

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA

“Evaluación económica de la producción y comercialización de flores de palma en la comunidad de San Agustín Atenango, Silac., Oaxaca”

Tesis

**Para obtener el título de
Licenciado en Ciencias Empresariales**

Presenta

Sonia Castro Pozos

Asesor

C.P. Ma. De Jesús Pérez Álvarez

Huajuapán de León, Oax.

Marzo de 2005

Dedicatorias

Muy en especial a dios por todo lo que ha hecho en mí.

A mi padre

Gereón Castro Olivares (+); que ha sido mi más fuerte motivo y guía donde quiera que él se encuentre, por darme la fortaleza y decisión, a través de sus sabios consejos que en vida me proporcionó para salir siempre adelante, en su memoria a 10 años de su muerte dedico este proyecto de tesis.

A mi madre

Juana E. Pozos Cuesta quien siempre me ha apoyado y guiado con sus sabios consejos y ha estado en los momentos más difíciles y alegres de mi vida, por los tantos sacrificios que realizó para darme una profesión.

A mi abuelita

Por ser como una madre y haberme guiado durante mi infancia, por cuidarme y quererme como una hija.

A mi esposo

José Luis Díaz Lucero por su amor, por su cariño, por el apoyo moral y profesional que incondicionalmente me brinda día con día.

A mis hijos

Danitza Dayanara y Josué Aldahir por ser mi estandarte de superación y dedicación para lograr mis objetivos en la vida y poder compartirlos con ustedes.

A mis hermanos

Yadira y Gereón por haber encontrado en ustedes cariño, apoyo y la confianza para mi superación como hermana, amiga y sobre todo como ser humano.

A todos

Familiares, amigos, compañeros de trabajo y conocidos, por su cariño y apoyo incondicional que fueron importantes para la elaboración de esta tesis.

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad Tecnológica de la Mixteca, por brindarme la oportunidad de poder realizar mis estudios superiores.

A mis profesores, quienes me brindaron sus conocimientos y consejos hasta la cúspide de mi carrera.

A la C.P. Ma. De Jesús Pérez Álvarez, director de tesis, quien supo guiarme y apoyarme incondicionalmente, por aquellas horas de trabajo extras para la terminación de este proyecto.

A los miembros del jurado, Profr. Cutberto Gómez Carrasco, Profra. María Luisa Guerrero Ramírez y Profr. Germán Bautista Ramírez, por el apoyo, el interés y la contribución que hicieron en la revisión de mi proyecto.

Índice

	Página
1 Generalidades	
1.1 Introducción	1
1.2 Evaluación de la problemática en la Región	3
1.3 Análisis de la situación actual de la artesanía mexicana	7
1.4 Antecedentes del proyecto	10
1.5 Objetivo General y Objetivos Específicos	12
1.6 Metodología de la investigación	13
2 Estudio de mercado	
2.1 Objetivo	15
2.2 El producto	
2.2.1 Descripción del Producto	15
2.2.2 Productos sustitutos	17
2.3 Análisis de la demanda	
2.3.1 Perfil del Mercado	17
2.3.2 Distribución geográfica del mercado de consumo	17
2.3.3 Clasificación de la demanda	19
2.3.4 Factores que afectan a la demanda	20
2.3.5 Proyección de la demanda	20
2.3.6 Precio de venta	24
2.4 Análisis de la oferta	26
2.5. Canales de distribución	28
2.6 Estrategia competitiva	29
2.6.1 Logotipo y marca	31
2.6.2 Eslogan	32
2.6.3 Catálogo	33
2.6.4 Tarjetas	33
2.6.5 Tríptico	34
2.6.6 Diseño de etiqueta y empaque	35

2.7	Conclusiones	39
3	Estudio técnico	
3.1	Objetivo	40
3.2	Macro localización y micro localización del proyecto	41
3.3	Ingeniería del proyecto	
3.3.1	Distribución de la planta	55
3.3.2	Requerimiento de activo	59
3.4	Ingeniería del producto	
3.4.1	Estudio de materia prima e insumos	64
3.4.2	Requerimiento de mano de obra	65
3.4.3	Gastos de administración y venta	67
3.4.4	Proceso de producción	68
3.4.5	Programa de producción	70
3.5	Diagrama de inversión	72
3.6	Conclusiones	73
4	Estudio organizacional	
4.1	Objetivo	75
4.2	Estructura de la organización	
4.2.1	Organigrama	76
4.2.2	Descripción de funciones	77
4.3	Análisis del entorno del proyecto	86
4.4	Propuestas de un plan estratégico	89
4.5	Objetivos de la empresa	90
4.6	Estrategias	90
4.7	Políticas de calidad	91
4.8	Capacitación de personal	91
4.9	Marco legal	92

4.10	Figura jurídica de la empresa	93
4.11	Conclusiones	96
5	Estudio financiero y evaluación financiera	
5.1	Objetivo	97
5.2	Presupuesto de inversión inicial	97
5.3	Cronograma de inversión	98
5.4	Estructura financiera	98
5.5	Presupuesto de ingresos	99
5.6	Presupuesto de egresos	100
5.7	Depreciación y amortización	101
5.8	Estados financieros presupuestados	102
5.9	Evaluación financiera	104
5.10	Conclusiones	106
6	Conclusiones finales	107
	Bibliografía	110
	Anexos	113

Índice de cuadros

1	Comportamiento de las ventas de noviembre 2003 a octubre 2004, durante el periodo de prueba	19
2	Resultados de las entrevistas realizadas en el periodo de enero a marzo del 2004.	21
3	Relación de ventas y pedidos en unidades	23
4	Precio de venta	26
5	Principales productores y vendedores de Artículos de palma	27
6	Nombre y número de Distritos de la Región	43
7	Estadística de marginación	46
8	Población económicamente activa	50
9	Niveles de Educación en San Agustín Atenango	52
10	Clasificación de la población por edades	52
11	Definición de tareas e identificación de precedencias	56
12	Requerimientos de Activo fijo	63
13	Características de la palma	64
14	Proveedores de materia prima e insumos	65
15	Requerimiento de mano de obra	66
16	Características requeridas de la mano de obra directa	67
17	Requerimiento unitarios	67
18	Gastos de administración y ventas	67
19	Capacidad de producción semestral para el 2005-1	70
20	Capacidad de producción semestral para el 2005-2	70
21	Capacidad de producción semestral para el 2006-1 en adelante	70
22	Comportamiento de la producción de noviembre de 2003 a octubre de 2004	71

23	Cronograma de inversión	72
24	Presupuesto de inversión inicial	97
25	Cronograma de inversión	98
26	Estructura Financiera	98
27	Presupuestos de ingresos	99
28	Presupuesto de costos de ventas	100
29	Depreciación de activo fijo	101
30	Amortización de activo fijo	101
31	Balance general presupuestado	102
32	Estado de Resultados Presupuestado	103
33	Estado de cambios en la situación financiera en base a efectivo	103
34	Evaluación Económica Financiera	104
35	Método de Evaluación por escenarios	105

Índice de figuras

1	Flor rellena (margarita)	16
2	Flor sencilla (lirio)	16
3	Logotipo y marca	31
4	Flor pata de gallo	32
5	Catálogo	33
6	Tarjeta	33
7	Tríptico	34
7a	Tríptico	35
8	Etiqueta	36
9	Empaque individual	37
10	Empaque de Embalaje	38
11	Mapa de la Republica Mexicana	41
12	Mapa del Estado de Oaxaca	42
13	Mapa de la Región Mixteca	44
14	Mapa del Distrito de Silacayoapan	47
15	Micro plano	53
16	Vista de la entrada de la nave	54
17	Vista del pasillo de la nave	54
18	Distribución de la planta	57
19	Hueso de la pierna de pollo	60
20	Herramienta	60
21	Anafre y bote reciclado	61
22	Carrito de rejilla	62

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 Introducción

“Las artesanías mexicanas son el producto del genio creador de un pueblo que posee una sensibilidad que trasciende las fronteras del tiempo. Son incontables las obras de manufactura prehispánica que testimonian la larga tradición artesanal del país, los artífices del México precolombino dotaron de nueva vida a las piedras, enseñaron a mentir al barro, hicieron cantar al caracol y vistieron de luz y color los muros de sus ciudades. El tejido de fibras, el tallado de madera y la confección de objetos de metal, son tan antiguos como las civilizaciones mesoamericanas”¹.

Desde entonces y hasta la fecha, los cambios son parte de un proceso continuo que revitaliza a la artesanía, cada generación le imprime el sello de su propia creatividad y del momento histórico que vive, agrega nuevos elementos estéticos y la adapta a las nuevas necesidades.

Los registros de los antecedentes del aprovechamiento y utilización de la palma son escasos, los pocos que existen se remontan a la época prehispánica. Hay razones para creer que en tiempos prehispánicos esta actividad fue muy generalizada, aunque solo se menciona en algunos lugares (Acatlán, Tonalá, Piaztla y Coixtlahuaca). Sin embargo es un material que ha acompañado al hombre desde tiempos inmemorables.

No existe fecha exacta de cuando se inició el uso de la palma como material auxiliar en el trabajo manual del hombre, sin embargo se puede afirmar que fue una pieza importante en la vida del hombre prehispánico y aun en la del hombre moderno. La palma puede tener muchos usos como por ejemplo:

- 1 En la construcción de viviendas: La palma es usada como cubierta en los techos; su superficie presenta una capa impermeable que impide el paso del agua.

¹ Fonart: Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías; informe del Panorama Nacional de las artesanías en México” 2004.

GENERALIDADES

- 2 Como protección: El sombrero se utiliza para cubrirse del sol en las largas jornadas de trabajo en la recolección, pesca o caza.
- 3 Para dormir: El petate² es usado antiguamente para dormir y descansar.
- 4 Para uso doméstico: Los tenates se utilizan para guardar las tortillas, semillas y frutos, que por sus propiedades físicas permite mantener frescos los alimentos; sopladores para mantener una llama ardiente en la cocción de alimentos y tortillas; canastos para guardar alimentos o cargar objetos; también se utilizaba para la elaboración de huaraches.

Oaxaca es uno de los Estados más ricos en arte popular, la variedad de artesanía que se produce representa el sustento de muchas familias oaxaqueñas y la admiración de todo aquel que visita la entidad.

La Mixteca a lo largo de su historia ha recibido varios nombres, en mixteco se le conoció como Mixtecapan (país de los mixtecos) o Mixtlán (lugar de las nubes), los nahuas los conocieron como los Ñuu Savi (pueblo de lluvia), y en el siglo XVI los españoles llamaron “La Mixteca”.

La Mixteca se localiza entre los 97° y 98°30' de longitud oeste y los 15° 45' de latitud norte, cubre un área aproximada de 40 000 km² y abarca parte de los estados de Guerrero y Puebla, y en mayor proporción el estado de Oaxaca. Históricamente ha sido dividida en Mixteca Alta y Mixteca Baja.

La artesanía de palma es característica de la Región Mixteca. Las principales comunidades que actualmente tejen la palma son: en la zona Norte, Santiago Chazumba, Cosoltepec, Santiago Miltepec, Asunción Cuyotepejí, Tlacotepec Plumas, Santiago Cacaloxtotec, San Andrés Dinicuiti; al Sur, San Martín Peras, San Sebastián Tecomaxtlahuaca, San Juan Mixtepec, San Pedro y San Pablo Teposcolula, San Juan Tamazola; al Este, Asunción Nochixtlán, Santo Domingo Yanhuitlán, y al Oeste, San

² Petate: mide aproximadamente 1.50 metros de ancho por 2 metros de largo y 3 cm. de grosor, Tenates: miden aproximadamente 50 cm. de largo por 25 cm. de diámetro.

GENERALIDADES

Agustín Atenango, Silacayoapan, Santiago Tamazola.

Hoy en día la artesanía de palma en la Mixteca Baja es una de las industrias importantes en la región, llegando a ocupar a todos los miembros de una familia. En sus inicios los campesinos tejían sombreros de palma para vender y completar el gasto familiar. En la última década han tenido que abandonar sus campos por la falta de agua y por la erosión, quedándose sin medios de subsistencia; ante esta situación el tejido de sombreros de palma ha resultado ser la única opción de obtener un ingreso. A pesar de que esta industria genera grandes utilidades, los acaparadores son los primeros beneficiados, para los campesinos solo ha representado un medio para sobrevivir en condiciones sumamente precarias.

El sombrero que más se elabora, es el tipo anicero, porque es más usado y fácil de hacer puede ser tejido hasta por un niño de 8 años de edad. Una familia compuesta por el jefe de familia, su cónyuge y de dos a seis hijos, pueden tejer 40 sombreros a la semana por lo que recibirían de \$1.00 a \$2.00 por sombrero. El acaparador después de procesar el sombrero obtiene un beneficio neto de \$15 por sombrero.

Por lo anterior es indispensable crear nuevas opciones para incrementar el ingreso familiar, ya sea abriendo nuevas fuentes de empleo, creando nuevos productos de palma, pero lo principal será crear mecanismos para que las familias se vean beneficiadas.

De no llevarse a cabo lo anterior se corre el riesgo de que las poblaciones rurales se conviertan en pueblos fantasmas, como ya está ocurriendo.

1.2 Evaluación de la problemática en la Región

El desarrollo rural integral demanda de una interacción positiva entre la sociedad y su medio, de manera tal que el crecimiento y el bienestar mayor de la sociedad se alcance sin la destrucción y depredación del medio ambiente.

El medio ambiente es el patrimonio fundamental de toda la sociedad que en diferentes momentos de la historia lo habita y lo aprovecha. Éste influye a su vez en las posibilidades de desarrollo de sus pobladores, de ahí la importancia de conocer las

GENERALIDADES

demandas implícitas en la configuración de los grupos que viven en la Mixteca y de relatar la forma en que la situación y evolución del medio ambiente ha influido en la estructura y la dinámica demográfica de la región.

De acuerdo con los datos preliminares del Censo de Población del INEGI del 2000, la población total de la Mixteca Alta y Baja es de 556,255 individuos mayores de 5 años, de los cuales 222,768 hablan mixteco.

La distribución de la población en los 7 Distritos de la Mixteca es desigual, cada Distrito concentra un número distinto de municipios. En total la región Mixteca tiene 189 municipios, generalmente con menos de 4 mil habitantes, dispersos en 772 localidades, de las cuales más del 60% oscilan entre 100 y 499 habitantes.

Los índices muestran las fuertes migraciones que sufre la Mixteca de su población joven de ambos sexos. Este fenómeno es relativamente viejo, con anterioridad las mujeres adultas predominaban numéricamente en la región Mixteca; la búsqueda de trabajo correspondía casi exclusivamente a los varones, una vez que llegaba a la juventud. Actualmente se observa que también las mujeres emigran en apoyo a su cónyuge, ya que la economía en nuestro país es dura y la participación de la mujer en todos ámbitos es más activa.

La emigración de mixtecos hacia otras regiones del país y a los Estados Unidos de Norteamérica es enorme y va en constante aumento, el problema es más agudo en los Distritos de Silacayoapan, Teposcolula y Coixtlahuaca; ahí de cada dos personas que nacen, una emigra.

Para tener una noción más clara de la magnitud del problema demográfico y sus tendencias, de diez mixtecos, tres se van definitivamente de la región, cuatro trabajan temporalmente en otras partes del país y solamente tres permanecen en el área.

Al interior de la región Mixteca, las precarias condiciones de vida que prevalecen han provocado que la gente emigre de su Comunidad, a pesar de que el Gobierno Federal y Estatal ofrecen estímulos de bienestar con Programas tales como: Oportunidades (programa de apoyo a comunidades indígenas), Probecat (Programa de Becarios a

GENERALIDADES

Trabajadores), etc., a través de la; Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL), Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural y Pesca (SAGARPA), Fondo Nacional de Apoyo a Empresas en Solidaridad (FONAES), etc. algunos permanecen y vuelven a sus comunidades más de dos tercios de su población, es sin duda por sus raíces tan arraigadas que tiene la gente. Para entender mejor la presencia indígena en la Mixteca el Instituto Nacional Indigenista (INI) hace la siguiente división de la población que incluyen aspectos geográficos, socioeconómicos y grupos lingüísticos:

- La Mixteca Alta: Existe mayor presencia indígena (67% del total de la población), es decir un mayor número de grupos indígenas. Siendo Tlaxiaco y Juxtlahuaca los lugares de mayor influencia política y económica de esta área.
- La Mixteca Baja: La relación de los mercados o centros de articulación interétnica (mayor comunicación) funciona con mayor dinamismo. Huajuapán cuenta con el mayor número de municipios; sin embargo, solo tiene un 36% de indígenas, este porcentaje es menor en relación a Silacayoapan que cuenta con un 50% de población indígena³.
- Chocho-Mixteca: esta área presenta una imagen diferenciada del etnodemográfico; hay mayor presencia de indígenas debido a la situación geográfica de los Distritos y municipios que la conforman. El Distrito de Nochixtlán está conformado por 21 municipios y su población indígena representa un 49%, mientras que Coixtlahuaca representa el 22% del total de su población y esta conformada por 4 municipios.

Esta división por subáreas presenta una imagen diferenciada del dinamismo etnodemográfico en la región. Es indispensable fundamentar una política económica indigenista adecuada, capaz de apoyar a los grupos indígenas significativos, en su evolución autónoma y en relaciones de provecho recíproco con el grupo mestizo.

La complejidad de las relaciones entre las fuerzas que condicionan la vida de los hombres, de sus poblaciones y su trabajo en la naturaleza, hace que sobre todo entre los mixtecos, la actitud fundamental sea el respeto para conservar la armonía natural, aunque

³ Fuente: INI. Instituto Nacional Indigenista, Huajuapán de León Oax. 2001 Huajuapán esta conformada por 50 municipios y Silacayoapan con 10 municipios.

GENERALIDADES

ésta se vea fuertemente amenazada por las diversas corrientes políticas, que las quebranta en algunos casos, en otros sucede todo lo contrario.

La situación social de los mixtecos no puede desarrollarse unilateralmente; las acciones públicas o privadas, deben ser complementadas con inversiones encaminadas a incrementar el poder de la población, sobre todo joven, para transformar el medio arrancándole mayores satisfacciones.

Las actividades en las zonas urbanas de la región giran entorno al comercio y a los servicios públicos. La comercialización de alimentos y vestuario, descansa en gran medida, en las compras que realizan los campesinos que llegan de los pueblos al mercado⁴.

La población de la región Mixteca ha desarrollado una doble actividad productiva, que opera articulada a niveles y estructuras diferentes y tiene una dinámica que le permite estar en constante movimiento.

Ambos ejes productivos disponen de sus propios espacios de acción:

- 1 **La economía de riego**; está en función del mercado de productos. Mantener la tierra de riego en la región es una lucha constante y no siempre se logra proteger a la pequeña parcela. Diversas presiones pesan sobre los campesinos, la competencia de unos y otros, la renta diferencial y la presencia masiva y agresiva de los intermediarios, agudizó el proceso de diferenciación, los productores se enfrentan al mercado y en forma aislada.
- 2 **La economía de temporal**; está en función de la subsistencia y del mercado de trabajo, fuera de la región; en este tipo de economía vive la mayor parte de los mixtecos. Se conservan todavía sus hábitos tradicionales, sus costumbres no están totalmente desechadas, la dinámica de la agricultura de temporal está íntimamente ligada a la migración estatal, nacional y al extranjero.

La dinámica de las comunidades vinculadas a este tipo de agricultura consiste en la

⁴ Se considera zona urbana los municipios o distritos que cuentan por lo menos con un banco, 2 o más empresas que presten servicios públicos o privados, consultorías, etc.

GENERALIDADES

relación múltiple y compleja que se establece entre los siguientes elementos: la actividad doméstica de producción y consumo de aves, cabras, y pequeña agricultura de maíz, frijol; y la manufactura de sombreros; estos elementos operan como partes de un mismo proceso, de un mismo sistema de reproducción de la vida y de la tierra.

Este sistema se rompe cuando toda o parte de la comunidad debe salir de aquellas tierras en forma definitiva o temporalmente. No hay familia en la Mixteca que no tenga hijos o parientes en el Distrito Federal, Guadalajara, Puebla, Oaxaca o los Estados Unidos de Norteamérica. El fenómeno de las migraciones, no es el desplazamiento racional de peones hacia mejores oportunidades, es el abandono de sus tierras. Los que se quedan apenas subsisten trabajando la palma, renovando los ciclos y recibiendo dinero de los que salieron.

1.3 Análisis de la situación actual de la artesanía mexicana

La dinámica interna que define la actividad productiva de la familia, indica en que mientras mayor es el ingreso originado por la agricultura y actividades pecuarias con relación al nivel de subsistencia, menor es el ingreso por concepto de manufactura de artesanía de palma y venta de fuerza de trabajo.

Se incrementa la relación con el mercado de trabajo y la confección de sombreros en la medida que la producción agrícola y pecuaria disminuye. Hay un factor importante dentro de la dinámica de composición del ingreso familiar: La inflación, la cual reduce la aportación originada por la venta de fuerza de trabajo en la estructura del ingreso.

Cualquiera que sea la combinación de los elementos constitutivos del ingreso familiar, su monto es absolutamente insuficiente para la subsistencia de la familia y del predio. Es esto precisamente, más la precaria disponibilidad de recursos productivos lo que permite entender la gravísima desnutrición, la deserción escolar, el desempleo generalizado, el analfabetismo y la emigración de gente en forma definitiva y temporal.

La barrera que separa el mercado de trabajo del mercado de productos es el nivel de

GENERALIDADES

subsistencia que permita el ingreso de la unidad, el criterio utilizado para el análisis es: la población activa del área de riego cuyo ingreso resulta inferior a las necesidades de reproducción familiar y de la unidad. Desde luego no puede haber mercado de trabajo sin una demanda de fuerza de trabajo. En la región hay una pequeña demanda interna, sobre todo en tierras de riego.

