



FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO Y COMERCIAL DE LAS
COMUNIDADES ARTESANAS DEL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ



Título:
Plan de Negocios
Artesanías en Chin o Caña de Castilla
Sutatenza- Boyacá

Autor:
Carlos Jaimes Segura

Fecha:
Noviembre de 2014



PLAN DE NEGOCIOS MUNICIPIO DE SUTATENZA

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

Las artesanías de chin o caña de castilla de Sutatenza están lideradas por la Corporación Arte y cultura. Las diecisiete asociadas que pertenecen a la Corporación, llevan sus productos al centro de acopio y punto de venta en el municipio; dependiendo de las ventas, reciben su dinero como parte de su sostenimiento económico familiar.

Parte de la estrategia de la Corporación artesanal es desarrollar el punto de venta local ubicado en la plazoleta central del municipio, cerca de la estación de policía. Sin embargo los visitantes y turistas no identifican estos sitios por su visibilidad y falta de promoción de las entidades locales.

Las artesanas de Sutatenza, están interesadas en mejorar los ingresos de las asociadas, para tal fin se sugirió incentivar las ventas locales, a través de los puntos de venta cercanos a otros municipios, además de establecer alianzas con entidades de turismo y la alcaldía del municipio de Sutatenza, hoteles, empresas de transporte y así generar ingresos a cada beneficiario.

Por otro lado, la representante de la Corporación artesanal maneja sus propios esquemas de precios competitivos de acuerdo a las condiciones del mercado. Las ventas son ocasionales lo cual afecta las condiciones económicas y sociales de las artesanas de Sutatenza.

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 productos artesanales en el mercado local y regional. |
| Problema o necesidad que soluciona | Mejora las condiciones económicas de las artesanas de Sutatenza. |
| Descripción de la idea de negocio (Solución) | Aprovechar el punto de venta para incrementar las ventas. |
| Posible localización | Punto de venta en Sutatenza (Arte y Cultura), sitios aledaños. |
| Actividades, productos o servicios prestados | Artesanías en Chin o caña de castilla |
| Innovación y/o valor agregado (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 Chin o caña de castilla |
| Mercado: clientes y competencia | Turistas y visitantes; hoteles y almacenes que ofrezcan artesanías de la región de Boyacá. |
| Equipos, elementos y recursos necesarios | Proceso de tinturado, Chin, caña de castilla, 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 | 17 artesanas asociadas y 10 artesanas no asociadas.. |

III.2. RESUMEN EJECUTIVO

El grupo de artesanas de Sutatenza, elaboran cestería en Chin o caña de castaña, donde beneficia a la corporación ARTES Y CULTURA que integran a 17 mujeres artesanas asociadas y 10 mujeres no asociadas, ubicadas en el municipio de Sutatenza, 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, paneras, porta huevos, porta cazuelas 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 en la zona, comercializadores, almacenes de decoración, 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 la Corporación, además de diversificar la línea de decoración y utilitaria como la elaboración de portacazuelas, beneficiando a las mujeres artesanas de la comunidad de Sutatenza.

En cuanto a la adquisición de materias primas, las artesanas recolectan la fibra vegetal Chin dada en la zona, garantizando el suministro de esta materia prima esencial.

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 \$7.200.000 como valor máximo. El total de ventas del periodo alcanzaría los 600 juegos en tres meses, con ingresos cercanos a los \$14.400.000 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

La Corporación de artesanas de Sutanteza Arte y Cultura están ubicadas en el Departamento de Boyacá en la vía que va de Macheta a Tenza; desarrollando la actividad artesanal de Cestería en chin o caña de castilla, ofreciendo productos de la línea de mesa y hogar, decorativos y utilitarios a turistas y visitantes de la región.

Esta corporación funciona desde el año 2005 y está conformada por diecisiete asociadas artesanas, en la elaboración de cestería en chin o caña de castilla.

Está representada por María Ilbana Muñoz Molina.

El grupo de artesanas cuentan con espacios para desarrollar su actividad artesanal, convirtiéndose en una forma de su sostenimiento económico del grupo de artesanas y sus familias.

IV.2. OBJETIVOS

| Objetivo Estratégico | Indicador/Acciones esperadas |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Revisión de la estructura organizacional | <ul style="list-style-type: none"> Definición de grupo de artesanos asociados. |
| <ul style="list-style-type: none"> Designar la persona comercial | <ul style="list-style-type: none"> Persona que desarrolle las actividades comerciales |
| <ul style="list-style-type: none"> Definición de roles y funciones | <ul style="list-style-type: none"> Funciones a cada artesana |

IV.3. OBJETO SOCIAL

La corporación de mujeres artesanas tienen como objeto social la elaboración, comercialización y distribución de productos artesanales como la cestería de chin

y caña de castilla; además de otras actividades propias de la corporación como el incentivo para desarrollar la actividad artesanal.

