



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA

**PROPUESTA DE INNOVACIÓN EN EL PRODUCTO Y EN LOS CANALES DE
DISTRIBUCIÓN DEL SOMBRERO DE PALMA DE LA COMUNIDAD DE SAN JUAN
DIQUIYÚ**

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

PRESENTA:

L.C.E. ELOINA IMELDA CORTÉS JIMÉNEZ

DIRECTORA DE TESIS:

M. A. MARÍA DEL CARMEN BARTOLO MOSCOSA

CO-DIRECTORA DE TESIS:

DRA. MÓNICA TERESA ESPINOSA ESPÍNDOLA

HEROICA CIUDAD DE HUAJUAPAN DE LEÓN, FEBRERO DE 2018

DEDICATORIA

A mi madre, por su compañía y apoyo a lo largo de mi vida y ser la mujer más valiosa para mí.

A mi esposo e hijo, por llenar mis días de alegría.

A mis hermanos, por ser parte de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A mi directora de tesis Mtra. María del Carmen Bartolo Moscosa, por su colaboración en la elaboración de esta tesis.

A mi co-directora de tesis Dra. Mónica Teresa Espinosa Espíndola, por el gran apoyo que me brindó en la elaboración de esta tesis, por los consejos, paciencia y tiempo dedicado a este proyecto.

A mis sinodales, Mtro. Martín Reyes García, Dra. Yannet Paz Calderón, M. C. Adolfo Maceda Méndez y al Mtro. Juan Arturo Vargas Santiago por el tiempo dedicado a las revisiones, por sus comentarios y contribuciones a este trabajo de investigación.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE ANEXOS	ix
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.1 Planteamiento del problema	4
1.2 Justificación	11
1.3. Objetivos.....	12
1.4 Metodología del desarrollo.....	12
2. CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	15
2.1 Innovación	15
2.1.1 Definición	15
2.1.2 Importancia	16
2.1.3 Tipos de Innovación.....	16
2.1.4 Ciclo de la innovación	17
2.2 Canal de distribución	18
2.2.1 Definición	18
2.2.2 Utilidad e importancia del canal de distribución	19
2.2.3 Decisiones en el canal de distribución	20
2.2.4 Tipo de Canal de Distribución	21
2.3 Intermediarios	23
2.3.1 Definición	23
2.3.2. Importancia de los intermediarios.....	23
2.3.3 Funciones de los intermediarios.....	24
2.3.4 Tipos de intermediarios.....	25
2.3.5 Ventajas y desventajas de los intermediarios.....	25
2.4 Artesanía	27
2.4.1 Definición	27

2.4.2 Artesanías de palma	29
3. CAPÍTULO 3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	31
3.1 Diseño del Instrumento de Recolección	31
3.2 Cálculo de la muestra	32
3.3 Resultados de la Investigación de Campo	34
3.3.1 Análisis de las encuestas dirigidas a productores de Sombrero de Cono	34
3.3.2 Resultados de las entrevistas dirigidas a expertos en la producción de Sombrero Truman	39
3.3.3 Resultados de las entrevistas dirigidas a intermediarios potenciales	41
4. CAPÍTULO 4. PROGRAMAS SOCIALES	43
4.1 Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario y a la Mujer Rural (PRONAFIM)	43
4.2 Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART)	44
4.3 Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI)	44
4.4 Programas seleccionados para los productores de Sombrero de Cono	45
4.4.1 Capacitación Integral y/o Asistencia Técnica	45
4.4.2 Apoyos para impulsar la producción	46
4.4.3 Apoyos para impulsar la comercialización	46
4.4.4 Tiempos de atención al público para los apoyos del FONART	46
5. CAPÍTULO 5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	48
5.1 Introducción	48
5.2 Descripción del proceso productivo del Sombrero de Cono de San Juan Diquiyú	48
5.3 Innovación en el producto	49
5.3.1 Inversión Inicial	51
5.3.2 Organización de los grupos de trabajo	52
5.3.3 Solicitud de los apoyos del FONART	53
5.3.4 Planeación de la capacitación	55
5.3.5 Equipo de transporte	57
5.3.6 Instalaciones para realizar la Fase 2 del Sombrero Truman	57
5.4 Innovación en los canales de distribución	58
5.4.1 Intermediarios	59

5.4.2 Apoyos de FONART para impulsar la comercialización	60
5.4.3 Pronóstico de producción y venta	62
5.5 Propuesta de nombre y logotipo del sombrero	67
5.5.1 Propuesta de nombre de la marca	67
5.5.2 Propuesta de logotipo.....	68
5.5.3. Propuesta de etiqueta	69
5.6 Planificación de la puesta en marcha.....	69
5.6.1 Llenado de formatos para la solicitud de apoyos.....	69
5.6.2 Forma Jurídica	69
5.6.3 Apoyo a la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) para la reforestación de palma	73
CONCLUSIONES	74
REFERENCIAS	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Microlocalización de San Juan Diquiyú en el estado de Oaxaca	5
Figura 1.2 Sombrero de Cono	9
Figura 1.3 Sombrero Truman para caballero	10
Figura 1.4 Sombrero Cerrado para Dama	10
Figura 2.1 Ciclo de la innovación	18
Figura 2.2 Manera en que un distribuidor reduce el número de las transacciones del canal	19
Figura 2.3 Decisiones en el canal de distribución	20
Figura 2.4. Canales de distribución para productos de consumo	22
Figura 2.5 Canales de distribución para productos de negocio a negocio	22
Figura 2.6 Clasificación de los intermediarios mayoristas	26
Figura 2.7 Clasificación de los intermediarios minoristas	27
Figura 3.1 Productos de palma que se elaboran en San Juan Diquiyú.....	35
Figura 3.2 Opinión sobre el precio del Sombrero de Cono.....	36
Figura 3.3 Conocimiento sobre otros compradores de Sombrero de Cono	36
Figura 3.4 Productores con dificultades con el comprador de Sombreros de Cono	37
Figura 3.5. Destino de los Sombreros de Cono.....	37
Figura 3.6. Disposición para invertir más tiempo en la elaboración de sombreros	38
Figura 3.7. Disposición para trabajar con otras personas.....	38
Figura 3.8. Productores que han participado en una convocatoria para solicitar apoyos	39
Figura 3.9. Actividades que se realizan a partir del Sombrero de Cono para obtener un Sombrero Truman	40
Figura 5.1. Visualización de la innovación al Sombrero de Cono	50
Figura 5.2 Etapas y duración de la capacitación a los productores de sombrero de palma	56
Figura 5.3 Área que ocupa la ex escuela Telesecundaria en San Juan Diquiyú	58
Figura 5.4 Canal actual y canal propuesto para la comercialización del sombrero de palma de San Juan Diquiyú	59
Figura 5.5 Propuesta de logotipo para el Sombrero Truman	68
Figura 5.6 Propuesta de etiqueta para el Sombrero Truman	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Estimación de la producción de Sombrero de Cono	9
Tabla 1.2 Comparativo del ingreso entre el Sombrero de Cono y el Sombrero Truman	10
Tabla 2.1 Funciones de los intermediarios	24
Tabla 3.1 Objetivo de las preguntas que integran el cuestionario dirigido a productores	31
Tabla 3.2. Variables para obtener la muestra	33
Tabla 3.3 Maquinaria requerida para transformar un Sombrero de Cono a Sombrero Truman	40
Tabla 5.1 Presupuesto de activo fijo para el taller de Sombrero Truman	52
Tabla 5.2 Distribución de los grupos de trabajo.....	53
Tabla 5.3 Descripción de las solicitudes del FONART	54
Tabla 5.4 Fechas para realizar el trámite de solicitud del Apoyo para Impulsar la Producción y Capacitación y/o Asistencia Técnica.....	54
Tabla 5.5 Propuesta de intermediarios para el sombrero de palma de San Juan Diquiyú	60
Tabla 5.6 Descripción de la solicitud al FONART en apoyo a la comercialización del Sombrero Truman.	60
Tabla 5.7 Fechas para realizar el trámite de solicitud de Apoyo para Impulsar la Comercialización	61
Tabla 5.8 Proyección de la producción del Sombrero Truman para el primer año (Unidades).....	63
Tabla 5.9 Proyección de las ventas del Sombrero Truman para el primer año (Pesos).	63
Tabla 5.10 Cálculo de los costos variables del Sombrero Truman y Sombrero para Dama.....	64
Tabla 5.11 Cálculo de los costos fijos del sombrero Truman y Sombrero para dama.....	64
Tabla 5.12 Gastos generales del Sombrero Truman y Sombrero para dama.	65
Tabla 5.13 Cálculo de la utilidad bruta	66
Tabla 5.14 Diferencia entre la ganancia del Sombrero de Cono y Sombrero Truman	66
Tabla 5.15 Capacidad de producción de la prensa planchadora	67
Tabla 5.16 Tabla comparativa de la Sociedad de Producción Rural y Sociedad Cooperativa de Producción.....	71

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de Investigación dirigido a los productores de Sombrero de Cono.....	81
Anexo 2. Instrumento de Investigación dirigido a intermediarios potenciales	83
Anexo 3. Instrumento de investigación dirigido a expertos en la producción de Sombrero Truman	84
Anexo 4. Datos sobre la demanda esperada de los empresarios de sombreros de palma en Huajuapán de León y Oaxaca de Juárez.....	85
Anexo 5. Cronograma de actividades	86
Anexo 6. Criterios de elegibilidad para los apoyos del FONART	87
Anexo 7. Proceso de elaboración del Sombrero Truman.....	88
Anexo 8. Matriz de Diferenciación entre Artesanía y Manualidad.....	89
Anexo 9. Cuestionario Único de Información Socioeconómica (CUIS)	91
Anexo 10. Formato de solicitud de apoyo al FONART	100

INTRODUCCIÓN

Actualmente en México, particularmente en el estado de Oaxaca, existe una gran cantidad de artesanos que con su labor ayudan a la preservación de las costumbres y tradiciones regionales. Lamentablemente los artesanos tienen limitantes que les impiden desarrollar su actividad. Una de ellas es la falta de un adecuado asesoramiento en el sistema productivo que les ha impedido mejorar su producto e incrementar el valor.

En la región Mixteca del estado de Oaxaca, se preserva aún el tejido de la palma natural, que tiene gran importancia en la economía de esta región. Uno de los artículos que se elaboran a base de este material es el Sombrero de Cono. El ingreso que se obtiene de su venta forma parte del sustento de muchas comunidades mixtecas. Una de ellas es la comunidad de San Juan Diquiyú la cual, como muchas otras, subsiste gracias a la participación de intermediarios que adquieren su producto. Sin embargo, el precio al cual es adquirido es relativamente bajo, en opinión de los mismos productores.

En dicha comunidad no se ha realizado ningún tipo de mejora en el sombrero de cono, es por ello que la finalidad de esta tesis fue elaborar una propuesta de innovación en el sombrero de cono, que es la artesanía que se produce en esta comunidad, así como encontrar nuevos canales de distribución que les permita desarrollar su actividad artesanal y hacer de ella un negocio más rentable y con mayor impacto en la economía de las familias de San Juan Diquiyú. De igual manera se pretende contribuir a la preservación del tejido artesanal del sombrero de palma para las futuras generaciones.

Para llevar a cabo la propuesta, se realizó primeramente una investigación documental para la recolección de datos relevantes que sirvieron como base para el desarrollo del presente trabajo de investigación. Asimismo se tomó una muestra representativa de los productores de la comunidad para aplicar una encuesta, con el objetivo de conocer las condiciones actuales que tienen como productores de sombrero de palma y determinar el interés que tienen por mejorar su producto. También se realizaron algunas entrevistas semi-estructuradas a expertos en la producción de sombrero tipo Truman, quienes proporcionaron la información necesaria para completar la propuesta.

A partir de los datos recolectados, se realizó un análisis de los mismos, para luego continuar con el desarrollo de la propuesta de innovación en el sombrero de palma y en los canales de distribución.

Se espera que con esta propuesta se logre preservar el tejido artesanal que se ha realizado por generaciones, con el fin de ayudar a los productores en su desarrollo como comunidad, permitiéndoles tener un ingreso superior al actual, lo que se traducirá en un incentivo para la economía regional.

Esta tesis está dividida en cinco capítulos. En el primero se presenta la metodología seguida en esta investigación, la cual incluye el planteamiento del problema, donde se exponen los motivos por los que se realizó la propuesta a los productores de dicha comunidad, la justificación de la propuesta, los objetivos de la investigación y el método que se siguió para realizarla.

En el segundo capítulo se describe el marco teórico, que brinda los principales conceptos que sirvieron para dar pie al desarrollo de la investigación. Se abordan los conceptos de innovación, canal de distribución, intermediarios y artesanía.

En el tercer capítulo se muestra el diseño de los instrumentos de investigación que fueron utilizados para la recolección de información que proporcionaron los expertos en el proceso productivo del sombrero y los productores de sombrero de cono, el cálculo de la muestra representativa y además los resultados que se obtuvieron de su aplicación.

En el capítulo cuatro, se mencionan algunos programas sociales gubernamentales que son dirigidos a artesanos, de los cuales únicamente se seleccionaron tres, considerando que son los que más se ajustan a los tiempos y necesidades de los productores de San Juan Diquiyú.

En el capítulo cinco se desarrolla la propuesta a la innovación en el sombrero de cono y en sus canales de distribución. Además, se presenta una propuesta para el nombre de la marca del sombrero, un logotipo y la etiqueta de presentación.

Por último, se presentan las conclusiones de esta investigación realizada.

CAPÍTULO 1

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

1. Antecedentes generales de San Juan Diquiyú

San Juan Diquiyú es una comunidad que surgió por la migración de un grupo de personas de San Juan Viejo a San Juan Diquiyú, en busca de mejores condiciones de vida, principalmente por el difícil acceso al agua. Los antepasados de la comunidad, vivían a una hora y media (en camión) hacia el sur del actual San Juan Diquiyú, donde ahora el lugar es conocido como San Juan Viejo. Pero a la fecha no se tienen datos exactos que confirmen su verdadera historia, en dicho lugar se localizan las ruinas de Diquiyú que perteneció a un reinado de la cultura mixteca y que datan del año 600 a. c. (SEDERMA, 2008). Esta comunidad es muestra de una cultura prehispánica que logró un importante desarrollo, apreciable en las ruinas arqueológicas.

Una vez hecho el cambio de ubicación, se nombró a la comunidad como San Juan Diquiyú, San Juan por el Santo Patrón del pueblo y el nombre de Diquiyú que procede del mixteco *dzeque* que significa encima y *yuu*, piedra; dando el significado de pueblo sobre piedra, por la región rocosa en la que se establecieron (P. Jiménez, Comunicación personal, 16 de abril 2016).

2. Costumbres y tradiciones

San Juan Diquiyú es una de las comunidades de la Región Mixteca que sigue conservando sus costumbres y tradiciones, una de ellas es el denominado *tequio*, que consiste en un conjunto de actividades colaborativas donde participan todos los habitantes de la comunidad ya que están obligados a participar por el bienestar del pueblo (SEDERMA, 2008).

Otra son las festividades en honor a los santos patrones de la comunidad, puesto que cuenta con cuatro celebraciones principales a lo largo del año, la fiesta del primer viernes de cuaresma que se festeja normalmente en el mes de marzo (el día que marque el calendario como miércoles de ceniza); la fiesta de San Juan Bautista que se celebra el 24 de junio; la fiesta de San Juan Degollado que se celebra el 29 de agosto; y el festejo al niño Dios que se celebra en diciembre. Las fiestas son organizadas por un grupo de personas a las que se les conoce como “Mayordomos”¹, que se reúnen en la Cofradía² para llevar a cabo sus actividades, estos realizan

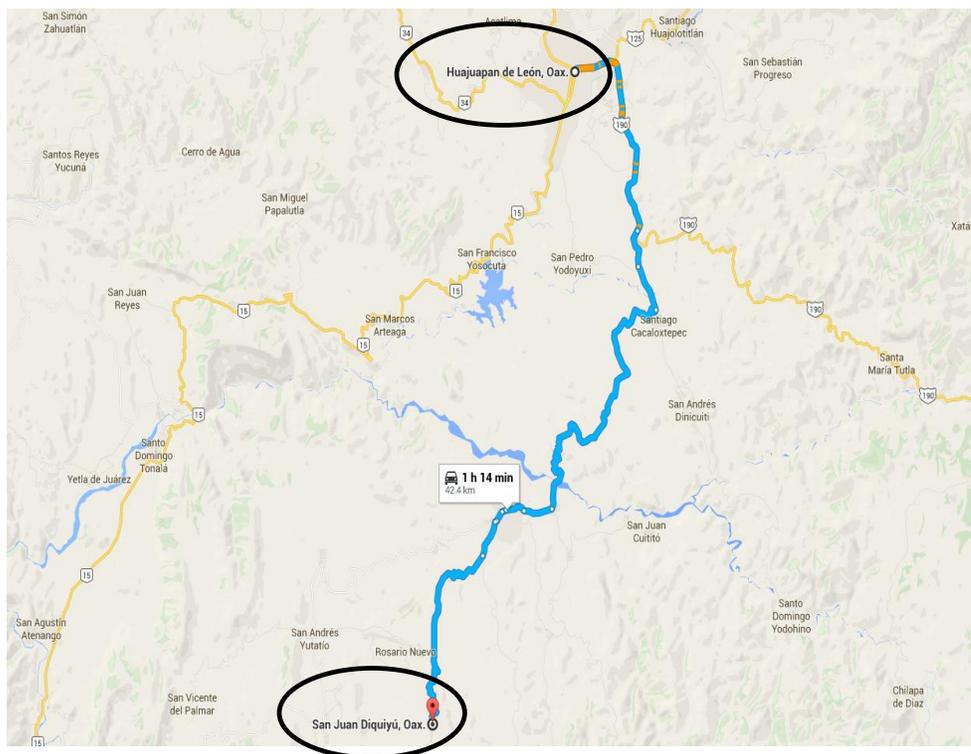
1 Mayordomos: Oficial que se nombra en las congregaciones o cofradías para que atienda a los gastos y al cuidado y gobierno de las funciones (Real Academia Española, 2014).

una cooperación de aproximadamente \$5,000.00 para los gastos que conlleve la realización de la fiesta. Las actividades que se realizan durante estas festividades son principalmente el evento religioso, la monta de toros, los bailes, la quema de fuegos artificiales y torneos de básquetbol, a excepción del festejo al niño Dios donde no se realiza la monta de toros ni el torneo de básquetbol.

3. Localización de San Juan Diquiyú

San Juan Diquiyú es una agencia municipal que pertenece al municipio de Tezoatlán de Segura y Luna en la Región Mixteca, se localiza a 196 km de la Ciudad de Oaxaca de Juárez y a 42.4 km de la Ciudad de Huajuapán de León, que son ciudades importantes por su actividad comercial, Colinda al Sureste con San Miguel Monteverde, Peña Colorada y Tindú, al norte con Rosario Nuevo y Tezoatlán de Segura y Luna, al este con Santa Catarina Yutandú y el Naranjo y al oeste con Yucuquimi de Ocampo, como se muestra en la Figura 1.1 (Google Maps, 2016).

Figura 1.1 Microlocalización de San Juan Diquiyú en el estado de Oaxaca



Fuente: Google Maps (2016)

2 Cofradía es el lugar que se designa a los mayordomos para la organización y realización de las actividades referentes a la festividad (P. Jiménez, comunicación personal, 25 de junio de 2016).

4. Datos demográficos de San Juan Diquiyú

La población total de San Juan Diquiyú hasta 2010 era de 613 personas, de las cuales 283 son hombres y 330 mujeres. Los habitantes se integran por 245 menores de edad y 368 adultos, de estos 92 tienen más de 60 años (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información [INEGI], 2010).

5. Idiomas

En la comunidad de San Juan Diquiyú se sigue conservando el idioma mixteco que es, el dialecto materno, hablado por la mayor parte de las personas adultas, mientras que los jóvenes hablan principalmente el idioma español.

6. Características de las viviendas

En San Juan Diquiyú hasta el 2010 contaba con un total de 136 viviendas, de las cuales: 30 tienen piso de tierra, 14 cuentan con una sola habitación, 118 poseen instalaciones sanitarias, 129 tienen acceso a la luz eléctrica, 23 cuentan con una lavadora y 78 una televisión (Nuestro México, s. f.).

7. Actividades económicas

En la comunidad de San Juan Diquiyú, los ciudadanos se dedican a la agricultura de temporal. Cultivan maíz, frijol, calabaza y chilacayote, entre otros. También se dedican a la cría de ganado bovino y vacuno, que comercializan con los pueblos vecinos, otra actividad que realizan es la elaboración de sombreros de palma, los cuales son trabajados principalmente por las mujeres (P. Jiménez, comunicación personal, 25 de junio de 2016).

8. El tejido de palma en San Juan Diquiyú

En San Juan Diquiyú el tejido de palma³ es una actividad que ha pasado de generación en generación, lo que ha servido para lograr percibir un ingreso para la familia. Los artículos que se producen en la comunidad son el sombrero, el tenate⁴, el soplador⁵ y el petate⁶, pero el único

³ Palma: Planta de hojas anchas, del cual se obtiene la fibra con que se elaboran diversos artículos

⁴ Tenate: Canasta de hojas de palma o tule, que puede tener distintos tamaños y se usa para transportar, sobre todo, comestibles. (Oxford Living Dictionaries, 2017)

⁵ Soplador: Estera manual de palma, que se utiliza para soplar el fuego, las brasas, etc. (P. Jiménez, Entrevista personal, 25 de Junio de 2016).

⁶ Petate: Estera de palma, que se usa en los países cálidos para dormir sobre ella (Real Academia Española, 2016).

artículo que se comercializa es el sombrero, dado que existe un intermediario procedente del municipio de Tezoatlán de Segura y Luna, que llega a la comunidad a comprar específicamente este artículo directamente de manos de los productores a un precio de \$42.00 la docena. Los tenates de palma son utilizados más que nada para la recolecta de mazorca y frijol en la temporada de cosecha, algunos son comercializados dentro de la comunidad, dado que no todas las mujeres saben tejer este artículo. El petate es un artículo que realizan casi todas las mujeres de la comunidad, no tanto para la comercialización sino por tradición, ya que es utilizado en la puesta de la ofrenda de muertos. El soplador es realizado para uso personal más que para la comercialización (P. Jiménez, comunicación personal, 25 de junio de 2016).

Para la elaboración de estos artículos, los productores se trasladan a la montaña para conseguir la palma que es la materia prima con que se elabora el sombrero de cono, la cual crece en propiedad comunal. Anteriormente transportaban la palma mediante el uso de animales de carga como los caballos, ya que no existían medios de transporte y el camino no era apto para vehículos, actualmente, se implementa el uso de camiones para su carga. Al respecto Zapata y Suárez (2007) comentan que:

Generalmente las artesanías se elaboran en un contexto de pobreza y los recursos obtenidos con ellas sirven para sufragar gastos en otros sectores de la economía del grupo doméstico. Una característica importante es que recurren al rescate y proyección de un oficio tradicional, y lo proponen como alternativa económica. Pero, además de solucionar necesidades inmediatas inciden también en el orden cultural, social y de género. (p. 597)

En algunas agencias como San Martín del Río, Santa María Tindu, San Vicente del Palmar y San Juan Diquiyú se trabaja la palma, con la cual se elaboran: sombreros, canastas, chiquihuites, entre otros, para ser compradas por intermediarios provenientes de Tlaxiaco o Nochixtlán (SEDERMA, 2008).

9. Producción del sombrero de palma en San Juan Diquiyú

México es un país que se reconoce por su riqueza cultural que se ve reflejada en su música, ropa, gastronomía y en artesanías. Cada estado se distingue por el trabajo, dedicación y talento que se refleja en cada uno de los acabados artesanales, así como en la materia prima que utilizan para su elaboración.

Existen programas e instituciones como el Fondo Nacional de Fomento para las Artesanías (FONART), el Instituto Nacional de Economía Social (INAES), entre otros, que apoyan a los artesanos mexicanos para perfeccionar la elaboración y venta de sus artesanías, lo que mejora sus condiciones de vida. Lamentablemente no todos los artesanos tienen conocimiento de la existencia de estos apoyos, principalmente los artesanos rurales.

La ciudad más cercana a San Juan Diquiyú es Huajuapán de León. Para trasladarse a esta ciudad los productores tienen que gastar \$50.00 de transporte, esto impide la comercialización de su producto dado que el margen de ganancia se reduce, lo que repercute en que las mujeres de San Juan Diquiyú tengan que vender sus sombreros únicamente al intermediario de la comunidad. Cabe mencionar que en las tiendas comercializadoras de sombreros de palma de la ciudad de Huajuapán de León, el precio de la docena de sombrero es de \$42.00, inferior al que se ofrece en la comunidad. Esto ha orillado a que muchos jóvenes opten por la migración, en busca de un empleo que les ofrezca un ingreso fijo para mejorar la calidad de vida de sus familias.

Actualmente la comunidad cuenta con 136 familias, que se dedican al tejido de la palma, ésta actividad representa un ingreso para las familias. Mediante una entrevista no estructurada realizada a una productora de la comunidad⁷, comentó que para la elaboración de un sombrero requiere de 8 ramas de palma aproximadamente, el tiempo promedio que se tarda en elaborar un sombrero es de 45 minutos y realiza 5 o 6 sombreros al día en promedio. Hoy la docena de sombreros de palma tiene un precio de venta de \$42.00, y un costo de elaboración aproximado de \$21.50⁸. Una vez que el intermediario recolecta los sombreros una vez por semana, los distribuye en la ciudad de Tehuacán, Puebla, donde le dan el acabado final (P. Jiménez, entrevista personal, 25 de junio de 2016). Con base a estos datos, se determinó que un productor percibe \$147.00 por semana aproximadamente, que representa \$19,992.00 para las 136 familias en conjunto (Tabla 1.1).

El sombrero que se vende en San Juan Diquiyú no es un producto terminado y se le conoce como Sombrero de Cono (Figura 1.2). A partir de éste se realizan dos tipos de sombrero, el Sombrero Truman Cerrado para Caballero (Figura 1.3) y el Sombrero Cerrado para Dama (Figura 1.4),

⁷ Originaria de la comunidad de San Juan Diquiyú, quien elabora sombreros de palma. (P. Jiménez, Entrevista personal, 25 de junio de 2016).

⁸ El costo contempla únicamente el costo de transporte.

ambos tienen un precio al público de \$12.00, lo que significa \$8.50 pesos más que el Sombrero de Cono.