El sector artesanal presenta una gran problemática, la mayoría de los artesanos son personas de escasos recursos económicos que viven en condiciones de miseria y marginación, los ingresos que perciben por la actividad artesanal son muy bajos a pesar de que en ocasiones sus productos se cotizan a mayores niveles en el mercado; sin embargo, su escasa preparación y desconocimiento de métodos de producción y ventas impiden mejorar su situación.

El mercado artesanal se encuentra condicionado por intermediarios, revendedores y acaparadores, quienes son los que obtienen realmente grandes beneficios de esta actividad. Los medios de producción son muy rudimentarios y por ende poco competitivos, no existe una asesoría, ni capacitación adecuada para mejorar esta actividad, garantizando la preservación de los productos artesanales.

Son muchos los problemas que enfrentan los artesanos del país y del Estado, tenemos que estos son en términos generales homogéneos, salvo pocas particularidades:

- 1 Carencia de créditos y financiamientos para dedicarse a la producción y procurar mejores formas de comercialización.
- 2 Falta de lugares para trabajar; uno de los problemas que enfrentan los artesanos es el de ubicarse en lugares específicos para evitar el ambulante y disminuir el intermediarismo.
- 3 Facilidades fiscales e instrucciones accesibles sobre la forma de conocerlas y cumplirlas.
- 4 Falta de orientación y apoyo para promover sus productos

GENERALIDADES

- 5 Atención a los riesgos que deben superarse durante la transportación de sus productos, tanto en el mercado interno y externo si es posible.

Es notorio que por la dispersión, los artesanos más humildes, solo forman agrupamientos familiares y comunales pero suelen ser ajenos a la posibilidad de organizarse en grupos formales de empresa o cooperativa. Desconocen las distintas formas de hacerlo y las ventajas que al organizarse se tendrían.

El medio ambiente que los rodea les permite hacer uso de recursos para lograr obras de arte con las materias primas con las que cuentan, tales como; el barro, madera, algunos pétreos, metales, palma, tintes naturales, entre otros; no solo se han elevado considerablemente los precios de estos materiales, sino que resulta difícil de poder conseguirlas, pues su uso intensivo ha tendido a la sobreexplotación, llevando paulatinamente al deterioro ecológico de estos recursos naturales.

Debido a la utilización de herramientas manuales y muy primitivas los artesanos, requieren de medios adecuados para mejorar la calidad de sus productos, para competir con los productos de otros países y lograr abrir otros mercados, por que se requiere tanto de volumen, calidad y diseño para poder ingresar al mercado internacional en un nivel de mayor competitividad.

La actividad artesanal como tal, requiere tratamiento especial para considerarla como amplia fuente de empleo y globalmente a los artesanos como un factor económico. Esta actividad puede tener como común denominador el tamaño reducido de las unidades productivas o talleres e incluso una problemática derivada de sus reducidas escalas para comprar, producir y vender, así como una limitada capacidad de gestión en los mercados.

Oaxaca es un estado con una gran variedad y producción de artesanías. En los últimos años, ante la difícil situación por la que atraviesa el país, la artesanía se ha constituido en una fuente adicional de ingresos familiares. En muchos casos, es la principal y única fuente económica de la que dependen familias enteras, sobre todo indígenas, por lo que esta actividad puede ser una fuente generadora de empleo.

Sin embargo, la situación en ese sector se presentan incontables problemas y dificultades

GENERALIDADES

que es necesario superarlos. Es urgente la necesidad que se tiene de que la actividad artesanal sea considerada como una actividad productiva, que genere autoempleo e independientemente de que se encuentre o no cuantificada, impacte favorablemente a la economía del país y del estado de Oaxaca principalmente. En términos productivos, se asocia a la generación de recursos de una población en el país (estimada en 6 millones de artesanos y dependientes de la actividad), que demandan los beneficios sociales, fiscales y de otros.

Es necesario solicitar garantías al alcance real de los productores, con préstamos de bajo monto a intereses verdaderamente mínimos. Hecho que representaría un impulso a la producción.

La producción artesanal es un factor primordial para las culturas y economías de las comunidades indígenas. En cada objeto, se encuentra una síntesis de los valores y elementos más importantes de su cultura, de sus formas de ver el mundo, sus gustos estéticos, sus concepciones éticas, sus creencias. Por ello, la producción artesanal no implica simplemente la fabricación de objetos comerciables, es mucho más que eso, para los pueblos indígenas del estado, las artesanías antes de ser mercancías son parte fundamental de su patrimonio cultural.

En términos generales se puede sostener que por los niveles de pobreza y marginación que caracterizan a la Mixteca, la forma de operar, la poca estructura productiva, el excesivo burocratismo, la descoordinación, la falta de continuidad, etc., hasta la fecha no se han podido superar los graves problemas sociales y productivos que se presentan en la región.

1.4 Antecedentes del proyecto

Oaxaca es un estado con grandes riquezas culturales y naturales; la pluralidad de los pueblos indígenas que conviven desde hace siglos en el territorio, su diversidad lingüística y geográfica son parte de este mosaico cultural que caracteriza al estado.

Como reflejo de la convivencia de los pueblos indígenas en Oaxaca, sus expresiones culturales son muy ricas y variadas. Su música, danzas, gastronomía, literatura, artesanía,

GENERALIDADES

etc., reflejan la sensibilidad artística, creativa e identidad de los oaxaqueños.

Muestra importante de estas características entre la población Oaxaqueña se reflejan en el trabajo artístico y manual que encuentran su mejor expresión en las artesanías. Aprovechando los elementos que la naturaleza pródiga dió a Oaxaca, los artesanos moldean con sus manos piezas que constituyen una verdadera obra de arte. Las artesanías tienen el sello distintivo de las manos que las crean, son piezas únicas e irrepetibles, exclusivas.

Los materiales que en ellas se utilizan son casi siempre tomadas del medio ambiente en que viven los artesanos, como son: el barro, ixtle, carrizo, la palma, etc.; con estos materiales los oaxaqueños elaboran grandes obras a través de las cuales cobra vida su identidad.

Además de su importancia cultural, esta actividad se ha convertido en una importante generadora de empleos y recursos para familias sobre todo en el medio rural, que encuentran en ella una actividad complementaria a la que desempeñan de manera primaria.

Sin embargo, en los últimos años es cada vez mayor el número de familias que tienen como única fuente de ingresos a la artesanía. Debido a la falta de apoyo al campo, los bajos precios de los productos agrícolas, la erosión de la tierra, etc., la agricultura ya no es rentable.

En la región Mixteca la principal fuente de empleo es el comercio, es decir, la compra-venta de productos de primera necesidad y de lujo. Se carece de empresas con estructura financiera sólida que permita crear organizaciones de producción y comercialización de productos.

La comunidad de San Agustín Atenango se localiza en la Mixteca Baja, sobre la parte baja de la región perteneciente al Distrito de Silacayoapan. Los pobladores se dedican al cultivo del maíz, hortalizas, calabaza, pepino, chile, jícama, etc., ya sea de temporal o de riego. En las últimas dos décadas estos pobladores han dejado de producir en el campo por lo que han recurrido a la elaboración de productos y artesanías de palma; en otros

GENERALIDADES

casos por el bajo ingreso que se percibe, se han visto en la necesidad de emigrar a las grandes ciudades del país o a los Estados Unidos de Norteamérica.

Los pobladores de San Agustín Atenango han tratado de mantener vivas sus principales tradiciones; sin embargo, se han perdido danzas, cuentos, mitos y sus artesanías de palma para festividades. Actualmente solo sobrevive el conocimiento para la elaboración de flores de palma. De no hacerse algo al respecto este conocimiento está a punto de perderse; ya que solo dos personas (de 90 y 50 años) conocen el proceso de elaboración de esta artesanía.

Las flores de palma son muy mal pagadas por los acaparadores, en promedio pagan \$3.00 por cada una (puesto que no solo se comercializan las flores, dejando que también compren otros productos), y estos las venden a un precio de \$50 a \$80 cada uno. Esta situación trajo como consecuencia la pérdida de interés en la elaboración de las flores y que casi se perdiera el conocimiento.

Por ello es necesario promover la venta directa en tiendas de artesanías, departamentales y demás puntos, a través de una buena estructuración de los canales de comercialización y de esta manera generar empleos y rescatar el conocimiento para la elaboración de flores de palma.

1.5 Objetivo General y Específicos

Objetivo general

Determinar la factibilidad y viabilidad de la evaluación económica de la producción y comercialización de flores de palma en la comunidad de San Agustín Atenango, Silac., Oax.

Objetivos específicos

1. Analizar la viabilidad de reactivar la elaboración y comercialización de las flores de palma

GENERALIDADES

2. Determinar si existe mercado para las flores de palma y las estrategias para su comercialización
3. Determinar un precio competitivo de las flores de palma
4. Evaluar la factibilidad y rentabilidad del proyecto de acuerdo a las condiciones del mercado
5. Determinar las instalaciones, equipo y organización, requeridos para producción de flores de palma en relación con los costos de los recursos para desarrollarlo.
6. Conocer el impacto ambiental que originaría una empresa dedicada a la elaboración de flores de palma y proponer alternativas para eliminar el riesgo de la extinción de la palma real.
7. Presentar una opción de autoempleo en la población de San Agustín Atenango, que a su vez sirva para rescatar una tradición artesanal que está a punto de perderse

1.6 Metodología de la Investigación

Para la realización de este proyecto se realizaron las siguientes investigaciones:

- a) Investigación documental: Se revisaron libros y revistas, informes del INI(Instituto Nacional Indigenistas), FIOB (Frente Indígena Oaxaqueño Binacional), FONART (Fondo Nacional para el fomento de las Artesanías), INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia), INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática).
- b) Investigación de Campo; en esta investigación se utilizaron los siguientes métodos:
 - Entrevistas: Se realizaron entrevistas y se utilizó como herramienta el cuestionario; que se aplicaron a los posibles clientes para determinar la

GENERALIDADES

existencia de un mercado potencial y el precio que estarían dispuestos a pagar por el producto

- Método de Experimentación: Para comprobar la existencia de mercado y el logro de las condiciones de venta. Se estableció un periodo de investigación que abarcó desde enero hasta diciembre del 2004

En el periodo de experimentación se efectuaron las siguientes actividades:

- Se efectuaron pláticas con el grupo de artesanos interesados en la producción y comercialización de flores de palma; los temas tratados abarcaron: concientización sobre el concepto de empresa, se abarcaron temas de calidad y los beneficios de organizarse.
- Se creó la empresa Itañuu S.N.C. para la comercialización de las flores y de esta forma observar el comportamiento de las ventas.
- En cuanto a las ventas potenciales, se contactó con los clientes que se interesaron en el producto en las entrevistas realizadas, para determinar si se efectuarían ventas regulares y que éstas no se dieran de forma esporádica.
- En cuanto a herramientas de producción se buscó sustituir las herramientas tradicionales. Lo anterior considerando que se utilizan herramientas sumamente rudimentarias como el hueso de la pierna del pollo ranchero, pedazo de varas, entre otros.
- Proponer un sistema de producción organizado que permita minimizar los tiempos de producción.
- Establecer el concepto de la calidad en la elaboración de flores.
- Establecer una imagen corporativa que defina al producto en el mercado.

CAPITULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Objetivo

Objetivo general

Determinar si el proyecto es factible desde el punto de vista del estudio de mercado.

Objetivos específicos

- Determinar si existe demanda de las flores de palma
- Identificar a los clientes potenciales
- Determinar el precio de venta
- Establecer estrategias y los medios de comercialización
- Determinar el mejor canal de distribución
- Definir la imagen corporativa

2.2 El producto

2.2.1 Descripción del Producto

La Región de la Mixteca se caracteriza por su artesanía de palma. Entre los diferentes productos que son fabricados se encuentran tenates, petates, cestos, sopladores, canastos, etc.; estos se elaboran en diferentes formas y estilos.

Las flores son elaboradas con palma real y teñidas con anilinas, mediante un proceso de cocción en el cual el color se impregna. La palma tiene la característica de ser permeable, por lo cual se pueden lavar las flores sin riesgo de que se decoloren o dañen.

Las flores de palma son elaboradas en diferente tipos (rosa, flor de cactus, capullo, bugambilia, girasol, margarita sencilla y rellena, pata de gallo, lirio, gladiola, tulipán y

noche buena) y colores (rojo, violeta, azul, amarillo, rosa, morado, natural y naranja). Se buscará diversificar la gama de flores y colores de acuerdo a los gustos y características del mercado.

En cuanto a su forma de presentación, las flores se pueden entregar en caja decorada con una pieza para su venta, o de requerirlo el cliente se podrán entregar solo con empaque para su traslado.

La empresa Itañuu se adaptará a los requerimientos del mercado para entregar el tipo de flores, colores, tamaño y tipos de empaque requeridos, pudiéndose trabajar también en pedidos especiales y exclusivos.

Se manejan los siguientes tipos de flores:

Flor sencilla: El proceso de esta implica tejidos y procesos menos complejos y tardíos para su elaboración.

Flor Rellena: Su elaboración consta de dos procesos: en uno solo, los pétalos se van tejiendo uno seguido de otro y al mismo tiempo las hojas y el tejido del tallo



Figura 1 Flor rellena
Margarita



Figura 2 Flor sencilla
Lirio

2.2.2 Productos sustitutos

Debido a que la flor de palma es un producto de decoración, existen infinidad de productos sustitutos como: las flores naturales, de hoja de maíz, cristal, aluminio, plástico, cerámica y la artesanía en general. La flor de palma es un producto que puede ser comparado durante su proceso de compra tomando en cuenta su calidad, conveniencia, precio, estilo, etc.

La flor de palma tiene muchos sustitutos, pero es también única en su ramo, no tiene comparación con otros productos de palma u otro tipo de flores.

2.3 Análisis de la demanda

2.3.1 Perfil del Mercado

El mercado que se pretende abarcar en este proyecto está integrado por tiendas de regalos, departamentales, mercados de artesanías, poblaciones y público en general. Este mercado potencial se determinó por medio de las entrevistas; se utilizó como herramienta el cuestionario con una muestra de 15 personas encargadas de tiendas de artesanías y departamentos de regalos en los centros comerciales, efectuadas en las principales calles de: Oaxaca, Huatulco, Puerto Escondido, Puebla, México, Distrito Federal, Veracruz y Guadalajara.

2.3.2 Distribución geográfica del mercado de consumo

La definición de mercado para estos productos es difícil de hacer, puesto que no existe registro sobre la trascendencia de los canales de comercialización. La comercialización va de mano en mano por medio de los intermediarios; se sabe de algunos puntos de venta específicos, y se tienen datos sobre la exportación de artesanías, pero solo representa una parte del total de las artesanías comercializadas. Para los artesanos es difícil acceder al mercado regional, estatal y nacional por la falta de visión, recursos económicos y técnicos para hacerlo.

De acuerdo a información de FONART e información recabada (anexo 1), los productos

de palma se comercializan con mayor frecuencia en:

- a) Los mercados locales de las principales ciudades: Huajuapán de León, Asunción, Nochistlán, Santo Domingo Yanhuitlán, la ciudad de Oaxaca, etc.
- b) Ciertos lugares turísticos: Santa María Huatulco, Puerto Escondido, Sola de Vega, Salina Cruz, Tuxtepec.
- c) En los Estados de Puebla, Chiapas, Guerrero, Veracruz, Michoacán, Baja California Norte y Baja California Sur, Yucatán, Quintana Roo, Jalisco y el Distrito Federal.

El área de mercado que se pretende abarcar comprende el local, regional y nacional. En el mercado potencial de las flores de palma se pueden encontrar las florerías, tiendas departamentales, mercados de artesanías, tiendas de artesanías, aeropuertos, terminales de autobuses importantes, restaurantes típicos, museos, centros arqueológicos, etc., por lo que la eficiencia en definición de los canales de comercialización será el éxito en la expansión de mercado.

El mercado meta estará conformado por tiendas departamentales (Sanborns), mercados de artesanías, tiendas de artesanías y restaurantes típicos.

2.3.3 Clasificación de la demanda

Respecto a las necesidades de la gente, se considera que las flores de palma son un bien no necesario o de gusto; es un producto suntuario y su compra se realiza para satisfacer un deseo. Es un producto que presenta una demanda cíclica o estacional, pues existen fechas especiales donde se incrementa su demanda. A continuación se presenta una tabla donde se muestra esta situación.

Tabla 1: Comportamiento de las ventas durante el periodo de prueba, que comprende de enero a diciembre de 2004

Mes	Fecha	Evento	Descripción	Incremento %
Enero	28 al 30	Preventa para el 14 /02	Incrementan las ventas	40%
Febrero	Todo el mes(14)	Día del amor y la amistad	Incrementan las ventas	100%
Marzo	21	La Primavera	Se mantiene constante	0 %
Abril		Semana Santa	Se mantiene constante	0%
Mayo	1, 5, 10, 15	Día de las madres y del maestro	Incrementan las ventas	100%
Junio	Fin de mes	Eventos Especiales y Clausuras	Incrementan las ventas	80%
Julio	Primeros días del mes	Clausuras, Fiestas Sociales	Incrementan las ventas	60%
Agosto		Vacaciones	Se mantiene constante	0%
Septiembre		Fiestas Patrias	Incrementan las ventas	40%
Octubre	30,31	Día de muertos	Se mantiene constante	0%
Noviembre	1,2	Día de muertos	Se mantiene constante	0%
Diciembre	24 ,25 y 31	Navidad, Año Nuevo	Incrementan las ventas	100%

La flor de palma es un producto no perecedero, puede almacenarse con las debidas precauciones y el producto mantiene la calidad al 100%. En periodos normales de producción se podrá aumentar la producción para satisfacer las fechas donde se incrementa la demanda.

2.3.4 Factores que afectan a la demanda

Los factores que afectan la demanda de flores de palma son los siguientes:

- 1 El ingreso: Por ser un bien no necesario y suntuario se adquiere una vez cubiertos los gastos corrientes de la gente.
- 2 Cambio de los gustos y preferencias del público consumidor: En los últimos años se ha puesto de moda la decoración rústica con estilo mexicano, un cambio en esta tendencia afectaría la demanda de las flores de palma.
- 3 La disminución del turismo: Los turistas gustan de llevar recuerdos de los lugares que visitan a sus familiares y amigos.

2.3.5 Proyección de la demanda

Debido a que solo en San Agustín Atenango se produce la flor de palma y que los productos sustitutos son infinitos, no existen datos estadísticos sobre su venta para llevar a cabo la proyección de la demanda

Por lo anterior fue necesario hacer una investigación directa y establecer un periodo de observación para ver si se cumplían las expectativas de venta. A continuación se presentan los resultados obtenidos.

La investigación directa se realizó en las principales calles de: Oaxaca, Huatulco, Puerto Escondido, Puebla, Veracruz, México y Guadalajara; los resultados obtenidos fueron los siguientes:

ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 2: Resultados de las entrevistas realizadas de enero a marzo del 2004.		
Num.	Ciudades	Observaciones
1	Oaxaca	<p>Las entrevistas se realizaron en tiendas de artesanías ubicadas en el mercado Benito Juárez y el de Artesanías; los resultados obtenidos fueron los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mostraron interés en adquirir el producto. • Para la adquisición del producto, los clientes pusieron como condición que la primera entrega fuera a consignación; dependiendo de la respuesta de los clientes realizarían las compras al contado, estando incluso dispuestos a dar anticipos sobre pedidos importantes.
2	Puebla	<p>La investigación se realizó en los mercados de artesanías y centros comerciales.</p> <p>En los mercados de artesanías no será posible distribuir el producto, debido a que los artesanos deben estar asociados a una organización, la cual solo les permite comercializar productos poblanos. Por lo anterior hubo rechazo total al producto.</p> <p>En los centros comerciales la respuesta fue totalmente contraria manifestaron su interés en la adquisición de las flores.</p>
3	Distrito Federal	<p>El estudio se realizó en centros comerciales Sanborns (departamento de regalos), Soriana y Suburbia: Solo Samborns mostró interés en el producto, poniendo las siguientes condiciones para su compra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se deja el producto bajo consignación durante las dos primeras compras. • Calidad en el empaque. • Sin etiqueta del producto ya que Samborns pone sus propias etiquetas. • Calidad total en el producto. • Entrega oportuna de pedidos bimestrales.
4	Huatulco	<p>Los resultados en este lugar fueron satisfactorios. En los mercados y tiendas de artesanías. Los principales clientes son turistas y gustan de llevar como recuerdo "artesanías mexicanas"</p> <p>Se deberá enviar el producto sin empaque individual, ya que ellos realizan sus propios arreglos.</p>

ESTUDIO DE MERCADO

5	Guadalajara	El mercado local de Guadalajara está saturado de artesanías del estado y del interior de la República Mexicana. Es un mercado difícil de acceder; la primera compra que realizan los clientes (en su mayoría) es bajo consignación y las sucesivas es con el 50% del pedido para garantizar la compra.
6	Veracruz	Los resultados fueron similares a los de Huatulco.

Como se observa, en todas las ciudades visitadas los comerciantes mostraron interés en adquirir el producto pero esto no garantiza que se lleven a cabo, por lo tanto fue necesario realizar un periodo de experimentación para garantizar la aceptación de las flores de palma. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Se efectuaron ventas en:

- Sanborns México: Se realizaron dos ventas a consignación de 50 flores cada una y tres ventas al contado de 100 flores cada una.

- En Huatulco la primera venta fue bajo consignación a 4 tiendas con 25 flores cada una. Posteriormente se realizaron dos ventas de 50 flores por cada cliente, con pago por anticipado.

- Al mercado de Guadalajara se envió una muestra, fue aceptado, efectuaron un pedido, el cual no se pudo surtir por falta de capacidad productiva, pero se sigue en contacto con los clientes.

- En Veracruz se realizaron ventas a tres clientes bajo consignación con 50 flores cada uno. Dos de ellos han continuado comprando las flores en forma continua y el tercero en forma esporádica.