IV.4. FIGURA EMPRESARIAL

La CORPORACIÓN ARTE Y CULTURA identificada con NIT 900039409-2, define la estructura organizacional de acuerdo a la asamblea general, representante, Vicepresidenta, Tesorera, fiscal y vocales, además de las personas encargadas en las áreas de producción y administrativa; las demás asociadas conocen de su labor artesanal.

El grupo de artesanas no tiene establecidos las áreas funcionales para la toma de decisiones, donde se asumen responsabilidades administrativas, productivas y comerciales; en algunos casos los asociados apoyan el proceso tanto comercial como productivo.

IV.5. ORGANIGRAMA

La Corporación está registrada ante la cámara y comercio, con representación legal y con su respectivo funcionamiento a través del NIT 900039409-2. La estructura organizacional está conformada así:

| CORPORACIÓN DE ARTE Y CULTURA |
|--------------------------------------|
| NIT: 900.039.409-2 |
| Año de Constitución: 2005 |
| Representante: María Ibana Muñoz |
| Vicepresidenta: Florinda Celis |
| Tesorera: Flor alba Salcedo |
| Secretaria: Reinalda Fula |
| Fiscal: Adelina Martin |
| Vocal: Dilma Ramírez |
| Total Artesanas Asociadas:17 |
| Total Artesanas no asociadas: 10 |

IV.6. INCENTIVOS Y BENEFICIOS DEL PERSONAL

La Corporación artesanal ofrece a sus asociadas mensualmente rendición de cuentas e informe de socios. Anualmente se realiza actividades de integración en la vereda 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 cuentan con productos tradicionales en chin y caña de castilla 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 y regional e incrementar las ventas | 1. Falta en la definición de roles y funciones comerciales. 2. No se tienen estrategias para generar ventas en el mercado de la región. 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 otras zonas turísticas de la región, ofreciendo un portafolio amplio y diferenciado. 2. Desarrollar e innovar en nuevos productos en la línea hogar, que sean utilitarios. 3. Participar en los programas de turismo y artesanales de la región | 1. Buscar espacios que tiene el taller para exhibir los productos. 2. Generar estrategias de publicidad 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. No buscar clientes en otras zonas del país. 3. Tendencia en el bajo número de artesanas que desarrollan esta actividad . |

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 |
| | María Ilbana Muñoz | Representante | Básica | 15 | Lidera el grupo | Realiza los negocios del taller | Buenas relaciones |
| | Florinda Celis | Vicepresidenta | Básica | 15 | Apoyo | Actividades de Producción | Buenas relaciones |
| | Flor alba salcedo | Tesorera | Básica | 15 | Apoyo | Organiza producción y administración | Buenas relaciones |
| | Reinalda Fula | Secretaria | Básica | 15 | Apoyo | Actividades de Producción | Buenas relaciones |
| | Dilma Ramírez | Vocal | Básica | 15 | Apoyo | Actividades de Producción | Buenas relaciones |
| | Adelina Martin | Fiscal | Básica | 15 | Apoyo | Actividades de Producción | 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 Sutatenza.

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

V.2. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

La Corporación de Arte y Cultura de Sutatenza ofrece al mercado una gran variedad de productos decorativos y utilitarios generados de la producción de la cestería de Chin y caña de castilla.

Descripción técnica del producto:

| Producto | Presentación | Capacidad de producción mensual | Precio/Unidad |
|----------------------------|--|---------------------------------|---------------|
| JARRONES |  | 12 | \$30.000 |
| CANASTO DE MERCADO PEQUEÑO | | 50 | \$22.000 |
| CANASTO DE MERCADO GRANDE |  | 50 | \$35.000 |
| CANASTO DE ANCHETA |  | 100 | \$6.000 |
| PANERA | | 100 | \$10.000 |
| PORTA HUEVOS | | 150 | \$6.000 |
| CANASTO ALMORCERO | | 100 | \$4.500 |
| CANASTO DE TAPA | | 100 | \$6.000 |

Las ventajas competitivas encontradas en la producción y comercialización de la Cestería de chin o caña de castilla, son las siguientes:

- **Esquema de negocio planteado:** Producción y comercialización de Cestería en chin o caña de castilla en el punto de venta en el municipio de Sutatenza, municipios aledaños, mercado regional artesanal de Boyacá, tiendas especializadas, entre otros.
- **Competitividad en precios de mercado:** De acuerdo al esquema de negocio presentado la corporación artesanal maneja sus precios de acuerdo a las condiciones del mercado. Los precios se calculan con estructura de costos básico.
- **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:** La corporación tiene un número de artesanas que apoyan el proceso productivo. ARTE Y CULTURA cuenta con 17 asociadas y pueden tener 10 artesanas adicionales, dependiendo los casos de producción.