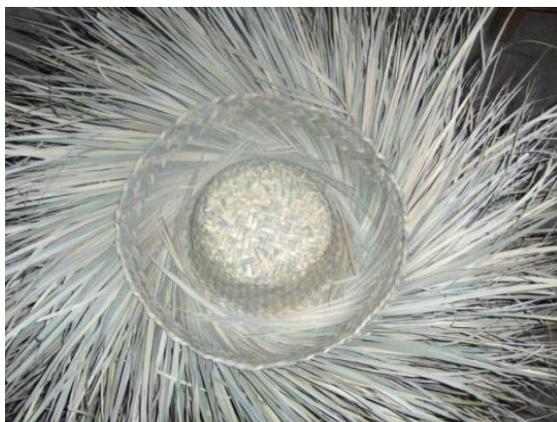
Tabla 1.1 Estimación de la producción de Sombrero de Cono

Número de productores	Días de trabajo a la semana	Sombreros de cono por día	Docena de sombrero de cono a la semana	Precio por docena del Sombrero de Cono	Ingreso por semana
1	7	6	3.5	\$42.00	\$147.00
136	7	816	476	\$42.00	\$19,992.00

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 1.2 se muestra una representación de la diferencia de precio del Sombrero de Cono y el Sombrero Truman, que son un sombrero semitermiando y un sombrero terminado respectivamente, para el cálculo se tomó como referencia la cantidad de 100 sombreros. Asimismo en la Figura 2, 3 y 4 se aprecia la diferencia entre un sombrero semiterminado y un sombrero terminado, el Sombrero de Cono que no ha pasado por ningún proceso de transformación, mientras el Sombrero Truman y Sombrero Cerrado para Dama ha sido transformado para el usuario final.

Figura 1.2 Sombrero de Cono



Fuente: Elaboración propia

Figura 1.3 Sombrero Truman para caballero



Fuente: Tomado de Sombreros Salazar Acevedo (2015)

Figura 1.4 Sombrero Cerrado para Dama



Fuente: Elaboración propia

Tabla 1.2 Comparativo del ingreso entre el Sombrero de Cono y el Sombrero Truman

Concepto	Sombrero de Cono	Sombrero Truman Caballero
Cantidad sombreros	100	100
Precio individual	\$3.5	\$12
Precio por 100 sombreros	\$350	\$1,200

Fuente: Elaboración propia

La solución que se planteó para cubrir la problemática que se presenta en la comercialización de Sombrero de Cono de los productores de la comunidad de San Juan Diquiyú fue realizar una propuesta de innovación en el sombrero, la cual se dirigió a los productores de la comunidad, quienes mediante la adquisición de maquinaria y el adecuado asesoramiento lograrán una mejora al sombrero y por consiguiente un precio superior al actual.

1.2 Justificación

La propuesta de innovación que se llevará a cabo va dirigida a los productores de sombrero de palma de la comunidad de San Juan Diquiyú. Esta actividad se ha convertido en una forma de percibir ingresos que les permiten sufragar los gastos familiares, debido a que los ingresos que reciben actualmente de la agricultura, no logran cubrir sus necesidades económicas en su totalidad.

En la Tabla 1.2 se aprecia la diferencia de ingreso que se obtiene vendiendo esos dos tipos de sombrero, la diferencia representa el 242%, una diferencia importante. Por este motivo es que se pretende plantear una propuesta para innovar el producto, para incrementar su valor, lo cual beneficiará a las familias de San Juan Diquiyú, ofreciendo un ingreso mayor que les permita tener una mejor calidad de vida y también incentivar a las nuevas generaciones a continuar con el tejido del sombrero de palma.

Con los conocimientos adquiridos en la Maestría en Administración de Negocios, se busca aminorar la problemática detectada en San Juan Diquiyú, mediante la generación de una propuesta de negocio a través de la innovación en el producto y la búsqueda de nuevos canales de distribución para lograr un mayor margen de ganancia y la preservación del tejido artesanal de la comunidad que es parte de su cultura, involucrando las materias de liderazgo y cultura, administración, mercadotecnia y estructura y proyección de negocios.

La propuesta cuenta con originalidad puesto que hasta el momento el sombrero de palma se sigue comercializando de la misma manera que se ha hecho siempre, con el mismo acabado y con el mismo intermediario, con la propuesta se generarán cambios positivos en el producto, en los canales de distribución, en la generación de fuentes de empleo, en la preservación de la cultura y en el ingreso familiar.

1.3. Objetivos

1. Objetivo General

Elaborar una propuesta de innovación en el producto y los canales de distribución del sombrero de palma para mejorar el nivel de ingresos de las familias de San Juan Diquiyú.

2. Objetivos específicos

- 1) Determinar qué tipo de innovación se puede realizar en el proceso productivo del Sombrero de Cono para convertirlo en un Sombrero Truman y qué recursos se requieren para llevarlo a cabo.
- 2) Determinar los posibles canales de distribución para la comercialización del sombrero de palma de San Juan Diquiyú una vez realizada la innovación al producto.
- 3) Determinar los apoyos gubernamentales que podrían impulsar la producción y/o comercialización de Sombreros Truman.

1.4 Metodología del desarrollo

La investigación que se llevó a cabo fue de tipo documental y de campo, con un enfoque cualitativo. Estuvo enfocada al desarrollo de una propuesta concreta con soluciones reales.

Esta investigación tuvo un alcance exploratorio, dado que tuvo el propósito de examinar una problemática que ha sido poco estudiada, ya que actualmente no hay estudios que se enfoquen en solucionar la problemática del bajo precio de los Sombreros de Cono de la comunidad de San Juan Diquiyú, por lo cual se buscó familiarizarse con el fenómeno a estudiar y proponer soluciones.

Se hizo uso de fuentes bibliográficas y hemerográficas para la recolección de datos que ayudaron a enriquecer la propuesta que se desarrolló.

También se realizaron una serie de entrevistas semiestructuradas dirigidas a expertos en la producción de Sombrero Truman e intermediarios potenciales, para reunir información sobre requisitos y otros datos que fueron necesarios para el desarrollo de la propuesta. Asimismo se

aplicó una encuesta a los productores de Sombrero de Cono de la comunidad de San Juan Diquiyú, para conocer todo lo referente a la producción actual.

A partir de los datos recolectados, se hizo un análisis de los mismos, con el cual se inició el desarrollo de la propuesta de innovación en el Sombrero de Cono y en los canales de distribución para la comunidad de San Juan Diquiyú.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2. CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de la presente investigación se recuperaron algunos conceptos importantes que ayudaron a la comprensión del documento, los cuales son base para el desarrollo de la propuesta. Los conceptos que se abordan en este capítulo son innovación, canal de distribución, intermediario y artesanía, tocando puntos como la definición, importancia, funciones y los tipos.

2.1 Innovación

2.1.1 Definición

La innovación es un término que actualmente está adquiriendo importancia por el impacto que está teniendo en la economía, siendo implementado en productos, servicios, procesos y más, trayendo consigo cambios positivos para una empresa o sociedad.

Tomando en cuenta el ciclo de vida que tiene un producto: introducción, crecimiento, madurez y declinación, la innovación permite alargar el periodo de vida del producto, haciendo los cambios necesarios para mejorar la calidad, aspecto o estilo. Por ello Briede y Rebolledo (2010) y Ponce (2011) consideran a la innovación como un proceso complejo, además Briede y Rebolledo sugieren que se requiere de una metodología, un método, técnicas y herramientas para implementar un diseño de innovación, mientras que Ponce afirma que la innovación introduce novedades que repercuten de forma positiva en la economía.

La innovación hoy en día se ha convertido en un factor clave de la competitividad, y va más allá de introducir avances tecnológicos, también se involucra en los procedimientos y métodos de organización empresarial, a la diferenciación de productos (bienes y servicios), a la organización del trabajo y la valorización de los recursos humanos, a la anticipación de las tecnologías y técnicas o a la observación de las necesidades y los mercados. (Albuquerque, 2008 citado por Ponce, 2011, p. 748).

Asimismo García (2012) también opina que la innovación es útil para el incremento de la productividad y la competitividad, mediante la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas.

Salom (2003) citado por Ponce (2011) considera a la innovación como “el proceso de mejora técnica, ya sea en la forma de organización, en el producto, los procesos etc” (p. 747), con base

en esta definición, la innovación cumple con la labor de mejorar un producto ya desarrollado, que tiene posibilidades de ser transformado por algo mejor y novedoso. En el Manual de Oslo (2005), también considera a la innovación como la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto, de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo.

2.1.2 Importancia

De acuerdo con De la Paz, Domínguez y Caballero (2007, p. 354) la importancia de la innovación en el proceso de una empresa radica en:

1. Soluciones nuevas y exitosas que mejoran la efectividad, eficacia y rentabilidad.
2. Capitaliza los nuevos descubrimientos, nuevos conceptos y nuevas invenciones.
3. Genera y sostiene ventajas competitivas.
4. Un empuje al rendimiento creativo individual a niveles altos.
5. Beneficio de frontera de la investigación científica y tecnológica aplicando las ideas novedosas a procesos rutinarios, tradicionales y obsoletos.
6. Fuente estratégica eficaz para capitalizar los esfuerzos de creatividad de todos los miembros de la organización.

2.1.3 Tipos de Innovación

De acuerdo con Guzmán y Martínez (2008), citado por Ponce (2011), los tipos de innovación se clasifican de la siguiente manera.

1. *Innovación en producto*: Respecto a la innovación en producto se considera la creación de nuevos bienes y servicios o mejorar los existentes.
2. *Innovación en procesos*: Hace referencia a la organización, gestión, marketing, nuevos equipos y material de tecnología.

3. *Innovación en mercado*: Se refiere a la búsqueda de nuevos mercados, ampliarlos, realizar la segmentación de los mismos o nuevos proveedores de materias primas o servicios.

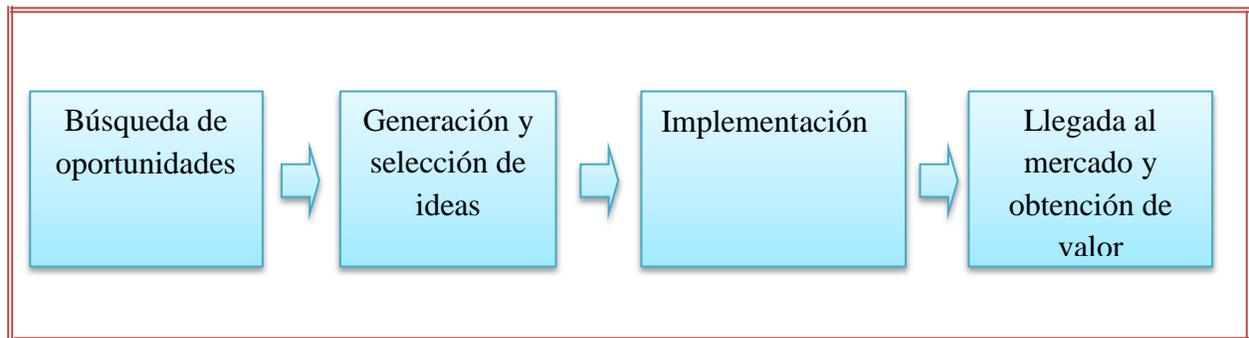
En el Manual de Oslo (2015) se distinguen cuatro tipos de innovación:

1. *La innovación de producto*: Implica cambios significativos en las características de las mercancías o de los servicios. Se incluyen tanto las mercancías totalmente nuevas como los servicios y las mejoras significativas de los productos existentes.
2. *La innovación de proceso*: Este representa únicamente los cambios en los métodos de producción y de distribución.
3. *La innovación de organización*: Esta se refiere a la puesta en práctica de nuevos métodos de trabajo, tanto de la organización como del lugar de trabajo y/o de las relaciones exteriores de la empresa. Este tipo de innovación es tomada en cuenta por Guzmán y Martínez dentro de su clasificación de innovación en procesos.
4. *La innovación de comercialización*: Este tipo de innovación refleja la puesta en práctica de nuevos métodos de comercialización, involucrando desde cambios en el diseño y el empaquetado hasta la promoción del producto a través de nuevas políticas de precios y de servicios.

2.1.4 Ciclo de la innovación

De acuerdo con García (2012) la tarea de llevar una innovación al mercado implica la ejecución de un proceso sistemático y organizado de innovación que incluye las etapas que se muestran en la Figura 2.1.

Figura 2.1 Ciclo de la innovación



Fuente: Elaboración propia con datos de García (2012).

2.2 Canal de distribución

2.2.1 Definición

El gran éxito que tienen algunas empresas es debido a su excelente canal de distribución, que les permite llevar un producto hasta el consumidor final así como la disminución de costos. A esto Kinneer y Taylor (como se citó en Páramo y Ramírez 2007, p. 227) señalan que un canal de distribución es el “conjunto de participantes organizacionales que ejecutan todas las funciones necesarias para conseguir que un producto llegue al comprador final”.

En el mismo sentido Monferrer (2013) considera que la distribución funge como una herramienta para poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador industrial en la cantidad demandada, en el momento en el que lo necesite y en el lugar donde desea adquirirlo, por lo que define al canal de distribución como sigue:

“El canal de distribución está constituido por todo aquel conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario” (p.132). De igual manera, Stanton, Etzel y Walker (2000, p. 378) definen al canal de distribución como el grupo de “personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que éste pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial”.

Sin embargo, Kotler y Armstrong (2012, p. 341) integran una característica más a la definición, *interdependencia* que se refiere a una dependencia mutua y recíproca entre los participantes del canal de distribución, proporcionando la siguiente definición “conjunto de organizaciones

interdependientes que participan en el proceso de hacer que un producto o servicio esté a disposición del consumidor o usuario de negocios”.

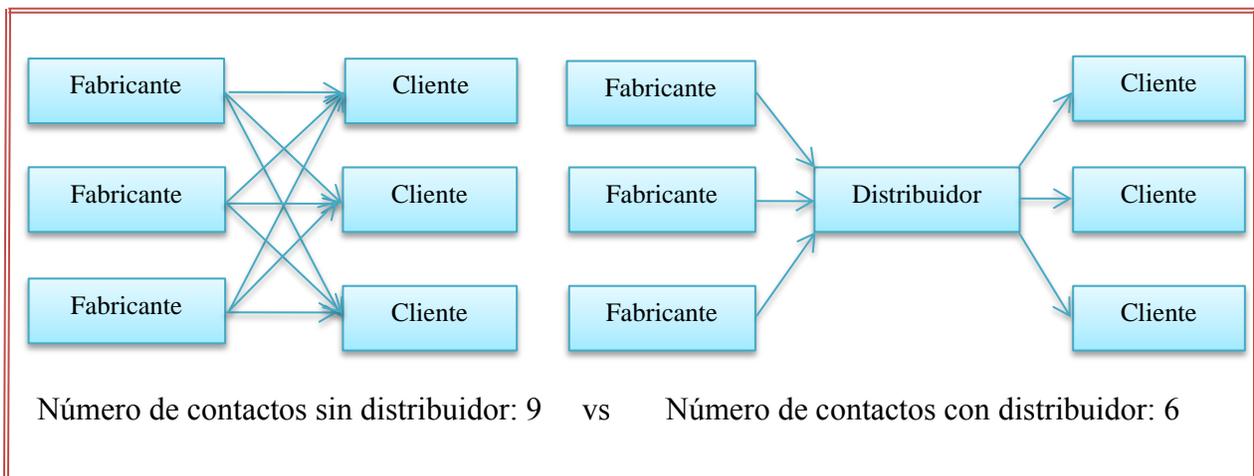
2.2.2 Utilidad e importancia del canal de distribución

Monferrer (2013, p. 131) asigna tres utilidades fundamentales de la distribución:

1. Utilidad de tiempo: pone el producto a disposición del consumidor en el momento en que lo precisa.
2. Utilidad de lugar: a través de la existencia de suficientes puntos de venta próximos al consumidor, sean estos de similares características o de naturaleza diversa.
3. Utilidad de posesión: con la entrega para el uso o consumo del producto.

Kotler y Armstrong (2012) señalan la importancia de utilizar canales de distribución para la comercialización de un producto y/o servicio como se muestra en la Figura 2.2.

Figura 2.2 Manera en que un distribuidor reduce el número de las transacciones del canal



Fuente: Tomado de Kotler y Armstrong (2012)

Se observa una reducción del número de movimientos si se hace uso de distribuidores, lo cual beneficia a la empresa.

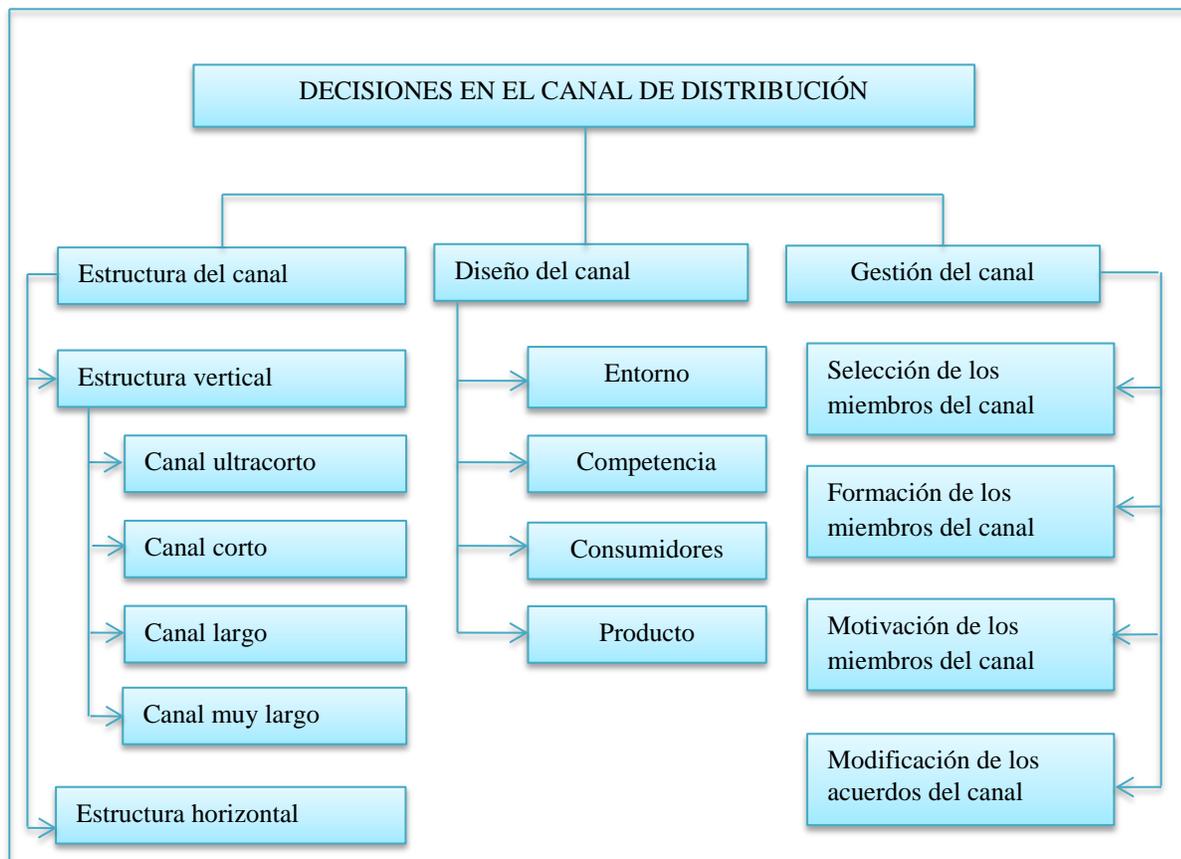
2.2.3 Decisiones en el canal de distribución

Según Stanton, Etzel y Walker (2000), la secuencia de las decisiones para diseñar un canal de distribución son las siguientes:

1. Especificar el papel de la distribución dentro de la Mezcla de Marketing.
2. Seleccionar el tipo de canal de distribución.
3. Establecer la intensidad adecuada de distribución.
4. Escoger los miembros específicos de los canales. (p. 379)

Monferrer (2013) divide las decisiones a tomar respecto al canal de distribución en tres grupos, como se muestra en la Figura 2.3.

Figura 2.3 Decisiones en el canal de distribución



Fuente: Elaboración propia con datos de Monferrer (2013).

Además, Monferrer (2013) enumera las decisiones para el diseño del canal de distribución de la siguiente manera:

1. Diseño y selección del canal de distribución: Se refiere a la forma básica de distribuir el producto.
2. Localización y dimensión de los puntos de venta: Número, emplazamiento, dimensión y características.
3. Logística de la distribución o distribución física: las actividades de procesamiento de pedidos, almacenamiento, gestión de existencias y transporte.
4. Dirección de las relaciones internas del canal de distribución: Establecer y mejorar las relaciones de cooperación, la armonía entre los miembros y resolver los conflictos.

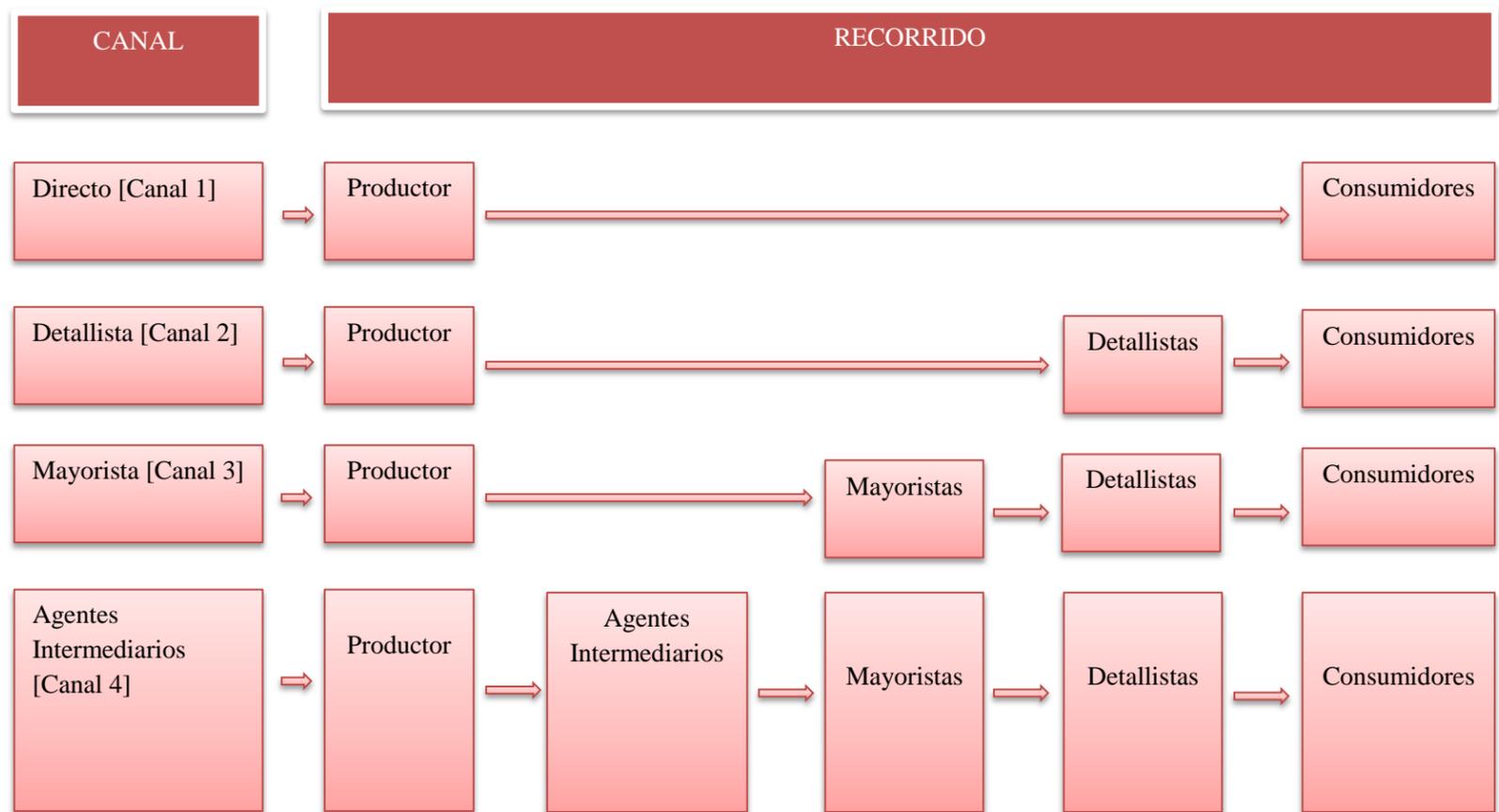
2.2.4 Tipo de Canal de Distribución

De acuerdo con Monferrer (2013), existen dos tipos de canal de distribución:

1. Distribución directa: productor-consumidor final. En este no existe la intervención de intermediarios.
2. Distribución indirecta: productor-intermediario (s)- consumidor final. En este existe la participación de uno o más intermediarios. (p. 132)

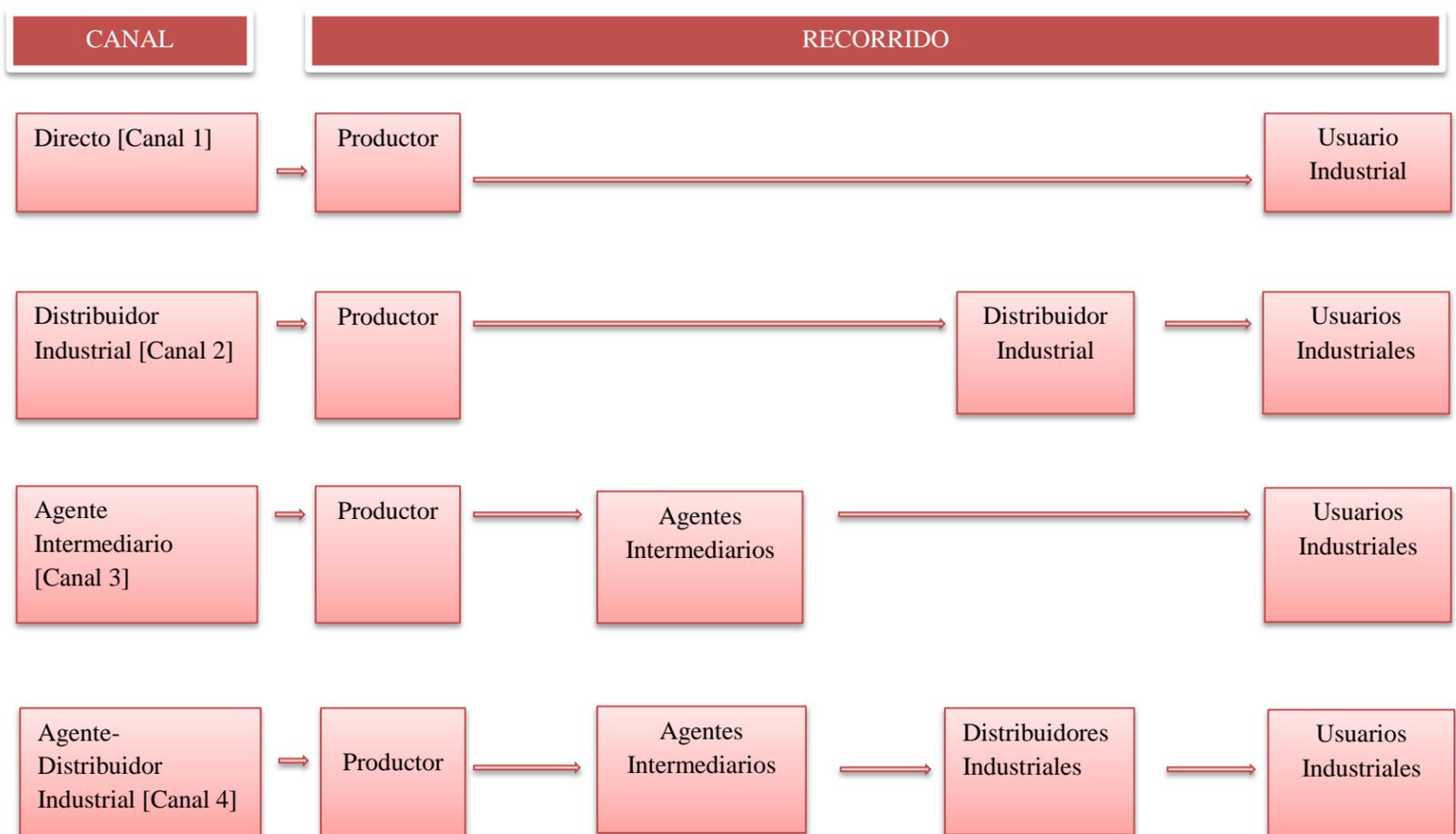
Asimismo, Lamb, Hair y McDaniel (2002) y Fisher y Espejo (2004) clasifican el canal de distribución de dos formas: canal de distribución para productos de consumo y canal de distribución para productos de negocio a negocio, como se muestra en las Figuras 2.4 y 2.5.

