



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

TESIS

PROPUESTA DE UN PLAN DE EMPRENDEDURISMO PARA
MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN DE LA ARTESANÍA
PRODUCIDA POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO
PENITENCIARIO DE CHACHAPOYAS

PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER
EN GESTIÓN PÚBLICA

AUTOR

BR. WUALTER BOBADILLA REYNA

ASESOR

Dr. CHRISTIAN ABRAHAM DIOS CASTILLO

LINEA DE INVESTIGACIÓN

ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO

CHACHAPOYAS – PERÚ

2017

PÁGINA DEL JURADO

Dr. DIAZ TAMAY, Felix
Presidente

Dr. CENTURION CABANILLAS, Carlos Alberto
Secretario

Mg. CHAVARRY YSLA, Patricia del Rocío
Vocal

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Wualter Bobadilla Reyna egresado del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo, identificado con DNI N° 41461515.

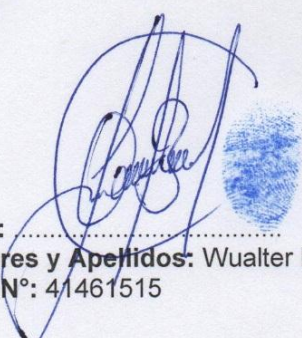
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor de la tesis titulada: **“PROPUESTA DE UN PLAN DE EMPRENDEDURISMO PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN DE LA ARTESANÍA PRODUCIDA POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO DE CHACHAPOYAS”**.
La misma que presento para aptar el grado de: Magister en Gestión Pública.
2. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derecho de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra y/o investigación presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Chachapoyas, 29 de abril del 2017.


Firma:
Nombres y Apellidos: Wualter Bobadilla Reyna
D.N.I. N°: 41461515

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación primeramente a Dios, a mi querida esposa, mis hijos y por supuesto también a mis padres, quienes han contribuido de manera directa e indirecta en el proceso continuo de mi formación integral como persona y como profesional, me han brindado su apoyo moral y económico el cual me ha permitido alcanzar el éxito como profesional.

Wualter

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento profundo a todas aquellas personas que de una y otra manera han contribuido al logro de mis metas y objetivos trazados, tales como: al docente del área de *investigación* por haberme brindado las herramientas necesarias para encaminar y desarrollar los procesos que me ha permitido alcanzar el producto final, el cual no es más que el presente trabajo de investigación, también agradezco a la plana docente por volcar sus experiencias, conocimientos y sobretodo sus metodologías innovadoras las cuales han propiciado un proceso de enseñanza - aprendizaje más sencilla y eficaz, finalmente seguros y con la convicción que una autentica administración va más allá de procedimientos burocráticos y enredosos que a lo único que llevan es al retraso de la concretización de los objetivos del gestor público.

RESUMEN

La presente investigación intitulada: **“Propuesta de un plan de emprendedurismo para mejorar la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas”**, se estructura definiendo las características técnicas de la estrategia integral que permita mejorar la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.

Los resultados muestran que se hizo un diagnóstico de la comercialización de los productos de artesanía, además se dejó la propuesta de emprendedurismo para los factores de análisis de la demanda, análisis de la competencia, plan de marketing, plan de operatividad y plan financiero. Asimismo, se concluye que aplicando el plan de emprendedurismo se mejora las ventas, se realiza un marketing de publicidad, de promoción, de fidelización del cliente, además de mejorar los procesos de elaboración de artesanía de barro y de madera con la compra de nuevos equipos y maquinarias con un $TIR > 1.3$ un $VAN > 0$ y $C/B > 0$. Finalmente, se recomienda implementar el plan de emprendedurismo con la compra de las maquinarias y equipos para modernizar la producción de artesanía de barro, de madera y otros productos.

Palabras clave: Plan de emprendedurismo, comercialización de la artesanía, internos del establecimiento penitenciario.

ABSTRACT

This research entitled: "Proposal for a plan of entrepreneurship to improve the marketing of handicraft produced by inmates of the penitentiary establishment of Chachapoyas", is structured by defining the technical characteristics of the comprehensive strategy that can improve the marketing of handicraft produced by inmates of the penitentiary establishment of Chachapoyas.

The results show that made a diagnosis of the marketing of handicraft products, also dropped the proposal of entrepreneurship for the factors of the demand analysis, competitive analysis, marketing plan, financial plan and operational plan. Also it is concluded that applying the entrepreneurship plan improves sales, marketing of advertising, promotion, customer loyalty, and improve the processes of craftsmanship of mud and wood with the purchase of new equipment and machinery with a shooting takes place > 1.3 a $VAN > 0$ and $c > 0$... Finally, it is recommended to implement the plan of entrepreneurship with the purchase of the machinery and equipment to modernize the production of crafts of mud, wood and other products

Key words: Plan of entrepreneurship, commercialization of crafts, inmates of the penitentiary establishment

CAPÍTULO I:
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

I. INTRODUCCIÓN.

1.1. Realidad problemática.

Desde hace aproximadamente dos siglos, se generalizó el carácter de pena de la prisión, fueron diversas las filosofías que se ensayaron al respecto. De cualquier manera, casi todas se encaminaron por la senda de la idea rectora de un “tratamiento” que provocaría cierta mejoría en el régimen de vida de la sociedad, sin embargo esta tarea con el transcurrir de los años no se veía concretizado debido a que el “tratamiento” era muy rudimentario limitándose únicamente a aprisionar al individuo transgresor de las normas hasta cumplir la pena asignada o en el peor de los casos perdía la vida dentro de las prisiones sin evidenciar su cambio de conducta.

Conforme ha avanzado el desarrollo social también el sistema penitenciario ha logrado sufrir una serie de transformaciones que muchas de ellas han sido a favor del penado; es así que desde esta perspectiva se ha ido implementado paulatinamente una serie de complementos que han garantizado una resocialización propiamente dicha, la primera de ellas ha sido el “trabajo” como medio rehabilitador, que si bien es cierto en sus inicios esta práctica fue de carácter coercitivo en la actualidad viene siendo no solo una actividad como medio terapéutica sino también generadora de ingresos económico para su propia subsistencia y en muchos casos la de su familia; en el sistema penitenciario peruano el trabajo está respaldado en el Decreto Legislativo 654 o Código de ejecución penal en el artículo número 44, en la cual se establece que el interno puede redimir su pena mediante el trabajo.

Actualmente nos damos cuenta que la solución al alto índice delincencial no radica fundamentalmente en la promulgación y aplicación de penas drásticas. Entendamos que el estado tiene gran parte de responsabilidad en la proliferación de la delincuencia debido a que las políticas de estado no están enmarcadas a generar empleos con salarios dignos, en consecuencia la tasa de desempleo cada día crece, esta desagradable realidad ha generado que el individuo en su afán de conseguir medios de subsistencia trate de hacerlo de manera ilícita, en ese sentido si la mayoría

de delitos se cometen con la finalidad de conseguir dinero, pues aprovechemos ese denominador común para cambiar el pensamiento delictivo, implantado un sistema de trabajo satisfactorio y rentable a partir de un plan de emprendedurismo que permita mejorar su producción y sobretodo se dinamice e incrementar la comercialización desde los penales, logrando así rescatar básicamente dos valores fundamental en el interno, la responsabilidad y la honestidad haciendo que éstos sean capaces de entender que sí es posible ganarse la vida dignamente mediante el trabajo, considerándola como un derecho y un deber, además de ser un instrumento fundamental de carácter formativo, creador y conservador de hábitos que permita su readaptación a la sociedad y tengan la oportunidad de competir en condiciones iguales al recuperar su libertad, de este modo el trabajo penitenciario cumple una función reeducadora y de reinserción social.

Evidenciamos mediante los diversos informes, artículos, investigaciones, etc. Que la práctica de trabajo dentro de las prisiones a nivel mundial es bastante dinámica a pesar de las limitaciones que tienen en cuanto a talleres altamente implementados, escasa materia prima, falta de voluntad política entre otros. Independientemente de dichas barreras se puede apreciar que existe una gran variedad de artículos que se produce en los recintos, las cuales con un buen planeamiento estratégico se podría dinamizar su comercialización no solamente en los mercados internos sino también con posibilidad de exportación, en el caso concreto del Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas la producción que mayor predomina es la artesanía hecha de madera en la cual se representa básicamente la cultura de la zona por tener mayor aceptación en el medio, es posible diversificarla y darle mayor valor agregado para que los consumidores tengan una gama de variedades que satisfaga sus expectativas, es posible lograrlo siempre y cuando se haga una gestión eficiente no solamente a nivel de instituciones públicas sino también comprometer al sector privado a ser parte de esta iniciativa la cual consiste en proponer la implementación de un plan de emprendedurismo que permita mejorar y por ende incrementar la comercialización de la artesanía

actualmente estancada en los mercados locales. Desde esa perspectiva se ha direccionado el ánimo emprendedor la cual es materia de estudio en la presente investigación y para entender de una manera más amplia y concisa la relevancia que sustenta nuestra intensión enfoquémosla desde las diversas realidades:

1.1.1 A nivel internacional:

En **México** López (2015), en su artículo titulado *Presos de Puente Grande Generan Ganancias por más de 4 Millones de Pesos*, nos dice que la Industria Jalisciense de Rehabilitación Social (INJALRESO) canaliza a alrededor de 600 internos del **Penal de Puente Grande** para elaborar productos artesanales que generaron ganancias por 4.3 millones de pesos durante el 2014 (p.12-15).

Tan solo por la venta de calzado, la **INJALRESO** obtuvo ganancias por más de 400 mil pesos el año pasado.

Hombres y mujeres que mantienen una buena conducta y que ayudan a la comunidad interna del penal son seleccionados para ingresar a este programa que además les brinda el beneficio de reducir su condena.

Además a los internos se le abona un ahorro del 10 por ciento de las ventas de los productos que ellos elaboraron y se les entrega una vez que hayan cumplido su condena.

Los encargados del área de ventas de INJALRESO sostienen que la mayoría de los clientes que compran estos artículos son personas de otros municipios de la entidad que acuden a comprarlos y comercializarlos a nivel regional e interestatal.

En **Paraguay** (Miriam, 2014), en su reportaje titulado “Artesanía de Mujeres detenidas en Paraguay atraen la atención en Feria de Brasil”, nos cuenta que una gran variedad de productos artesanales típicos de Paraguay, creados por mujeres privadas de su libertad en su país, fue expuesta durante la Feria Internacional de Negocios de

la Artesanía en Brasilia. Las artesanas participan en un proyecto que conduce la Cruz Roja Paraguaya (CRP), en cooperación con el CICR.

El proyecto de Fortalecimiento de la Asociación de Mujeres Privadas de Libertad del Buen Pastor se basa en la producción y comercialización de artesanías elaboradas por las detenidas del penal. Las mujeres reciben capacitación en corte y confección, con el apoyo del Servicio Nacional de Promoción Profesional (SNPP), entrenamiento en técnicas de crochet, punto cruz, encaje jú, ñandutí.

Además de esas técnicas de artesanías, aprenden sobre administración, contabilidad, comercialización, desarrollo personal, entre otros temas, de modo que tengan todas las condiciones para desarrollar asociaciones cuando salgan del penal.

Kuña Katupyry (mujer emprendedora en guaraní) es como se denominan a sí mismas las artesanas, que se han asociado gracias a la iniciativa impulsada por la CRP y CICR desde el año 2008. En este momento, 42 mujeres participan del programa. Más de 35 se han recibido en cuatro años.

Una profesora del Instituto Paraguayo de Artesanía (IPA) imparte clases de dos horas de duración cuatro veces por semana en el Buen Pastor, donde las chicas cuentan con una sala especial para realizar su trabajo.

Los productos creados por las mujeres en las clases y en sus horas libres dentro de la cárcel son comercializados por sus familiares y allegados. Los insumos para la manufactura de las artesanías son cedidos por la CRP y el CICR. Mediante lo recaudado por la venta de los productos que fabrican, las mujeres ayudan económicamente a sus familiares y financian su sustento diario.

En **Costa Rica** (Carranza, 2014) En su artículo titulado “Lucha contra la tortura y los malos tratos en Costa Rica: breves

reflexiones”, nos comenta que Costa Rica es un país sin ejército cuyo sistema penitenciario es único en el mundo, su reforma penitenciaria exitosa duró aproximadamente treinta años (1978-2008), y llegó a servir de modelo para los sistemas de otros países, dichos recintos cuentan con talleres altamente implementados con tecnología de punta que permite a los internos trabajar de manera dinámica permitiéndoles obtener recursos económicos suficientes para su propia subsistencia y la de su familia, muchos de ellos expresan que la prisión los ha servido para reformular su proyecto de vida.

