base la (figura 2. ¿Cuál es el margen de ganancia que obtiene de cada piñata?). A la cual se toma como 25 %.

A medida que la producción ira aumentando los insumos cada vez aumentarán Es por ello que solamente en el primer mes son costos fijos luego serán variables ya que dependerán del nivel de producción que se logre obtener.

No se considera pago de renta ya que serán utilizadas las instalaciones de la casa hogar ya qué cuenta con cuartos que actualmente se encuentran vacíos.

Como lo menciona el descriptor de puesto de la tabla XII será el coordinador de la fábrica de piñatas el encargado de promocionar y de visitar posibles clientes para poder realizar las ventas (para el primer año de creación de la piñatería).

Tabla X. **Análisis de flujo de caja esperado para 12 meses**

Flujo de caja proyectado a 12 meses						
Egresos	Nov-16	Dic-16	Ene-17	Feb-17	Mar-17	Abr-17
Saldo inicial	Q -	Q -	Q 42.00	-Q 2,183.00	-Q 5,033.00	-Q 8,958.00
Costo de inversión inicial	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Alquiler de local	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Computadora e Impresora	-Q 4,000.00	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Escritorio	-Q 350.00	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Bancos de trabajo	-Q 2,400.00	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Sillas para trabajo	-Q 800.00	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Estanterías	-Q 2,100.00	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Armario de metal	-Q 750.00	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Afiches y volantes	-Q 100.00	-Q 200.00	-Q 225.00	-Q 250.00	-Q 275.00	-Q 250.00
Pagos de teléfono	-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00
Gastos varios	-Q 250.00	-Q 500.00	-Q 500.00	-Q 500.00	-Q 500.00	-Q 500.00
Compra de insumos	-Q 600.00	-Q 600.00	-Q 900.00	-Q 950.00	-Q 1,000.00	-Q 1,050.00
Servicios de fletes	-Q 200.00	-Q 250.00	-Q 300.00	-Q 350.00	-Q 350.00	-Q 350.00
Salario coordinador	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00
Salario de 2 operarios	Q -	-Q 2,700.00	-Q 5,400.00	-Q 5,400.00	-Q 5,400.00	-Q 5,400.00
Pago de bono 14 y aguinaldos		-Q 808.00				
Total de egresos	-Q 15,200.00	-Q 8,708.00	-Q 10,933.00	-Q 13,283.00	-Q 16,208.00	-Q 20,158.00
Ingresos						
Pago de inversión inicial por NNA	Q 9,900.00	Q 3,000.00	Q 2,000.00	Q 1,000.00	Q -	Q -
Ventas proyectadas en el local	Q -	Q 3,500.00	Q 4,500.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 9,500.00
Ventas proyectadas a clientes de piñaterías	Q -	Q 3,000.00	Q 3,000.00	Q 3,000.00	Q 3,000.00	Q 6,500.00
Porcentaje de descuento venta a clientes 25%	Q -	-Q 750.00	-Q 750.00	-Q 750.00	-Q 750.00	-Q 1,625.00
Total de ingresos	Q 9,900.00	Q 8,750.00	Q 8,750.00	Q 8,250.00	Q 7,250.00	Q 14,375.00
Saldo final	-Q 5,300.00	Q 42.00	-Q 2,183.00	-Q 5,033.00	-Q 8,958.00	-Q 5,783.00

Continuación de tabla X.

Flujo de caja proyectado a 12 meses							
May-17	Jun-17	Jul-17	Ago-17	Sept-17	Oct-17	Nov-17	Dic-17
-Q 5,783.00	-Q 1,733.00	Q 2,692.00	-Q 2,849.67	-Q 3,149.67	-Q 4,074.67	Q 3,075.33	Q 10,625.33
Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
-Q 250.00	-Q 250.00	-Q 250.00	-Q 200.00	-Q 200.00	-Q 200.00	-Q 200.00	-Q 200.00
-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00	-Q 150.00
-Q 500.00	-Q 500.00	-Q 500.00	-Q 500.00	-Q 500.00	-Q 500.00	-Q 500.00	-Q 500.00
-Q 1,050.00	-Q 1,050.00	-Q 900.00	-Q 950.00	-Q 950.00	-Q 1,500.00	-Q 1,600.00	-Q 1,600.00
-Q 350.00	-Q 350.00	-Q 350.00	-Q 350.00	-Q 350.00	-Q 350.00	-Q 350.00	-Q 350.00
-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00	-Q 3,500.00
-Q 5,400.00	-Q 5,400.00	-Q 5,400.00	-Q 5,400.00	-Q 5,400.00	-Q 5,400.00	-Q 5,400.00	-Q 5,400.00
		-Q 4,741.67					-Q 8,900.00
-Q 16,983.00	-Q 12,933.00	-Q 13,099.67	-Q 13,899.67	-Q 14,199.67	-Q 15,674.67	-Q 8,624.67	-Q 9,974.67
Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
Q 10,000.00	Q 10,000.00	Q 6,500.00	Q 7,000.00	Q 6,750.00	Q 12,000.00	Q 12,500.00	Q 12,500.00
Q 7,000.00	Q 7,500.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 4,500.00	Q 9,000.00	Q 9,000.00	Q 9,000.00
-Q 1,750.00	-Q 1,875.00	-Q 1,250.00	-Q 1,250.00	-Q 1,125.00	-Q 2,250.00	-Q 2,250.00	-Q 2,250.00
Q 15,250.00	Q 15,625.00	Q 10,250.00	Q 10,750.00	Q 10,125.00	Q 18,750.00	Q 19,250.00	Q 19,250.00
-Q 1,733.00	Q 2,692.00	-Q 2,849.67	-Q 3,149.67	-Q 4,074.67	Q 3,075.33	Q 10,625.33	Q 9,275.33

Fuente: elaboración propia.