Figura 2.4. Canales de distribución para productos de consumo



Fuente: Elaboración propia con datos de Lamb, Hair y McDaniel (2002) y Fisher y Espejo (2004)

Figura 2.5 Canales de distribución para productos de negocio a negocio



Fuente: Elaboración propia con datos de Lamb, Hair y McDaniel (2002) y Fisher y Espejo (2004)

2.3 Intermediarios

2.3.1 Definición

De acuerdo con Stanton, Etzel y Walker (2000, p. 376) “intermediario es una empresa lucrativa que da servicios relacionados directamente con la venta y/o la compra de un producto, al fluir éste del fabricante al consumidor”.

Por otra parte Castro (1997) señala que intermediario “es una empresa de negocios de propiedad independiente que se encarga de transferir los artículos desde los productores hasta los consumidores”. (p. 121)

Kotler y Armstrong (2001) definen a los intermediarios como “empresas que ayudan a la compañía a promover, vender y distribuir sus productos a los compradores finales”, (p. 69)

2.3.2. Importancia de los intermediarios

Monferrer (2013, p. 133) comenta que la importancia de los intermediarios radica en que:

- 1) Hacen posible que los productos estén disponibles en los mercados a los que la empresa desea dirigirse.
- 2) Suponen una transmisión de funciones en el canal.
- 3) Tienen contactos, experiencia, especialización y un volumen de actividad mayor del que la empresa podría lograr actuando de forma aislada.
- 4) Transforman la oferta de productos de diferentes fabricantes en el surtido de productos que los clientes desean, contribuyendo de esta manera al equilibrio entre demanda y oferta.
- 5) Reducen el número de transacciones en el canal y economizan esfuerzos, es decir, logran una mayor eficiencia en el proceso de distribución.

2.3.3 Funciones de los intermediarios

Monferrer (2013, p. 133) menciona que las principales funciones de los intermediarios son la información, comunicación, entre otros, como se muestra en la Tabla 2.1.

Tabla 2.1 Funciones de los intermediarios

Funciones	Descripción
Información	Recogen información respecto a los clientes, competidores y otros agentes del entorno de marketing.
Comunicación	Desarrollan y difunden comunicaciones persuasivas sobre los productos, con el objeto de atraer a clientes.
Negociación	Tanto hacia arriba como hacia abajo del canal, ya que por su posición pueden tener mucha fuerza en las negociaciones.
Ajuste de pedido	Ajustan y modifican la oferta según las necesidades del comprador.
Financiación	Adquieren e invierten fondos necesarios para financiar los costos del canal.
Asunción de riesgo	Asumen los riesgos relacionados con el desarrollo de sus actividades.
Distribución física	Realizan el almacenamiento sucesivo y traslado de los productos físicos.
Pago	Suponen una reducción de facturas, remunerándolas a los vendedores a través de bancos.
Transferencia de propiedad	Se produce transferencia del fabricante al intermediario lo que supone menor responsabilidad para el primero.
Servicios adicionales	Tales como la entrega, instalación, reparación, suministros, asesoramiento, formación, etc.

Fuente: Elaboración propia con datos de Monferrer (2013).

Mientras Rivera (2007) reconoce tres funciones de los intermediarios:

1. Función de transporte.
2. Función de publicidad y promoción.
3. Función de almacenamiento o abastecimiento, (p. 328).

2.3.4 Tipos de intermediarios

Cabe distinguir los diferentes tipos de intermediarios que se encuentran en el mercado, cada uno desempeñando funciones específicas en el proceso de comercialización del bien, entre los cuales podemos distinguir la clasificación de Monferrer (2013) en mayorista (Figura 2.6) y en minorista (Figura 2.7).

De acuerdo con Castro (1997) los intermediarios se clasifican de la siguiente manera:

1. Intermediarios comerciales:

- a. Minoristas.
- b. Mayoristas.

2. Intermediarios agentes.

2.3.5 Ventajas y desventajas de los intermediarios

De acuerdo con García (2011) las ventajas y desventajas de los intermediarios son las siguientes:

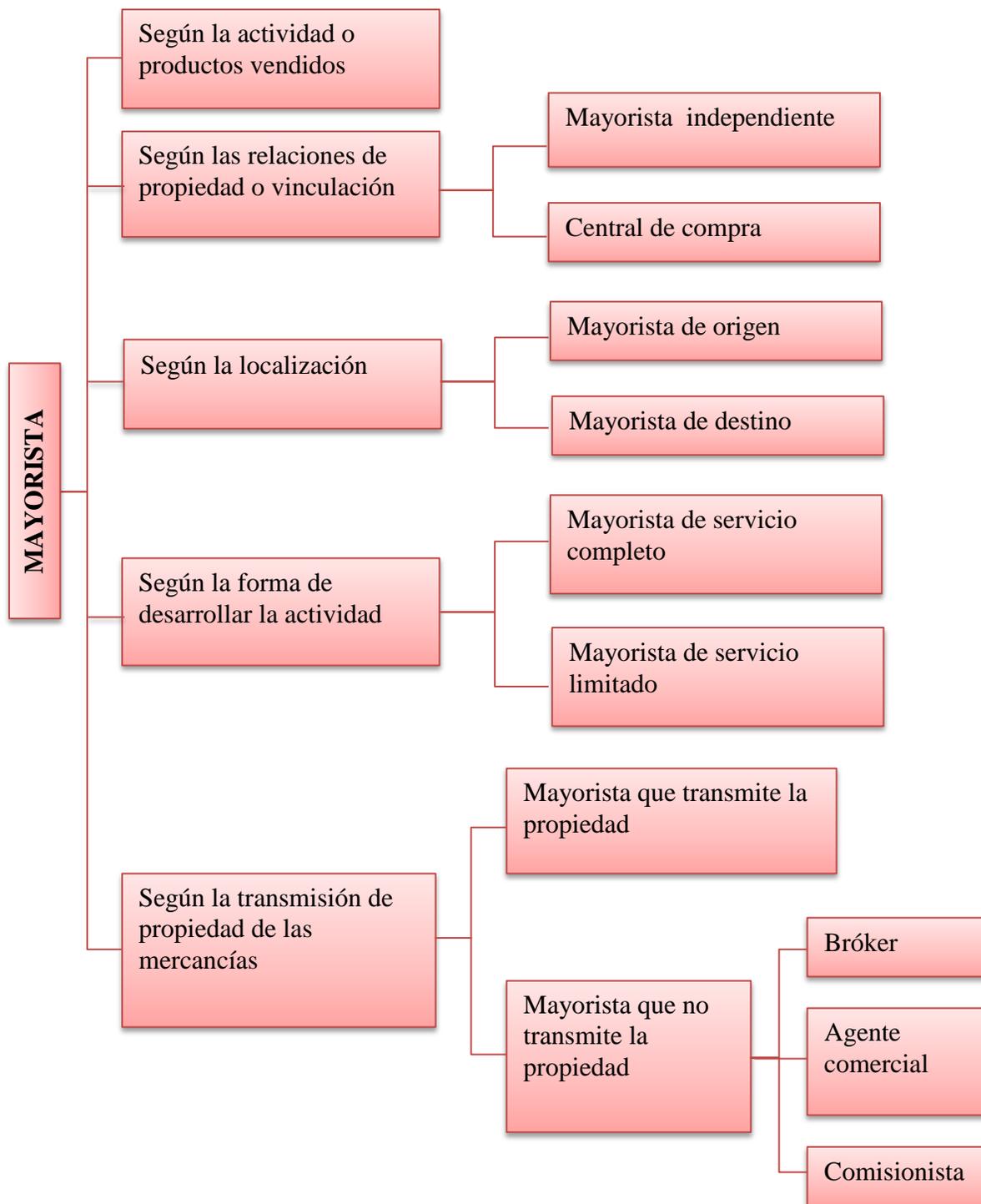
1. Ventajas de los intermediarios:

- a. Financiamiento y/o asumir riesgos.
- b. Disminución del costo de distribución física.
- c. Cobertura de mercado.

2. Desventajas de los intermediarios:

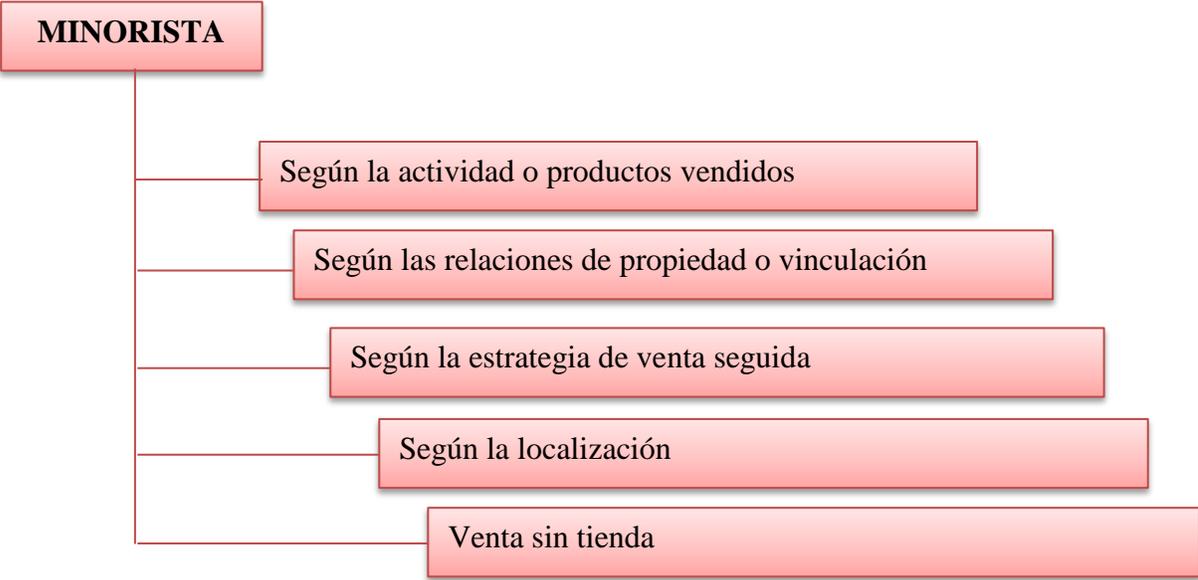
- a. Repercusión sobre el precio de venta:
 - i. Margen sobre el costo.
 - ii. Margen sobre el precio de venta.
- b. Control del canal:
 - i. Pérdida del control del canal.

Figura 2.6 Clasificación de los intermediarios mayoristas



Fuente: Elaboración propia con datos de Monferrer (2013).

Figura 2.7 Clasificación de los intermediarios minoristas



Fuente: Elaboración propia con datos de Monferrer (2013).

2.4 Artesanía

2.4.1 Definición

Cada uno puede interpretar la artesanía de diferentes maneras, dependiendo de la percepción que reciba de ello, actualmente la definición con mayor aceptación a nivel internacional es la elaborada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Centro de Comercio Internacional (ITC), que definen artesanía como los productos elaborados por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto terminado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente (UNESCO, 1997).

En el mismo sentido Fernández (2003) define artesanía de la siguiente manera:

Actividad productiva y creativa de carácter plástico manual e inspiración; de concepción, confección y planificación seriada; que se materializa en objetos, obras o piezas que responden a una necesidad funcional o de uso cotidiano, decorativo, mágico, religioso, etc.; con un ingrediente estético o decorativo necesariamente presente; facturada en un taller doméstico o profesional reducido, sin procesos tercerizados; mediante técnicas manuales y no manuales pero nobles, genuinas y de control personal por parte del artesano; cuya producción es restringida y destinada a un mercado reducido, de ferias, o comercial pero conocido por el artesano. (p. 25)

“El trabajo artesanal es una más de las estrategias de sobrevivencia y reproducción de múltiples grupos domésticos campesinos, mediante el cual sus creadores no sólo reciben retribución monetaria, sino que satisfacen también necesidades de expresión y reafirmación identitaria” (Rojas, Martínez, Ocampo y Cruz, 2010, p. 104). Sin embargo “la baja valoración de las artesanías en el mercado repercute en que la actividad artesanal realizada por mujeres con frecuencia no sea reconocida como trabajo al interior del grupo doméstico y mucho menos su calidad y valor estético” (Rojas et. al., 2010, p. 110).

La comercialización de artesanías que elaboran las mujeres se ha visto inmersa en una serie de conflictos empezando por los elevados costos, la subvaloración de las obras, los altibajos en la demanda de sus productos, causados por fenómenos globales, por la rigidez de las relaciones de género al interior de los grupos domésticos y comunidades, de profunda tradición patriarcal, por los bajos niveles educativos y la comunicación en español. (Hernández y Zafra, Bartra, San Agustín y Zapata, como se citó en Rojas, Martínez, Ocampo, y Cruz, 2010, p.112).

La definición que se consideró más completa e idónea para esta investigación es la que proporciona el Fondo Nacional de Fomento para las Artesanías (FONART, 2017), el cual dice que:

Es un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de

función mecánico que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano (...) La artesanía se crea como producto duradero o efímero, y su función original está determinada en el nivel social y cultural; en este sentido puede destinarse para el uso doméstico, ceremonial, ornato, vestuario, o bien, como implemento de trabajo. En la actualidad, la producción de artesanía se encamina cada vez más hacia la comercialización (...). (Pág. 14).

2.4.2 Artesanías de palma

Durante la evolución del hombre, éste tuvo que desarrollar utensilios domésticos que le facilitaran la recolección, almacenamiento y transporte de frutos, semillas, plantas y agua, necesarias para su supervivencia. Estos utensilios eran tejidos de diversas fibras vegetales y animales, iniciaron con cuerdas y redes, seguido por cestos y petates. “Las evidencias arqueológicas apuntan a confirmar que los vestigios de fibras duras (sauces, tules ixtles y agaves) anteceden a la agricultura, la cerámica y el tejido de fibras blandas (algodón, lino seda y lana)” (Turok, 1997, p. 21). Posteriormente se implementó el intercambio de mercancías, dando lugar a la comercialización de los utensilios, que pasaron de objetos domésticos a productos comercializables.

Hoy en día las actividades artesanales siguen existiendo, una de ellas es el tejido de la palma en la creación de productos como sombreros, petates, cestos, canastas, entre otros. “Una limitante que el artesano señala es que ha visto cómo cada día crecen sus necesidades económicas sin que obtenga los ingresos suficientes para resolver sus necesidades familiares” (Turok, 1997, p. 28).

CAPÍTULO 3

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3. CAPÍTULO 3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para cumplir con el objetivo uno y dos de esta investigación, se realizó una investigación de campo que constó de una encuesta dirigida a productores de Sombrero de Cono y unas entrevistas semiestructuradas a expertos en la producción de Sombrero Truman y a intermediarios potenciales. Para llevar a cabo esta investigación, se diseñaron los instrumentos de recolección, que facilitarían la recolección de datos. Posteriormente se realizó el cálculo de una muestra representativa de los participantes de esta investigación, para luego analizar los resultados obtenidos.

3.1 Diseño del Instrumento de Recolección

1. Cuestionario dirigido a los productores de Sombrero de Cono

La herramienta que se utilizó para obtener los datos acerca de la producción de Sombrero de Cono, fue la encuesta, ya que permite fácilmente reunir la información. El objetivo de esta encuesta fue conocer la situación actual que tienen los productores de sombrero de palma y saber el grado de interés que tienen por mejorar su producto.

El cuestionario (Anexo 1) consta de 30 preguntas de las cuales, en la Tabla 3.1 se presenta su respectivo objetivo.

Tabla 3.1 Objetivo de las preguntas que integran el cuestionario dirigido a productores

Preguntas	Objetivo
1- 10	Conocer todo lo referente a la producción del Sombrero de Cono.
11-14	Conocer los aspectos económicos inmersos en la venta del sombrero.
15-20	Saber el canal de distribución actual.
21-26	Conocer la disposición a realizar mejoras al sombrero.
27-31 ^a	Detectar las necesidades de los productores.

Fuente: Elaboración propia.

2. Cuestionario dirigido a expertos en la producción de Sombrero Truman

Con el objetivo de conocer el proceso productivo del sombrero Truman e identificar nuevos canales de distribución, se aplicó una serie de entrevistas a expertos en la producción de sombrero, para ello se diseñó un cuestionario que consta de 13 preguntas (Anexo 3).

3. Cuestionario dirigido a intermediarios potenciales

Para determinar a los intermediarios que formarán parte del canal de distribución del Sombrero Truman, se realizó una entrevista semiestructurada a personas consumidoras de este producto, quienes a su vez comercializan este tipo de sombrero (Anexo 2).

3.2 Cálculo de la muestra

1. Cuestionario dirigido a los productores de Sombrero de Cono

Para aplicar las encuestas a los productores de Sombrero de Cono, se identificó a la población objetivo, de acuerdo con Tamayo y Tamayo (1997) “la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 114). De acuerdo con datos del INEGI (2010), la comunidad de San Juan Diquiyú cuenta con una población que consta de 283 hombres y 330 mujeres, y cuenta con 136 hogares. Para los fines de esta investigación la población objetivo contempla el número de hogares, dado que al menos un integrante de cada hogar realiza sombreros de palma.

De esta población se obtuvo una muestra representativa de productores para la aplicación de la encuesta. Según Tamayo y Tamayo (1997) la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (p. 38).

De acuerdo con Fisher y Navarro (1996), la fórmula para el cálculo de la muestra de una población finita es la siguiente:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

e = Límite aceptable de error maestral.

Para determinar el número de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas y el valor de las siguientes variables, Tabla 3.2:

Tabla 3.2. Variables para obtener la muestra

Variables	Descripción	Valores
N	Tamaño de la población	136
σ	Desviación estándar	0.5
Z	Nivel de confianza (90%)	1.65
e	Error de estimación (10%)	.10

Fuente: Elaboración propia

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{(136)(0.5^2)(1.65^2)}{(136-1) \cdot 10^2 + 0.5^2 \cdot 1.65^2}$$

$$n = \frac{92.565}{2.0306}$$

$$n = 45 \text{ Encuestas}$$

Para determinar a los 45 productores que conformarán la muestra, se aplicó el método de muestreo no probabilístico de juicio ⁹ a través del cual se seleccionaron a las familias con mayor disponibilidad de tiempo para colaborar con la investigación.

2. Cuestionario dirigido a expertos en la producción de Sombrero Truman

Para realizar la investigación sobre el proceso productivo del Sombrero Truman, se realizó el contacto con dos personas, quienes actualmente producen el Sombrero Truman en la ciudad de Huajuapán de León. Por su amplia experiencia en esta actividad, proporcionaron datos relevantes para la investigación.

3. Cuestionario dirigido a intermediarios potenciales

Para determinar a los integrantes del canal de distribución, se realizó el contacto con tres empresarios que comercializan el sombrero de palma en la ciudad de Huajuapán y tres más en la ciudad de Oaxaca de Juárez, quienes por su actividad comercial y experiencia fueron de suma importancia para el desarrollo de la propuesta de innovación.

3.3 Resultados de la Investigación de Campo

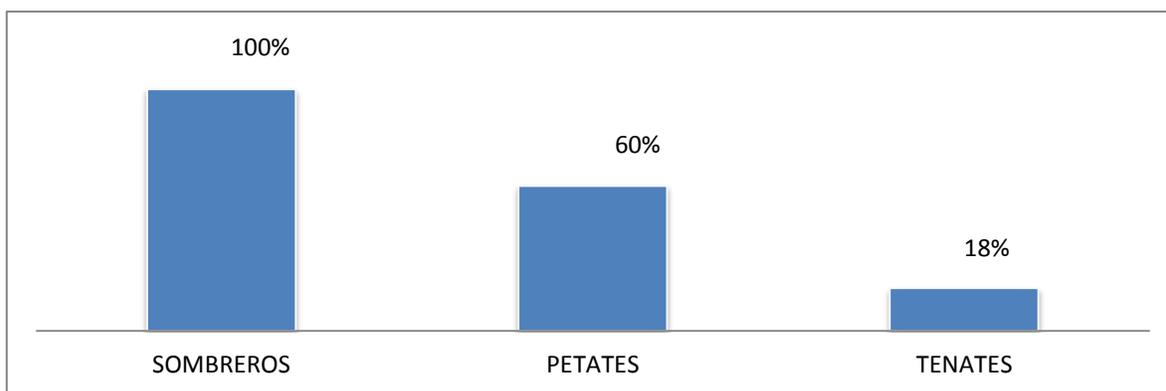
A continuación se presenta el análisis de las 45 encuestas aplicadas a productores de la comunidad de San Juan Diquiyú que fueron obtenidas de una muestra representativa, así como las entrevistas que se realizaron a expertos en la producción de Sombrero Truman e intermediarios potenciales. Con dichas encuestas, se buscó conocer la capacidad de producción que tienen actualmente así como la forma en que comercializan su producto y la disposición para realizar mejoras en el Sombrero de Cono, de esta manera tener la información necesaria para la realización de la propuesta de innovación.

3.3.1 Análisis de las encuestas dirigidas a productores de Sombrero de Cono

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los productores de sombreros de palma se determinó que el 100% de las personas encuestadas realiza algún producto de palma, principalmente sombreros, petates y tenates (Figura 3.1).

⁹ A criterio del investigador los elementos son elegidos sobre lo que él cree que pueden aportar al estudio (Fisher y Navarro, 1996).

Figura 3.1 Productos de palma que se elaboran en San Juan Diquiyú



Fuente: Elaboración propia con información de encuestas aplicadas a productores de sombreros de palma de la comunidad de San Juan Diquiyú.

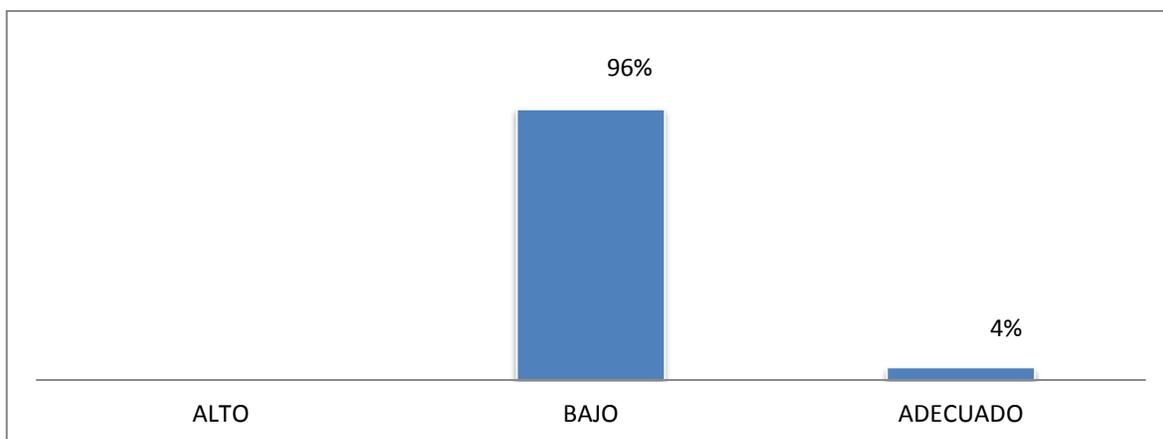
El artículo que todos los productores realizan es el sombrero semiterminado, que conlleva únicamente el tejido de éste. Para su elaboración, los productores utilizan además de la palma que es su materia prima, hacen uso de algunas herramientas que ayudan en su elaboración, como son: cuchillo, tijera, petate, bolsas de plástico y algún recipiente para contener agua, estos dos últimos con el objetivo de conservar la suavidad de la palma que les permita tener una mejor manipulación.

Con base a un promedio diario de las cifras que proporcionaron los productores se determinó que tardan 45 minutos en la elaboración de un sombrero, por 6 horas, logran realizar de 6 a 8 sombreros al día. Asimismo afirmaron que en cada hogar trabajan 2 integrantes en promedio, los cuales perciben \$201.00 cada uno por semana.

El 100% de los productores opina que el dinero que recibe por la venta de los sombreros no es suficiente para cubrir sus gastos diarios¹⁰, afirmando que la causa es el bajo precio al que les compran los sombreros (Figura 3.2).

¹⁰ Gastos diarios: despensa

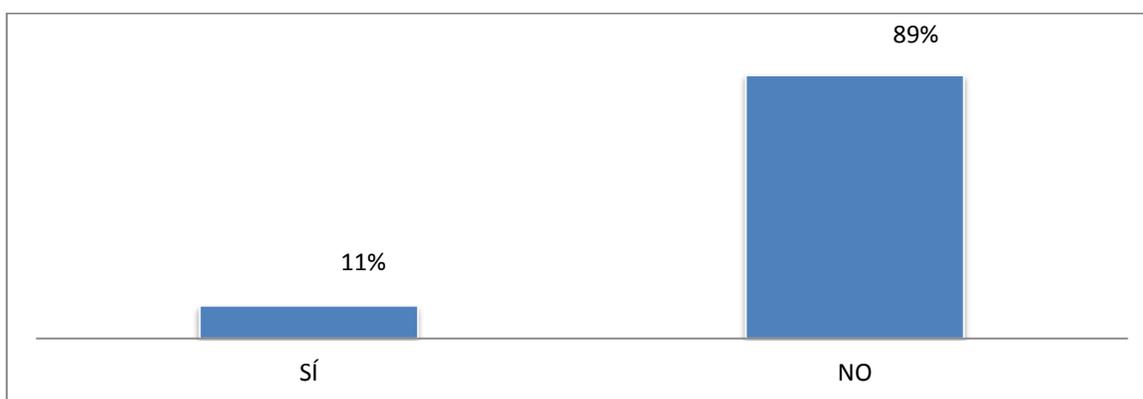
Figura 3.2 Opinión sobre el precio del Sombrero de Cono



Fuente: Elaboración propia con información de encuestas aplicadas a productores de sombreros de palma de la comunidad de San Juan Diquiyú.