1.1.2 A nivel nacional.

En **Lima** (Pauca, 2015) En su artículo titulado “Penal de Lurigancho: Reos Organizan Festival Artesanal” nos cuenta que a fin de demostrar a la sociedad la determinación de cambio tras su reclusión, los internos del penal de Lurigancho han organizado la tercera edición de su Festival Artesanal. El evento cuenta con más de 22 stands con los mejores productos elaborados por los internos de uno de los centros penitenciarios más poblados del Perú.

Tras participar de dicho evento la viceministra de Turismo María del Carmen de Reparaz, manifestó que la artesanía peruana generará ingresos de US\$400 millones este año y registrará un crecimiento de 9% respecto a 2014, agregó que este arte tiene un importante impacto económico en la generación de empleo, debido a que numerosas familias se dedican a esta actividad, y gran parte de la productividad es elaborada por manos de personas privadas de su libertad recluidos en diferentes penales del país, “estamos satisfechos con los resultados (de crecimiento)”, indicó que los principales destinos de esos productos se encuentran en la India, Dubái, México, Colombia, Estados Unidos, y remarcó que este tipo de productos tiene una acogida positiva en el mercado interno, “El

30% de las artesanías peruanas es demandado por el consumidor nacional”, detalló.

En Trujillo (Mendoza Copia, 2015, pág. 2) En su artículo titulado “Reorganizando mi Vida Trujillo 2015” nos argumenta que Internos de la Oficina Regional Norte, Lima y Cusco promocionaron y comercializaron sus productos elaborados en la segunda Feria “Reorganizando mi vida Trujillo 2015; organizado por el Área de Trabajo y Comercialización del E.P. Trujillo Mujeres; a cargo de la servidora Nilda Ayala Vera; evento que tuvo gran acogida por parte de la colectividad Trujillana; en ella se promocionaron diversos servicios y bienes elaborados en los Talleres de producción que cuentan los Establecimientos Penitenciarios de la zona norte, sur y centro. Entre las actividades programadas se desarrolló un desfile de modas a cargo de la Academia Profesional de Modelos ISA TORRES de la Ciudad de Trujillo que lucieron en una pasarela trajes producidos por las internas del E.P. Trujillo Mujeres, Sullana. La exposición y venta de productos de artesanía se desarrolló durante los días 25 y 27 de setiembre del 2015. Inauguró dicho evento comercial el Abog. Israel Cabada Vásquez en representación del Dr. julio Irigoín Medina Director Regional Norte. El Coordinador de Trabajo y comercialización de la ORN-CH, indicó que la puesta en marcha de eventos de esta naturaleza contribuyen en el tratamiento penitenciario, a través de la ergoterapia; y además constituye una puerta abierta para la promoción y comercialización de los bienes y servicios que producen los internos en los distintos talleres de productivos; agregó además que para el mes de diciembre próximo se realizará otra feria artesanal en la Ciudad de Cajamarca en la que participarán diferentes Establecimientos Penitenciarios; así mismo, indicó que se viene proyectando para el año 2016 la realización de una Feria de Artesanía Binacional y que la Sede del evento sería la Ciudad de Cajamarca.

1.1.3 A nivel regional.

En **Chachapoyas** (Marín Aguilar, 2015, pág. 17), en su artículo titulado “Promoverán Potencial Productivo en Amazonas”, nos cuenta que por lo menos 6,000 personas se espera que asistan a la 23° Feria Agropecuaria, Agroindustrial y Artesanal en Chachapoyas el cual se realizará desde el jueves hasta el sábado 13 de agosto para promover el potencial productivo de Amazonas, informó el Gobernador Regional Sr. Gilmer Horna Corrales.

La coordinadora de la Dirección de Competitividad Agraria, señaló que la actividad reunirá a unos 150 productores amazonenses, en especial de los sectores agrario, pecuario y artesanal.

Durante la feria, que se realizará en el fundo San Juan, ubicado en el ex aeropuerto de Chachapoyas, se mostrarán productos elaborados con frutos locales y se exhibirá maquinaria pesada y ganado vacuno, y lo novedoso de este año es que se ha invitado a los familiares de los internos reclusos en el Establecimiento Penitenciario de Huancas dedicados a la comercialización de productos artesanales elaborados en dicho recinto, con la exposición de estos productos que son de muy buena calidad se espera promocionarlos e incrementar su difusión y su venta y de esta manera se contribuya con un granito de arena con dichas personas que a pesar de estar privados de su libertad tienen las ganas de salir a delante, sostuvo la coordinadora de dicho evento. El certamen culminará con la presentación de agrupaciones musicales de la zona y la premiación de los ganadores de los concursos realizados durante la feria, entre ellos, el mejor plato típico de Amazonas.

1.1.4 A nivel institucional.

El Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas está ubicado en el Distrito de Huancas aproximadamente a unos cuatro Km de esta ciudad, actualmente alberga una población de seiscientos cincos internos quienes en su mayoría son traídos de otros establecimientos penitenciarios principalmente de la región de San

Martín y algunos del penal de Bagua Grande, dichos internos son traídos a este penal por mediadas de seguridad ya que son de difícil readaptación en su nuevo estilo de vida cometiendo múltiples faltas disciplinarias y delitos dentro de los penales; es por ello que la institución con la finalidad de neutralizar sus fechorías opta por trasladarlos a otro recintos donde las condiciones de incomunicación atenúa de alguna manera sus malos accionares.

A pesar que el E.P. de Chachapoyas alberga aproximadamente el 80% de reclusos procedentes de otros penales y sumado a ello su difícil readaptación, éstos han emprendido un medio de subsistencia dedicando su tiempo a la elaboración de artesanía, en el cual plasman principalmente la cultura Chachapoyas como por ejemplo: la Fortaleza de Kuelap, los sarcófagos de Karajía, la Catarata de Gocta, etc. Dichos productos son vendidos por sus mismos familiares básicamente en los mercados locales, siendo sus principales consumidores los turistas que visitan la ciudad. Con la finalidad de mejorar la calidad y el acabado final de este producto el Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas ha firmado un convenio con el Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo (CITE - Utcubamba), dicha institución envía docentes especializados en técnicas de elaboración y acabado capacitando a los internos que toman interés en aprender, en poco tiempo dicha iniciativa ha permitido mejorar e innovar la manera insipiente y rudimentaria de elaborar este producto y consecuentemente ha incrementado su demanda y su valor adquisitivo. En la actualidad se aprecia a muchas personas dedicadas al comercio de este producto frecuentar el Establecimiento Penitenciario con la única finalidad de adquirir estos productos mejorados

1.2. Trabajos previos.

El emprendedurismo es el enfoque progresista que el ser humano a partir de una intensión ambiciosa y articulada logra materializar en algo concreto. Dentro de los planes de emprendedurismo para mejorar la comercialización

de artesanías producidas por las personas privados de su libertad, se han hecho una serie de investigaciones y publicaciones que han permitido evidenciar que es posible tener proyección emprendedora desde los penales, dentro de los cuales podemos destacar los siguientes:

1.2.1. A nivel internacional.

Colombia:

(Avila Martinez, Sandra, 2009), en su tesis “Creación de una Fundación para la Comercialización de los Productos Elaborados por los Internos de las Penitenciarias de Bucaramanga y Área Metropolitana”, cuyo objetivo es “Plantear la creación de una fundación dedicada a la comercialización de los productos elaborados por los internos de las penitenciarías de Bucaramanga y su área metropolitana”, obtuvo como resultados que a medida que van avanzando los años se observa que las ventas proyectadas en el estado de resultados muestran que el 92% pertenecen a la unidad productiva carpintería y que la panadería tan solo aporta el 8% de estas, el margen de utilidad bruta es de tan solo el 10% para todos los años, además se puede ver que TIR (tasa interna de retorno), es de tan solo 6.95%, que resulta ser un valor pequeño, es importante tener en cuenta que la intención de la fundación es con sentido social sin ánimo de lucro, generando rentabilidad para las unidades de negocio y aportando a que estas sigan siendo auto sostenibles y mejore cada vez. Asimismo, concluye que el presente proyecto muestra el interés que tiene el Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario y la Universidad Pontificia Bolivariana, en proponer más oportunidades que logren proyectar al recluso como una persona emprendedora y que pueda contribuir de manera positiva en la sociedad en tal sentido recomienda que este proyecto siga su curso y logre consolidarse ya que parte de la población carcelaria que

trabaja en las unidades productivas han mostrado su interés y colaboración para la elaboración de los mismos, interesados en que estas ideas no se queden solamente en teoría.

Relevancia: Evidentemente en el presente trabajo de investigación se puede observar que los resultados de utilidades económica obtenidas por la venta de producción son mínimas, sin embargo se puede rescatar qué, a pesar de ello dicha actividad resulta ser auto sostenible con posibilidad de incrementar sus ventas y por ende sus ganancias, siempre y cuando se ponga mayor énfasis en mejorar las estrategias de producción y ventas. Pues cabe señalar que esta proyecto es evidencia que en los establecimientos penitenciarios es posible desarrollar actividades económicas auto sostenible pudiendo trasladar este modelo comercial al sistema penitenciario peruano y dinamizar el estado estático en que se encuentra específicamente la comercialización de los artículos producidos en el establecimiento penitenciario de Chachapoyas.

1.2.2. A nivel nacional.-

(Ricaldi Hurtado, 2003), en su tesis “Empresas Familiares de Producción Artesanal de Mates Burilados de Huancayo: Problemática y Lineamientos Básicos para la Creación de Consorcios de Exportación”, cuyo objetivo es “Determinar la problemática de la producción, comercialización y exportación que tienen las empresas familiares artesanales de mate burilado en Huancayo, para proponer lineamientos básicos de creación de consorcios orientados a la exportación de sus productos”, obtuvo como resultados: A mediad que los productores artesanales de mates burilados se organicen en consorcios lograrán solucionar sus problemas y tendrán un mejor desarrollo autogestionario, una mayor capacidad de comercialización y exportación de sus productos. Asimismo, concluye que el presente trabajo de investigación muestra que los artesanos tienen una producción limitada por producir individualmente para satisfacer la demanda del mercado local,

regional, nacional e internacional; el 95% de ellos desean exportar, pero por desconocimiento de instituciones públicas y entidades privadas de asesoría y consultoría no cumplen su cometido, y el 97% de artesanos quisieran organizarse para realizar la exportación.

Relevancia: El Perú es un país que produce productos de muy buena calidad que sin duda alguna caerían bien en cualquier mercado internacional y dentro de ellas está el rubro de la artesanía, sin embargo una de las limitantes que no nos permite llevar nuestros productos más allá de las fronteras son las trabas burocráticas que tiene el sistema político nacional. En el Perú de manera individual es casi imposible emprender el camino de la exportación ya que casi la mayoría se dedican a la microempresa algunas de ellas en pequeñas organizaciones que no tienen la suficiente capacidad tanto económica como de producción masiva que logre satisfacer las cantidades y estándares rigurosos que exigen los mercados internacionales, a esto se suma la falta de apoyo del estado en cuanto capacitaciones y asesorías técnico productivas, escasas fuentes de financiamiento, etc. Sin embargo a pesar de las muchas limitaciones es posible exportar y ganar los mercados externos si dejamos de lado el individualismo y nos juntamos en organizaciones solidadas con líderes emprendedores capaces de buscar no solo el financiamiento necesario sino también las capacitaciones necesarias que permitan producir con calidad y cantidad. Concretamente el Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas no es ajeno a esa realidad, en la actualidad el 90% de los internos se dedican a producir artesanía la cual cada día sorprenden en cuanto a la calidad de elaboración y acabado, sin embargo la falta de difusión, apoyo financiero, alianzas estratégicas no han permitido que dichos productos trasciendan más allá del mercado local por lo contrario se ve estancado en los stands artesanales de la ciudad de Chachapoyas, se vende pero lentamente y a un precio que muchas veces no cubre ni siquiera los gastos de producción. Si queremos que estas personas privadas de su libertad tengan la oportunidad de

surgir desde su encierro debemos de brindarles las herramientas necesarias que les permitan no solamente visionar un futuro próspero sino también concretarlo en el tiempo, de esa manera contribuiremos a su resocialización sin necesidad de imponer penas rígidas y drásticas que lo único que hacen es hacinar y empeorar el sistema penitenciario en el Perú.