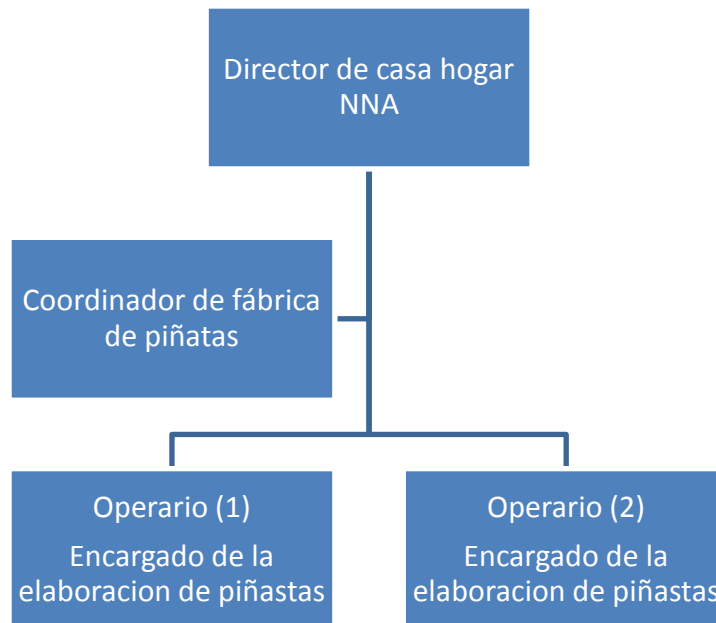
Como se pudo observar en la tabla anterior se tiene esperado empezar a obtener ganancias a partir de junio de 2017. Teniendo como meta de ventas promedio mensual de Q 8,057.69 si la casa hogar quisiera poder obtener mayores ganancias tendrán que trazarse mayores metas de ventas mensuales. Se propuso dicho ingreso de ventas ya que según la encuesta es el promedio de ventas que dichos locales obtienen mensualmente pero con una buena propuesta y publicidad necesaria se pueden obtener mayores ingresos por medio de las ventas de las piñatas.

Otro beneficio que se obtendrá además de las ganancias económicas es la integración al proyecto de los niños, niñas y adolescentes de escasos recursos que se encuentran en la casa hogar, ya que ellos podrán ser instruidos en el arte de la elaboración de piñatas dichos pasos se encuentran en el capítulo 5. Plan de capacitación. Con esto se quiere fomentar que dichos niños, niñas y adolescentes puedan integrarse a la sociedad guatemalteca por medio de la apertura de sus propias microempresas.

4.2.1. Humanos

Tanto para la producción de piñatas como para la coordinación de un servicio de venta, el negocio debe contar con los recursos humanos necesario para cumplir a cabalidad con lo ofrecido y lograr la satisfacción del cliente. En la siguiente figura se muestra el organigrama de la fábrica de piñatas.

Figura 30. **Organigrama de la fábrica de piñatas casa hogar NNA**



Fuente: elaboración propia.

4.2.2. Capacidad instalada

La capacidad teórica de producción que se centrará en el taller de elaboración de piñatas al tratarse de un producto artesanal cada piñata tiende a tener diferente tiempo de fabricación según el diseño pero según el estudio de mercado realizado a los diferentes productores de piñatas se pudo determinar que al contar con dos trabajadores se puede llegar a producir un promedio de:

Tabla XI. **Capacidad instalada para el taller de piñatas de la casa hogar de NNA**

Tamaño de piñata	Cantidad por día
Piñata pequeña	24
Piñata mediana	12
Piñata grande	6

Fuente: elaboración propia

4.2.3. Maquinaria y equipo

Para la elaboración de piñatas la maquinaria requerida serán implementos sencillos y fáciles de adquirir como grapadoras, alicates, guillotinas, tijeras, cuchillas y alambre para hacer piñatas. Todo esto está valorado en la tabla IX compra de insumos.

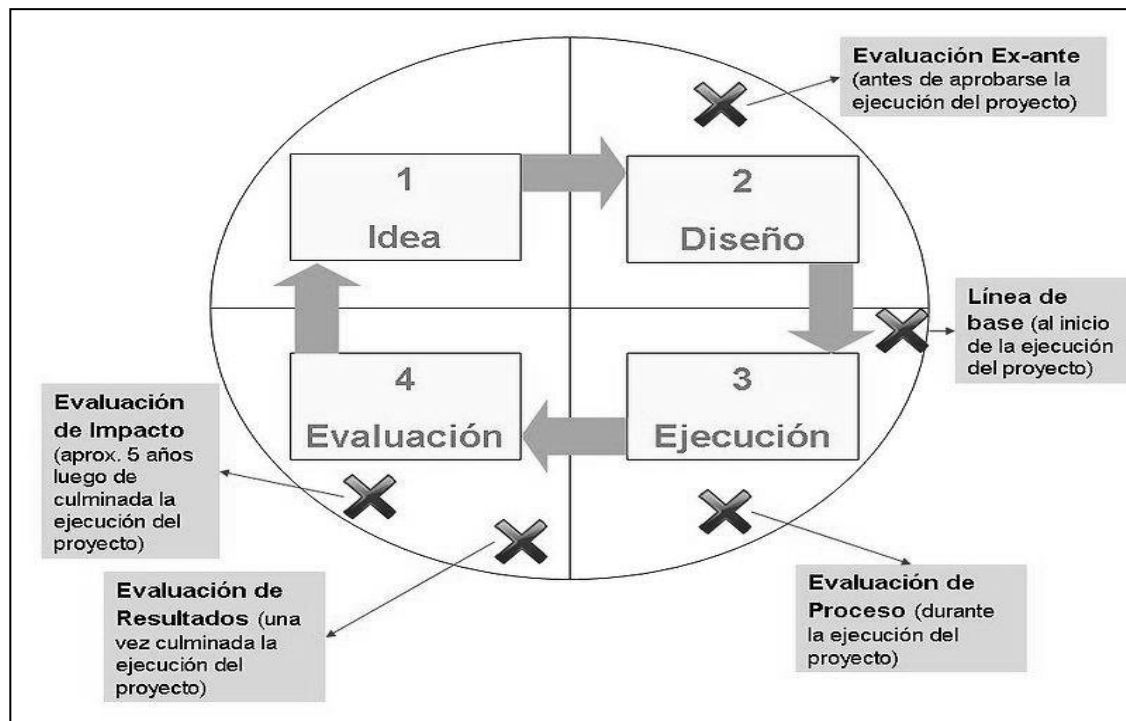
4.2.4. Materiales y suministros

- Cartón
- Papel bond 80 grs
- Papel crepe
- Papel lustre
- Engrudo
- Cajas grapas
- Alambre
- Foami
- Tijeras y cuchillas
- Caja marcadores
- Cajas pintura
- Alicates y pinzas

4.2.5. Programa de actividades de ejecución del proyecto

“La organización es el acto de dirigir, organizar, sistematizar el proceso productivo que llevan a cabo los administradores, gerentes economistas, contadores que se encuentran en puestos directivos de la unidad productora”⁵⁸. La remuneración del capital y la organización es la ganancia.

Figura 31. Actividades de ejecución del proyecto



Fuente: elaboración propia.

⁵⁸ Maestría en Mercadotecnia y Publicidad. *El proceso administrativo*. <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/tallad/16.pdf> Consulta 19 de julio de 2015.

El diccionario de la Real Academia de la Lengua española dice: “Organizar es establecer o reformar una cosa sujetando a las reglas el número, orden, armonía y dependencia de las partes que la componen o han de componerla”⁵⁹.

