

Figura  
plegable de  
**La**  
**Matriz**  
de Valparaíso

PRODUCTOS  
EN LA EMPRESA  
SOCIAL

Pamela Alejandra Maldonado Rivera  
Eduardo Emilio Pineda Reyes

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso  
Escuela de Arquitectura y Diseño  
Profesor: Sr. Arturo Chicano  
Año 2010, Diseño Industrial

*Ya que siempre es importante tener la convicción y la fe en lo que se hace, también hay que dar las gracias a quienes hicieron posible que llegáramos a ésta etapa. Dentro de esas personas tenemos principalmente a la familia, amigos, compañeros y profesores que fueron los que apoyaron y creyeron en nuestras capacidades .*

# Indice

## Prólogo

Capítulo I	<b>Encargo</b>	<b>9</b>
	Origen del encargo	11
	Actualidad e importancia de los productos del Taller La Matriz	11
	Objetivos de la Tesis	11
	Objetivo general	11
	Objetivos específicos	
Capítulo II	<b>La empresa social</b>	<b>13</b>
	Clasificación	14
	Características	14
	Importancia de estas empresas	14
	Principios	15
	Actualidad en Chile	15
	Estructura organizacional	16
	Recursos Económicos	17
	Captacion de recursos económicos	17
	Generación de fondos	17
	Marketing	17
	Producto	18
	Producto social y ejemplos	18

Capítulo III	<b>Parroquia La Matriz</b>	<b>23</b>
	Patrimonio de la Humanidad	24
	La Matriz como empresa social	24
	Misión,visión y valores	24
	Unidades de negocios	24
	Taller La Matriz	25
	Inicios	25
	Productos	25
	Sentidos	25
	Modelo social del producto	30
	Elementos	31
	Experiencia en el funcionamiento	32
	Exposiciones mediáticas	32
	Producción	33
	Recursos humanos	35
	Finanzas	37
	Modelo de organización	38
	Mercadotecnia	38
	Recursos humanos	40
	Producción	42
	Finanzas	46

<b>Capítulo IV</b>	<b>Desarrollo de la forma</b>	<b>49</b>
	Sobre el despliegue	50
	Contenedor/Contenido	50
	Lo plegable y la mano	51
	Despliegue desencadenado	51
	Materialización	52
	Tipo de propuesta: Prototipo papel	52
	Tipo de propuesta: Prototipo madera	53
	Propuesta madera 1	53
	Propuesta madera 2	55
	Estudio vinculación	56
	Momentos de despliegue	60
	Evaluación producto	66
	A nivel formal	66
	A nivel de producción	67
<b>Capítulo V</b>	<b>Producto final</b>	<b>69</b>
	Ejercicios	70
	Ejercicio 1	70
	Ejercicio 2	70
	Propuestas iniciales	71
	Propuesta 1	71
	Propuesta 2	71
	Propuesta 3	72

	Secuencia de armado	74
	Figura plegable	76
	Figura de madera	76
	Elección método de producción	76
	Diseño superficies	77
	Embalaje	77
	Elementos gráficos	78
	Base	78
	Elementos constructivos	79
	Procedimiento Productivo	80
	Diseñador en la empresa social	
<b>Capítulo VI</b>	<b>Anexos</b>	<b>91</b>
	Costos	93
	Planimetrías	94
	Exposición mediática	108
	Plantillas	129
	Colofón	147

## Prólogo

*El "ser" del diseñador está por un lado en esa innegable capacidad de siempre dar una respuesta al requerimiento o solicitud; pero el "ser" del diseñador sólo puede ser capaz de dar una respuesta si mantiene viva y presente la permanente capacidad de hacerse una pregunta. Si esa pregunta ha de responder o no a una solicitud "urgente y necesaria", sólo puede tener respuesta si efectivamente existe una pregunta abierta de manera permanente.*

Esto es un estudio vinculado al sentido de la empresa social y a la propuesta de productos para una empresa social específica: "la Iglesia de La Matriz de nuestra ciudad de Valparaíso".

En este estudio se ha trabajado en el aprendizaje del concepto de "producto" y en el aprendizaje de la "empresa social" y el rol del diseñador como un agente propositivo, capaz de recoger una idea, una voz, "la humanidad del patrimonio" y llevarlo a forma tanto en su carácter social y organizativo de un grupo humano, así como de su tarea de proposición de formas simbólicas concebidas como producto.

Al tratarse del sentido de un producto, se busca un finiquito que no está en la voluntad propositiva o resolutiva en quienes lo diseñan, sino especialmente de el mercado capaz de recibirlo y verificarlo.

En el caso del estudio de la Iglesia La Matriz y su carácter de empresa social se destaca la postura asumida en torno a comprender el encargo efectuado por el Párroco Gonzalo Bravo quien nos señala que desde la postura de la Iglesia Católica el verdadero patrimonio de Valparaíso está en su gente, ello lo nombra como Humanidad del Patrimonio; tal idea entonces ha de ser convertida ley matriz de nuestro actuar.

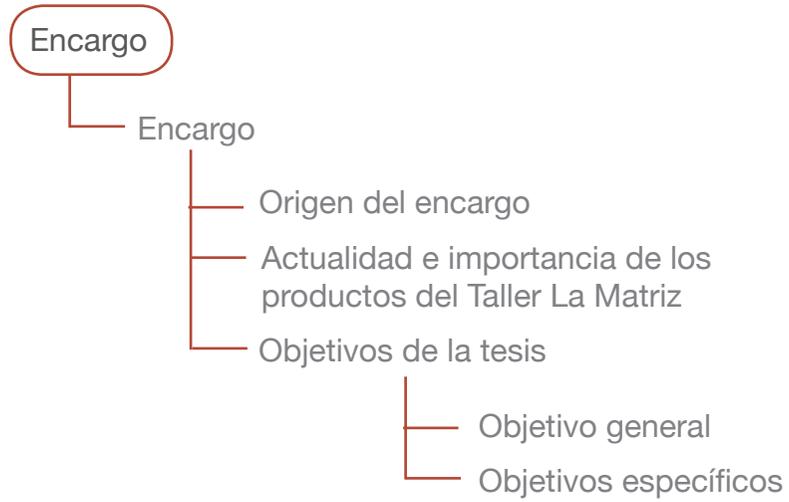
Entendemos entonces que tal humanidad reside en las personas y en la capacidad de organización y compromiso de ellas, y en la capacidad de organización y compromiso que los miembros de una comunidad pueden alcanzar, al ser potenciados por el "diseño". Ello nos lleva a proponer más de 30 productos ligados al carácter religioso de la misión de la Parroquia, así como de su existencia y presencia en un barrio histórico de la ciudad.

Con este trabajo se inicia entonces la propuesta, diseño, construcción y producción de la serie de productos ya señalados en conjunto con un grupo de miembros de la comunidad de La Matriz. Durante el periodo de un año se trabajó en estas materias hasta definir los procedimientos más adecuados para la producción de productos y el modelo de venta de los mismos.

Durante el último periodo de su titulación se genera una nueva línea de productos, concentrándose en uno que, a diferencia de la serie primera concebida con medios y recursos básicos, capaces todos de ser construídos y producidos por personas de la propia comunidad; es construído y producido a través de tecnologías y procesos seriados industriales.

Este último producto es una representación tridimensional de la Iglesia de La Matriz contenida en un embalaje, el cual al abrirse, construye el volumen de la Iglesia, concebida en madera cortada y tallada en una fresadora CNC.

Se trata entonces de dos concepciones de los productos. El primero que se centra en la participación de la comunidad como recurso productivo para hacerlos partícipes del concepto de empresa. El segundo, que intenta elevar el valor de ganancia de los productos propuestos a través de la incorporación de la producción industrial seriada y que da paso a que la comunidad participe centradamente en el ejercicio de la operación comercial de la empresa.



# Encargo

## Origen del encargo

El Taller La Matriz se origina el año 2009, cuando en el taller de construcción de cuarto año de diseño industrial, se desarrollan productos que aluden a La Matriz y su entorno, resaltando la Humanidad del Patrimonio; que tienen como fin la captación de fondos económicos para ser utilizado por la Parroquia en los servicios que esta presta.

## Actualidad e importancia de los productos del Taller La Matriz.

La parroquia La Matriz funciona y depende de fondos que le son entregados por entidades externas a ella, por lo que posee cierta inestabilidad económica que se traduce en inseguridad por los servicios que presta, y en la incapacidad de extenderse en ellos, al no siempre poder contar con los recursos humanos y económicos que se necesitan.

La generación de fondos a través de la venta de productos se presenta como una manera de cambiar la situación anteriormente descrita al brindarle a la Parroquia dinero del cual se tiene plena libertad.

Una línea de productos bien definida logra extender la imagen de La Matriz, dándola a conocer más allá de sus límites actuales, resaltando el patrimonio del lugar y su gente, y expandiendo los valores inculcados por la institución a un número mayor de personas, logrando más adherentes.

El diseño, producción y venta de productos se presenta como un generador de empleos (voluntarios y remunerados), donde convergen distintos oficios, capaces de enriquecer aún más los productos y a la gente que participa de esto.

Las donaciones que recibe la institución son pocas e inconstantes, los productos se presentan como una herramienta para incentivar la donación y mantener al adherente fiel a la organización.

## Objetivos de la tesis

### a. Objetivo general

Definir modelo de sistema de productos para la empresa social de la Parroquia La Matriz y las variables que lo rodean (producción, venta, ética, etc.), concretándose en un producto en específico.

### b. Objetivos específicos

- Definir funcionamiento del taller La Matriz, identificando y organizando los elementos que interfieren en la existencia de sus productos. Iniciar y organizar la producción de los productos, teniendo en cuenta a quien participan de ello y sus capacidades.
- Desarrollar un nuevo tipo de producto acorde a las necesidades y capacidades actuales de la empresa, la cual busca obtener adherentes que se manifiesten con donaciones continuas de altos montos de dinero.
- Definir las características que debe tener este nuevo producto, tanto en su forma como en su simbolismo, de manera de llegar al nuevo mercado al que se enfoca y generar recursos económicos importantes para la empresa.

# La empresa social



## La empresa social

La empresa social es una organización que tiene una misión social, de bien público, y a la vez genera utilidades económicas en su operación, que se reinvierten en los programas sociales de la organización.

La empresa social tiene como fin principal lograr un impacto social, teniendo la rentabilidad y estructura empresarial como medios antes que como un fin último.

### Clasificación

Según sus orígenes y propósitos, estas organizaciones pueden clasificarse en las siguientes categorías:

1 Cultura	8 Intermediarios filantrópicos y promoción de voluntarios
2 Educación	9 Organizaciones internacionales
3 Salud	10 Religión
4 Servicios sociales	11 Asociaciones de empresarios, profesionales y empleados
5 Medio ambiente	
6 Desarrollo comunitario	
7 Defensa de derechos y política	

### Características de las organizaciones sin fines de lucro

a. Son organizaciones: Para serlo deben poseer una estructura interna, estabilidad en sus objetivos, límites organizativos y un documento de constitución.

b. Son privadas: tienen una existencia separada de los poderes públicos, aunque pueden recibir ingresos o aportes públicos.

c. No distribuyen utilidades entre los miembros: no distribuyen los beneficios generados entre sus titulares o administradores, los reinvierten en la misión básica de la entidad.

d. Son autónomas: controlan sus propias actividades, poseen procedimientos propios de gobierno interno y disfrutan de un grado significativo de autonomía.

e. Son voluntarias: la participación, membresía y contribución de tiempo o dinero a este tipo de institución, no es obligatoria o estipulada por ley.

### Importancia de las empresas sociales

Las empresas sociales constituyen un elemento fuerte de vitalidad en una sociedad, ofreciendo una nueva forma de participación en la vida pública, que integra más a las personas y las dotan de un fuerte sentido de pertenencia. Son tres los tipos de aporte que hacen las empresas sociales y sus voluntarios:

a. Promueve la armonía social: Colaboran al bienestar y convivencia de la sociedad. Las entidades ofrecen soluciones o modos de canalizar temas pendientes que de no estar ellas, alterarían la paz social.

b. Divulga ideas: Por la profunda convicción de quienes forman la entidad, su independencia del poder público y del espíritu de lucro, las empresas sociales sirven como vehículo para impregnar a la sociedad con sus ideas (ideas ecologistas, pacifistas, economía de libre mercado, etc).

c. Convoca a la sociedad: Ofrece a los ciudadanos la posibilidad de colaborar con la causa social que los motiva. Dándole posibilidades concretas para el ejercicio de las virtudes humanas en nuestra sociedad.

## Principios de las empresas sociales

Estos principios justifican su existencia como cuerpos intermedios de la sociedad y establecen los parámetros para su actividad.

a. Principio de la justicia: esta es la virtud capital en el ordenamiento social. Se trata de dar a cada uno lo que le corresponde. Y aunque se distingue entre justicia conmutativa, distributiva y social o legal, la acción social debe tener en cuenta el horizonte completo de la justicia.

b. Principio de la solidaridad: La solidaridad es la expresión resultante de la dignidad del ser humano y de su sociabilidad. Por lo que se dice que la persona está unida a la sociedad ( lo cual se entiende como comunidad) y esta obligada para con los suyos( sentido de responsabilidad o compromiso). Subraya la ayuda mutua.

c. Principio de subsidiariedad: Este establece quien debe ayudar. Es un principio que defiende la independencia y la vida propia de las entidades más pequeñas respecto a una acción del estado, dándole un rol protagónico en el trabajo social. Aplicado a lo social este principio establece que no es el estado quien tiene la primera obligación por quienes sufren en nuestra sociedad, sino las entidades menores.

## Actualidad de las empresas sociales en Chile ( estudio comparativo del sector sin fines de lucro, Chile. Publicado en el 2006 por la consultora focus)

Hay cuatro indicadores que reflejan su tamaño y el papel que juega en la sociedad las organizaciones sin fines de lucro. Ellos son:

a. La cantidad de instituciones que existen: En nuestro país existen 107.000 instituciones, incluyendo en esta cifra a corporaciones, fundaciones, juntas de vecinos, sindicatos, clubes de fútbol, etc.

b. Empleo que generan: Al año 2004 el sector no lucrativo(SFL) chileno empleó sobre 303.000 personas en jornada completa equivalente. De esta cifra 160.000 empleos eran remunerados y 143.000 eran voluntarios. Representando el 4.5% de la población económicamente activa, por lo que se puede decir que el sector SFL emplea a más de tres veces el personal del sector minero(1.3) o a dos tercios del empleo de la construcción o el transporte (8,1%). Representa el 1.5% del PIB.

c. Número de voluntarios: El 7% de la población adulta destina un cuarto de jornada al trabajo voluntario, o sea cerca de 1 millón de personas. En España y Francia 1 de cada 5 adultos dona más de tres horas a la semana, en EEUU 1 de cada 3, lo hacen.

d. Donaciones que capte el sector: El estado entrega un 46% de los fondos del sector, el público dona un 18% y las actividades comerciales de la empresa aporta el 36%. Sobre esto último cabe destacar que las donaciones provienen en su mayoría de los particulares y no de las empresas. Por cada \$100 que se donan a la teleton, \$75 provienen de las personas; en EEUU, 8 de cada 10 dólares lo entregan las personas naturales.

## Estructura organizacional

Es el primer ordenamiento de la empresa social, donde existen distintas áreas, y cada una es considerada casi como una empresa pequeña.

La tarea básica de toda entidad de este sector es, por una parte brindar un servicio al beneficiario y por otra, convocar a la sociedad a su causa; por lo que en toda empresa social habrá al menos dos áreas básicas: servicios y convocatoria o captación de recursos). Juntas a estas dos, normalmente se encuentran un área de administración, encargada de dotarlas de recursos humanos, físicos y tecnológicos.

## Captación de recursos.

(Por ser el área que le incumbe a esta trabajo, se profundizará en el área de captación de recursos.)

Es el área que tiene por fin allegar recursos (humanos y materiales) a la empresa, o sea es el área que convoca a la sociedad para que se sume a su causa.

Sistematiza el acercamiento a la sociedad traduciéndolo en voluntarios y donaciones, siendo el marketing la herramienta para lograrlo.



## Captación de recursos económicos

El responsable por estos recursos no tiene por misión conseguir dinero; tiene que conseguir adherentes que se manifiesten con dinero. Su propósito es captar gente antes que dinero.

## Generación de fondos

Los fondos generados provienen del público o de instituciones que tienen fines distintos a la donación, pero que donan como resultado de una determinada actividad de la empresa.

Los siguientes son fondos generados:

- Venta de productos.
- Cuotas sociales.
- Donaciones de personas o empresas.
- Alianzas con empresas o instituciones.
- Inversión en empresas comerciales.
- Eventos como desfiles, rifas, exposiciones, comidas de adherentes, etc.

Ejemplos de fuentes de financiamientos (año 2004-2005)

	Estado	Donaciones	Generación
<i>Emp. sociales en países desarrollados:</i>	41%	10%	49%
<i>Hogar de Cristo:</i>	17%	19%	63%

En ambos casos la principal fuente de ingresos son los generados por las mismas empresas, gracias a la utilización de típicas actividades empresariales para obtener fondos, como lo son la creación de productos o servicios susceptibles a ser vendidos, sistemas de ventas, marketing, noción costos

y precios, etc. En el caso del Hogar de Cristo los fondos generados están formados en su 4.3% por servicios ( coronas, impresos, tarjetas), 8.3 por negocios( funeraria, royalties, etc) y 50% por socios.

## Marketing

El marketing es la herramienta para convocar a la sociedad, dando a conocer la empresa al público, su trabajo, valores, aspiraciones y la forma como una persona puede relacionarse con ella.

Otra definición de marketing en la empresa social es la siguiente “ proceso social y administrativo mediante el cual grupos de individuos obtienen lo que necesitan y desean, a través de la creación, ofrecimiento e intercambio de productos y valores con otros” Philip Kotler.

De esta definición se destacan dos cosas:

- no se habla ni de solidaridad ni donación, sino de la necesidad de unos (institución) que se satisface a través del intercambio con otros (donantes)
- se habla de un intercambio, por lo que se debe crear un plan que ofrezca algo a la sociedad, lo que implica una noción de intercambio: tu me das, yo te doy. Lo que se da entregando lo mejor que tiene: su quehacer.