1.2.3. A nivel regional.

En la región no se ha investigado el tema.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1 Variable independiente: Un plan de emprendedurismo

1.3.1.1. Concepto.

Se puede definir el emprendedurismo, como el proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, sea esta con fines de lucro o beneficencia social generando innovación y empleo. Según el Economista Diego Eduardo Pérez Cham define al emprendedurismo como la actitud que toma una persona ante cualquier reto o problema, ya sea falta de recursos económicos, falta de tecnología en una empresa, etc. El tener la añoranza o necesidad de crecer competitivamente, con querer despegar y no ser ordinario son características del emprendedor sostiene.

El emprendedurismo es un fenómeno global que consiste en la gestión pública de conocimientos para su disseminación entre los actores políticos, agentes económicos y talentos sociales a fin de preservar los recursos naturales para el Desarrollo Sustentable de las representaciones, hábitos, campos, capitales y capacidades de las generaciones futuras (Sen, 2011).

Emprendedurismo es una acción, obra, negocio o empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro. Desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Muchas son las razones por las que las personas deciden coger el camino de emprendedurismo: ser tu propio jefe, una idea de negocio, conciliar vida personal y profesional, tener la necesidad de crear o innovar.

El emprendimiento es una herramienta transversal que caracteriza la efectividad de los sistemas económicos del siglo XXI. Es el gen diferenciador que potencializa el crecimiento de todas las naciones, alimentándose del desarrollo de negocios y oportunidades con visión innovadora, capaces de captar los altos estándares. Para fomentar el emprendimiento se necesita cultivar tanto destrezas, habilidades, aptitudes y actitudes de nuevos empresarios, como también condiciones idóneas de recursos técnicos y económicos que sólo se consiguen a través de la capacitación profesional.

En conclusión un plan de emprendedurismo es un proyecto concreto y conciso, identificando y organizando los recursos necesarios para desarrollarla y hacerla una realidad rentable. Generalmente se describe a una persona emprendedora con términos como: visionario, innovador, creativo, arriesgado, dinámico.

1.3.1.2. Características.-

- **Emprendedurismo individual:** Es la acción emprendedora individual o autónoma que realiza de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona, una

actividad económica o profesional a título lucrativo, dé o no ocupación a trabajadores por cuenta ajena.

Se caracteriza por un control total por parte del propietario o titular de la empresa. No diferencia patrimonio mercantil de patrimonio civil y tampoco requiere de un proceso previo de constitución.

Entre sus ventajas, esta forma resulta idónea para el funcionamiento de empresas pequeñas. Precisa pocas gestiones, al no tener que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica. Es también más económica, ya que no hay otra persona jurídica más allá del propio emprendedor (UCM, 2012).

Donde más podemos apreciar los resultados de la cultura emprendedora individual es en los jóvenes, cuyo deseo del cambio los convierte en terreno fértil para que germinen nuevas ideas. Un ejemplo es el caso de un joven emprendedor chino, fundador del sitio de intercambio de productos “Alibaba”, empresa que logró la salida a bolsa más exitosa de la historia. A tan solo días de su salida, esta compañía vale casi tanto como IBM o JP Morgan y, más asombroso aún, desmonta nuestros conceptos sobre la apertura de una empresa China a los capitales extranjeros.

El mundo está pasando a ser dominado por emprendedores como Jack Ma, fundador de Alibaba; o como Marck Zuckerberg, de Facebook; Jeff Bezos, de Amazon, y otros tantos jóvenes que han tenido una idea genial y la han podido desarrollar gracias a la globalización. Imaginen ustedes si emprendedores del siglo pasado como Henry Ford, Thomas Alva Edison vivieran en la época de la globalización. Las posibilidades habrían sido infinitas (Ministerio de Industria, 2014).

- **Emprendedurismo colectivo:**

Es aquel que incorpora a más de un individuo a impulsar y fomentar el emprendimiento colectivo, mediante la elaboración de un paquete de medidas relacionadas con la Economía Social y el apoyo a la actividad que realizan las cooperativas, las sociedades laborales y las empresas de inserción. El emprendedurismo colectivo ha demostrado una mayor sostenibilidad en el tiempo debido a las responsabilidades compartidas, brinda mayor capacidad para mantener en pie el interés común de la sociedad. Igualmente el emprendedurismo colectivo contribuye de forma muy efectiva al desarrollo local, mediante la creación de empleo de calidad y no deslocalizable.

Si algo hay que admirar de la cultura de muchos países desarrollados, es como inyectan a sus ciudadanos el deseo de emprender y convertir sus ideas en realizaciones. Es una actitud que en años recientes se ha ido extendiendo a otros países del mundo, especialmente a regiones como Latinoamérica, donde países como Chile y Colombia han propuesto agendas de desarrollo basadas en políticas de emprendimiento colectivo desarrollando un clima de negocios que promueve la competitividad.

De igual manera, hoy leemos mucho sobre el “crowdlearning” y el “crowdfunding”. El primero busca promover el aprendizaje colectivo, impulsando los espacios informales de intercambio de conocimientos, como sustitución a los métodos tradicionales de estudio. El segundo es una práctica que se enfoca en la obtención de contribuciones monetarias a través de internet, con el fin de financiar proyectos y emprendimientos, especialmente aquellos de orden social. Es una especie de bolsa de valores informal, que beneficia a aquellos que no obtienen facilidades crediticias o de inversionistas, para emprender sus proyectos.

La expansión de estas prácticas ha llevado a muchos países, como por ejemplo España, a promover políticas públicas de emprendimiento colectivo para facilitar la creación de negocios, especialmente entre los jóvenes, fundamentados en que son una especie de cooperativas y empresas de inserción, que han demostrado “una mayor capacidad para mantener el empleo durante los años de la crisis económica”.

Estos emprendimientos colectivos constituyen una salida laboral para el 34% de los jóvenes dominicanos que ni estudian ni trabajan, se erigen como una herramienta para el desarrollo local y aportan a la cohesión social. En consecuencia, nos ayudan en la tarea de combatir el mayor reto de nuestras sociedades en el siglo XXI, que es la desigualdad social.

Debemos promover una legislación de emprendimientos colectivos que facilite a nuestra población, especialmente a los jóvenes, el desarrollo de ideas e innovaciones, sin necesariamente recorrer el camino del sacrificio fiscal, que podría crear desbalance en los mercados. Un estudio realizado en Suecia por la firma RRV demostró ser una medida para la creación de trabajo muy costo-efectiva.

El emprendimiento colectivo no es más que el cooperativismo del siglo XXI, donde la formación de empresas y organizaciones se enfoca hacia la contribución social. Hoy que se discute el tema del empleo y la necesidad de promover la formalidad, toma relieve el rol crucial del empresariado en el desarrollo social y el cambio económico.

Fomentar un clima de emprendimientos colectivos constituye un aporte a una cultura empresarial con enfoque social, donde las pretensiones individuales aportan al bienestar colectivo, a la protección de nuestros

recursos naturales y al desarrollo de capital humano (Francisco Días Bretones).

- **Emprendedurismo social.**

No existe una definición única y universal sobre emprendedurismo comunitario o social. Ni tampoco existe un único tipo. Sin embargo, todo emprendimiento social incluye tres elementos clave: un objetivo social, una innovación transformadora y un modelo de negocios sostenible. El emprendimiento social suele darse, y tener éxito, en los sectores de la economía donde el mercado ha fallado y la acción del Estado es inexistente o ineficaz. Un emprendimiento comunitario, cuando resulta exitoso, puede no sólo transformar las vidas de los beneficiarios, sino también la forma de abordar un problema en general. ¿Puede decirse que una empresa que practica la responsabilidad social corporativa es un emprendimiento comunitario o social?

No. Una empresa que practica la responsabilidad social corporativa se preocupa por el impacto que su actividad tiene en la sociedad y actúa acorde a esa preocupación, pero su objetivo sigue siendo económico, no social. Tampoco debemos confundir el emprendimiento social con otros conceptos o actividades como organizaciones sociales, activismo social o la provisión de servicios sociales. El emprendimiento social tiene similitudes con estos conceptos y actividades, pero ninguno de ellos reúne los tres requisitos básicos de objetivo social, innovación transformadora y modelo de negocios sostenible.

¿Puede darnos un ejemplo concreto de un emprendimiento social?

Hay muchos alrededor del mundo y en América Latina, pero tal vez uno de los más conocidos y exitosos sea el

Grameen Bank de Bangladesh, fundado por el economista Muhammad Yunus. Los emprendedores sociales pueden convertirse en importantes agentes de cambio e innovación social. Este fue el caso de Muhammad Yunus y su banco, que desde hace 34 años ha otorgado más de 6.600 millones de dólares en concepto de “micro créditos” a ciudadanos de bajos recursos de todo el mundo. Mediante este innovador proyecto, Yunus no sólo logró ayudar a millones de personas pobres sino que además revolucionó la industria financiera. Hoy en día existen bancos de primera línea que ofrecen “micro créditos”. Se trata de un ejemplo paradigmático de un emprendimiento social. No en vano Yunus recibió el Premio Nobel de la Paz en 2006.

¿Puede decirse que el emprendimiento social se está expandiendo como modelo y concepto? ¿Por qué?

Sí. Por un lado vemos que las menciones en los medios de comunicación sobre emprendimientos sociales se han triplicado en los últimos tres años. Hoy en día también existen varias universidades en diversas partes del mundo, desde Singapur hasta Brasil, con cátedras destinadas al emprendimiento social. Por otro lado, el apoyo financiero a este tipo de actividades también va en aumento y los gobiernos de los países industrializados están creando leyes para otorgar reconocimiento jurídico a las empresas sociales en sus respectivos marcos normativos. Esta expansión obedece a diferentes factores: cambios en el funcionamiento de los Estados de bienestar (principalmente en los países industrializados), las falencias del Estado y el mercado, los mayores incentivos a la innovación social, y la creciente demanda de servicios sociales y comunitarios. Sin embargo, aún queda un largo camino por recorrer para poder aprovechar todo el potencial que ofrece el

emprendimiento social como concepto y modelo. En este sentido, el concurso “Emprendedor Social del Año – América Central 2008” de la OIT y la Fundación Schwab es un paso en la dirección correcta.

¿Cómo contribuyen los emprendimientos sociales al desarrollo de la sociedad?

Se puede decir que lo hacen de cuatro maneras. Primero, enfrentando necesidades sociales insatisfechas; por ejemplo, brindándole oportunidades de empleo y desarrollo a grupos marginados que no han recibido repuestas del mercado ni del Estado. Segundo, mejorando la calidad de los servicios sociales; por ejemplo, mediante la introducción de nuevas formas de solucionar viejos problemas. Tercero, fomentando prácticas éticas en los mercados; por ejemplo, promoviendo el comercio justo. Cuarto, atrayendo a nuevos empresarios que quieran hacer una diferencia en la sociedad (Álvaro Ramírez, 2010).

Otros Tipos de Emprendedurismo:

- **Intraemprendedor:** parece que un emprendedor solo es el individuo que era capaz de desarrollar un nuevo negocio desde cero, renunciando a un salario fijo y convirtiéndose en empresario. Últimamente ha aflorado el concepto de intraemprendedor: un trabajador que es capaz de desarrollar una nueva línea de negocio o una innovación dentro de una empresa, adquiriendo la responsabilidad del proyecto, pero manteniendo un salario.
- **Emprendedor por necesidad:** este tipo de emprendedores son aquellos que se lanzan a la aventura de poner en marcha su propio proyecto movidos por circunstancias ajenas. Suele ser alguien que ha perdido su empleo y que se ve abocado a tomar esta vía no por

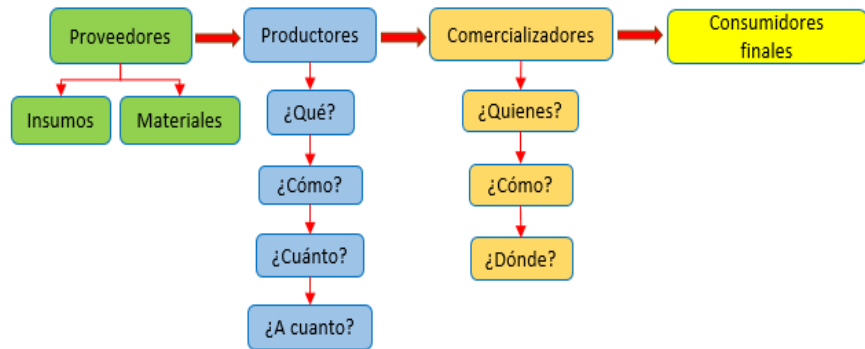
deseo propio, sino porque es la única alternativa laboral que encuentra.