En la siguiente tabla se muestra el cronograma de actividades a desarrollarse para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla XII. **Cronograma de actividades**

Actividad	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8
Contratación de coordinador								
Compra de materiales e insumos								
Contratación de una persona operativa								
Fabricación inicial de piñatas								
Análisis de costos								
Plan de promoción y creación de pagina								
Contratación de segunda persona operativa								
Aplicación de circulo de Deming								

Fuente: elaboración propia.

4.3. Estructura funcional

“Es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio funcional o principio de la especialización de funciones para cada tarea. El principio funcional separa, distingue y especializa. Esta estructura fue consagrada por Taylor quien preocupado por las dificultades producidas por el excesivo y variado volumen de atribuciones dadas a los jefes de producción en la

⁵⁹ Diccionario de la Real Academia Española. *Organizar*. <http://lema.rae.es/drae/?val=>. Consulta 19 de julio de 2015.

estructura lineal de una siderúrgica estadounidense optó por la supervisión funcional⁶⁰.

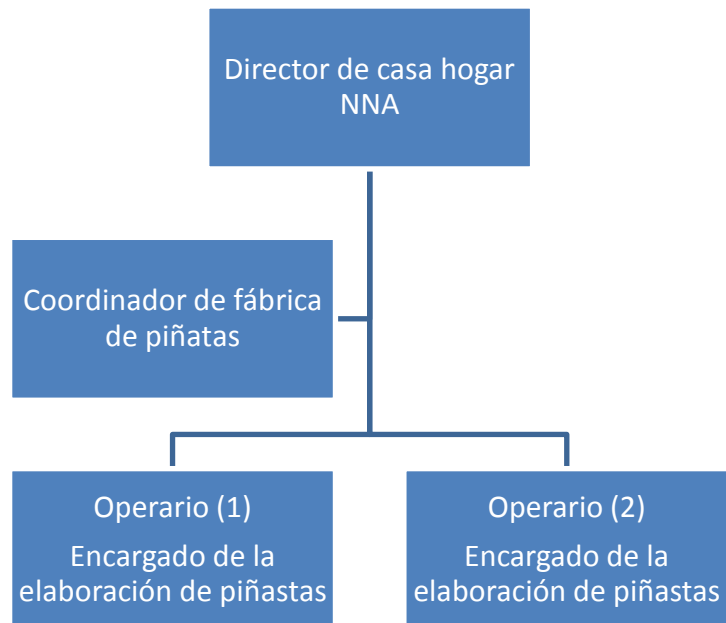
Ventajas de la Estructura Funcional:

- Proporciona el máximo de especialización a los diversos cargos de la organización: esto permite que cada cargo se concentre exclusivamente en su trabajo o función y no en las demás tareas secundarias.
- Permite la mejor supervisión técnica posible: cada cargo reporta ante expertos en su campo de especialización.
- Separa las funciones de planeación y de control de las funciones de ejecución: existe una especialización de la planeación y del control, así como de la ejecución, lo cual facilita la plena concentración en cada actividad sin que deba prestarse atención a las demás.

Como ya se mencionó con anterioridad el organigrama funcional de la empresa será el siguiente:

⁶⁰ *Estructura Orgánica*. <http://www.monografias.com/trabajos16/estructura-organica/estructura-organica.shtml>. Consulta 19 de julio de 2015.

Figura 32. **Organigrama de la empresa**



Fuente: elaboración propia.

4.3.1. Descripción del perfil de puestos y funciones

Cada uno de los puestos de la empresa deben tener definidas sus funciones y atribuciones del mismo modo establecer la jerarquía de cómo se desarrollan las diferentes actividades para facilitar la ejecución de los objetivos propuestos.

A continuación se presentan cada uno de los puestos con sus especificaciones.

Tabla XIII. **Descriptor de puesto coordinador de fábrica de piñatas.**

Unidad Orgánica	Coordinador de fábrica de piñatas
Reporta a	Director de casa hogar NNA
Supervisa a	Operarios
Objetivo: planea, organiza, dirige, coordina y evalúa la fabricación de las piñatas así como el plan estratégico a seguir para la expansión de la organización.	
Funciones: • Asegura la calidad de la administración de personal, recursos, materiales y financieros para apoyar con el logro de los objetivos planteados. • Mantener una comunicación eficiente con el personal • Planear, organizar, dirigir, coordinar y evaluar los procesos de compras, distribución de material y control de inventario • Planear, organizar, dirigir, coordinar y evaluar los procesos de reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal. • Promocionar y realizar ventas por medio de visitas a otras ventas de piñatas para ofrecer nuestros productos. • Planear, organizar, dirigir, coordinar y evaluar los procesos de compras, distribución de material y control de inventario • Verificar que se les dé un adecuado uso a los recursos materiales con los que se cuentan.	

Fuente: elaboración propia.

Tabla XIV. **Descriptor de puesto operario**

Unidad Orgánica	Operario
Reporta a	Coordinador de fabrica
Supervisa a	Ninguno
Objetivo: garantizar, en tiempo y forma, las tareas y metas de operación que le asigne el coordinador de fábrica de piñatas.	
Funciones: • Ejecutar las tareas de operación sobre la base de las pautas asignadas. • Brindar colaboración al coordinador de fábrica. • Uso apropiado de herramientas y materiales asignados para la ejecución de las tareas y trabajos. • Realizar la inspección del producto durante el proceso. • Mantener ordenadas y limpias las áreas de trabajo. • Utilizar su equipo de protección personal completo durante la operación.	

Fuente: elaboración propia.

4.4. Marco legal y tributario del proyecto

Para el marco legal y tributario se deben de cumplir con cierto número de reglamentos los cuales rigen nuestro país los cuales mostraremos a continuación.

4.4.1. Marco legal vigente

El marco legal corresponde al conjunto de leyes vigentes y de cumplimiento obligatorio en el desarrollo de las actividades empresariales. Para el efecto se citan las siguientes:

4.4.2. Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala Código de Comercio

El Código de Comercio es el cuerpo legal mediante el cual se regulan las actividades de los comerciantes en su actividad profesional, reconociendo como comerciantes, tal como lo establece en su artículo dos, inciso primero:

“Quienes ejercen a nombre propio la industria dirigida a la producción o transformación de bienes y a la prestación de servicios”.