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 Sutatenza se desarrollaron juegos de portacazuelas por 12 blocking color, esto dando un valor adicional al portafolio actual de sus productos.

Este producto va dirigido a diferentes tipos de tiendas artesanales que requieran productos tradicionales, entre otros.



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



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

Las medidas del producto desarrollado, están alineados de acuerdo al diseño 16x9x6 cms, variedad de color.

V.4. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

El **mercado local**, está ubicado en el municipio de Sutatenza, cuya característica principal es ofrecer productos a los visitantes, turistas en el punto de venta de CORPORACION ARTE Y CULTURA.



Punto de Venta ARTE Y CULTURA – Representante
Foto: Carlos Jaimes
Artesanías de Colombia S.A. – Fundación CEDAVIDA
Sutatenza – Boyacá
Noviembre de 2014



Punto de Venta ARTE Y CULTURA -
Foto: Carlos Jaimes
Artesanías de Colombia S.A. – Fundación CEDAVIDA
Sutatenza – Boyacá
Noviembre de 2014

Mercado Regional: La Corporación artesanal ofrece esporádicamente sus productos a las alcaldías cercanas, eventos feriales.

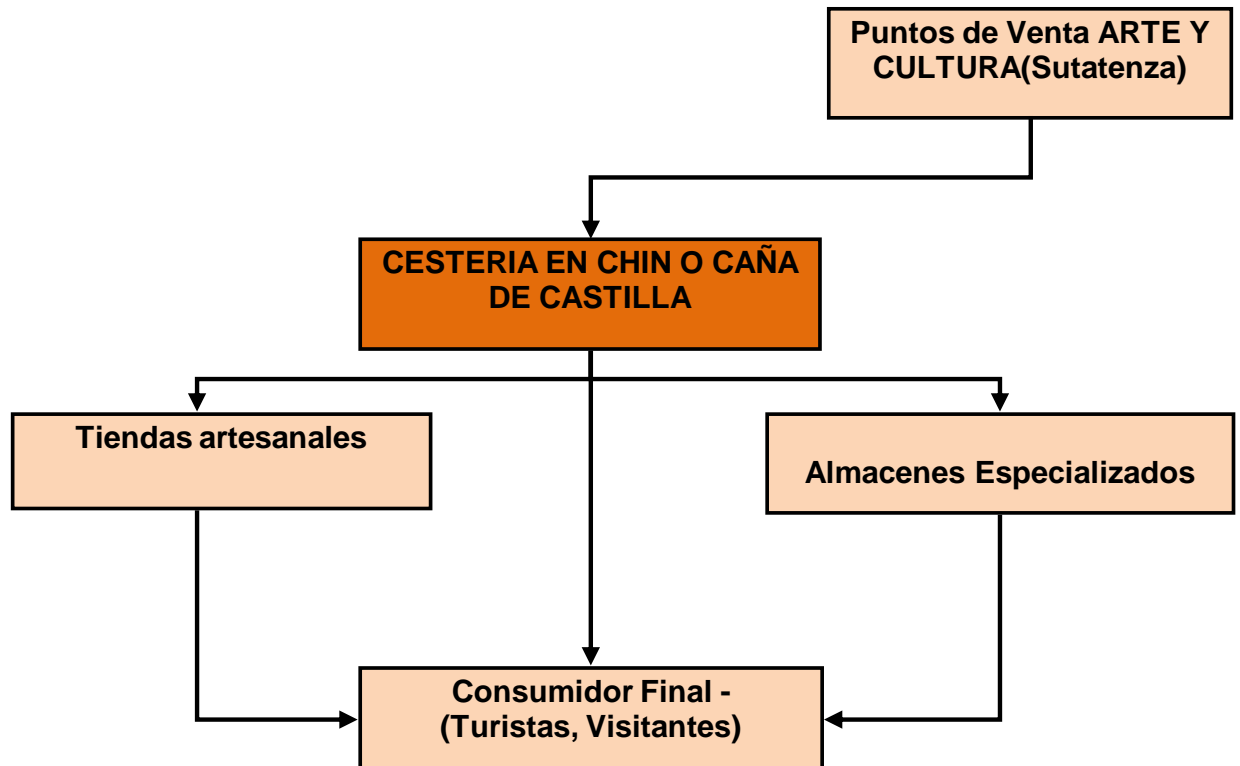
Mercado Nacional: Se ofrecen los productos a entidades como Artesanías de Colombia, Participación en Expoartesanías.