- **Emprendedor por oportunidad:** este emprendedor es el que aprovecha las oportunidades que surgen, sus conocimientos y su propia vocación para lanzarse a una nueva aventura empresarial.
- **Emprendedor empresario:** este tipo de emprendedor es el que cuando consigue evolucionar la empresa, creada por él mismo, en lugar de venderla, busca reinvertir las ganancias en beneficio de la propia empresa. Nunca se plantea vender su negocio a un tercero.
- **Emprendedor en serie:** estos son los que arrancan un negocio, lo hacen crecer y lo venden, haciendo que el mismo proceso sea un negocio en sí mismo. Los emprendedores que lo hacen, son el tipo de persona a quien le gusta el proceso de inicio de la empresa, pero odian, o no están preparados, para manejar una empresa de un gran volumen de negocio. Este tipo de emprendedores decide vender la empresa, una vez ha crecido, y comenzar una nueva, no necesariamente relacionada con la anterior.

1.3.1.3. Modelos.-

- a. En esta oportunidad nuestros modelos de desarrollo del presente trabajo se dividirá en dos partes:
 - **Etapas de Desarrollo:** Para entender cuál será las etapas de nuestro plan de emprendedurismo a desarrollar para mejorar la comercialización de la artesanía producida en el establecimiento penitenciario de Chachapoyas se identifica los principales actores:

Figura N° 01
Cadena de Valor



Fuente: Elaboración propia

- Proveedores.

Para garantizar la calidad, la veracidad y legalidad de los materiales e insumos utilizados en la elaboración de la artesanía producida por los internos del Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas se identificará personas naturales o jurídicas propietarios de centros comerciales u otros dedicados a la venta de insumos y materiales dispuestos a proveer dichos bienes que nos permitan realizar un proceso de producción y comercialización óptima.

Materiales: Para efectos del presente trabajo se denominará materiales a los siguientes artículos utilizados en el proceso de producción:

- ✓ **Herramientas:** acepilladoras, formones, serruchos, caladoras, gurbias, talladores, pinceles, etc.
- ✓ **Maquinarias:** garlopas, moladoras, discos sierras, torneadores, etc.
- ✓ **Insumos:** Para efectos del presente trabajo se denominará insumos a los siguientes artículos:
 - ✓ **Naturales:** Madera
 - ✓ **Derivados:** Laca, barniz, lija, diluyentes, masilla, brea, cera, lana, clavos, pegamento, etc.

- **Productores.** Como en todo plan y no ajeno al nuestro los productores serán los principales actores

de este proceso, los cuales está conformando por las personas privados de su libertad en calidad de procesados y sentenciados quienes por la comisión de diversos delitos se encuentran reclusos en el Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas. Dichos internos con la finalidad de redimir pena, subsistir a sus necesidades económicas se dedican a la elaboración de artesanía que actualmente se comercializa de manera limitada y básicamente informal. Para definir los parámetros de alcance de nuestra actividad y de esa manera satisfacer las necesidades de nuestros clientes se tendrá que determinar básicamente cuatro aspectos fundamentales de producción: Que se producirá, de qué manera se producirá, cuanto se producirá y finalmente a cuanto se producirá.

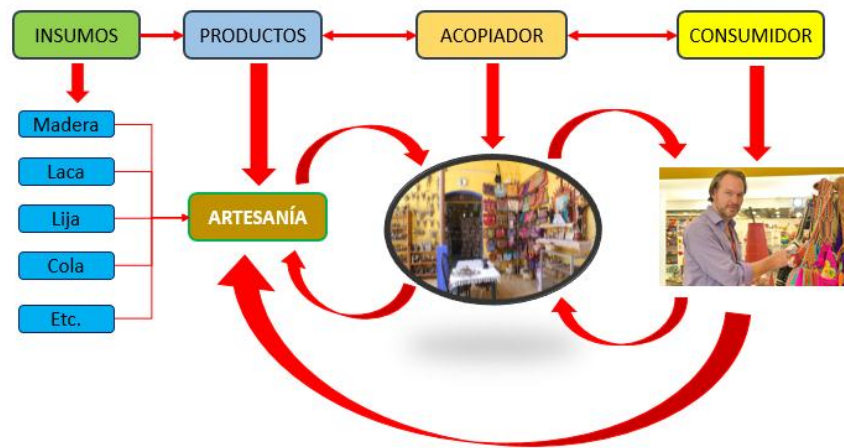
- **Comercializadores.** Serán aquellas personas estratégicas dispuestas a expender nuestros productos a los consumidores finales en diversos contextos comerciales: eventos públicos, hostales, restaurantes, zonas arqueológicas, tiendas, bodegas, etc.

Al ser quienes adquieren la artesanía directamente de los productores y por ende lograr en ellos un alto grado de satisfacción se tendrá que investigar y analizar tres aspectos fundamentales: Quiénes serán, cómo lo comercializarán y dónde lo comercializarán.

- **Consumidores finales.** Serán aquellas personas que adquieran nuestro producto directamente del productor o del comercializador.

➤ **Producto Final:** Lo que finalmente queremos lograr al término de nuestra investigación se detalla mediante el siguiente diagrama de la Cadena de Valor de nuestro producto:

Figura N° 02
Cadena de Valor



FUENTE: Elaboración propia.

1.3.2. Variable dependiente: La comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.

1.3.2.1. Concepto:

(Rivadeneira, 2012), La comercialización es el conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

(Ugarte, 2003), Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman. Así, comercializar un producto es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de

distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

Según (Phillip, 1995), el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado.

(Stanton, 1987), la comercialización está constituido por todas las actividades que tienden a generar y facilitar cualquier intercambio cuya finalidad es satisfacer las necesidades o deseos, es un sistema total de actividades empresariales encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales.

1.3.2.2. Características.-

Comercialización Estratégica.

Analiza las necesidades de los individuos y las organizaciones. Otra función que realiza es el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales. La función del marketing estratégico es, orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrecen un recurso potencial de crecimiento y rentabilidad. El marketing estratégico fija la misión de la empresa.

Comercialización Operativa o Táctica

Está centrado en la realización de un objetivo de cifras de ventas. Con determinados presupuestos de marketing autorizados debe realizar objetivos de cuota de mercado a alcanzar. El área comercial tiene 6 funciones fundamentales: investigación de mercados, desarrollo de productos, fijación de precios, comunicación, promoción, venta y distribución de productos y servicios.

Comercialización Directa.

Como su propio nombre lo dice es aquella que se realiza de manera directa es decir entre vendedor y cliente, generalmente se hace mediante una visita rápida al cliente para ofertarle un determinado producto.

Comercialización Indirecta

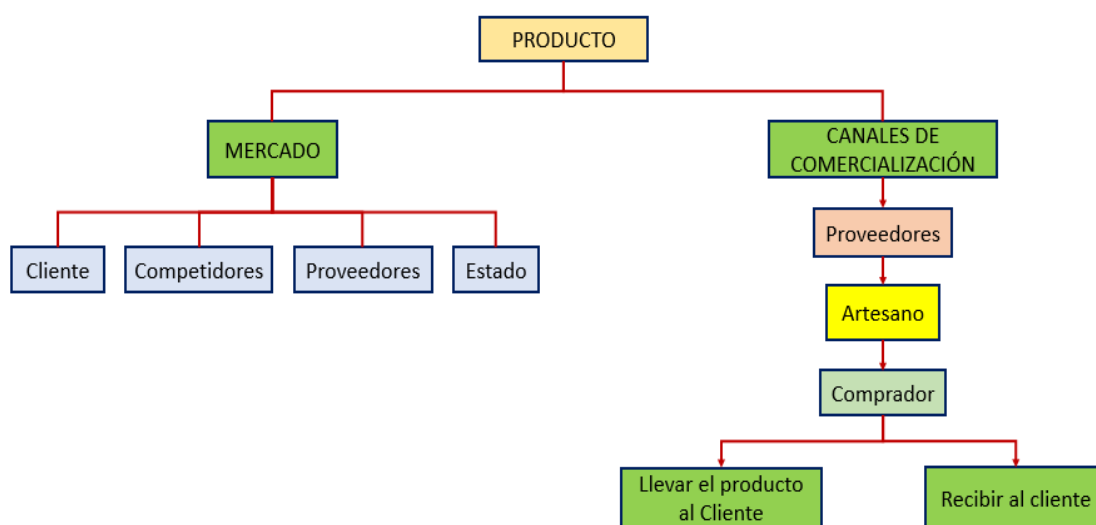
Para realizar este tipo de comercialización se utiliza intermediarios con la finalidad de ofrecer el producto como el internet, agencias de viajes, tour operadoras, calling centres, etc.

1.3.2.3. Factores influyentes.-

- Sociales
- Políticos
- Legales
- Administrativos
- Mercado
- Apoyo de las autoridades
- Difusión del producto
- Conocimiento previo en artesanía
- Capacitación en talleres
- Predisposición de los internos
- Talleres bien implementados.

1.3.2.4. Modelos.

Figura N° 03
Proceso de Comercialización



FUENTE: Elaboración Propia

1.3.3. Marco Normativo

Ley N° 29073 “Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal”

(Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal, 2010), Es la norma que establece el régimen jurídico que regula el desarrollo sostenible, la protección y la promoción de la actividad artesanal, preservando la tradición artesanal en todas sus expresiones reconociendo al artesano como constructor de la identidad y tradiciones culturales.

1.4. Formulación del problema.

Actualmente nos damos cuenta que la solución al alto índice delincriminal no radica fundamentalmente en la promulgación y aplicación de penas drásticas. Entendamos que el estado tiene gran parte de responsabilidad en la proliferación de la delincuencia debido a que las políticas de estado no están enmarcadas a generar empleos con salarios dignos, consecuentemente la tasa de desempleo cada día crece, en ese sentido con el desarrollo de nuestro trabajo de investigación pretendemos

reformular su proyecto de vida de los internos haciendo de éstos capaces de entender que sí es posible ganarse la vida dignamente mediante el trabajo esa perspectiva nos planteamos el siguiente problema:

¿Cómo mejorar la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas?

1.5. Justificación.

El presente trabajo de investigación está justificado en seis ejes fundamentales que abordan dicha labor, en tal sentido tenemos las siguientes:

a) Científica.-

Se usará el método científico para la elaboración del proyecto, su desarrollo, la contrastación de la hipótesis, la validación de la propuesta planteada y el instrumento de recolección de datos.

b) Institucional.-

- Contribuir de manera eficiente y efectiva a la resocialización.
- Ser un penal modelo dentro de la región.
- Atenuar el hacinamiento de la población penal.
- Minimizar la actividad delictiva dentro del recinto penitenciario.
- Mejora la calidad de vida de los internos y de sus familias.
- Minimiza los riesgos de seguridad.
- Mayor recaudación de la institución por Derecho de Ley Laboral

c) Social.-

- Disminución de casos de reincidencia.
- Mayor seguridad ciudadana.
- Mayor oferta y demanda en los establecimientos que expenden productos artesanales.
- Satisfacción del turista.
- Mayor recaudación de impuestos.
- Generación de nuevos puestos de empleo.

d) Metodológica

La justificación metodológica se da porque es una investigación correlacional causal donde se determina la influencia de la variable “propuesta de un plan de emprendedurismo” con respecto a la variable “Comercialización de la artesanía” y porque se utiliza el marco metodológico indicado en la presente investigación.

e) Práctica

La Justificación por implicancia práctica se da porque la investigación realizada ayudará a resolver problemas relacionados con la comercialización de la artesanía producida por los internos del Centro Penitenciario de Chachapoyas que necesitan incrementar la comercialización de la artesanía que producen tomando en cuenta la propuesta del plan de emprendedurismo.

f) Legal

(Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal, 2010), Es la justificación legal, es decir, la norma que establece el régimen jurídico que regula el desarrollo sostenible, la protección y la promoción de la actividad artesanal, preservando la tradición artesanal en todas sus expresiones reconociendo al artesano como constructor de la identidad y tradiciones culturales.

