

## **PLAN DE NEGOCIOS MUNICIPIO DE CERINZA**

### **I. INTRODUCCIÓN**

La Fundación Social Colombiana CEDAVIDA en conjunto con ARTESANIAS DE COLOMBIA, ha celebrado un contrato con el objeto de desarrollar el programa denominado “Fortalecimiento Productivo y Comercial de las comunidades Artesanales” en el departamento de Boyacá, el cual tiene como objetivo apoyar el desarrollo de las dieciocho unidades productivas artesanales de la región, en el diseño e innovación de productos, búsqueda de oportunidades en el mercado local y regional para la sostenibilidad de empleo y promover el desarrollo económico y social de la región.

Para el desarrollo del componente de Planes de Negocios para las unidades productivas artesanales, se realizó un ejercicio de reunión con cada una de ellas, primero para realizar una visualización conjunta de la estructura de la organización de la(s) empresa o del grupo artesano, y segundo, para explicar las posibilidades de los planes de negocio en la búsqueda de mercados potenciales frente a sus productos actuales y/o del ejercicio de proyección con un producto nuevo realizado por el equipo de diseño de la Fundación. De igual forma, se entabló el impacto que puede llegar a darse en términos de generación de negocios y de empleo, evaluando técnicamente los parámetros de mercado, producción, organización y finanzas. Finalmente, el estudio posterior presentado, refleja un estado de viabilidad en cada uno de los componentes de forma cuantitativa y cualitativa.

## II. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DEL MUNICIPIO

La Cestería en esparto de Cerinza están lideradas por dos talleres artesanales (Asociación de Artesanos del Valle de Cerinza-ASAVAC, Asociación de Artesanos Unidos de Cerinza-ADAUC), estos grupos funcionan de manera independiente y tienen sus propios clientes. Las artesanas que pertenecen a estas asociaciones, llevan sus productos al centro de acopio y punto de venta; dependiendo de las ventas, reciben su dinero como parte de su sostenimiento económico familiar.

Parte de la estrategia de las dos asociaciones artesanales es desarrollar los puntos de venta locales ubicados en la plazoleta central del municipio. Sin embargo los visitantes y turistas no identifican estos sitios por su visibilidad y falta de promoción.

La comunidad de artesanas de Cerinza, están interesadas en mejorar los ingresos de la población artesanal, para tal fin se sugirió incentivar las ventas locales, a través de los puntos de venta con una buena promoción, establecimiento alianzas con entidades de turismo y alcaldía del municipio de Cerinza, hoteles, empresas de transporte y así generar ingresos a cada beneficiario.

Por otro lado, las representantes de cada asociación artesanal manejan sus propios esquemas de precios compitiendo mutuamente y en ciertos casos de manera desleal. Esto afecta las condiciones económicas y sociales de las artesanas de Cerinza.

### III. HOJAS DE TRABAJO

#### III.1. IDEAS DE NEGOCIO O PROPUESTA DE VALOR

PRESENTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	
Aspectos generales	Descripción breve
Idea de negocio	Producción y Comercialización de Cestería en Esparto en el mercado local y regional.
<b>Problema o necesidad que soluciona</b>	Mejora las condiciones económicas de las artesanas de Cerinza.
Descripción de la idea de negocio ( <b>Solución</b> )	Aprovechar los puntos de venta de cada taller para incrementar las ventas.
Posible localización	Puntos de venta en Cerinza (ASAVAC, ADAUC), sitios aledaños.
Actividades, productos o servicios prestados	Cestería en Esparto
Innovación y/o <b>valor agregado</b> (en relación con la competencia, el entorno y/o la cadena valor artesanal)	Desarrollo de nuevos productos dirigidos a línea hogar y decoración.
Conocimientos o habilidades técnicas requeridas	Cestería en Esparto
Mercado: <b>clientes</b> y competencia	Turistas y visitantes; hoteles y almacenes que ofrezcan artesanías de la región de Boyacá.
Equipos, elementos y recursos necesarios	Proceso de tinturado, Esparto, agujas, ollas para la preparación de tintes, anilinas.
Alianzas, posibles socios o aportantes	Talleres artesanales, Hoteles, empresas de transportes, tiendas artesanales, alcaldía.
Equipo de trabajo	24 artesanas asociadas y 50 artesanas no asociadas. Cada asociación tiene su representante.