Actualmente todos los productores venden sus sombreros a un comprador, quien es la única persona que va hasta la comunidad a comprar los sombreros desde hace 15 años, ellos consideran que salir a venderlos a otro lado les generaría mayores gastos y la mayoría de los productores desconocen de otra persona o empresa que compre los sombreros como se muestra en la Figura 3.3.

Figura 3.3 Conocimiento sobre otros compradores de Sombrero de Cono

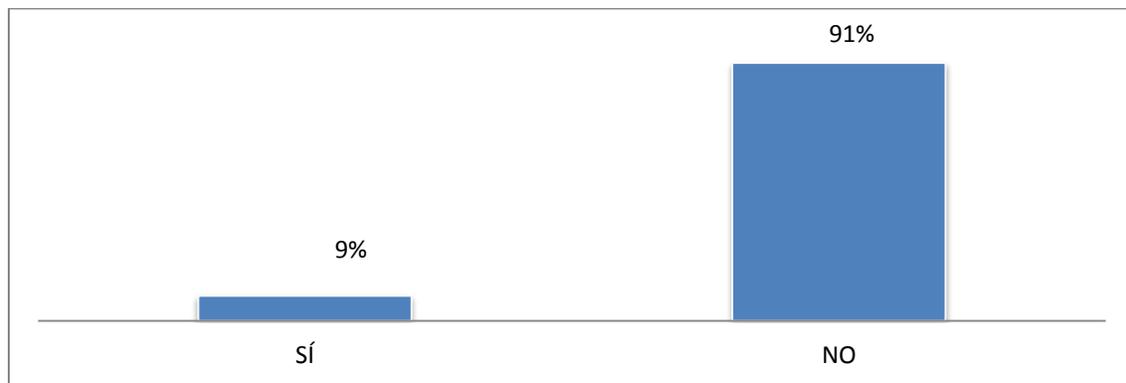


Fuente: Elaboración propia con información de encuestas aplicadas a productores de sombreros de palma de la comunidad de San Juan Diquiyú.

Como se muestra en la Figura 3.4 los productores afirman haber tenido en algún momento dificultades con el comprador de sombreros semiterminados por distintos motivos como:

- El precio de la docena de sombreros disminuye.
- Hay semanas en que el comprador no llega al pueblo por los sombreros.
- El comprador se llena y ya no compra más sombreros.
- El comprador exige mayor calidad en la elaboración del sombrero.

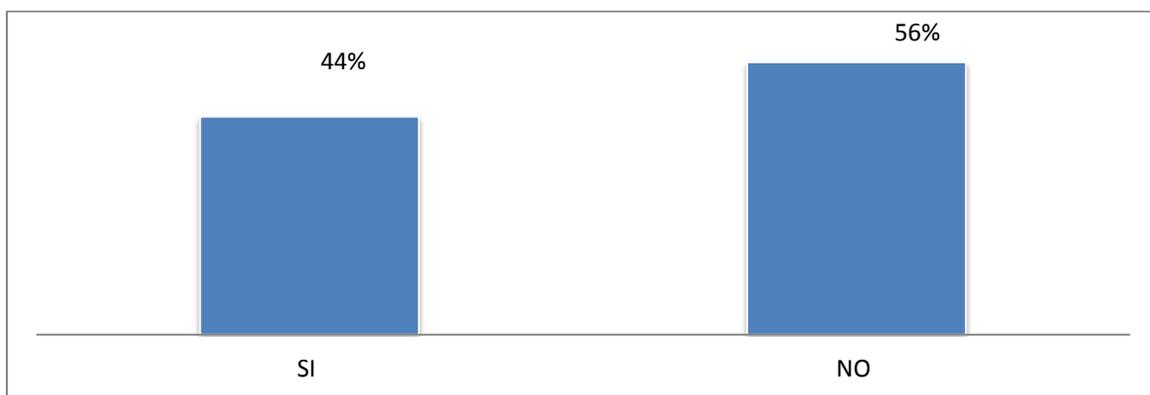
Figura 3.4 Productores con dificultades con el comprador de Sombreros de Cono



Fuente: Elaboración propia con información de encuestas aplicadas a productores de sombreros de palma de la comunidad de San Juan Diquiyú.

El 56% de los productores afirma que los sombreros de Cono que adquiere el comprador son llevados a la ciudad de Tehuacán, Puebla para su planchado y acabado final (Figura 3.5).

Figura 3.5. Destino de los Sombreros de Cono



Fuente: Elaboración propia con información de encuestas aplicadas a productores de sombreros de palma de la comunidad de San Juan Diquiyú.

Hasta el momento, los productores siguen realizando los Sombreros de Cono debido a que ninguno de ellos han tenido alguna iniciativa para mejorar el sombrero de palma, sin

embargo, el 84% de los productores estaría en disposición de invertir más tiempo con el objetivo de terminar el proceso de elaboración del sombrero (Figura 3.6), mientras que el 93% está dispuesto a trabajar con otras personas para mejorar la producción de sombrero (Figura 3.7).

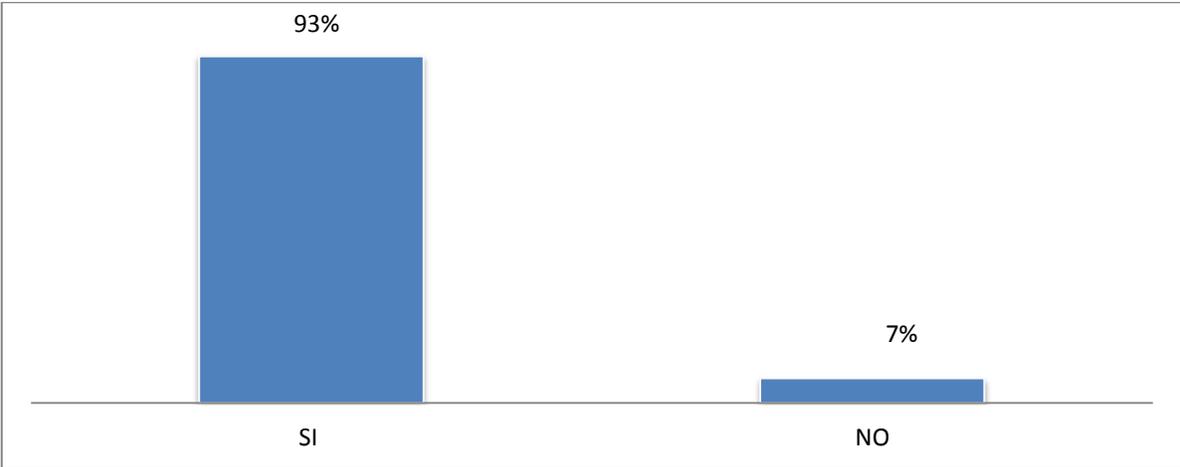
Figura 3.6. Disposición para invertir más tiempo en la elaboración de sombreros



Fuente: Elaboración propia con información de encuestas aplicadas a productores de sombreros de palma de la comuniad de San Juan Diquiyú.

El 8% de los productores ha considerado terminar el proceso de elaboración del sombrero de palma, sin embargo, no lo han llevado a cabo por falta de dinero para adquirir la maquinaria y construir un taller de manufactura.

Figura 3.7. Disposición para trabajar con otras personas



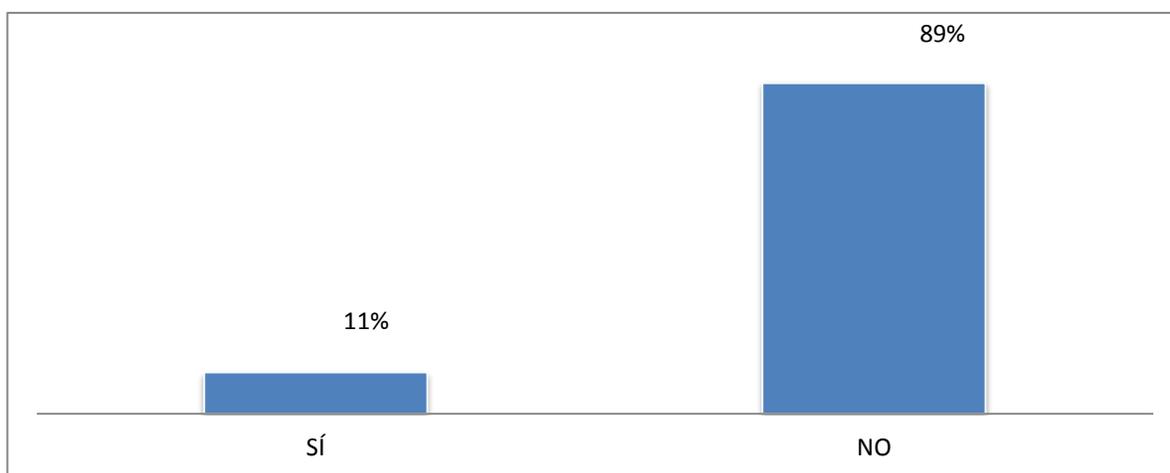
Fuente: Elaboración propia con información de encuestas aplicadas a productores de sombreros de palma de la comuniad de San Juan Diquiyú.

Resulta muy importante recalcar que más del 50% de los productores sabe qué es lo que se le debe hacer al sombrero una vez que el tejido está terminado, sin embargo no saben como realizarlo es por ello que el 100% de ellos está dispuesto a invertir tiempo para tomar algún curso de capacitación para aprender a terminar el sombrero.

Todos los productores consideran que sería bueno vender el sombrero terminado en comparación con el que ahora venden, ya que recibirían un mayor ingreso al actual.

Respecto a la búsqueda de apoyos, tanto de capacitación como de financiamiento, 9 de cada 10 productores señalan que nunca han participado en alguna convocatoria para solicitar algún apoyo. El 11% señala que ha participado en una convocatoria para obtener recursos destinados a la obtención de una vivienda o para el cultivo de pitayos de mayo (Figura 3.8).

Figura 3.8. Productores que han participado en una convocatoria para solicitar apoyos

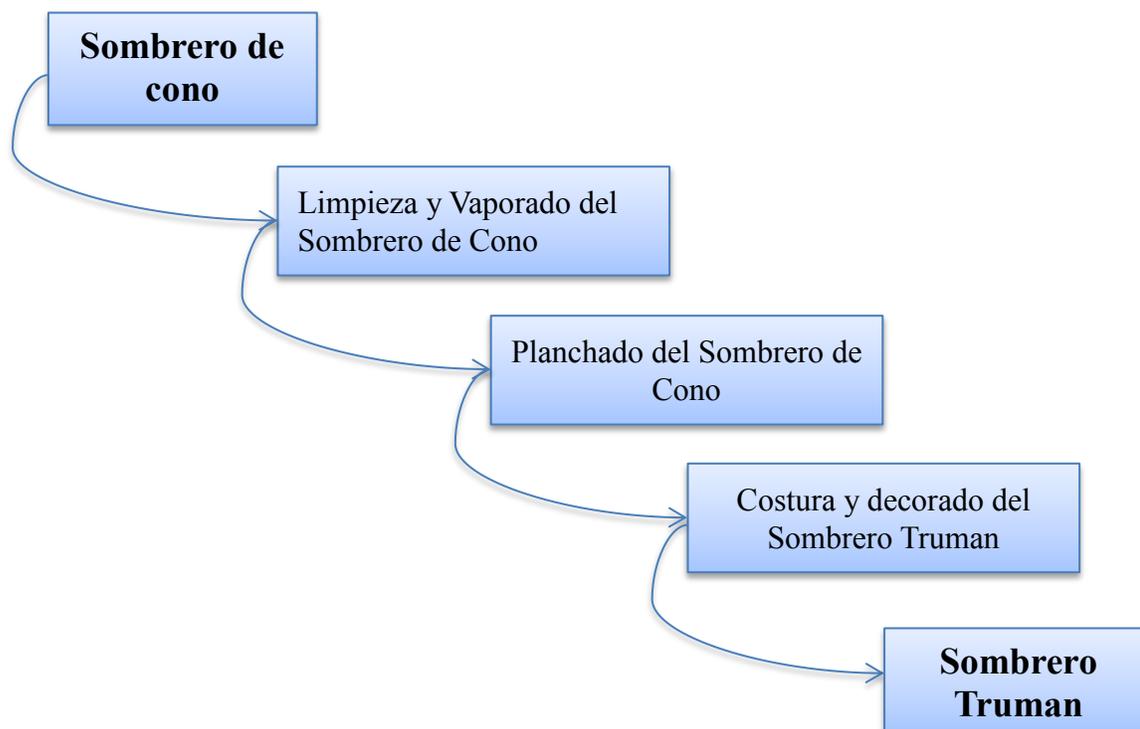


Fuente: Elaboración propia con información de encuestas aplicadas a productores de sombreros de palma de la comunidad de San Juan Diquiyú.

3.3.2 Resultados de las entrevistas dirigidas a expertos en la producción de Sombrero Truman

Dada la experiencia que tienen los expertos en la producción de Sombrero Truman, se les preguntó que actividades se realizan una vez que se tiene el Sombrero de Cono para obtener un Sombrero Truman, a ello, comentaron que son tres las actividades principales que se realizan, como muestra la Figura 3.9.

Figura 3.9. Actividades que se realizan a partir del Sombrero de Cono para obtener un Sombrero Truman



Fuente: Elaboración propia con datos recuperados de entrevistas dirigidas a expertos en la producción de Sombrero Truman.

Para llevar a cabo las actividades mencionadas en la Figura 3.9, es indispensable el uso de máquinas especializadas para estos tipos de actividades (Tabla 3.3), los cuales ayudan a la transformación y mejora del Sombrero de Cono.

Tabla 3.3 Maquinaria requerida para transformar un Sombrero de Cono a Sombrero Truman

Actividad	Maquinaria para la realización de la Actividad
Vaporado	Horno
Planchado	Prensa planchadora de sombreros
Costura	Máquina para ribetear

Fuente: Elaboración propia con datos recuperados de entrevistas dirigidas a expertos en la producción de Sombrero Truman.

3.3.3 Resultados de las entrevistas dirigidas a intermediarios potenciales

Dentro de un mercado tradicional, los intermediarios juegan un papel muy importante en el proceso de distribución de un producto, éstos coordinan el servicio para acercar el producto al usuario final.

Con el objetivo de conocer a algunos posibles compradores del sombrero Truman, se realizó una entrevista a 3 empresarios ubicados en la ciudad de Huajuapán de León que se dedican a la venta de este producto y tres más de la ciudad de Oaxaca de Juárez.

Dos de los intermediarios potenciales de Huajuapán de León, adquieren sombreros Truman a otros productores, mientras otro compra sombreros de Cono para, posteriormente realizar el proceso de acabo para obtener el Sombrero Truman. Algunos proveedores a quienes les compran los sombreros terminados provienen de las comunidades de Santiago Cacaloxtepéc, Acamixco y Petlansingo.

El 100% de las personas encuestadas comentan que estarían dispuestos en comprar sombreros terminados de la comunidad de San Juan Diquiyú. Estos empresarios mencionaron que los sombreros deben contar con las características que sus clientes demandan, que son una buena costura y el buen aspecto que da el planchado.

En el Anexo 4 se registra la demanda esperada por los intermediarios potenciales de Sombrero Truman.

CAPÍTULO 4

PROGRAMAS SOCIALES

4. CAPÍTULO 4. PROGRAMAS SOCIALES

Existe un gran número de programas sociales que tienen el objetivo de impulsar proyectos productivos de los diferentes sectores, sin embargo aquellos que están dirigidos específicamente a: grupos de mujeres, habitantes de comunidades indígenas y artesanos, son tres que bien pueden ser aprovechados por los productores de sombrero de la comunidad de San Juan Diquiyú los cuales se mencionan a continuación:

4.1 Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario y a la Mujer Rural (PRONAFIM).

Este programa tiene como fin impulsar las iniciativas productivas y los emprendimientos de mujeres y hombres, para que mejoren las condiciones de vida en las poblaciones rurales y urbanas del país. Este programa opera de dos tipos:

1. Apoyos crediticios
2. Apoyos no crediticios
 - a) Apoyos no crediticios a la población objetivo.
 - b) Apoyos no crediticios a las IMF¹¹ acreditadas.
 - c) Programa anual de capacitación para el personal de las IMF acreditadas y/u organizaciones incorporadas. Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario y a la Mujer Rural (PRONAFIM, 2016)

Los apoyos que están dirigidos a los productores y se ajusta más a sus necesidades son *los apoyos no crediticios a la población objetivo*, ya que no hay un cobro de intereses o garantía de por medio como en los apoyos crediticios, estos son:

1. Capacitaciones para el desarrollo de capacidades financieras y empresariales por parte de las IMF y Organizaciones Incorporadas.
2. Talleres informativos.
3. Incubación de actividades productivas.
4. Participación de los y las Microacreditadas en foros, mesas de trabajo, eventos organizados por el programa y Organizaciones nacionales e internacionales (PRONAFIM, 2016).

¹¹ Instituciones de Microfinanciamiento

4.2 Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART)

El FONART tiene como objetivo promover la actividad artesanal del país y contribuir de esta manera a la generación de un mayor ingreso familiar de los artesanos (as), a través de los diferentes apoyos que abordan temas como capacitación, producción, comercialización, entre otros. Algunos de éstos son:

1. Capacitación Integral y/o Asistencia Técnica
2. Apoyos para impulsar la producción.
3. Apoyos para impulsar la comercialización.
4. Apoyos para la promoción artesanal en ferias y exposiciones nacionales e internacionales.
5. Acciones para el desarrollo de espacios artesanales en destinos turísticos.
6. Apoyos para proyectos artesanales estratégicos. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART, 2016).

4.3 Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI)

Esta comisión tiene como objetivo orientar, coordinar, promover, apoyar, fomentar, dar seguimiento y evaluar los programas y proyectos para el desarrollo integral y sustentable de los pueblos y comunidades indígenas de México (CDI). Algunos de los programas y apoyos que ofrece esta comisión son:

- 1) Programa de Apoyo a la Educación Indígena.
- 2) Programa para el Mejoramiento de la Producción y Productividad Indígena.
- 3) Apoyo a Proyectos Culturales para el Fortalecimiento, Difusión y Preservación del Patrimonio Cultural Indígena.
- 4) Programa de Infraestructura Indígena y Programa de Derechos Indígenas. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI, 2016)

Esta comisión concentra a las comunidades que pueden solicitar estos apoyos en una lista, sin embargo, la comunidad de San Juan Diquiyú no se encuentra entre las elegibles.

4.4 Programas seleccionados para los productores de Sombrero de Cono

De acuerdo con las necesidades que tienen los productores de sombreros de la comunidad de San Juan Diquiyú, los apoyos que más se enfocan al cumplimiento de los objetivos de esta investigación son los que otorgan el FONART (2016), dado que está dirigido a artesanos y artesanas y está destinado a brindar los siguientes apoyos:

- 1) Capacitación Integral y/o Asistencia Técnica
- 2) Apoyos para impulsar la producción.
- 3) Apoyos para impulsar la comercialización.

En el Anexo 4, se mencionan los criterios generales que se toman en cuenta para estos apoyos.

4.4.1 Capacitación Integral y/o Asistencia Técnica

1) Capacitación Integral

Este apoyo es adecuado para los productores de sombrero de la comunidad de San Juan Diquiyú ya que éste tiene por objeto mejorar la condición productiva y comercial de las y los artesanos, mediante el desarrollo de habilidades para: trabajo organizativo, materias primas, proceso productivo, comercialización y administración (FONART, 2016). Este apoyo es idóneo para los productores ya que estos tienen la necesidad de recibir capacitación para terminar el proceso de elaboración del sombrero, éste es impartido por expertos de diferentes sectores. El apoyo cubre un monto de \$15,000.00 por persona, a un grupo de al menos 15 artesanos por una duración de hasta 12 meses.

2) Asistencia Técnica

Este apoyo atiende necesidades específicas de Conocimiento relacionadas al mejoramiento de la condición productiva de las y los artesanos, que pueden ser aprovechados por los productores de sombrero de la comunidad de San Juan Diquiyú. Este apoyo cubre un monto de \$6,000.00 por persona, pudiendo beneficiar mínimo a 15 artesanos y artesanas con una duración de hasta 6 meses. (FONART, 2016)

4.4.2 Apoyos para impulsar la producción

Este apoyo va dirigido a las y los artesanos con recursos económicos y/o en especie para fortalecer la adquisición de activo fijo y/o insumos destinados a la producción artesanal. Va dirigido a grupos integrados por al menos 5 y hasta 15 integrantes, apoyando con un monto de hasta \$225,000.00, esto siempre y cuando el monto por artesana o artesano no rebase los \$15,000.00. Cabe mencionar que el apoyo no podrá exceder el 90% de la cotización de costos presentada dentro del proyecto de los Apoyos Grupales para Impulsar la Producción. (FONART, 2016)

4.4.3 Apoyos para impulsar la comercialización

Este apoyo tiene la finalidad de ampliar las opciones de la comercialización de la producción de las y los artesanos es por ello que se considera como una opción que el productor de sombreros puede aprovechar para financiar la venta de su producto, esto a través del acopio de artesanías en las tiendas del FONART y apoyo con la demanda comercial que consiste en un monto ayuda de \$225,000.00 para atender las necesidades del mercado. Cabe mencionar que para el Acopio de artesanías también se otorga un apoyo de \$15,000.00 por persona. (FONART, 2016)

4.4.4 Tiempos de atención al público para los apoyos del FONART

El tiempo para recibir una respuesta a la solicitud del interesado es de 45 días naturales y 10 días hábiles para notificar a los solicitantes de faltantes en la documentación. Para la solventación de faltantes es en un plazo de 10 días hábiles. Mientras la entrega de recursos una vez aprobado el apoyo es en un plazo de 30 días naturales. Para la comprobación de la aplicación de los recursos por parte del artesano es en un máximo de 45 días Naturales. Estos tiempos aplican para todos los apoyos que otorga el FONART. (FONART, 2016)

CAPÍTULO 5

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5. CAPÍTULO 5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1 Introducción

A partir de la información que previamente se obtuvo de las encuestas aplicadas a los productores y con el complemento de las entrevistas dirigidas a expertos en la producción del sombrero de palma que cuentan con amplia experiencia capacitando a empleados en actividades referentes al acabado de este tipo de sombrero, se enlistan las necesidades detectadas en la comunidad de San Juan Diquiyú para llevar a cabo la innovación al producto que se propone en esta tesis, para luego dar pie al desarrollo de la propuesta.

La propuesta está integrada por tres partes, la primera, describe cómo solventar la necesidad del activo fijo y capacitación, especificando fechas, montos y grupos de trabajo para solicitar algunos apoyos económicos. La segunda parte de la propuesta, especifica a los intermediarios potenciales que integran el canal de distribución, que estarían dispuestos a adquirir los sombreros de palma que elaboren los productores de San Juan Diquiyú. Por último se propone un nombre y un logotipo para el sombrero de palma al cual se aplique la innovación.

El proceso general de elaboración de un Sombrero Truman consta de nueve etapas o procesos más cortos, de los cuales, los productores de la comunidad de San Juan Diquiyú actualmente ya realizan seis, faltando aprender y realizar las tres últimas etapas, en donde se concentrará el proceso de innovación (Anexo 6).

5.2 Descripción del proceso productivo del Sombrero de Cono de San Juan Diquiyú

El proceso productivo que realizan actualmente los productores de San Juan Diquiyú consta de 6 procesos, que al realizarlos da como resultado el Sombrero de Cono, la característica principal de estos procesos es que son elaborados por las propias manos de los productores, sin la intervención de algún tipo de maquinaria. Este proceso actual que realizan los productores de la comunidad corresponde a la Fase 1 del proceso de elaboración del Sombrero Truman. A continuación, se describe el proceso productivo del Sombrero de Cono, asimismo en el Anexo 6 se muestra de manera visual este proceso.

Fase 1

Proceso 1. El productor corta la palma de la montaña cuando ésta ya se encuentra extendida, se arman los manojos o ensartas y luego se transporta a su hogar.

Proceso 2. La palma recién cortada se expone a los rayos del sol por dos o tres días para que éste se seque. Una vez seca la palma, se cuelgan las ensartas en un espacio seco. En este paso se obtiene la materia prima que será utilizada para el tejido del sombrero de palma.

Proceso 3. La palma seleccionada para realizar el tejido, es depositada en un espacio húmedo o rociadas con agua para ablandarla y facilitar el rajado de ésta. En seguida la palma que ya se encuentra rajada se divide en dos manojos, el primero se forma de las palmas más largas y el segundo del resto.

Proceso 4. Se realiza el tejido del comienzo utilizando únicamente el manajo de palmas largas, este tejido es la base del sombrero de palma.

Proceso 5. Se realiza el tejido de los surcos que formarán el cuerpo del sombrero, en esta parte se utiliza el segundo manajo de palma para resembrar.

Proceso 6. Se teje el cierre del sombrero para evitar que se desbarate, en seguida se da vuelta al sombrero y se obtiene el Sombrero de Cono.

5.3 Innovación en el producto

Recuperando la definición de innovación que señala Guzmán y Martínez (2008) y en el Manual de Oslo, la innovación en producto implica la creación de nuevos bienes o mejoras significativas en los productos existentes, por lo cual una vez evaluado la situación actual de los productores de sombrero de palma de la comunidad de San Juan Diquiyú, se propone una innovación en el producto que consiste en añadir al proceso productivo actual la Fase 2 que consta de los tres últimos procesos que conducen al término del Sombrero Truman y Sombrero Cerrado para Dama (Figura 5.1).

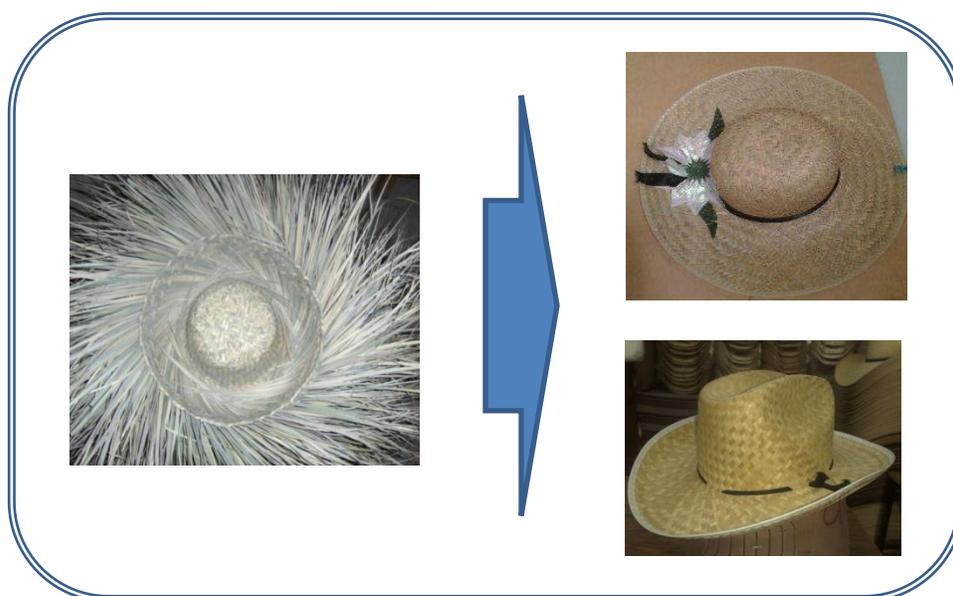
Fase 2.