Por lo que en particular el marketing en una empresa social , será la búsqueda de adherentes que quieran canalizar su espíritu solidario a través de la causa social de la organización.

Inicialmente el marketing estará orientado a invitar a los voluntarios o donantes, a que participen de distintas maneras en la obra de la entidad. Luego se tratará de aumentar su lealtad( fidelizarlos) para que permanezca vinculado a ella, y que juntos, los funcionarios, donantes y voluntarios formen un grupo que ofrezca un mejor servicio al beneficiario.

## Producto

Proviene de la mezcla del marketing mix: producto, el precio, la promoción y la provisión

El producto es la variable básica del marketing social .Y ello porque sin él no hay nada que intercambiar, por lo que se debe contemplar el producto como todo bien (distinto del dinero) que se destina al intercambio.

Kolter lo define así: “producto es algo que puede ser ofrecido a un mercado con la finalidad de que se le preste atención, sea adquirido , utilizado o consumido, con objeto de satisfacer un deseo o una necesidad. El concepto

de producto no está limitado a objetos físicos; cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas). Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios, que son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo”

## Producto social (PD)

La idea de producto social: es una idea para un posible producto social, que la organización imagina que puede ayudar a una problemática que afecta a un determinado grupo social.



*Definición del ajuste producto-mercado*

EL concepto de PD es una versión minuciosa de la idea, manifestada en terminos que sea importantes para el grupo objetivo, de manera que la acepten. Por lo tanto el PD es la idea, la practica o el uso de un determinado elemento. Ejemplos: la promoción de una idea: el respeto a los derechos humanos; práctica social: hervir el agua antes de usarla; uso de un determinado elemento: un insecticida para exterminar el mosquito que contagia el dengue.

Estos productos pueden:

- a. Satisfacer una necesidad que no esta satisfaciendo ningún otro producto;
- b. Satisfacer ua necesidad que otros productos estan atendiendo pero que aquel satisface mejor.

### Productos sociales con base de producto tangible

Son productos que posee una dimensión tangible (configuración física que se percibe con los sentidos) y que buscasn el posicionamiento de una idea social.



*Diseño de productos sociales con una base de producto tangible*



## Ejemplos de ONG y sus productos.

### Organizacion:

Coanil

### Misión

Coanil es una organización con presencia nacional que integra, educa y fortalece a las personas con discapacidad intelectual y sus familias promoviendo y gestionando los apoyos que contribuyan a mejorar su calidad de vida.

### Sobre los productos:

Venden a través de internet Coronas de carida, tarjetas de navidad , una línea de productos llamados "Flor de arte" , estos son hechos en conjunto por los jóvenes de coanil y los orientadores, y artistas que se inspiran en ellos.

Los productos se presentan en catálogos, junto a fotos de exposiciones y jovenes trabajando en su producción. Se venden figuras de papel mache desde \$5000, llaveros de paño lenci \$3200, joyas de plata desde \$17000, innaes desde \$1000, etc.





### Organización:

wwf ( World wildlife fund for nature)

### Misión:

Detener la degradación ambiental de la Tierra, construyendo un futuro en el que el ser humano viva en armonía con la naturaleza.

Su programa persigue tanto la conservación de la diversidad biológica y la promoción del uso sostenible de los recursos naturales, como la disminución de la contaminación y el consumo excesivo de los mismos recursos.

### Sobre los productos:

Los productos son entregados en un intercambio entre la organización y la persona que dona (no se utiliza la palabra comprar), a través de internet. Aquí se presentan los distintos "regalos" a los que una persona puede optar según la cantidad de su donación. Hay productos que nunca pasaran por las manos de quien aporta, como en el caso de becas educacionales para Namibia, sistemas de rastreo GPS para animales salvajes, capacitación, ser un patrocinador de 1 tortuga en Kenia y no tocarla (US\$10.000, \$5.000.000 chilenos) etc.

El resto de los productos, se presentan con una introducción del como este ayuda a la misión de la entidad, sus características y su foto. A continuación se presentan ejemplos.



### Pulsera hechas a mano

“Uno de los objetivos del trabajo de WWF en la cuenca del Amazonas es la promoción de fuentes alternativas de ingresos sostenibles para las personas de la región. Por ejemplo, la promoción de la artesanía sostenible desalienta la deforestación y genera beneficios económicos para los pueblos indígenas. Una donación de WWF apoya enfoques positivos para la conservación de

este tipo en todo el mundo. Como un regalo de agradecimiento por su donación, recibirá este conjunto de tres pulseras artesanales tradicionales. Estas pulseras son hechas a mano ajustable de semillas de acai por los pueblos indígenas de la Amazonia a través de una relación de comercio justo.”

US\$50 (\$25.000)



### Adopción de especies

“Haga un regalo que le ayudará a proteger el futuro de la naturaleza. Su adopción simbólica apoya los esfuerzos globales de WWF para proteger a los animales silvestres y sus hábitats.”

Son 100 especies de animales que poseen posibilidades distintas de adopción, representados por kits de regalos distintos, dependiendo del monto de la donación, que van de los US\$ 25 (\$12.500) a los US\$ 250 (\$125.000). Los kits contienen un peluche o dos ( familia de osos) de distintos tamaños, un certificado de adopción que puede o no llevar marco y una bolsa para envolverlo.

# Parroquia La Matriz



# Parroquia La Matriz

## Patrimonio de la humanidad

La Matriz es la primera Iglesia de Valparaíso( sus inicios se remontan al año 1559), ciudad patrimonio de la humanidad declarada el año 2003, se encuentra en el centro histórico de la ciudad, tiene un gran atrio, que sirve de escenario a los actos culturales del entorno, es el ícono de la ciudad de Valparaíso, monumento nacional, histórico, declarado por la ley de monumentos nacionales de la República de Chile.

Al barrio que la rodea, el más antiguo y pintoresco de Valparaíso, se le ha llamado el “corazón del puerto”, porque ahí nació y empezó a crearse la ciudad y es un símbolo de su historia.

## La Matriz como empresa social

La Parroquia Salvador del Mundo La Matriz, como organización social necesita trazar rutas que debe seguir, por lo que para empezar se enuncian en la Planificación Estratégica de la Parroquia ( noviembre de 2009) ,la visión, misión y valores, que guían, controlan y alentan a la organización en todos sus ámbitos de acción, donde se incluye el Taller La Matriz, que debe tomarlos y funcionar en torno a ellos.

### a. Visión de la Parroquia:

“ Ser una organización cristiana, flexible y coherente, de apoyo social y espiritual en el área de influencia de nuestra Parroquia”

### b. Misión de la Parroquia:

“Consolidar la evangelización y la imagen de Jesús a través de la satisfacción de las carencias espirituales de la comunidad de cristianos, a ser cubiertas por los servicios religiosos y los de carácter social desarrollados en La Matriz.”

### c. Valores:

Principios , creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y soporte de la cultura organizacional.

“Fe, amor al prójimo, dignidad a la persona humana, solidaridad, justicia social, respeto por las personas, trabajo en equipo y compromiso con la comunidad.”

## Unidades de negocio

La parroquia La Matriz para lograr formular estrategias organizacionales, hace una subdivisión en unidades estratégicas de negocio, donde cada una tiene estrategias comunes, autónomas pero no independientes de las demás ya que todas se integran en la estrategia general de la parroquia.

Las unidades son: la Social, la Evangélica, la Recreativa y la Comercial.

### a. Unidad social

La misión de la Parroquia se refleja en acciones que prestan los voluntarios a las personas que más lo necesitan, por medio de grupos como es el comedor 421, que reúne a más de 100 personas al día, brindándole lo que más necesitan, alimento, compañía, abrigo y salud.

### b. Unidad comercial

Función: “Difundir la imagen de la Parroquia La Matriz”

En esta unidad se encuentra el Taller La Matriz, destinado a hacer productos que le permitan a la empresa generar recursos.

## Taller la Matriz

Es un grupo de La Matriz, perteneciente a la unidad comercial de ella como empresa social. Su función es la realización de productos para así generar recursos que le permita a la Parroquia, y al taller mismo, sostenerse económicamente y lograr sus objetivos de servicio. Y al mismo tiempo posicionar la marca de la Parroquia La Matriz y su visión en la sociedad.

El taller está conformado por personas pertenecientes a la comunidad, encargadas de los productos en todas sus etapas de producción.

## Inicios

En julio del año 2209, en el taller de construcción de cuarto año de diseño industrial, se comienza el estudio para crear el merchandising de la Parroquia La Matriz.

En un primer momento se estudió el concepto de empresa y el de empresa social, que albergaría al taller La Matriz.

Luego se estudió el sector de La Matriz, la humanidad presente en el patrimonio, elemento esencial para el desarrollo posterior de los productos.

Se desarrollan productos en un proceso tanto individual como colectivo. Individualmente cada producto debía reflejar el sentido que se le había dado, mejorar su diseño, poner énfasis en la presentación externa de él y en su precio. Colectivamente se debía lograr una imagen corporativa, donde la gráfica, el logo y los materiales se aunaran en todos los productos.



## Productos del taller

### A. Sentidos de los productos ( líneas de productos)

Son elementos que le dan identidad e importancia al lugar, tocando la Humanidad del Patrimonio y el atractivo turístico, son los sentidos religioso, de barrio e histórico del sector y se presentan como fundamento de cada

#### a. Sentido histórico

Son productos que potencian los hechos históricos ocurridos y los lugares íconos del barrio de La Matriz y la ciudad de Valparaíso.



#### b. Sentido de barrio

Estos productos son capaces de mostrar las costumbres y tradiciones de la gente que en el barrio reside.



#### c. Sentido religioso

Son productos que se presentan como medios de evangelización, capaces de acercar a la gente a la fe y a la Parroquia La Matriz.

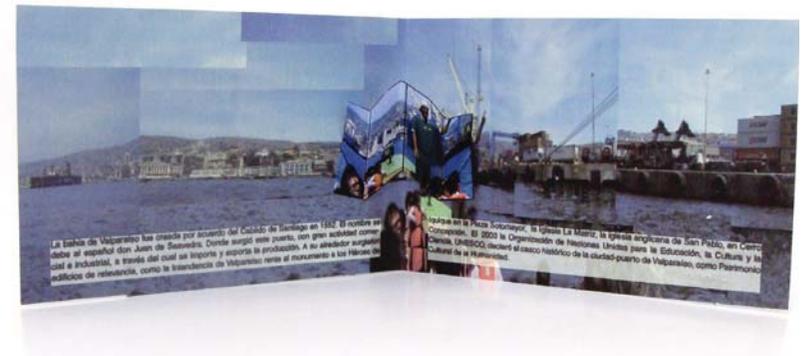
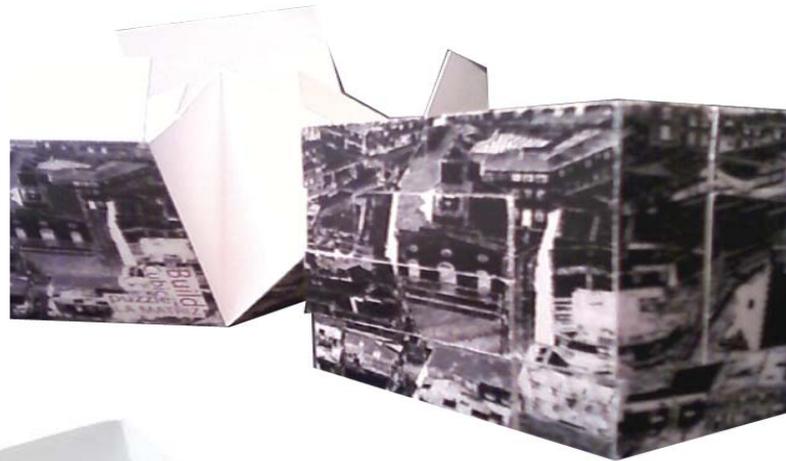


a.Sentido histórico

Tríptico informativo  
 Calendarios  
 Imanes de refrigerador

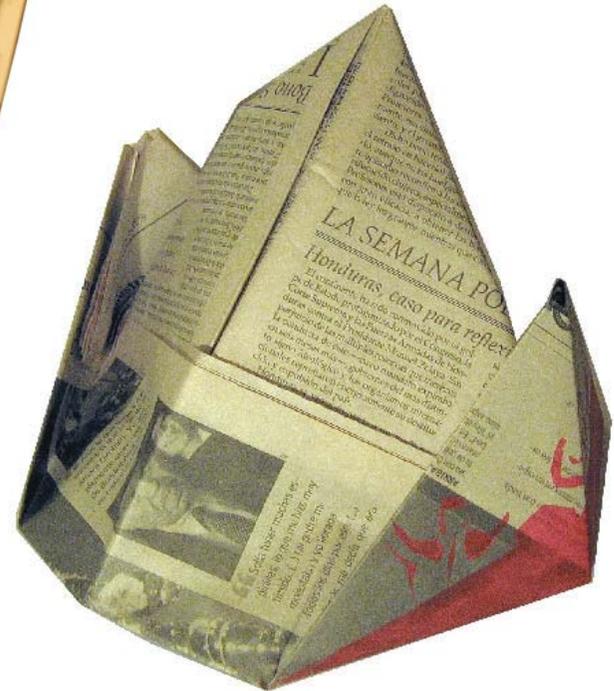
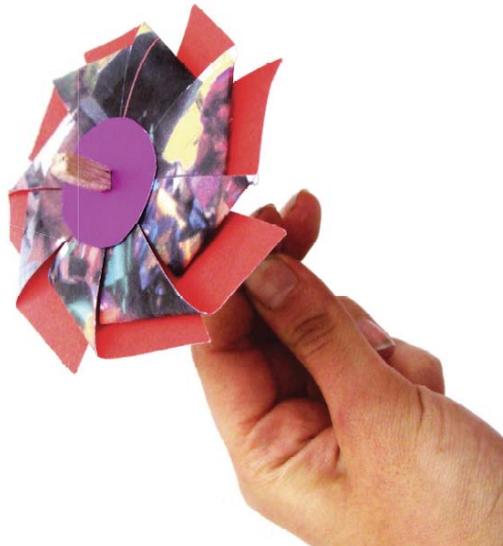


Postales plegables  
Postales dísticas  
Puzle cúbico



b. Sentido de barrio

Remolinos de papel  
Muestra de especias  
Sombreros de papel de diario



Elementos mesa porteña  
Flipbook  
Envase de productos textiles  
Aprieta-papeles



c. Sentido religioso

Santos de resguardo  
Denario  
Posavelas

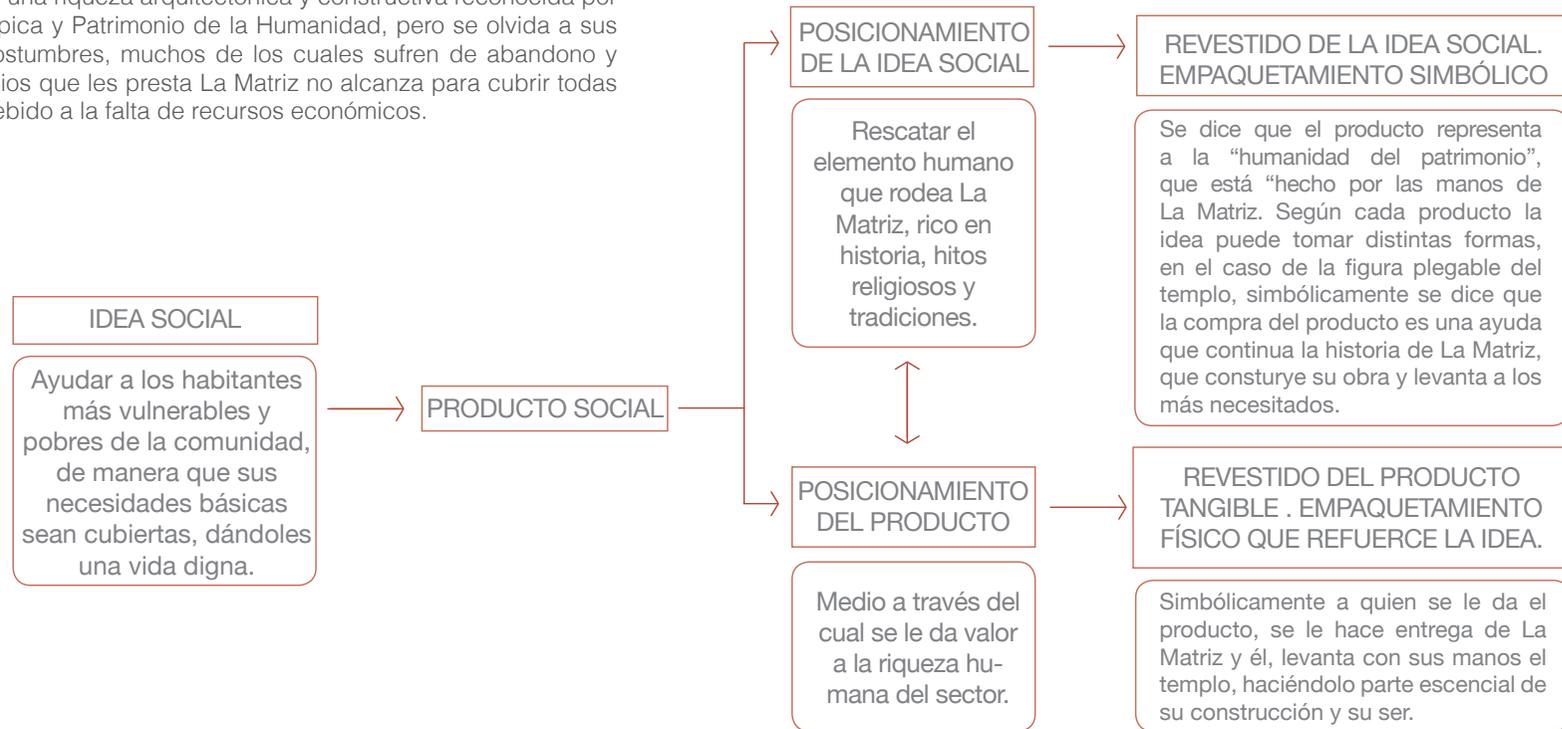


Iconos religiosos plegables  
Crucifijo de Madera



## B. Modelo social de producto del taller la Matriz y en específico para el producto de la figura plegable de La Matriz.