### III.2. RESUMEN EJECUTIVO

La comunidad de artesanos de Cerinza, es una técnica artesanal tradicional de Cestería en esparto, donde beneficia a dos asociaciones (ASAVAC, ADAUC) que integran a 24 mujeres artesanas asociadas y 50 mujeres no asociadas, ubicadas en el municipio de Cerinza, en el departamento de Boyacá.

En el plan de negocios se identificó el portafolio de productos que se ofrecen a los diferentes consumidores en la línea de decoración – hogar, tales como canastos, fruteros, individuales, paneras, porta huevos, entre otros productos tradicionales; además su capacidad de producción depende del número de horas que cada artesana dispone para la elaboración del producto, teniendo en cuenta que realizan otras actividades propias del campo.

El potencial de mercado para este tipo de productos artesanales son tiendas artesanales locales y regionales, comercializadores, tiendas de moda, almacenes especializados en artesanías, además de llegar al consumidor final.

Por otro lado, con el desarrollo del Proyecto de Fortalecimiento Productivo y Comercial se diseñaron nuevos productos que incrementen las ventas de las dos asociaciones, además de diversificar la línea de decoración y utilitaria como la elaboración de bolsos con manijas en cuero, beneficiando a las mujeres artesanas de la comunidad de Cerinza.

En cuanto a la adquisición de materias primas, los proveedores recolectores están ubicados en zonas aledañas al municipio, garantizando la materia prima esencial como lo es el esparto.

Asimismo, los precios de mercado para este tipo de productos, depende directamente de la calidad, combinación de colores, nuevos diseños, productos funcionales que satisfagan la necesidad del consumidor.

Con el desarrollo de nuevos productos se realizó la proyección de ventas desde la participación de la feria Expoartesanias y su desarrollo comercial en el mercado local, regional y nacional. Las ventas dependen de la capacidad de producción, proyectando ventas desde \$2.400.000 por mes hasta \$4.800.000 como valor máximo. El total de ventas del periodo alcanzaría las 180 unidades en tres meses, con ingresos cercanos a los \$10.800.000 para el periodo estimado.

#### IV. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO Y PLAN ORGANIZACIONAL

Hoy más que nunca, el principal diferenciador de las empresas es el factor humano. La estabilidad y rentabilidad de las empresas depende en un grado alto de las habilidades de los artesanos para alcanzar los objetivos del negocio.

##### IV.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Las dos asociaciones de artesanías de Cerinza están ubicadas en el Departamento de Boyacá en la vía que va de Duitama hacia Soata y el nevado del Cocuy como sitio turístico; desarrollando la actividad artesanal de Cestería en esparto, ofreciendo productos decorativos y utilitarios en la línea de mesa y hogar a turistas y visitantes de la región.

Esta comunidad está representada por dos asociaciones artesanales cuya figura empresarial lo conforman la Asociación de Artesanos unidos de Cerinza y la Asociación de Artesanos del Valle de Cerinza.

Actualmente la comunidad de artesanos, está representado por Asociación de Artesanos unidos de Cerinza- ADAUC con 18 asociadas y la Asociación de Artesanos del Valle de Cerinza- ASAVAC 6 asociadas; mujeres que desarrollan la técnica de cestería en esparto.

Están representados por Vilma Isabel Vega y Luz Marina Carvajal Díaz.

Los dos talleres cuentan con espacios para desarrollar su actividad artesanal, convirtiéndose en una forma de su sostenimiento económico del grupo de artesanías y sus familias.