Proceso 7. Limpieza y vaporado del sombrero. Consta del corte de la palma extra o sobrante que tiene el sombrero y de la cocción a vapor del mismo en un horno por dos o tres horas. Esta actividad tiene la finalidad de blanquear y dar elasticidad al sombrero.

Proceso 8. Prensado del sombrero. Este consiste en dar forma al sombrero a través de presión y calor sobre moldes previamente colocados en la prensa planchadora.

Proceso 9. Costura y decorado del sombrero. Se costura el borde y se pega la cinta y adorno decorativo para hacer más atractivo al Sombrero Truman, con este paso se finaliza el proceso de elaboración del Sombrero Truman.

Figura 5.1. Visualización de la innovación al Sombrero de Cono



Fuente: Elaboración propia,

Actualmente los productores de esta comunidad, únicamente realizan la Fase 1 del proceso productivo del Sombrero Truman, obteniendo como resultado el Sombrero de Cono, sin embargo si implementan la innovación al producto podrán realizar el proceso productivo del Sombrero Truman, que es un producto que ha terminado su proceso de elaboración y que está listo para llevarse al mercado a un precio superior al que actualmente están vendiendo el Sombrero de Cono. Sin embargo, para llevar a cabo esta propuesta, los productores requieren cubrir dos requisitos principales, estos son la maquinaria y

capacitación para aprender a realizar los tres pasos que implican la innovación al Sombrero de Cono.

5.3.1 Inversión Inicial

A través de la encuesta aplicada a los productores de sombrero de palma, se demostró que existe el interés por continuar con el proceso de elaboración del Sombrero Truman, sin embargo, ninguno de ellos tiene el Conocimiento completo respecto a lo que se necesita para realizar la segunda fase del proceso productivo del Sombrero Truman. Dado este desconocimiento de los productores sobre las necesidades de un taller para la transformación de sombreros de palma, se realizó una serie de entrevistas a expertos en la producción de sombreros de palma, quienes comentaron que los activos que se necesitan para poner en marcha esta innovación al producto, son los siguientes:

1) Horno

Donde se lleva a cabo la cocción del sombrero de palma que blanquea y ayuda a mantener la resistencia de la palma mediante vapor.

2) Prensa planchadora de sombreros.

La prensa planchadora de sombreros es la máquina que se utiliza para hacer presión a los sombreros, esto mediante la aplicación de calor y vapor que ablanda la palma y fija la forma deseada en el sombrero.

3) Moldes para las hormas de sombrero

Estos son colocados en la prensa planchadora para que el sombrero de palma adquiera la forma del molde.

4) Máquina de coser

Este se utiliza para realizar la costura del borde del sombrero.

Para llevar a cabo las actividades productivas también se requiere de un espacio físico dónde instalar el taller y de un medio de transporte para realizar la comercialización del Sombrero Truman. En la Tabla 5.1 se especifican las necesidades de activo que los

productores requieren para instalar un taller de Sombreros Truman. El costo del activo fijo es aproximadamente de \$255, 800.00.

Tabla 5.1 Presupuesto de activo fijo para el taller de Sombrero Truman

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Importe Total
Prensa seca para sombrero 4 Postes doble palanca	1	\$ 80,000.00	\$ 80,000.00
Horma para sombrero Mod. Truman caballero # 56	1	\$ 6,300.00	\$ 6,300.00
Horma para sombrero ala grande Mod. Playero para dama #55	1	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
Máquina para ribetear plana reconstruída	1	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00
Horno	1	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
Instalaciones	1	\$ 120,000.00	\$ 120,000.00
TOTAL			\$ 255,800.00

Fuente: Elaboración propia.

También será necesario que los productores reciban capacitación para aprender a utilizar la maquinaria necesaria para poder realizar los tres pasos del que consta la Fase 2 del proceso productivo del Sombrero Truman. Esta capacitación permitirá que al iniciar el proceso productivo, los productores sepan cómo manejar el taller de sombrero de palma y atender a cualquier situación que se presente. Sin embargo el costo de un curso de capacitación para aprender a utilizar la maquinaria, por una duración de 8 horas limitados a máximo tres personas, es de \$4, 000.00.

Para poder llevar a cabo los requerimientos de la innovación en el producto se plantea el siguiente plan de acción.

5.3.2 Organización de los grupos de trabajo

Dado que la condición económica actual que tienen los productores de la comunidad no es la idónea para poder adquirir los activos y poder pagar una capacitación, se propone

apoyarse de los programas del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART).

Para llevar a cabo la solicitud de los apoyos que otorga el FONART se integrarán 2 grupos de 15 personas cada uno como se muestra en la Tabla 7, en total estarían participando 30 productores directamente para llevar a cabo la propuesta de innovación al producto.

Tabla 5.2 Distribución de los grupos de trabajo

Distribución de los grupos de trabajo		
Grupo	Integrantes	Características
1	15 Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad: 18- 50 años. ▪ Saber leer y escribir. ▪ Ser tejedora activa. ▪ Tener el interés de solicitar el apoyo.
2	6 Hombres y 9 Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edad: 18- 40 años. ▪ Saber leer y escribir. ▪ Ser tejedor (a) activo (a). ▪ Tener el interés de solicitar el apoyo.

Fuente: Elaboración propia.

5.3.3 Solicitud de los apoyos del FONART

El primer apoyo que se propone solicitar, será el de *Apoyos Grupales para Impulsar la Producción (AGIP)*, este sería solicitado por el Grupo 1, esperando recibir un monto de \$225,000.00 por grupo para cubrir el costo del activo fijo.

En segundo lugar, se propone solicitar, es el apoyo de *Capacitación y/o Asistencia Técnica (CAT)*, con éste se cubriría el requisito de la capacitación y sería solicitado por el Grupo 2, percibiendo un monto de \$15,000.00 por persona, como se muestra en la Tabla 5.3.

Tomando en cuenta los plazos que otorga el FONART para cubrir con los requisitos y trámites correspondientes, la solicitud del *AGIP* y *CAT* iniciarían en enero de 2019 para culminar en el mes de mayo del 2019 como se muestra en la Tabla 5.4. De esta manera, la producción estaría iniciando en Junio de 2019 (Anexo 4).

Tabla 5.3 Descripción de las solicitudes del FONART

Necesidades	Grupo que solicitará el apoyo	Monto de ayuda	Origen del recurso
✓ Horno ✓ Prensa planchadora ✓ Máquina para ribetear ✓ Instalaciones	✓ Grupo 1	\$15,000.00 por persona. \$225,000.00 por grupo	Apoyos Grupales para Impulsar la Producción
✓ Capacitación	✓ Grupo 2	\$15,000.00 por persona. \$225,000.00 por grupo	Capacitación y/o Asistencia Técnica

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.4 Fechas para realizar el trámite de solicitud del Apoyo para Impulsar la Producción y Capacitación y/o Asistencia Técnica

Trámite	Apoyo para Impulsar la Producción	Capacitación y/o Asistencia Técnica
Envió de la solicitud	2 de enero de 2019	2 de enero de 2019
Respuesta a la solicitud	15 de febrero de 2019	15 de febrero de 2019
Notificación de faltantes en la documentación	27 de febrero de 2019	27 de febrero de 2019
Solventación de faltantes	10 de marzo de 2019	10 de marzo de 2019
Entrega de recursos una vez aprobado el apoyo	14 de abril de 2019	14 de abril de 2019
Comprobación de la aplicación de recursos	29 de mayo de 2019	29 de mayo de 2019

Fuente: Elaboración propia

5.3.4 Planeación de la capacitación

Para planear la capacitación respecto al proceso productivo de la Fase 2 de producción del Sombrero Truman, se valoró la opinión de los expertos en este proceso, quienes por la experiencia que tienen al capacitar a su personal en las actividades propias del taller de sombreros, recomiendan dividir las actividades de capacitación en cuatro procesos, que consisten en el proceso de vaporado, planchado y se hace una división del último proceso que abarca el costurado y el decorado para capacitar a las personas en cada una de estas actividades por separado, como lo muestra la Figura 5.2. El objetivo de la capacitación es asegurar la calidad del trabajo que realicen los productores al implementar la innovación en el producto, así como prevenir accidentes de trabajo.

Los expertos comentan que es necesario dedicar suficiente tiempo para aprender y evitar así futuros accidentes, por ello, se propone distribuir el periodo de capacitación de la siguiente manera:

1. Proceso de evaporado: 2 meses
2. Proceso de planchado: 1 mes
3. Proceso de costurado: 1 mes
4. Proceso de decorado: dos semanas.

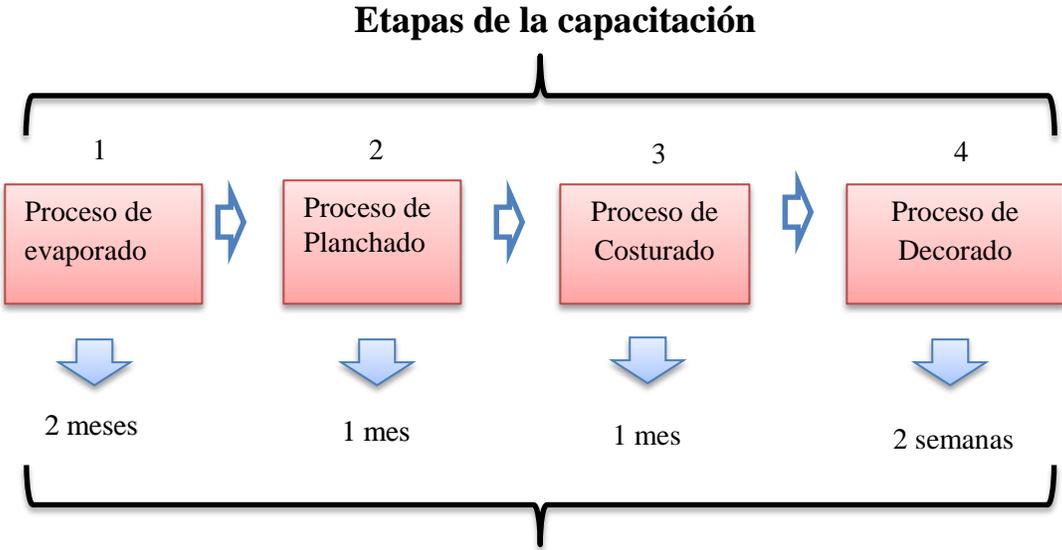
Proceso 1. Consiste en aprender a utilizar el horno y medir la temperatura idónea para la cocción de los sombreros, es por ello que se considera 2 meses para aprender a realizar esta actividad, dado que en esta fase se define la resistencia del sombrero de palma. Si este proceso no se realiza de manera correcta, corre el riesgo de que, en el momento del realizar el planchado al sombrero, este no dure y se empiece a partir.

Proceso 2. Consiste en aprender sobre el funcionamiento de la prensa planchadora de sombrero. Este es un tanto menos laborioso que el proceso 1. Sin embargo sí requiere al menos de 1 mes para aprender su manejo, cuidados y mantenimiento que debe recibir la maquinaria.

Proceso 3. Al igual que el proceso 2, este consiste en aprender a utilizar una máquina, la de coser, con el cual terminarían los bordes de los sombreros. Este necesita 1 mes como mínimo para aprender a utilizar la máquina, los cuidados y mantenimiento del mismo.

Proceso 4. El proceso de decorado es un tanto menos complejo que las fases anteriores, este consiste en pegar los adornos decorativos al sombrero, por lo cual se propone que dure 2 semanas.

Figura 5.2 Etapas y duración de la capacitación a los productores de sombrero de palma



Duración de la capacitación

Fuente: Elaboración propia

El grupo que recibirá la capacitación sobre el proceso de elaboración del sombrero de palma, estará integrado por 15 productores, quienes serán los encargados de dirigir el proceso productivo del sombrero una vez encaminado el proyecto.

Dados los requerimientos de cada fase de capacitación, el grupo estará formado por 9 mujeres y 6 hombres. De acuerdo con los expertos en la producción, las primeras dos fases de capacitación requieren preferentemente de la fuerza masculina mientras las últimas dos etapas serían bien atendidas por manos femeninas.

Además de valorar el género de las personas que tomarán el curso de capacitación, también vale la pena considerar la edad de estas personas ya que para la realización eficaz del

proceso 1 y 2 que conlleva la carga y acomodo de sombreros dentro del horno y el manejo de la prensa planchadora, sería más conveniente una persona de entre 18 y 40 años de edad. De igual manera, en la etapa 3 se requiere preferentemente una persona entre 18 y 40 años.

De cualquier manera, los 15 productores recibirán toda la capacitación en el periodo que acuerde el FONART aunque después se haga la división formal del trabajo.

Cabe mencionar que la propuesta de las fases de la capacitación, así como la duración de las mismas, estará sujeta a cambio de acuerdo con la o las personas que impartan el curso de capacitación en su momento.

5.3.5 Equipo de transporte

Respecto al equipo de transporte destinado para la distribución del producto, tomando en cuenta que se busca la activación económica de la comunidad, se contratará el servicio de tres personas de la comunidad, quienes cuentan con un camión de tres toneladas, para transportar los sombreros a los diferentes puntos de comercialización. Estas personas estarían dispuestas a colaborar en beneficio del desarrollo de la comunidad.

5.3.6 Instalaciones para realizar la Fase 2 del Sombrero Truman

Para iniciar con un taller de sombreros de palma, además de necesitar las máquinas para la elaboración del producto, se requiere de un espacio fijo para instalar las máquinas en donde los productores puedan trabajar. Para ello se entrevistó a uno de los representantes de la Agencia Municipal de San Juan Diquiyú, para solicitar el espacio que anteriormente era ocupado por la escuela Telesecundaria (Figura 5.3) y que hasta la fecha ha estado abandonado.

Éste espacio está ubicado en la calle Aldama s/n, consta de dos cuartos en la parte exterior, dos más en la parte interior y un patio, además de contar con el servicio de electricidad y una toma de agua y drenaje. Se considera como un lugar idóneo para instalar el taller ya que está disponible, cuenta con el espacio y los servicios básicos. Es un área que puede ser aprovechada por los productores sin que implique una gran inversión.

De acuerdo con el representante de la Agencia Municipal el espacio está disponible para los usos que convengan para la creación del taller de sombreros de palma.

Asimismo, el representante comenta que por el tiempo que el espacio ha estado abandonado, éste necesitará recibir mantenimiento para acondicionarlo a las necesidades del taller. Para esto, se propone convocar a los productores, para que a través del *tequio* puedan atender estas actividades.

Figura 5.3 Área que ocupa la ex escuela Telesecundaria en San Juan Diquiyú



Fuente: Obtenido de Google Maps

En la propuesta se contempla la solicitud de un apoyo del FONART para construir un taller que sería propiedad de todos los socios, en caso de no ser aprobado se utilizará la opción que se mencionó anteriormente de acondicionar la anterior escuela Telesecundaria.

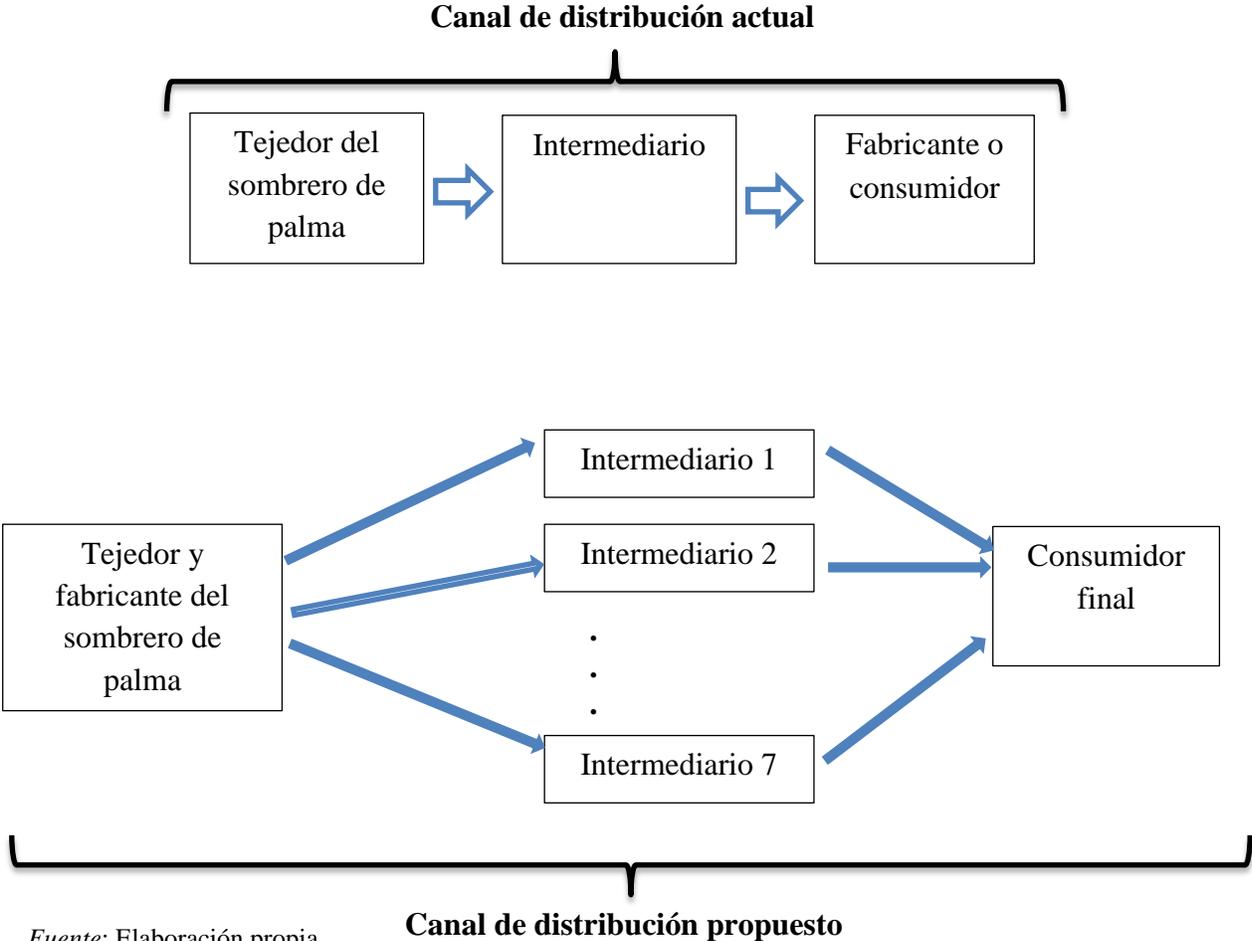
5.4 Innovación en los canales de distribución

Una vez que la propuesta de innovación en el producto sea implementada, los productores tendrán un producto diferente al actual, el cual no podrá ser vendido al mismo intermediario de Sombreros de Cono, dado que estará destinado a un mercado diferente. Por ello, se propone una innovación en los canales de distribución para el Sombrero Truman que constará de la participación de 6 intermediarios, así como el apoyo del FONART.

Antes que nada, se hace una breve descripción del canal actual de distribución para luego pasar al canal propuesto. Actualmente en la comunidad el canal está integrado por tres componentes: El productor de Sombreros de Cono (Tejedor), el intermediario y el usuario

(consumidor) como se muestra en la Figura 5.4 este es un tipo de canal de negocio a negocio, específicamente de *Distribución Industrial*, que consta del productor el distribuidor industrial y el usuario industrial. Sin embargo, para el Sombrero Truman se propone un canal de bienes de consumo, concretamente un canal detallista, que consiste en el productor o fabricante, los detallistas y los consumidores finales. Este tipo de canal contiene un solo nivel de intermediarios, los detallistas.

Figura 5.4 Canal actual y canal propuesto para la comercialización del sombrero de palma de San Juan Diquiyú



5.4.1 Intermediarios

Dada la importancia que tienen los intermediarios en la distribución de los productos, se han localizado a algunos empresarios en la ciudad de Huajuapán de León así como en la ciudad de Oaxaca de Juárez quienes están en la disposición de colaborar con la comunidad

de San Juan Diquiyú, adquiriendo los sombreros de palma que produzcan, como se muestra en la Tabla 5.5.

Tabla 5.5 Propuesta de intermediarios para el sombrero de palma de San Juan Diquiyú

Destino	Intermediario	Demanda de sombreros Truman
Huajuapán de León	1	150
	2	200
	3	200
Ciudad de Oaxaca de Juárez	4	300
	5	450
	6	400
	Total	1700

Fuente: Elaboración propia

5.4.2 Apoyos de FONART para impulsar la comercialización

Una vez que los productores de sombrero de palma tengan a su disposición el activo fijo para la producción y hayan recibido su curso de capacitación, ellos podrán iniciar con el proceso de producción de los sombreros para luego ser comercializados.

Para lograr que los productores de sombrero de palma comercialicen una mayor cantidad de su producción se tomará como apoyo el rubro del FONART denominado *Apoyo para Impulsar la Comercialización (AIC)*, con este apoyo se busca abarcar más mercado para la venta de los sombreros Truman.

El AIC consta del acopio de la artesanía para ser exhibido en las tiendas FONART y de un apoyo económico que ayudará a cubrir las demandas realizadas por el FONART. Este apoyo será solicitado una vez que la innovación en el producto se haya implementado. Será solicitado por el Grupo 1, ya que en las reglas de operación del FONART, menciona que se puede solicitar uno de los apoyos del FONART nuevamente, siempre y cuando no sea en el mismo año (Tabla 5.6).

Tabla 5.6 Descripción de la solicitud al FONART en apoyo a la comercialización del Sombrero Truman.

Necesidades	Grupo que solicitará el apoyo	Monto de ayuda	Origen del recurso
✓ Comercialización	✓ Grupo 1	\$15,000.00 por persona. \$225,000.00 por grupo	Apoyo para Impulsar la Comercialización

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los plazos que otorga el FONART para cubrir los requisitos correspondientes y los trámites que se realizarán para solicitar el apoyo del FONART, se propone llevar a cabo la solicitud en enero del 2020 para culminar en el mes de mayo del mismo año, como se muestra en la Tabla 5.7.

Tabla 5.7 Fechas para realizar el trámite de solicitud de Apoyo para Impulsar la Comercialización

Trámite	Apoyo para impulsar la comercialización
Envío de la solicitud	2 de enero de 2020
Respuesta a la solicitud	15 de febrero de 2020
Notificación de faltantes en la documentación	27 de febrero de 2020
Solventación de faltantes	10 de marzo de 2020
Entrega de recursos una vez aprobado el apoyo	14 de abril de 2020
Comprobación de la aplicación de recursos	29 de mayo de 2020

Fuente: Elaboración propia

El apoyo que se reciba para impulsar la comercialización, estará dirigido para la adquisición de una prensa planchadora y una máquina para ribetear. Tomando en cuenta la cantidad demandada por parte del FONART, los productores invertirán el recurso en la maquinaria necesaria para aumentar la producción y abastecer al mercado.

Cabe mencionar que la producción de Sombreros Truman dará inicio en el mes de junio de 2019, para entonces ellos ya tendrán el activo fijo e iniciarán con el curso de capacitación. Valorando que los productores estarán recibiendo la capacitación a la par que estarán produciendo los primeros Sombreros Truman, se espera una producción lenta (Anexo 5).

Aunado a esto, se estima que los productores logren cubrir en el primer trimestre de producción, el 50% de la demanda de los intermediarios potenciales y para el segundo trimestre cubrir el 100% de la demanda, ya que en el primer trimestre adquirirán la experiencia y conocimientos necesarios en la producción. Al finalizar el primer año de trabajo, los productores tendrán la capacidad y experiencia para incluir la demanda que solicite el FONART.

5.4.3 Pronóstico de producción y venta

El siguiente pronóstico de producción y ventas está proyectado a un año dividido en 4 trimestres. Para llevarlo a cabo, se tomó en cuenta la demanda esperada de los intermediarios, sin embargo, como los productores estarán iniciando en esta actividad la propuesta pesimista es empezar con el 50% de la demanda esperada para el primer trimestre, para adquirir experiencia durante esos tres meses, de esta manera producir el 100% de la demanda a partir del segundo trimestre. En la Tabla 5.8 y en la Tabla 5.9 se muestra la proyección de la producción y las ventas para el primer año respectivamente.

Tabla 5.8 Proyección de la producción del Sombrero Truman para el primer año (Unidades).

INTERMEDIARIO	DEMANDA MENSUAL (UDES.)	PRODUCCIÓN TRIMESTRAL			
		1	2	3	4
1	150	225	450	450	450
2	200	300	600	600	600
3	200	300	600	600	600
4	300	450	900	900	900
5	450	675	1350	1350	1350
6	400	600	1200	1200	1200
TOTAL	1700	2550	5100	5100	5100

Fuente: Elaboración propia con base a entrevista dirigida a intermediarios potenciales del Sombrero Truman.

Cabe mencionar que las ventas fueron calculadas a partir de tres precios diferentes, \$8.00, \$10.00 y \$11.00, dado que no todos los intermediarios ofrecen el mismo precio por la compra de los sombreros. (Ver Tabla 5.9).

Tabla 5.9 Proyección de las ventas del Sombrero Truman para el primer año (Pesos).

INTERMEDIARIO	PRECIO	VENTA TRIMESTRAL			
		1	2	3	4
1	\$ 10.00	\$ 2,250.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00
2	\$ 8.00	\$ 2,400.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00
3	\$ 10.00	\$ 3,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
4	\$ 10.00	\$ 4,500.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00
5	\$ 10.00	\$ 6,750.00	\$ 13,500.00	\$ 13,500.00	\$ 3,500.00
6	\$ 11.00	\$ 6,600.00	\$ 13,200.00	\$ 13,200.00	\$ 3,200.00
TOTAL		\$ 25,500.00	\$ 51,000.00	\$ 51,000.00	\$ 51,000.00

Fuente: Elaboración propia con base a entrevista dirigida a intermediarios potenciales del Sombrero Truman.

Igualmente se realizó un cálculo de los costos variables (Tabla 5.10) y fijos (Tabla 5.11) del Sombrero para dama y del Sombrero Truman para caballero que son dos de los sombreros que derivan del Sombrero de Cono.