Con base en lo anterior, los establecimientos privados que presten servicios están obligados a inscribirse en el Registro Mercantil, tal como lo establece el Título II, denominado “De las Obligaciones Profesionales de los Comerciantes”, así como también deben llevar su contabilidad de forma organizada de acuerdo al método de partida doble y usando los principios de contabilidad generalmente aceptados. Llevando para el efecto los siguientes libros, (según el artículo 368):

- Inventario
- De primera entrada o diario
- Mayor o centralizador
- De Estados Financieros

Quedando a disposición de los comerciantes el uso de cualquier otro libro que estimen necesario para el desarrollo de sus registros contables o administrativos, o bien que lo establezca una ley especial.

Todos los libros mencionados anteriormente deben autorizarse, previo uso, por el Registro Mercantil (Artículo 372).

4.4.3. Decreto 1441 del Congreso de la República de Guatemala Código de Trabajo

En el presente cuerpo legal se regulan los derechos y obligaciones de patronos y trabajadores, así como también se crean las instituciones necesarias para la resolución de conflictos.

En sus primeros artículos se encuentran las definiciones de patrono, trabajador, entre otros. En el Título Segundo, Capítulo Primero, se definen las disposiciones generales y el contrato individual de trabajo. En el Capítulo Cuarto del mismo Título, se establecen los reglamentos interiores de trabajo, en el Capítulo Quinto, se establecen las obligaciones de los patronos, y en el Capítulo Sexto, las obligaciones de los trabajadores.

En el Título Tercero, se establece todo lo relativo a los salarios, jornadas de trabajo y descansos.

4.4.4. Decreto 295 del Congreso de la República de Guatemala Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

El objeto primordial de la Seguridad Social, es el de dar protección mínima a toda la población del país, a base de una contribución proporcional a los ingresos de cada uno y de la distribución de beneficios a cada contribuyente o a sus familiares que dependen económicamente de él, procediendo en forma gradual y científica que permita determinar tanto la capacidad contributiva de la parte interesada, como la necesidad de los sectores de población de ser protegidos por alguna o varias clases de beneficios, habiéndose principiado sólo por la clase trabajadora, con miras a cubrirla en todo el territorio nacional, antes de incluir dentro de su régimen a otros sectores de la población.

La seguridad social es ejercida por el “Instituto Guatemalteco de Seguridad Social”. Este a su vez para velar por la adecuada aplicabilidad de la misma. El régimen de contribución es financiado de la siguiente forma:

- Trabajadores en un 25 %
- Patronos en un 50 %
- Estado en un 25 %

Las empresas privadas quedan obligadas a contribuir con la Seguridad Social, mediante la contribución de los trabajadores, en un 4,83 % (de su salario) y de los patronos con un 10,67 % (del total de salarios pagados).

4.4.5. Decreto 76-78 del Congreso de la República de Guatemala Ley Reguladora de la Prestación del Aguinaldo para los Trabajadores del Sector Privado

Este cuerpo legal en su artículo 1, establece lo siguiente:

“Todo patrono queda obligado a otorgar a sus trabajadores anualmente en concepto de aguinaldo, el equivalente al cien por ciento del sueldo o salario ordinario mensual que éstos devenguen por un año de servicios continuos o la parte proporcional correspondiente.”

En los artículos posteriores se determina la forma del pago, siendo ésta: el 50 % en la primera quincena del mes de diciembre y el 50 % restante en la primera quincena del mes de enero del año siguiente.

4.4.6. Decreto 78-89 del Congreso de la República de Guatemala Ley de Bonificación – Incentivo Sector Privado

Mediante este cuerpo legal se crea la obligación de los patronos hacia los trabajadores de otorgarles, sin importar la actividad que desempeñen, la cantidad de doscientos cincuenta quetzales, (Q 250,00), mensuales, los cuales deberán ser pagados de manera conjunta con el salario devengado mes a mes.

4.4.7. Decreto 6-91 del Congreso de la República de Guatemala Código Tributario

Constituye el cuerpo legal que rige las relaciones jurídicas que se originen de los tributos establecidos por el Estado a todas las personas individuales y jurídicas.

En cuanto a la aplicabilidad de este cuerpo legal, a los centros educativos privados, el artículo 23 establece que cuando un contribuyente es exento de toda obligación tributaria en cuanto al pago de impuestos, arbitrios, entre otros, no significa que éste olvide las demás obligaciones tales como la inscripción del mismo ante el Registro Mercantil, el tener que llevar una contabilidad formal y presentar estados financieros anuales a la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), entre otros.

En el artículo 62 del mismo cuerpo legal, se encuentra la definición de exención, el cual textualmente regula:

“Exención es la dispensa parcial o total del cumplimiento de la obligación tributaria, que la ley concede a los sujetos pasivos de ésta, cuando se verifican los supuestos establecidos en dicha ley”.

En el artículo 63, se establecen los requisitos para la aplicación de la exención a los sujetos pasivos, siendo el único: el establecimiento de la exención en una o varias leyes, especificando la duración, monto, entre otros.

4.4.8. Decreto 26-92 del Congreso de la República de Guatemala Ley del Impuesto sobre la Renta

El objeto de esta ley es establecer un impuesto sobre la renta que obtenga cualquier persona individual o jurídica, nacional o extranjera, domiciliada o no en el país, así como cualquier ente, patrimonio o bien que especifique esta ley, que provenga de la inversión de capital, del trabajo o de la combinación de ambos.

La no aplicabilidad de esta ley en cuanto a materia de pago se refiere, se encuentra especificada en el artículo seis, literal b), el cual establece lo siguiente:

“Las rentas que obtengan las universidades legalmente autorizadas para funcionar en el país y los centros educativos privados como centros de cultura.”

4.4.9. Decreto 27-92 del Congreso de la República de Guatemala Ley del Impuesto al Valor Agregado

Esta ley establece el impuesto al valor agregado sobre los actos y contratos gravados por las normas de la presente ley, cuya administración, control, recaudación y fiscalización corresponde a la Dirección General de Rentas Internas.

5. PLAN DE CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

5.1. Plan de estudio

Por medio de esta capacitación y las temáticas que se desarrollarán, se busca la participación activa y representativa tanto del personal contratado como también por medio de ellos los niños y niñas y adolescentes que se encuentran en la casa hogar puedan aprender un arte y con ello se puedan desarrollar más adelante como pequeños empresarios en los diferentes espacios, a través de la formación, organización y acompañamiento en los procesos de aprendizaje, desde lo individual hacia lo colectivo, como también poner en práctica sus capacidades.

El proyecto es un modelo a seguir para implementar otras acciones, en donde la población de la casa hogar NNA destinataria sea la que forme parte importante en los proyectos, porque estará involucrada directamente en la ejecución de las acciones que promuevan su participación y sean tomadas en cuenta, para la obtención de resultados positivos en la comunidad e institución.