##### IV.2. OBJETIVOS

Objetivo Estratégico	Indicador/Acciones esperadas
<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión de la estructura organizacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición de grupo de artesanos asociados, responsabilidades y cargos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Designar la persona comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Persona que desarrolle las actividades comerciales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar Tipo de conformación empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tipo de sociedades.</li> <li>Funcionamiento</li> </ul>

### IV.3. OBJETO SOCIAL

Las asociaciones artesanales tienen como objeto social la elaboración, comercialización y distribución de productos artesanales como la cestería de esparto; además de otras actividades propias de la asociación como el incentivo para desarrollar la actividad artesanal.

### IV.4. FIGURA EMPRESARIAL

Para ASAVAC y ADAUC, la estructura organizacional está establecida de acuerdo a la asamblea general, presidenta de Asociación, Vicepresidenta, Tesorera, fiscal y vocales, además de las personas encargadas en las áreas de producción y comercial; las demás asociadas conocen de su labor artesanal.

Ninguno de los talleres tiene establecidos las áreas funcionales para la toma de decisiones, donde cada representante asume responsabilidades administrativas, productivas y comerciales; en algunos casos los asociados apoyan el proceso tanto comercial como productivo.

### IV.5. ORGANIGRAMA

Ambas asociaciones están registradas ante la cámara y comercio de Duitama, con representación legal y con su respectivo funcionamiento a través del NIT. La estructura organizacional de las asociaciones está conformada así:

ASAVAC	ADAUC
NIT: 900.059.391-4	NIT: 826.003.973-1
Año de Constitución: 2002	Año de Constitución: 2004
Presidenta: Vilma Isabel Vega	Presidenta: Luz Marina Carvajal Díaz
Vicepresidenta: María del Carmen Burgos	Vicepresidenta: Benilda González
Tesorera: Amanda Castro	Tesorera: Betty Esperanza Vega
Secretaria: Ligia Rincón	Secretaria: Ana María Rojas
Fiscal: Graciélina Ronderos	Fiscal: Luz Miriam Prieto
Vocal: Concepción del Carmen Vega	Vocal: Ana Victoria Báez
Total Artesanas Asociadas: 6	Total Artesanas Asociadas: 18
Total Artesanas no asociadas: 16	Total Artesanas no asociadas: 34

### IV.6. INCENTIVOS Y BENEFICIOS DEL PERSONAL

Las dos asociaciones artesanales no ofrecen a sus asociadas, beneficios para incentivar la producción y sentido de pertenencia de las asociadas hacia la empresa.

Por otro lado, como política de pagos los artesanos reciben su dinero al momento de realizar la venta del producto, esto puede oscilar desde un mes hasta seis meses. Este mecanismo desmotiva a las artesanas a desarrollar la actividad, debido a que no es rentable.

#### IV.7. ANÁLISIS DOFA

ANÁLISIS DOFA				
		Positivo	Estrategias	Negativo
		Fortalezas		Debilidades
FACTORES	Interno	1. El grupo de artesanas cuenta con un producto tradicional reconocido  2. Manejan precios justos de mercado  3. Posibilidad de desarrollar nuevos productos	1. Aumentar su portafolio de productos con el apoyo de CEDAVIDA 2. Tener participación en los eventos feriales como EXPOARTESANIAS y de turismo de la región  3. Desarrollar el mercado local e incrementar las ventas	1. Falta de definir los roles y funciones comerciales y administrativas  2. No se tienen estrategias para generar ventas en el mercado local.  3. No se aprovecha el turismo local para incrementar ventas 4. No se han realizado alianzas con entidades de turismo e institucionales
	Externo	<u>Oportunidades</u>  1. Aprovechar la visita de turistas para generar el consumo de la cestería de esparto.  2. Desarrollar e innovar en nuevos productos  3. Participar en los programas de turismo y artesanales de la región	1. Aprovechar el espacio de cada asociación y mejorar en la exhibición y presentación del sitio. 2. Generar estrategias para que los turistas ingresen a los puntos de venta y adquieran el producto. 3. Realizar alianzas con entidades gubernamentales y generadoras de turismo (hoteles, empresas de transporte)	<u>Amenazas</u>  1. Ingreso de productos importados al mercado nacional a precios bajos  2. Competencia desleal en términos de precios entre las asociaciones  3. Escasez de la materia prima por problemas ambientales y climáticos.