Para esto se definen una situación social por la que se quiere trabajar : El barrio de La Matriz, posee una riqueza arquitectónica y constructiva reconocida por todos como zona típica y Patrimonio de la Humanidad, pero se olvida a sus habitantes y sus costumbres, muchos de los cuales sufren de abandono y pobreza. Los servicios que les presta La Matriz no alcanza para cubrir todas sus necesidades debido a la falta de recursos económicos.



## C. Elementos de los productos



Diseñado por Marco Cortés/ Daniela Sánchez  
Revisión gráfica Pamela Amigo  
e.[ad] PUCV Chile [www.lamatriz.cl](http://www.lamatriz.cl)

Es el respaldo del diseño. El nombre de los diseñadores actúa como una garantía entre el diseñador y la empresa de manera de incentivar la donación y darle un respaldo de diseño al producto.

La institución detrás del diseñador, en este caso la e.(ad) PUCV, le entrega el prestigio relacionado con la institución y remarca su participación social y de diseño en la comunidad. La dirección de la página web permite establecer un contacto entre las dos partes.



**IMÁGEN: Ascensor de Valparaíso, Chile**

La imagen de un lugar representativo del barrio la Matriz y de Valparaíso es un elemento que identifica el producto con su lugar de procedencia, al mismo tiempo que lo enseña.



Isologo que identifica al producto como proveniente de la Parroquia La Matriz. Le imprime la marca.

**LA HUMANIDAD DEL PATRIMONIO**  
*THE HUMANITY OF HERITAGE*

Frase que hace referencia al elemento humano presente en el patrimonio muchas veces olvidado y dejado de lado. Los productos deben rescatar la humanidad del patrimonio a través de un diseño que la tenga presente tanto en su fundamento de forma y uso, como en su producción, lo que trae a oficios y actividades de producción tradicionales y manuales, donde las personas del sector aportarían directamente. Frase que también trae esta idea es "Hecho por la manos de La Matriz"

Se presenta en español e inglés de manera que el mensaje llegue a un mayor número de personas, incluyendo extranjeros.

## Experiencia en el funcionamiento del Taller La Matriz

### A. Exposiciones Mediáticas

Exposiciones que tienen el fin de hacer conocer al taller y sus productos de manera formal y masiva.

Jueves 1 octubre

#### EXPOSICIÓN DE LOS PRODUCTOS A LA PRENSA

Presentación donde asistieron medios de comunicación masiva, como radio, televisión y diarios, regionales y nacionales.

Domingo 4 octubre

#### EXPOSICIÓN DE LOS PRODUCTOS A LA COMUNIDAD

Se presentan los productos y se hace una invitación a la comunidad a participar del taller durante y después de misa.

Lunes 16 de noviembre

#### EXPOSICION DE LOS PRODUCTOS COMO PARTE DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA PARROQUIA

Alumnas de Ingeniería comercial de la PUCV, realizan la presentación de la planificación estratégica de la parroquia como empresa, y se exponen los productos como una actividad esencial.



**EL MERCURIO**  
www.emol.com

Noticias | Opinión | Blogs | Economía y Negocios | Domingo | Deportes | Revistas | Empleos | Clasificados | Servicios | Ediciones e

NACIONAL  
Viernes 2 de Octubre de 2009

Valparaíso  
**Iglesia de la Matriz presenta productos para financiar obras**

Con apoyo de la UCV diseñó su estrategia de merchandising al cumplir 450 años.  
**AUDÉNICO BARRÍA VALPARAÍSO.** La emblemática iglesia de la Matriz, que celebra 450 años de su primera construcción, recurrió a las técnicas del merchandising para financiar sus comedores y otras obras sociales que realiza en el barrio puerto.

Para ello recibió el apoyo de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Católica de Valparaíso, la que diseñó una serie de productos artesanales que serán vendidos principalmente a los turistas que lleguen a conocer la actual iglesia, levantada en 1837.

Se trata de crucifijos desarmables, imanes para refrigeradores, tarjetas plegables, cubiertos para ensaladas, postales y otros objetos inspirados en la iglesia.

El párroco Gonzalo Bravo sostiene que, junto con financiar obras de ayuda a los más pobres, los productos promueven el valor patrimonial de la ciudad.

Unos 150 almuerzos a personas pobres entrega diariamente La Matriz.  
Foto: TOMÁS FERNÁNDEZ

## B. Producción

Durante los meses de octubre y noviembre del año 2009 se trabajada con voluntarios en la producción, es de común acuerdo tener una reunión semanal, los sábados a las 17:00 hrs., donde se trabaja y asignan labores para hacer en el domicilio, acomodándose, las faenas, al horario de cada colaborador. Los momentos característicos son los siguientes

### Entrega de los manuales de procedimiento productivo:

Reunión a la que asisten quienes participaron en el diseño de los productos, tanto los profesores como los alumnos, y quienes participaron en el taller La Matriz, voluntarios y párroco. Se realiza una breve explicación de los productos y se hace libre disposición de los manuales de procedimiento, para que según las afinidades de la persona con los productos se elija uno y se comprometa a ser jefe de su producción.

### Instancia de formación y evaluación de las competencias del voluntariado

Se elige un producto que permita enseñar las faenas recurrentes en la mayoría de los productos, y con elementos de variada dificultad. Los elegidos son las postales plegables simples, al poseer las operaciones de impresión, plisado, corte de papel simple y complejo, pegado y montaje.

Se enseña cada una de las operaciones y los materiales requeridos para hacerlos, se pone énfasis en la producción en serie como la manera grupal e individual más eficiente de producir.

Se responden las dudas y corrigen errores.

Se evalúa a cada colaborador y se caracteriza según las competencias mostradas, se pone énfasis en la capacidad de liderazgo, comprensión de instrucciones, grado de concentración, pulcritud, uso de cartonero, regla, lápices, tijeras, pegamento, motivación, etc.



## B. Producción

Durante los meses de octubre y noviembre del año 2009 se trabajada con voluntarios en la producción, es de común acuerdo tener una reunión semanal, los sábados a las 17:00 hrs., donde se trabaja y asignan labores para hacer en el domicilio, acomodándose, las faenas, al horario de cada colaborador. Los momentos característicos son los siguientes

### Entrega de los manuales de procedimiento productivo:

Reunión a la que asisten quienes participaron en el diseño de los productos, tanto los profesores como los alumnos, y quienes participaron en el taller La Matriz, voluntarios y párroco. Se realiza una breve explicación de los productos y se hace libre disposición de los manuales de procedimiento, para que según las afinidades de la persona con los productos se elija uno y se comprometa a ser jefe de su producción.

### Instancia de formación y evaluación de las competencias del

## voluntariado

Se elige un producto que permita enseñar las faenas recurrentes en la mayoría de los productos, y con elementos de variada dificultad. Los elegidos son las postales plegables simples, al poseer las operaciones de impresión, plisado,

Resultado del trabajo de un mes y medio:

- 40 set de Aprietapapeles, Perritos de La Matriz:
- 22 set de Postales plegables simples.
- 45 calendarios.
- 28 Remolinos grandes y 35 medianos.
- 48 Set de imanes.
- 15 denarios.
- 36 especieros dobles y 80 simples.
- 15 crucifijos chicos.
- 25 poleras envueltas.



### C. Recursos humanos Gestión basada en las competencias

Se debe compatibilizar competencias, o sea, capacidades, habilidades y potenciales de los colaboradores con las tareas a realizar por la organización, ya que cuanto mejor se adecuen las competencias del colaborador a los requerimientos de las labores, mejor será el desempeño y satisfacción por el trabajo realizado. Por lo que siempre habrá que identificar y desarrollar las competencias de los colaboradores, ofreciendo posibilidades de formación y desarrollo.

Para la integración de nuevas personas y la sucesión, se debe crear un ambiente donde se interactúa de manera generosa, compartiendo experiencias y conocimientos, enriqueciéndose mutuamente y velando por el futuro y crecimiento de las personas y la empresa.

### Voluntariado

Los voluntarios participan en el taller paralelamente a todas sus actividades laborales y familiares, de mayor importancia, por lo que su presencia se ve afectada por estas y el grado de compromiso que tengan con el taller. Lo que se traduce en una incapacidad por parte de la organización de prever la cantidad de gente con la que se cuenta para poder producir, que en general se ve disminuída del promedio, generándose una desventaja productiva y la necesidad de hacer métodos flexibles de producción e incentivos para motivar a la gente.



## Ocupaciones

Las ocupaciones características son las siguientes:

-Encargado de la Parroquia: es a quien hay que presentar las propuestas (producción, finanzas, recursos humanos y marketing) para que tome las decisiones finales, aceptándolas o corrigiéndolas. Es quien incita la participación de los voluntarios, invitando y motivando a la gente en el trabajo, localizando gente de su confianza para las ocupaciones de más dificultad. Busca las maneras de financiar al taller en sus inicios. Encargado de abrirse lugar en el mercado, buscando puntos de venta, instancias de publicidad y pidiendo los permisos correspondientes.

-Encargados del taller La Matriz: presentan las propuestas relacionadas con el taller. Evalúan las competencias de los voluntarios, los capacitan, corrigen y asignan tareas. Evalúan la forma de producción de los objetos, y se decide el orden en que serán producidos y las tareas a realizar. Hacen las compras y el estudio de los costos y precios. Se encargan de la correcta presentación de los productos y de la imagen de ellos ante los clientes y medios.

-Colaboradores: personas que voluntariamente trabajan por el taller, en todos sus aspectos. Son estos los que deberán llevar a cabo todas las tareas necesarias para que funcione el taller en un futuro donde falten las ocupaciones anteriores. Dentro de estos se destacan los siguientes:

- Colaboradores que producen y venden: trabajan en la producción todas las semanas, tanto en la reunión semanal, como en su casa. Los domingos se encargan de vender, preparando las instalaciones y mostrando el trabajo.

- Encargada de finanzas y ayudante de los encargados del taller: realiza los inventarios de movimiento y los internos, lleva el registro y comprobantes de ingreso y egreso, hace las cotizaciones y compras.

Reemplaza a los encargados en caso de que no estén presente, coordinando, capacitando y corrigiendo las tareas de producción. Se piensa como la persona que en el futuro será la encargada del taller, por lo que se incluye en las tareas de organización.

-Encargada de motivación: enseña los trabajos y los modos de producción a la gente a modo de invitación, y bienvenida para quienes participan por primera vez. Se encarga de mejorar el ambiente de trabajo, preparando la once y poniendo música. Su perfil corresponde al de alguien con orientación a las relaciones públicas, al servicio y comprometida con la obra.

## D. Finanzas

### Costos y fijación de precios

Tras la cotización se calculan los costos de cada producto (plantilla de costos) y luego se calcula el excedente que se quiere obtener. El precio se compone en un primer momento del costo de su realización, luego se le suma el hecho de que la venta de este producto debe sostener la fabricación de un producto nuevo, y debe aportar a los beneficios sociales que entrega la empresa. De esta manera el precio se acerca al 300% del costo, siendo el precio de venta igual al costo más el excedente deseado.

La fijación de los precios conlleva un problema, al estar estos por sobre el precio que están dispuestos a pagar los vecinos del sector, personas por las que trabaja la Parroquia y que no debe excluir por sus fundamentos, productivamente hablando, las personas deben tener una buena imagen del taller y sus productos, debido a que son estas personas quienes trabajan por

el taller; Por lo que los precios deben estar al alcance de ellos. Para solucionar esto se define que son dos las instancias de ventas: los domingos después de misa, venta destinada a los vecinos y feligreses, y en otros días y lugares, destinados a los turistas y gente externa al barrio. La variación del precio se da al rebajar en un 20% cuando se vende a los vecinos.

### Registro de ingresos y egresos

Se mantiene un registro de los egresos a través de los documentos que lo comprueban, boletas y facturas.

El registro de ingresos se hace a través de la completación de plantillas de ventas.

### Ventas

Se producen para dos destinatarios principales: Los vecinos del barrio La Matriz y los turistas. La venta para los primeros se realiza los domingos después de misa en el atrio de la Parroquia o en su entrada. Con un 20 % de descuento.



## Modelo de organización del taller La Matriz

Una organización ordenada del Taller La Matriz se logra al dividirlo en 4 departamentos : el de mercadotecnia, el de recursos humanos, el de producción y el de finanzas.

El de **mercadotecnia** incluye los los métodos a través de los cuales se busca conquistar el mercado, colaborar con la obtención de los objetivos de la organización, y de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores.

El de **recursos humanos** incluye la función de asignación de tareas dentro de todos los departamentos y el de la motivación del voluntariado.

El de **producción** incluye la gestión de los sistemas que generan los productos.

El de **finanzas** que incluye los modos de obtención y gestión de los fondos que necesita para cumplir los objetivos propuestos.

Los procesos de gestión de estos departamentos consta de momentos comunes, como los son el planteamiento de objetivos (planificación), organización y control.

*Principales consideraciones (ver en esta página y en las tres siguientes):*

- 1 **Ante la instancia de la fijación del precio :**  
*Primero se da por establecido que el precio incluye el costo presente y futuro de la fabricación del producto, ya que el taller debe lograr una sostenibilidad. Luego se le suma el excedente que se desea, elevando el precio del producto y causando un descontento ( por parte del Párroco) que tiende a quere bajar el precio olvidando el excedente que debe ir al comedor. En este momento es esencial preguntarse ¿Cuánto se quiere destinar al comedor?¿Cuánto se valora las horas de trabajo de los voluntario? El precio "elevado" cobra sentido. El precio elevado, al quedar fuera del alcance de compra de la gente de la comunidad, causa conflicto con los valores de la Parroquia, que promueven la solidaridad, la justicia social y el compromiso con la comunidad en todos sus ámbitos de acción.*

*Aparecen dos soluciones:*

*- Se busca una instancia donde la gente de la comunidad pueda acceder a los productos con un precio rebajado, siendo el momento posterior a la misa dominical el adecuado, ya que significa una instancia de aglomeración de gente perteneciente a la comunidad, informada sobre la existencia de los producto , que comparte sus fines y objetivos, dispuesta a comprar, siempre que este a su alcance. La rebaja del precio es del 20%.*

## a. Mercadotecnia

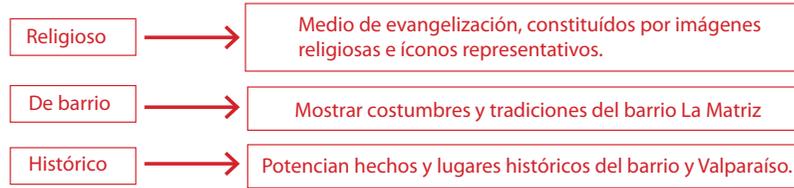
### Objetivos

- Ser una organización que se sostenga por si misma, siendo importante que las ganancias puedan cubrir los gastos de nuevas producciones y también sustentar las labores que realiza la iglesia, por ejemplo el Comedor 421.
- Incrementar el fondo de capital social inicial y los ingresos posteriores.
- Tener siempre una imagen numérica de lo que sucede en el desempeño económico y financiero de la empresa.
- Tener una base informativa de los movimientos y hechos económicos para el conocimiento y toma de decisiones de los encargados de las finanzas.
- Previsión de ingresos y gastos basados en los posibles beneficios a obtener. Donde el precio constituye un factor esencial para la generación de ingresos, por lo que se deben estructurar y definir claramente.

- 2 *- Se debe considerar a la comunidad como un destinatario de los productos, tanto como lo son los turistas, pero con características distintas, que deben ser tomadas por el diseño en la creación de productos.*
- 3 *La dependencia que el taller tiene con los voluntarios se presenta como una debilidad de suma importancia, ya que sin ellos no se logra producir, por lo que se debe trabajar por motivar su participación y afiatar el compromiso que tienen con la obra. Tener una organización flexible capaz de adaptarse a los tiempo y necesidades del voluntariado es esencial para el funcionamiento del taller.*
- 4 *La gestión de recursos humanos basada en las competencias de los voluntarios, permite poder aceptar a quien desee participar en el taller, sin importar por ej: las habilidades manuales que posee. Pudiendo encontrar para todo quien se comprometa con el taller, una ocupación.*
- 5 *La instancia de donación de diseño, se presenta como una manera de incentivar la participación universitaria del diseño en los ámbitos sociales de las comunidades más necesitadas de la ciudad, por lo que se busca que en la donación participen estudiantes y profesores.*