1.6. Hipótesis:

La implantación de un plan de emprendedurismo permitirá mejorar la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.

1.6.1. Objetivos.

A. General.

Proponer un plan de emprendedurismo para mejorar la comercialización de la artesanía producida por los internos del Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas.

B. Específicos.

- a)** Diagnosticar el estado actual de la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.
- b)** Identificar los factores influyentes en la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.
- c)** Diseñar un plan de emprendedurismo para mejorar la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.
- d)** Estimar los resultados que generará la implantación de un plan de emprendedurismo en la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.
- e)** Determinar la factibilidad de implantar un plan de emprendedurismo para mejorar la comercialización de la artesanía producida por los internos del Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas mediante la validación por el juicio de un experto.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

II. MÉTODO.

2.1. Tipo de Estudio

El presente trabajo de investigación pertenece al tipo de estudio cuantitativa, explicativa, no experimental

2.2. Diseño de la Investigación

No experimental.- Debido que en nuestra investigación no se pretende variar intencionalmente variables independientes por lo que se observarán los fenómenos tal y como se dan en su contexto.

Se debe básicamente a:

- Autorización de la aplicación o implantación de la propuesta.
- El costo de la implantación de la propuesta.
- El tiempo prolongado de obtención de los resultados.

- La colaboración participativa de los involucrados.

	T ₁		T ₂
M ₁	O	P	RE

Donde:

- M₁** : Es la muestras que se está observando: (Muestra de artesanos del penal) de la (Y)
- O** : Es la observación a desarrollar en la muestra. (Capacidad de producción como artesanos)
- P** : Es la propuesta de. (X) (políticas penitenciarias en la región), por ejemplo las 10 medidas de la reforma del sistema penitenciaria, convenios con los CITE, gobiernos regionales, locales, sector privados, etc.
- T₁** : Es el tiempo de medición de la Observación.
- T₂** : Es el tiempo de proyección del escenario hipotético.
- RE** : Son los resultados estimados.

2.3. Variables, operacionalización.

2.3.1. Definición Conceptual.

Variable independiente: Plan de emprendedurismo

Se puede definir el emprendedurismo, como el proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, sea esta con fines de lucro o beneficencia social generando innovación y empleo. Diego Eduardo Pérez Cham define al emprendedurismo como la actitud que toma una persona ante cualquier reto o problema, ya sea falta de recursos económicos, falta de tecnología en una empresa, etc. El tener la añoranza o necesidad de crecer competitivamente, con querer despegar y no ser ordinario son características del emprendedor sostiene.

Finalmente cabe señalar que el plan de emprendedurismo que deseamos aplicar en el Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas consiste en tomar como modelo los esquemas aplicados en otros ámbitos, sin embargo dicho plan tendrá que adecuarse y limitarse a las atribuciones que el sistema legal y el reglamento de seguridad del INPE nos permita, considerando que

el contexto donde se realizaran las acciones para lograr tal fin es una institución que alberga individuos privados de su libertad y por ende restringidos parcialmente de derechos como las que goza una persona en libertad. Nuestro plan nos permitirá explotar nuestra capacidad de gestión ante las entidades públicas y privadas para lograr viabilizar y hacerla sostenible en el tiempo nuestro plan de emprendedurismo que finalmente nos permitirá contribuir significativamente a la tarea de resocialización fin supremo del sistema penitenciario en el Perú.

Variable dependiente: La comercialización de la artesanía producida por los internos el establecimiento penitenciario de Chachapoyas.

(Ugarte, 2003), Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman. Así, comercializar un producto es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

Por lo tanto, la artesanía producida en el Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas se encuentra abarrotada en los stands del mercado local carente de una gestión que permita buscar mecanismos para aperturar otros mercados externos con mayor capacidad de demanda y por ende a precios mucho más razonables esto nos permitiría hablar de una comercialización rentable, sostenible en el tiempo que no solamente satisfaga las necesidades económicas de los internos sino también contribuya al

fin supremo de la institución que la de resocializar y reinsertar al penado a la sociedad.

2.3.2. Definición Operacional.

Variable independiente: Plan de emprendedurismo

(Arrázola, 2003) Nos dice que un plan de emprendedurismo es un conjunto de estrategias que te permiten convertir una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que está generando algún tipo de innovación y empleos.

DIMENSIÓN	INDICADORES/SUB DIMENSIONES
Motivación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Control interno ✓ Autoconfianza
Innovación y Creatividad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Innovación ✓ Creatividad ✓ Imaginación
Capacidad de análisis con eficiencia y eficacia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de conseguir recursos con eficiencia ✓ Capacidad de llegar a la meta con eficacia ✓ Capacidad de aprovechar la oportunidad ✓ Conocimiento del negocio
Capacidad de afrontar riesgos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de percepción del beneficio económico ✓ Capacidad de decisión

Variable dependiente: La comercialización de la artesanía producida por los internos el establecimiento penitenciario de Chachapoyas.

Phillip, (1995) Comercialización es un proceso social a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros.

Dimensión	Indicador	Pregunta	Técnica	Fuente informante	Ítem
Análisis del mercado	Volumen	1. ¿El volumen de artesanía que elaboran los reclusos es alto?	Análisis documental	Cámara de Comercio	1
	Costos	2. ¿Los costos de artesanía que elaboran los reos penitenciarios es bajo?	Encuestas		2
					3
Análisis de la competencia	Volumen	3. ¿Es alto el volumen de artesanía de la competencia?	Análisis documental Encuestas	Cámara de Comercio	4
	Costos	4. ¿Es alto los costos de artesanía de la competencia?			5
	Canales de distribución	5. ¿Existen varios canales de distribución de la competencia de artesanía?			6
Plan de marketing	Nro. De canales de comercialización	6. ¿Existen canales de comercialización para la venta de artesanía de los reclusos?	Análisis documental	Experto en Marketing	7
			Encuestas		8
					9
Plan operativo	Volumen	7. ¿Se ha elaborado el plan operativo a nivel de volumen de comercialización de artesanía de los reclusos?	Análisis documental	Experto en Plan operativo	10
	Costos	8. ¿Se ha elaborado el plan operativo a nivel de costos de comercialización de artesanía de los reclusos?	Encuestas		11

Plan financiero	Tir	9.¿ Se ha calculado el TIR del plan financiero de artesanía de los reclusos?	Análisis documental Encuestas	Experto en Plan financiero	12
	Van	10.¿ Se ha calculado el VAN del plan financiero de artesanía de los reclusos?			13
	Beneficio / Costos	11.¿ Se ha calculado el Costo/Beneficio del plan financiero de artesanía de los reclusos?			14
	Rentabilidad	12.¿ Se ha calculado la Rentabilidad del plan financiero de artesanía de los reclusos?			15
Diagnóstico de la situación actual del Comercio de Artesanía de los reclusos	Volumen	13.¿ Se ha diagnosticado el actual volumen de producción de artesanía de los reclusos?	Análisis documental Encuestas	Experto en Comercio de artesanía	13
	Costos	14.¿ Se ha diagnosticado el actual costo de producción de artesanía de los reclusos?			14
	Canales de distribución	15.¿ Tienen los reclusos los suficientes canales de distribución para la producción de artesanía?			15
	Cumplimiento de las normas del estado	16.¿ Se está dando cumplimiento de las normas del estado en cuanto la producción de las artesanía elaboradas por los reclusos?			16

2.4. Población y muestra.

Unidad de análisis (UA).-

Son los reclusos que elaboran artesanía en el centro penitenciario de Chachapoyas

Población (N).-

Está conformado por 85 reclusos que producen Artesanía y están inscritos formalmente en el área de trabajo y comercialización.

PEA DEL E.P. CHACHAPOYAS	
HOMBRES	66
MUJERES	19
TOTAL	85

Muestra (n).-

Para determinar el tamaño de muestra se utilizó la técnica de poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Dónde:

N = tamaño de la población (85)

Z = nivel de confianza, (90%, 1.65)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

Q = probabilidad de fracaso (50%)

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (10%)

Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población es:

$$n = (85 * 1.65 * 1.65 * 0.5 * 0.5) / ((0.10 * 0.10 * (84) + 1.65 * 1.65 * 0.5 * 0.5)) = 38.05$$

$$n \approx 38$$

2.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.-

2.5.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica.- instrumento de recolección. Uso que se dará para la recolección de datos.

N°	TÉCNICA	INSTRUMENTO	USO
1.	Análisis documentario.	Ficha de recolección de datos.	Se desarrollará al momento de analizar la documentación de las tesis.
2	Cuestionario	Encuesta	Se aplica a los reclusos que elaboran artesanías

2.5.2. Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos.

A través del método de Juicio de Experto. Dos especialistas evalúan la propuesta y la validez del instrumento de recolección de datos.

2.6. Métodos de análisis de datos.-

Para el procesamiento de los datos se utilizó el software MS-Excel. Para efectos del análisis e interpretación de las tablas se usó la estadística descriptiva. Frecuencias simples, porcentuales, Media aritmética, Varianza, Desviación estándar, etc. Los datos fueron procesados en MS-Excel 2013 y el Software estadístico SPSS V23.

2.7. Aspectos éticos.

1. Originalidad.- La investigación es original y respeta la producción intelectual de terceros, a través de la inclusión de citas bibliográficas.

2. Confidencialidad de la información.- Solamente se utilizó información pública, evitando el uso de información confidencial.

III. RESULTADOS.

Diagnóstico del estado actual de la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas

Resultados del diagnóstico de la dimensión 1 “Análisis de mercado”

ITEM 1: ¿En qué nivel está el volumen de comercialización de artesanía que elaboran los reclusos?

ITEM 2: ¿Cuál es el nivel de los costos de producción de artesanía que elaboran los reos penitenciarios?

ITEM 3: ¿Existen varios canales de distribución de los productos de artesanía que fabrican?

Tabla 3.1: Frecuencias y porcentajes obtenidos de la dimensión “análisis de mercado”

NIVELES	ITEM 1		ITEM 2		ITEM 3		PROM
	F	%	F	%	F	%	%
Muy Bajo	8	21%	0	0%	14	37%	19%
Bajo	15	39%	5	13%	10	26%	26%
Medio	10	26%	18	47%	14	37%	37%
Alto	5	14%	12	32%	0	0%	15%
Muy Alto	0	0%	3	8%	0	0%	3%
TOTAL	38	100%	38	100%	38	100%	100%

Fuente: Data de los instrumentos (Anexo N° 1)

En la Tabla 3.1 puede apreciarse que para la dimensión análisis de mercado se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 19% que opinan que el mercado para la venta de productos de artesanía producidos por los internos del Centro Penitenciario de Chachapoyas está en un nivel muy bajo, mientras que el 26% opinan que está en un nivel bajo, el mayor

porcentaje 37% recae en el nivel medio, el 15% indican que el mercado está en un nivel alto y el 3% opinaron que el mercado está en un nivel muy alto.

Resultados del diagnóstico de la dimensión 2 “Análisis de la competencia”

ITEM 4: ¿Es alto el volumen de artesanía de la competencia?

ITEM 5: ¿Es alto los costos de artesanía de la competencia?

ITEM 6: ¿Para la competencia hay facilidades para vender sus productos, es decir, existen varios canales de distribución para la venta de artesanía?

Tabla 3.2: Frecuencias y porcentajes obtenidos de la dimensión

NIVELES	ITEM 4		ITEM 5		ITEM 6		PROM
	F	%	F	%	F	%	%
Muy Bajo	0	0%	10	26%	2	5%	11%
Bajo	5	13%	16	42%	5	13%	23%
Medio	7	18%	9	24%	10	26%	23%

“análisis de la competencia”

Alto	17	45%	3	8%	15	39%	31%
Muy Alto	9	24%	0	0%	6	16%	13%
TOTAL	38	100%	38	100%	38	100%	100%

Fuente:

Data de	NIVELES	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9	PROM	los
---------	----------------	---------------	---------------	---------------	-------------	-----

instrumentos (Anexo N° 1)

En la Tabla 3.2 puede apreciarse que para la dimensión análisis de la competencia se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 11% que opinan que la competencia en la venta de productos de artesanía producidos por la competencia en Chachapoyas está en un nivel muy bajo, mientras que el 23% opinan que está en un nivel bajo, el mayor porcentaje 23% recae en el nivel medio, el 31% indican que la competencia está en un nivel alto y el 13% opinaron que la competencia está en un nivel muy alto.