- En los restaurantes México 3D les interesó el producto para la decoración, especificando que quieren flores exclusivas bajo modelos propios. Este cliente se contactó a finales de 2004 y ya se efectuó la primera venta en el cual se entregaron 300 flores. Los clientes quedaron satisfechos por los que nos considerarán para el siguiente cambio de decoración y eventos especiales.

ESTUDIO DE MERCADO

- En Oaxaca se efectuaron ventas con dos clientes; uno del mercado Benito Juárez y otro del Mercado de Artesanías: la venta es bimestral con un volumen de 60 flores por cada uno, la venta es 50% a consignación y el resto al contado.
- También se efectuó una venta de 600 flores a la población de San Mateo de Libres para sus fiestas patronales.
- Los artesanos efectuaron ventas al público en general

En el pasado no se habían llevado a cabo ventas en tal magnitud, debido a que el canal de comercialización no era el adecuado, los artesanos no estaban agrupados como empresa, no se contaba con un empaque en forma. Actualmente el envío de flores a clientes se realiza por medio de paquetería, pues resultó viable para la transportación del producto.

No se pudieron surtir todos los pedidos efectuados, esto se debió a falta de capacidad productiva y porque las ventas no son constantes, éstas aumentan en fechas y eventos especiales. La siguiente tabla muestra esta situación.

Tabla 3: Relación de ventas y pedidos en unidades						
MES	PRODUCCIÓN	INCREMENTO %	INCREMENTO CANTIDAD	VTA/ PEDIDOS	%	CANTIDAD INSATISFECHA
Enero	400	40	160	560	15	84
Febrero	500	10	50	550	30	165
Marzo	400	0	0	400	5	20
Abril	200	0	0	200	20	40
Mayo	500	0	500	1,000	50	500
Junio	300	80	240	540	10	54
Julio	500	60	300	800	40	320
Agosto	300	0	0	300	20	60
Septiembre	300	40	120	420	30	126
Octubre	400	0	0	400	30	120
Noviembre	500	0	0	500	15	75
Diciembre	800	0	800	1,600	15	240
Total	5,100		2,170	7270		1,804

En este periodo la capacidad de producción estaba limitada a la producción generada por un artesano completo y 19 aprendices.

Una vez determinada la demanda insatisfecha se establece como una estrategia establecer un taller de artesanos aprendiz; tienen la característica de saber tejer la palma y en ciertos casos, solo es cuestión de definir o recordar los procesos en la elaboración de flores de palma. Por lo que cuenta con:

- **Artesano Completo:** Es aquel que conoce y maneja todo el proceso de producción de los dos tipos de flores; la rellena y la sencilla.
- **Artesano Medio:** Es aquel que conoce el proceso de producción de la flor sencilla.
- **Artesano Aprendiz:** Es aquel que se encuentra aprendiendo el proceso de producción tanto de la flor sencilla y la rellena.

Todo lo anterior nos lleva a la conclusión de que sí existe un mercado para las flores de palma; la única limitante es la capacidad productiva. La proyección de la demanda está en función a la capacidad productiva y la problemática de capacidad productiva se abordará en el estudio técnico.

2.3.6 Precio de venta

El precio de los artículos de palma es variado según sea el producto. El sombrero es el más común y el principal producto de la región, el cual tiene un precio de \$5.00; los tenates, petates, mecate, sopladores, soyates, canastos, floreros, etc. depende del tamaño, colores y formas, pero el precio es similar al de los sombreros.

Las flores de palma seguían la misma suerte que los demás productos, el precio se calculaba de la siguiente forma:

- a) Si se compraba la palma se calculaba cuantas flores se elaboraban con la compra efectuada y se adicionaba como costo de mano de obra de \$0.50 a \$ 1.00, sin considerar el costo de las anilinas y del tiempo empleado en la elaboración por flor que es de 3 horas aproximadamente.

- b) Si se cortaba la palma el precio quedaba a consideración de quien lo compraba, una frase común en este punto era “lo que usted guste dar”, según el cliente.

En ambos casos los precios eran ínfimos, de \$ 5 a \$10, por lo que se desalentaba la producción de la flor a tal grado que estuvo a punto de perderse esta artesanía.

Esta situación se presenta, dado que el intermediario considera que la palma es una planta común y corriente, que solo se tiene que cortar lo cual implica que no hay costo ni gasto y que este tipo de artesanía no conlleva gran complicación ni esfuerzo para elaborarlos, menospreciando con ello el trabajo de los tejedores.

Por otro lado los consumidores finales consideran que son pequeñas obras de arte y dan el valor monetario honesto y justo que este merece. Pero de esta apreciación solo se beneficia el intermediario.¹

Al darse cuenta los artesanos de esta situación decidieron vender sus productos directamente y decidieron vender a “precio justo” sus flores. A continuación se presenta los precios que tenían.

- a) Precio a intermediarios (Locatarios del mercado y tiendas de artesanías), es de entre \$20 y \$25 pesos, pues consideran una venta segura al vender cierta cantidad de flores (de 10 a 30 flores aproximadamente por cuatrimestre).
- b) Precio de venta directa, es decir al consumidor final, o venta por ambulante era de \$30 hasta \$ 50, según sea el tipo de flor y el tipo de cliente, existe gente que valora el trabajo y pagó por lo que cree que es justo por el esfuerzo y dedicación de los tejedores de palma.

Durante el periodo de prueba se investigó el precio que estarían dispuestos los clientes a pagar por la flor y se observó que el cliente también no les importaba la calidad y la

¹ El surgimiento de FIDEPAL en 1973 modificó parcialmente esta problemática del intermediarismo, pero no acabó con ella, en 1982-1983 solo se logró comprar el 25% de la producción Regional. Actualmente dispone de 60 bodegas, 153 comités de producción y abasto y de 94 de recolección. Esto fue temporal dejando de funcionar en 1994.

ESTUDIO DE MERCADO

presentación de la flor. Los clientes estuvieron dispuestos a adquirirlos cuando se les presentó a \$30.00, \$40.00, \$50.00 y \$ 90.00. Este incremento de precios se fue presentando conforme se realizaba la encuesta con la finalidad de determinar la reacción del cliente.

Para determinar el precio de las flores; estas se clasificaron en tipos:

- a) Flor sencilla: En esta grupo están las flores de pocos pétalos(10 a 15) y de un tejido uniforme, ejemplo de este grupo son los lirios y tulipanes
- b) Flor rellena: En este grupo están las flores de muchos pétalos y colocados uno encima de otro y el tejido es complejo; ejemplo de este grupo son las rosas y las margaritas

Los márgenes de utilidad y el precio también se asignarán basándose en la anterior clasificación quedando de la siguiente forma:

Tabla 4: Precio de venta

Tipo de flor	% de utilidad	Precio de venta
Flor sencilla	10	\$ 91
Flor rellena	15	\$ 104

Nota: el precio de venta no incluye I.V.A.

2.4 Análisis de la Oferta

Las flores de palma no tienen competidores directos, solo se producen en San Agustín Atenango. Los artesanos de esta localidad están buscando la denominación de origen para evitar la falsificación y la competencia desleal, de acuerdo al Art. 156 de la Ley de Propiedad Industrial.

En contra parte la competencia indirecta es infinita. Las artesanías varían de acuerdo a la ciudad y al lugar en donde se comercialice. A continuación se presenta un breve análisis

ESTUDIO DE MERCADO

de las ciudades donde se efectuaron las ventas.

- En Oaxaca, artesanías que se asemejan son las de palma, las cuales son elaboradas por artesanos en talleres familiares, existiendo muy pocas empresas que se dediquen a la comercialización de este tipo de artículos. A continuación se presenta una tabla que muestra los principales productores y vendedores mayoristas de artículos de palma

Tabla 5: Principales productores y vendedores de Artículos de palma							
EMPRESA	PRODUCTOS	CONTACTO	DIRECCIÓN	C.P.	POBLACIÓN	EXPORTA	TEL
Productores de palma "UVI-ÑÑUU" S. de R.L.	Sombreros y bolsas de palma.	Rafael García Castellanos	Independencia No. 31	69570	Santiago Yolomecatl, Oaxaca	NO	955 55 2 03 97
Francisco Villa S.S.S.	Bolsas de mano y de mandado, carpetas, monederos, portafolios, servilleteros, paneras, tapetes y manteles.	Esther Torres Peralta	Carretera a Oaxaca Km. 1.5	69510	Tamazulapan, Oaxaca	NO	953 53 3 02 34
Herus Hats international S.A de C.V.	Sombreros Sin planchar y planchado	Lic. Gaspar Rosales Pacheco	Casas No. 701-1	68000	Oaxaca de Juárez	SI	951 51 4 52 60

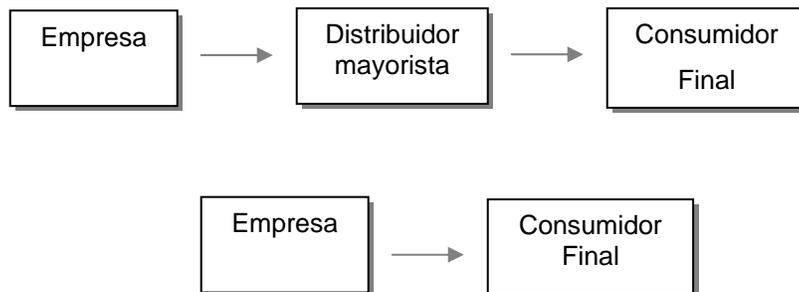
- En el Distrito Federal y Guadalajara hay influencia de productos artesanales de toda la república mexicana y del extranjero, los centros comerciales como; Samborns y Suburbia dentro del departamento de regalos hay infinidad de artículos decorativos que pueden ser comparados y sustituidos con las flores de palma.

- Veracruz se caracteriza por su artesanía de conchas de mar, artículos derivados de la palmera cocotera y del coco, piedras del mar, palma, etc. y Puebla que se caracteriza por su famosa artesanía en Talavera.

2.5 Canales de distribución

La comercialización de las flores se puede realizar por medio de intermediarios (tiendas departamentales, tiendas de regalos y de artesanías), o bien directamente al consumidor final (restaurantes, público en general, mayordomías², etc.).

Por lo que los canales de comercialización que se utilizarán serán los siguientes:



Para las dos canales de comercialización el proceso será el siguiente:

1. El contacto será directo con cada uno de los clientes.
2. Se le proporcionará el catálogo de productos que contengan los datos de la empresa y los productos que ofrece.
3. Después del primer pedido el trámite será por vía telefónica y/o e-mail para fijar precios y pedidos de compra distribuidores mayoristas y minoristas.

⁵ Comité organizador de las fiestas patronales y religiosas de las comunidades, característica de la región Mixteca y del Estado de Oaxaca.

2.6 Estrategia de competitividad

Estrategias en cuanto a las ventas:

- Contactar a los clientes de forma directa
- Presentar físicamente a la vista del cliente los productos
- Acercarse al cliente y conocer e identificar sus requerimientos
- Realizar las primeras ventas bajo consignación.
- Apertura de una cuenta de correo electrónico para recepción de pedidos que manejará solo por el momento el Administrador. Lo anterior por falta de conocimiento de esta herramienta por parte de los artesanos
- Apertura de una cuenta bancaria que les permite realizar operaciones de venta por vía telefónica, fax y e-mail con depósitos bancarios
- Fomentar acciones asociadas con la comercialización y la promoción
 - a) Participación de ferias
 - b) Exposiciones locales, estatales y nacionales
- En todo momento se ofrecen alternativas de diseño, colores y empaque

Estrategias en cuanto a Empaque:

Se definió un empaque que permita el mantener en óptimas condiciones el producto y acorde a las necesidades del cliente.

- a) Con empaque individual (una sola pieza)

- b) Empaque para envío (mayoreo)

Estrategias en cuanto al Producto:

- Promover la Política de diseño y desarrollo de productos entre los artesanos

- Diversificar el catálogo de productos

- Crear el taller del artesano

Estrategias en cuanto a Calidad:

- Crear un plan de supervisión para la elaboración de flores de palma

- Crear un estándar de calidad

- Contar con un artesano completo que conoce todas las etapas de producción para corregir los errores o fallas de producción

- Mantener un ambiente favorable para las condiciones de producción

- Manejar espacios definidos e identificados por el artesano para la producción

- Contar con las medidas de higiene necesarias.

2.6.1 Logotipo y Marca

El nombre de la empresa, Itañuu está en mixteco, lengua materna de la Comunidad de San Agustín Atenango, y significa: **ITA**: flor y **ÑUU**: palma. Se utilizó la tipografía Juice ITC y en minúsculas además se consideraron las características de la materia prima que es primordial en el producto.



Figura 3: Logotipo y marca

Los elementos que se consideraron para el diseño del logotipo son los siguientes:

Palma: Es la materia prima que se utiliza para la elaboración del producto y se encuentra estilizada al inicio del logotipo, también de ésta se tomaron los colores verde y amarillo. El primero por ser la pigmentación que presenta antes de su corte y el segundo por el que presenta al iniciar el proceso de elaboración de la flor.

Habilidad y creatividad del artesano para elaborar la flor, esta se encuentra representada por una **mano** en la parte derecha de la palma;

Tradicición en todos los eventos importantes de la comunidad la **flor pata de gallo** se encuentra presente. Es una flor que por su resistencia al clima se da en la mayor parte del año y en época de lluvia todos los campos se cubren de ésta. La flor se encuentra formada de 7 pétalos que se entreponen y simulan ser cuatro dedos abiertos que junto con un tallo peculiar da la apariencia de una pata de pollo.



Figura 4: Flor pata de gallo

Lengua Materna: En San Agustín Atenango la lengua materna es el mixteco. Por lo que se utilizó el nombre del producto (flor de palma) en esta lengua (Itañuu).

2.6.2 Eslogan

La frase que define al producto es: **UNA FLOR PARA SIEMPRE.....”**, para siempre , es una característica especial del producto que la distingue de las flores en su ramo, por que no pierde su textura, estructura y calidad a través del tiempo. El tipo de letra que se utiliza es English111 Vivace BT.

Una flor para
,

2.6.3 Catálogo

Se diseñó un catálogo con los productos que ofrece la empresa, el cual contiene la descripción del producto, clave, precio, tamaño de presentación, color y una fotografía del mismo. Se utiliza un modelo sencillo, no convencional y práctico, con medidas de 10 cm de ancho por 15 cm. de largo, impresos en hojas opalina gruesas enmicadas sujetas con una cadena de aluminio de 8 cm de largo.

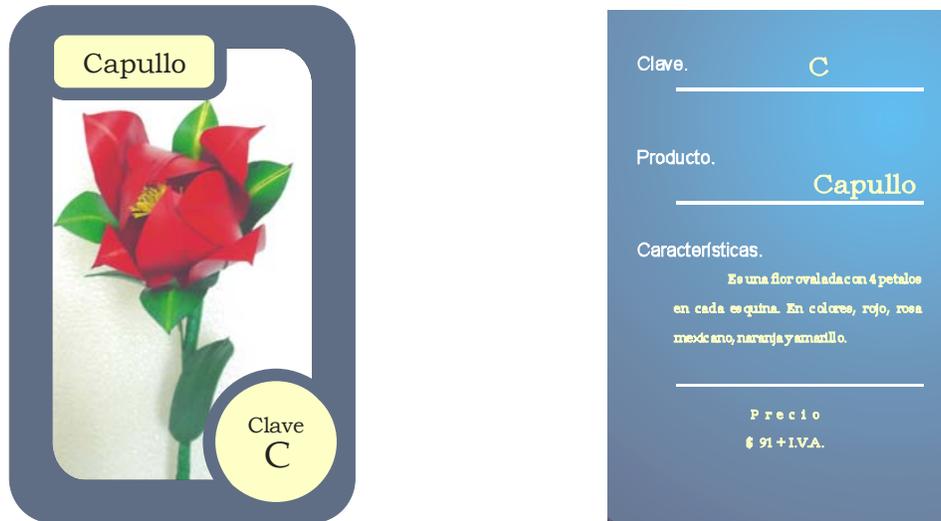


Figura 5: Catálogo

2.6.4 Tarjetas

La tarjeta contiene información de la persona encargada de realizar el contacto con el cliente, así como la dirección electrónica y postal, además del teléfono de la empresa. En la parte superior izquierda tiene el logotipo y el papel de impresión es opalina color beige.



Figura 6: Tarjeta

2.6.5 Tríptico

Otro medio utilizado para promocionar el producto es un tríptico, que contiene los datos de la empresa, nombre del responsable, su dirección electrónica y postal, así como el teléfono y una breve reseña del producto, también se aprecia la fotografía con sus respectivos nombres, el logo de la empresa, el significado del mismo (**ita** que significa flor y **ñuu** palma).



Figura 7: Tríptico

Las artesanías son el producto bello y acabado del genio creador de un pueblo que posee sensibilidad que trasciende las fronteras del tiempo. Son incontables las obras de manufactura prehispánica que testimonian la larga tradición artesanal de un país.

Oaxaca es uno de los Estados más ricos en arte popular, la variedad de artesanías que se producen representa el sustento de muchas familias oaxaqueñas y la admiración de todo aquel que visita la entidad. Cada una de las regiones tiene su propio sello que la distingue, la artesanía de palma es característica de la Región Mixteca.

Las flores de palma son elaboradas con gran estilo, variedad y colorido. Su producción consta de etapas muy marcadas que las hacen una obra de arte, los elementos principales son la palma real y la milina como materia prima, además de la mano de obra.

Misión

Elaborar y comercializar flores de palma en el mercado local y nacional, preservando los valores de la cultura regional con responsabilidad social.

Visión

Consolidarnos como empresa líder en la elaboración y comercialización de flores de palma, mejorando la calidad de vida de los artesanos de San Agustín Atenango, Oax.




Figura 7a: Tríptico

2.6.6 Diseño de etiqueta y empaque

Etiqueta

La etiqueta contiene el slogan de la empresa, así como la flor pata de gallo, el nombre de la comunidad, número de un breve párrafo alusivas al producto.

- Nombre del producto: flor de palma
- Razón social y domicilio: Itañuu S. N. C.
- Lugar de origen: San Agustín Atenango Silac. Oax.
- Párrafo alusivo a la artesanía

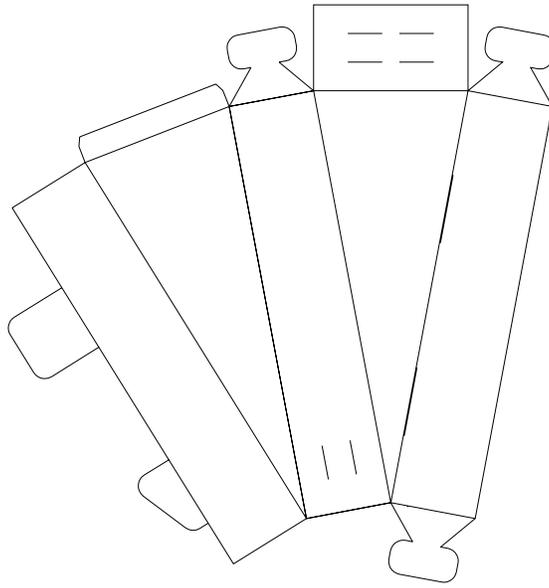


Figura 8: Etiqueta

Empaque

El empaque es de cartón caple blanco que nos permite conservar la imagen, calidad y estructura del producto. Este tipo de empaque le permitirá protegerlo para su comercialización ya que estará muy bien definido para evitar movilidad y maltrato en la flor y al mismo tiempo un corte estético que le permita al cliente conservar o exhibir el producto. El empaque tendrá en la parte lateral el logotipo de la empresa, así como datos de la misma.

a) Empaque individual:



CAJA DESPLEGADA 48 X 18



Figura 9: Empaque Individual

- b) **Empaque para embalaje:** Para el envío se utilizarán cajas de cartón de diversos tamaños, en las cuales se pegarán etiquetas con los datos requeridos para el envío.



Figura 10: Empaque para embalaje

2.7 Conclusiones

De acuerdo a los estudios realizados en relación a las necesidades de comercialización de flores de palma en la comunidad de San Agustín Atenango Silac. Oaxaca, es factible a realizar por las siguientes razones:

Sí existe demanda y mercado inmenso para comercializar las flores de palma

Se ofrece una alternativa de autoempleo para la comunidad de San Agustín Atenango, así como una alternativa de decoración con un producto novedoso.

La imagen corporativa y los medios propuestos para comercializar el producto son necesarios para alcanzar los objetivos de comercialización de flores de palma.

La definición de un empaque individual y el embalaje es importante para la conservación del producto así como la entrega oportuna del mismo.

Fomentar la cultura del autoempleo y la importancia de este en la elaboración de flores de palma en la población y el entorno empresarial, con la finalidad de brindar una alternativa de ingresos a las familias de la comunidad.

Contrarrestar la venta en volúmenes considerados, manteniendo la capacidad de producción de enero a junio e incrementar de julio a diciembre, para así tener productos en almacén para cubrir las ventas cíclicas, esta estrategia se cumplirá al mantener el taller abierto todo el año.

Aunque los artesanos no cuentan con la cultura de empleo y visión empresarial, esto implica que será difícil convencer a los artesanos de los beneficios que conlleva esta propuesta.

No se encontraron muchos aspectos negativos que influyan en el desarrollo del proyecto, al contrario se tuvieron más aciertos positivos para su puesta en marcha.

CAPITULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Objetivo

Realizar un estudio general para determinar si es factible desde el punto de vista técnico

Objetivos Específicos

- Determinar aspectos sobre la seguridad e higiene con los que debe contar la empresa.
- Definir la materia prima, materiales, mano de obra, equipo y herramientas
- Identificar el tipo de flujo de materiales y procesos
- Realizar el cálculo físico de la instalación de la planta, tanto del área administrativa como de la producción
- Determinar el costo unitario
- Determinar las características del equipo y herramienta necesaria
- Estudio de Materia Prima
- Determinar las características del equipo y herramienta necesaria.