## Organización

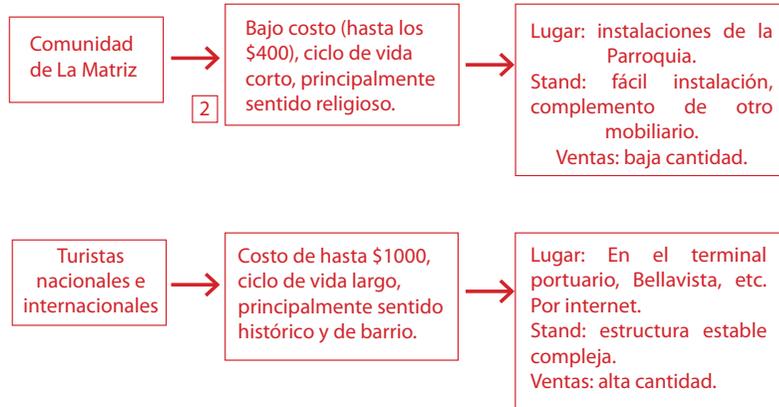
### Sentidos del producto



### Destinatarios del producto

#### Tipología

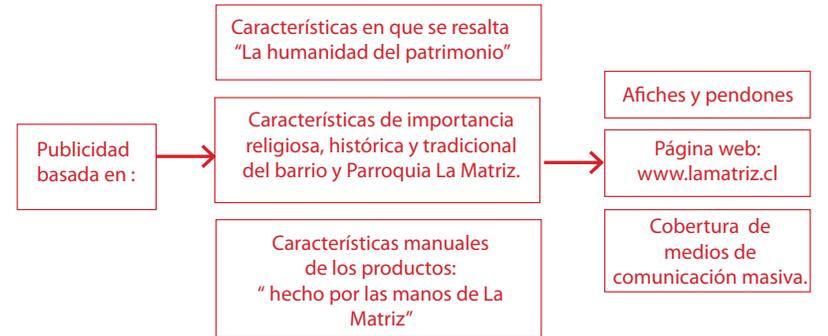
#### Distribución



### Donación de nuevos o actualizados productos.



### Publicidad



## Control



*Plantillas de estudio de ventas general y de ventas por producto.*

## Organigrama de ocupaciones

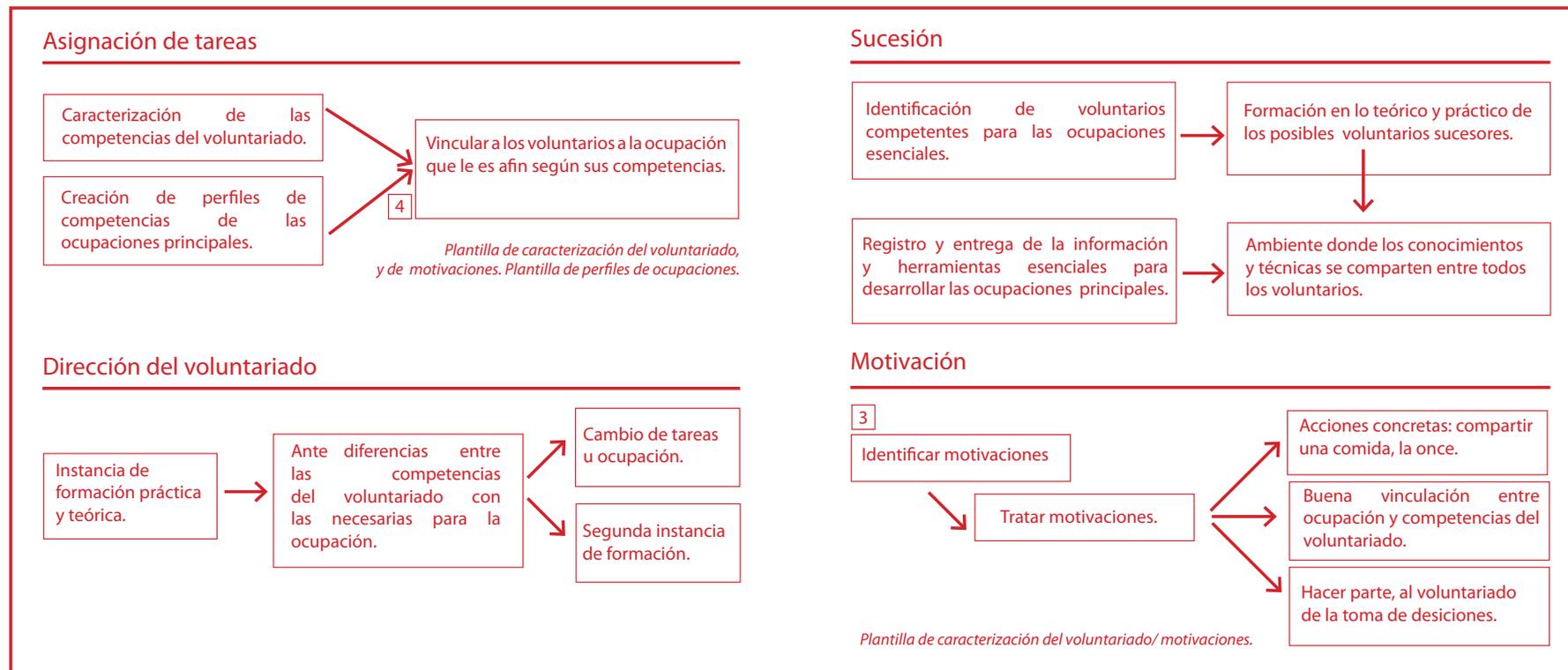


## b. Recursos humanos.

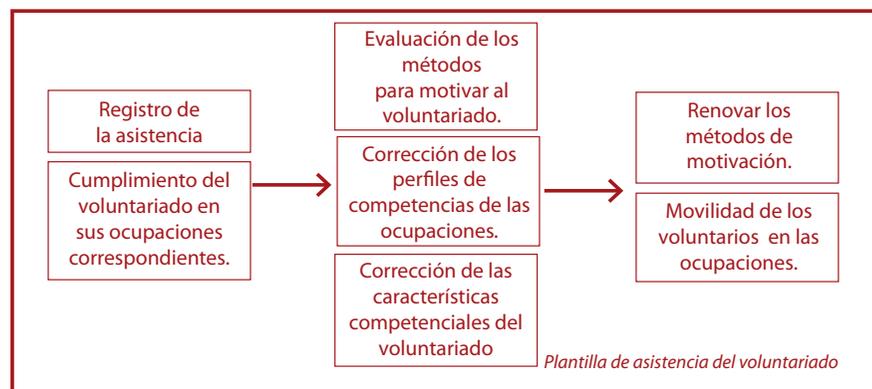
### Objetivos

- Que se compartan de forma voluntaria y esforzada los fines y objetivos de la organización, con los de los colaboradores. De manera que se mantenga en el tiempo un grupo fijo de colaboradores voluntarios, al que no se le resten integrantes, mas bien, se le sumen.
- Compatibilizar competencias, o sea, capacidades, habilidades y potenciales de los colaboradores con las tareas a realizar por el Taller La Matriz, ya que cuanto mejor se adecuen las competencias del colaborador a los requerimientos de las labores de los productos, mejor será el desempeño y satisfacción por el trabajo realizado.
- Identificación y desarrollo de las competencias de los colaboradores.
- Ofrecimiento de posibilidades y movilidad en las tareas, de manera de lograr una mejor adecuación a ellas.
- Procurar la mejora del desempeño, compromiso y asistencia, a través de la motivación, haciéndolos participes en la toma de decisiones de la organización.
- Para la integración de nuevas personas y la sucesión, se debe crear un ambiente donde se interactúa de manera generosa, compartiendo experiencias y conocimientos, enriqueciéndose mutuamente y velando por el futuro y crecimiento de las personas y la

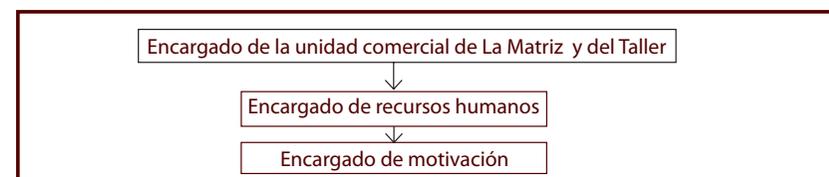
## Organización



## Control



## Organigrama de ocupaciones

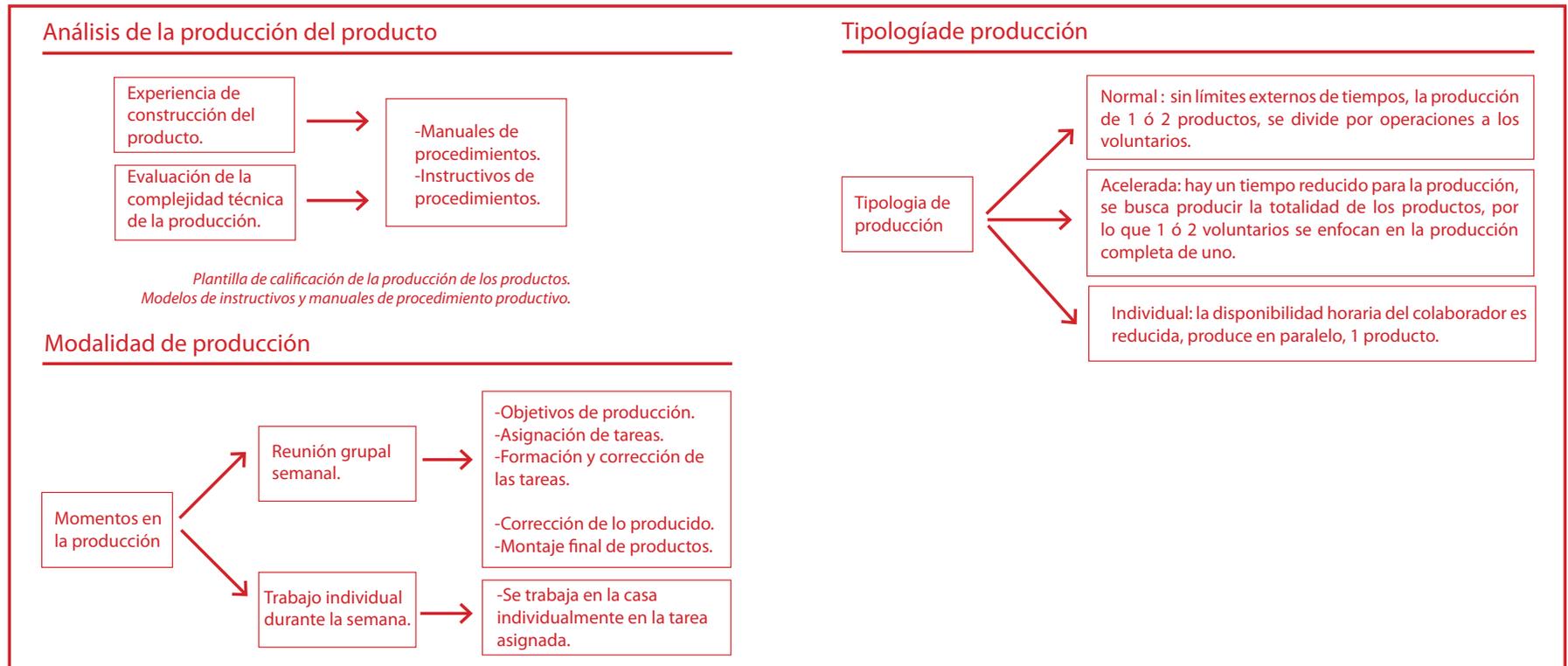


### c. Producción.

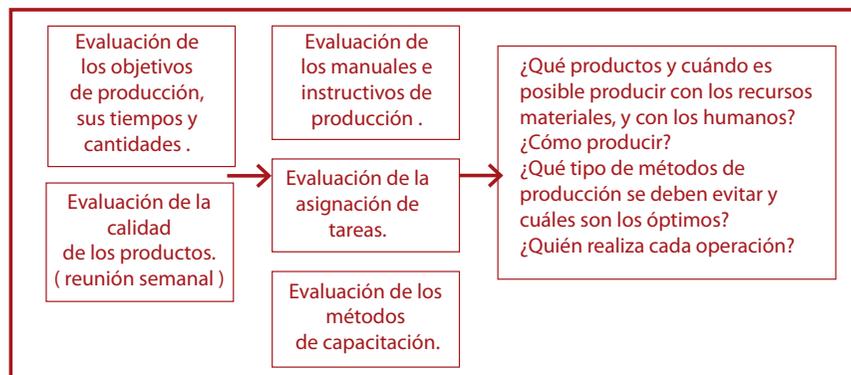
#### Objetivos

- Lograr, junto con la transformación física de los productos, una transformación económica, que aumenten la satisfacción de los clientes al obtener los productos.
- Debe ser capaz de mantener un stock permanente de cada producto para satisfacer las demandas del mercado.
- Lograr una alta productividad, donde los recursos totales consumidos sean los más bajos posibles.
- Ser efectivos con los objetivos planteados cada semana, o sea, lograr los resultados previamente propuestos.
- Disminuir la merma, a través de la ganancia de experiencia y técnicas y a través de la adecuación a la producción e instancias de formación.
- Ser eficaces, producir productos de alta calidad, que se adecuen al uso que se les debe dar. Que satisfagan al cliente.
- Ser un sistema flexible, capaz de adecuarse en objetivos, tiempos y estructuras, a los colaboradores, tanto en sus competencias, como en sus tiempos, ocupaciones y necesidades.
- Tener un control de cada fase de producción, acompañado de instancias de formación, que permitan que la correcta ejecución de las faenas.
- Tener un sistema de instrucciones para cada operación, previamente establecido, pero con la capacidad de ser corregido por los colaboradores, que sea entendible y no de lugar a dudas.

## Organización



## Control



## Organigrama de ocupaciones

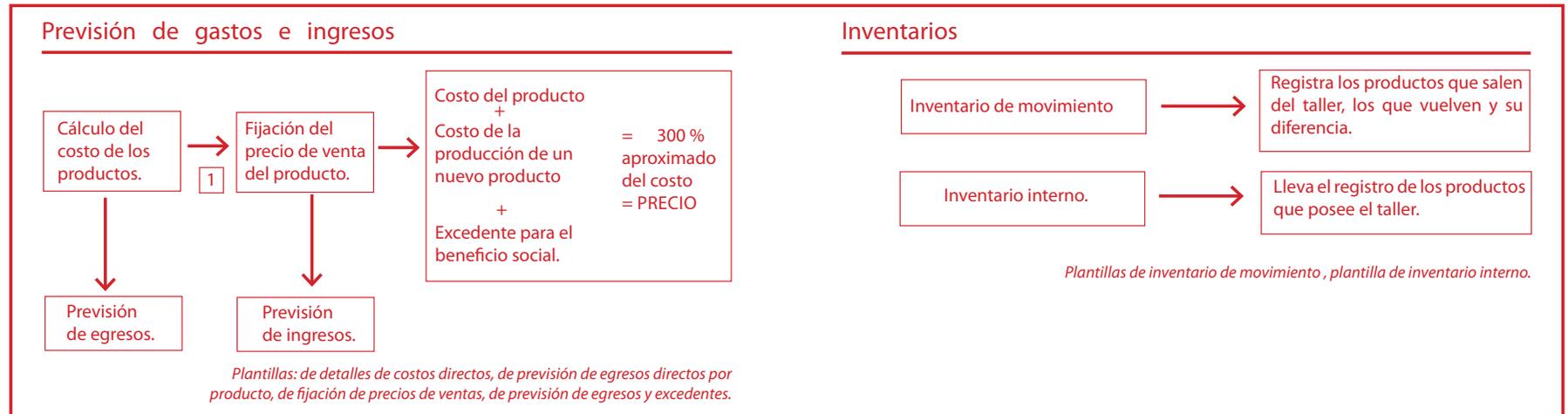


#### d. Finanzas.

##### Objetivos

- Ser una organización que se sostenga por si misma, siendo importante que las ganancias puedan cubrir los gastos de nuevas producciones y también sustentar las labores que realiza la iglesia, por ejemplo el Comedor 421.
- Incrementar el fondo de capital social inicial y los ingresos posteriores.
- Tener siempre una imagen numérica de lo que sucede en el desempeño económico y financiero del taller.
- Tener una base informativa de los movimientos y hechos económicos para el conocimiento y toma de decisiones de los encargados de las finanzas.
- Previsión de ingresos y gastos basados en los posibles beneficios a obtener. Donde el precio constituye un factor esencial para la generación de ingresos, por lo que se deben estructurar y definir claramente.

## Organización



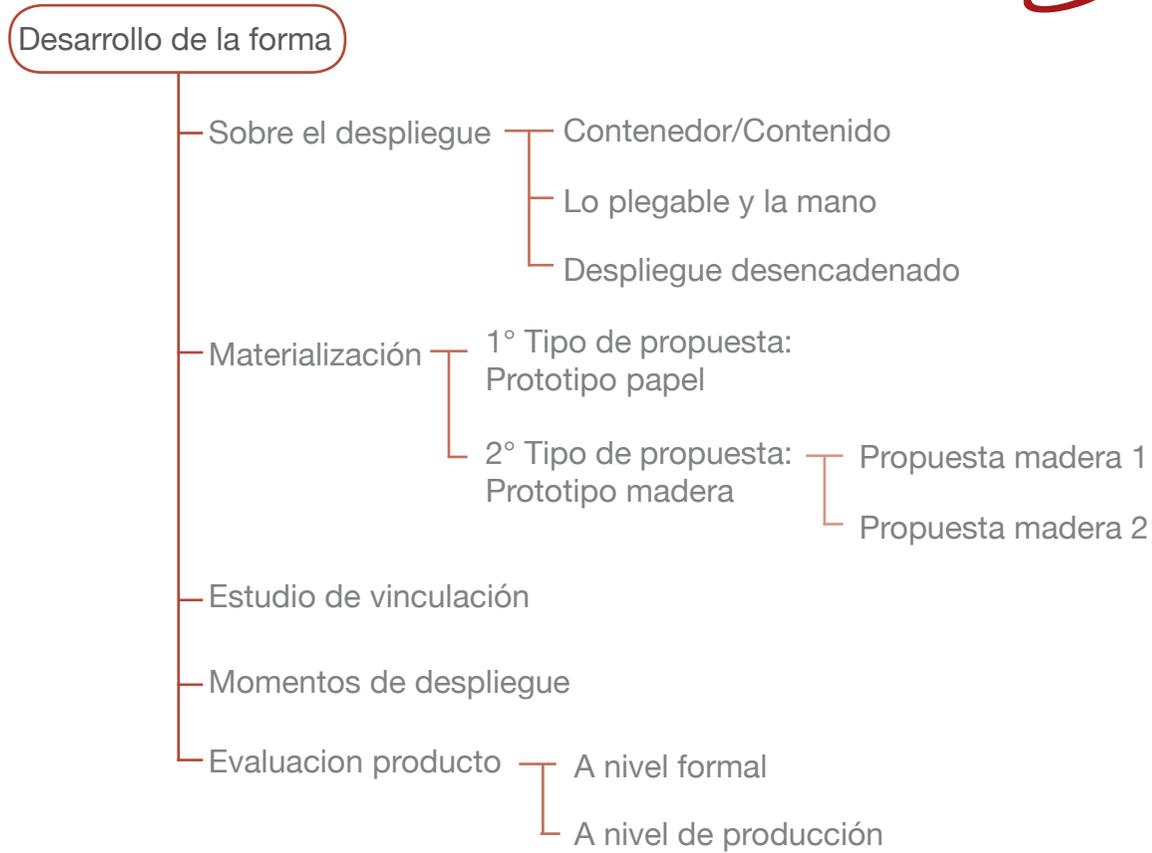
## Control



## Organigrama de ocupaciones



# Desarrollo de la Forma



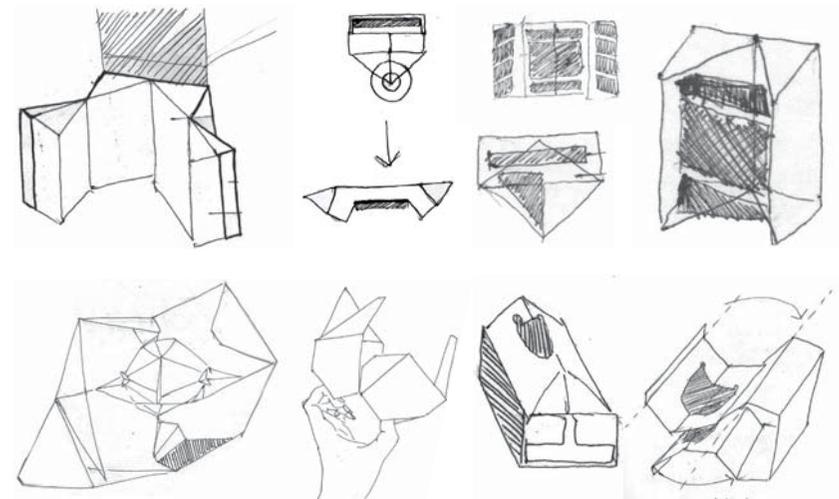
## Desarrollo de la forma

### SOBRE EL DESPLIEGUE

Como campo de observación aparecen una serie de objetos desarrollados en los talleres, a lo largo de la carrera, que entregan una experiencia respecto a características que se incluyen en el producto del templo pegable de la Matriz, que no se quieren abandonar, por entregarle valor a este.