Tabla 5.10 Cálculo de los costos variables del Sombrero Truman y Sombrero para Dama

COSTOS VARIABLES						
Artículo	Sombrero para dama			Sombrero para caballero		
	Requerimiento por pieza	Unidad de medida	Costo unitario	Requerimiento por pieza	Unidad de medida	Costo unitario
Listón	54.5	Cm	\$ 0.42	-	-	-
Estambre				60	Cm	\$ 0.093
Flor	1	Pz	\$ 0.86			
Ribete	114.5	Cm	\$ 0.50	110	Cm	\$ 0.50
Gas LP	15	Grs	\$ 0.20	15	Grs	\$ 0.20
Leña	0.069	Pz	\$ 0.20	0.069	Pz	\$ 0.20
COSTO VARIABLE			\$ 2.18			\$ 0.99

Fuente: Elaboración propia

El costo variable del sombrero para dama es de \$2.18 mientras el costo del Sombrero Truman es por \$0.99, esto debido a la diferencia de accesorios con que cuenta cada uno. Sin embargo cabe mencionar que la demanda de ambos sombreros es de 85% para el Sombrero Truman y 15% para el Sombrero para dama.

Tabla 5.11 Cálculo de los costos fijos del sombrero Truman y Sombrero para dama

COSTOS FIJOS		
	Mes	Año
Mano de obra	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00
Agua	\$ 25.00	\$ 300.00
Luz eléctrica	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Equipo de seguridad¹²	\$ 50.00	\$ 600.00
TOTAL	\$ 2,775.00	\$ 33,300.00

Fuente: Elaboración propia, con base a entrevista a expertos en la producción de Sombrero Truman

¹² Mascarilla para polvo, vapores inorgánicos y neblina, marca URREA y lentes de seguridad industrial transparente/negro/Ambar Vv4.

Para el cálculo de los costos fijos se tomaron en cuenta cinco conceptos importantes en la producción y comercialización del sombrero de palma, el agua, la electricidad, el servicio de transporte, mano de obra y equipo de seguridad, los cuales arrojaron un costo anual de \$33,300.00. Sin embargo, cabe mencionar que por ser el primer año de producción, será su primera incursión en este mercado así que se contempla que el trabajo que se realice durante la producción y venta del sombrero Truman no será remunerado por el momento, se prestará el servicio de los propios productores para poner en marcha el proyecto. De esta manera si descontamos la mano de obra de los costos fijos daría un total de \$3,300.00 pesos anual para el primer año y a partir del segundo año un costo fijo de \$33,300.00 por cuestión de mano de obra.

Asimismo se contemplaron los gastos de operación que se generaría con la puesta en marcha de la propuesta, los cuales ascienden a un total de \$ 35,400.00 anuales, los cuales se detallan en la Tabla 5.12.

Tabla 5.12 Gastos generales del Sombrero Truman y Sombrero para dama.

GASTOS DE OPERACIÓN		
Conceptos	Mes	Año
Transporte	\$ 2,350.00	\$ 28,200.00
Sueldo	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Teléfono	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Viáticos	\$ 300.00	\$ 3,600.00
TOTAL	\$2,950.00	\$35,400.00

Fuente: Elaboración propia, con base a entrevista a expertos en la producción de Sombrero Truman

Una vez que se calculó el costo de producción y gastos de operación del sombrero para dama y el sombrero Truman, se realizó el cálculo de la utilidad bruta y utilidad de operación, para el primer año de producción, Tabla 5.13.

Tabla 5.13 Cálculo de la utilidad bruta

CONCEPTO	PRODUCCIÓN TRIMESTRAL			
	1	2	3	4
Ventas	\$ 25,500.00	\$ 51,000.00	\$ 51,000.00	\$ 51,000.00
Costo de ventas	\$ 11,303.36	\$ 14,281.72	\$ 14,281.72	\$ 14,281.72
Utilidad bruta	\$ 14,196.64	\$ 36,718.28	\$ 36,718.28	\$ 36,718.28
Gastos de operación	\$ 8,850.00	\$ 8,850.00	\$ 8,850.00	\$ 8,850.00
Utilidad de operación	\$ 5,346.64	\$ 27,868.28	\$ 27,868.28	\$ 27,868.28

Fuente: Elaboración propia

Para determinar la diferencia en el margen de ganancia del Sombrero de Cono y el Sombrero Truman se realizó una comparación en la utilidad de operación (Tabla 5.14), el cual muestra que en el primer trimestre de producción la utilidad por la venta del sombrero de cono es superior a la utilidad por la venta del Sombrero Truman, sin embargo cabe mencionar que en este trimestre los productores únicamente cubrirán el 50% de la demanda de los intermediarios por cuestiones de que estarán en un proceso de aprendizaje. Además el sueldo de la mano de obra está incluida en el costo y en el gasto sin embargo éste no será pagado sino hasta el segundo año. Así se demuestra que los productores de sombrero estarán recibiendo una ganancia mayor por la venta del Sombrero Truman en comparación a la ganancia del sombrero de cono, a partir del segundo trimestre de producción, que corresponde al 56% arriba.

Tabla 5.14 Diferencia entre la ganancia del Sombrero de Cono y Sombrero Truman

CONCEPTO	PRODUCCIÓN TRIMESTRAL			
	1	2	3	4
Utilidad sombrero Truman	\$ 5,346.64	\$ 27,868.28	\$ 27,868.28	\$ 27,868.28
Utilidad sombrero de cono	\$ 8,925.00	\$ 17,850.00	\$ 17,850.00	\$ 17,850.00
Diferencia	-40%	56%	56%	56%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el proveedor de la prensa planchadora, la capacidad de producción de esta máquina es de aproximadamente 40 sombreros por hora, por lo cual se realizó una proyección tomando en cuenta una jornada de 8 horas, una semana de 5 días, al mes se estaría produciendo 6,400 sombreros lo que representa 19,200 sombreros en un trimestre. Lo cual demuestra que la prensa tiene la suficiente capacidad para cubrir la demanda de 5,100 sombreros que demandan los intermediarios en un trimestre, y además cubrir otras demandas futuras que se les presente. Asimismo, tomando como referencia el trimestre 2 que es el que contempla el 100% de la demanda de los intermediarios, para llegar a la cantidad demandada con base a la capacidad de producción, se estaría trabajando 2 días a la semana en una jornada de 6 horas diarias (Tabla 5.15).

Cabe mencionar que en el pronóstico de ventas no están proyectadas las ventas que se generarán a través del FONART.

Tabla 5.15 Capacidad de producción de la prensa planchadora

Trimestre	Horas	Días	Mes	Trimestre	Venta del cuarto trimestre
0	8	5	1	1	-
	320	1,600	6,400	19,200	
4	6	2	1	1	5,100
	240	480	1,920	5,760	

Fuente: Elaboración propia

Tomando como referencia el trimestre 2 que es el que contempla el 100% de la demanda de los intermediarios, para llegar a la cantidad demandada se requiere poco más del 30% de la capacidad de la maquinaria, por lo que se asegura la capacidad de producción para la demanda que realice el FONART.

5.5 Propuesta de nombre y logotipo del sombrero

5.5.1 Propuesta de nombre de la marca

Dado que el sombrero tipo Truman es un producto nuevo para los productores de sombrero, no cuentan con una marca que los diferencie de otros productos similares. Es por ello que

se propone un nombre de marca, ya que cuando un producto tiene un nombre es más fácil para los compradores recordarlo y encontrarlo en un mercado saturado.

Para definir el nombre de la marca se tomó la palabra Sombrero, que en mixteco significa *Xini* y para recalcar que el producto es elaborado de manera artesanal se anexa al nombre la palabra Artesanía. De esta manera se completa el nombre del producto como: Artesanía Xini.

5.5.2 Propuesta de logotipo

Figura 5.5 Propuesta de logotipo para el Sombrero Truman



Fuente: Elaboración propia

5.5.3. Propuesta de etiqueta

Figura 5.6 Propuesta de etiqueta para el Sombrero Truman



Fuente: Elaboración propia

5.6 Planificación de la puesta en marcha

5.6.1 Llenado de formatos para la solicitud de apoyos

La solicitud de apoyo del FONART podrán ser elaboradas en conjunto con los técnicos de la vertiente de Capacitación Integral y/o Asistencia Técnica, con las entidades federativas, Municipios e Instituciones de Educación Superior con registro oficial que tengan convenio de colaboración vigente firmado con el FONART, en este caso, es el Instituto Oaxaqueño de las Artesanías, el designado para dar asesoramiento y acompañamiento a los solicitantes de los apoyos del FONART.

5.6.2 Forma Jurídica

Para fines de esta propuesta se consideró que los productores de San Juan Diquiyú, se podrían conformar como una Sociedad de Producción Rural o como una Sociedad Cooperativa de Producción. De acuerdo con la Ley General de Sociedades Cooperativas (LGSC, 1994), la Sociedad Cooperativa es:

La sociedad cooperativa es una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios (Art. 2).

Mientras, una Sociedad de Producción Rural (SPR) es una forma de agrupación especial para desarrollar actividades rurales mediante la asistencia mutua y obtener beneficios para todos sus miembros (Ley Agraria, 1992).

En la Tabla 5.16 se presenta una comparación entre la Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Ilimitada y una Sociedad Cooperativa de Producción, de esta manera, los productores de sombrero elegirán la sociedad que más crean conveniente a sus necesidades.

Tabla 5.16 Tabla comparativa de la Sociedad de Producción Rural y Sociedad Cooperativa de Producción

SOCIEDAD	SOCIEDAD DE PRODUCCIÓN RURAL DE RESPONSABILIDAD ILIMITADA	SOCIEDAD COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN
Alta y baja de socios	Los socios se pueden separar o excluir únicamente por causas legítimamente justificadas	Los socios se dan de alta y baja en el momento que lo deseen.
Capital social	Aumento o disminución del capital social por acuerdo de la Asamblea General de Socios	Capital variable
Apoyo a través de programas gubernamentales	Existen programas gubernamentales dirigidos a los sectores de producción primaria. ¹³	La Administración Pública ofrece programas para el desarrollo del cooperativismo. ¹⁴
Gastos de registro e impuesto sobre la renta	Exenta del pago de impuestos por sus actividades primarias, por los ingresos de 20 Veces el salario mínimo general del área geográfica elevado al año	Todos los actos relativos a la constitución y registro de las sociedades cooperativas, estarán exentos de impuestos y derechos fiscales de carácter federal.
Transmisión de propiedad	Transmisibles con el consentimiento de la Asamblea General	No hay transmisión de propiedad
Límites en la contratación de trabajadores no socios		No pueden contratar a aquella cantidad de trabajadores que deseen, porque hay unos límites marcados por la ley al respecto.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Ley Agraria (1992) y la LGSC (1994)

¹³ Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA), INCA Rural, etc.

¹⁴ Aplicable en la ciudad de México.

Continuación de la Tabla 5.16

SOCIEDAD	SOCIEDAD DE PRODUCCIÓN RURAL DE RESPONSABILIDAD ILIMITADA	SOCIEDAD COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN
Mínimo de socios	2 socios	5 socios
Capital para constitución	No se requiere aportación inicial.	No hay un mínimo de capital social
Autoridad Máxima	Asamblea General de Accionistas	Asamblea General
Dirección y Administración	Consejo de Administración	Consejo de Administración
Vigilancia	Consejo de vigilancia	Consejo de Vigilancia
Responsabilidad	Responsabilidad ilimitada	Responsabilidad limitada
Derecho	Los accionistas tienen derecho y preferencia en proporción al número de sus acciones.	Se reconoce un voto por socio, independientemente de sus aportaciones

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Ley Agraria (1992) y la LGSC (1994)

Si los productores optaran por organizarse como una Sociedad Cooperativa de Producción, la Gerente del Centro Mixteco de Promoción Educativa 2 de Agosto S. C. de R. L. estaría dispuesta a ofrecer un curso de capacitación sobre cómo organizarse como una Sociedad Cooperativa, una vez que los productores realicen la petición por escrito, reuniendo la firma de todos los interesados, dirigido al Presidente del Consejo de Administración del centro. (Entrevista personal, Julio 2017)

5.6.3 Apoyo a la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) para la reforestación de palma

Para asegurar la conservación de la palma, que es la materia prima que utilizan los productores de sombrero de la comunidad de San Juan Diquiyú, se propone solicitar el apoyo de la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), quien tiene el objetivo “apoyar acciones y proyectos integrales para recuperar la capacidad y el potencial natural de los suelos forestales y de la cobertura forestal, bajo condiciones de deterioro y recuperar en forma gradual la capacidad de provisión de bienes y servicios ambientales” Comisión Nacional Forestal (CONAFOR, 2017).

CONCLUSIONES

Una vez que se realizó el trabajo de investigación, se concluye que existe un interés generalizado por parte de los productores para realizar mejoras en el Sombrero de Cono para obtener un sombrero Truman. Al dar a conocer los beneficios que se reflejarán en sus ingresos económicos, los productores se mostraron interesados en llevar a cabo el proyecto. Además, ellos consideran que el precio del Sombrero de Cono es relativamente bajo en comparación al del Sombrero Truman. Sin embargo la limitante que ellos han tenido y que ha frenado este proceso, ha sido la falta de recursos económicos y el adecuado asesoramiento.

En base a este trabajo de investigación se identificó quiénes podrían participar en el desarrollo de esta propuesta, concluyendo que pueden participar tanto mujeres como hombres. Dado las características de las actividades que integran el proceso de innovación en el producto, dos de ellas son desempeñados preferentemente por hombres, mientras el último por mujeres.

Aunado a lo anterior, para el desarrollo de la propuesta, se rescata el trabajo en equipo, con la participación inicial de 30 productores quienes trabajarán de manera conjunta para lograr exitosamente la mejora de su producto.

Por otro lado, se concluye que existe la demanda del sombrero Truman, tanto en el mercado de Huajuapán de León como de la ciudad de Oaxaca de Juárez, se identificó a intermediarios potenciales quienes serán los primeros demandantes del Sombrero Truman que elaboren los productores de San Juan Diquiyú.

Este proyecto a futuro, traerá grandes beneficios para la comunidad y para la región, al impulsar la industria en esta zona.

A través de este trabajo de investigación, se enfatiza la importancia que tiene para los pueblos mixtecos, la conservación de su cultura, reflejada en actividades artesanales como es el caso del tejido, contribuyendo al uso de los recursos naturales que provee la región.

Para cumplir con el objetivo de determinar qué tipo de innovación se podía realizar en el proceso productivo del Sombrero de Cono para convertirlo en un sombrero Truman se

realizó una serie de entrevistas y encuestas que permitieron determinar qué mejoras es necesario realizar en el producto, así como determinar los recursos que se requieren para llevarlas a cabo. De esta manera, al establecer los requerimientos de un taller de sombreros de palma, se describieron las acciones que los productores pueden llevar a cabo para cumplir este objetivo.

En esta investigación también se determinaron los canales de distribución que ayudarán en la comercialización del sombrero de palma tipo Truman de San Juan Diquiyú una vez que se lleve a cabo la innovación en el producto. Para determinar dichos canales se realizó una investigación de campo, donde se entrevistó a diversos empresarios que comercializan este producto.

Dado que la propuesta presentada requiere de una importante inversión económica, se realizó una investigación para determinar los apoyos gubernamentales que podrían solicitarse para conseguir los recursos necesarios para impulsar la producción y/o comercialización de sombreros de palma. De esta manera, de un conjunto de apoyos que otorga el gobierno, se seleccionaron aquellos que más se ajustan a las necesidades de los productores de la comunidad que les permita conservar el trabajo artesanal y preservar su cultura, con lo cual lograr la implementación exitosa de la propuesta expuesta en el capítulo 5.

Al iniciar un taller de sombrero terminado en la comunidad e implementar la innovación al Sombrero de Cono se espera además, que el grupo iniciador de 30 personas, pueda adquirir los Sombreros de Cono que producen el resto de las personas de la comunidad, ofreciendo un precio superior al que actualmente ofrece el intermediario.

Este trabajo da pie a la realización de otras futuras investigaciones, que involucren la participación de otras áreas de estudio ya sea para la búsqueda de nuevos mercados, introducción de nuevos productos o materia prima, nuevas técnicas, etc. Continuar con la investigación enfocado a este sector, traerá resultados positivos para las comunidades que desempeñan este tipo de actividad.

REFERENCIAS

1. Briede, J. C. y Rebolledo, A. (2010). Nuevos modelos para la innovación en el diseño conceptual de productos: "Mapa del estado del arte de la propuesta conceptual". *Revista Theoria*, vol. 19, (1), pp. 31-39
2. Castro, C. (1997). *Mercadotecnia*. San Luis Potosí: Editorial Universitaria Potosina.
3. Comisión Nacional para el Desarrollo de los pueblos Indígenas (CDI). (2017). Acciones y programas. Disponible en: <http://www.gob.mx/cdi/>
4. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI). (27 de diciembre de 2016). Reglas de Operación del Programa para el Mejoramiento de la Producción y Productividad Indígena. DOF: Novena Sección. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/178100/2016_12_27_MAT_cndpi_09a-PROIN.pdf
5. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. (07, Abril, 2016). Artículo 2. Ley de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. [Ley de 2003]. DOF: 07-04-2016
6. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. (26 de febrero de 1992). Ley Agraria. DOF: 19-12-2016. Recuperado de: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://legalzone.com.mx/wp-content/uploads/2017/01/Ley-Agraria-Legalzone-Mx.pdf&hl=es>
7. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. (3 de agosto de 1994). Artículo 2[Título 1]. Ley General de Sociedades Cooperativas. DOF: 13-08-2009. Recuperado de: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/143.pdf>
8. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2017). Línea de bienestar México 1992 (enero) a 2017 (febrero). Recuperado de:

<http://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Lineas-de-bienestar-y-canasta-basica.aspx>

9. De la Paz, J. Domínguez, M. L. y Caballero M. (2007). Factores de innovación en negocios de artesanía de México. *Gestión y política pública*, vol. XVI (2), pp. 353-379.
10. Fernández, J. (2003). *Artesanía: Folklore y arte popular*. Buenos Aires: Condorhuasi
11. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART). (2007). Manual de diferenciación entre Artesanía y Manualidad. Recuperado de: <https://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DO/mdma.pdf>
12. Fondo Nacional de Fomento a las Artesanías (FONART). (27 de diciembre de 2016). Reglas de Operación de Programas del FONART. DOF: 27/12/2016. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/178159/reglas_operacion_FONART_2017.pdf
13. Fondo Nacional de Fomento a las Artesanías (FONART). (2016). Diagnóstico de la capacidad de los artesanos en pobreza para generar ingresos sostenibles. Recuperado de: https://www.fonart.gob.mx/web/images/pdf/DG/Diagnostico_FONART.pdf
14. Ley General de Sociedades Cooperativas. (2009). Artículo 2, definición de sociedad cooperativa.
15. García, K. V. (2011). *Intermediarios y funciones de la distribución*. Recuperado de: <https://issuu.com/anairdas/docs/distribucion-intermediarios>
16. Google. (s.f). [Mapa de San Juan Diquiyú, Oaxaca]. Recuperado el 1 de Mayo, 2016, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/San+Juan+Diquiy%C3%BA,+Oax./@17.5>

758049,-

97.8463545,16z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x85c8a110febd9cd7:0xbb3cab093e9ea154!8m2!3d17.5772222!4d-97.8419444

17. Google. Vista Satelital de San Juan Diquiyú. Recuperado de: <https://www.google.com.mx/maps/@17.5757697,-97.8429509,3a,75y,21.27h,50.21t/data=!3m6!1e1!3m4!1sSmH-ZuCitB6jQwO320kdIQ!2e0!7i13312!8i6656>
18. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información (INEGI). (2010). *Población de San Juan Diquiyú*. Recuperado en Abril de 2016, de <http://www.inegi.org.mx/>
19. Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.
20. Kotler, P. y Armstrong, G. (2001). *Marketing*. México: Pearson Educación.
21. Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Porrua
22. Nuestro México. (s.f.). *Nuestro México*. Recuperado el Abril de 2016, de <http://www.nuestro-mexico.com/Oaxaca/Tezoatlan-de-Segura-y-Luna/San-Juan-Diquiyu/>
23. Ponce, M. D. (2011). Competitividad e innovación en el producto turístico rural de la región de Murcia. *Revista Cuadernos de Turismo, núm. 27, pp. 743-758*
24. Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23 edición). Madrid, España.
25. Rivera, J. (2007). *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC EDITORIAL
26. Rojas, C., Martínez, B., Ocampo, I. y Cruz, J. A. (2010). Artesanas Mixtecas, Estrategias de Reproducción y Cambio. *La ventana, volumen IV* (31), pp. 102-138.
27. Rogge, J. V. (1959). *Introducción a la Economía*. México: Hispano Americana.

28. Sánchez, A. O. (2001). *Canales de distribución y posicionamiento de mercado para la competitividad en las artesanías oaxaqueñas*. Huajuapán de León, Oaxaca: UTM.
29. Secretaría de Desarrollo Rural. (2008). *Plan Municipal de Desarrollo 2008-2010*. México, en:http://www.transparenciapresupuestaria.oaxaca.gob.mx/pdf/marco/Regionales/mixteca/549_teoatlan_de_segura_y_luna.pdf
30. Secretaría de Economía. (26 de diciembre de 2016). Reglas de Operación del Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario y a la Mujer Rural. DOF: Séptima Sección. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/176910/RO_PRONAFIM_2017.pdf
31. Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2017). Comisión Nacional Forestal: Apoyos para Restauración Forestal y Reconversión Productiva. Recuperado de: http://www.conafor.gob.mx/innovacion_forestal/?p=996
32. Sombreros Salazar Acevedo. (2015). Recuperado de: <http://sombros-salazar-acevedo.webnode.mx/>
33. Stanton, W. J., Etzel, M. J. y Walker, B. J. (2000). *Fundamentos de Marketing*, México: Mc Graw Hill.
34. Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México: Plaza y Valdés
35. UNESCO. (1997). Guía metodológica para la captación de información sobre la artesanía. París: UNESCO.
36. Vivemexico. (2015). Artesanías que representan a Mexico en el mundo. Recuperado de: <http://vivemexico.org/blog/artesantias-que-representan-a-mexico-en-el-mundo/>

37. Zapata, M. E; Suárez S. R. B. (2007). Las artesanas, sus quehaceres en la organización y en el trabajo. *Revista Ra Ximhai*, vol. III (3), pp. 591-620

Anexo 1. Instrumento de Investigación dirigido a los productores de Sombrero de Cono

CUESTIONARIO

Instrucciones: Favor de responder las siguientes preguntas marcando con una X la respuesta que considere adecuada o bien contestar lo que se pide. La información que se proporcione será de utilidad para el desarrollo de una investigación, asimismo será utilizado de manera confidencial.

Fecha: ____/____/____

Edad: _____

Sexo: F ____ M ____

Nivel educativo: Primaria inconclusa ____ Primaria terminada ____ Secundaria terminada ____

Otro _____

1. ¿Elabora productos de palma? Sí No
2. ¿Qué productos de palma elabora? _____
3. ¿Qué herramientas y materiales utiliza para elaborar su producto de palma? _____
4. ¿Hasta qué punto terminan el producto de palma? _____
5. ¿Cuánto tiempo lleva realizando sombreros de palma? _____
6. ¿Cuántos integrantes de su familia se dedican a realizar el sombrero de palma? _____
7. ¿Cuánto tiempo le dedica a la realización de un sombrero de palma? _____
8. ¿Cuántas horas al día trabaja en la elaboración de sombreros? _____
9. ¿Cuántos sombreros realiza al día? _____
10. ¿A partir de qué edad empiezan los niños a elaborar los sombreros? _____
11. ¿Cuánto dinero percibe cada semana por la venta de los sombreros de palma? _____
12. ¿Los miembros de su familia reciben una cantidad similar?
Menos Igual Más
13. ¿El dinero que recibe por la venta de los sombreros es suficiente para sus gastos diarios?
Sí No ¿Por qué? _____
14. Considera que el precio que le pagan por el sombrero es:
Alto Bajo Adecuado _____
15. ¿Qué obstáculos ha enfrentado para vender los sombreros de palma? _____
16. ¿Dónde vende su producto de palma? _____
17. ¿Conoce a otra persona que compre su producto de palma?
Sí No
18. ¿Por qué le vende su producto a esa(s) persona(s)? _____

19. ¿Ha tenido algún problema con el comprador(es) de sombreros?
 Sí No ¿Cuál? _____
20. Una vez que su producto es adquirido por el comprador, ¿sabe qué destino tienen esos sombreros?
 SÍ NO
21. ¿Estaría dispuesto a invertir más tiempo para elaborar sombreros con otro acabado para aumentar su precio?
 SI NO
22. ¿Estaría dispuesto a trabajar con otras personas para mejorar la producción de sombrero?
 Sí No
23. ¿Usted Conoce alguna empresa o persona en otra localidad que quieran comprar sombreros de palma?
 Sí No
24. ¿Ha tenido alguna iniciativa para cambiar el producto terminado?
 Sí No ¿Cuál? _____
25. ¿Ha considerado realizar cambios en el sombrero?
 Sí No
26. ¿Ha considerado usted o alguno de los productores de esta comunidad continuar con el proceso productivo del sombrero para vender sombreros terminados?
 Sí No
27. ¿Qué le haría falta para continuar con el proceso productivo del sombrero hasta contar con el producto terminado?
28. ¿Estaría usted dispuesto a tomar cursos de capacitación para aprender a hacer el sombrero terminado?
 Sí No
29. ¿Considera que sería bueno que ustedes vendan un sombrero terminado en lugar del sombrero como lo venden ahora?
 Sí No
30. ¿En qué cree que le beneficiaría mejorar el acabado del sombrero de palma?
-
31. ¿Usted sabe qué es lo que se le debe hacer al sombrero luego de que ustedes lo venden, para que se convierta en un sombrero ya terminado?
 SI No
- 31a. ¿Conoce a alguien que Conozca este proceso?
 Sí No ¿Quién es? _____

Anexo 2. Instrumento de Investigación dirigido a intermediarios potenciales

Fecha: ____/____/____ Edad: ____ Sexo: F ____ M ____
Nivel educativo: Primaria inconclusa ____ Primaria terminada ____ Secundaria terminada ____
Otro _____

1. ¿Usted vende sombrero de palma tipo Truman? Sí ____ No ____

(No: pasar a la pregunta 2, Sí: Pasar a la pregunta 3)

2. ¿Por qué no vende sombreros tipo Truman? _____

3. ¿Usted elabora los sombreros tipo Truman o los compra a otra persona?

a) Elabora ____ b) Compra ____

(Opción a): pasar a la pregunta 6, Opción b): pasar a la pregunta 4)

4. ¿Cuántos sombreros tipo Truman adquiere al mes? _____

5. ¿Cuántos sombreros tipo Truman vende cada mes? _____

6. Estaría dispuesto a adquirir sombreros tipo Truman que elabora una comunidad de la

Región Mixteca? Sí ____ No ____ ¿Por qué? _____

7. ¿Cuántos sombreros estaría dispuesto a adquirir de esa comunidad? _____

8. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por los sombreros? _____

Anexo 3. Instrumento de investigación dirigido a expertos en la producción de Sombrero Truman

Fecha: ____/____/____ Edad: ____ Sexo: F ____ M ____
Nivel educativo: Primaria inconclusa ____ Primaria terminada ____ Secundaria terminada ____
Otro _____

1. ¿Conoce el proceso productivo del Sombrero Truman? Sí ____ No ____

2. ¿Puede describir las actividades que se llevan a cabo para realizar un sombrero Truman? _____

3. ¿Qué máquinas o equipos se necesitan para iniciar un taller de sombreros de palma?