3.2 Macro localización y micro localización del proyecto

3.2.1 Macro localización

El Estado de Oaxaca está situado al sureste de México. Limita al Norte con los Estados de Puebla y Veracruz, al este con Chiapas, al Oeste con Guerrero y al Sur con el Océano Pacífico.



Figura 11: Mapa de la Republica Mexicana

La entidad cuenta con una superficie náutica de 11 mil 351 km² y esta ubicado a 1558 metros sobre el nivel del mar, por su conformación política, económica y social se encuentra integrada por 8 regiones geoeconómicas: Costa, Istmo, Cañada, Mixteca, Papaloapan, Sierra Norte, Sierra Sur y Valles Centrales.

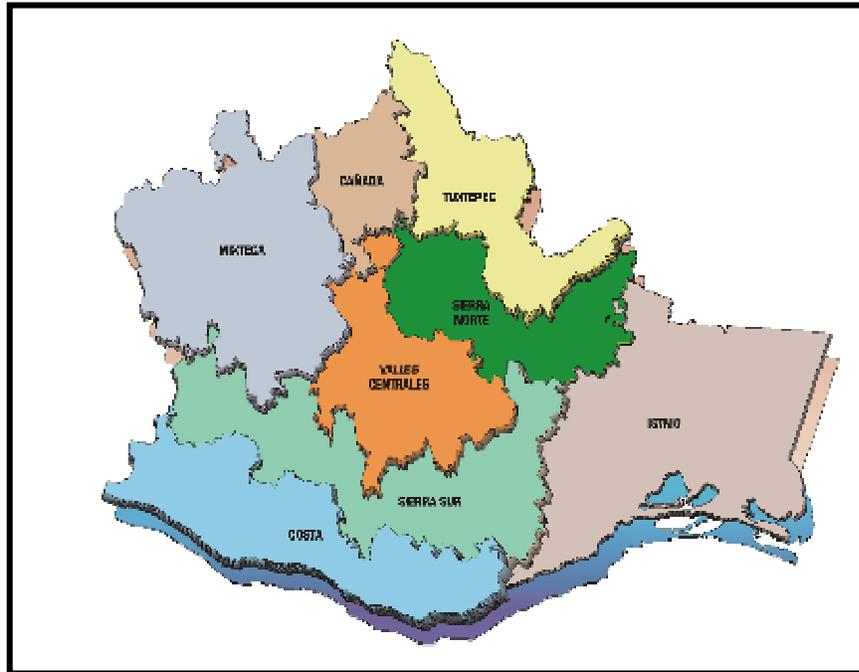


Figura 12: Mapa del Estado de Oaxaca

Tradicionalmente Oaxaca se ha distinguido por ocupar uno de los primeros lugares en el ámbito nacional en la producción de una gran variedad de artículos artesanales; los cuales además de poseer un destino práctico como satisfactores de necesidades, estos artículos se utilizan como piezas decorativas con un alto contenido estético.

El abrupto y extenso territorio oaxaqueño ha dado cobijo, desde tiempos remotos, a una gran diversidad de grupos étnicos; se estima que 800 mil personas encuentran en la producción artesanal una de sus principales fuentes de ingresos. La artesanía oaxaqueña, heterogénea como su propio mundo indígena, resalta en la elaboración de un mosaico de artículos y prendas, singulares en su elaboración.

Entre sus artesanías encontramos los vestidos de los indígenas oaxaqueños que se hacen a mano, al igual que los utensilios de barro, palma, madera, piel y otros materiales que los indígenas usan en su vida diaria. Esto lo hace un estado rico porque atrae personas de otros lugares. Con la madera de los bosques se hacen sillas, mesas y otros muebles; de las minas y bancos de piedras se extrae oro, plata, plomo, cobre, zinc, grafito, cantera y mármol; artesanías oaxaqueñas de barro.

Principales Actividades Económicas:

La agricultura es la principal actividad económica del estado donde se cultiva maíz, sorgo, cacahuate, alfalfa, frijol, alpiste, café, trigo, arroz, ajonjolí, cebada, etc. La ganadería es otra actividad importante: se cría ganado bovino, caprino y porcino. El turismo es una actividad relevante en la economía de la entidad, tanto el proveniente del extranjero como el que llega del interior de país.

La Región Mixteca se encuentra localizada en la parte noreste de la capital del Estado, colinda al norte con el estado de Puebla, al Oeste con el estado de Guerrero, al sur y sureste con los Distritos de Putla de Guerrero y Sola de Vega. Se encuentra dividida en tres partes: Mixteca Alta; que comprende los Distritos de Coixtlahuaca, Nochixtlán, Teposcolula y Tlaxiaco, la Mixteca Baja; está conformada por los Distritos de Huajuapán, Juxtlahuaca y Silacayoapan y por último la Mixteca de la Costa diseminada por los pueblos asentados en la región de la costa.

Tabla 6: Nombre y número de distritos de la Región

Numero de Distrito	Nombre de Distrito	de Municipios
01	Silacayoapan	19
02	Huajuapán	28
03	Coixtlahuaca	13
08	Juxtlahuaca	07
09	Teposcolula	21
10	Nochixtlán	32
16	Tlaxiaco	35
total		155

La Mixteca se encuentra conformada de 7 distritos, sumando un total de 155 municipios que equivalen al 27.19 % de los 570 que conforman el Estado. La extensión territorial es de 16

333 km²., equivalen al 17.1% del total de la entidad (95 364 km²), por lo que ocupa el segundo lugar después del Istmo que cuenta con 19 975km².⁶

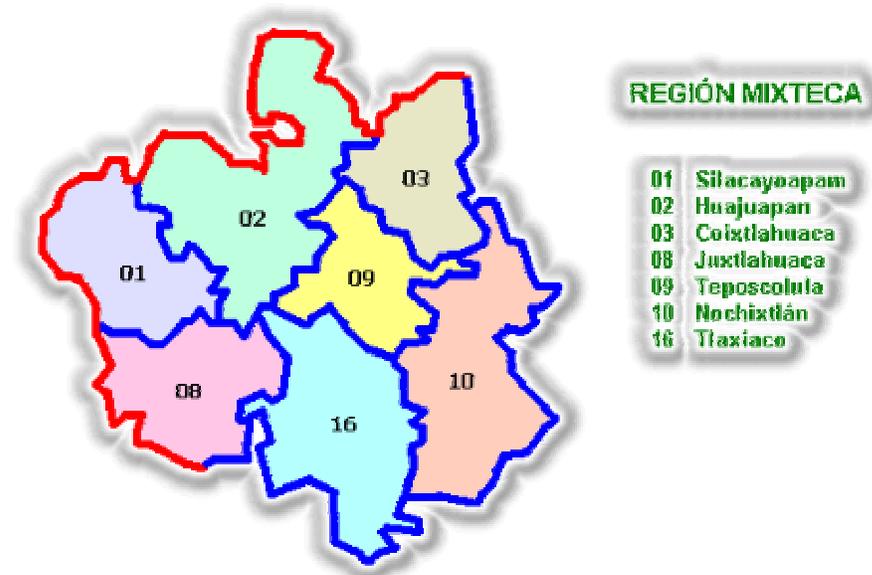


Figura 13: Mapa de la Región Mixteca

El panorama que existe en la región es de predominante marginación así como de pobreza y pobreza extrema, además de contar con extensiones semidesérticas, carentes de agua, con tierras poco propicias para la agricultura, además de no contar con suficientes fuentes de empleo que permitan a la población económicamente activa y contar con un salario asegurado y digno como para garantizar mejores niveles de vida para sus familias, también se caracteriza de ser una gran impulsora de mano de obra principalmente rural y actualmente urbana a nivel estatal, nacional e internacional.

En la región hay zonas caracterizadas por contar con un potencial silvícola (Tlaxiaco, Teposcolula, Nochixtlán y Juxtlahuaca). También cuenta con cañadas y valles, mismas que se busca aprovechar para la siembra principalmente de trigo, maíz y frijol así como hortalizas en superficies menores. En las zonas montañosas y frías se producen frutos criollos de manera natural o silvestre como el durazno, melocotón, prisco, manzana, peras, tejocotes y capulín, mientras que en las zonas semiáridas: pitayas, pitajayas, jiotillas y tunas. También se aprecia la existencia de árboles frutales en casas particulares y en el campo como el

⁶ Fuente: Berumen Barbosa Miguel E. "Geografía Económica de Oaxaca, Polos de Desarrollo y Zona de mayor marginación y Pobreza"

guamúchil, limonares, limas, naranja, toronjas, guayabas, mangos, tinados, aguacate, entre otros, cuya producción es para consumo familiar y en menor medida para el comercio local.

Infraestructura de la Región

Los principales accesos de la Región son los siguientes:

Carretera Federal 190 internacional: Proviene del D.F. – Puebla, Izúcar de Matamoros- Tehuiztingo- Acatlán de Osorio, Huajuapán de León-Tamazulapán- Asunción Nochixtlán- Oaxaca de Juárez.

Carretera Federal 125: Procede de Tehuacán-Chazumba-Miltepec-Cuyotepeji-Santiago Huajolotitlán-Hujuapán de León.

La Súper Carretera 131-D: Comprende Oaxaca – Cuacnopalan misma que atraviesa, Nochixtlán y Coixtlahuaca para entroncar con Tehuacán.

Otras carreteras alimentadoras que son de gran importancia porque permiten la comunicación con varios municipios y localidades, además de entroncar con carreteras federales son:

- Huajuapán de León – San Jerónimo Silacayoapilla-Mariscada de Juárez –Tacache de Mina- Guadalupe de Ramírez- Tamazola-Yucuyachi-Caliguala-Tlapancingo-Tlapancingo, pavimentada parcialmente.
- Tezoatlán de Segura y Luna- Santiago Cacaloxtotec, entronque con carretera federal 190.
- Huajuapán de León- San Francisco Yosocuta-San Marcos Arteaga-Santo domingo Tonalá-San Agustín Atenango- Juxtlahuaca, Pavimentadas en su totalidad
- Silacayopan – Ixpantepec Nieves- Huajuapán de León
- Tlaxiaco – Magdalena Peñasco- Chalcatongo de Hidalgo – Santiago Yosondúa

- Nochixtlán – Santiago Apoala, terracería.

Las demás poblaciones pequeñas y por consiguiente rurales cuentan con comunicación, terrestre de terracería. Cabe destacar que la mayoría de las poblaciones cuentan con servicios de luz, teléfono, correo, telégrafos, televisión, Sky y antenas parabólicas y dos radiodifusoras, una en Huajuapán de León y la otra en Tlaxiaco⁷.

Demografía

La población total de la región es de 415 663 habitantes, de la cual el 36.89 % (153 353) es población indígena. El 24.84 % (103 238) es población analfabeta. De acuerdo al número de población el orden es el siguiente: Huajuapán, Tlaxiaco, Juxtlahuaca, Nochixtlán, Silacayoapan, Teposcolula y Coixtlahuaca.

En cuanto al orden de población indígena, de mayor a menor es: Tlaxiaco, Juxtlahuaca, Huajuapán, Nochixtlán, Silacayoapan, Teposcolula y Coixtlahuaca. El distrito de Silacayoapan lo conforman 19 municipios de los cuales suman una población de 34 043 habitantes y una población indígena que representa 22.33 %, mientras que su población analfabeta es de 11, 152 Personas. Se registran 18 municipios con alto grado de marginación, según como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8: Estadística de marginación								
Distrito	Total de municipios	Población total	Población indígena	Población analfabeta	No. de municipios por Grado de Marginación			
					Muy Alto	Alto	Medio	Bajo
Coixtlahuaca	13	10,757	515	1,633		11	2	
Huajuapán	28	118,534	18,781	21,703	2	20	5	1
Juxtlahuaca	7	64,944	41,223	27,938	3	4		
Nochixtlán	32	59,226	18,190	12,157	11	13	7	1
Silacayoapan	19	34,043	7,602	11,152	5	13	1	
Teposcolula	21	30,835	11,881	5,261	1	15	5	
Tlaxiaco	35	97,324	55,161	23,394	9	23	3	
Total	155	415,663	153,353	103,238	31	99	23	2
		100%	36.89%	24.84%	20%	64%	15%	1%

fuente: Dirección General de Población de Oaxaca (DIGEPO)

⁷ Fuente: SAGARPA, Distrito de desarrollo rural, Pág. 104 (www.sagarpa.gob.mx)

El distrito de Silacayoapan, presenta una orografía montañosa cuenta con 19 municipios dentro de los cuales se encuentra San Agustín Atenango.

Micro localización

El municipio de San Agustín Atenango se localiza en la parte noroeste del estado, en las coordenadas 98°01' de longitud oeste y 17°36' de latitud norte, a una altura de 1,280 metros sobre el nivel del mar. Es uno de los 570 municipios del Estado de Oaxaca y pertenece al Distrito de Silacayoapan. Se localiza en la parte este del Estado, se encuentra dentro de la Mixteca Baja de Cárdenas.

San Agustín de Atenango significa según su toponimia: En el muro o en la cerca del agua”, se forma de las voces **Atl-** Agua, **Tenamitl** - cerca o muro o pared.

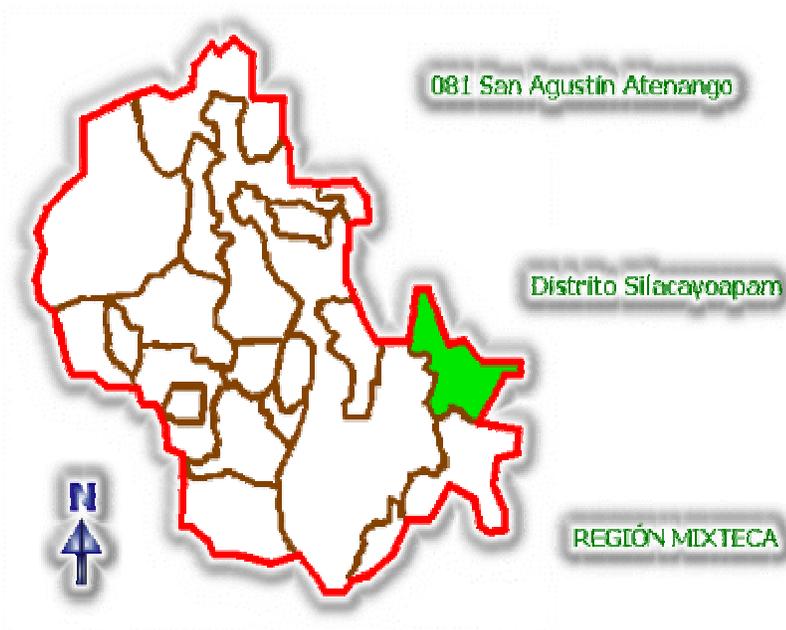


Figura 14: Mapa del Distrito de Silacayoapan

Limita al norte con el rancho de San Pedro Mártir y la cabecera de Santo Domingo Tonalá del distrito de Huajuapán; al este con San Andrés Yutatío, Santa María Yucuiti y Santa María

Yucucuiná del mismo distrito; al sur con San Francisco Paxtlahuaca del mismo Distrito y al oeste con Huaxtepec. Su distancia aproximada a la capital del Estado es de 243 kilómetros.

Extensión

La superficie total del municipio es de 82.93 kilómetros cuadrados y la superficie del municipio con relación al estado es del 0.09%.

Orografía

Los cerros más altos que se encuentran son el cerro Del Zacate que queda al oeste, este cerro comienza a formarse desde San Mateo el Viejo y concluye frente al pueblo de Tonalá; El Encinal que está al sur y su formación comienza con la barranca del limón y terrenos de San Francisco Paxtlahuaca y termina al oeste, teniendo a la distancia de 500 metros.

Hidrografía

Al sur y oeste del pueblo pasa el río de Mixtepec y Juxtlahuaca, así como el de Teposcolula y Huajuapán; naciendo el primero en las montañas de Tlaxiaco, el segundo al frente del pueblo de Santa María Chayuco, el tercero en San Vicente Ñunu; el cuarto en Cuahutepec. En lugar de su confluencia es al pie del cerro de la Culebra, perteneciente a Santa María Tindiú siguiendo su tránsito hasta San Juan del Río del estado de Puebla a donde va a desembocar, juntándosele varios ríos.

Clima

Su clima es caliente, semicálido y semihúmedo, temperatura media anual de 12 a 18 grados centígrados por estar el pueblo bastante bajo y a la orilla del río Mixteco; no obstante esto, el invierno es riguroso. El aire dominante es el del norte.

Flora

Bugambilias, flor pata de gallo, epazote y alaches; sabino y encino; limón, guayaba y granadas; claveles, rosas, jazmines, flor de cactu; hierba santa y romero.

Fauna

Pichón, zanates y palomas; conejo, venado, ardilla y tlacuaches; moscas, abejas, mayates y cucarachas; víboras, lagartijas y boas.

Características y Uso del Suelo

El tipo de suelo localizado en el municipio es el tipo cambisol cálcico, el cual es caracterizado por sus áreas de matorrales.

Perfil Sociodemográfico

De acuerdo al XII Censo General de Población y Vivienda 2000 efectuado por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) la población total de indígenas en el municipio asciende a 1,096 personas. Su lengua indígena es el mixteco. La población total del municipio es de 2404 habitantes, de los cuales 1,062 son hombres y 1,342 son mujeres. La población total del municipio representa el 0.07 por ciento, con relación a la población total del estado. La población de 5 años y más es católica asciende a 2042 habitantes, mientras que los no católicos en el mismo rango de edades suman 362 personas.

Infraestructura Social y de Comunicaciones

Existen una escuela de nivel preescolar, una primaria y una secundaria técnica. Cuenta con atención médica de una clínica del IM.S.S.-Solidaridad. Hay un mercado municipal en donde la población se abastece de los productos de primera necesidad.

Cuenta con una cancha de básquetbol y una de fútbol. La mayoría de las viviendas están construidas de adobe y teja y muy pocas de material industrializado. La cobertura de servicios públicos de acuerdo a apreciaciones del Ayuntamiento es: Agua potable, alumbrado público, drenaje urbano y recolección de basura y limpieza de las vías públicas.

Los medios de comunicación más importantes en el municipio son: Una agencia de correos, señales de televisión de los canales 2 y 13 respectivamente, 1 caseta de telefonía rural y en su mayoría cuenta ya con teléfono propio. El municipio cuenta con un camino de terracería y brechas que parten al nordeste, se comunica con San Marcos Arteaga y su ruta Sur entronca con una carretera de mano de obra que llega a Silacayoapan, Juxtlahuaca y Huajuapán.

La agricultura es muy importante, ya que el 59% de la población se dedica especialmente a la producción de pitajaya, pitaya al cultivo de maíz, calabaza, papaya, jitomate, tomate, chile y frijol, la ganadería se dedica al cuidado y crianza de ganado bovino, porcino, ovino, caprino y aves de corral, además de que la población cuenta con un río en el cual desembocan tres

ríos, esto les permite de por lo menos comer pescado de río 4 o 5 veces por año. Cuenta con piedra caliza, piedra cantera, arena y yeso, pero no son explotadas.

Otras actividades que se practican; es en la construcción, electricidad y a la manufactura de productos artesanales basándose en ixtle y palma como son: Los sombreros, tenates, petates, figuras de animales, flores de palma, entre otros, representa un 22% y el 19 % se dedica a la compra y venta de productos de primera necesidad. La población económicamente activa del municipio asciende a 437 personas, de las cuales 435 se encuentran ocupadas y se presenta de la siguiente manera:

Tabla 9: Población económicamente activa	
Sector	Porcentaje
Primario (Agricultura, ganadería, caza y pesca)	59
Secundario (Manufactura, construcción y electricidad)	22
Terciario (Comercio y servicios)	19
Fuente: La Población Económicamente Activa por Sector de acuerdo con cifras al año 2000. Presentadas por el INEGI	

Sus atractivos culturales y turísticos

La iglesia de gran belleza arquitectónica construida en el siglo XIX.

El palacio municipal de 2 plantas que lo distingue de los municipios en la región.

Fiestas, Danzas y Tradiciones: Fiestas Populares, fiesta en honor al Santo Patrón Juan Agustín Obispo la cual se celebra el día 28 de Agosto, el segundo viernes de cuaresma, el 12 de diciembre en honor a la Virgen de Guadalupe. Se realiza como actividad complementaria las artesanías de palma e ixtle.

La cabecera municipal es San Agustín Atenango. Las localidades de mayor importancia son San Francisco Paxtlahuaca y San Mateo de Libres su actividad preponderante es la

agricultura. El Ayuntamiento apartir de 1999 son por elecciones electorales y ya no por usos y costumbres, esta integrado por⁸ :

- Presidente Municipal
- Un Síndico
- 3 regidores de mayoría relativa
- 2 regidores de representación proporcional.

Autoridades Auxiliares

- Secretario
- Tesorero
- 2 agentes municipales

La forma de tenencia de la tierra es la propiedad Comunal, su organización Social es comunitaria y altamente participativa, los habitantes pertenecen al grupo de los mixtecos, lingüísticamente se comunican por medio del dialecto; el Mixteco, con el tiempo se empezó a dominar el español que ahora en nuestros días es el que más predomina en los habitantes, aún a pesar de estas condiciones el mixteco no se pierde.

Educación

La escolaridad de los adultos es hasta tercer año de primaria en los hombres, debido a que las mujeres no tenían el mismo derecho que los varones para asistir a la escuela.

⁸ Consejo Nacional de Población y Vivienda, La Población de los Municipios de México 1950 - 1990. Ed. UNO Servicios Gráficos, México, Nov., 1994. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Censo General de Población y Vivienda 2000. México 2001. Secretaría de Gobernación, Centro Nacional de Estudios Municipales, Gobierno del Estado de Oaxaca, Los Municipios de Oaxaca, Enciclopedia de los Municipios de México. Talleres Gráficos de la Nación, México, D.F. 1988. Secretaría de Gobernación, Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, Sistema Nacional de Información Municipal. México 2002.