#### a. Contenedor/ contenido ( elementos para el ágape)

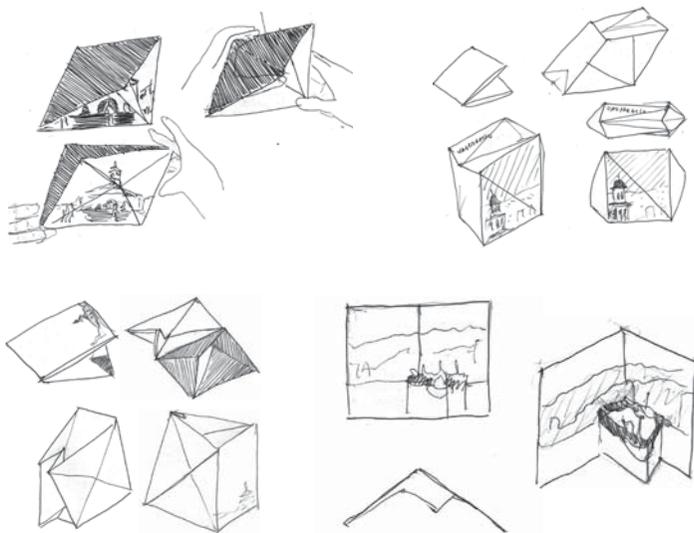
Los contenedores se presentan como un elemento que busca más que el resguardo de lo contenido. Estos le dan forma al acto, guiando las maneras de acceder al contenido y de cómo este es percibido. Potenciando al elemento contenido, ya sea utilizando sus características formales, integrándolas para sí, como lo es el contenedor del vasos y galletas, donde es este el que funciona como cierre del contenedor; o dándole características nuevas, que no son propias de él, pero que traen lo nuevo e inesperado, aumentando el valor, tanto del contenido, como del acto. Ejemplo de este caso es el movimiento que adquiere lo contenido gracias al contenedor y que le brinda una nueva y sorpresiva forma de aparecer.



### b. Lo plegable y la mano (postales plegables)

Lo plegable trae volúmenes que nacen del plano y generan formas distintas y complejas, en el caso de las postales plegables se observa como una línea de cuatro articulaciones, que desplegadas forman un cuadrado, son capaces al desplegarse de formar un volumen estructurado y continuo, trasladando planos a una dirección a otra donde antes se encontraba un vacío.

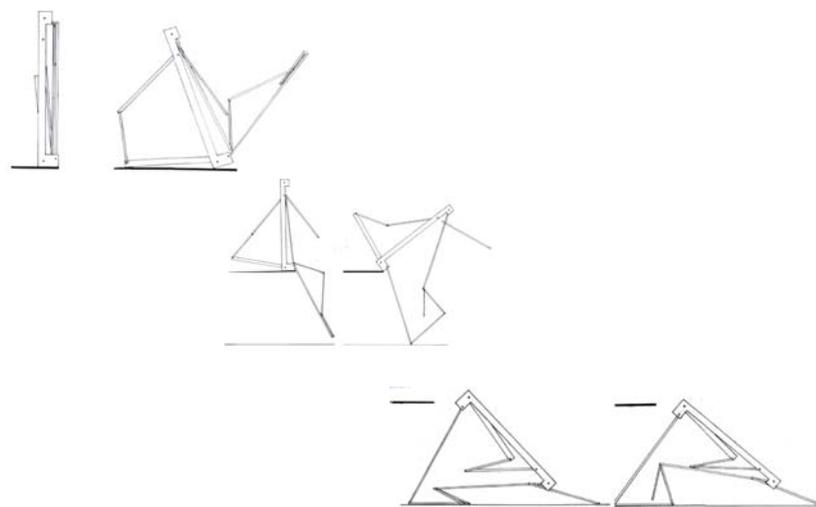
En estos casos aparece la mano como la que en su contacto con el objeto, trae el movimiento, el despliegue, creando una relación directa entre persona/objeto/acto, donde no existe el objeto en su forma completa sin la persona.



### c. Despliegue desencadenado (máquinas expresivas)

Existe un despliegue de volúmenes y superficies que se da fluidamente, donde basta solo un movimiento para causar el despliegue y su serie de formas que cambian en la continuidad y dan paso a la aparición de distintos volúmenes. Así todo aparece de una vez sin dar lugar a equivocaciones y dudas en el despliegue del total.

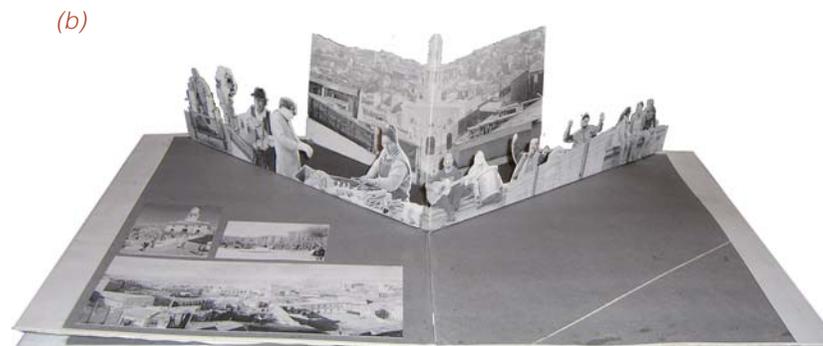
Con esto se busca que la figura plegable de La Matriz, sea un producto donde el envoltorio y la figura se integren formalmente y den paso a un acto de despliegue continuo desencadenado por un gesto de la mano.



## MATERIALIZACIÓN

### 1° Tipo de propuesta Prototipo papel

Con el propósito de entregarle al donador un producto que le de a entender que tiene a "La Matriz en sus manos", se unen en un objeto los conceptos que le dan relevancia a La Matriz, como lo son su componente de barrio, religioso e histórico; Al mismo tiempo que se quiere mostrar la lógica de los productos que realiza el taller La Matriz, traduciéndose en un objeto, tipo cuento, hecho de papel y cartón impreso, donde los volúmenes aparecen gracias a los pliegues de estos, al abrir cada una de las tres páginas, la que muestra la historia del templo (a), el barrio (b) y la devoción en torno a ella (c).



2° Tipo de propuesta:  
Prototipo madera

a. Propuesta madera 1

Se busca hacer aparecer de una caja de madera la imagen de la Parroquia La Matriz, esta imagen hecha de madera se encuentra completa en el interior de la caja. Por lo que la preocupación en el diseño esta en el lograr con un movimiento fluido el posicionamiento de La Matriz en la parte superior de la caja y en el desplegar en el inferior de la caja superficies que permitan exponer información relevante de La Matriz.

Prototipo 1

Partiendo de la forma básica de una caja, una de sus caras (específicamente la que se encuentra en la parte superior) posee un sistema de rotación en un extremo, a través del cual gira, se desplaza y ubica la estructura de la iglesia en la parte exterior de la caja.

El tamaño de la caja va relacionado directamente con el volumen que se le asigne a la Iglesia, esto quiere decir que la altura de la estructura tiene que ser mayor a la de la Iglesia y la extensión de la caja ser mayor a la extensión de La Matriz.

Como forma de mantener la estructura giratoria firme, se ubica un sistema de rieles debajo de ella en donde antes y después de la rotación y giro se pose.



### Prototipo 2

Tomando como referencia la caja anteriormente expuesta, se le realizan modificaciones a nivel estructural para llegar a una forma más compleja.

Se mantiene el giro pero solo en un punto central. Las partes laterales de este poliedro se despliegan con distintos tipos de superficies, diferentes formas y tamaños, generando variados niveles que proporcionan un alrededor a la estructura para así ubicar información en esas caras sobre la Iglesia, su valor histórico y su entorno.

El interior de este poliedro da la posibilidad de ubicar paredes con mas información en distintos niveles que ocultarían ver la Iglesia cuando está se encuentra por debajo.

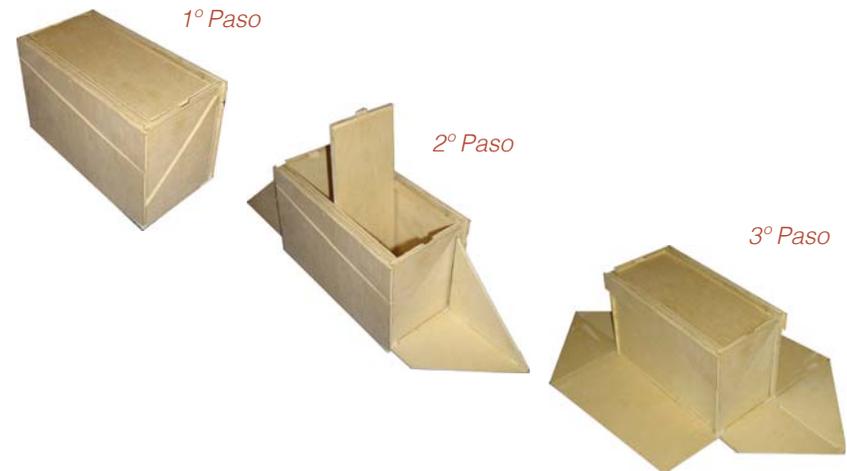


### Prototipo 3

Retomando la forma inicial de caja, se mantienen las características adquiridas anteriormente, como por ejemplo el giro en un punto central, despliegue de caras y generación de un alrededor que rodea a la estructura.

Dos caras opuestas que se despliegan tienen consigo una sección que se oculta dentro de la estructura y que sirven de conexión entre las caras restantes.

Las caras que se despliegan como alrededor poseen información que solo puede ser vista al momento de abrirlas.



## b. Propuesta madera 2

Gracias a los distintos tipos de vínculos entre las placas de madera aparecidos en las propuestas anteriores, se cambia la manera de presentar La Matriz, buscando ahora conformar La Matriz y su atrio a través de las mismas placas que conforman la caja, en su cambio de posición.

### Prototipo 1

Como nuevo concepto de producto, tenemos que incluir algunas modificaciones nuevas para crearlo. Primero, una estructura que se constituye de muchas piezas pero ninguna de estas 100% rígida. Toda la estructura está vinculada a través de múltiples articulaciones.

Todas las cara del prototipo son ocupadas para generar la Iglesia, siendo estas mismas las que cambian completamente de posición y de ángulos.

La posición de la cúpula en forma vertical no cambian en ningún momento, como era en los prototipos anteriormente vistos. La idea en este caso es contituir la Iglesia y de esta forma elevar la cúpula y techumbre para hacerla lo más real posible.



### Prototipo 2

Acercándose a lo que es el prototipo final, nos encontramos con formas ya establecidas e ideas acertadas sobre la forma de desplegar de un poliedro la Iglesia La Matriz.

Tenemos como forma definida la idea de contituir el techo y la cúpula como elementos apartes de la forma total. El atrio tiene que alcanzar su largor a través de placas plegables, al igual que las caras laterales para poder tener más superficie donde exponer información.

La Iglesia queda con una altura debajo, la cual le proporciona una elevación óptima para su exposición además de otorgarle la inclinación que posee la Iglesia por estar en pendiente.



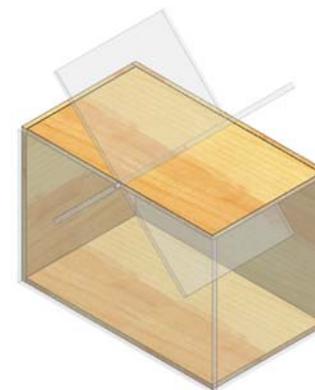
## ESTUDIO DE VINCULACIÓN

Los modelos desarrollados durante el trimestre permiten identificar maneras en que piezas de estas características, o sea formadas de placas de terciado, pueden vincularse, así ganar movimientos, adoptar posiciones distintas en el tiempo y tener como resultado formas distintas a la inicial, de modo que se pueda comenzar con una forma que nada indique sobre la forma final.

Estos vínculos pueden ser utilizados en múltiples ocasiones y tomar distintas formas dependiendo la situación, nacen esencialmente de un eje y las diversas maneras que toma la madera en torno a él, apareciendo el giro con deslizamiento y el giro simple, del que nacen las articulaciones. El encaje entre piezas de maderas, y el como una puede ir inserta entre otra hacen nacer los deslizamientos y trabas simples.

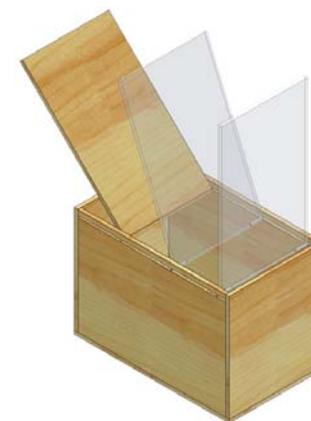
### Giro simple

Este se da al vincular dos piezas a través de un eje fijo en un punto (con relación a ellas mismas). En este una pieza posee un orificio donde se introduce el eje de la otra pieza, de manera que esta puede girar hasta en 360° en caso de que no exista tope o traba alguna.



### Giro con deslizamiento

Este se da al vincular dos piezas a través de un eje que no se limita a un punto, la pieza es capaz de moverse libremente a través de una línea, riel, tanto en forma de giro como de deslizamiento. Es necesario una estructura donde se forme el riel, que corresponde a una ranura de la madera en la dirección del movimiento, y una pieza que posea un elemento capaz de introducirse en el riel.



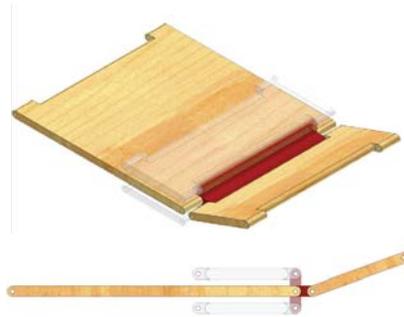
### Giro / articulación 180°

Dos piezas se vinculan a través de un eje fijo en referencia a ellas, de manera que tienen cerca de 180° de libertad de giro. Formalmente tienen un vínculo de encaje "valle/monte", donde en el centro de su intersección se encuentra el eje de giro. Una misma pieza puede estar vinculada de esta manera en más de una parte, de manera que se puede dar una sucesión de articulaciones capaces de adoptar formas más complejas.



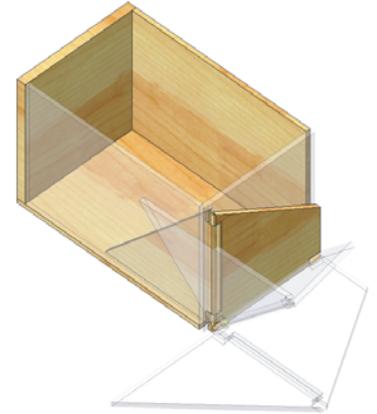
### Giro / articulación 360°

Esta formada por tres piezas vinculadas a través de la articulación de 180°, permitiendo que el ángulo entre las piezas de los extremos sea de 0°, y, gracias a que la pieza del medio es angosta, que la distancia entre las caras enfrentadas de las piezas sea despreciable o nula.



### Deslizamiento

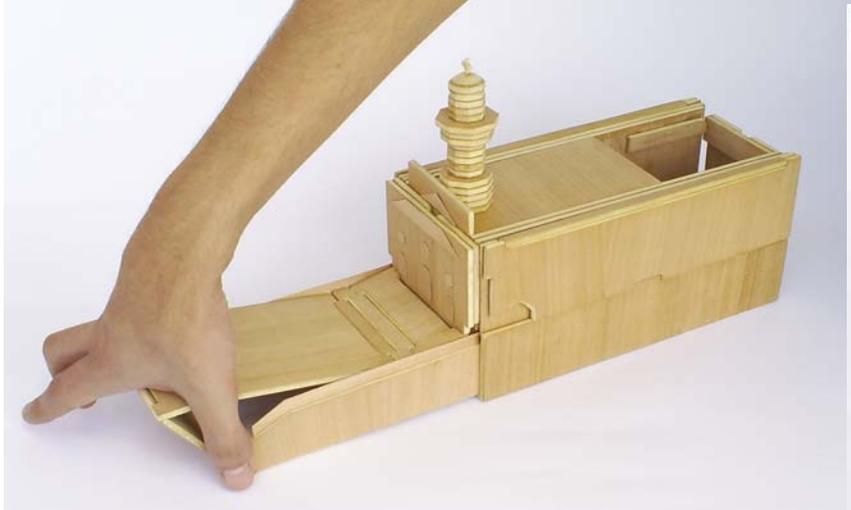
Una pieza es capaz de deslizarse a través de otra, siguiendo la dirección que esta le permite. Para esto es necesario que la pieza receptora tenga una forma que haga inequívoca la dirección que la otra debe seguir; esto se consigue quitándole grados de libertad de movimiento en las direcciones que no se requiere construyendo paredes o ranuras alrededor de la pieza móvil. Este deslizamiento puede ser lineal, o curvo dependiendo si nace o no de un eje.