#### IV.8. EQUIPO DE TRABAJO Y COMPETENCIAS

Formato EQUIPO DE TRABAJO ESTRUCTURA Y COMPETENCIAS DE LOS MIEMBROS DEL EQUIPO							
ESTRUCTURA			HOJA DE VIDA		COMPETENCIAS		
#	MIEMBROS DEL EQUIPO	CARGO	FORMACIÓN	EXPERIENCIA (años)	Liderazgo	Habilidades Empresariales	Relaciones Humanas
	Vilma Isabel Vega	Representante ASAVAC	Técnica	15	Lidera el grupo	Realiza los negocios del taller	Regular relaciones con las asociadas
	María del Carmen Burgos	Vicepresidenta ASAVAC	Básica	15	Apoyo	Actividades de Producción	Buenas relaciones
	Ligia Rincón	Secretaria ASAVAC	Técnica	15	Apoyo	Organiza producción y administración	Buenas relaciones
	Luz Marina Carvajal	Representante ADAUC	Técnica	15	Lidera el grupo	Actividades de Producción y administrativas	Buenas relaciones
	Luz Miriam Prieto	Fiscal ADAUC	Técnica	15	Apoyo	Desarrolla actividades comerciales	Buenas relaciones



## V. PLAN COMERCIAL

### V.1. OBJETIVOS

Los objetivos trazados en el Plan comercial se basan en el incremento en las ventas, identificar nuevos clientes locales y regionales, con el fin de mejorar los ingresos de las mujeres artesanas de Cerinza.

Objetivo Estratégico	Indicador	Meta
<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar nuevos clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clientes actuales / Clientes Potenciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación nuevos clientes y aprovechar los puntos de venta locales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Incremento de ventas en el corto plazo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyección de ventas /Productos potenciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento en las ventas por producto potencial</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición de precios de Venta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Precios del Mercado local /Precios estimado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición de precios competitivos frente a las condiciones de mercado y evitar competencia desleal.</li> </ul>

## V.2. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Las dos asociaciones de artesanas de Cerinza ofrecen al mercado una gran variedad de productos decorativos y utilitarios generados de la producción de la cestería de esparto.

*Descripción técnica del producto:*

Producto	Presentación	Capacidad de producción mensual	Precio/Unidad
INDIVIDUAL (6 UNID)		150	\$25.000
FRUTERO GRANDE		300	\$20.000
CAZUELA TRADICIONAL (6)		300	\$12.000
PORTA VASOS		500	\$15.000
PORTA HUEVOS		60	\$20.000
PANERA GRANDE		60	\$20.000
PANERA PEQUEÑA		80	\$15.000

Las ventajas competitivas encontradas en la producción y comercialización de la Cestería de esparto, son las siguientes:

- **Esquema de negocio planteado:** Producción y comercialización de Cestería en esparto en los puntos de venta de cada asociación en el municipio de Cerinza, municipios aledaños, mercado regional artesanal de Boyacá, tiendas especializadas, entre otros.

- **Competitividad en precios de mercado:** De acuerdo al esquema de negocio presentado cada asociación artesanal maneja sus precios sin tener claridad en sus costos de producción. En algunos casos se visualiza diferencia de los precios y competencia desleal entre las asociaciones, lo que perjudica los intereses económicos de la comunidad de artesanas de Cerinza.
- **Calidad en el Producto:** La cestería tiene un alto reconocimiento en el mercado, de ahí su aceptación, presentando calidad, diseños únicos tradicionales.
- **Capacidad de expansión en la mano de obra:** Cada asociación tiene un número de artesanas que apoyan el proceso productivo. ASAVAC cuenta con 6 asociadas y pueden tener 16 artesanas adicionales, dependiendo los casos de producción. ADAUC cuenta con 18 asociadas artesanas y también con artesanas no asociadas para expandir su producción, siempre y cuando se generen las ventas.