- Objetivos del plan de capacitación
 - Formar, empoderar, fortalecer y orientar al personal sobre la elaboración de herramientas técnicas, funcionales que garanticen la eficiente manera de accionar del área y la institución.
 - Elevar la capacidad en la toma de decisiones sobre las problemáticas presentadas del programa, propiciando el

intercambio de experiencias y el empoderamiento de conocimientos prácticos para su vida diaria y su desarrollo eficiente en la organización.

- Alcances del plan de capacitación

Toda capacitación debe ser integral, y debe abarcar desde las implicaciones éticas del proyecto, tales como el respeto a las costumbres, tradiciones, el valor de las personas, la religión, el idioma materno, edad, etnia, clase social, para que se familiaricen con el proyecto, a manera de sensibilizar al personal, así como hacer énfasis en el respeto mutuo y la aceptación de cada una de las opiniones con el fin de enriquecer las acciones del proyecto y no ignorar las intervenciones, de esta manera se está haciendo valer la Visión y Misión de la institución, como parte del desarrollo de sus acciones.

Obviamente, uno de los conflictos que se visualiza en la implementación del proyecto es la falta de vías de comunicación hacia algunas comunidades en las cuales se pretende involucrar a los niños, niñas, adolescentes y sus familias en la ejecución del proyecto. La inasistencia, en la ejecución del proyecto por las múltiples actividades que realizan.

El proyecto puede no ser de interés para algunas instituciones a quienes se les pedirá apoyo para la realización de las actividades contempladas en las fases del proyecto. Sin embargo, se debe realizar todo el esfuerzo necesario para captar la mayor cantidad de apoyo por parte de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para hacerlo realidad y cumplir con los objetivos, no solo del proceso de producción, sino que también de la Asociación Viva Juntos por la Niñez.

Para poder enfrentar estos conflictos, es necesario sensibilizar desde el inicio como en la realización del plan, para que se tome en cuenta que el proyecto beneficiará directa e indirectamente a todos los involucrados, porque cada uno aportará tiempo, dinero, y lo más importante su participación al igual que la institución. Lo que permitirá unificar intereses para buscar alternativas que les permita avanzar positivamente en todas las acciones del proyecto.

Es decir que durante el proceso se estará tomando decisiones que respondan a las necesidades que vayan planteando cada grupo, lo cual contribuirá a un ambiente de cordialidad y confianza.

- Temas del plan de capacitación
 - La función de las Organizaciones No Gubernamentales en el desarrollo comunitario.
 - Importancia de la Participación comunitaria en la solución de problemas socioeconómicos.
 - Valores éticos y sociales en la promoción de desarrollo sostenible y sustentable.
 - Técnicas de cooperación y trabajo en equipo para la producción económica.
 - Fases del proceso económico de producción
 - El proceso productivo en la elaboración de piñatas.
 - La elaboración de piñatas como fuente para generar desarrollo social.

5.2. Programas del plan de capacitación

La capacitación está directamente relacionada con las habilidades, el conocimiento y las estrategias necesarios para realizar un trabajo determinado. Puede abarcar la enseñanza de nuevas habilidades a miembros del personal, la presentación de ideas innovadoras, la oportunidad de practicar y recibir una retroalimentación sobre técnicas o estilos particulares de trabajar con la gente o simplemente alentarlos a debatir sobre su trabajo entre sí. Además, puede, y debería, tener continuidad mientras dure el proyecto.

5.2.1. Recursos humanos y técnicos

- Coordinadora general de la institución
- Coordinadora del área desarrollo social
- Actores directos e indirectos que facilitaron los procesos en la ejecución del proyecto.
- Coordinador de la fábrica de piñatas
- Operarios de la fábrica de piñatas

5.2.2. Técnicos

- Televisión con DVD
- Video
- Computadora
- Impresora
- Tinta de impresora
- Cámara fotográfica
- Retroproyector

- Mobiliario:
 - Pizarrón
 - Mesas y sillas
 - Salón de reuniones

5.2.3. Recursos materiales

- Papel
- Marcadores
- Cuadernos
- Lapiceros
- Hojas en blanco
- Resistol
- Regla
- Almohadilla
- *Maskingtape*

5.3. Metodología de enseñanza

La metodología a emplearse se basa en teórica y práctica siendo la parte teórica solamente un 10 % del total del programa ya que para la elaboración de piñatas se basa en la habilidad practica que los participantes puedan desarrollar en el uso de alambre para piñatas y su talento para decorarlas.

La parte teórica tendrá los siguientes puntos a cubrir:

- Que materiales y herramientas se utilizan para la elaboración de piñatas
- Uso correcto de las herramientas

- Corte y trazo de los materiales a utilizar
- Engrudo como pegamento para las piñatas
- Como hacer correctamente el engrudo.

La parte práctica tendrá los siguientes puntos a cubrir:

- Uso correcto de las herramientas parte práctica
- Corte y trazo de los materiales a utilizar
- Elaboración de engrudo para pegamento
- Construcción paso a paso de piñata base (siguiendo al instructor)
- Decoración de piñata base paso a paso (siguiendo al instructor)
- Construcción paso a paso de piñata intermedia (siguiendo al instructor)
- Decoración de piñata paso a paso (siguiendo al instructor)
- Construcción paso a paso de piñata avanzada (siguiendo al instructor)
- Decoración de piñata paso a paso (siguiendo al instructor)
- Construcción de piñata libre (con supervisión del instructor)

La capacitación teórica estará a cargo del coordinador de la empresa de piñatas y la parte práctica estará a cargo de los operarios estos recibirán un bono por la impartición de dichas capacitaciones, una vez los primeros participantes de la casa hogar NNA estén capacitados se desarrollará la segunda fase que consistirá en que por medio de voluntariado los primeros capacitados puedan enseñar a las personas de la casa hogar que deseen entrar en el programa logrando así una pirámide de enseñanza.

5.4. Monitoreo y evaluación del proyecto

Para el monitoreo y evaluación del proyecto de fábrica de piñatas se deben de colocar indicadores que servirán de base para la medición y control del avance del proyecto.

5.4.1. Indicadores de éxito específicos

Para poder determinar el éxito o fracaso de un proyecto es necesario añadir a esos factores tangibles y cuantitativos, que son alcance/tiempo/coste, valores más cualitativos y, en cierta medida, intangibles, pero igualmente importantes.