### Traba

Vínculo donde dos piezas se encajan, quedando unidas temporalmente, ya que tienen la posibilidad de volver a ser separadas. El calce justo, flexibilidad de la madera y su índice de roce, permiten el funcionamiento de este tipo de vínculo.







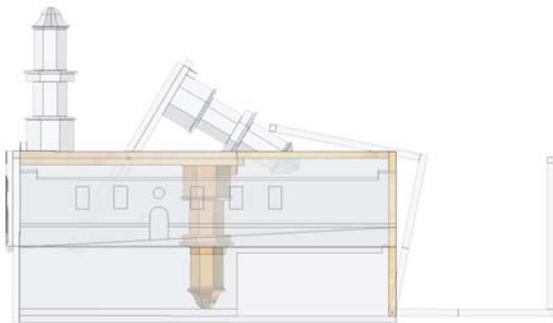
## MOMENTOS DE DESPLIEGUE

### 1º La Torre

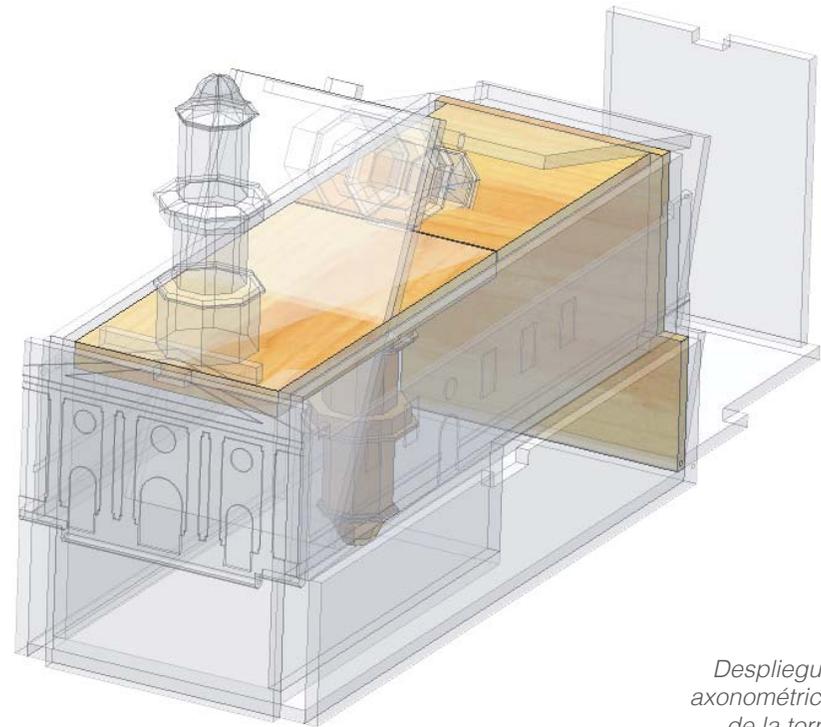
La torre, se encuentra sostenida a una base de doble terciado que en su centro posee un eje sujeto a la estructura de la caja que le permite a la pieza completa girar en 180°. El giro permite que la torre, almacenada en el interior de la caja, pueda aparecer desde este lugar.

Para fijar la posición final de la torre, su pieza posee una traba simple que la vincula a la estructura frontal de la caja.

La segunda pieza, posee un eje en su parte inferior, que le permite girar hacia atrás al entrar en contacto con la torre, y de esta manera crear el espacio para que esta pueda completar su giro. Es esta misma pieza, en la posición final del despliegue de la torre, la que inicia luego, el aparecer del atrio.



*Despliegue frontal  
de la torre*



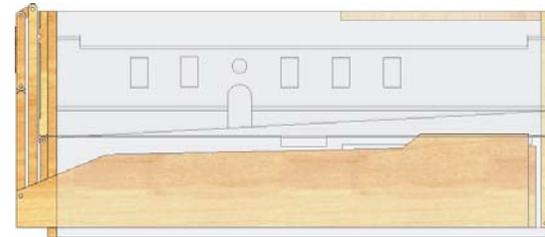
*Despliegue  
axonométrica  
de la torre*

## 2º El Atrio

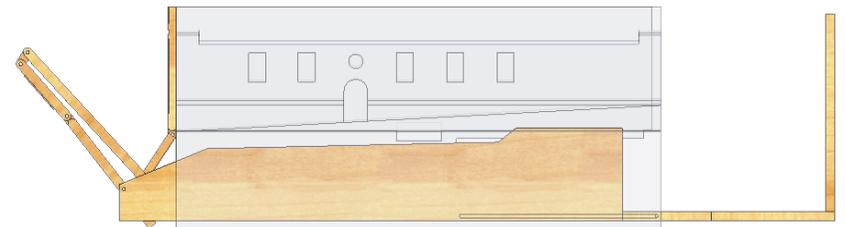
Son tres los grupos de piezas que actúan activamente en el despliegue del atrio.

La primera corresponde a la pieza trasera, con la que comienza el despliegue del atrio. Esta se desliza hacia el interior, haciendo que las piezas laterales comiencen a hacerlo hacia el exterior. Este deslizamiento es guiado por un eje en el extremo de la pieza.

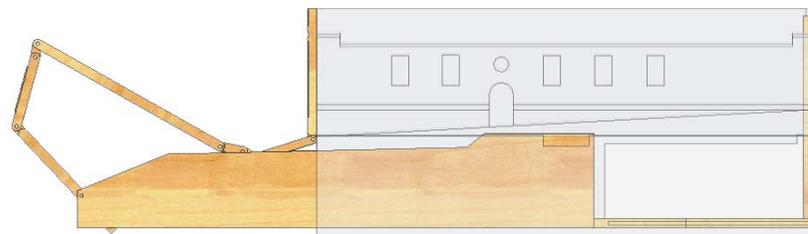
Las piezas laterales funcionan de soporte para las que conforman la superficie del atrio al posarse sobre ellas. Pasan de estar al interior de la caja, a estar en el exterior, y al estar unidas en su extremo delantero a las piezas de la superficie del atrio, estas se mueven juntas hacia delante. Su movimiento es de un deslizamiento direccionado gracias a que estas piezas se encuentran limitadas a hacer movimientos en otras direcciones, por piezas estructurales.



1º Paso



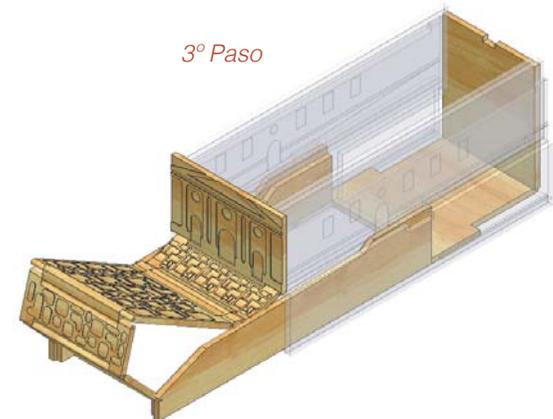
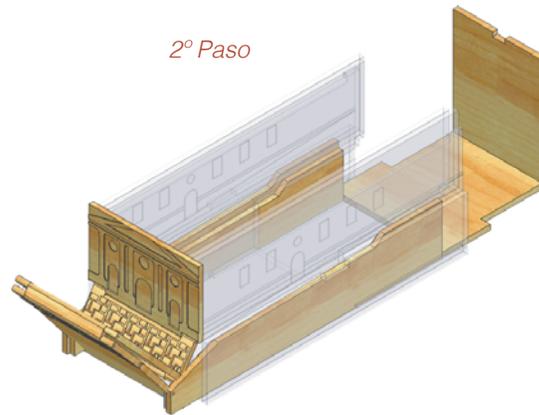
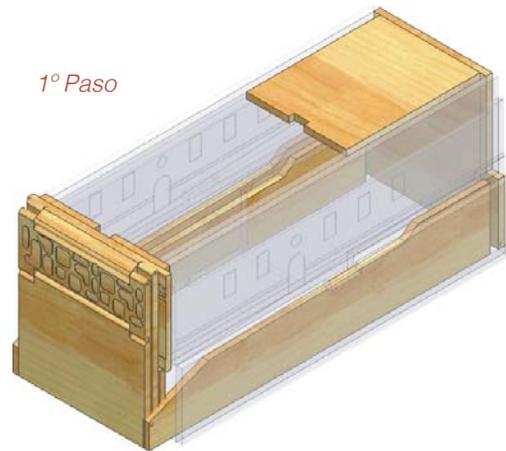
2º Paso



3º Paso

Las piezas que conforman la superficie del atrio están construidas por los dos tipos de articulaciones anteriormente nombradas, las cuales sirven para hacer que en su manera plegada formen un cuerpo regular compacto, y desplegadas sean capaces de adoptar la forma del atrio, sus distintas superficies y ángulos que poseen. Su movimiento depende de las piezas laterales, que al deslizarse, hacen que las de la superficie se desplieguen sobre ellas.

Una parte del movimiento necesario para lograr el despliegue total, se da gracias al empuje realizado por la pieza trasera, indicando la lógica y sentido del movimiento que tienen los elementos involucrados; el resto del movimiento lo debe continuar la persona, extrayendo del interior el total de las piezas.



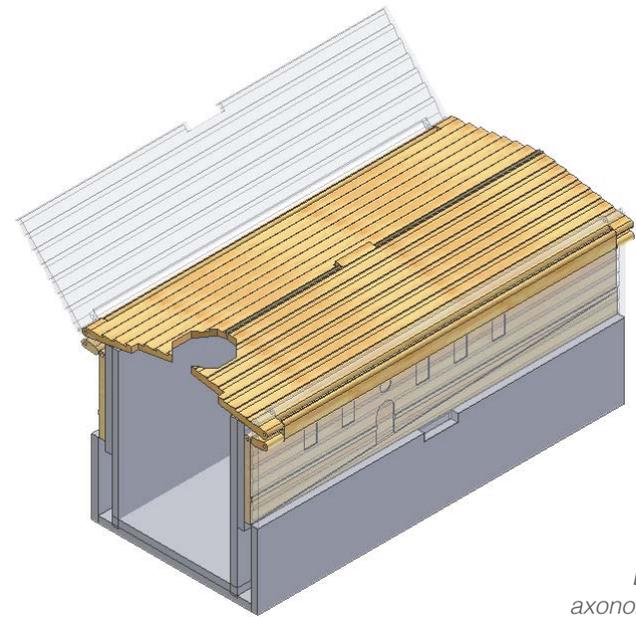
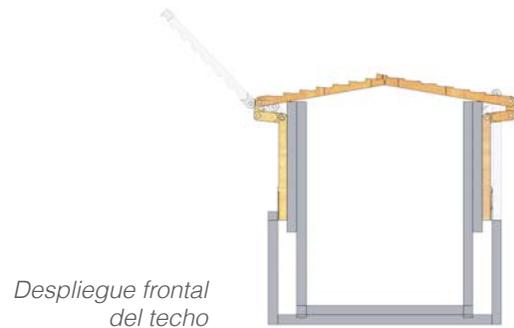
### 3° Techo

Cada muralla recibe, plegada sobre ella, una mitad del techo, para ello una articulación de 360° se ubica a cada lado.

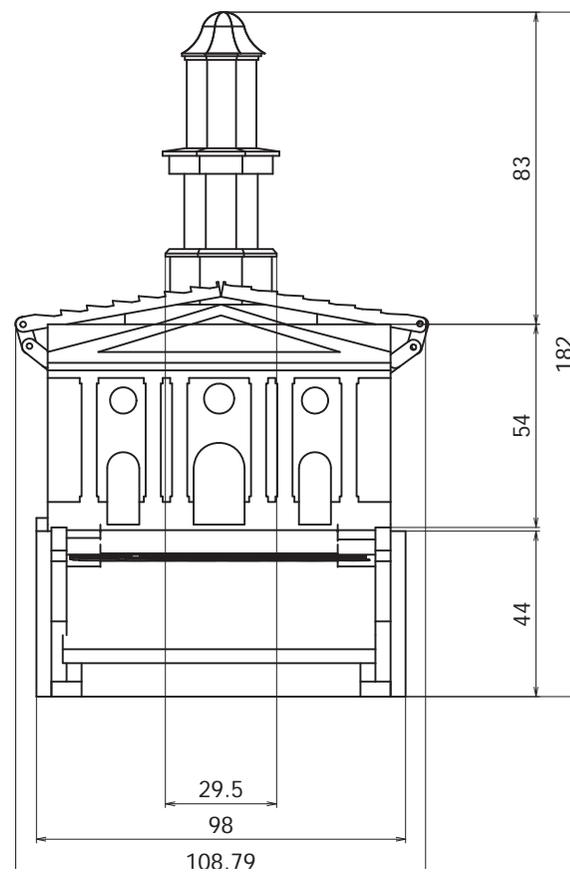
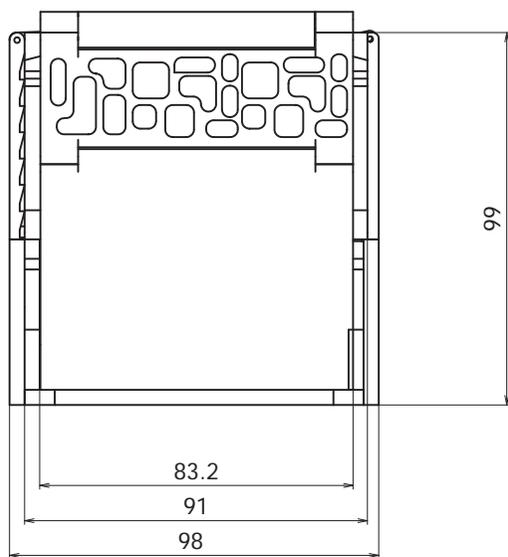
Vinculos de trabas simples permiten que el techo se fije en un primer momento a la estructura de la muralla, y luego de desplegarse se una a la otra mitad del techo.

Al desplegarse el techo quedan al descubierto las murallas que conforman la Iglesia.

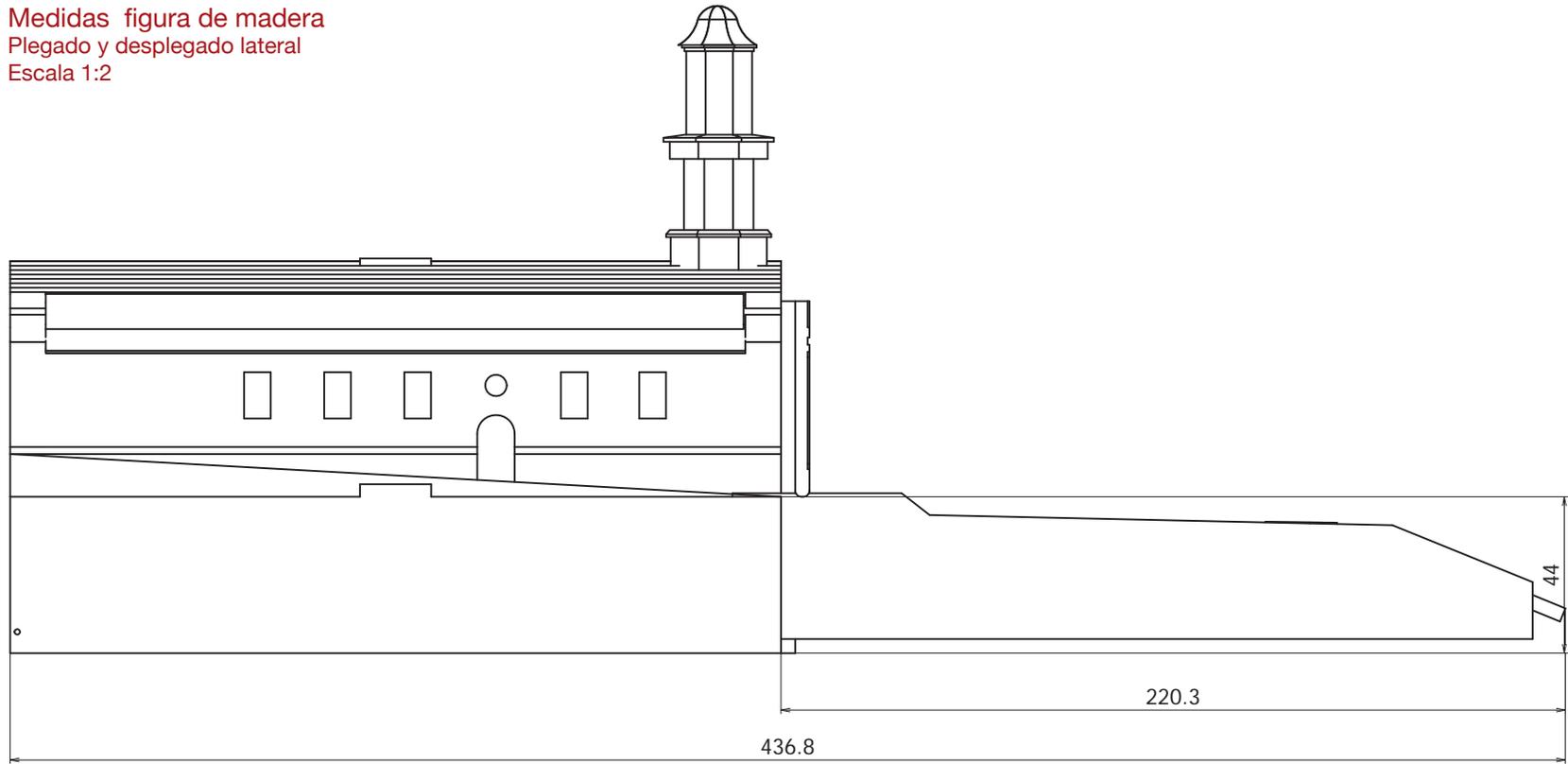
Son cuatro las piezas principales que conforman este despliegue: la muralla, que se encuentra fija a la estructura de la caja y posee un eje de giro en la parte superior; luego las dos piezas angostas responsables de la articulación 360° y de dar forma en un principio al cuerpo regular plegado, y luego a la muralla; la otra pieza importante es la que conforma el techo al posicionarse por sobre la cara superior del cuerpo caja.