### V.3. INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

Las actividades de innovación y desarrollo de productos están liderados por los diseñadores de la Fundación Cedavida y por cada comunidad artesanal asignada. Estos nuevos diseños se realizaron de acuerdo a las tendencias en decoración y moda artesanal, dirigida a nichos de mercado específicos, de acuerdo al nuevo producto desarrollado.

En el caso del grupo artesanal de Cerinza se desarrollaron bolsos en esparto con manijas en cuero, esto dando un valor adicional al portafolio actual de sus productos.

Este producto va dirigido a diferentes tipos de almacenes que requieran accesorios de moda, artículos de playa, entre otros.



Producto Nuevo – Grupo de artesanas de Cerinza  
Foto: Patricia Valenzuela  
Artesanías de Colombia S.A. – Fundación CEDAVIDA  
Cerinza – Boyacá  
Noviembre de 2014

Las medidas del producto desarrollado, están alineados de acuerdo al diseño 32x14 cms Base 24 cms Alto (más manija en cuero la cual puede variar)

#### V.4. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

El **mercado local**, está ubicado en el municipio de Cerinza, cuya característica principal es ofrecer productos a los visitantes, turistas en los puntos de venta de ASAVAC y ADAUC.



Punto de Venta ADAUC – Grupo de artesanas  
Foto: Carlos Jaimes  
Artesanías de Colombia S.A. – Fundación CEDAVIDA  
Cerinza – Boyacá  
Noviembre de 2014



Punto de Venta ASAVAC - Secretaria  
Foto: Carlos Jaimes  
Artesanías de Colombia S.A. – Fundación CEDAVIDA  
Cerinza – Boyacá  
Noviembre de 2014

**Mercado Regional:** Las asociaciones artesanales ofrecen esporádicamente sus productos en sitios turísticos y artesanales del departamento de Boyacá, tales como Villa de Leyva, Paipa, Tunja.

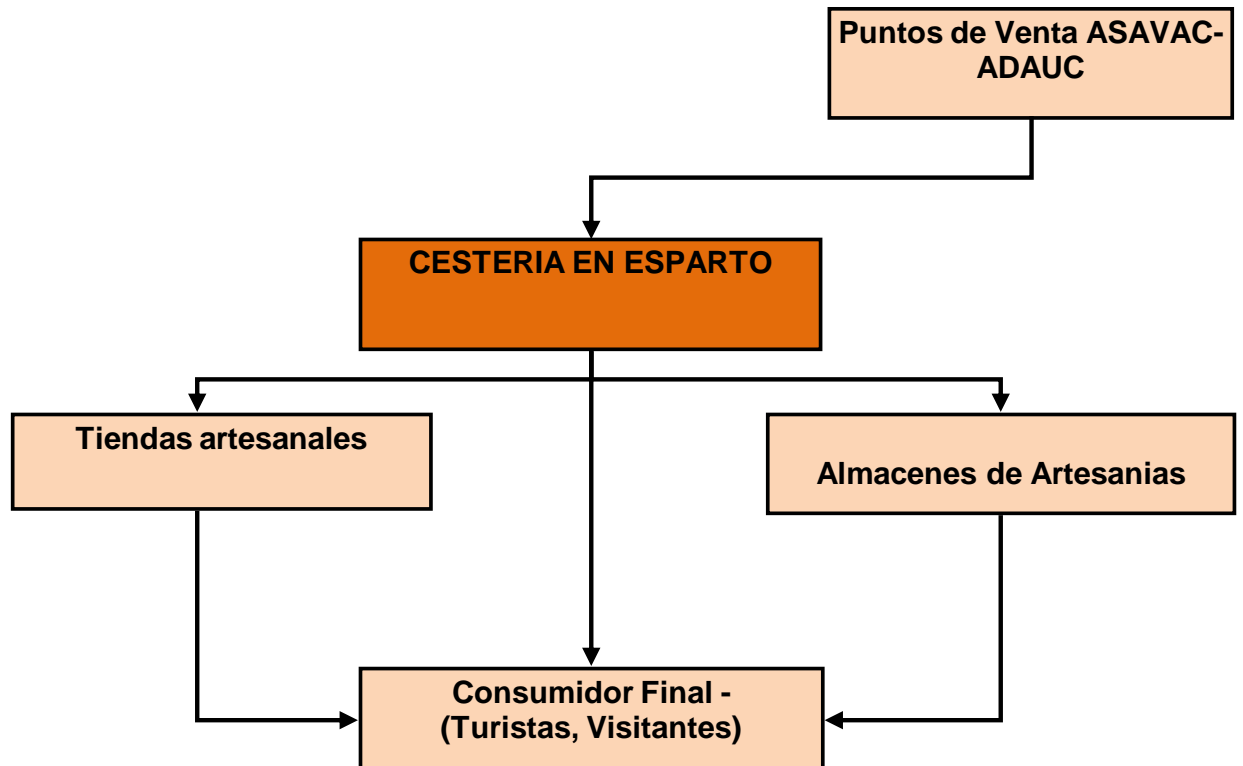
**Mercado Nacional:** Asimismo, Las asociaciones tienen clientes en las ciudades Bogotá, Medellín, Cartagena, tales como tiendas artesanales, institucionales, almacenes, eventos feriales.