Tabla XV. Indicadores de éxito fase 1

Fase 1	Indicador de éxito por fase	Actividades por fase	Indicadores de éxito por actividad
Presentación del proyecto y entrega del mismo a las autoridades de la institución.	El proyecto fue presentado y se entregó en la institución.	Reunión con personal técnico de la institución ASINDES.	La asistencia del personal técnico fue lograda y se aprobó el proyecto (Firma de documentos).
Entrega de cronograma del Proyecto a la institución para la planificación de las reuniones.	La institución planifican el tiempo, lugar y fecha de reuniones para el proyecto y propone actividades a seguir	La planificación de reuniones se realiza en común acuerdo.	Aprobado el cronograma de Actividades y se ha elaborado la planificación de reuniones.
Establecer criterios con la representante institucional para la elaboración de la convocatoria dirigida a las asociadas e instituciones de apoyo.	Se ha elaborado las convocatorias y se obtiene el apoyo técnico y material mediante las solicitudes para la ejecución del proyecto.	Elaboración de solicitudes para el proceso de ejecución del proyecto. Se giran convocatorias hacia las asociadas de distintas comunidades asociadas al programa.	Fecha establecida para la convocatoria dirigida a las asociadas

Continuación de la tabla XV.

Coordinación interinstitucional, con actores directos e indirectos que apoyen el proyecto, y establecer criterios, para la planificación de actividades.	El proyecto es apoyado por actores directos e indirectos en diferentes aspectos. Actividades fundamentadas para la formación mediante el apoyo técnico de los actores.	Se cuenta con un listado de actividades y aportes que se tomarán en cuenta en la ejecución del proyecto.	Solicitud elaborada, para la obtención de apoyo técnico en recurso humano para la ejecución del proyecto, (Cartas firmadas y selladas).
Evaluación de la primera fase del proyecto.	En esta fase se ha obtenido resultados positivos, en las actividades realizadas	Se ha elaborado un control de asistencia utilizadas en reuniones y otros documentos.	Obtenidos los resultados previstos en la ejecución de la primera fase del proyecto (cartas, memorias, convocatorias).

Fuente: elaboración propia.

Tabla XVI. Indicadores de éxito fase 2

Fase 2	Indicador de éxito por fase	Actividades por fase	Indicadores de éxito por actividad
Socialización del proyecto de intervención.	Participación en el encuentro, mediante su asistencia.	Anunciar a las asociadas sobre reunión, para socializar el proyecto.	Las asociadas han asistido en reunión de socialización del Proyecto de intervención (hojas de asistencia).
Recibir a las asociadas en el primer encuentro de formación.	Participación lograda de Las asociadas en el encuentro.	Asesorar sobre herramientas técnicas.	Las asociadas han asistido y participado en la reunión de formación para lograr el reconocimiento (memoria de actividades, listado de Asistencia, fotografías, video, otros).

Continuación de la tabla XVI.

Socialización de experiencias vivenciales.	Las asociadas han socializado sus conocimientos y experiencias.	Reforzamiento de contenidos básicos sobre herramientas técnicas.	Las asociadas han compartido sus conocimientos y experiencias, mediante grupos de trabajo, exposiciones, carteles, entre otros.
Elaboración y diseño técnico (herramientas técnicas) que evidencien el fortalecimiento.	Se ha elaborado una propuesta de aplicación de los derechos de las mujeres con la participación de las mismas.	Organizar una actividad dinámica que permita motivar a los afiliados en la formulación de los documentos, útiles para la institución y otros grupos	La población destinataria ha Contribuido en aportar sus experiencias y conocimientos para elaborar las herramientas técnicas, enfocado al proyecto ejecutado.
Evaluación de la segunda fase del proyecto.	En la ejecución de esta fase del proyecto, se ha elaborado las herramientas planteadas.	Se elabora un cuestionario escrito para evaluar los resultados de esta fase del proyecto.	Con el cuestionario escrito se ha obtenido resultados positivos y se enriquece el proyecto, mediante propuestas de las participantes.

Fuente: elaboración propia.

Tabla XVII. **Indicadores de éxito fase 3**

Fase 3	Indicador de éxito por fase	Actividades por fase	Indicadores de éxito por actividad
Organizar grupos de trabajo, para la aplicación de conocimientos.	Los diferentes grupos conformados exponen la práctica de herramientas técnicas.	Integración de grupos de trabajo para facilitar el proceso de intercambio de experiencias.	Logrado la participación de los grupos, en forma activa y voluntaria (fotografías, mesas de trabajo, fichas de asistencia).

Continuación de la tabla XVII.

Entrega de herramientas técnicas elaborados por las asociadas a la institución.	Las asociadas han entregado los documentos a la institución ASINDES.	Reunión con autoridad institucional para entregar los documentos.	Las herramientas técnicas en la aplicación del Plan Estratégico, es entregado en la institución (acto protocolario, fotografías).
Reunión con autoridades de la institución para concretizar acciones de seguimiento del proyecto.	Acciones establecidos con el fin de dar seguimiento al proyecto con otros grupos de interés.	Reunión para buscar alternativas, que permitan el alcance de nuevas formas de fortalecimiento sobre el tema de herramientas técnicas.	La institución ha firmado Documento de compromiso para seguir apoyando la aplicación de herramientas técnicas.
Evaluación de la tercera fase del proyecto.	Las asociadas han reconocido la importancia de las herramientas técnicas y la aplicación. Con el proyecto se ha contribuido que las asociadas hayan elaborado las herramientas técnicas.	Lluvia de ideas para evaluar los resultados del proyecto.	Las asociadas han asistido y aportado sus comentarios en la evaluación del proyecto.
Elaboración de informe final de PPS	Con el proyecto se contribuyó que las asociadas participen en la toma de decisiones por medio de la elaboración conjunta de las herramientas técnicas.	Se entrega el informe de PPS.	En el proyecto de intervención se plasma toda la información obtenida, en la ejecución del mismo.

Fuente: elaboración propia.

5.4.2. Indicadores de éxito generales (según resultados generales esperados)

Es aquel dato que refleja cuáles fueron las consecuencias de acciones tomadas en el pasado en el marco de la organización. La idea es que estos indicadores sienten las bases para acciones a tomar en el presente y en el futuro.

Tabla XVIII. Indicadores de éxito generales

Resultados	Indicadores de éxito
Apoyo interinstitucional consolidado, para el desarrollo de actividades que fortalezcan a las asociadas.	Las distintas instituciones, comprometerán su apoyo mediante la planificación de actividades a desarrollarse en la ejecución del proyecto. Acciones establecidos con instituciones, para la apertura de espacios de participación activa en diferentes áreas, sociales, políticos y culturales.
Espacios de socialización y formación	Mediante las diversas áreas de formación e intervención para la elaboración de herramientas técnicas orientadas al fortalecimiento del programa de la institución.
Involucradas participan en la toma de decisiones para elaborar la propuesta técnica a través de la aplicación de conocimientos.	La elaboración de propuestas técnicas por medio de la aplicación de sus conocimientos sobre herramientas técnicas. Mediante propuestas, en los diferentes espacios brindados a través de la red de trabajo coordinado durante la elaboración de herramientas técnicas del proyecto de intervención, en la institución.
Interés de las asociadas del programa evidenciado en la elaboración de las herramientas técnicas del proyecto.	Herramientas técnicas elaboradas, mediante la participación, reconociendo la importancia como parte importante dentro de sus comunidades y a nivel de la sociedad.