Medidas figura de madera  
Plegado y desplegado frontal  
Escala 1:2



Medidas figura de madera  
Plegado y desplegado lateral  
Escala 1:2



## EVALUACIÓN DEL PRODUCTO

Después de la realización del producto de La Matriz, podemos evaluar cuales son los resultados finales, para de esta forma tener antecedentes para una reformulación entorno a algunos aspectos en los que se pueden encontrar falencias o vacios.

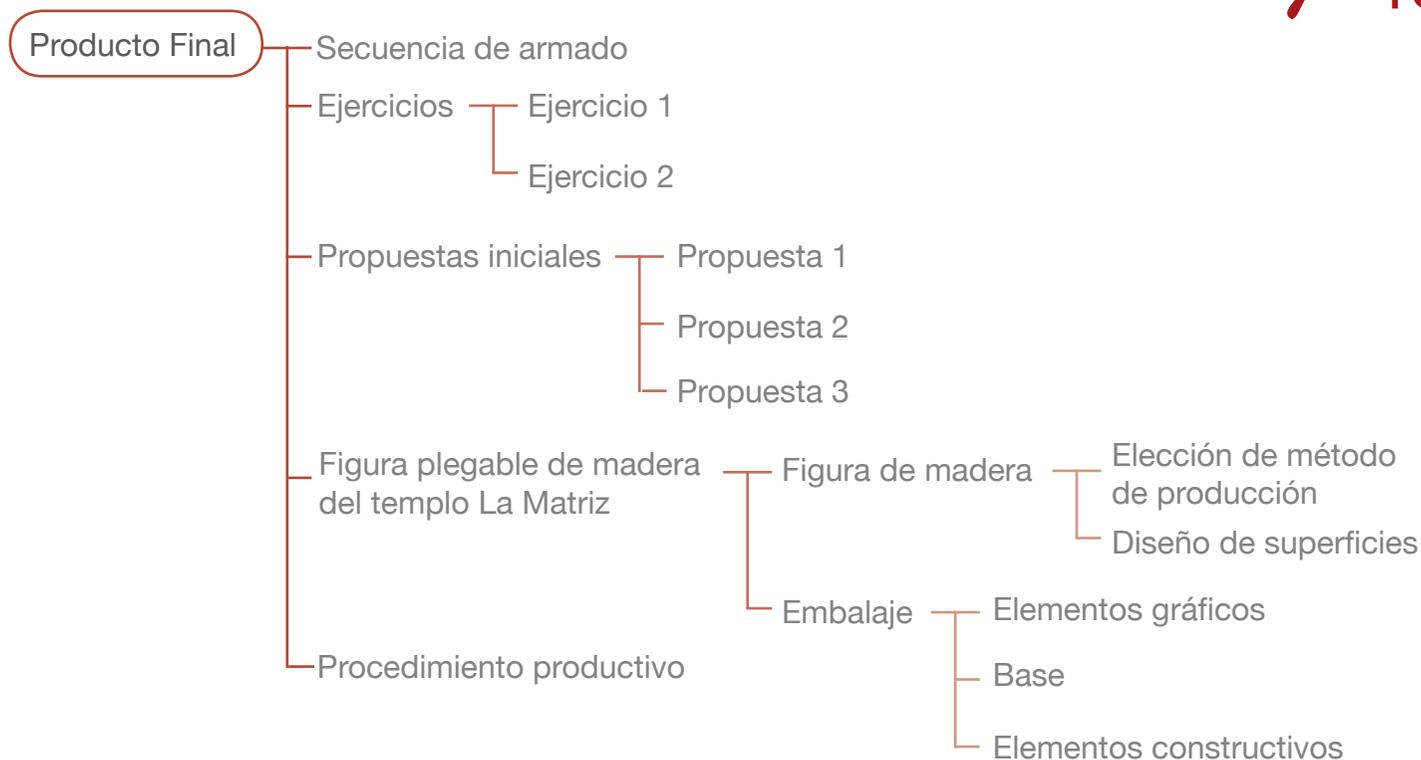
Esta evaluación tiene que mostrar la gran variedad de aristas que se consideran a la hora de generar un producto nuevo, ya sean estos a nivel de producción como tambien a nivel formal.

## A nivel de forma

- a. Concibe la idea de partir de una forma establecida para llegar a modificarse en una mucho mas compleja.
- b. Trata de generar una simultaneidad de acciones, es decir que los movimientos desencadenen otros a su vez. Esto genera una lógica de armado, además de una fluidez de movimientos.
- c. Conserva en su plenitud los volúmenes y dimensiones reales que posee la iglesia en la realidad. De esta forma se hace mas reconocible la imagen de ella.
- d. Vínculos de madera que permiten la posibilidad de movimientos requeridos para los despliegues de piezas y partes del producto.
- e. Falta de un envoltorio que permita un cierre de la forma como un producto completamente finiquitado.

## A nivel de producción

- a. Implementación de maquinaria para que la elaboración del producto tenga terminaciones mas definidas y precisas.
- b. Se ocupa mano de obra en su elaboración, con lo que se puede mantener el pensamiento de "Hecho por las manos de La Matriz".
- c. Varios de los procedimientos productivos realizados por la mano de obra son de mucha precisión, por lo que quizás sin tener mucha experiencia las terminaciones pueden no ser las más optimas.
- d. El tener muchas partes de bastante precision hace que la producción en serie sea un poco mas lenta a la hora de querer elaborar un número mayor de productos.
- e. Las formas de pegado son muy de forma artesanal y hechas exclusivamente de forma manual.



## Producto Final

### EJERCICIOS

Se realizan ejercicios constructivos dentro de un marco, que tienen como fin el estudio de cómo se gana volumen desde el plano, en un gesto fluido.

#### a. Primer ejercicio

El primero corresponde al ejercicio de hacer ganar volumen a un cubo tensado desde el plano a través del giro, giro que nace al abrirse el marco. Esta lógica será la utilizada en el prototipo final.



1° Paso



2° Paso

#### b. Segundo ejercicio

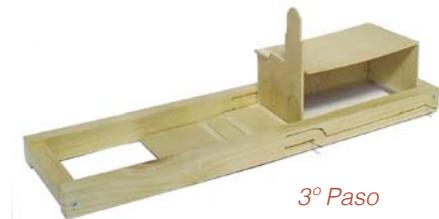
Se resume la forma de La Matriz, se pliega para hacerlo ocupar el menor volumen y se vincula a un pasador en el marco, el cual al deslizarse, arrastra la pieza posterior, que al estar vinculadas a las otras, arrastra a las demás. Como resultado al deslizarse el pasador comienzan a moverse todas las piezas y se voluminiza La Matriz.



1° Paso



2° Paso

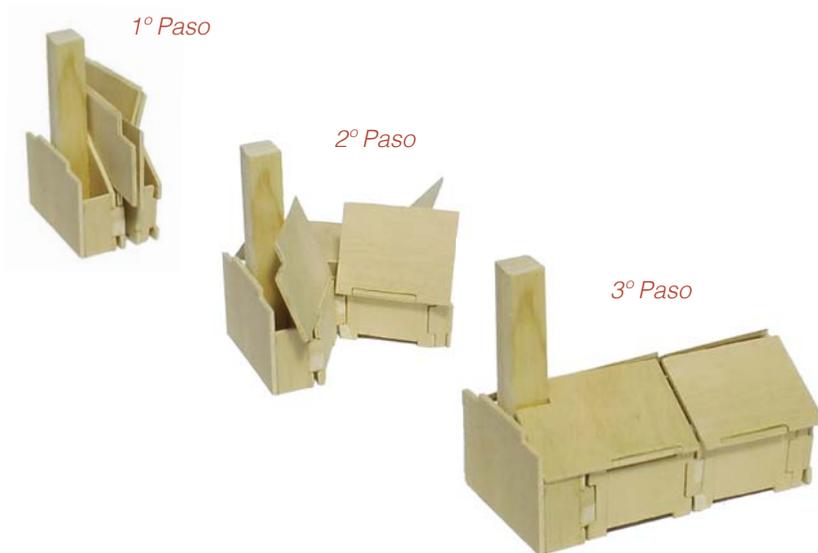


3° Paso

## PROPUESTAS INICIALES

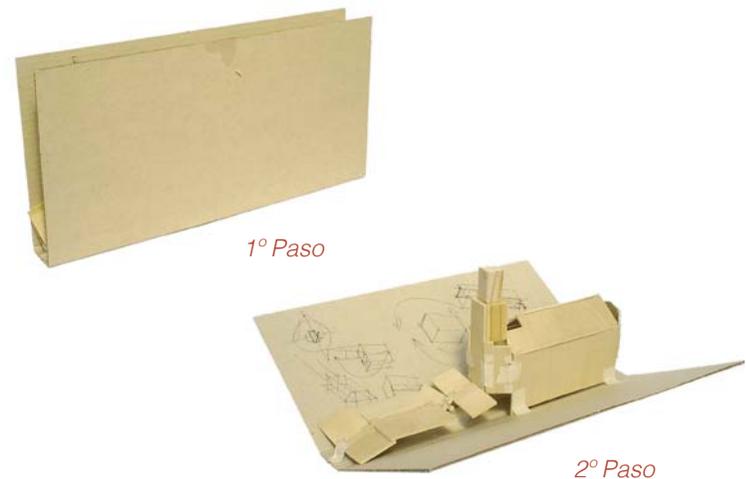
### Propuesta 1

Se aplican las formas realizadas en el segundo ejercicio, resultando una figura que se pliega sobre sí misma ( a modo acordeón) y se despliega alargando la forma. Esta carece de alguna relación con la caja y su despliegue no se produce de una vez: tiene problemas para que el despliegue del techo sea fluido y al mismo tiempo que el del cuerpo de la iglesia.



### Propuesta 2

A modo de un libro pop up, la iglesia se presenta como un elemento plegado al estar cerrada la caja; al abrirse la Iglesia se despliega. El despliegue nace del vínculo directo que se tiene con la caja y de las distancias transversales que se alargan al separarse las caras de esta. La caja y la figura forman parte de un mismo elemento, dependientes en todo momento una de la otra. Aunque el objeto en su primer momento es compacto y ocupa el espacio necesario, pareciera que cuando se despliega, las superficies de la caja pasan a ser innecesarias y no coherentes con la forma de la Iglesia.



### Propuesta 3

Se hace nacer la forma de la iglesia a través de dos movimientos, el primero es al abrir la caja, donde la Iglesia queda parada y el atrio desciende, el segundo movimiento corresponde al giro de 90° de los elementos que forman el cuerpo de La Matriz, este desliza consigo las partes del techo desplegándose La Matriz en su totalidad. Luego de desplegarse, esta puede sacarse de la caja y ser independiente de ella.

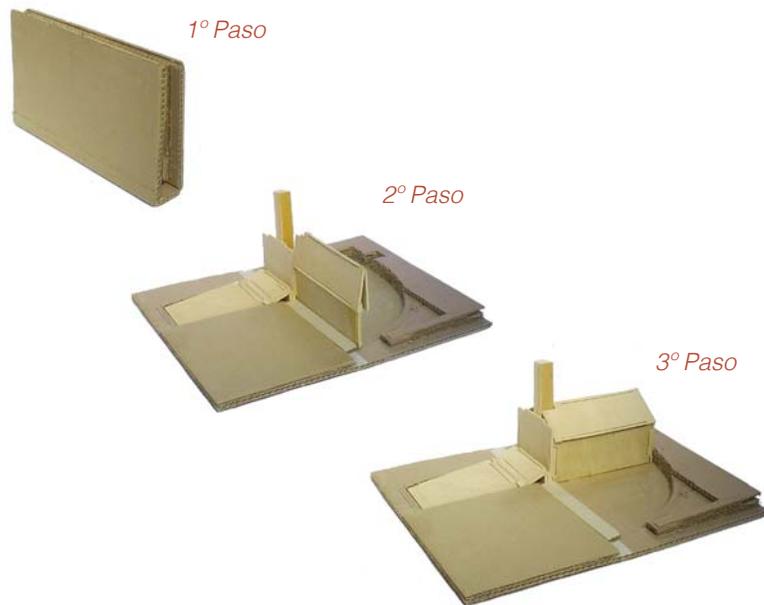
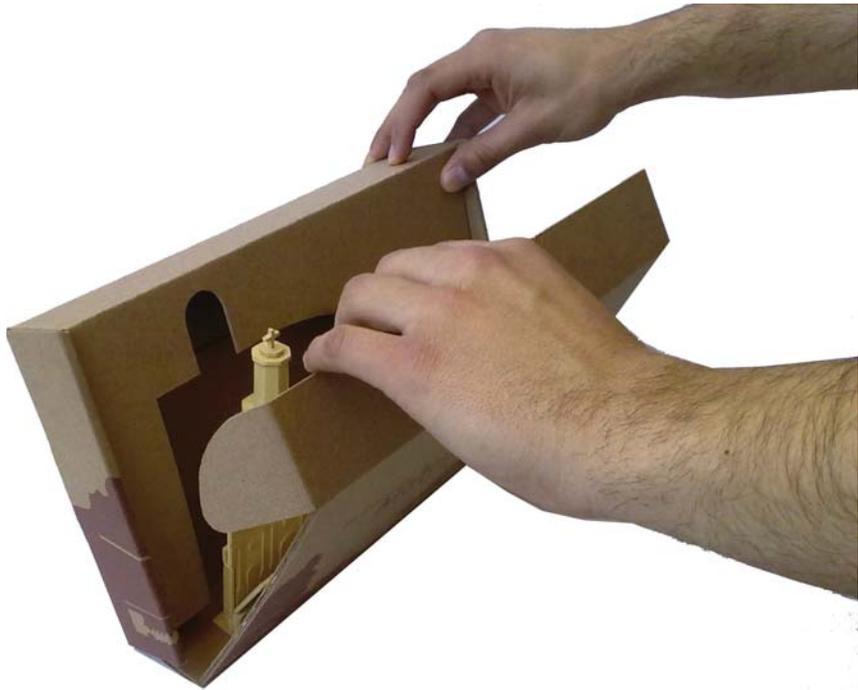


Figura plegable de madera del Templo La Matriz



SECUENCIA ARMADO





### a. FIGURA DE MADERA

Está formada por piezas de madera terciada de laurel 3mm, vinculada a través de articulaciones, que le permiten hacer el movimiento para plegarse y desplegarse. Las piezas están cortadas y talladas por una fresadora CNC, de manera que su apariencia logre identificarse con la de Parroquia La Matriz

### Elección de método de producción

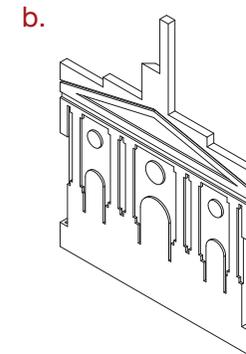
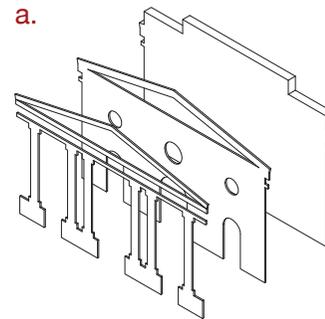
#### a. Laser

Este sistema tiene la capacidad de hacer cortes y grabados en las superficies, para lograr una pieza de terciado 3mm con sus superficies con relieves, se tiene que trabajar con capas de chapas de madera cortadas según la forma de cada superficie, y luego pegarlas al terciado.

#### b. Fresadora CNC

Esta máquina es capaz de realizar cortes y tallados en el terciado, por lo que darle forma a la superficie forma parte de las características del proceso.

Por significar la disminución de las faenas, de los materiales, de los tiempos, y la mejor terminación que le entrega a las piezas, el proceso elegido es el de corte y tallado con fresadora CNC.



## Diseño de superficies

Tras la elección del proceso mediante el cual se realizaran las piezas, se definen las variables que inciden en la forma de la pieza:

- Por capacidad de las fresas en relación con la madera, la fresa más pequeña que se utiliza es la de 0.8 mm de diámetro, por lo que el nivel se detalle se acerca a 1 mm.

- Por significar un costo menor, el tallado se realiza a un mismo nivel en toda la pieza. El tallado no debe sobrepasar 1 mm de profundidad para que las piezas no pierdan estructura, ni se recomienda que sea menor a 0,5 mm, ya que la madera es curva y puede perderse el nivel, por lo que la fresa podría no alcanzar la pieza en alguna parte.

- Por significar un costo menor los tiempos de funcionamiento de la máquina deben ser menor, lo que se traduciría formalmente en la búsqueda de hacer que las superficies rebajadas sean las mínimas.

- La zonas donde se realizan las perforaciones para los pasadores de la pieza, no deben rebajarse, de manera que la articulación no pierda estructura.



## b. EMBALAJE

Está formada por cartón microcorrugado y una pieza de madera. Esta permite presentar el producto y funciona como embajaje que da seguridad al este, protegiéndolo ante vibraciones, golpes y cargas moderadas. Participa en el acto del despliegue de la figura de madera, y es capaz de desprenderse de ella cuando la figura está en su estado final.

La pieza de madera (base) actúa como vínculo entre la figura de la iglesia plegable y el resto de la caja y le da la estructura suficiente para sostener la figura de madera durante la apertura de la caja.



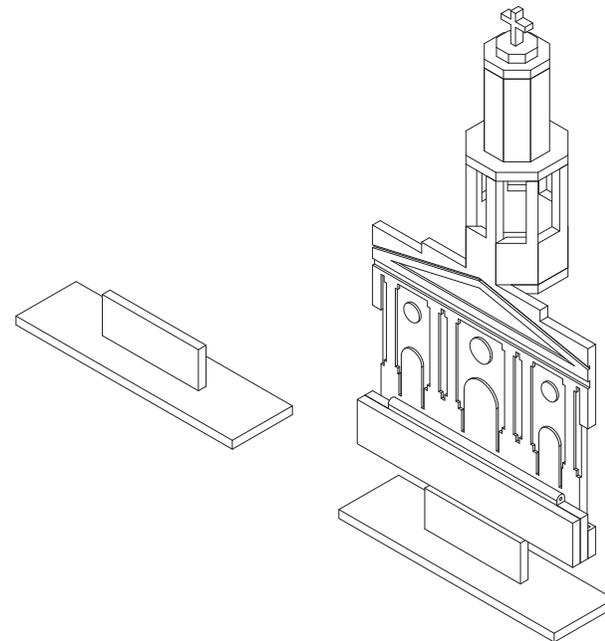
## Elementos gráficos

La caja presenta al producto y por lo tanto posee elementos que le permiten entregar información relevante sobre el funcionamiento del producto, como lo son las instrucciones; sin olvidar que es esta la que se encarga de posicionar la marca, y transmitir el sentido del producto, lo intangible de este, como las frases de "hecho por las manos de La Matriz", "la humanidad del patrimonio", etc. Transmite también el respaldo de diseño, y todos los elementos del los productos del Taller La Matriz antes mencionados.