CRÉDITOS: H. Ayuntamiento de San Agustín Atenango 2004.

ESTUDIO TECNICO

Actualmente los niños y jóvenes, en su mayoría, estudian por lo menos hasta la secundaria y los derechos tanto para mujeres y hombres son iguales no en su totalidad, pues a pesar de que se cuentan con los medios de comunicación básicos, hay padres de familia que piensan que las mujeres no tiene derecho a la educación. En la siguiente tabla se observa como está la educación en la comunidad.

Tipo de población	Nivel de educación	Estudian	N/estudian
Niños	Preescolar	50	
	Primaria	300	11
Adolescentes	Secundaria	150	30
Jóvenes	COBAO, Preparatoria, Conalep, Cecyte	35	5
	Estudios Superiores	20	
Total		555	46

Fuente: Información Propia, recaba en el 2004, a través de entrevistas realizadas con el apoyo del Municipio.

Del total de la población de 2404 habitantes, solo el 50% aproximadamente se encuentra en la población, el resto emigra al norte y a las principales ciudades del país así como a los Estado Unidos de América. La población que se encuentra en la comunidad es de 1202 que representa el 100% como lo muestra la siguiente tabla:

Población	Porcentaje	Cantidad
% de ancianos (61.....)	15	180
% de adultos (40- 60 años)	35	421
% de jóvenes(17-39 años)	5	60
% de adolescentes(12-16)	15	180
% de niños(0-11)	30	361
Total de habitantes en la población	100%	1202

Fuente: Elaboración Propia

Localización de la empresa

En cuanto al lugar donde se ubicará la nave será el edificio que perteneció al FIDEPAL, después de su cierre pasó a ser propiedad del municipio. Por lo que se establecieron pláticas con el Comisariado de Bienes Comunales y considerando que los beneficios serán distribuidos entre los habitantes de la comunidad cedió la custodia por tiempo indefinido de la nave industrial a la empresa que llevará por nombre Itañuu S.N.C., bajo la condición de que una vez disuelta la sociedad regresará nuevamente la posesión de la comunidad.

La nave se encuentra en la calle Independencia número 3, ubicada entre las calles Zaragoza y Constitución, a una cuadra del edificio de la Presidencia Municipal, según como lo muestra el siguiente Micro plano:

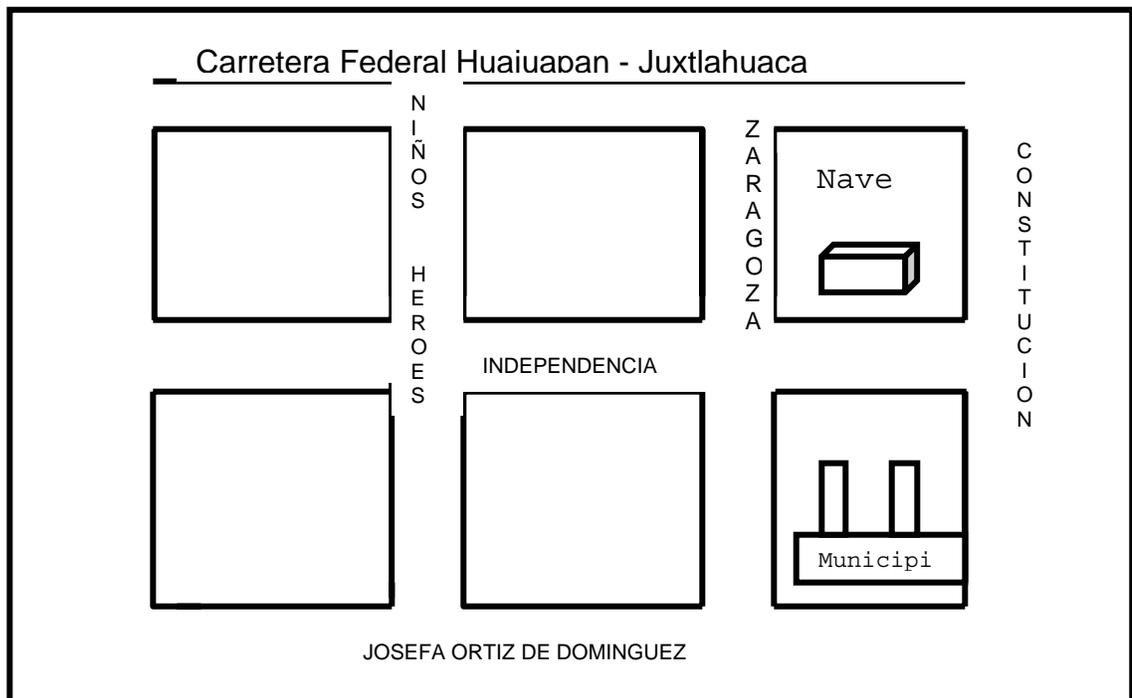


Figura 15: Micro plano de la ubicación de la nave

Una vez mostrado el micro plano del lugar donde se propone establecer el proyecto, a continuación se presentan imágenes de la nave.

- **Figura 16:** Vista de la entrada de la nave



- **Figura 17:** Vista del pasillo de la nave



3.3 Ingeniería del proyecto

3.3.1 Distribución de la planta

La distribución consiste básicamente en distribuir el espacio disponible en base a los requerimientos de cada área de trabajo. Para realizar la distribución se consideraron los espacios requeridos para las materias primas, material (anilina), material en proceso (teñido), productos terminados, materiales y accesorios empleados en el proceso (mandiles, guantes, franela), piezas rechazadas (a recuperar o repetir), desperdicios reciclados, embalaje, materiales para mantenimiento, herramientas u otros servicios. Además de considerar que la producción se realiza por lotes.

Para tal efecto la distribución se realizará considerando las dimensiones del citado lugar adecuando las áreas de trabajo para que estas sean la más satisfactoria y segura. Los factores considerados como determinantes para el diseño de la distribución de la planta son los siguientes:

- Seguridad y Bienestar para el trabajador

- Flexibilidad

- Disminuir el tiempo de producción

- Integración total

Para determinar la mejor distribución de la planta se utilizó el diagrama de precedencias, de manera que permita visualizar cada una de las áreas que se requiere para la producción y comercialización del producto.

Tabla 11: Definición de Tareas e identificación de precedencias.		
Etapas	Tareas	Actividades precedentes
Corte de palma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar la palma a corte 2. Corte de palma 3. Clasificación de hojas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La de mayor calidad de acuerdo a la producción, es decir al tipo de flor. 2. El tipo de corte es de acuerdo a la forma de la palma; de acuerdo al tamaño de sus hojas. 3. Hay hojas largas, medianas y muy cortas, se utilizan todas de acuerdo a la producción a realizar.
Teñido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se clasifican los colores a utilizar. 2. Se tiñe color por color 3. Se procede al secado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se ponen los cubos al fuego con agua. 2. Se tiene que poner la cantidad de gramos a utilizar de acuerdo a la cantidad de litros de agua. Se procede a introducir la palma con las tenazas. 3. Se pone en las respectivas parillas en base al color.
Corte de pétalos y hojas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se cortan los pétalos 2. Se cortan las Hojas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se cortan en base al modelo de flor a producir. 2. Se cortan en base al modelo de flor a producir.
Estructura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se arma las partes del Polen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se ensambla el alambre recocido y se le da forma al polen de la flor. 2. Se insertan los pétalos.
Tejido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se procede a darle forma a la flor. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se insertan cada uno de los pétalos así como las hojas y se delimita el tamaño del tallo.
Almacenamiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se almacena y se empaca 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se almacena en la bodega de productos terminados. 2. Se empaca para transportar a cliente mayorista, minorista o para exhibición.

ESTUDIO TECNICO

Una vez determinado el diagrama de precedencias la distribución de la planta quedó de la siguiente forma:

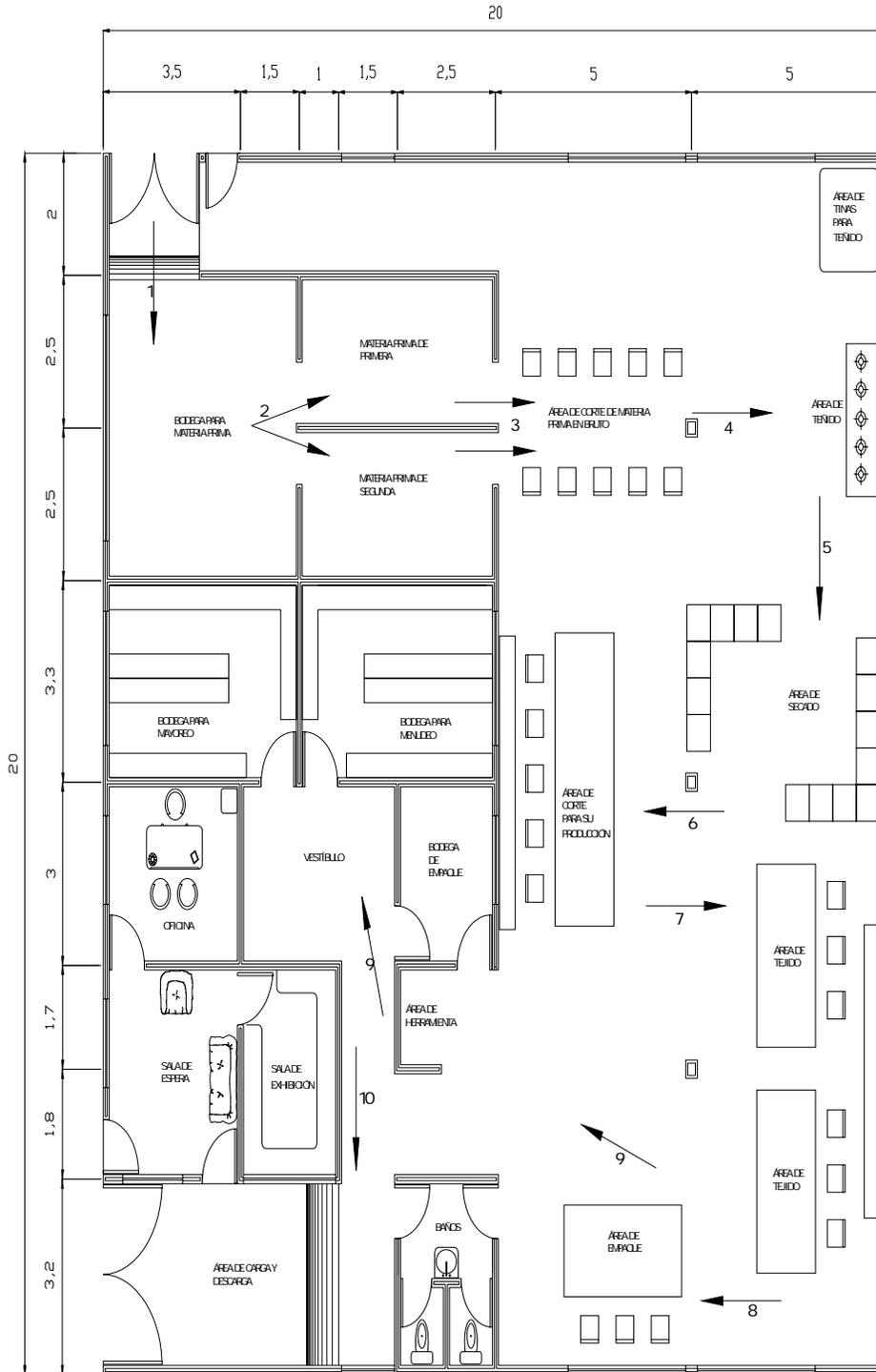


Figura 18: Distribución de la planta

Diseño: Ing. en Diseño Ali Velasco

ESTUDIO TECNICO

Todos los aspectos antes mencionados para la distribución de la planta como se muestra en el plano, con cada una de sus áreas propuestas, quedando de la siguiente forma:

- Dos Sanitarios (Hombres / Mujeres)
- Bodega para materia prima:
 - 1 Materia prima de primera
 - 2 Materia Prima de segunda
- Área de corte de materia prima sin teñir: En cada una de las áreas se contemplan el espacio para 5 artesanos.
- Área de teñido: El espacio contemplado para dos parrillas con 5 quemadores
- Área de material de teñido: Se consideran 2 anaqueles de aluminio de 3 metros para colocar la anilina.
- Área de secado: El espacio requerido en esta área es para las prensas y colgadores para el secado de la materia prima al término del teñido.
- Área de corte de materia prima para producción: Esta área consta de 2 mesas y sillas adecuadas para la postura fija que requiere el artesano en esta actividad, este espacio tiene capacidad para 5 elementos.
- Área de tejido: El área esta determinada para 6 artesanos, con sus respectivas herramientas para el tejido y estructura de la flor de palma.
- Área de empaque: En esta área se contempla un espacio para 3 elementos destinados a esta actividad.
- Área de herramienta: El espacio destinado para 3 anaqueles para las herramientas utilizadas en las diversas etapas del proceso de producción.

- Bodega de empaque: En este espacio se contempla para los materiales utilizados en el empaque.
- Bodega de productos terminado al mayoreo; se considera el espacio y diseño para el almacenamiento de cajas de 80cm por 50 cm de ancho.
- Bodega de productos terminado al menudeo: Considera el diseño para la colocación u ordenamiento de cajas pequeñas de 40 cm de largo por 20 cm. de ancho
- Vestíbulo: En el se ubican 4 colgadores y 1 anaquel para colocar los mandiles, guantes, calzado y franelas que necesita el artesano para la producción.
- Oficina: Se cuenta con un espacio de oficina para el realizar las actividades de compra y venta de productos, así como la atención directa al cliente o por vía telefónica, internet o fax.
- Sala de espera: Esta área esta determinada para la espera del artesano o cliente que visita o requiere de un servicio de oficina.
- Sala de exhibición: Contiene 3 anaqueles y una vitrina de aluminio de 3 metros por 1.5 metros de ancho para exhibir productos terminados y alternativas de uso decorativo y obsequio del producto.
- Área de carga y descarga. Espacio para descargar la materia prima y cargar el producto terminado.

3.3.2 Requerimientos de activo

Los artesanos han producido desde décadas herramientas tradicionales que fueron tomando y ajustando del medio ambiente a sus necesidades, tales como:

- Las horquetas extraídas de las ramas delgadas del árbol de paraíso; para introducir y mover la palma en la cocción.

ESTUDIO TECNICO

- El hueso de la pierna de pollo criollo; el cual presenta características de dureza y que por su forma le permiten al artesano ajustarlo para ser utilizado como herramienta,



Figura 19: Hueso de la pierna de pollo

- La hoja de rasurar por su flexibilidad para el corte de pétalos y polen, cuchillos y pinzas.



Figura 20: Herramienta

- Anafre y carbón, botes de deshecho para teñir.



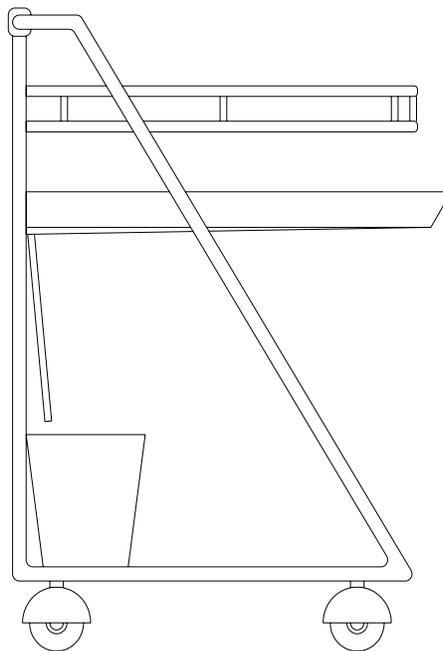
Figura 21: Anafre y bote reciclado

Para sustituir dichas herramientas tradicionales se hace la siguiente propuesta:

- Utilizar pinzas de aluminio que permitan realizar la misma función que la rama extraída del árbol del paraíso
- La adaptación de la madera en forma circular para reemplazar el hueso de la pierna de pollo criollo
- Utilizar el Exacto para el corte de pétalos y polen
- Utilizar cuchillos de acero inoxidable para el corte de materia prima

- La adaptación de parrillas con 6 quemadores
- Utilizar el gas en lugar del carbón
- Utilizar cubos de aluminio, mandiles, botas y guantes durante la etapa de teñido

Para la transportación de materia prima al término de la etapa de Teñido y corte se utilizará en un carrito con rejillas que evita el deterioro en la materia prima en proceso.



VISTA LATERAL

Figura 22: Carrito de rejilla

Requerimientos de Activo fijo

Para mostrar una visión global de los costos generados por la producción y comercialización de flores de palma, en la presente tabla se presenta el costo de la inversión inicial:

ESTUDIO TECNICO

Tabla 12: Requerimientos de Activo fijo			
Conceptos	Unidades	Costo unitario	Importe
Equipo		\$	\$
Mesa de trabajo 5x 2mts *1	6	800	4,800
Tanques de gas con equipo	2	500	1,000
Parrilla con 6 quemadores *2	2	1,000	2,000
Parrilla para colocar flores *2	10	200	2,000
Anaqueles *2	7	150	1,050
Anaqueles con rejilla P/P.T y P.P	6	300	1,800
Mesas para colocar pala de rejilla *2	2	750	1,500
Carro transportador de rejilla p/P.P *2	3	1,000	3,000
Carro transportador de rejilla p/P.T	6	1,000	6,000
Cubos de aluminio	15	45	675
Bote de basura chico	25	35	875
Bote de basura gigante	2	380	760
Sillas	30	350	10,500
Subtotal			\$ 35,960
Herramienta			
Herramientas de madera	50	12	600
Exactos	40	35	1,400
Cutter	50	12	600
Tijeras	50	150	7,500
Cuchillo	10	140	1490
Palas con rejilla	10	400	4,000
Botas de trabajo	6	350	2,100
Mandil	6	25	150
Guantes	6	35	210
Pinzas de aluminio	12	20	240
Contenedores de Plástico	10	30	300
Subtotal			\$18,590
Equipo de oficina(sala de espera)			15,000
Escritorios	2	800	1,600
Archivero	2	500	1,000
Equipo de computo	1	15,000	15,000
Sillas de oficina	6	300	1,800
Subtotal			\$ 19,400
Acondicionamiento de la nave			\$120,000
Subtotal			\$120,000
Total			\$193,950

*1: No hay mercado es un diseño especial, por que se tendrá que mandar hacer con un carpintero.

*2: No hay mercado es un diseño especial, por que se tendrá que mandar hacer con un herrero

El activo fijo se podrá adquirir en la ciudad de Huajuapán.

3.4 Ingeniería del producto

3.4.1. Estudio de materia prima e insumos

Las materias primas que se utilizan son la palma real, anilina y alambre recocado.

- La palma real tiene características especiales y naturales que la distinguen de los demás tipos que existen en su ramo: palma cocotera, corriente y la de ornato. Una de las características relevantes para nuestro producto es que se tiñe y se adhiere con facilidad; además de que se pueden mezclar los colores primarios para obtener colores secundarios; es decir que se el producto presente un color matizado o dúo y no habrá problemas en su teñido, esto trae como efecto que no se puedan despintar, es decir que el cliente puede lavar las flores y estas no perderán su textura o color.

Tabla 13: Características de la palma		
Nombre científico	Nombre local	Utilidad
<i>Brahea dulcis</i>	Palma de sombreros	Artesanal

- La anilina debe ser consistente y con una calidad especial en su color y peso, no se puede mezclar con otra sustancia como la sal o el azúcar para aumentar la cantidad, pues esto traería como consecuencia la deformación del color. La anilina debe presentar cierto espesor y suavidad para considerarla de excelente calidad; un color oscuro y profundo.
- El alambre recocado es el que le dará la flexibilidad a la estructura de la flor, el grosor es de 1 cm. de ancho y de largo 30 cm., 40 y 60 cm., según sea el tamaño de la flor.

Proveedores de materia prima e insumos

Como consecuencia a la escasez de materia prima en la comunidad se recurre al abastecimiento de la misma a través de proveedores que se encuentran localizados en diferentes partes del estado; la anilina se adquiere en la ciudad de México con un solo

proveedor, lo mismo que el alambre recocido como a continuación se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 14: Proveedores de materia prima e insumos			
Palma real			
Procedencia	Dirección	Tel.	Giro
Juchitán de Zaragoza	Conocido		Proveedor de todo tipo de palma
Tuxtepec	Conocido		Proveedor de palma real.
Anilina			
México D.F.	Conocido		Tlapalería
Alambre Recocido			
Huajapan de León	Carr. 5 de febrero	53 2 24 56	Materiales de Construcción
Empaque			
Oaxaca de Juárez			Empaque

3.4.2 Requerimientos de mano de obra

Como ya se mencionó en el capítulo uno, solo dos personas conocen el proceso para la elaboración de flores de palma, por lo que fue necesario crear un taller para que más personas lo conocieran. Este taller permanecerá por tiempo indefinido ya que es la única forma de obtener mano de obra calificada.

Las necesidades de mano de obra que se tiene es la directa e indirecta la primera según las características de los artesanos y tipo de producción, pues se cuentan con artesanos completos, medios y el aprendiz.

ESTUDIO TECNICO

Para la mano de obra indirecta se requiere de un Gerente de Administración y Ventas así como un Afanador, por lo que el costo de requerimiento de la mano de obra es como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 15: Requerimiento de mano de obra		
Itañuu, S.N.C.		
(Pesos Constantes)		
PUESTOS	NUMERO	COSTO
Gerente de Administración y Ventas	1	\$ 6, 500.00 mensuales
Auxiliar de Administración y ventas	1	\$ 2 500.00 mensuales
Jefe de producción	1	\$ 1, 300.00 Sueldo fijo \$39.00 p/u sueldo variable
Artesano completo	1 inicialmente	\$39.00 por unidad
Artesano medio	3 medios	\$ 32.00 por unidad
afanador	1	\$1, 950.00 mensuales

Nota: Los sueldos contemplan costos de seguridad social, aguinaldo y prima vacacional.