4. Si impartiera una capacitación sobre el proceso de elaboración del Sombrero Truman, ¿En cuántas etapas dividiría la capacitación? _____

- 4a). ¿Cuánto tiempo sería necesario dedicar a cada etapa de la capacitación? y ¿Por qué? _____

5. ¿Cuántos sombreros puede evaporar con una carga de leña? _____

6. ¿Cuántos sombreros puede planchar con un tanque de gas de 30 kg? _____

Anexo 4. Datos sobre la demanda esperada de los empresarios de sombreros de palma en Huajuapán de León y Oaxaca de Juárez

DESTINO	INTERMEDIARIO	DEMANDA ESPERADA DE SOMBREROS TRUMAN (mensual)
Huajuapán de León	1	150
	2	200
	3	200
Ciudad de Oaxaca de Juárez	4	300
	5	450
	6	400
	TOTAL	1,700

Fuente: Elaboración propia con información de entrevistas realizadas a intermediarios potenciales.

Anexo 5. Cronograma de actividades

AÑO	2019												2020					
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
1. Apoyos para impulsar la producción																		
2. Capacitación Integral y/o Asistencia Técnica																		
3. Producción																		
4. Apoyos para impulsar la comercialización																		

	Solicitud de los apoyos del FONART
	Producción al 50%
	Producción al 100%
	Integración de la demanda del FONART

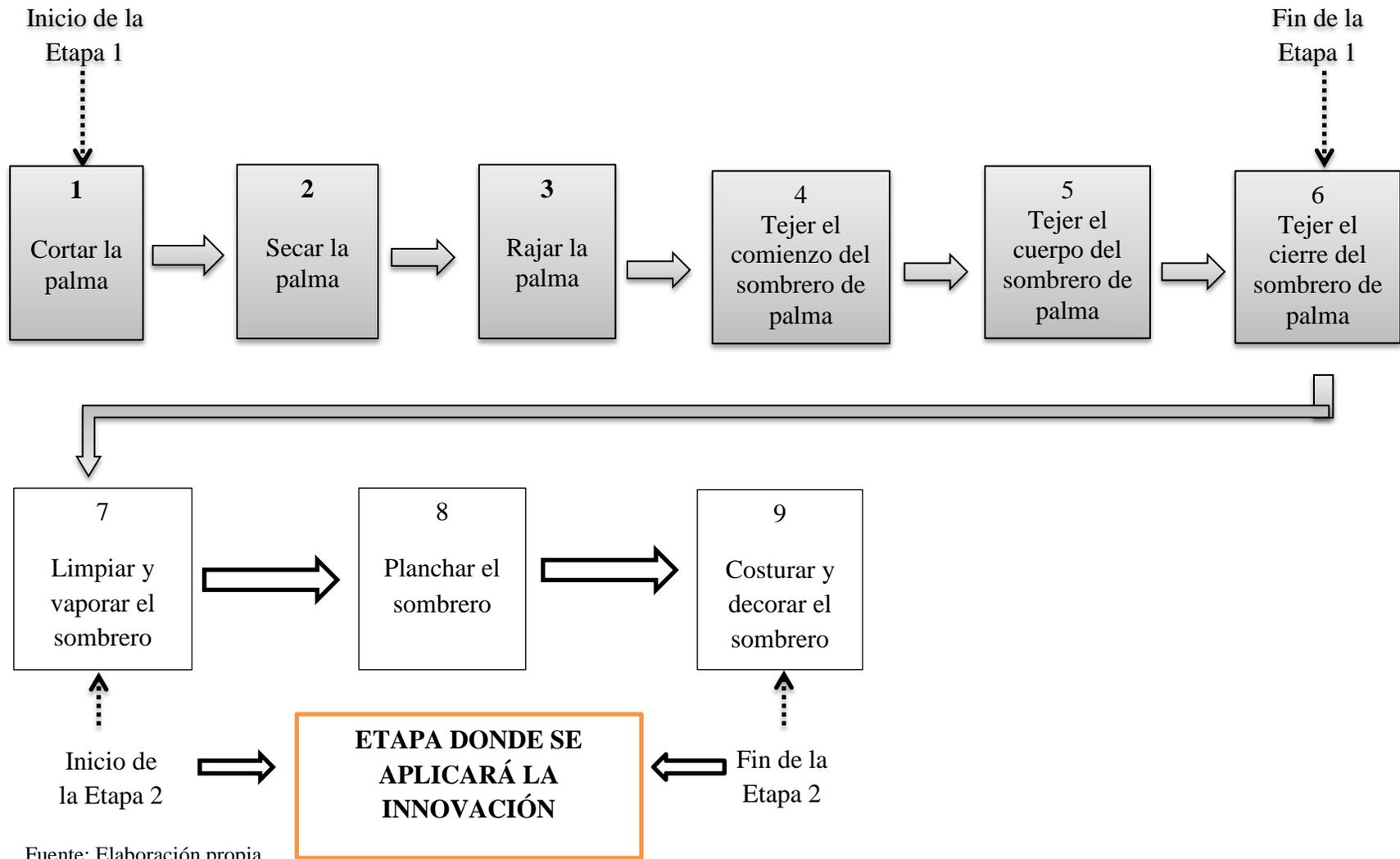
Fuente: Elaboración propia

Anexo 6. Criterios de elegibilidad para los apoyos del FONART

CRITERIOS	REQUISITOS (DOCUMENTOS REQUERIDOS)
1. Ser mexicano con plena capacidad de goce y ejercicio de sus derechos	<p>La persona solicitante del programa debe acreditar su nacionalidad, presentando original para cotejo y entregar copia fotostática, de cualquiera de los siguientes documentos de identificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Credencial INE (IFE), Cartilla de Servicio Militar Nacional, Pasaporte, Cédula Profesional, Cédula de Identidad Ciudadana o Credencial del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM)]. <p>Presentar la CURP, en caso de no contar con ello, presentar Acta de Nacimiento y entregar la CURP a más tardar el día de la entrega del apoyo.</p>
2. Persona artesana	2.1 Presentar el producto (sombbrero terminado), el cual estará sujeto a un análisis conforme a la Matriz de Diferenciación entre Artesanía y Manualidad [ver Anexo 8], aplicada por el FONART.
3. Proporcionar Información Socioeconómica	3.1. Brindar la información requerida para llenar el Cuestionario Único de Información Socioeconómica (CUIS) [ver Anexo 9].
4. Manifestar interés de recibir apoyos del programa	4.1 Manifestar interés de recibir apoyos del programa de manera escrita o electrónica por medio de una solicitud que se encuentra disponible en: http://appl.fonart.gob.mx/htmltopdf/solicitud_apoyo_fonart.php [ver Anexo 10]

Fuente: Fuente: Elaboración propia con datos del FONART

Anexo 7. Proceso de elaboración del Sombrero Truman



Fuente: Elaboración propia.

Continuación del Anexo 8

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO

V. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO						
■ MARCAR LA OPCIÓN QUE LE INDIQUEN						
Características del Producto	PUNTUACIÓN				VALOR	TOTAL
	4	3	2	1		
Origen de la M.P. (Principal o Inicial)	Natural <input type="checkbox"/>	Natural (Procesado industrialmente) <input type="checkbox"/>	Artificial <input type="checkbox"/>			
Otención de la Materia Prima (Principal o Inicial)	Siembra / Cría / Manejo <input type="checkbox"/>	Recolección / Extracción <input type="checkbox"/>	Reciclaje <input type="checkbox"/>	Compra <input type="checkbox"/>		
Forma de elaboración de la pieza	Creación total de la pieza <input type="checkbox"/>	Engarzado o cosido manualmente <input type="checkbox"/>	Engarzado o cosido con máquina <input type="checkbox"/>	Ensamble con pegamento industrial (Incluye vaciado en moldes y sólo decorado) <input type="checkbox"/>		
Herramientas	Manualmente (Incluye agujas tradicionales, telares, unidores de hamacas, máquina de pedal, tomos, moldes tradicionales y herramientas hechas por el productor o un especialista local) <input type="checkbox"/>	Herramientas adaptadas por el productor o alguien de la región <input type="checkbox"/>	Maquinaria eléctrica <input type="checkbox"/>	Herramientas comerciales <input type="checkbox"/>		
Teñido/Pintado	Colorantes, pigmentos naturales / al natural y esmalte para vidrio <input type="checkbox"/>		Material adquirido con color <input type="checkbox"/>	Pinturas industriales <input type="checkbox"/>		
Tiempo de elaboración (Incluir las horas de los procesos)	Más de 24 horas <input type="checkbox"/>	De 9 a 24 horas <input type="checkbox"/>	De 5 a 8 horas <input type="checkbox"/>	Hasta 4 horas <input type="checkbox"/>		
Diseño del producto	Tradicional (Respetando forma, color e iconografía de su grupo) <input type="checkbox"/>	Tradicional con innovación <input type="checkbox"/>	Nuevo / Neoartesania <input type="checkbox"/>	Estilos <input type="checkbox"/>		
Representatividad	Localidad / Región <input type="checkbox"/>	Estado <input type="checkbox"/>	País <input type="checkbox"/>	No es representativo <input type="checkbox"/>		
Uso del producto	Ceremonial <input type="checkbox"/>	Utilitario <input type="checkbox"/>	Decorativo-Utilitario <input type="checkbox"/>	Sólo decorativo <input type="checkbox"/>		
División del trabajo	Por género o por edad <input type="checkbox"/>	Por especialidad <input type="checkbox"/>	Individual (Todo el proceso lo realiza una sola persona) <input type="checkbox"/>	Sin división <input type="checkbox"/>		
Transmisión del conocimiento ¿Cómo aprendió a hacerlo?	Herencia familiar / Legado cultural <input type="checkbox"/>	Capacitación impartida por una institución o persona externa (diseñador, comercializador o desarrollador de productos) <input type="checkbox"/>	Autoaprendizaje (Incluye cursos en escuelas con duración de hasta 1 año) <input type="checkbox"/>	Cursos (En tiendas, ferias, exposiciones y revistas) <input type="checkbox"/>		
Manualidad: De 100 a 220 puntos Híbrido: De 221 a 279 puntos Artesanía: De 280 a 420 puntos					Si el productor pertenece a un grupo étnico que elabora un producto tradicional o tradicional con innovación, a partir 20 puntos más	
					TOTAL GENERAL	

* Proporcionar información socioeconómica falsa, con el propósito de recibir indebidamente los apoyos y servicios contenidos en los Programas de Desarrollo Social, será objeto de suspensión o baja de los programas.

* Conforme a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, se otorgará protección de los datos personales que se incorporen en el Sistema de Control y Administración del Padrón de Beneficiarios de Programas de Desarrollo Social.

Firma o huella digital de la persona interesada

Firma del entrevistador

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos al desarrollo social".

Continuación del Anexo 9

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO

Identificación del hogar																																																													
<p style="text-align: center;">IV. Informante adecuado</p> <p>1. Identifique si existe un informante adecuado que cumpla con las siguientes características:</p> <p>I) QUE SEA INTEGRANTE DEL HOGAR: Persona que se le reconoce como habitante común en la vivienda; vive frecuentemente en el hogar, regularmente ahí duerme, prepara sus alimentos, come y se protege del ambiente; también comprende a las personas que por razones "temporales", como enfermedad, vacaciones, emergencia, trabajo o estudio, no están viviendo en ese momento en la vivienda.</p> <p>II) QUE CONOZCA LA INFORMACIÓN NECESARIA DE TODOS LOS INTEGRANTES DEL HOGAR.</p> <p>III) CON AL MENOS 15 AÑOS DE EDAD, O SI ES EL JEFE(A) DE HOGAR CON AL MENOS 12 AÑOS.</p> <p>IV) QUE NO TENGA ALGUN IMPEDIMENTO PARA COMPRENDER, RAZONAR Y RESPONDER LAS PREGUNTAS.</p> <p>V) QUE NO SE ENCUENTRE BAJO EL INFLUJO DE ALCOHOL O ENERVANTES.</p> <p>PARA LOS PROCESOS DE RECERTIFICACIÓN, REEVALUACIÓN, VERIFICACIÓN PERMANENTE DE CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS, ACTUALIZACIÓN Y MODIFICACIÓN.</p> <p>VI) EL INFORMANTE SE ENCUENTRE EN EL LISTADO ORIGINAL DEL HOGAR.</p> <p><input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>¿El informante es adecuado?</p> <p>Sí..... 1 → CONTINUAR CON EL CUESTIONARIO.</p> <p>No..... 2 → PASAR A "CÓDIGO DE RESULTADO DE LA ENCUESTA" Y MARCAR LA OPCIÓN 04: INFORMANTE INADECUADO</p> <p><small>NOTA: NO CONSIDERE A LAS PERSONAS QUE DECLARAN TENER OTRO LUGAR DE RESIDENCIA Y QUE ESTÁN TEMPORALMENTE EN ESE LUGAR POR VACACIONES, TRABAJO U OTRO MOTIVO.</small></p> <p>2. Documento oficial que presenta (INFORMANTE) para acreditar su identidad. ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. ANOTAR EL FOLIO DEL DOCUMENTO, EN CASO DE NO EXISTIR FOLIO, <input type="checkbox"/> MARCAR "NO TIENE".</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Credencial para votar vigente.....</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">01</td> </tr> <tr> <td>Cartilla del Servicio Militar Nacional.....</td> <td style="text-align: right;">02</td> </tr> <tr> <td>Pasaporte vigente.....</td> <td style="text-align: right;">03</td> </tr> <tr> <td>Constancia de identidad, edad y residencia con fotografía, expedida por la autoridad municipal (LOCALIDADES DE HASTA 10,000 HABITANTES).....</td> <td style="text-align: right;">04</td> </tr> <tr> <td>Formas migratorias.....</td> <td style="text-align: right;">05</td> </tr> <tr> <td>Cédula de identidad personal.....</td> <td style="text-align: right;">06</td> </tr> <tr> <td>Credencial del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM).....</td> <td style="text-align: right;">07</td> </tr> <tr> <td>Cédula profesional.....</td> <td style="text-align: right;">08</td> </tr> <tr> <td>Ninguno.....</td> <td style="text-align: right;">99</td> </tr> </table> <p style="text-align: right; margin-right: 20px;">} PASAR A 4.</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">CÓDIGO</td> <td style="width: 70%;">FOLIO</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;"></td> <td style="border-bottom: 1px solid black;"></td> <td style="border-bottom: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> NO TIENE</td> <td></td> </tr> </table> <p>3. Documento oficial que presenta (INFORMANTE) para acreditar su edad. ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. ANOTAR EL FOLIO DEL DOCUMENTO, EN CASO DE NO EXISTIR FOLIO, <input type="checkbox"/> MARCAR "NO TIENE".</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Clave Única de Registro de Población (CURP).....</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">01</td> </tr> <tr> <td>Acta de nacimiento.....</td> <td style="text-align: right;">02</td> </tr> <tr> <td>Ninguno.....</td> <td style="text-align: right;">99</td> </tr> </table> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">CÓDIGO</td> <td style="width: 70%;">FOLIO</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;"></td> <td style="border-bottom: 1px solid black;"></td> <td style="border-bottom: 1px solid black;"></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> NO TIENE</td> <td></td> </tr> </table>	Credencial para votar vigente.....	01	Cartilla del Servicio Militar Nacional.....	02	Pasaporte vigente.....	03	Constancia de identidad, edad y residencia con fotografía, expedida por la autoridad municipal (LOCALIDADES DE HASTA 10,000 HABITANTES).....	04	Formas migratorias.....	05	Cédula de identidad personal.....	06	Credencial del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM).....	07	Cédula profesional.....	08	Ninguno.....	99	CÓDIGO	FOLIO						<input type="checkbox"/> NO TIENE		Clave Única de Registro de Población (CURP).....	01	Acta de nacimiento.....	02	Ninguno.....	99	CÓDIGO	FOLIO						<input type="checkbox"/> NO TIENE		<p style="text-align: center;">V. Tipo de vivienda</p> <p>4. ¿Su vivienda es...? [] → CÓDIGOS DEL 08 AL 10 PASAR A "CÓDIGO DE RESULTADO DE LA ENCUESTA", Y MARCAR LA OPCIÓN 08: VIVIENDA NO VÁLIDA.</p> <p><small>UNIDAD ITINERANTE/MESA DE ATENCIÓN/UNIDAD PERMANENTE LEER TODAS LAS OPCIONES DE RESPUESTA Y ANOTAR LA OPCIÓN QUE LE INDIQUEN.</small></p> <p><small>ENCUESTA EN LA VIVIENDA DE ACUERDO A SU OBSERVACIÓN, ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</small></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Casa independiente.....01</td> <td style="width: 50%;">Local no construido para habitación.....06</td> </tr> <tr> <td>Departamento en edificio/ unidad habitacional.....02</td> <td>Vivienda en terreno familiar compartido.....07</td> </tr> <tr> <td>Vivienda o cuarto en vecindad.....03</td> <td>Vivienda móvil.....08</td> </tr> <tr> <td>Vivienda o cuarto en la azotea.....04</td> <td>Refugio.....09</td> </tr> <tr> <td>Anexo a casa.....05</td> <td>Vivienda en construcción no habitada.....10</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Asilo, orfanato o convento.....11</td> </tr> </table> <p>5. "Considerando que la vivienda es un espacio fijo delimitado generalmente por paredes y techos de cualquier material, con entrada independiente que se construyó o adaptó para el alojamiento de personas." ANOTAR EL NÚMERO QUE LE INDIQUEN LLENANDO CON CEROS A LA IZQUIERDA.</p> <p>¿Cuántas personas habitan en su vivienda? []</p> <p style="text-align: center;">VI. Número de hogares</p> <p>6. "Considerando que el hogar es un conjunto de personas que hacen vida en común dentro de una misma vivienda, unidos o no por parentesco, que comparten los gastos de manutención y preparan los alimentos en la misma cocina." SI EXISTE MÁS DE UN HOGAR EN LA VIVIENDA SE DEBE OBTENER UN CUESTIONARIO POR CADA HOGAR.</p> <p>¿Cuántos hogares hay en su vivienda? incluyendo el suyo []</p> <p style="text-align: center;">VII. Identificación del hogar</p> <p>7. ¿Cuántas personas forman parte de este hogar, contando a los niños pequeños, adultos mayores y personas con discapacidad? [] ANOTAR EL NÚMERO QUE LE INDIQUEN LLENANDO CON CEROS A LA IZQUIERDA. SI SON MÁS DE 10 PERSONAS UTILIZAR OTRO CUESTIONARIO CON LOS MISMOS FOLIOS EN LA CARÁTULA.</p> <p>8. Las personas que forman parte de este hogar, ¿Comparten gastos? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. Sí..... 1 No..... 2</p> <p>9. Las personas que forman parte de este hogar, ¿Habitan regularmente en la misma vivienda en la que duermen, preparan y comparten sus alimentos? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. Sí..... 1 No..... 2</p> <p><small>NOTA: SI LA RESPUESTA ES NO EN LA PREGUNTA 8 O 9, VERIFICAR LA RESPUESTA DE LAS PREGUNTAS 6 Y 7 DEBIDO A QUE LOS INTEGRANTES NO CORRESPONDEN AL MISMO HOGAR.</small></p> <p>10. ¿Tiene teléfono propio o alguno en el que le puedan dejar recado? ANOTAR TELÉFONO</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Sí..... 01 → ¿Cuál es? → []</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td>No..... 02</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> FIBRO <input type="checkbox"/> CELULAR <input type="checkbox"/> RECADOS</td> </tr> <tr> <td>No sabe/No responde..... 98</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> MARCAR EN EL RECUADRO LA OPCIÓN QUE LE INDIQUEN.</td> </tr> </table>	Casa independiente.....01	Local no construido para habitación.....06	Departamento en edificio/ unidad habitacional.....02	Vivienda en terreno familiar compartido.....07	Vivienda o cuarto en vecindad.....03	Vivienda móvil.....08	Vivienda o cuarto en la azotea.....04	Refugio.....09	Anexo a casa.....05	Vivienda en construcción no habitada.....10		Asilo, orfanato o convento.....11	Sí..... 01 → ¿Cuál es? → []		No..... 02	<input type="checkbox"/> FIBRO <input type="checkbox"/> CELULAR <input type="checkbox"/> RECADOS	No sabe/No responde..... 98	<input type="checkbox"/> MARCAR EN EL RECUADRO LA OPCIÓN QUE LE INDIQUEN.
Credencial para votar vigente.....	01																																																												
Cartilla del Servicio Militar Nacional.....	02																																																												
Pasaporte vigente.....	03																																																												
Constancia de identidad, edad y residencia con fotografía, expedida por la autoridad municipal (LOCALIDADES DE HASTA 10,000 HABITANTES).....	04																																																												
Formas migratorias.....	05																																																												
Cédula de identidad personal.....	06																																																												
Credencial del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM).....	07																																																												
Cédula profesional.....	08																																																												
Ninguno.....	99																																																												
CÓDIGO	FOLIO																																																												
	<input type="checkbox"/> NO TIENE																																																												
Clave Única de Registro de Población (CURP).....	01																																																												
Acta de nacimiento.....	02																																																												
Ninguno.....	99																																																												
CÓDIGO	FOLIO																																																												
	<input type="checkbox"/> NO TIENE																																																												
Casa independiente.....01	Local no construido para habitación.....06																																																												
Departamento en edificio/ unidad habitacional.....02	Vivienda en terreno familiar compartido.....07																																																												
Vivienda o cuarto en vecindad.....03	Vivienda móvil.....08																																																												
Vivienda o cuarto en la azotea.....04	Refugio.....09																																																												
Anexo a casa.....05	Vivienda en construcción no habitada.....10																																																												
	Asilo, orfanato o convento.....11																																																												
Sí..... 01 → ¿Cuál es? → []																																																													
No..... 02	<input type="checkbox"/> FIBRO <input type="checkbox"/> CELULAR <input type="checkbox"/> RECADOS																																																												
No sabe/No responde..... 98	<input type="checkbox"/> MARCAR EN EL RECUADRO LA OPCIÓN QUE LE INDIQUEN.																																																												

Integrantes del hogar			
VIII. Datos de todos los integrantes del hogar			
Nombre completo de todos los integrantes del hogar			
No.	11.		
Número de renglón	Dígame el nombre y apellidos de todas las personas que forman parte de este hogar, empezando por el jefe(a) del hogar y luego del mayor al menor de acuerdo a su edad. No olvide incluir a los niños pequeños, a los adultos mayores y a las personas con discapacidad.		
	<input type="checkbox"/> MARCAR EL NÚMERO DE RENGLÓN DEL INTEGRANTE DEL HOGAR QUE ES EL INFORMANTE ADECUADO		
	ANOTAR EL NOMBRE COMPLETO DE TODAS LAS PERSONAS.		
	VERIFICAR QUE EL NÚMERO DE INTEGRANTES ES EL MISMO QUE EL REGISTRADO EN LA PREGUNTA 7.		