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 Chin o caña de castilla. Según información del taller artesanal la competencia está representada así:

| Producto | Productos Similares | Ventajas (frente a la competencia) | Desventajas (frente a la competencia) |
|-------------------------------------|----------------------------------|--|---|
| Cestería en chin o caña de Castilla | Artesanías en fique en Rollo | Precios superiores | Reconocimiento nacional artesanal |
| | | El consumidor opta por otros productos similares | Diseños exclusivos Capacidad de Producción |
| | Artesanías en esparto de Cerinza | Falta en la innovación del producto | Competencia en precios bajos |
| | | Red de distribución limitada | Diseño ajustados a la necesidad |
| | | Reconocimiento nacional | |

El Canal de distribución de la cestería en Chin o caña de castilla 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 chin o caña de castilla:



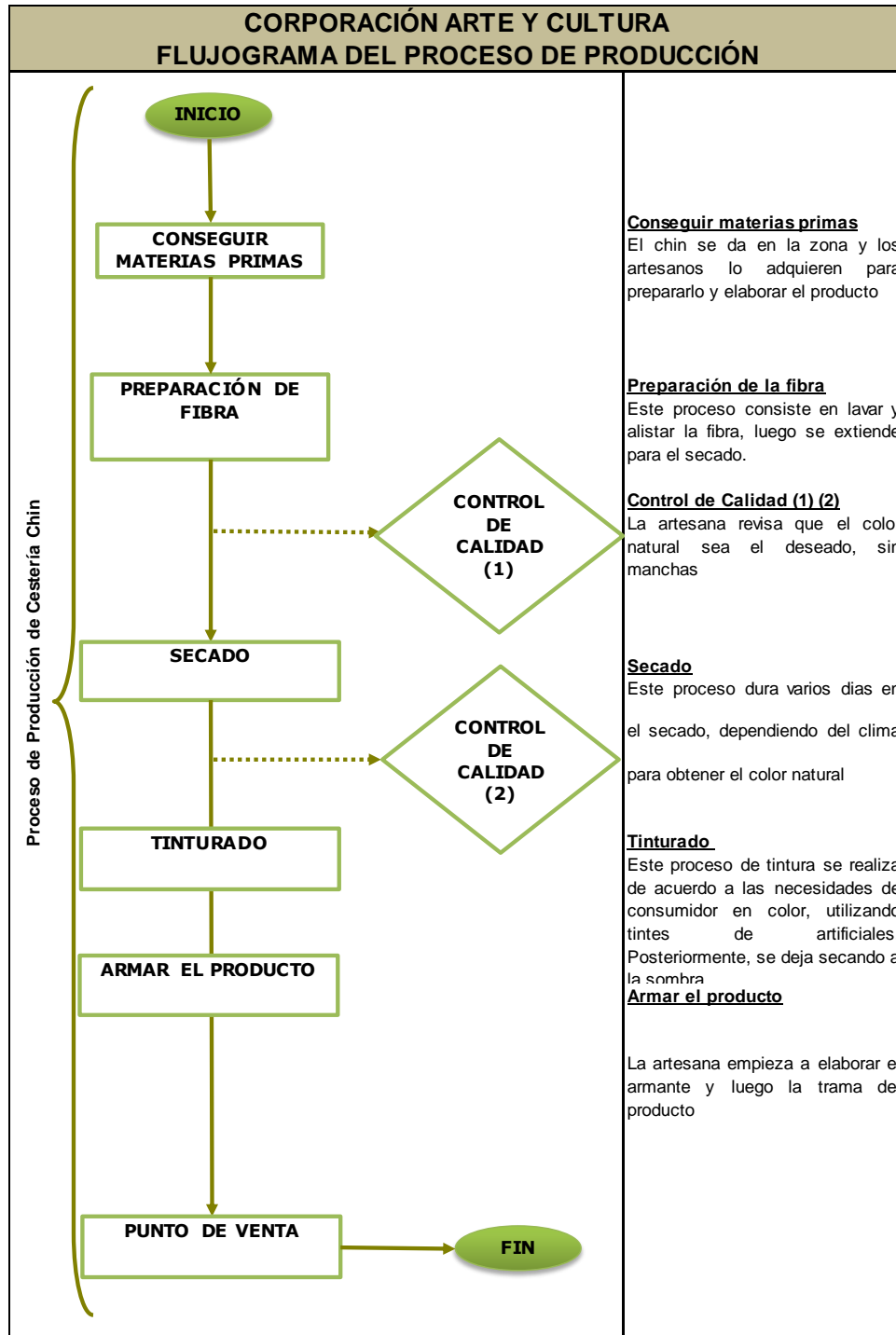
VI. PLAN TÉCNICO (OPERACIÓN)