Resultados del diagnóstico de la dimensión 3 “Plan de Marketing”

ITEM 7: ¿Existe un plan de marketing para publicidad de los productos de artesanía de los reclusos?

ITEM 8: ¿Existe un plan de marketing para promoción de los productos de artesanía de los reclusos?

ITEM 9: ¿Existe un plan de marketing para fidelización de los clientes que compran los productos de artesanía de los reclusos?

Tabla 3.3: Frecuencias y porcentajes obtenidos de la dimensión 3 “Plan de Marketing”

	F	%	F	%	F	%	%
Muy Bajo	13	34%	15	39%	20	53%	42%
Bajo	15	39%	16	42%	15	39%	40%
Medio	10	26%	7	18%	3	8%	18%
Alto	0	0%	0	0%	0	0%	0%
Muy Alto	0	0%	0	0%	0	0%	0%
TOTAL	38	100%	38	100%	38	100%	100%

NIVELES	ITEM 10	ITEM 11	PROM
---------	---------	---------	------

Fuente: Data de los instrumentos (Anexo N° 1)

En la Tabla 3.3 puede apreciarse que para la dimensión Plan de marketing se ha obtenido en el diagnóstico que existe 42% que opinan que está en un nivel muy bajo el plan de marketing para la venta de productos de artesanía producidos por los internos del Centro Penitenciario de Chachapoyas, mientras que el 40% opinan que está en un nivel bajo, el 18% recae en el nivel medio, el 0% indican que el plan de marketing está en un nivel alto y el 0% opinaron que el plan de marketing está en un nivel muy alto.

Resultados del diagnóstico de la dimensión 4 “Plan operativo”

ITEM 10: ¿Se ha elaborado el plan operativo a nivel de volumen de comercialización de artesanía de los reclusos?

ITEM 11: ¿Se ha elaborado el plan operativo a nivel de costos de comercialización de artesanía de los reclusos?

Tabla 3.4: Frecuencias y porcentajes obtenidos de la dimensión 4 “Plan operativo”

	F	%	F	%	%
Muy Bajo	15	39%	20	53%	46%
Bajo	18	47%	14	37%	42%
Medio	5	13%	4	11%	12%
Alto	0	0%	0	0%	0%
Muy Alto	0	0%	0	0%	0%
TOTAL	38	100%	38	100%	100%

Fuente: Data de los instrumentos (Anexo N° 1)

En la Tabla 3.4 puede apreciarse que para la dimensión Plan Operativo se ha obtenido en el diagnóstico que existe 46% que opinan que el plan operativo a nivel de volumen y costos de comercialización de productos de artesanía producidos por los artesanos del centro penitenciario de Chachapoyas está en un nivel muy bajo, mientras que el 42% opinan que está en un nivel bajo, el 12% opinan que está en un nivel medio, el 0% o sea que nadie indicó que el plan operativo está en un nivel alto o muy alto..

Resultados del diagnóstico de la dimensión 5 “Plan Financiero”

ITEM 12: ¿Se ha elaborado el TIR del plan financiero de la comercialización de artesanía de los reclusos?

ITEM 13: ¿Se ha elaborado el VAN del plan financiero de la comercialización de artesanía de los reclusos?

ITEM 14: ¿Se ha elaborado el Costo / Beneficio del plan financiero de la comercialización de artesanía de los reclusos?

ITEM 15: ¿Se ha elaborado la Rentabilidad en el plan financiero de la comercialización de artesanía de los reclusos?

**Tabla 3.5: Frecuencias y porcentajes obtenidos de la dimensión 5
“Plan Financiero”**

NIVELES	ITEM 12		ITEM 13		ITEM 14		ITEM 15		PROM
	F	%	F	%	F	%	F	%	%
Muy Bajo	23	61%	28	74%	20	53%	15	39%	57%
Bajo	15	39%	10	26%	15	39%	18	47%	38%
Medio	0	0%	0	0%	3	8%	5	13%	5%
Alto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
Muy Alto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
TOTAL	38	100%	38	100%	38	100%	38	100%	100%

Data de los instrumentos (Anexo N° 1)

En la Tabla 3.5 puede apreciarse que para la dimensión Plan Financiero se ha obtenido en el diagnóstico que existe 57% que opinan que el plan financiero a nivel de TIR, VAN, Costo/beneficio y rentabilidad está en un nivel muy bajo, mientras que el 38% opinan que está en un nivel bajo, el 5% opinan que está en un nivel medio, el 0% indican que está en un nivel alto y el 0% indican que está en un nivel muy alto.

IV. DISCUSIÓN.

Los resultados se discutirán por los resultados de los instrumentos aplicados:

En cuanto al diagnóstico de la dimensión 1 análisis de mercado:

Se tiene tres ítems:

ITEM 1: ¿En qué nivel está el volumen de comercialización de artesanía que elaboran los reclusos?

Se obtuvo 21% en el nivel muy bajo y 39% en el nivel bajo en relación a los volúmenes de comercialización de artesanía que elaboran los reclusos.

ITEM 2: ¿Cuál es el nivel de los costos de producción de artesanía que elaboran los reos penitenciarios?

Se obtuvo 47% en el nivel medio y 32% en el nivel alto en relación a los costos de producción de artesanía que elaboran los reclusos.

ITEM 3: ¿Existen varios canales de distribución de los productos de artesanía que fabrican?

Se obtuvo 37% en el nivel muy bajo y 26% en el nivel bajo en relación a los canales de distribución.

En cuanto al diagnóstico de la dimensión 2 “Análisis de la competencia”

ITEM 4: ¿Es alto el volumen de artesanía de la competencia?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 45% que está en un nivel alto y 24% en un nivel muy alto.

ITEM 5: ¿Es alto los costos de artesanía de la competencia?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 26% que está en un nivel muy bajo y 42% en un nivel bajo.

ITEM 6: ¿Para la competencia hay facilidades para vender sus productos, es decir, existen varios canales de distribución para la venta de artesanía?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 26% que está en un nivel medio y 32% en un nivel alto.

En cuanto al diagnóstico de la dimensión 3 “Plan de Marketing”:

ITEM 7: ¿Existe un plan de marketing para publicidad de los productos de artesanía de los reclusos?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 34% que está en un nivel muy bajo y 39% en un nivel bajo.

ITEM 8: ¿Existe un plan de marketing para promoción de los productos de artesanía de los reclusos?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 26% que está en un nivel medio y 32% en un nivel alto.

ITEM 9: ¿Existe un plan de marketing para fidelización de los clientes que compran los productos de artesanía de los reclusos?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 53% que está en un nivel muy bajo y 39% en un nivel bajo.

En cuanto al diagnóstico de la dimensión 4 “Plan operativo”

ITEM 10: ¿Se ha elaborado el plan operativo a nivel de volumen de comercialización de artesanía de los reclusos?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 39% que está en un nivel muy bajo y 47% en un nivel bajo

ITEM11: ¿Se ha elaborado el plan operativo a nivel de costos de comercialización de artesanía de los reclusos?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 53% que está en un nivel muy bajo y 37% en un nivel bajo

En cuanto al diagnóstico de la dimensión 5 “Plan Financiero”

ITEM 12: ¿Se ha elaborado el TIR del plan financiero de la comercialización de artesanía de los reclusos?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 61% que está en un nivel muy bajo y 39% en un nivel bajo

ITEM 13: ¿Se ha elaborado el VAN del plan financiero de la comercialización de artesanía de los reclusos?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 74% que está en un nivel muy bajo y 26% en un nivel bajo

ITEM 14: ¿Se ha elaborado el Costo / Beneficio del plan financiero de la comercialización de artesanía de los reclusos?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 53% que está en un nivel muy bajo y 39% en un nivel bajo

ITEM 15: ¿Se ha elaborado la Rentabilidad en el plan financiero de la comercialización de artesanía de los reclusos?

Se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 39% que está en un nivel muy bajo y 47% en un nivel bajo

Causales.-

La reducción de los volúmenes de comercialización se debe a que no se realiza una planificación de marketing para elevar los volúmenes de comercialización de la artesanía que producen los internos del centro penitenciario de Chachapoyas.

En cuanto a los costos de producción están elevados debido a la infraestructura de sus talleres de producción de artesanía el cual le falta implementar materiales y herramientas que permitan mejorar la eficiencia y eficacia de la producción de artesanía por parte de los internos del centro penitenciario de Chachapoyas. Se debió a la carencia de eficiencia de las actividades desarrolladas, en donde no se tuvo un especial cuidado en el uso de los recursos para producir la artesanía.

En cuanto a los canales de distribución están en un nivel bajo porque no está aplicando un plan de marketing a nivel de publicidad en funciona los

canales de distribución para los productos de artesanía que elaboran los reclusos del centro penitenciario de Chachapoyas.

Consecuencias.-

De continuar con el escenario mostrado en el 2016, para el año 2017 se espera un incremento de las ventas en 15% estimado a reducción del presupuesto en los Centros de Costos que gastaron menos de lo presupuestado. Asimismo, para incrementar los ingresos se espera un incremento en el presupuesto de los centros de costos directamente relacionados con la captación de clientes. Además con la implementación de la propuesta de emprendedurismo se podrá reducir los costos de producción con la adquisición de una buena infraestructura para los procesos productivos a nivel de materiales, herramientas y maquinarias

Esto corrobora (o cuestiona) las apreciaciones de (Avila Martinez, Sandra, 2009), en su tesis *Creación de una Fundación para la Comercialización de los Productos Elaborados por los Internos de las Penitenciarias de Bucaramanga y Área Metropolitana*, cuyo objetivo es “Plantear la creación de una fundación dedicada a la comercialización de los productos elaborados por los internos de las penitenciarías de Bucaramanga y su área metropolitana”, obtuvo como resultados que a medida que van avanzando los años se observa que las ventas proyectadas en el estado de resultados muestran que el 92% pertenecen a la unidad productiva carpintería y que la panadería tan solo aporta el 8% de estas, el margen de utilidad bruta es de tan solo el 10% para todos los años

Tendencias con la aplicación de la propuesta.-

Se estima que con la aplicación de la propuesta elaborada se obtengan los siguientes resultados:

Se espera mejorar la producción de la artesanía mediante una mejora en la gestión de procesos de producción buscando incrementar la calidad de los

productos de artesanía, además se ha propuesto un plan de marketing a nivel de publicidad en cada nicho o canales de ventas y elaborar promociones para los productos de artesanías lo cual incrementará las ventas y la fidelización de los clientes ante los productos de artesanía de los internos del centro penitenciario de Chachapoyas.

Se mejorará los niveles bajos del TIR, VAN, Costos / Beneficios y la rentabilidad de los productos de artesanía mediante un plan financiero que permitirá mejorar dichos ratios financieros y el plan de marketing y el plan de mejora de procesos de producción para incrementar la calidad de los productos de artesanía de los internos del centro penitenciario de Chachapoyas.

Se diseñó un plan de emprendedurismo el cual se muestra en el capítulo VII para mejorar la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas. Dentro de dicho plan d emprendedurismo se estimó los resultados que generará su implantación en la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas. (Ver capítulo VII)

V. CONCLUSIONES.

- Se mejorará el estado actual de la comercialización de la artesanía pasando del nivel muy bajo (19%) al nivel alto (29%).
- Se concluye que la demanda de la artesanía es alta sin embargo la capacidad, habilidad y la destreza para manejar dicha demanda del mercado es baja.
- Con el diseño de un plan de emprendedurismo se pretende incrementar el plan de marketing reduciéndose de su nivel muy bajo de 42% al 10% e incrementándose su nivel muy alto de 0% a 32%.
- Con la implantación del plan de emprendedurismo la probabilidad de éxito es alto debido a que es considerado como adecuado y coherente en su estructura.