Continuación del Anexo 9

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO															
Integrantes del hogar															
VIII. Datos de todos los integrantes del hogar			IX. Salud				X. Lengua y cultura indígena				XI. Educación				
Acta de nacimiento			Derechohabencia		Motivo derechohabencia		Lengua		Cultura		Alfabetismo		Nivel de escolaridad		Asistencia a la escuela
No.	20.	21.	22.	23.	24.		25.	26.	27.	28.	29.		30.		
No.	¿(NOMBRE) tiene acta de nacimiento? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. Sí.....1 No.....3	¿Vive el padre de (NOMBRE) en este hogar? Sí → ¿Quién es el padre? ANOTAR EL NÚMERO DE RENGLÓN DONDE ESTÁ LISTADO No No vive en el hogar.....77 Ya no vive.....78 NS/NR.....98	¿Vive la madre de (NOMBRE) en este hogar? Sí → ¿Quién es la madre? ANOTAR EL NÚMERO DE RENGLÓN DONDE ESTÁ LISTADA No No vive en el hogar.....77 Ya no vive.....78 NS/NR.....98	Actualmente ¿a qué institución está afiliado o inscrito (NOMBRE) para recibir atención médica? LEER TODAS LAS OPCIONES Y ANOTAR LAS QUE CORRESPONDAN. ACEPTA HASTA 2 RESPUESTAS. Seguro Popular (Incluye Seguro médico para una nueva generación).....01 → PASAR A 25. IMSS.....02 ISSSTE.....03 PEMEX, Defensa o Marina.....04 Clínica u hospital privado.....05 A ninguna.....99 → PASAR A 25.	¿(NOMBRE) está afiliado o inscrito a (INSTITUCIÓN) por...? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA DE ACUERDO A LA PREGUNTA 23. LEER TODAS LAS OPCIONES. Prestación en el trabajo.....01 Jubilación.....02 Invalidez.....03 Algún familiar en el hogar.....04 Muerte del asegurado.....05 Ser estudiante.....06 Contratación propia.....07 Algún familiar de otro hogar.....08 Apoyo del gobierno.....09		¿(NOMBRE) habla alguna lengua indígena? Sí → ¿Cuál? No NS/NR.....98 Ninguna.....99 ANOTAR SEGÚN EL CÓDIGO Náhuatl.....01 Maya.....02 Zapoteco.....03 Mixteco.....04 Tsotsil/tsetsal.....05 Otomí.....06 Totonaca.....07 Mazateco.....08 Chol.....09 Huasteco.....10 Chinanteco.....11 Nizahuatl.....12 Mixe.....13 Otro (ESPECIFICAR).....14	¿(NOMBRE) también habla español? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. Sí.....1 No.....2	De acuerdo con la cultura de (NOMBRE) ¿(Ella /El) se considera indígena? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. Sí.....01 No.....02 NS/NR.....98	¿(NOMBRE) sabe leer y escribir un recado? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. Sí.....01 No.....02 NS/NR.....98	¿Cuál fue el último nivel y grado que (NOMBRE) aprobó en la escuela? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. ANOTAR EL NIVEL Y LUEGO EL GRADO (NÚMERO DE AÑOS ESCOLARES APROBADOS) NIVEL Kinder o preescolar.....01 Primaria.....02 Secundaria.....03 Preparatoria o Bachillerato.....04 Normal básica.....05 Carrera técnica o comercial con primaria completa.....06 Carrera técnica o comercial con secundaria completa.....07 Carrera técnica o comercial con preparatoria completa.....08 Profesional.....09 Posgrado (maestría o doctorado).....10 Ninguno.....99 GRADO 1 año.....1 2 años.....2 3 años.....3 4 años.....4 5 años.....5 6 años.....6		¿Actualmente (NOMBRE) asiste a la escuela? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. Sí.....1 → PASAR A 32. No.....2		
			I.		II.		HABLA				NIVEL		GRADO		
01	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
02	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
03	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
04	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
05	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
07	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
08	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
09	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Continuación del Anexo 9

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO

Integrantes del hogar									
XI. Educación DATOS DE INTEGRANTES DE 3 AÑOS CUMPLIDOS O MÁS		XII. Situación conyugal DATOS DE INTEGRANTES DE 12 AÑOS CUMPLIDOS O MÁS		XIII. Condición laboral DATOS DE INTEGRANTES DE 12 AÑOS CUMPLIDOS O MÁS					
Abandono escolar		Estado civil		Cónyuge en el hogar	Condición de actividad	Verificación de condición de actividad		Posición en la ocupación	Tiempo de trabajo
No.	31.	32.	33.	34.	35.	36.	37.	38.	
Número de renglón	¿Cuál fue el motivo principal por el que (NOMBRE) dejó la escuela? NO LEER LAS OPCIONES, ESPERAR RESPUESTA ESPONTÁNEA Y ANOTAR EL MOTIVO PRINCIPAL	Actualmente, ¿Cuál es el estado civil (situación conyugal) de (NOMBRE)? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.	En este hogar, ¿vive la pareja o esposa(o) de (NOMBRE)? COPIE DE LA LISTA DE PERSONAS EL NÚMERO QUE CORRESPONDE A LA PAREJA	El mes pasado (NOMBRE)... LEER TODAS LAS OPCIONES. ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.	Durante el mes pasado (NOMBRE) realizó actividades como... LEER LAS OPCIONES 01 A 04. ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.	¿Cuál es la razón de que (NOMBRE) no haya trabajado el mes pasado? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. PARA TODAS LAS OPCIONES PASAR A 46.	En su trabajo principal del mes pasado ¿(NOMBRE) se desempeñó como...? NO LEER LAS OPCIONES Y ANOTAR LA OCUPACIÓN PRINCIPAL.	Considerando el trabajo principal que realizó el mes pasado ¿(NOMBRE) se dedica a trabajar... ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.	
	Concluyó sus estudios.....01	Vive en unión libre...01	Sí → ¿Quién es? ANOTAR EL NÚMERO DE RENGLÓN DONDE ESTÁ LISTADO	Tenía trabajo pero no trabajó.....02	¿vender o hacer algún producto o realizar trabajos de albañilería, plomería, carpintería u otro?.....01	Se enfermó o estuvo incapacitado(a) para trabajar (temporalmente).....01	albañil.....01	Unos meses al año?.....01	
	No alcanzó el dinero para mandarlo.....02	Es casado(a).....02	No	Estudió y trabajó.....03	¿prestar algún servicio a cambio de un pago (cortar el cabello, dar clases, lavar ropa ajena, u otro)?.....02	Se jubiló o pensionó.....02	artesano.....02	Todo el año?.....02	
	Se necesitó su ayuda en el trabajo o en la casa.....03	Es separado(a).....03	↓	No trabajó ni buscó trabajo.....04	¿realizar actividades agropecuarias por su cuenta como cultivar o criar animales?.....03	Estuvo cuidando personas (niños/as, personas adultas mayores, personas con discapacidad, enfermos).....03	ayudante de algún oficio.....02	No sabe/ No responde...98	
	Tuvo que quedarse en casa para cuidar a otras personas.....04	Es divorciado(a).....04	NS/NR.....98	Buscó trabajo.....05	¿ayudar en las tierras o en el negocio de un familiar u otra persona?.....04	Estuvo capacitándose.....04	ayudante en rancho o negocio familiar sin retribución.....04		
	Decidió empezar a trabajar.....05	Es viudo(a).....05		Estudió.....06	No trabajó.....05	Enfermedad crónica, discapacidad o invalidez (permanente).....05	ejidatario o comunero.....07		
	No le gusta la escuela.....06	Es soltero(a).....06		Realizó quehaceres domésticos.07	No trabajó.....05	Edad avanzada.....06	chofer (transporte de pasajero o carga).....06		
	No hay escuela en el lugar donde vive o la escuela está muy lejos.....07				No hubo trabajo.....06	Vivió de la renta de alguna propiedad.....07	empleado del gobierno.....08		
	Se casó o por maternidad/paternidad.....08					Otra causa.....08	empleado del sector privado.....09		
	Nunca ha ido a la escuela.....09						empleo doméstico.....10		
Reprobó varias materias.....10						miembro de un grupo u organización de productores.....12			
Ambiente inseguro en la escuela y alrededores.....11						miembro de una cooperativa (de producción o servicios).....13			
Sus compañeros lo molestaban mucho.....12						obrero.....14			
Sus padres ya no quisieron que siguiera estudiando.....13						patrón o empleador de un negocio.....15			
No lo aceptaron en la escuela.....14						profesionista independiente.....16			
No habla clases.....15						promotor de desarrollo humano o gestor social.....17			
Otra causa.....16						trabajador por cuenta propia.....18			
No sabe/No responde.....98						vendedor ambulante.....19			
						otra ocupación.....20			
						No sabe /No responde.....98			
01									
02									
03									
04									
05									
06									
07									
08									
09									
10									

Continuación del Anexo 9

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO

Integrantes del hogar												
XIII. Condición laboral DATOS DE INTEGRANTES DE 12 AÑOS CUMPLIDOS O MÁS						XIV. Seguros voluntarios DATOS DE INTEGRANTES DE 12 AÑOS CUMPLIDOS O MÁS			XV. Jubilación o pensión DATOS DE INTEGRANTES DE 12 AÑOS O MÁS		XVI. Otros apoyos DATOS DE INTEGRANTES DE 12 AÑOS O MÁS	XVII. Adultos mayores DATOS DE INTEGRANTES DE 12 AÑOS O MÁS
No.	39.	40.	41.	42.	43.	44.	45.	46.	47.	48.	49.	50.
¿Cuál es el motivo por el que (NOMBRE) no trabaja todo el año? ANOTAR SOLO UNA RESPUESTA	En su trabajo principal del mes pasado ¿(NOMBRE) tuvo un(a) jefe(a) o supervisor(a)? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.	Entonces en el trabajo principal del mes pasado ¿se dedicó a un negocio o actividad por su cuenta? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.	(NOMBRE) En su trabajo principal del mes pasado ¿le dieron las siguientes prestaciones, aunque no las haya utilizado? LEER DE LA OPCIÓN "A" A LA "F". <input checked="" type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA	En su trabajo principal del mes pasado ¿(NOMBRE) recibió un pago? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.	¿Cuánto dinero recibe (NOMBRE) por su trabajo principal del mes pasado? ANOTAR LA CANTIDAD DE DERECHA A IZQUIERDA EN PESOS Y SIN CENTAVOS	¿(NOMBRE) cada cuánto recibe esa cantidad? ANOTAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.	¿Tiene (NOMBRE) contratado voluntariamente... LEER DE LA OPCIÓN "A" A LA "E". <input checked="" type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA	¿(NOMBRE) es jubilado o pensionado? SÍ.....01 No.....02 NS/NR.....98	¿(NOMBRE) recibe dinero por ... A. Jubilación o pensión dentro del país? B. Jubilación o pensión proveniente de otros países?	¿(NOMBRE) tiene tarjeta del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM)? SÍ.....01 No.....02 NS/NR.....98	¿(NOMBRE) recibe dinero por ... <input checked="" type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. ACEPTA VARIAS RESPUESTAS.	
			A. Incapacidad por enfermedad, accidente o maternidad? B. SAR o Afore? C. Crédito para vivienda? D. Guardería? E. Aguinaldo? F. Seguro de vida? G. No tiene derecho a ninguna de estas prestaciones H. No sabe/No responde	SÍ.....01 No.....02 ↓ PASAR A 46.	ANOTAR 98000 SI GANA \$98000 O MÁS. ANOTAR 99999 SI NO SABE O NO RESPONDE Y PASAR A 46.	Diario..... 1 Cada semana..... 2 Cada 15 días..... 3 Cada mes..... 4 Cada año..... 5	A. SAR, AFORE o fondo de pensiones? B. Seguro privado de gastos médicos? C. Seguro de vida? D. Seguro de invalidez? E. Otro tipo de seguro? F. Ninguno de los anteriores G. No sabe/No responde				A. Programa Pensión para Adultos Mayores? B. Componente de apoyo para Adultos Mayores del Programa PROSPERA? C. Otros Programas para Adultos Mayores (Estatal o Municipal)? D. Ninguno E. No sabe/No responde	
			A B C D E F G H				A B C D E F G		A B		A B C D E	
01												
02												
03												
04												
05												
06												
07												
08												
09												
10												

Continuación del Anexo 9

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO

XVIII. Salud en el hogar					XVIII. Salud en el hogar					XXII. Gasto y consumo						
51. ¿A algún integrante del hogar le ha sido diagnosticada alguna de las siguientes enfermedades por un médico? LEER TODAS LAS OPCIONES. <input checked="" type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA PARA CADA INCISO.					53. Cuando tienen problemas de salud ¿en dónde se atienden los integrantes del hogar? ANOTAR HASTA 2 RESPUESTAS.					57. Regularmente en un mes ¿cuánto gasta su hogar en...? ANOTAR LA CANTIDAD EN PESOS, DE DERECHA A IZQUIERDA, SIN CENTAVOS O LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA PARA CADA INCISO.						
SI	¿Quién?	I	II	NO	Centro de salud, Hospital o Instituto de la Secretaría de Salud	01	IMSS	02	No gastó	0	No sabe/No responde	99999	A. la compra de alimentos, bebidas? \$ _____ pesos (cereales, carnes, pescados y mariscos, leche, huevo, aceite, verduras, legumbres, frutas, azúcar, chocolate)			
ANOTAR EL RENGLÓN DEL INTEGRANTE ACEPTA HASTA 3 INTEGRANTES					I II					B. la compra o reparación de vestido o calzado? \$ _____ pesos						
A. Artritis	1	→	[]	[]	[]	2	IMSS-PROSPERA	03	C. la compra de artículos y servicios de educación? \$ _____ pesos (inscripción, colegiatura, útiles escolares, etc.)			XXIII. Seguridad alimentaria				
B. Cáncer	1	→	[]	[]	[]	2	ISSTE	04	58. ¿Cuántas comidas al día acostumbran hacer los miembros de este hogar? (desayuno, almuerzo, comida y cena) ANOTAR LA CANTIDAD DE COMIDAS AL DÍA. EN CASO DE NO SABER <input checked="" type="checkbox"/> MARCAR LA CASILLA CORRESPONDIENTE.							
C. Cirrosis	1	→	[]	[]	[]	2	Otro servicio médico público (PEMEX, Defensa, Marina, DIF)	05	_____ cantidad No sabe/No responde <input type="checkbox"/>							
D. Deficiencia renal	1	→	[]	[]	[]	2	Consultorio y/o hospital privado	06	59. ¿Con qué frecuencia consume por semana...? LEER TODAS LAS OPCIONES Y ANOTAR PARA CADA INCISO.							
E. Diabetes	1	→	[]	[]	[]	2	Consultorio de farmacia	07	Frecuencia Diario 1 3 o 4 veces por semana 2 2 veces por semana 3 Sólo 1 vez por semana 4 Nunca o casi nunca 5							
F. Enfermedades del corazón	1	→	[]	[]	[]	2	Curandero, hierbero, comadrona, brujo	08	Alimentos							
G. Enfermedad pulmonar	1	→	[]	[]	[]	2	Se automédica	09	A. Cereales y tubérculos [] E. Carne y huevo [] B. Verduras [] F. Lácteos [] C. Frutas [] G. Alimentos altos en grasa y/o azúcar [] D. Leguminosas []							
H. VIH	1	→	[]	[]	[]	2	Otro	10	60. En los últimos tres meses, por falta de dinero o recursos ¿alguna vez usted o algún adulto (integrante de 18 años o más)... <input checked="" type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA PARA CADA INCISO.							
I. Deficiencia nutricional (anemia/desnutrición)	1	→	[]	[]	[]	2	No se atiende	11	SI NO							
J. Hipertensión	1	→	[]	[]	[]	2	No sabe/No responde	98	A. tuvieron una alimentación basada en muy poca variedad de alimentos? 1 2 B. dejaron de desayunar, comer o cenar? 1 2 C. comieron menos de lo que usted piensa debieron comer? 1 2 D. se quedaron sin comida? 1 2 E. sintieron hambre pero no comieron? 1 2 F. sólo comieron una vez al día o dejaron de comer todo un día? 1 2							
K. Obesidad	1	→	[]	[]	[]	2	XX. Trabajo no remunerado									
52. ¿Algún integrante del hogar tiene limitación para...? LEER TODAS LAS OPCIONES. <input checked="" type="checkbox"/> MARCAR LAS QUE LE INDIQUEN.					54. ¿Quién realiza regularmente las siguientes actividades? ANOTAR EL RENGLÓN DEL INTEGRANTE O LOS CODIGOS 95, 96, 97 O 98 SEGÚN CORRESPONDA. ACEPTA HASTA 2 INTEGRANTES.					61. En los últimos tres meses, por falta de dinero o recursos ¿alguna vez algún menor de 18 años en su hogar... <input checked="" type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA PARA CADA INCISO.						
SI	NO	ANOTAR EL RENGLÓN DEL INTEGRANTE, GRADO Y ORIGEN DE LA LIMITACIÓN ACEPTA HASTA 2 INTEGRANTES.					I II					NO HAY MENORES DE 18 AÑOS → PASAR A 63.				
A. caminar, moverse, subir o bajar escaleras?	1 2	I II					A. maestro(a) de escuela (no eventual) de cualquier orden de gobierno (Municipal, Estatal o Federal)? <input type="checkbox"/> → [] → []									
B. ver, o sólo ve sombras aún usando lentes?	1 2	I II					B. dueño de una tienda? <input type="checkbox"/> → [] → []									
C. hablar, comunicarse o conversar?	1 2	I II					C. dueño de algún negocio? <input type="checkbox"/> → [] → []									
D. oír, aún usando aparato auditivo?	1 2	I II					D. arrendatario de algún transporte? <input type="checkbox"/> → [] → []									
E. vestirse, bañarse o comer, desplazarse u otras de cuidado personal?	1 2	I II					E. doctor(a) o enfermera (no eventual) de cualquier orden de gobierno (Municipal, Estatal, Federal)? <input type="checkbox"/> → [] → []									
F. poner atención, aprender cosas sencillas o concentrarse?	1 2	I II					F. servidor público (no eventual) de cualquier orden de gobierno (Municipal, Estatal, Federal)? <input type="checkbox"/> → [] → []									
ANOTAR EL RENGLÓN DEL INTEGRANTE, GRADO Y ORIGEN DE LA LIMITACIÓN ACEPTA HASTA 2 INTEGRANTES.					XX. Otros ingresos del hogar					62. sintió hambre pero no comió? 1 2 E. se acostó con hambre? 1 2 F. comió una vez al día o dejó de comer todo un día? 1 2						
GRADO DE LIMITACIÓN	I II					XXI. Remesas										
Limitación parcial	1	I II					56. ¿Alguien en el hogar recibe dinero proveniente de otros países? <input checked="" type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.									
Limitación completa (no puede hacerlo)	2	I II					SI 1 NO 2									
ORIGEN DE LA LIMITACIÓN	I II					SI 1 NO 2										
Porque nació así	01	I II					SI 1 NO 2									
Por una enfermedad	02	I II					SI 1 NO 2									
Por un accidente	03	I II					SI 1 NO 2									
Por edad avanzada	04	I II					SI 1 NO 2									
Por otra causa	05	I II					SI 1 NO 2									
No sabe/No responde	98	I II					SI 1 NO 2									

Continuación del Anexo 9

EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO		EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO		EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO		EL LLENADO DE ESTE FORMATO ES GRATUITO															
Datos del hogar																					
XXIII. Seguridad alimentaria		XXIV. Características de la vivienda		XXIV. Características de la vivienda																	
<p>62. ¿Acostumbran desayunar los integrantes menores de 12 años de este hogar? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA NO HAY MENORES DE 12 AÑOS → PASAR A 63.</p> <p>Sí.....01 → ¿En dónde? → En el hogar propio o con algún familiar o conocido...01 En la escuela, estancia, o guardería.....02 Otro lugar.....03</p> <p>No.....02 → ¿Por qué? → No lo acostumbra.....01 No les da hambre.....02 No les alcanza el tiempo.....03 NS/NR.....98 No les alcanza el dinero.....04</p>		<p>70. ¿De qué material es la mayor parte del techo de su vivienda? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Material de desecho (cartón, hule, tela, llantas, etc).....01 } PASAR A 72. Lámina de cartón.....02 Lámina metálica.....03 Lámina de asbesto.....04 Palma o paja.....05 Madera o tejamanil.....06 Terrado con viguería.....07 Teja.....08 Losa de concreto o viguetas con bovedilla.....09</p>		<p>77. En esta vivienda tienen... <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Agua entubada dentro de la vivienda.....01 Agua entubada fuera de la vivienda, pero dentro del terreno.....02 Agua entubada de llave pública (o hidrante).....03 Agua entubada que acarrea de otra vivienda.....04 Agua de pipa.....05 Agua de un pozo, río, lago, arroyo.....06 Agua captada de lluvia u otro medio.....07</p>																	
<p>XXIV. Características de la vivienda</p> <p>63. ¿Cuántos cuartos tiene en total esta vivienda contando la cocina? (no cuente ni pasillos ni baños) [] []</p> <p>64. ¿Cuántos cuartos usan para dormir? [] []</p> <p>65. En el cuarto donde cocinan ¿también duermen? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. Sí.....1 No.....2</p>		<p>71. ¿Al menos un techo de los cuartos presenta flexión y/o fracturas, o está en riesgo de caerse? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Sí.....1 No.....2</p> <p>72. ¿De qué material es la mayor parte de las paredes o muros de su vivienda? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Material de desecho (cartón, hule, tela, llantas, leña, etc).....01 } PASAR A 74. Lámina metálica o de asbesto.....02 Carrizo, bambú o palma.....03 Embarro o bajareque.....04 Madera.....05 Adobe.....06 Tabique, ladrillo, block, piedra o concreto.....07 No tiene.....08</p>		<p>78. ¿Qué tratamiento le dan al agua para beberla? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA. ACEPTA VARIAS RESPUESTAS.</p> <p>A. La beben sin ningún tratamiento previo.....<input type="checkbox"/> B. La hierven.....<input type="checkbox"/> C. Le echan cloro.....<input type="checkbox"/> D. Usan un filtro.....<input type="checkbox"/> E. Compran agua embotellada o en garrafón.....<input type="checkbox"/> F. Otro.....<input type="checkbox"/> Especificar []</p>																	
<p>66. ¿De qué material es la mayor parte del piso de su vivienda? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Tierra.....01 → PASAR A 69. Cemento o firme.....02 Mosaico, madera u otro recubrimiento.....03 → PASAR A 68.</p>		<p>73. ¿Algún muro de la vivienda presenta grietas o fisuras mayores a 1 cm. de grosor, o está en riesgo de caerse? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Sí.....1 No.....2</p>		<p>79. ¿Qué tipo de drenaje o desagüe de aguas sucias tiene su vivienda? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>A la red pública.....01 A una fosa séptica.....02 A una tubería que da a una grieta o barranca.....03 A una tubería que da a un río, lago o mar.....04 No tiene desagüe ni drenaje.....05</p>		<p>80. En su vivienda ¿Qué hacen con la basura? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>La tiran en un contenedor, la recoge un camión o carrito de basura.....01 La queman.....02 La entierran.....03 La tiran en el basurero público.....04 La tiran en un terreno baldío o calle.....05 La tiran al río, lago, mar o barranca.....06</p>															
<p>67. ¿El cemento o piso firme de su vivienda fue otorgado por algún programa gubernamental (Federal, Estatal o Municipal)? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Sí.....1 No.....2</p>		<p>74. ¿Qué tipo de baño o escusado tiene su vivienda? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Con conexión de agua/Con descarga directa de agua.....01 } PASAR A 76. Le echan agua con cubeta.....02 Sin admisión de agua (letrina seca o húmeda).....03 Pozo u hoyo negro.....04 No tiene.....05 → PASAR A 77.</p>		<p>81. ¿Cuál es el combustible que más usan para cocinar? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Gas de cilindro o tanque.....01 } PASAR A 83. Gas natural o de tubería.....02 Electricidad.....03 Otro combustible.....04 Leña o carbón.....05</p>																	
<p>68. ¿La mayor parte del piso de la vivienda presenta hundimientos o agrietamientos mayores a 1 cm. de grosor? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Sí.....1 No.....2</p>		<p>75. ¿El baño o escusado de su vivienda fue otorgado por algún programa gubernamental (Federal, Estatal o Municipal)? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Sí.....1 No.....2</p>		<p>82. ¿Qué aparato usa para cocinar? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE LE INDIQUEN.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Dentro de la vivienda</th> <th>Fuera de la vivienda</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fogón de leña o carbón con chimenea.....</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Fogón de leña o carbón sin chimenea.....</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Fogón ecológico de leña o carbón con chimenea.....</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>			Dentro de la vivienda	Fuera de la vivienda	Fogón de leña o carbón con chimenea.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fogón de leña o carbón sin chimenea.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fogón ecológico de leña o carbón con chimenea.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	Dentro de la vivienda	Fuera de la vivienda																			
Fogón de leña o carbón con chimenea.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																			
Fogón de leña o carbón sin chimenea.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																			
Fogón ecológico de leña o carbón con chimenea.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																			
<p>69. Alguno de los cuartos donde duermen o cocinan ¿tiene piso de tierra? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Sí.....1 No.....2</p>		<p>76. ¿El baño o escusado es para uso exclusivo de los habitantes de su vivienda? <input type="checkbox"/> MARCAR LA OPCIÓN QUE CORRESPONDA.</p> <p>Sí.....1 No.....2</p>																			
<p>MÉXICO GOBIERNO DE LA REPÚBLICA</p>		<p>SEDESOL SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL</p>				<p>Contacto: Av. Paseo de la Reforma 116, Col. Juárez, Delegación Cuauhtémoc Distrito Federal C.P. 06600.</p>															

Anexo 10. Formato de solicitud de apoyo al FONART

 	Solicitud de Apoyo al Fonart Programas del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías
---	--

Fecha de Elaboración 11/05/2017

Solicitud de (Marque con una X)

Capacitación Integral y/o Asistencia Técnica <small>(conteste sección I y II.1)</small>	Apoyos para impulsar la Producción <small>(conteste sección I y II.2)</small>	Apoyos para impulsar la comercialización <small>(conteste sección I y II.3)</small>	Apoyos para la Promoción Artesanal en Ferias y Exposiciones <small>(conteste sección I y II.4)</small>	Apoyos para la Salud ocupacional <small>(conteste sección I y II.5)</small>
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

I Datos Generales del Solicitante o Representante de los Solicitantes

Apellido Paterno		Apellido Materno	
Nombre			Edad
Estado		Municipio /Delegación	
Localidad		Grupo Étnico	
Sexo	<input type="radio"/> Hombre	<input type="radio"/> Mujer	Rama Artesanal
Dirección			

Es importante que nos proporcione algún medio ya sea correo electrónico o teléfono para poder contactarlo

Correo Electrónico		Teléfono	
--------------------	--	----------	--

¿ Es usted servidor público de cualquier nivel o poder de gobierno ?

<input type="radio"/>	Si	<input type="radio"/>	No
-----------------------	----	-----------------------	----

CURP RFC (En su caso)

Padrón de Artesanos (En su caso)
 Con fundamento en el artículo 21 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, en relación con el artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación, otorgo mi consentimiento y conformidad para que el **FONART** comparta mis datos personales con la SEDESOL y con el SAT.

II.1 Capacitación Integral y/o Asistencia Técnica

¿ Para Cúal de estas modalidades solicita el apoyo? (Marque con una X)

<input checked="" type="radio"/>	Capacitación Integral	<input type="radio"/>	Asistencia Técnica
----------------------------------	-----------------------	-----------------------	--------------------

¿ En qué momento de la condición productiva necesita atención del Programa ?

Concepto	Describa su necesidad
<input type="checkbox"/> Organización	
<input type="checkbox"/> Materia Prima	
<input checked="" type="checkbox"/> Proceso Productivo	
<input checked="" type="checkbox"/> Comercialización	

II.2 Apoyos para impulsar la Producción

Marque con una X el tipo de apoyo solicitado

<input type="checkbox"/>	Apoyos individuales para impulsar la producción	<input type="checkbox"/>	Apoyos grupales para impulsar la producción
--------------------------	---	--------------------------	---

¿Para cual de estos conceptos solicita el apoyo para impulsar la producción?

Activo fijo para la producción artesanal <small>(herramienta de trabajo o taller de producción)</small>		Insumos	
Concepto	Importe	Concepto	Importe
<input type="checkbox"/> Adquisición de herramientas	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Materia primas	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Adquisición de taller artesanal	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Insumos	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Construcción de taller artesanal	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Servicios	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Rehabilitación de taller artesanal	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Gastos de administración	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Otros	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Otros	<input type="text"/>

Describa las especificaciones de lo solicitado:

II.3 Apoyos para impulsar la comercialización

Los importes se deben escribir sin signos de pesos (\$) y sin centavos

Cantidad	Concepto	Importe
<input type="text"/>		<input type="text"/>

II.4 Apoyos para la Promoción Artesanal en Ferias y Exposiciones

Marque con una X el tipo de apoyo solicitado

<input type="checkbox"/>	Apoyos individuales en Ferias y Exposiciones	<input type="checkbox"/>	Apoyos grupales en Ferias y Exposiciones
--------------------------	--	--------------------------	--

No.	Concepto	Describa su necesidad
<input type="checkbox"/>	Alojamiento, transporte y seguros de viajero.	
<input type="checkbox"/>	Pago correspondiente por uso de stand (espacios, mobiliario).	
<input type="checkbox"/>	Registro de marca	
<input type="checkbox"/>	Diseño de logotipo	
<input type="checkbox"/>	Diseño de imagen identidad corporativo (Material gráfico, tarjetas, hojas, membrete, etc)	
<input type="checkbox"/>	Diseño de empaque, envase, etiquetas y cajas	
<input type="checkbox"/>	Diseño de material gráfico	
<input type="checkbox"/>	Diseño de página de internet	
<input type="checkbox"/>	Elaboración de empaque, envase y cajas	
<input type="checkbox"/>	Elaboración de embalaje	
<input type="checkbox"/>	Impresión de etiquetas	
<input type="checkbox"/>	Impresión de material gráfico	
<input type="checkbox"/>	Código de barras	
<input type="checkbox"/>	Evaluación y certificación en competencias laborales	
<input type="checkbox"/>	Certificación de normas oficiales mexicanas	

Describa las especificaciones de lo solicitado:

II.5 Apoyos para la Salud Ocupacional

Seleccione	Concepto	Describa su necesidad
<input type="checkbox"/>	Adquisición de prendas, accesorios y equipo que permitan mejorar el bienestar físico de la artesana o artesano.	
<input type="checkbox"/>	Instrumentación de talleres que fomenten una cultura de salud preventiva.	
<input type="checkbox"/>	Otros (especifique)	

Este programa es publico, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos al desarrollo social.