El personal requerido en primera instancia para la apertura de la empresa es de 23 personas, este puede incrementar según las necesidades de la empresa y el comportamiento de la demanda de la producción de flores de palma.

En el taller se cuenta con 14 artesanos de los cuales se espera que ascenderán 3 cada semestre según sus cualidades y aptitudes durante el taller (tipos de artesanos: artesano completo, artesano medio y artesano aprendiz).

Tipo de distribución	Necesidad de la mano de obra
Posición fija (Aquellos que realizan solo flores rellenas).	Poca especialización, pero requiere gran habilidad.
Distribución por proceso. Hombres en posición fija.	Especialización de tipo proceso; son los artesanos medio.
Producción en cadena.	Especialización por producto y por operación (aquí participan más los aprendices).

3.4.3 Gastos de Administración y Ventas.

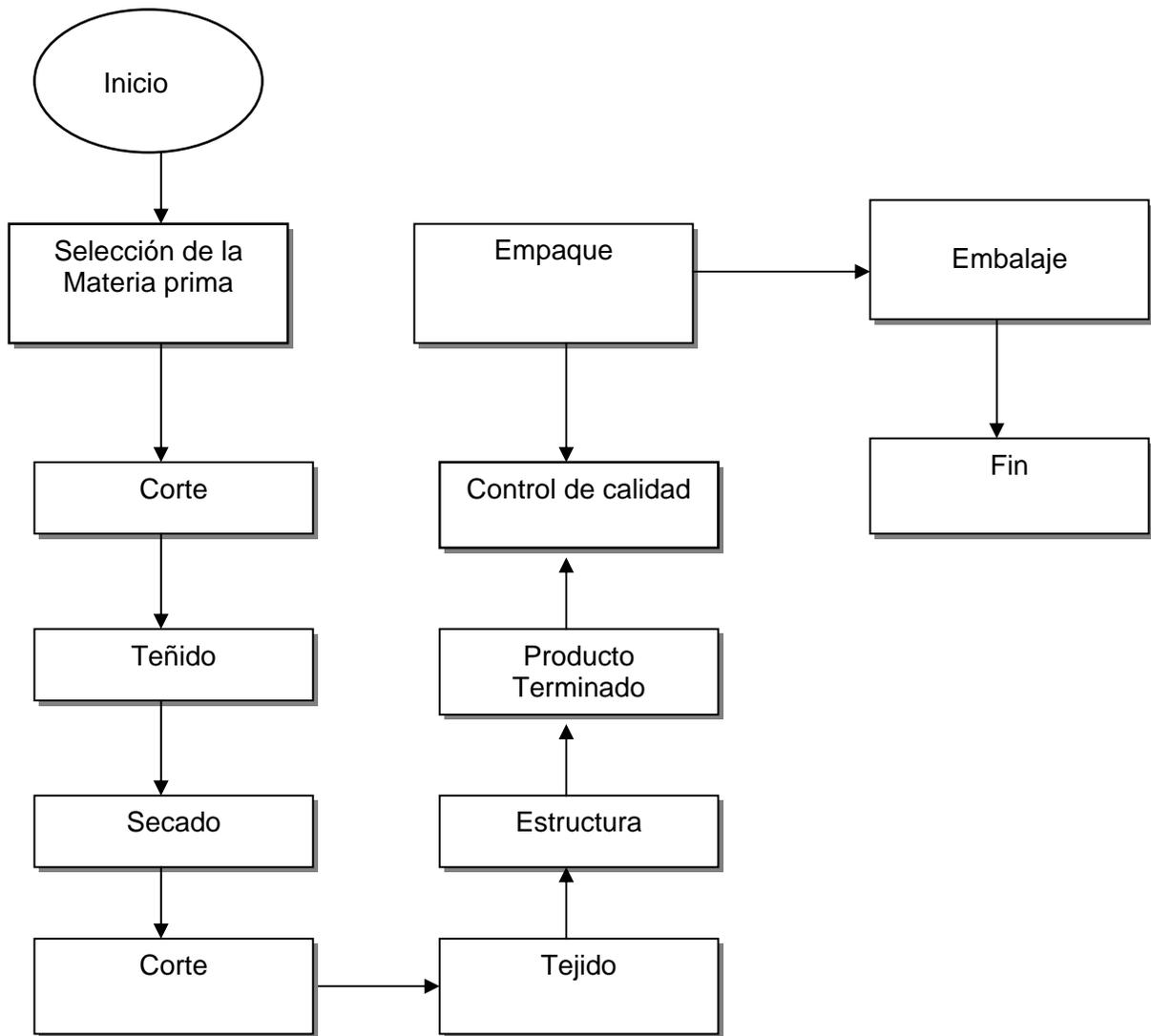
<i>Itañuu S.R.L.</i>		
Requerimiento unitarios (Pesos Constantes)		
Costos variables	Flor rellena	Flor sencilla
Palma	\$ 3.50	\$ 2.00
Mano de obra	39.00	32.50
Empaque	12.00	12.00
Total de variables	\$ 54.50	\$ 46.50

<i>Itañuu S.N.C.</i>	
Gastos de administración y venta (Pesos Constantes) Semestre	
CONCEPTO	TOTAL
Salarios	
Gerente de admón. y venta	\$ 39,000
Auxiliar administrativo	19,500
Intendente	11,700
Otros	
Propaganda	3,000
Viáticos	6,000
Teléfono	3,000
Varios	2,400
Total de gastos de admón. y venta	\$ 84,600

3.4.4 Proceso de producción

- **Recepción de la Materia prima y materiales:** En esta etapa se realiza la recepción de materia prima e insumos de acuerdo a las especificaciones con el proveedor, tomando en cuenta la calidad de los mismos.
- **Selección de la materia prima:** Se selecciona la materia prima de acuerdo a su tamaño y firmeza, para realizar dos grupos, para la elaboración de pétalos, hojas y tallos (materia prima de primera y de segunda).
- **Corte:** Se corta la palma a la par, es decir del mismo largo y el mismo ancho para evitar que se manche al pintarse.
- **Teñido:** Al terminar el corte se procede al teñido, en donde se cuece la palma a fuego lento y se introduce de manera uniforme para evitar una decoloración y obtener el color deseado y con la calidad requerida.
- **Secado:** Una vez que se tiñe la palma, se procede al secado, esto permitirá que el color se escurra sin maltratar o manchar la palma (10 min.)
- **Corte de pétalos, hojas y tallos:** Una vez teñido se procede al corte de pétalos, hojas, y tallos, de acuerdo a las características de la flor a producir.
- **Tejido:** Cuando se tienen los pétalos, hojas y tallos se teje el cocuyo comúnmente llamado por los artesanos o mejor conocido como el polen. Es la etapa mas complicada dentro del proceso de producción, ya que es difícil darle la forma circular al cocuyo, puesto que va tejido y al mismo tiempo se le inserta el alambre recocido para que le dé firmeza a la flor, así como los pétalos y hojas de ser necesario, es decir, de acuerdo a las especificaciones del producto.
- **Estructura:** Una vez terminado el polen y al mismo tiempo la flor, se le colocan las hojas al tallo.
- **Terminado:** Una vez terminada la flor se le da el acabado con un tejido llamado pata de gallo para darle uniformidad al tallo así como afirmar las puntas de las hojas y pétalos.
- **Control de calidad:** Durante el proceso de producción se contempla la calidad.
- **Empaque:** Se coloca el producto terminado en el empaque de acuerdo al tamaño y dimensión de la flor, para así proceder al embalaje.
- **Inspección y embalaje:** Por último se colocan las flores en su empaque o en cajas para ser transportadas.

Diagrama de flujo del proceso de producción de flores de palma



Fuente: Elaboración propia

3.4.5 Programa de Producción

El comportamiento de la producción durante el periodo de prueba (noviembre del 2003 a noviembre del 2004), con la capacidad de mano de obra directa calificada, es decir, 1 artesano completo, 2 artesanos medios y 14 aprendices (taller), con los que se cuenta a la fecha, sin embargo, durante cada mes la capacidad fue utilizada en mayor y menor proporción según las condiciones de venta y demanda del producto en base a la capacidad productiva por lo que en ocasiones en que las ventas incrementaron hasta el 100% se tuvo demanda insatisfecha.

La capacidad productiva por artesano completo es de 114 flores rellenas, mientras que el artesano medio es de 92 sencillas al mes, por lo que la capacidad productiva se comportará como lo muestran las siguientes tablas:

<i>Itañuu S.N.C.</i>								
Tabla 19: Capacidad de producción semestral para el 2005-1								
No.	ARTESANO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
2	Artesano completo	228	228	228	228	228	228	1,368
3	Artesano medio	276	276	276	276	276	276	1,656
5	producción total	504	504	504	504	504	504	3,024

<i>Itañuu S.N.C.</i>								
Tabla 20: Capacidad de producción semestral para el 2005-2								
No.	ARTESANO	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
3	Artesano completo	342	342	342	342	342	342	2,052
4	Artesano medio	368	368	368	368	368	368	2,208
7	Producción total	710	710	710	710	710	710	4,260

<i>Itañuu S.N.C.</i>								
Tabla 21: Capacidad de producción semestral para el 2006-1 en adelante								
No.	ARTESANO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
7	Artesano completo	798	798	798	798	798	798	4,788
8	Artesano medio	736	736	736	736	736	736	4,416
15	Producción total	1534	1534	1534	1534	1534	1534	9,204

ESTUDIO TECNICO

Considerando el taller de artesanos, la capacidad de producción se incrementará para el siguiente trimestre. De esta manera se irá incrementando la capacidad productiva considerando un estándar de 3 artesanos que subirán de nivel; del taller ascenderán a Artesano Medio y medios a completo, cada semestre hasta cubrir la capacidad de mano de obra que se requiere para el crecimiento y expansión de la empresa, para contrarrestar el porcentaje de la demanda insatisfecha, la capacidad de producción se mantendrá constante a partir del tercer semestre.

Con la finalidad de mostrar claramente el comportamiento de la capacidad de producción, se presenta a detalle las fechas importantes en cada mes así como el incremento, disminución o constancia de la misma, según como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 22: Comportamiento de la producción de noviembre de 2003 a octubre de 2004					
No.	MES	FECHA	EVENTO	DESCRIPCION	PORCENTAJE
1	NOVIEMBRE	1,2	Día de muertos	Se mantiene constante	0%
2	DICIEMBRE	24 ,25 y 31	Navidad, Año Nuevo	Incrementan las ventas	100%
3	ENERO	28 al 30	Preventa para el 14 /02	Incrementan las ventas	40%
4	FEBRERO	todo el mes(14)	Día del amor y la amistad	Incrementan las ventas	100%
5	MARZO	21	La Primavera	Se mantiene constante	0%
6	ABRIL	primeras semanas	semana santa	Se mantiene constante	0%
7	MAYO	1, 5, 10, 15	Día de las madres y del maestro	Incrementan las ventas	100%
8	JUNIO	Fin de mes	Eventos Especiales y Clausuras	Incrementan las ventas	80%
9	JULIO	Primeros días del mes	Clausuras, Fiestas Sociales	Incrementan las ventas	60%
10	AGOSTO	primeras semanas	Clausuras, Fiestas Sociales	Se mantiene constante	0%
11	SEPTIEMBRE	10/15/16	Fiestas Patrias	Incrementan las ventas	40%
12	OCTUBRE	30,31	Día de muertos	Se mantiene constante	0%
13	NOVIEMBRE	1,2	Día de muertos	Se mantiene constante	0%
14	DICIEMBRE	24 ,25 y 31	Navidad, Año Nuevo	Incrementan las ventas	100%

3.5. Diagrama de inversión

Tabla 23: Diagrama de inversión				
<i>Itañuu S.N.C</i>				
Cronograma de inversión				
<i>(pesos constantes)</i>				
Inversión	periodo preoperativo por quincena			
	(quincena)			
	1	2	3	4
<i>Inversión fija</i>				
Equipo				
Herramienta				
Equipo de Oficina				
Equipo de Computo				
<i>Inversión diferida</i>				
Constitución jurídica				
Gastos preoperativos				
Acondicionamiento de la nave				
<i>Capital de trabajo</i>				
Materia prima e insumos				

3.6 Conclusiones

Una vez analizado cada uno de los elementos que integran el estudio técnico para el proyecto se concluye:

La falta de empleo en la comunidad favorece el desarrollo del proyecto

La localización del local que se propone para el proyecto es la adecuada a los requerimientos del proceso productivo.

Las instalaciones que se proponen mejorarán las condiciones de producción de las flores de palma.

Para evitar problemas de deforestación la palma será adquirida en Tuxtepec, Salina Cruz y Río Grande en Oaxaca.

Se hace necesario la apertura de un taller permanente, donde la población aprenda a elaborar flores de palma

Las herramientas propuestas para substituir a las herramientas tradicionales tuvieron aceptación por los artesanos. Por lo que se considera viable la ingeniería del proyecto para la puesta en marcha.

La ubicación de la distribución de la planta que se propone, es adecuada, porque contempla todos los elementos para la producción y comercialización del producto.

Existe cercanía y comunicación con los proveedores de materia prima se encuentran cerca de la región y el municipio.

Se cuenta con la disponibilidad de mano de obra para el crecimiento y/o expansión del proyecto, puesto que la mayoría de la población maneja la palma con facilidad.

El diseño y la distribución, permitirán al artesano localizar y ubicar las diferentes áreas y proceso de producción dentro de la empresa.

La población cuenta con canales de comunicación adecuados, además de encontrarse a una hora de la ciudad de Huajuapán de León y al municipio de Juxtlahuaca.

En caso de crecimiento o expansión del proyecto, se cuenta con los espacios necesarios para proceder a mencionado crecimiento.

Como se puede observar no hay obstáculos técnicos para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, puesto que se contemplan todas las vertientes posibles para lograr la puesta en marcha y el crecimiento de la misma.

La capacidad de producción o la capacidad de mano de obra se está previniendo debido al impacto social y el crecimiento de las ventas, estableciendo un taller que le permita al artesano mejorar su calidad en la elaboración de flores de palma y transmitir a otras personas que desconocen de este proceso y estén interesados en formar parte de la organización.

Se prevé que ascenderán 3 artesanos medios a artesano completo y artesanos aprendices a artesano medio cada semestre para incrementar la producción. Este ciclo se mantendrá hasta el cuarto semestre. Considerando que existe el riesgo de que se salgan 5 y al mismo tiempo ingrese el mismo número de artesanos.

CAPITULO 4
ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1 Objetivo

Objetivo general

Determinar si el proyecto es factible desde el punto de vista organizacional

Objetivo específico

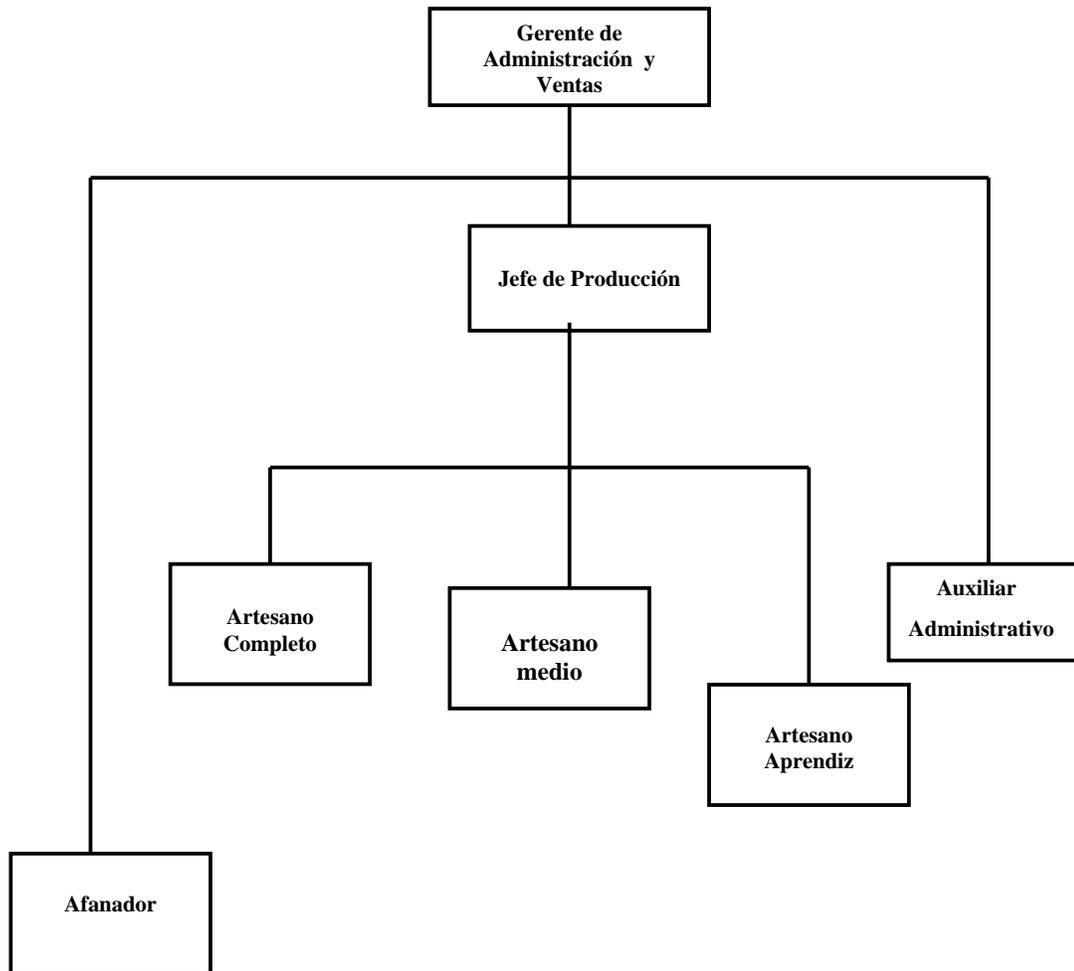
- Determinar la estructura adecuada para el buen funcionamiento de la empresa
- Determinar la normatividad aplicable
- Determinar el tipo de personalidad jurídica que más convenga

4.2 Estructura de la organización

La finalidad de la estructura organizacional es poner en orden todos los esfuerzos; esto permitirá definir la estructura y las actividades que deberán realizarse de manera conjunta y coordinada para quien deba desempeñarlas. La organización permite crear y mantener en armonía los recursos que tiene la empresa, indicando en dónde, cómo y cuándo se utilizarán así como las actividades específicas para poder utilizarlos de manera conjunta y óptima, para evitar que exista el mínimo de equivocaciones y confusiones respecto a las funciones de cada uno de los miembros de la empresa.

4.2.1 Organigrama

Itañuu presenta la siguiente estructura organizacional que le permitirá operar eficientemente.



La topología organizacional que se determinó fue lineal-funcional, la autoridad y responsabilidad que se trasmite es lineal-militar, las actividades dentro de la estructura serán multi-funcional independientemente de las actividades que les corresponden a cada puesto dentro de la empresa, el Gerente de Administración y Ventas podrá destinar otras actividades a cada una de ellas, según sean las necesidades del puesto.

4.2 Descripción de funciones

Puesto: Gerente de Administración y ventas

Jefe inmediato: Asamblea de Socios

Departamento: Administración y ventas

Escolaridad: Lic. en Ciencias Empresariales, Lic. en Administración de Empresas, Contador Público y demás carreras afines a la administración de empresas.

Objetivo: Organizar de manera idónea los recursos materiales humanos y técnicos dentro de la sociedad.

Funciones

- Representar legalmente a la sociedad ante los proveedores y clientes
- Planear, organizar y controlar los recursos humanos de la empresa
- Definir las estrategias para lograr las metas y objetivos planteados
- Vigilar que se lleven a cabo las metas y objetivos establecidos previamente
- Reclutar, seleccionar y contratar personal
- Inducir al personal hacia la empresa
- Impulsar el trabajo en equipo dentro de la organización
- Programar la capacitación del personal del área de producción
- Evaluar el resultado de cada uno de los integrantes de la empresa
- Promover las ventas
- Manejar la publicidad y promoción de los productos
- Llevar a cabo la planeación y control de producción.

Perfil del Puesto

Se requiere a una persona con estudios de Licenciatura en Ciencias Empresariales, Lic. en Administración de empresas, Contador Público y demás carreras afines a la administración de empresas; con conocimientos de computación: Windows, Microsoft Office y paquetes básicos de sistemas de contabilidad. Capacidad de análisis, detección y solución de problemas, así como la habilidad de comunicación, relaciones públicas, liderazgo, capacidad en la toma de decisiones, dirección de equipos de trabajo y compromiso con la empresa.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Puesto: **Auxiliar Administrativo**

Jefe inmediato: Gerente de Administración y Ventas

Departamento: Administración y ventas

Escolaridad: Secretaria Ejecutiva

Objetivo: Organizar de manera idónea los recursos materiales humanos y técnicos dentro de la sociedad.

Funciones

- Planear, organizar y controlar los recursos materiales
- Llevar la contabilidad y administración de la empresa
- Auxiliar en la capacitación del personal del área de producción
- Archivar la documentación generada por la empresa
- Organizar adecuadamente los requerimientos de compra y venta
- Llevar el control de la caja
- Elaborar pólizas
- Atender las llamadas telefónicas y operaciones de mensajería
- Efectuar las compras de las materias primas e insumos
- Llevar a cabo la planeación y control de producción.

Perfil del Puesto

Se requiere a una persona con conocimientos básicos de computación y sistemas de control, pólizas y l habilidad de comunicación.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Puesto: **Afanador**

Jefe inmediato: Gerente de Administración y ventas

Departamento: staff

Escolaridad: Mínimo Primaria

Objetivo: Mantener en buenas condiciones higiénicas las áreas de la empresa y en armonía con el medio ambiente.