VI. SUGERENCIAS.

En base a las conclusiones generadas, se plantean las siguientes sugerencias:

- 1.** Aprobar la ejecución del plan de Emprendedurismo, debido a que permitirá mejorar de manera significativa el análisis del mercado de la competencia, la operatividad de la comercialización de los productos de artesanía, el marketing con una mejor publicidad, con promociones, con incremento de la fidelización de los clientes y la mejora del TIR, VAN, Costo / Beneficio y la rentabilidad gracias a la implementación del plan financiero para mejorar la comercialización de los productos de artesanía de los internos del centro penitenciario de Chachapoyas.
- 2.** Implementar un sistema de monitoreo y control de la ejecución del Plan de Emprendedurismo, de manera tal que exista un ciclo reforzador de la toma de decisiones y mejoras en el control interno de la comercialización de los productos de artesanía de los internos del centro penitenciario de Chachapoyas.
- 3.** Evaluar de manera progresiva los resultados obtenidos, controlando los factores influyentes tales como el plan de operación de la comercialización, el plan de marketing y el plan financiero adicionando un periódico análisis del mercado y de la competencia para medir las metas trazadas durante el periodo lectivo y estableciendo planes de mejora continua. Esto permitirá mejorar de manera sostenible la toma de decisiones relacionadas a la comercialización de los productos de artesanía de los internos del centro penitenciario de Chachapoyas.

VII. PROPUESTA.

Propuesta de un Plan de Emprendedurismo.

7.1. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES.-

En la Tabla 3.1 puede apreciarse que para la dimensión análisis de mercado se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 19% que opinan que el mercado para la venta de productos de artesanía producidos por los internos del Centro Penitenciario de Chachapoyas está en un nivel muy bajo, mientras que el 26% opinan que está en un nivel bajo, el mayor porcentaje 37% recae en el nivel medio, el 15% indican que el mercado está en un nivel alto y el 3% opinaron que el mercado está en un nivel muy alto.

En la Tabla 3.2 puede apreciarse que para la dimensión análisis de la competencia se ha obtenido en el diagnóstico que existe un 11% que opinan que la competencia en la venta de productos de artesanía producidos por la competencia en Chachapoyas está en un nivel muy bajo, mientras que el 23% opinan que está en un nivel bajo, el mayor porcentaje 23% recae en el nivel medio, el 31% indican que la competencia está en un nivel alto y el 13% opinaron que la competencia está en un nivel muy alto

En la Tabla 3.3 puede apreciarse que para la dimensión Plan de marketing se ha obtenido en el diagnóstico que existe 42% que opinan que está en un nivel muy bajo el plan de marketing para la venta de productos de artesanía producidos por los internos del Centro Penitenciario de Chachapoyas, mientras que el 40% opinan que está en un nivel bajo, el 18% recae en el nivel medio, el 0% indican que el plan de marketing está en un nivel alto y el 0% opinaron que el plan de marketing está en un nivel muy alto.

En la Tabla 3.4 puede apreciarse que para la dimensión Plan Operativo se ha obtenido en el diagnóstico que existe 46% que opinan que el plan operativo a nivel de volumen y costos de comercialización de productos de artesanía producidos por los artesanos del centro penitenciario de Chachapoyas está en un nivel muy bajo, mientras que el 42% opinan

que está en un nivel bajo, el 12% opinan que está en un nivel medio, el 0% o sea que nadie indicó que el plan operativo está en un nivel alto o muy alto.

En la Tabla 3.5 puede apreciarse que para la dimensión Plan Financiero se ha obtenido en el diagnóstico que existe 57% que opinan que el plan financiero a nivel de TIR, VAN, Costo/beneficio y rentabilidad está en un nivel muy bajo, mientras que el 38% opinan que está en un nivel bajo, el 5% opinan que está en un nivel medio, el 0% indican que está en un nivel alto y el 0% indican que está en un nivel muy alto.

7.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

GENERAL.-

Proponer un plan de emprendedurismo para mejorar la comercialización de la artesanía producida por los internos del Establecimiento Penitenciario de Chachapoyas.

ESPECÍFICOS.-

1. Diagnosticar el estado actual de la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.
2. Describir el factor “análisis de la demanda” en la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.
3. Describir el factor “análisis de la competencia” en la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.
4. Describir el factor “plan de marketing” en la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.
5. Describir el factor “plan operativo” en la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.

6. Describir el factor “plan financiero” en la comercialización de la artesanía producida por los internos del establecimiento penitenciario de Chachapoyas.

7.3. DETALLE DE LA PROPUESTA.-

El detalle de la propuesta se divide según las dimensiones establecidas de la variable dependiente: Comercialización de productos de artesanía

7.3.1. Plan Operativo

VISIÓN INSTITUCIONAL

El Taller de producción de artesanía de los internos del Centro Penitenciario de Chachapoyas será reconocida como una de los mejores talleres de producción de artesanía a nivel nacional, por la calidad de sus productos de artesanía.

MISIÓN INSTITUCIONAL

Somos un Taller de Producción de artesanía de los internos del Centro Penitenciario de Chachapoyas en busca del liderazgo y la innovación en la producción de artesanía, con trabajo en equipo; comprometidos con la producción de productos de artesanía de alta calidad.

Los efectos de las actividades propuestas se proyectan en la venta de los indicadores de los productos de artesanías.

Tabla 7.1. Resultado estimado por dimensión

RESULTADO ESTIMADO			FUNDAMENTACIÓN
Dimensión e Indicador de la variable dependiente	Resultado estimado.	Tiempo estimado.	Razones por las cuales se proyecta el resultado.
Análisis de mercado	Ventas.- Aumentar en 14% las ventas Escenario ideal.- Eliminar el 19% de nivel muy bajo de	12 meses.	Se parte de los resultados actuales de cada indicador. Ver la tabla 3.1. de los ítems 1,2 y 3.

	<p>percepción de las ventas de productos de artesanía</p> <p>Escenario crítico.- Disconformidad de los internos que laboran en el taller de artesanía por que el 19% opinan que las ventas están en un nivel muy bajo y debe reducirse a 5%</p> <p>Margen diferencial de -14%.</p>		
Análisis de la competencia	<p>Escenario ideal.- Eliminar el 31% de disconformidad</p> <p>Margen diferencial de 21%.</p> <p>Escenario crítico.- 31% de disconformidad en nivel alto</p> <p>Margen Diferencial de 21%.</p>	12 meses.	<p>Se parte de los resultados actuales de cada indicador. Ver las tablas 3.2</p> <p>Monitoreo continuo de las actividades desarrolladas en el análisis de la competencia a nivel de ventas y costos</p> <p>Evaluación especial al análisis de la competencia.</p>
Plan de Marketing	Escenario ideal.- Eliminar	12 meses.	Evaluación especial al plan de marketing a fin de

	<p>42% de disconformidad</p> <p>Margen Diferencial de 32%.</p> <p>Escenario Crítico.-</p> <p>Margen Diferencial de -20%.</p>		<p>evaluar la pertinencia del incremento de la publicidad, promociones e incremento de la fidelidad del cliente.</p>
Plan Operativo	<p>Escenario ideal.- Eliminar 46% de disconformidad</p> <p>Margen Diferencial de 38%.</p> <p>Escenario Crítico.-</p> <p>Margen Diferencial de -25%.</p>		<p>Mejora de la calidad. Incremento de la producción en 32% y reducción de los costos</p>
Plan financiero	<p>Incrementar el TIR a 0.57, El VAN en 48%, Costo/beneficio o debe reducirse de 57% a 9%. Aumentar la rentabilidad en 48%</p>	12	<p>Mejorar los indicadores de TIR, VAN, Costo/beneficio, rentabilidad</p>

En la siguiente Tabla se muestra el análisis proyectado del comportamiento de las dimensiones de la variable dependiente Comercialización de productos de artesanía.

Tabla 7.2. Margen diferencial proyectado por escenarios Ideal y Crítico.

Factor	Ideal	Crítico
Análisis de la demanda	29%	15%
Análisis de la competencia	23%	2%
Plan de Marketing:	32%	0%
Plan operativo	38%	0%
Plan Financiero	48%	0%

En la tabla 7.2 se muestra en el escenario Ideal que cuando la comercialización de artesanía en el factor análisis de la demanda tiene un margen ideal de 29% y crítico de 15% es decir, que la meta es llegar a incrementar 29% y lo mínimo de incremento aceptable es 15% lo mismo se repite para cada factor.

Productos de artesanía se clasifican en tres categorías:

a) Artesanía de barro: requiere de materia prima Barro, agua, pintura vinilica, vidrio molido en polvo. El equipo para la artesanía de barro se muestra a continuación:

Tabla 7.3. Maquinaria y equipos para artesanía de barro

Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Torno para moldear el barro	1	\$ 5,000	\$ 5,000
Cocedor de gas para el secado del esmalte	1	\$ 9,000	\$ 9,000
		Total	\$ 14,000

b) Artesanía de madera: requiere de materia prima madera de pino o afines, pintura vinilica, barniz. El equipo para la artesanía de barro se muestra a continuación:

Tabla 7.4. Maquinaria y equipos para artesanía de madera

Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cortadora de	1	\$ 2,500	\$ 2,500

madera			
Pulidora de madera	1	\$ 850	\$ 850
Cepillo para limar madera	3	\$ 500	\$ 1,500
Taladro inalámbrico	3	\$ 450	\$ 1,350
Canteadora de 15 pulgadas monofásica	1	\$ 3,500	\$ 3,500
		Total	\$ 6,200

c) Otras varias artesanías: La materia prima varía con el tipo de artesanía a producir.

Total resulta $14,000 + 6.200 = 20,200 + 10000$ de materia prima resulta 30,200 soles.

7.3.2. Análisis de la demanda

7.3.2.1. Análisis de la Demanda Histórica de año 2016 de productos de artesanía de enero a junio

Se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 7.5. Demanda Histórica de año 2016 de productos de artesanía de enero a junio y proyectada de julio a diciembre

Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	TOTAL
Artesanía de barro	180	220	160	195	243	267	1265
Artesanía de madera	160	175	142	189	218	231	1115
Artesanía variada	252	254	187	265	285	184	1427

7.3.2.2. Análisis de la Demanda Proyectada de año 2016 de productos de artesanía de enero a junio

Se muestra con una estimación del 29% en la siguiente tabla:

Tabla 7.6. Demanda proyectada de año 2016 de productos de artesanía de julio a diciembre

Mes	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Artesanía de barro	232	284	206	252	313	344	1632
Artesanía de madera	206	226	183	244	281	298	1438
Artesanía variada	325	328	241	342	368	237	1841

7.3.3. Análisis de la Competencia de año 2016 según factores claves de éxito

Tabla 7.7: Análisis de la competencia en relación a la comercialización de artesanía del Centro Penitenciario de Chachapoyas:

Factores Claves del Éxito	Ponderado	Centro Penitenciario		Competidor 1		Competidor 2	
		Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado
1.- Gama de servicios	0.14	3	0.42	4	0.56	2	0.28
2.- Precio	0.17	4	0.68	3	0.51	3	0.51
3.- Calidad del servicio	0.17	4	0.68	4	0.68	3	0.51
4.- Efectividad publicitaria	0.15	1	0.15	4	0.60	4	0.60
5.- Infraestructura	0.11	2	0.22	3	0.33	3	0.33
6.- Experiencia	0.13	4	0.52	3	0.39	3	0.39
7.- Servicio al cliente	0.13	4	0.52	2	0.26	3	0.39
	1.00		3.19		3.33		3.01

Clasificación:

1 = Debilidad grave	3 = Fortaleza menor
2 = Debilidad menor	4 = Fortaleza importante

7.3.4. Plan de marketing

7.3.4.1. Plan de marketing orientado a la publicidad

Tabla 7.8: Tácticas de marketing: publicidad

TACTICAS DE MARKETING: PUBLICIDAD	Responsable	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	INVERSIÓN
Envío de mails con los servicios que brinda los productos de artesanía	Administrador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/. 1,600
Creación de la página web interactiva.	Administrador	X	X											S/. 2,500
Creación y mantenimiento de redes sociales para interactuar con los clientes.	Administrador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/. 2,000
Publicidad radial	Asistente Administrador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/. 2,800
Valla publicitaria + espacio.	Asistente Administrador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/. 2,600
Total													S/. 11,500	

7.3.4.2. Plan de marketing orientado a las promociones

Tabla 7.9: Tácticas de marketing: promoción de ventas

TACTICAS DE MARKETING: PROMOCIÓN DE VENTAS	Responsable	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	INVERSIÓN
Diseño de tarjeta de presentación + impresión (millar)	Administrador	X												S/. 960
Volantes informativos sobre el servicio.	Asistente Administrador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/. 1200
Merchandising (500 gorras + 500 lapiceros) para dos meses	Asistente Administrador	X			X			X			X			S/. 2,000
Total													S/. 4,160	

7.3.4.3. Plan de marketing orientado a la fidelización

Tabla 7.9: TACTICAS DE MARKETING: FIDELIZACION

TACTICAS DE MARKETING: FIDELIZACIÓN	Responsable	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	INVERSIÓN
-------------------------------------	-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------

Elaborar base de datos	Administrador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/ 1,200
Envío de mails por cumpleaños y motivos especiales.	Asistente Administrador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/. 1,200
Capacitación al personal de ventas	Administrador	X				X				X					S/. 2,000
Total														S/. 4,400	

7.3.5. Plan Financiero

Datos utilizados para efectuar los respectivos cálculos son:

- Vida útil del equipo: 5 años
- Valor de salvamento del equipo: 0% del costo
- Costo de capital de la empresa: 30%

Flujo de Caja

Las máquinas y herramientas y equipos del taller de producción de artesanía se consideran un horizonte de 5 años.