#### V.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La competencia está determinada por los talleres artesanales que elaboran y a la vez comercializan productos similares y sustitutos cestería en esparto. Según información de los talleres artesanales la competencia está representada así:

Producto	Productos Similares	Ventajas (frente a la competencia)	Desventajas (frente a la competencia)
Cestería en esparto	Artesanías en fique en Rollo	Precios superiores	Reconocimiento nacional artesanal
		El consumidor opta por otros productos similares	Diseños exclusivos Capacidad de Producción
	Artesanos que elaboran Cestería y que no hacen parte de las asociaciones	Falta en la innovación del producto	Competencia desleal en precios
		Red de distribución limitada	Diseño ajustados a la necesidad
		Reconocimiento nacional	

El Canal de distribución de la cestería en esparto está determinado por la distribución de sus productos en el mercado local, regional y en ocasiones a nivel nacional. A continuación se observa el canal de distribución para la producción y comercialización la cestería en esparto:



## VI. PLAN TÉCNICO (OPERACIÓN)

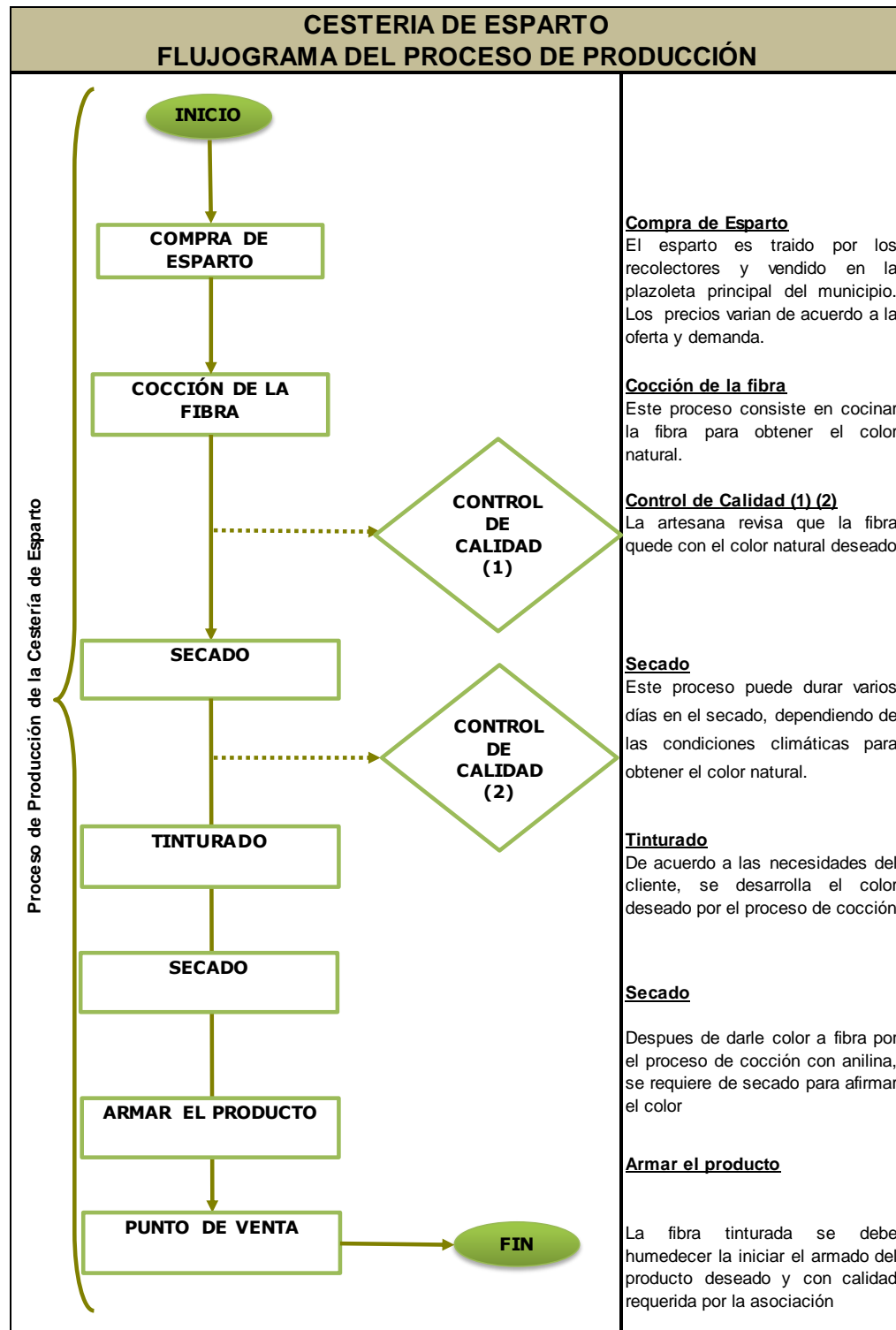
Los objetivos que conforman este componente del Plan de Negocios hacen referencia a las actividades que el grupo de artesanos que deben realizar en la consecución de materias primas, distribución de los procesos productivos, optimización de la utilización de las herramientas, empaque, productos en proceso y terminado; además de la determinación de la capacidad instalada, esto con el fin de garantizar la calidad del producto y el cumplimiento del mercado local y regional identificado.

### VI.1. OBJETIVOS

Objetivo Estratégico	Indicador	Meta