Funciones:

- Limpiar los muebles y herramientas que se tienen en cada área de la empresa
- Barrer y trapear cada uno de los espacios de la empresa
- Mantener en buenas condiciones el área de producción
- Atender las órdenes del jefe de producción.

Perfil del Puesto:

Para este puesto se requiere de una persona con estudios mínimos de primaria

Puesto: Jefe de Producción

Jefe inmediato: Gerente de Administración y Ventas

Departamento: Administración y Ventas

Escolaridad: Primaria

Objetivos: Lograr que la producción sea continua para realizar productos de calidad.

Funciones:

- Determinar metas a corto y largo plazo en la producción

- Planear y programar la producción

- Evaluar la producción

- Fijar normas de calidad en la producción

- Coordinar con el gerente de administración y ventas para definir el tipo y cantidad adecuada de materia prima y materiales a utilizar en la producción.

- Supervisar la Producción.

- Realizar informes sobre el avance semanal de la producción, e informar al Gerente de Administración y Ventas.

- Impulsar el trabajo en equipo y motivar al personal de su área

- Controlar la calidad de los productos

- Impartir cursos de capacitación

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

- Elaborar flores y trabajos especializados
- Crear nuevos modelos de flores de palma
- Mantener en funcionamiento cada una de las áreas y etapas del proceso productivo
- Otras que autorice el Gerente de Administración y Ventas.

Perfil del Puesto

Para este puesto se requiere de una persona con estudios mínimos de primaria que la persona conozca de forma intrínseca al producto así como la identificación plena con los principios de la empresa, que sea capaz de motivar y desarrollar nuevas ideas de productos, procesos. Y sobre todo que cuente con aspiraciones de crecimiento en equipo.

Puesto: **Artesano Completo**

Jefe inmediato: Jefe de Producción

Departamento: Producción

Escolaridad: Mínimo Primaria

Objetivo: Elaborar flores de palma que sean competitivas en el mercado, de manera que mantengan su calidad y un aspecto atractivo e intacto a la vista del consumidor final.

Funciones

- Seleccionar la palma por tamaños
- Proponer diseños que permitan diversificar el catálogo de los productos existentes
- Cortar y teñir la palma
- Elaborar flores de palma
- Proponer nuevos modelos
- Limpiar su área de trabajo
- Otras que delegue su jefe inmediato

Perfil del Puesto

Para este puesto se requiere de una persona con estudios mínimos de primaria con habilidades especiales en el conocimiento y manejo de palma, así como con creatividad sin límites para proponer e innovar nuevas formas y procesos de producción.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Puesto: **Artesano Medio**

Jefe inmediato: Jefe de producción

Departamento: Producción

Escolaridad: Mínimo Primaria

Objetivo: Adquirir los conocimientos necesarios del proceso de producción de flores de palma.

Funciones:

- Mantener el interés en cada uno de las etapas del proceso de producción.
- Cumplir con los cursos impartidos por el artesano completo
- Mantener en buenas condiciones u área de producción
- Apoyar en el proceso de producción cuando se requiera
- Atender las órdenes del jefe de producción.

Perfil del Puesto:

Para este puesto se requiere de una persona con estudios mínimos de primaria

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Puesto: **Artesano Aprendiz**

Jefe inmediato: Jefe de producción

Departamento: Producción

Escolaridad: Primaria

Objetivo: Adquirir los conocimientos necesarios del proceso de producción de flores de palma.

Funciones:

- Tener el interés y la dedicación en cada uno de las etapas del proceso de producción
- Cumplir con el curso impartido por el artesano completo
- Mantener en buenas condiciones se área de producción
- Apoyar en el proceso de producción cuando se requiera
- Atender las órdenes del jefe de producción
- Identificarse con las organización y el trabajo en equipo

Perfil del Puesto:

Para este puesto se requiere de una persona con estudios mínimos de primaria

4.3 Análisis del entorno del proyecto

Otro de los aspectos a considerar para entender la concepción o conocimiento de la empresa es determinar las propuestas que permitan garantizar las fortalezas y minimizar las debilidades en el entorno interior, así como las oportunidades y amenazas del ámbito externo.

Análisis FODA

Las Fortalezas y Debilidades internas de la empresa, así como, las Oportunidades y Amenazas externas que enfrenta son:

FORTALEZAS

- Productos con diseños y colores atractivos y originales
- Técnica tradicional inigualable
- Variedad de productos
- Excelente calidad en la materia prima e insumos
- Tejido y estructura 100% definidos
- Costos mínimos en materia prima
- Conciencia social y ecológica
- Personal altamente motivado

OPORTUNIDADES

- Apertura de mercado al adquirir artículos de origen tradicional que realce la participación del artesano en la elaboración de flores de palma
- Proporcionar una alternativa más de lujo y decoración
- Crecimiento continuo del mercado interesado en productos de palma
- No existe a la fecha producto alguno que iguale las características de las flores de palma.
- Se cuenta con la materia prima necesaria para producir y satisfacer las necesidades del mercado
- Actualmente, los gobiernos federal y estatal están desarrollando programas que apoyan a la producción y comercialización de productos de palma.

DEBILIDADES

- Escasos recursos financieros
- Costos altos en el empaque
- La empresa no está legalmente constituida
- Costos altos en administración

AMENAZAS

- Escasa mano de obra especializada
- Competencia sostenida de precios en el sector afectaría los márgenes
- Apertura de empresas dedicadas a la artesanía y en especial a artículos de palma

Las fortalezas son mucho más sólidas esto permitirá tomar ventaja de las oportunidades en el mercado: al utilizar la técnica e innovación en los productos y la calidad de la materia prima.

Se Contrarrestarán las debilidades y amenazas: mediante la utilización de medios de comercialización eficientes que permitan llegar a acuerdos con organizaciones públicas y privadas que respalden la calidad de los productos, proveer la mano de obra especializada por medio del establecimiento de la escuela-taller que se tiene para no perder la producción de la demanda creada.

4.4 Propuestas de un plan estratégico

Filosofía

En Itañuu S.N.C. se busca la integridad y mejora continua de cada uno de los elementos humanos y materiales de la empresa con la finalidad de ser lo más productiva y ofrecer productos de alta calidad, así como la armonía con el medio ambiente que la rodea.

Visión

Elaborar y comercializar flores de palma con diseños creativos e propios e innovadores para lograr satisfacer los requerimientos de los clientes del mercado local y nacional, preservando los valores de la cultura regional con responsabilidad social.

Misión

Consolidarnos como empresa líder en la elaboración y comercialización de flores de palma con presencia en el mercado local y nacional desarrollando estrategias adecuadas y mejorando la calidad de vida de los artesanos de San Agustín Atenango, Oax.

Valores

Respeto: Nuestra empresa fomentará, fortalecerá y conservará nuestras tradiciones

Fortaleza: Ante cualquier adversidad nuestra empresa buscará enseñanza y aprendizaje

Creatividad: La búsqueda de la reproducción fiel de la flora en forma y color.

Calidad: Nuestros productos serán siempre elaborados con materia prima de primera calidad y con la diligencia pertinente.

Integración: Ser parte de un equipo de trabajo que nos permita crecer juntos de manera integral.

Compromiso: Convivencia con la comunidad en armonía con la ecología.

Servicio: Disponibilidad permanente de actitud para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, empleados y proveedores.

4.5 Objetivos de la empresa

Objetivo General

La empresa Itañuu tiene como objetivo general mejorar el nivel de vida de los artesanos de San Agustín Atenango, Oax., a través de la elaboración y comercialización de flores de palma.

Objetivos Específicos

- Producir y comercializar flores de palma de la más alta calidad, cumpliendo con los requisitos específicos de los clientes y a precios competitivos
- Impulsar de manera continua las innovaciones técnicas para ofrecer productos innovadores al cliente
- Abrir nuevos mercados para colocar los productos y al mismo tiempo incrementar las ventas
- Formar un equipo de trabajo que permita lograr el máximo rendimiento de los recursos naturales, materiales y humanos para el desarrollo y crecimiento de todos en la empresa
- Promover la preservación del medio ambiente, principalmente de la materia prima

4.6 Estrategias

- Destinar eficientemente los recursos a la inversión de producción
- Mejorar continuamente los procesos productivos

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

- Establecer metas reales y alcanzables en la producción
- Capacitar al personal de manera conjunta dentro de la empresa
- Adquirir la materia prima e insumos necesarios para la producción de flores de palma
- Mantener una buena relación y comunicación con el capital humano y los clientes de la empresa con la finalidad de conocer a bien sus expectativas
- Aprovechar las oportunidades que se presenten en el mercado cautivo
- Realizar la publicidad y promoción en el momento oportuno y utilizando los medios adecuados.

4.7 Políticas de calidad

- Ser consistentes y estar siempre a la vanguardia con diseños creativos
- Motivar a los artesanos para que tengan siempre la visión de mejorar siempre su calidad de vida
- Elaborar proyectos en conjunto en la creación de nuevos diseños de productos
- Optimizar costos de producción para ofrecer al cliente precios competitivos
- Mantener la calidad en la producción y comercialización del producto.

4.8 Capacitación de personal

- Curso de inducción a la empresa: Este se impartirá al inicio de la empresa
- Curso de la importancia de la calidad en los productos: este se impartirá dos veces por año.
- Taller permanente para la elaboración de flores de palma

4.9 Marco legal

MARCO JURIDICO PARA LA PUESTA EN MARCHA

Las leyes que regularán el funcionamiento de la empresa son las siguientes:

Código de Comercio:

Establece y regula todas las actividades relacionadas con el comercio.

Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM)

Define los tipos de sociedades mercantiles que pueden existir a la fecha. Esta les permitirá establecer los derechos y obligaciones para cada tipo de empresa.

Ley Federal de Protección al Consumidor

Esta tiene como finalidad promover y proteger los derechos del consumidor y al mismo tiempo el equilibrio entre los proveedores y consumidores.

Ley del Impuesto Sobre la Renta

Establece y regula todos los diferentes aspectos fiscales que pueden afectar a una empresa; como la depreciación, amortización e impuestos que corresponden pagar a la organización, como contribuyente y como retenedor.

Ley del Impuesto al Valor Agregado

Determina los lineamientos que se deben seguir para que las empresas cobren y paguen el impuesto correspondiente.

Código Fiscal de la Federación

Regula a las personas físicas y morales obligadas a contribuir el gasto público.

Ley del Sistema de Ahorro para el Retiro

Permite a la empresa establecer los lineamientos para que junto con sus trabajadores, efectúen las aportaciones en dinero con la finalidad de generar un fondo de ahorro que beneficie a los trabajadores para su retiro.

Ley Federal del Trabajo

Determina las relaciones obrero-patronales: contratos, salarios, horarios y los derechos y obligaciones de ambas partes.

Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente

Esta ley tiene como finalidad la preservación, conservación y reestructuración del equilibrio ecológico de la sociedad.

4.10 Figura jurídica de la empresa**Sociedad en Nombre Colectivo****Definición:**

Es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales (Art.25 LGSM).

Características:

- Existe bajo una razón social
- Está compuesta por un número pequeño de socios
- El deber de lealtad es para todos los socios
- El informe de operaciones es semestral
- La pérdida de las dos terceras partes del capital no es causa de disolución.
- Existen fines de lucro

RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS**Subsidiaria:**

Si el capital social de la sociedad no es suficiente para cubrir la deuda, los acreedores pueden exigir a cada uno de los socios el pago de la deuda

Ilimitada:

Los socios responden con todo su patrimonio por las deudas sociales, es decir, que los acreedores pueden exigirle a cualquiera de ellos la totalidad de la deuda.

Solidaria

Los acreedores sociales pueden exigir de cada socio el cumplimiento íntegro de las obligaciones de la sociedad, sin que la deuda se divida entre todos los obligados a su pago, pues la ley declara el carácter solidario de la obligación de los socios.

Capital social

El capital de la sociedad en nombre colectivo va estar integrado por las aportaciones de los socios “capitalistas.”

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS COLECTIVOS

Contravención

La sociedad podrá excluir al infractor, privándolo de los beneficios que le corresponden en ella y exigirle el importe de los daños y perjuicios

Formar el capital social con sus aportaciones

El capital social estará conformado por las aportaciones de los socios para poner la puesta en marcha.

Obligación de lealtad

Los socios, ni por cuenta propia ni ajena, podrán dedicarse a negocios del mismo género de los que constituyen el objeto de la sociedad, ni formar parte de sociedades que los realicen, salvo el consentimiento de los demás socios.

No se permite la cesión de derechos:

Los socios no pueden ceder los derechos en la sociedad sin el consentimiento de todos los demás, a menos que el contrato social disponga que sea suficiente el consentimiento de la mayoría.

Admisión de nuevos socios:

Se requiere el consentimiento unánime de los socios que forman la sociedad, a no ser que en el contrato social se disponga que sea suficiente el consentimiento de la mayoría.

Modificación del contrato social:

Este no podrá modificarse si no por consentimiento unánime de los socios, a menos que en el mismo se pacte que pueda acordarse la modificación por la mayoría de ellos. En este caso la minoría tendrá el derecho de separarse de la sociedad. (Art. 34 LGSM).

Administración

Estará a cargo del Gerente de Administración y Ventas quien podrá ser socio de la sociedad. El nombramiento se hará por la mayoría de votos de los socios; de igual forma se procederá su remuneración (Art. 40 LGSM)

Solo podrán gravar o enajenar bienes inmuebles de la sociedad con el consentimiento de la mayoría de los socios; puede bajo su responsabilidad otorgar poderes para la gestión de determinados negocios sociales.

El Gerente de Administración y ventas deberá rendir semestralmente, si no hubiere pacto al respecto, formular los estados financieros que se requiera para el buen funcionamiento de la misma.

Los socios no administradores tienen el derecho de examinar el estado de la administración, la contabilidad y demás papeles de la sociedad, pudiendo hacer las reclamaciones que estimen pertinentes.

Disolución de la sociedad

- Por separación voluntaria
- Por muerte de alguno de los socios

4.11 Conclusiones

La estructura de la organización definida para este proyecto es de tipo línea-funcional por considerarse que es una de las más claras y sencillas, pues se contempla una disciplina laboral y se evita la evasión de responsabilidades.

Se realizó un análisis detallado del entorno del proyecto, en donde se determinó que existen más fortalezas que debilidades por lo que cuenta con mejores oportunidades que amenazas, esto favorece la puesta en marcha de este proyecto.

Para este proyecto, se requiere que la empresa se constituya bajo la personalidad jurídica de una Sociedad en Nombre Colectivo, porque es la que más se inclina hacia el logro de los objetivos planteados dentro de la empresa.

Con este tipo de organización se podrán realizar modificaciones en un futuro si la empresa y el crecimiento de la misma lo requieren.

Por último se realizó una propuesta de plan estratégico encunanto a las ventas, al producto, al empaque y al sistema de calidad, que permitirá a la empresa en su conjunto para el logro de las metas trazados y por consiguiente los objetivos planteados para este proyecto.

**CAPITULO 5
ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACION FINANCIERA**

5.1 Objetivo

Objetivo general

Determinar la viabilidad económica- financiera de la producción y venta de flores de palma.

Objetivo específicos

- Cuantificar la inversión en activo fijo, diferido y capital de trabajo
- Determinar la forma de financiamiento
- Determinar los ingresos y egresos que se generarán
- Realizar la evaluación económica financiera mediante las técnicas de V.A.N., T.I.R., P.R.I. y escenarios.

5.2 Presupuesto de inversión inicial

La inversión inicial requerida para la realización de este proyecto es de \$ 257, 000. 00, del cual 54% se utilizará para el acondicionamiento de la nave, el 40 % para la adquisición de activo fijo, el 4% para el pago de los activos diferidos y el 2% será destinado para la adquisición de materia prima e insumos.

Tabla 24: Presupuesto de Inversión Inicial				
Itañuu S.N.C.				
Presupuesto de Inversión Inicial				
(Pesos Constantes)				
Concepto	Importe	I.V.A.	TOTAL	%
<i>Inversión fija</i>				
Equipo	\$ 35,960	\$ 5,394	\$ 41,354	16%
Herramienta	18,590	2,789	21,379	8%
Equipo de oficina	19,400	2,910	22,310	9%
Equipo de cómputo	15,000	2,250	17,250	7%
Subtotal	88,950	13,343	102,293	40%
<i>Inversión diferida</i>				
Constitución jurídica	4,500	675	5,175	2%
Gastos preoperativos	5,500	825	6,325	2%
Acondicionamiento de la nave	120,000	18,000	138,000	54%
Subtotal	130,000	19,500	149,500	58%
<i>Capital de trabajo</i>				
Materia prima e insumos	5,207		5,207	2%
Subtotal	5,207	-	5,207	2%
<i>Inversión inicial total</i>	\$ 224,157	\$ 32,843	\$ 257,000	100%

En la adquisición de activo fijo se consideró un posible incremento del 10% en los precios.

5.3 Cronograma de inversión:

Tabla 25: Cronograma de inversión					
<i>Itañuu S.N.C</i>					
<i>Cronograma de inversión (pesos constantes)</i>					
Inversión	periodo preoperativo por quincena				total
	quincena				
	1	2	3	4	
<i>Inversión fija</i>					
Equipo	\$41,354.00				
Herramienta	21,379				
Equipo de oficina				\$ 22,310	
Equipo de cómputo				17,250	
					\$ 102,293
<i>Inversión diferida</i>					
Constitución jurídica		\$ 5,175			
Gastos preoperativos	6,325				
Acondicionamiento de la nave	138,000				
					149,500
<i>Capital de trabajo</i>					
Materia prima e insumos	5,207				5,207
<i>Inversión inicial total</i>	\$212,265	\$5,175	\$0	\$39 560	\$257,000

5.4 Estructura financiera

El capital social se conformará por las aportaciones de 20 socios, las cuales se efectuarán de la siguiente forma:

Tabla 26: Estructura Financiera		
<i>Itañuu, S.N.C.</i>		
<i>Estructura financiera (Pesos Constantes)</i>		
Numero de Socios	Aportación Social	Total
13	\$ 12, 500	\$ 162, 500
7	\$ 13, 500	\$ 94, 500
20		\$ 257, 000

5.5 Presupuesto de ingresos

Para la elaboración del presupuesto de ingresos, se consideraron los resultados obtenidos en el estudio de mercado, como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla: 27: Presupuesto de ingresos				
<i>Itañuu S.N.C.</i>				
<i>Presupuesto de ingresos</i>				
<i>(Pesos Constantes)</i>				
Concepto	Semestre1	Semestre2	Semestre3	Semestre4
<i>Flor rellena</i>				
Cantidad	1,368	2,052	4,788	4,788
Precio	104	104	104	104
Subtotal	142,272	213,408	497,952	497,952
<i>Flor sencilla</i>				
Cantidad	1,656	2,208	4,416	4,416
Precio	91	91	91	91
Subtotal	150,696	200,928	401,856	401,856
<i>Total</i>	292,968	414,336	899,808	899,808

* A partir del tercer semestre se mantiene constante la producción.

5.6 Presupuesto de egresos

En el presupuesto de egresos se enumeran las erogaciones requeridas para poder realizar las actividades de producción y operativas normales de la empresa

Tabla 28: Presupuesto de costo de ventas				
Itañuu S.N.C.				
Presupuesto de costo de ventas				
(Pesos Constantes)				
Concepto	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Gastos variables				
Flor Rellena				
Palma	4,788	7,182	16,758	16,758
Mano de obra	53,352	80,028	186,732	186,732
Empaque y embalaje	16,416	24,624	57,456	57,456
Subtotal	74,556	111,834	260,946	260,946
Flor sencilla				
Palma	3,312	4,416	8,832	8,832
Mano de obra	53,820	71,760	143,520	143,520
Empaque y embalaje	19,872	26,496	52,992	52,992
Subtotal	77,004	102,672	205,344	205,344
Total de costos variables	151,560	214,506	466,290	466,290
Gasto fijos				
Materiales indirectos	16,008	16,008	16,008	16,008
Mano de obra indirecta	7,800	7,800	7,800	7,800
Depreciación	1,839	1,839	1,839	1,839
Varios	600	600	600	600
Total de costos fijos	26,247	26,247	26,247	26,247
Total de costos de producción	177,807	240,753	492,537	492,537
Itañuu S.N.C.				
Presupuesto de gastos de ventas y administración				
(Pesos Constantes)				
Concepto	Semestre1	Semestre2	Semestre3	Semestre4
Gastos de venta y admón.				
Sueldos y salarios	50,700	50,700	50,700	50,700
Depreciación y amortización	17,220	17,220	17,220	17,220
Propaganda	3,000	3,000	3,000	3,000
Viáticos	6,000	6,000	6,000	6,000
Teléfono	3,000	3,000	3,000	3,000
Varios	2,400	2,400	2,400	2,400
Total de gastos de venta y admón.	82,320	82,320	82,320	82,320
Costos Totales	260,127	378,063	681,957	693,851

5.7 Depreciación y amortización

Tabla 29: Depreciación de activo fijo							
Itañuu S.N.C.							
Depreciación activo fijo (Pesos Constantes)							
Concepto	Inversión	%	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Valor residual
Equipo	35,285	10%	1,764	1,764	1,764	1,764	28,228
Cubos de aluminio	675	33%	112	112	112	112	225
Herramienta *1	18,590						18,590
Equipo de oficina	19,400	10%	970	970	970	970	15,520
Equipo de computo	15,000	30%	2,250	2,250	2,250	2,250	6,000
Total de depreciación	88,950		5,097	5,097	5,097	5,097	68,563
Depreciación Acumulada			5,097	10,193	15,290	20,387	68,563
a) *1 Se maneja la depreciación por la técnica de reposición que indica el Boletín C-6 emitido por el I.M.C.P. Método de fondo fijo. Las compras originales se cargan a la cuenta de herramientas. Las reposiciones se cargan a los gastos directamente. El saldo de la cuenta representa en forma aproximada la inversión permanente en herramienta.							