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

VI.2. PROCESOS DE PRODUCCIÓN



VI.3. ESPACIO FÍSICO

Ubicación: La Corporación tiene su espacio para almacenar el producto terminado e inclusive para almacenar materiales. Asimismo se pueden exhibir productos para la venta en el sitio.



Punto de Venta – ARTE Y CULTURA
Foto: Carlos Jaimes
Artesanías de Colombia S.A. – Fundación CEDAVIDA
Sutatenza – Boyacá
Noviembre de 2014



Área de Exhibición
Foto: Carlos Jaimes
Artesanías de Colombia S.A. – Fundación CEDAVIDA
Sutatenza – Boyacá
Noviembre de 2014

VI.4. MATERIAS PRIMAS

Las artesanas de Sutatenza utilizan como materia prima esencial el Chin o caña de castaña 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 chin | Chin | Sutatenza | Contado | Esporádico |
| varios | Anilinas | Bogotá | Contado | Esporádico |

El suministro de materias primas se realiza en el corte de la fibra vegetal en cuarto menguante, dada en la zona de Sutatenza.

VI.5. MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS

La Corporación artesanal 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 de Chin | Industria Nacional | Medio |
| Ollas | Para la cocción en preparación de las tinturas de Chin | Industria Nacional | Medio |
| Cuchillo | Herramienta | Industria Nacional | Medio |
| Metro | Herramienta de medición | Industria Nacional | Medio |
| Segueta y lija | Herramienta | Industria Nacional | 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 |
|----------------------------|-----------------------|--------------------|--------------------------|
| JARRONES | 12 | 3 a 5 Horas | 17 artesanas |
| CANASTO DE MERCADO PEQUEÑO | 50 | 3 a 5 Horas | 17 artesanas |
| CANASTO DE MERCADO GRANDE | 50 | 3 a 5 Horas | 17 artesanas |
| CANASTO DE ANCHETA | 100 | 3 a 5 Horas | 17 artesanas |
| PANERA | 100 | 3 a 5 Horas | 17 artesanas |
| PORTA HUEVOS | 150 | 3 a 5 Horas | 17 artesanas |
| CANASTO ALMORCERO | 100 | 3 a 5 Horas | 17 artesanas |

* 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 Sutatenza son el Chin o caña de castaña, fibras vegetales dadas en la región del Valle del tenza, para la elaboración de los productos de cestería.

Estas materias primas son obtenidas por algunos artesanos en la región o compradas en municipios aledaños, según la oferta y demanda de la materia prima.

El costo para elaborar una unidad de producto, específicamente los juegos de portacazuelas por 12 es de \$7.000 de chin o caña de castilla.

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 las portacazuelas se calculó un valor de \$3.000, debido a que requiere de dos a tres 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 |
|----------------------------------|--------------------|------------|--------------------|------------|--------------------|------------|
| <u>INGRESOS</u> | | | | | | |
| Portacazuelas x 12 unicolor | \$2.400.000 | 100 Juegos | \$4.800.000 | 200 Juegos | \$7.200.000 | 300 juegos |
| | | | | | | |
| Total Ingresos | \$2.400.000 | | \$4.800.000 | | \$7.200.000 | |
| <u>EGRESOS</u> | | | | | | |
| Costos elaboración de producción | \$1.000.000 | | \$2.000.000 | | \$3.000.000 | |
| | | | | | | |
| Total Egresos | \$1.000.000 | | \$2.000.000 | | \$3.000.000 | |
| Diferencia | \$1.400.000 | | \$2.800.000 | | \$4.200.000 | |

*Precio de venta juego portacazuelas: \$24.000 como precio en feria.