Datos de entrada para el proceso de la información propuesta:

- Costo de recursos humanos: 67200 en los 5 años
- Costo de Materiales = formatos y útiles de oficina = 590
- Costo de equipamiento (muebles y enseres propuesto) = 1300
- Reducción de materiales formatos y útiles de oficina: 720 (actual) – 590 (propuesto) =130
- Reducción de costos por personal S/.85600 (actual) – S/.67200 (Propuesto) = S/.18400
- Ahorro en comunicación en compra: 3500 (actual) – 1200 (propuesto) =2300
- Ahorro en costo de operación: 5385 (actual) – 3324 (propuesto) = 2061
- Ahorro en orden de compra= 3500 – 1200 = 2300
- Total de ahorro en compra= 2061+ 2300 = 4361
- Costo de implementación: 2500 (por única vez)
- Reducción de costos de compra: 96405 – 78414 = 17991

Tabla 7.11. **Flujo de Caja (S/.)**

Costo/año	0	1	2	3	4	5
Costos						
• Costo Implementación	3800					
- Costos de implementación	2500					
- Costo de equipamiento del taller de artesanía	1300					
• Costo de mantenimiento						
- Equipo		1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
- Recursos Materiales		590,00	590,00	590,00	590,00	590,00
- Recursos Humanos (corresponde al nuevo personal especialista en producción de artesanía con barro y madera y otros)		16800,00	16800,00	16800,00	16800,00	16800,00
Total Costo	3800	18590,00	18590,00	18590,00	18590,00	18590,00
Beneficio						
- Reducción Rec. Materiales		130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
- Reducción costos de compra		2061,00	2061,00	2061,00	2061,00	2061,00
- Reducción de costos de material de almacén.		4700,00	4700,00	4700,00	4700,00	4700,00
- Reducción de personal		18400	18400	18400	18400	18400
Total Beneficios	S/. 0	S/.25291	S/.25291	S/.25291	S/.25291	S/.25291
Flujo de Caja Económico	S/.3800	S/6701	S/6701	S/6701	S/6701	S/6701

Elaboración: propia

A. Valor Presente Neto

$$VAN = - 3800 + 6701 (PIA, 20\%, 5)$$

$$VAN = - 3800 + 6701 (2.9906)$$

$$VAN = S/.16240$$

El resultado es un $VAN > 0$

A.1. Valor presente de los costos

$$VP_c = 3800 + 18590 (PIA, 20\%, 5)$$

$$VP_c = 3800 + 18590 (2.9906)$$

$$VP_c = 3800 + 55595$$

$$VP_c = S/. 59395$$

A.2. Valor presente de los beneficios

$$VP_b = 25291 (P/A, 20\%, 5)$$

$$VPb = 25291 (2.9906)$$

$$VPb = \text{SI. } 75635.26$$

B. Relación Beneficio-Costo

$$B/C = \frac{\text{Valor presentado de los beneficios}}{\text{Valor presentado de los costos}}$$

$$B/C = \frac{75635.26}{59395}$$

$$B/C = 1.27$$

C. Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$3800 = 6701 (P/A, i\%, 5)$$

$$0 = 6701 (P/A, i\%, 5) - 3800$$

Calculando al valor de $i\%$ por ensayo y error se obtiene:

Para $i = 40\%$

$$0 = 6701 (2.0352) - 3800$$

$$0 = 13637.88 - 3800$$

$$0 = 9837.88$$

Para $i = 50\%$

$$0 = 6701 (1.7366) - 3800$$

$$0 = 11636.96 - 3800$$

$$0 = 7836.96$$

Por extrapolación tenemos:

40%	—————→	9837.88
50%	—————→	7836.96
0%	—————→	TIR

$$TIR = 40 + \left[\left(\frac{0 - 9837.88}{7836.96 - 9837.88} \right) \times (50 - 40) \right]$$

$$TIR = 89.17 \%$$

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA

VAN = SI. 75635.26 > 0

B/C= 1,27 > 0

TIR = 89,17% > 1.3 o 30% adicional favorable

Se observa que el:

VAN > 0 → Resultado favorable

TIR > 1.3 o 30% adicional favorable

B/C > 0 → Resultado favorable

VIII. REFERENCIAS.

- Alvarado Zuta, M. C. (2014). *“El Valor Referencial y los Procesos de Selección para las Adquisiciones y Contrataciones en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas: 2006-2010”*. Chachapoyas. Chachapoyas.
- Argentina Compra. (13 de Junio de 2015). *Reglamento del Régimen de Contrataciones de la Administración Nacional*. Obtenido de Oficina Nacional de Contrataciones:
<https://www.argentinacompra.gov.ar/prod/onc/sitio/Paginas/Contenido/FrontEnd/index2.asp>
- Arrázola, A. (2003). *El impacto de la cultura emprendedora*. La Paz Bolivia.
- Avila Martinez, Sandra. (2009). *Creación de una Fundación para la Comercialización de los Productos Elaborados por los Internos de las Penitenciarias de Bucaramanga y Área Metropolitana*. Bucaramanga.
- Carranza, E. (10 de julio de 2014). *Lucha contra la tortura y los malos tratos en Costa Rica: breves reflexiones*. Obtenido de <http://www.rebellion.org>
- Chile Compra . (02 de Octubre de 2008). *Ley de Compras Públicas N° 19.886 y su Reglamento*. Recuperado el 13 de Junio de 2015, de Dirección Chile Compra: www.chilecompra.cl
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2013). *Caracterización de los Canales de Comercialización de la Artesanía y Buenas Prácticas*. Chile: Isónoma Consultorías Sociales .
- Consejo Nacional de la Magistratura. (12 de Marzo de 2015). *Directiva N° 002-2013-P-CNM. Normas y procedimientos para las contrataciones por montos menores o iguales a 3 UIT en el Consejo Nacional de la Magistratura*. Obtenido de Consejo Nacional de la magistratura:
https://www.cnm.gob.pe/webcnm/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=122
- Gobierno Regional Amazonas. (16 de Abril de 2013). *Directiva N° 010-2013-Gobierno Regional*

ANEXOS.

ANEXO 01.- INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

ENTREVISTA y LISTA DE COTEJO A LOS REOS QUE PRODUCEN ARTESANIA

1. Nombre:

Cuestionario de encuesta a reos que producen artesanía.

2. Autor:

Tesista: Wualter Bobadilla Reina

3. Objetivo:

Determinar la información referente a la producción de artesanía de parte de los reos de la institución objeto de estudio mediante la lista de cotejo manejado por el tesista

4. Normas:

- Es importante que al contestar las preguntas, el recluso sea objetivo, honesto y sincero con sus respuestas para así poder tener una información real.
- Tener en cuenta el tiempo empleado por cada encuesta realizada.

5. Usuarios (muestra):

Conformada por los reclusos que producen artesanía en el Centro Penitenciario de Chachapoyas

6. Unidad de análisis:

Reclusos que producen artesanía según la muestra de 38 reclusos

7. Modo de aplicación:

- El presente instrumento de evaluación está estructurado en 16 ítems, agrupadas en 5 dimensiones y su escala es de cero, uno, dos, tres y cuatro puntos por cada ítem.
- Las preguntas las elabora el tesista y la responden los reclusos y paralelamente el investigador llena la lista de cotejo resultado de la inspección ocular al taller de artesanía y haber conversado con los reos. Los reclusos deben trabajar en el taller de artesanía como requisito para

la entrevista y el tesista llena el cuestionario en función a las respuestas que dan los reclusos en cada pregunta formulada con su debida interpretación para facilitar el entendimiento del recluso al contenido de la pregunta, consignando los datos requeridos de acuerdo a las instrucciones para su desarrollo de dicho instrumento de evaluación.

- El tiempo de la aplicación del cuestionario por parte del tesista en la entrevista realizada a cada recluso será aproximadamente de 32 minutos a razón de dos minutos promedio por pregunta y los materiales que utilizará son un bolígrafo o lápiz.

Pregunta	Muy Bajo o nunca (0)	Bajo o A veces (1)	Medio (2)	Alto o Casi siempre(3)	Muy alto o Siempre (4)
<p>DIMENSIÓN: ANÁLISIS DE MERCADO</p> <p>1.¿En qué nivel está el volumen de comercialización de artesanía que elaboran los reclusos?</p> <p>2. ¿Cuál es el nivel de los costos de la producción de artesanía que elaboran los reos penitenciarios?</p> <p>3.¿Existen varios canales de distribución de los productos de artesanía que fabrican?</p>					
<p>DIMENSIÓN: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</p> <p>4.¿Es alto el volumen de artesanía de la competencia?</p> <p>5.¿ Es alto los costos de artesanía de la competencia?</p> <p>6.¿Para la competencia hay facilidades para vender sus productos, es decir, existen varios canales de distribución para la venta de artesanía?</p>					
<p>DIMENSIÓN: PLAN DE</p>					

<p>MARKETING</p> <p>7. ¿Existe un plan de marketing para publicidad de los productos de artesanía de los reclusos?</p> <p>8. ¿Existe un plan de marketing para promoción de los productos de artesanía de los reclusos?</p> <p>9. ¿Existe un plan de marketing para fidelización de los clientes que compran los productos de artesanía de los reclusos?</p>					
<p>DIMENSIÓN PLAN OPERATIVO</p> <p>10. ¿Se ha elaborado el plan operativo a nivel de volumen de comercialización de artesanía de los reclusos?</p> <p>11. ¿Se ha elaborado el plan operativo a nivel de costos de comercialización de artesanía de los reclusos?</p>					
<p>DIMENSIÓN PLAN FINANCIERO</p> <p>12. ¿Se ha calculado el TIR del plan financiero de artesanía de los reclusos?</p> <p>13. ¿Se ha calculado el VAN del plan financiero de artesanía de los reclusos?</p> <p>14. ¿Se ha calculado el Costo/Beneficio del plan financiero de artesanía de los reclusos?</p> <p>15. ¿Se ha calculado la Rentabilidad del plan financiero de artesanía de los reclusos?</p>					
<p>DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO DE ARTESANÍA DE LOS RECLUSOS</p> <p>16. ¿Se ha diagnosticado el actual volumen de producción de artesanía de los reclusos?</p> <p>17. ¿Se ha diagnosticado el actual costo de producción de artesanía</p>					

<p>de los reclusos?</p> <p>18. ¿Tienen los reclusos los suficientes canales de distribución para la producción de artesanía?</p> <p>19. ¿Se está dando cumplimiento de las normas del estado en cuanto a la producción de las artesanía elaboradas por los reclusos?</p>					
--	--	--	--	--	--

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
TÉCNICA DE ANÁLISIS DOCUMENTARIO
INSTRUMENTO: HOJA DE COTEJO / CUADERNILLO DE TRABAJO

Objetivo: Recolectar información relacionada con el control del gasto presupuestal.

1. ¿Cuál es el Margen diferencial entre lo presupuestado y ejecutado?

_____ %. Fuente: Informe Plan Operativo 2014.

Observaciones:

2. ¿Cuál es el Porcentaje de exceso por Centro de Costos?

_____ %. Fuente: Informe Plan Operativo 2014.

Observaciones:

3. ¿Cuál es la diferencia del Margen de Utilidad?

_____ %. Fuente: Informe Plan Operativo 2014.

Observaciones:

**GALERIA DE FOTOS DE TRABAJOS ARTESANALES ELABORADOS POR LOS INTERNOS DE
REGIMEN CERRADO ORDINARIO DEL E.P. CHACHAPOYAS.**