Tabla 30: Amortización de activo fijo							
Amortización activo fijo (Pesos Constantes)							
Concepto	Inversión	%	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Valor de rescate
Constitución jurídica	4,500	0	900	900	900	900	4,500
Gastos preoperativos	5,500	0	1,100	1,100	1,100	1,100	5,500
Acondicionamiento de la nave	120,000	0	12,000	12,000	12,000	12,000	120,000
Total de Amortización	130,000		14,000	14,000	14,000	14,000	10,000

5.8 Estados financieros presupuestados

Tabla 31: Balance General Presupuestado				
<i>Itañuu S.N.C.</i>				
Balance General Presupuestado				
(Pesos Constantes)				
Concepto	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Activo Circulante				
Bancos	\$ 66,192	\$ 126,890	\$ 323,126	\$ 519,363
Total activo circulante	\$ 66,192	\$ 126,890	\$ 323,126	\$ 519,363
Activo fijo				
Maquinaria	\$ 35,960	\$ 35,960	\$ 35,960	\$ 35,960
Herramienta	\$ 18,590	\$ 18,590	\$ 18,590	\$ 18,590
Equipo de oficina	\$ 19,400	\$ 19,400	\$ 19,400	\$ 19,400
Equipo de computo	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000
Depreciación	-\$ 5,097	-\$ 10,193	-\$ 15,290	-\$ 20,387
Total activo fijo	\$ 83,853	\$ 78,757	\$ 73,660	\$ 68,563
Activo diferido				
Constitución jurídica	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500
Gastos preoperativos	\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 5,500
Acondicionamiento de la nave	\$ 120,000	\$ 120,000	\$ 120,000	\$ 120,000
Amortización	-\$ 14,000	-\$ 28,000	-\$ 42,000	-\$ 56,000
Total activo diferido	\$ 116,000	\$ 102,000	\$ 88,000	\$ 74,000
TOTAL ACTIVO	\$ 266,046	\$ 307,646	\$ 484,786	\$ 661,926
Pasivo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital				
Capital social	\$ 257,000	\$ 257,000	\$ 257,000	\$ 257,000
Utilidad de ejercicios anteriores			\$ 50,647	\$ 50,647
Utilidad del ejercicio	\$ 9,046	\$ 50,647	\$ 177,140	\$ 354,279
Total capital	\$ 266,046	\$ 307,646	\$ 484,786	\$ 661,926
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	\$ 266,046	\$ 307,646	\$ 484,786	\$ 661,926

Tabla 32: Balance de Resultados Presupuestado				
<i>Itañuu S.N.C.</i>				
<i>Estado de Resultados Presupuestado</i>				
Concepto	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Ventas	\$ 292,968	\$ 414,336	\$ 899,808	\$ 899,808
Costo de ventas	\$ 177,845	\$ 240,791	\$ 492,575	\$ 492,575
Utilidad bruta	\$ 115,123	\$ 173,545	\$ 407,233	\$ 407,233
Gastos de administración	\$ 101,820	\$ 101,820	\$ 101,820	\$ 101,820
Utilidad de neta	\$ 13,303	\$ 71,725	\$ 305,413	\$ 305,413
ISR 32%	\$ 4,257	\$ 22,952	\$ 97,732	\$ 97,732
PTU 10%	\$ -	\$ 7,173	\$ 30,541	\$ 30,541
Utilidad para los socios	\$ 9,046	\$ 41,601	\$ 177,140	\$ 177,140

El estado de resultados muestra las operaciones realizadas en el semestre correspondiente, no se acumulo por año para facilitar su análisis.

Tabla 33: Estado de cambios en la situación financiera en base a efectivo				
<i>Itañuu S.N.C.</i>				
<i>Estado de cambios en la situación financiera en base a efectivo</i>				
<i>(Pesos Constantes)</i>				
Concepto	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Ingresos generados o (aplicados) por la operación				
Utilidad neta	9,046	41,601	177,140	177,140
(+) Depreciación	5,097	5,097	5,097	5,097
(+) Amortización	14,000	14,000	14,000	14,000
Flujo de efectivo generado o (aplicados) por la operación	28,143	60,697	196,236	196,236
Ingresos generados o (aplicados) en inversiones				
Inversión fija	-			
Inversión diferida	88,950			
Flujo de efectivo generado o (aplicados) en inversiones	218,950	-	-	-
Ingresos generados o (aplicados) por financiamientos				
Aportación social	257,000			
Flujo de efectivo generado o (aplicados) en inversiones	257,000	-	-	-
Flujo neto de efectivo	66,192	60,697	196,236	196,236
Saldo en Bancos	66,192	126,890	323,126	519,363

5.9 Evaluación Económica

El estudio de la evaluación económica y financiera es la parte final de todos la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto.

Este análisis permitirá determinar de manera más efectiva la rentabilidad del proyecto, fortaleciendo y respaldando cada uno de los estudios realizados (Estudio de Mercado, Técnico, Organizacional, Económico y financiero).

En este apartado se toma en cuenta el valor del dinero en el transcurso del tiempo, para lo cual se aplica las técnicas de V.A.N., T.I.R, P.R.I. y escenarios, utilizando un costo de capital del 10% (8% de tasa de rendimiento de Banco Azteca más el 2% de prima al riesgo)

Tabla 34: Evaluación Económica Financiera			
<i>Itañuu S.N.C.</i>			
<i>Evaluación económica financiera</i>			
<i>(Pesos Constantes)</i>			
Semestre	Flujos netos de efectivo	Flujo descontados	Flujos acumulados
	-\$ 257,000		
1	\$ 66,192	\$ 63,040	\$ 63,040
2	\$ 60,697	\$ 55,054	\$ 118,095
3	\$ 196,236	\$ 169,516	\$ 287,611
4	\$ 196,236	\$ 161,444	\$ 449,055

Inversión inicial	\$ 257,000
VAN	\$ 192,056
Costo de capital(tasa anual)	10.00%
TIR(tasa anual)	55.43%
Periodo de Recuperación	16 meses

Con una inversión inicial de \$257 000.00 se obtiene una VAN de \$ 192, 056 con un costo de capital del 10%, generando una TIR del 55.43%, con un periodo de recuperación de 16 meses.

Escenarios

Tabla 35: Escenarios			
<i>Itañuu S.N.C.</i>			
<i>Evaluación económica financiera</i>			
<i>(Pesos Constantes)</i>			
concepto	escenario pesimista	escenario medio	escenario optimista
Inversión Inicial	\$ 257,000	\$ 257,000	\$257,000
VAN	\$ 129,979	\$192,056	\$254,146
Costo de Capital	10.00%	10.00%	10.00%
TIR	41.90%	55.43%	68.20%
Periodo de Recuperación	18 meses	16 meses	17 meses

El proyecto no es sensible a una variación en el volumen de ventas, su mercado es muy vasto; su sensibilidad radica en la capacidad de producción.

Para la elaboración del escenario pesimista se considera una disminución en la capacidad de producción del 10% y en el escenario optimista un incremento por el mismo porcentaje.

Como se observa, un incremento o disminución del 10% no afectará la viabilidad del proyecto.

5.10 Conclusiones

Después de aplicar cada una de las técnicas de evaluación financiera, se obtuvieron los siguientes resultados:

Considerando una inversión inicial de una inversión inicial de \$257 000.00 se obtiene una VAN de \$ 233, 965 con un costo de capital del 10%, generando una TIR del 62.20%, con un periodo de recuperación de 16 meses.

Por lo anterior se puede concluir que el proyecto es rentable.

CAPITULO 6**CONCLUSIONES FINALES**

El tejido de sombreros de palma es una actividad preponderante en la Región Mixteca, que si bien genera importantes ingresos, los artesanos no son los más beneficiados. Esta misma situación se presenta en todo tipo de artesanías, solo los grupos que se han unido y conformado organizaciones de artesanos han superado esta situación, llegando incluso a exportar.

La paga raquíica por su trabajo ha obligado a muchos artesanos a abandonar esta práctica y buscar nuevas fuentes de ingresos emigrando principalmente a los Estados Unidos. Con el abandono, se ha perdido el conocimiento para la elaboración de muchas artesanías.

Esta situación se presenta en San Agustín Atenango con relación a las flores de palma, llegando al extremo que solo dos personas de 90 y 80 años conocen el proceso. Esta comunidad también sufre los problemas de la emigración, el 50% de la población trabaja en Estado Unidos y de continuar la tendencia de emigración, en 15 años será un pueblo fantasma.

Por lo anterior es necesario rescatar el conocimiento en la elaboración de flores de palma y crear fuentes de empleo.

En la presente tesis se ha trabajado en este tema y las conclusiones con las siguientes:

- Existe un amplio mercado para las flores de palma y la única limitante es la capacidad productiva.
- El precio no tiene mayor problema, siempre y cuando sea un producto de calidad.
- Se deberá poner especial atención al proceso de producción y la entrega oportuna del producto.

CONCLUSIONES FINALES

- Se hace necesario un taller permanente donde la población aprenda a elaborar las flores de palma.
- Se hace necesario cambiar las herramientas y equipo rudimentarios, para facilitar y mejorar el proceso de elaboración de las flores.
- El medio ambiente de la comunidad es un elemento que no se puede dejar sin tomar en cuenta, por lo cual la palma que se va a utilizar será recolectada del campo y comprada a productores de otras partes de la región
- El tipo de organización que se propone es el de Sociedad en Nombre Colectivo
- Para llevar a cabo el presente proyecto se requiere de una inversión de \$257,000.00.
- Con una tasa de descuento del 10% se obtiene una VAN de \$233,965
- La tasa máxima de rendimiento del proyecto es de 62.20%; esto considerando que la inversión se recupera en 16 meses. Se utilizaron proyecciones de 4 semestres.

Con lo anterior se concluye que el proyecto es viable desde el punto de vista de mercado, técnico y organizacional y factible desde el punto de vista financiero.

Cabe mencionar que la puesta en marcha de este proyecto traerá los siguientes beneficios:

La generación de empleos directos e indirectos que contribuyen al desarrollo de San Agustín Atenango, Silac., Oax.

La venta de las flores de palma mediante un empaque adecuado que permita mejorar la presentación de las flores de palma y a su vez incrementar las ventas.

Al estar conformados como empresa, les permite a los artesanos generar ingresos más adecuados para sostener a sus familias.

CONCLUSIONES FINALES

Debido al impacto social de las ventas. Se prevé, que los pobladores de la comunidad instalen un taller para elaborar flores de palma para contar con suficiente capacidad productiva.

Mantener informados a los artesanos sobre la importancia y beneficios de estar conformados profesionalmente como una sociedad con personalidad jurídica.

Realizar constantemente pláticas relacionadas con la calidad, desarrollo organizacional, cultura empresarial, que permita al artesano identificarse con la empresa y lograr los objetivos establecidos, y de esta manera evitar la desintegración de la misma.

En el estudio organizacional se definió que el tipo de personalidad jurídica recomendable para el funcionamiento de la empresa es el de una Sociedad en Nombre Colectivo, así como los niveles de autoridad dentro de la misma.

Una vez la puesta en marcha, la empresa debe seguir contactando nuevos clientes, mantener a los clientes establecidos con modelos nuevos. Deben buscarse nuevas alternativas de comercialización que permitan el crecimiento de las ventas y, como tal, el de la empresa Itañuu.

En el futuro se proyecta a Itañuu exportando y diversificando sus productos.

El lucro o beneficio para los artesanos no solo se encuentra en la comercialización de flores de palma, sino también en una alternativa de autoempleo para la comunidad.

A eso se debe la importancia de seguir produciendo nuevos diseños y generando estrategias, que les generen beneficios económicos y sociales que les permita incrementar su ingreso familiar. A medida que se desarrolla la sociedad, con los avances de la ciencia y la tecnología, se hace más compleja y crece con ello sus necesidades, que para satisfacerlas se requiere la participación de la sociedad en general, propiedad privada y el Estado.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

Dirección General de Población de Oaxaca, "Marginación Municipal del Estado de Oaxaca", Oaxaca, México.

Koontz, Harold, "administración una perspectiva global". Séptima Edición. Editorial Mac Graw Hill, México 1998.

Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Cuarta Edición, Editorial Mac Graw Hill, México 2002.

Fisher de la Vega, Laura, "Introducción a la Investigación de Mercados", Editorial Mac Graw Hill, México, 1996.

Secretaria de Comercio y Fomento Industrial, "Guías Empresariales", Editorial Limusa, México, 2000.

Castro Pozos Sonia, "Atenango Vive en mis Recuerdos", PACMYC, Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias, Huajuapán de León, Oaxaca, 1999.

Secretaria de Educación Pública, "Historia de Oaxaca", Editorial Porrúa, Oaxaca, 2003.

INEGI- Secretaría de Turismo, "Estado de Oaxaca guía Turística 2003", Oaxaca, Oaxaca, México, 2003.

INEGI- Secretaría de Turismo, "Estado de Puebla guía Turística 2003", Puebla, México, 2003.

INEGI- Secretaría de Turismo, "Estado de Veracruz guía Turística 2003", Veracruz, México, 2003.

INEGI- Secretaría de Turismo, "Estado de Guadalajara guía Turística 2003", Guadalajara, México, 2003.

BIBLIOGRAFIA

INEGI- SIMBAD. Censo por Municipio, "San Agustín Atenango, Silacayoapan", Oaxaca, México, 1994.

Nacional Financiera, "Guía para la Formulación, Evaluación de Proyectos de Inversión", México, Editorial Nacional financiera, 20001.

Ley de Sociedades Mercantiles, Ediciones Fiscales ISEF, México, 2004.

Código de Comercio, Ediciones Fiscales ISEF, México 2004.

Instituciones

Presidencia Municipal de San Agustín Atenango, Silacayoapan, Oaxaca

Comisariado de Bienes Comunales de San Agustín Atenango, Silacayoapan, Oaxaca.

Cámara de Comercio de la Ciudad de Oaxaca, Oaxaca

INI-Instituto Nacional Indigenistas, Huajuapán de León, Oaxaca.

FIOB-Frente Indígena Oaxaqueño Binacional, Chicago, ill., Estados Unidos de Norte América.

Fonart - Fondo Nacional para el fomento de las Artesanías

INAH - Instituto Nacional de Antropología e Historia

Fuentes Electrónicas

www.inegi.gob.mx

www.oaxaca.gob.mx

www.economia.gob.mx

BIBLIOGRAFIA

www.banxico.gob.mx

www.cultura.gob.mx

www.canapo.gob.m

www.sagarpa.gob.mx

Anexos

Anexo1

Para realizar estas entrevistas (90) se tomó como base a 15 personas por ciudad, se utilizó como herramienta el cuestionario y las ciudades son: Veracruz, Huatulco, Guadalajara, Distrito Federal, Puebla y Oaxaca.

Se consideró la muestra de 15 personas por ciudad, pues no se contaba con la capacidad de producción y económica suficiente.

Las entrevistas consistieron en presentar las flores de palma físicamente y realizar la entrevista correspondiente. Los resultados fueron los siguientes:

1. ¿Qué opina usted de que el decorar esta en la sensibilidad, estado de ánimo, creatividad y buen gusto de las personas?

- Totalmente en desacuerdo (36 personas)
- En desacuerdo (10 personas)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo(12 personas)
- De acuerdo (23 personas)
- Totalmente de acuerdo (7 personas)

No contestaron 2 personas

2. ¿Cuál es su color favorito?

- Rojo (11 personas)
- Azul (9 personas)
- Rosa (40 personas)
- Amarillo (30 personas)
- Algún otro

3. ¿Considera importante contar con accesorios decorativos en su casa?

- Nada importante(1 personas)
- Poco importante(19 personas)
- Algo importante (28 personas)
- Muy importante (28 personas)
- Extremadamente importante (14 personas)

4. Sus accesorios decorativos han sido adquiridos con base a:

- Su gusto (20 personas)
- Economía (17 personas)
- Necesidades (21 personas)
- Estado de ánimo (18 personas)
- Creatividad (14 personas)

5. ¿En función de qué valora su decoración?

- Calidad (39 personas)
- Tamaño (6 personas)
- Utilidad (14 personas)
- Apariencia (13 personas)
- Precio (18 personas)

6. ¿Qué tipo de material le agrada para su decoración?

- Barro (27 personas)
- Palma (24 personas)
- Plástico (10 personas)
- Papel (5 personas)
- Otros (24 personas)

7. ¿Qué opina usted del valor social y numérico que se le han dado a las artesanías de palma?

- Muy buena (8 personas)
- Buena (16 personas)
- Regular (19 personas)
- Mala (12 personas)
- Muy mala (23 personas)

No contestaron 2 personas

8. ¿Estaría usted de acuerdo en darle una nueva visión y proyección a la palma en la artesanía y decoración mexicana?

- Totalmente en desacuerdo (10 personas)
- En desacuerdo (11 personas)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo (19 personas)
- De acuerdo (37 personas)
- Totalmente de acuerdo (13 personas)

9. ¿Qué flores le agradan a usted?

- Rosa (29 personas)
- Tulipán (15 personas)
- Margarita (21 personas)
- Azucena (12 personas)
- Bugambilia (7 personas)
- Gladiola (6 personas)

10. De todas las opciones anteriores, por favor dígame el orden de importancia de su preferencia

1. Rosa (26 personas)
2. Tulipán (12 personas)
3. Margarita (19 personas)
4. Azucena (15 personas)

5. Bugambilia (10 personas)

6. Gladiola (8 personas)

11. En general, ¿Considera que las flores de palma son una buena opción en la decoración de su casa, negocio, etc.?

- Muy buena (38 personas)
- Buena(31 personas)
- Regular(21 personas)
- Mala
- Muy mala

12. ¿Compraría usted flores de palma?

- Definitivamente compraré(52 personas)
- Probablemente compraré (28 personas)
- Quizá si o quizá no compraré (10 personas)
- Probablemente No compraré
- Definitivamente no compraré

13. ¿Considera usted algo importante el precio en el producto?

- Nada importante (10 personas)
- Poco importante (12 personas)
- Algo importante (21 personas)
- Muy importante (28 personas)
- Extremadamente importante (19 personas)

14. ¿Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por el producto?

- Desde \$100.00 (18 personas)
- De \$90 a \$79 (12 personas)
- De \$60 a \$49 (21 personas)
- De \$50 a \$29 (20 personas)
- De \$20 a \$10 (19 personas)

De las 90 personas entrevistadas 60 consideran que el precio que estarían dispuestos a pagar por el producto esta entre los \$10.00 a \$60.00, de los cuales a la fecha no han realizado ninguna venta con alguno de estos. De las 30 personas que están dispuestos a pagar de \$90.00 a \$100.00, sí están efectuando ventas, como; Samborns, restauran 3D, Locatarios del mercado de artesanías de Huatulco y Veracruz, Guadalajara y Oaxaca.

15. ¿Le interesaría conocer nuestro producto?

- Muy interesante (41 personas)
- Interesante (22 personas)
- Algo interesante (17 personas)
- Poco interesante (1 personas)
- Nada interesante (1 personas)

No contestaron 8 personas

DATOS

16. ¿Cuál es el nivel de estudios del jefe de familia?

- Primaria (31 personas)
- Secundaria (31 personas)
- Preparatoria (14 personas)
- Técnico (8 personas)
- Profesional (5 personas)

No contestaron 1 personas

17. ¿Cuál es el nivel de estudios de usted?

- Primaria (0)
- Secundaria (30 personas)
- Preparatoria(19 personas)
- Técnico (19 personas)
- Profesional (22 personas)

18. ¿La casa en la que vive es rentada o propia?

1. rentada (14 personas)
2. propia(64 personas)
3. prestada(12 personas)

19. ¿En qué rango se encuentra el ingreso mensual en su familia?

- Entre \$ 1000 y \$2500 (21 personas)
- Entre \$ 3000 y \$4500 (32 personas)
- Entre \$ 5000 y \$6500 (19 personas)
- Entre \$ 7000 y \$7500 (9 personas)
- Entre \$ 8000 y \$8500 (5 personas)
- Entre \$ 9000 y \$10000 (4 personas)

20. ¿En que rango se encuentra su edad?

- Entre 18 y 20 (5 personas)
- Entre 21 y 25 (4 personas)
- Entre 26 y 30 (20 personas)
- Entre 31 y 35 (41 personas)

No contestaron 20 personas

Anexo 2

Itañuu S.N.C.				
Presupuesto de costo de ventas				
(Pesos Constantes)				
Concepto	Semestre1	Semestre2	Semestre3	Semestre4
Palma				
Flor Rellena				
Unidades requeridas	1,368	2,052	4,788	4,788
Req. Unitario	3.50	3.50	3.50	3.50
Req. Total	4,788	7,182	16,758	16,758
Flor sencilla				
Unidades requeridas	1,656	2,208	4,416	4,416
Req. Unitario	2.00	2.00	2.00	2.00
Req. Total	3,312	4,416	8,832	8,832
Total de requerimiento de palma	8,100	11,598	25,590	25,590
Mano de obra				
Flor Rellena				
Unidades requeridas	1,368	2,052	4,788	4,788
Req. Unitario	39.00	39.00	39.00	39.00
Req. Total	53,352	80,028	186,732	186,732
Flor sencilla				
Unidades requeridas	1,656	2,208	4,416	4,416
Req. Unitario	32.50	32.50	32.50	32.50
Req. Total	53,820	71,760	143,520	143,520
Total de requerimiento de mano de obra	107,172	151,788	330,252	330,252
Empaque y embalaje				
Flor Rellena				
Unidades requeridas	1,368	2,052	4,788	4,788
Req. Unitario	12.00	12.00	12.00	12.00
Req. Total	16,416	24,624	57,456	57,456
Flor sencilla				
Unidades requeridas	1,656	2,208	4,416	4,416
Req. Unitario	12	12	12	12
Req. Total	19,872	26,496	52,992	52,992
Total de requerimiento de empaque y embalaje	36,288	51,120	110,448	110,448
Total de gastos variables	151,560	214,506	466,290	466,290