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contar con las materias primas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Materias primas utilizadas/ Tiempo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disponibilidad de materia prima como lo es el esparto</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir los procesos productivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluar los pasos para la elaboración del producto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Optimizar los tiempos utilizados para mejorar la productividad</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir las funciones y procedimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manual de funciones y procedimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar las funciones y roles del área comercial y administrativo.</li> </ul>



## VI.2. PROCESOS DE PRODUCCIÓN



### VI.3. ESPACIO FÍSICO

Ubicación: Las asociaciones tienen su propio espacio para almacenar el producto terminado e inclusive para almacenar materiales. Ambas asociaciones tienen espacios para realizar reuniones, atender a los artesanos y recepción para pagar el producto terminado, además espacios para atender clientes.



Área de Exhibición – ASAVAC

Foto: Carlos Jaimes

Artesanías de Colombia S.A. – Fundación CEDAVIDA

Cerinza – Boyacá

Noviembre de 2014



Área de Exhibición – ADAUC

Foto: Carlos Jaimes

Artesanías de Colombia S.A. – Fundación CEDAVIDA

Cerinza – Boyacá

Noviembre de 2014

#### VI.4. MATERIAS PRIMAS

Las artesanas de Cerinza utilizan como materia prima esencial el esparto dada en la región y las anilinas para dar el color al producto.

NOMBRE DEL PROVEEDOR	MATERIA PRIMA	LUGAR DE COMPRA	FORMA DE PAGO	FRECUENCIA DE COMPRA
Recolectores de esparto	Esparto	Cerinza	Contado	Esporádico
Colquimicos	Anilinas	Bogotá	Contado	Esporádico

El suministro de materias primas se realiza en la plazoleta principal del municipio de Cerinza, donde cada artesana compra lo que requiere para la producción de sus productos.