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES

1. La investigación brindó alternativas en pro del potencial de crecimiento y rentabilidad para implementación de la piñatería, de tal manera que se satisfagan las necesidades tanto de quienes las elaboran, como de las ventajas que se podrán obtener tanto económicas como sociales para la casa hogar NNA.
2. Los talleres de elaboración de piñatas permiten a los NNA de hogares secundarios y temporales desarrollar áreas de mejora en habilidades motoras, planificación y elaboración de presupuestos, así como obtener conocimientos de mercado básico para realizar actividades que les permitan ser auto sostenible.
3. El proyecto promueve beneficios, es auto sostenible como se comprobó observar en el volumen de ventas que se pudo detectar, por medio de la proyección de flujo de caja basándonos en un promedio de ventas por medio de las encuestas realizadas a las microempresas que se encuentran en el Parque Colon.
4. Se determinó que la elaboración de piñatas es un área de oportunidad para NNA que se encuentran en riesgo social, ya que brinda alternativas que se adaptan y ajustan para su desarrollo económico y social.

5. Se brindaron herramientas administrativas y financieras para orientar a los NNA y hogares temporales a través de la piñatería hacia las oportunidades económicas atractivas.
6. Se planteó el diseño de un plan de mercado para dar a conocer la piñatería a posibles clientes potenciales promedio de publicidad innovadora, que llamen la atención y que sean recordadas para lograr un buen posicionamiento en la mente de las personas.

RECOMENDACIONES

1. Identificar los clientes inactivos de la sociedad guatemalteca en un período determinado, para darles prioridad en las visitas y establecer comunicación periódica con ellos, buscando promocionar los productos de la empresa y fortalecer su imagen.
2. Detectar acciones que aumenten la fidelidad de los clientes con la empresa. (tales como cartas de agradecimiento por preferir la empresa, paquetes promocionales, incentivos por volumen de compra y obsequios entre otros).
3. Proyectar a los clientes, responsabilidad y seriedad, a través del cumplimiento y calidad de los productos y servicios ofrecidos, y el profesionalismo del asesor comercial a cargo.
4. Evaluar la posibilidad de realizar alianzas estratégicas con la competencia, buscando incrementar la capacidad de compra y obtener descuentos por volumen, que permitan mejorar la competitividad en los precios y aumentar la rentabilidad de la línea del vidrio.
5. Plantear mecanismos de remuneración que favorezcan la productividad, desempeño y satisfacción de los empleados, y que a su vez incrementen la rentabilidad de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

1. ACUÑA ACUÑA, Jorge. *Mejoramiento de la calidad: Un enfoque a los servicios*. San José, Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica, 2005. 215 p.
2. *Aprende a fabricar piñatas fiestas infantiles técnicas manuales*. [en línea]. <<http://www.micursodigital.com/Hobbies-Artes-y-Manualidades-c-1/Aprende-a-fabricar-piñatas-fiestas-infantilestecnicasmanuales/7>>. [Consulta: 15 de julio de 2015].
3. BONILLA SEGURA, Yosseth. *Estrategias para determinar precios*. [en línea]. <<http://e-learningmarketing.blogspot.com/2012/07/estrategias-de-la-determinacion-de.html>>. [Consulta: 18 de julio de 2015].
4. BUSTOS FLORES, Carlos. *La producción artesanal*. Revista visión gerencial. No. 1. Año 8. Enero-junio 2009.
5. Código de Comercio, Decreto Número 2-70 del Congreso de la República de Guatemala.
6. Código de Trabajo, Decreto Número 1441 del Congreso de la República de Guatemala, y sus Reformas.
7. Código Tributario, Decreto 6-91 del Congreso de la República de Guatemala, y sus Reformas.

8. DE LEÓN BARRIOS, Edwin Francisco. *Manual técnico sobre buenas prácticas de manufactura*. El Salvador: Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2009. 310 p.
9. Dibujos para pintar. *Fabricación de una piñata sencilla*. [en línea]. <http://www.dibujosparapintar.com/manualidades_pinata.html>. [Consulta: 15 de julio de 2015].
10. Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua. *Humanitario*. [en línea]. <<http://lema.rae.es/drae/?val=>>>. [Consulta: 15 de julio de 2015].
11. Empresa, Guatemala. *Piñatas Ximena*. . [en línea]. <[http://www. gt.all.biz/pinatas-ximena-empresa-e1169#.Va_zo6Ttmko](http://www.gt.all.biz/pinatas-ximena-empresa-e1169#.Va_zo6Ttmko)>. [Consulta: 15 de julio de 2015].
12. *Estructura orgánica*. [en línea]. <<http://www.monografias.com/trabajos16/estructura-orgánica/estructura-organica.shtml>>. [Consulta 19 de julio de 2015].
13. Estructural Funcionalismo. *Estructuras sociales*. [en línea]. <<https://sociologiaa.files.wordpress.com/2011/09/tema-3-enfoque-sociolc3b3gicos1.pdf>>. [Consulta: 16 de julio de 2015].
14. Fundación biodiversidad. *Las ONGs son clave para la protección del medio ambiente*. [en línea]. <<http://www.seresponsable.com/2012/11/12/las-ongs-son-clave-para-la-proteccion-del-medio-ambiente/>>. [Consulta: 15 de julio de 2015].

15. Grupo de Trabajo de Promoción de la ICN. *Manual de Buenas Prácticas para la Elaboración de Estudios de Mercado*. Estambul, abril, 2010. 89 p.
16. HERNÁNDEZ ANDRADE, Jorge Fidel. *Introducción a la economía*. 13a ed. Guatemala: Serpro, 2006. 125 p.
17. HUBNER, Manuel Eduardo. *Guatemala en la historia: un país que se resiste a morir*. Guatemala: Fotopublicaciones, 1951. 211 p.
18. KOTLER, Phillip y AMSTRONG, Gary. *Fundamentos de marketing*. 8a ed. México: Pearson Educación, 2008. 656 p.
19. _____. *Dirección de marketing*. 12a ed. México: Pearson Educación, 2006. 816 p.
20. LAMB, Charles W. y MCDANIEL, Carl. *Fundamentos de la comercialización*. México: Thomson, 2006. 746 p.
21. Ley de Bonificación – Incentivo Sector Privado, Decreto Número 78-89 del Congreso de la República de Guatemala, y sus Reformas.
22. Ley del Impuesto al Valor Agregado, Decreto Número 27-92 del Congreso de la República de Guatemala, y sus Reformas.
23. Ley del Impuesto sobre la Renta, Decreto Número 26-92 del Congreso de la República de Guatemala, y sus Reformas.

24. Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, Decreto Número 295 del Congreso de la República de Guatemala, y sus Reformas.
25. Ley Reguladora de la Prestación del Aguinaldo para los Trabajadores del Sector Privado, Decreto Número 76-78 del Congreso de la República de Guatemala, y sus Reformas.
26. LUGO VALLECILLAS, Gustavo Adolfo. *Principios Generales del Funcionamiento de las ONG*. Escuela virtual del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. 2012.
27. Maestría en Mercadotecnia y Publicidad. *El proceso administrativo*. [en línea]. <<http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/tallad/16.pdf>>. [Consulta: 19 de julio de 2015].
28. MARQUÉS GRAELLS, Pere. *El impacto de la sociedad de la información en el mundo educativo*. [en línea]. <<http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/basc/12.pdf>>. [Consulta: 19 de julio de 2015].
29. Martínez Salanova, Sánchez. La Teoría General de los Sistemas. [en línea]. <<http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0012/sistemas.htm>>. [Consulta: 16 de julio de 2015].
30. MESONERO, Mikel y ALCAIDE, Juan Carlos. *Marketing industrial: Cómo orientar la gestión comercial a la relación rentable y duradera con el cliente*. Madrid, España: ESIC Editorial, 2012. 358 p.

31. Mi curso digital. *Aprende a hacer piñatas*. . [en línea]. <<http://www.micursodigital.com/hobbies-artes-y-manualidades-c-1/curso-aprende-a-fabricar-pinatas-fiestas-infantiles-tecnicas-manuales/7>>. [Consulta: 15 de julio de 2015].
32. Ministerio de Finanzas Públicas. *Que es una ONG*. [en línea]. <http://www.minfin.gob.gt/archivos/ong/archivos/1_3.pdf>. [Consulta: 15 de julio de 2015].
33. Organización de Estados Americanos. *Estrategias y programas para la promoción de la cultura*. . [en línea]. <<http://www.educadem.oas.org/espanol/contenidos/estrategiasyprogramas.pdf>>. [Consulta: 15 de julio de 2015]
34. *Recomendaciones para un proyecto que respete el medio ambiente*. [en línea]. <<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/20/CAPITULO14.pdf?sequence=20>>. [Consulta: 18 de julio de 2015].
35. ROSALES, José y MAGZUL, Fernando. *Artesanos hacen piñatas de viaje*. [en línea]. <http://www.prensalibre.com/chimaltenango/Artesanos-hacen-pinatas-viaje_0_560943930.html>. [Consulta: 15 de julio de 2015].
36. Técnica y tecnología. *Proceso productivo artesanal*. [en línea]. <<http://tecnicaytecnologia.weebly.com/proceso-productivo.html>>. [Consulta: 16 de julio de 2015].

37. VALDEZ PAIZ, Manuel Estuardo. *Elaboración del Módulo para la utilización del papel reciclado en la fabricación de piñatas dirigido a directores, maestros, alumnos de la Escuela Oficial Rural Mixta, Cantón Tunas, Municipio de Jutiapa*. Trabajo de graduación. Facultad de Humanidades, Universidad de San Carlos de Guatemala, Departamento de Pedagogía. Guatemala, 2012. 118 p.

APÉNDICES

Apéndice 1. Encuesta para el análisis de la oferta

1. ¿Desde hace cuánto tiempo existe este negocio?
 - a) Menos de 1 año
 - b) 1-2 años
 - c) 2-4 años
 - d) Más de 4 años
2. ¿Cuál es el margen de ganancia que obtiene de cada piñata?
 - a) 15% por ciento
 - b) 20%
 - c) 25%
3. ¿Cuál es el volumen aproximado de ventas en el mes?
 - a) Hasta 8,000
 - b) Q8,001 a Q12,000
 - c) Más de Q12,001
4. ¿Cuáles son los precios de las piñatas que más se venden en el negocio?
 - a) Entre Q35 y Q50
 - b) Entre Q51 y Q75
 - c) Entre Q76 y Q150
5. ¿Cuál es la temporada alta para la venta de piñatas?
 - a) Enero a Marzo
 - b) Abril a Junio
 - c) Julio a Septiembre
 - d) Octubre a Diciembre
6. ¿Qué figuras son las que más compra la gente?
 - a) Tradicionales
 - b) Moda
 - c) Otros
 - d) Según muestra
7. ¿Elabora usted las piñatas que vende?
 - a) Si
 - b) No
8. ¿Cómo clasifica a los clientes del negocio?
 - a) Frecuentes
 - b) Recomendado
 - c) Nuevos

Fuente: elaboración propia.

Apéndice 2. Encuesta para la demanda

1. ¿Ha celebrado alguna vez una fiesta donde se quebrara una piñata?
 - a) Si
 - b) No
2. ¿Compra piñatas para celebrar el cumpleaños de sus hijos?
 - a) Si
 - b) No
3. ¿Quién elige el diseño de las piñatas?
 - a) Padres
 - b) Hijos
4. ¿Cuáles son las figuras de las piñatas que más ha comprado?
 - a) Tradicionales
 - b) Moda
 - c) Otros
5. ¿Qué calidad de piñatas ha comprado
 - a) Sencillas
 - b) Intermedias
 - c) Finas
6. ¿Qué características toma en cuenta a la hora de comprar una piñata?
 - a) Calidad
 - b) Precio
 - c) Diseño
7. ¿Cómo escogió el local de venta de piñatas en el cual compró?
 - a) Cliente frecuente
 - b) Recomendación
 - c) Casualidad
8. De ser "cliente frecuente" la respuesta anterior. ¿Porque compró en el mismo lugar?
 - a) Comodidad
 - b) Calidad
 - c) Precio
9. ¿Para qué ocasiones compra piñatas?
 - a) Cumpleaños
 - b) Bautizos
 - c) Fiestas
 - d) Bodas
10. ¿Cuántas piñatas compra en promedio para su celebración?
 - a) Una
 - b) Dos
 - c) Tres o mas
11. ¿Qué diseño de piñatas compro?
 - a) Personajes de moda
 - b) Animales
 - c) Tradicionales
12. ¿Cómo realiza las compras de sus piñatas?
 - a) Compra al instante
 - b) Por encargo

Fuente: elaboración propia.