#### VI.5. MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS

Las dos asociaciones artesanales no cuentan con maquinaria para el desarrollo de su actividad, debido a que su labor es netamente manual, simplemente se requiere herramientas para la preparación de tinturado.

HERRAMIENTAS	OBSERVACIÓN	MARCA	NIVEL TECNOLÓGICO
Tintes	Proceso de tinturado del esparto		Medio
Ollas	Para la cocción en preparación de las tinturas de esparto		Medio

## VI.6. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción está determinada por el tipo de producto que demande el mercado y de la habilidad manual de cada artesano para la elaboración del producto, además de la dedicación diaria para desarrollar esta actividad.

REFERENCIA DE PRODUCTO	PRODUCCIÓN MES / UNID	HORAS TRABAJO DÍA*	CUANTAS PERSONAS LABORAN
INDIVIDUAL (6 UNID)	150	3 Horas	24 artesanas de las asociaciones de Cerinza
FRUTERO GRANDE	300	3 Horas	24 artesanas de las asociaciones de Cerinza
CAZUELA TRADICIONAL (6)	300	3 Horas	24 artesanas de las asociaciones de Cerinza
PORTA VASOS	500	3 Horas	24 artesanas de las asociaciones de Cerinza
PORTA HUEVOS	60	3 Horas	24 artesanas de las asociaciones de Cerinza
PANERA GRANDE	60	3 Horas	24 artesanas de las asociaciones de Cerinza
PANERA PEQUEÑA	80	3 Horas	24 artesanas de las asociaciones de Cerinza

\* La dedicación de las horas de trabajo de cada artesana depende sus ocupaciones en la casa y la ganadería; y en los espacios libres para la elaboración del producto.

## **VI.7. COMPONENTES DEL COSTO**

### **A. Costo de Materias primas**

Las materias primas que utiliza la comunidad artesanal de Cerinza son la fibra vegetal del esparto dada en la región, para la elaboración de los productos de Cestería.

Estas materias primas son obtenidas en la plazoleta principal del municipio de Cerinza, donde los proveedores llevan fibra los fines de semana y la ofrecen a los artesanos.

El costo para elaborar una unidad de producto, bolsos con manijas en cuero es de \$20.000 de esparto y cuero natural, gastos de operación y administrativos \$6.000.

### **B. Costo de Mano de Obra**

El costo de mano de obra está proyectado en generar empleo al grupo de artesanas asociadas, garantizando el pago de su mano de obra, liquidado de acuerdo al salario mínimo legal vigente.

El costo de mano de obra depende del tiempo que utilice cada artesana. Para los Bolsos con manija en cuero se calculó un valor de \$16.000, debido a que requiere de cuatro horas aproximadamente en la elaboración del producto.

## VII. PLAN ECONÓMICO

Para la proyección del Plan económico, se tuvo en cuenta el comportamiento el número de unidades que se podían producir en el mes, el costos de las materiales primas, gastos y la ganancia que puede generar a la comunidad de artesanos. En el siguiente cuadro se describen las variables ingresos y egresos, además de la proyección de excedentes o ganancias.

Concepto	Mes 1*	Unid	Mes 2*	Unid	Mes 3*	Unid
<b><u>INGRESOS</u></b>						
Bolso con manija en cuero	\$2.400.000	40 Unid	\$3.600.000	60 Unid	\$4.800.000	80 Unid
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$2.400.000</b>		<b>\$3.600.000</b>		<b>\$4.800.000</b>	
<b><u>EGRESOS</u></b>						
Costo Elaboración de producto	\$1.680.000		\$2.520.000		\$3.360.000	
<b>Total Egresos</b>	<b>\$1.680.000</b>		<b>\$2.520.000</b>		<b>\$3.360.000</b>	
<b>Diferencia</b>	<b>\$720.000</b>		<b>\$1.080.000</b>		<b>\$1.440.000</b>	

\*Precio de venta Bolso con manija en cuero: \$60.000 como precio en feria