## Base

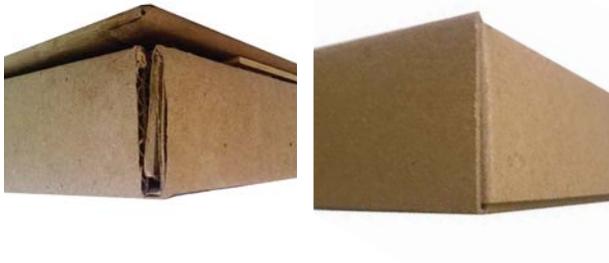
Esta pieza es el vínculo entre la caja y la figura de madera. Se encuentra pegada al cartón y se encarga de fijar la pieza que conforma la fachada, encajándose en ella.



## Elementos constructivos

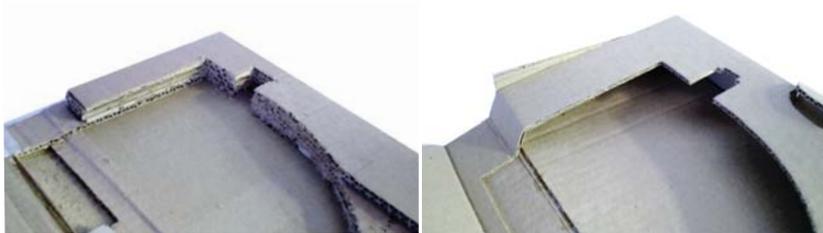
### a. Esquinas

Las esquinas se construyen creando un espacio en una de las piezas, para que la que se encuentra con ella introduzca ahí una "aleta" y de esta manera queden las dos unidas, evitando el pegado y la falta de estructura.



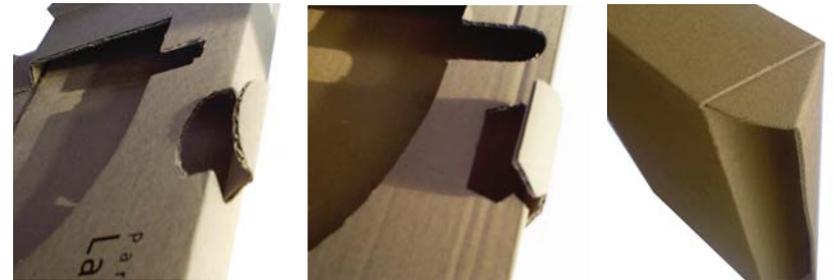
### b. Continuidad

Se busca que la caja este formada por una pieza de cartón continua, por lo que las propuestas variaron hasta que todas sus partes estuvieran unidas y sacadas de una misma plancha de cartón.



### c. Cierre

El cierre de la caja se presenta como un elemento que ha pasado por cambios para llegar a su forma final, buscando una manera de que este se integre a la forma de la caja en su totalidad y lo haga de forma efectiva.



### d. Grosor y tipo de cartón

El grosor del cartón afecta en la forma y apariencia de la caja, se trabaja en un inicio con cartón coarrugado 4mm en dos y tres capas. La propuesta final se construye en cartón microcorrugado de 1.5 mm. al permitir más detalles y brindar la estructura



## PROCEDIMIENTO PRODUCTIVO

### a. Producción de la Iglesia

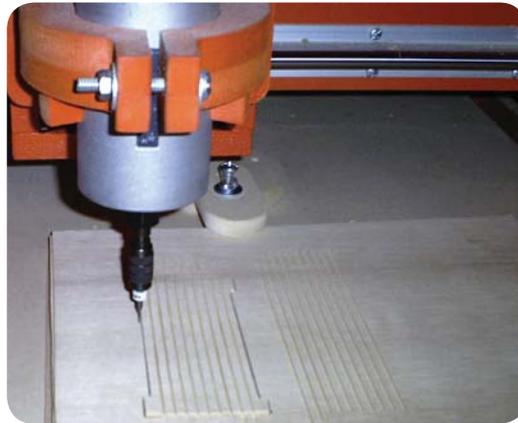
#### Corte y tallado de las piezas de madera

*Materiales y herramientas necesarias:*

*Fresadora CNC de 3 ejes, fresa carburo tungsteno 0,8mm, de 2 labios punta plana y vástago 1/8; 1/6 de plancha de terciado 3mm, dimensionada en cuadrados de 30x30 cms aprox.(depende de la superficie disponible de la mesa de la fresadora y de la curvatura de la plancha).*

*Tiempo aproximado de duración : 1 1/2 horas.*

Con la información de los planos , la fresadora CNC, realiza los cortes y el tallado de las piezas.

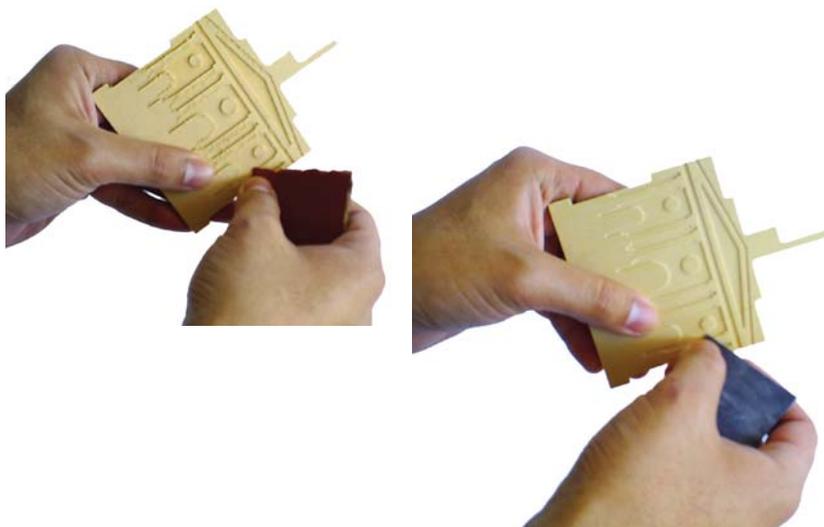


### Lijado de las piezas de madera

*Materiales y herramientas necesarias: lija para madera n°180, lija al agua n°500.*

*Tiempo aproximado de duración : 3 hrs*

Se debe lijar la pieza con la lija n°180 para eliminar los bordes astillados resultantes del proceso anterior. Los bordes donde se ubican las articulaciones deben ser redondeados para permitir el movimiento posterior entre piezas. Finalmente se lijan todas las superficies con la lija al agua n°500 para alisar y suavizarlas, luego se sacuden para eliminar el aserrín.

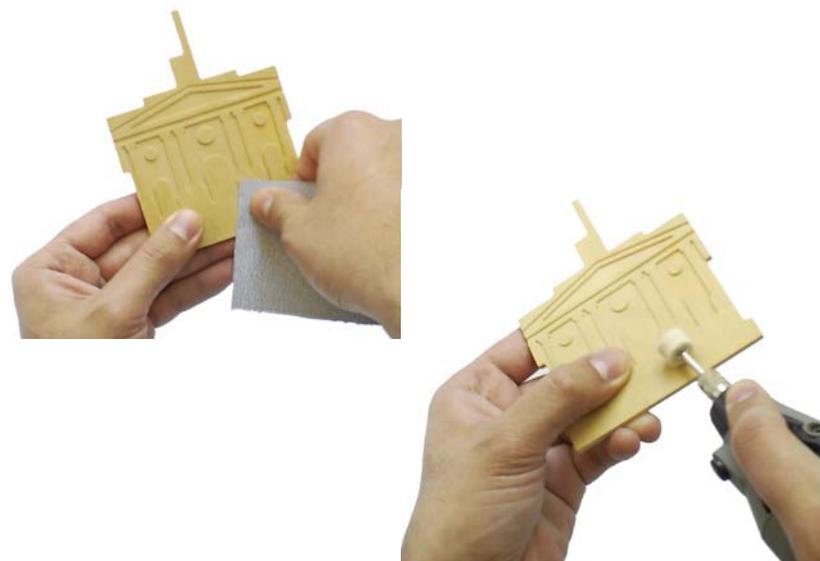


### PULIDO DE LAS PIEZAS DE MADERA

*Materiales y herramientas necesarias: herramienta multipropósito con disco de pulir y lija papel grano n°280.*

*Tiempo aproximado de duración :1 hora.*

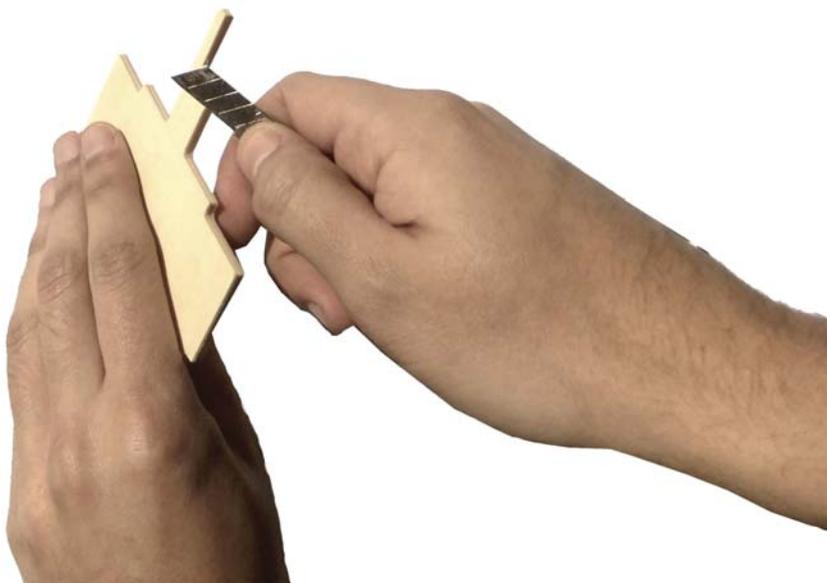
Con la lija se eliminan los restos acumulados del barniz, luego se pasan los discos de pulir sobre las superficies antes barnizadas hasta obtener superficies uniformemente brillantes.



### Realizado de chaflanes de las piezas de madera

*Materiales y herramientas necesarias: Cuchillo cartonero.  
Tiempo aproximado de duración : 40 minutos.*

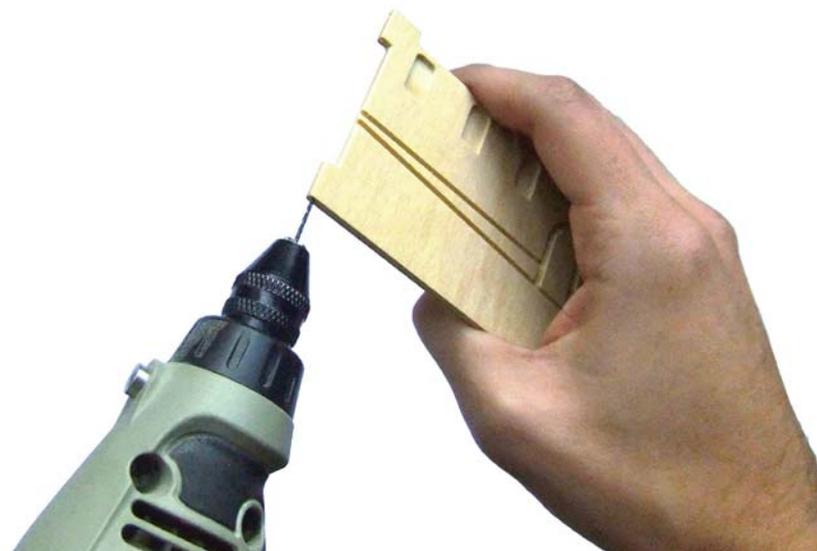
Se marcan y rebajan los bordes de las piezas correspondientes (especificadas en las planimetrías) a 45°, lijar si es necesario.



### Perforación de las piezas de madera

*Materiales y herramientas necesarias: Taladro o herramienta multipropósito,  
broca metal/madera de 1mm.  
Tiempo aproximado de duración : 30 minutos.*

Se perforan las piezas en los lugares correspondientes (especificado en las planimetrías), donde iran los ejes de giro. Hay que tener especial cuidado en mantener la dirección del eje.



### Barnizado de las piezas de madera

*Materiales y herramientas necesarias: barniz transparente opaco en spray.  
Tiempo aproximado de duración : 1 hora sin incluir el tiempo de secado. Se recomienda un tiempo de secado de 24 horas.*

Se aplica el spray uniformemente sobre todas las piezas, por ambos lados. Se realizan 2 capas y se dejan secar por 24 horas.

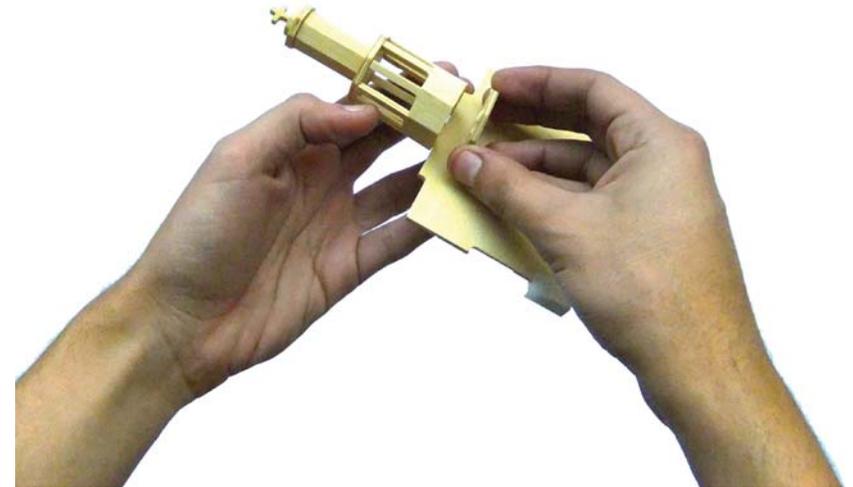


### Pegado de piezas de madera

*Materiales y herramientas necesarias: Cola fría para madera y un pincel delgado.*

*Tiempo aproximado de duración : 30 minutos sin incluir el tiempo de secado, Se recomienda un tiempo de secado de 12 horas.*

Esparcir con el pincel una fina capa de pegamento sobre las superficies a pegar( especificaciones de estas piezas en las planimetrías), luego unir y dejar secar.



### Ensamble de las piezas de madera

*Materiales y herramientas necesarias: 32 piezas de alambre de acero de 1mm de diámetro y 1,8cm de longitud (pasadores), 32 piezas de madera de 1mm de diámetro y 3 mm de largo (tarugos), cola fría para madera.*  
*Tiempo aproximado de duración : 2 horas.*

Se introduce el pasador por las perforaciones coincidentes de las dos piezas a ensamblar, luego encolar los tarugos e introducirlos en el espacio restante de las perforaciones, emparejar las superficies con lija o cuchillo cartonero en caso de que los tarugos sobresalgan de ella.



### b. Produccion de la caja Impresión de la caja

*Materiales y herramientas necesarias: 1 pliego tamaño mercurio cartón microcorrugado doble faz (1.5 mm de grosor), ploter con capacidad para imprimir el cartón.*  
*Tiempo aproximado de duración : 10 minutos.*

Se imprimen las imágenes y líneas de corte y plisado de la caja.



### Corte, plisado y plegado

*Materiales y herramientas necesarias: ,cuchillo cartonero y regla.  
Tiempo aproximado de duración : 20 minutos.*

Se realizan los cortes con cuchillo cartonero. En dos lugares se realizan semicortes, donde se cortan las dos capas superiores que forman el cartón y se retira el material entre ellos.

Se presionan con una regla las líneas de plisado, teniendo cuidado de no romper el cartón. Para grandes cantidades de cajas, se puede hacer un troquelado con matrices, que realiza los cortes y plisados.

Para plegarlo se deben doblar las piezas según las planimetrías, siguiendo la lógica valle/monte.

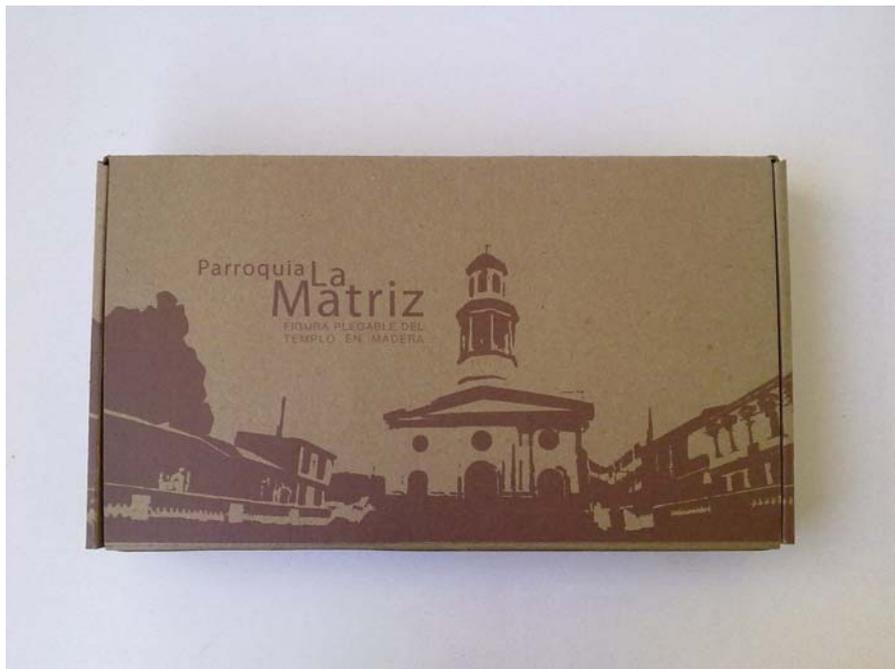


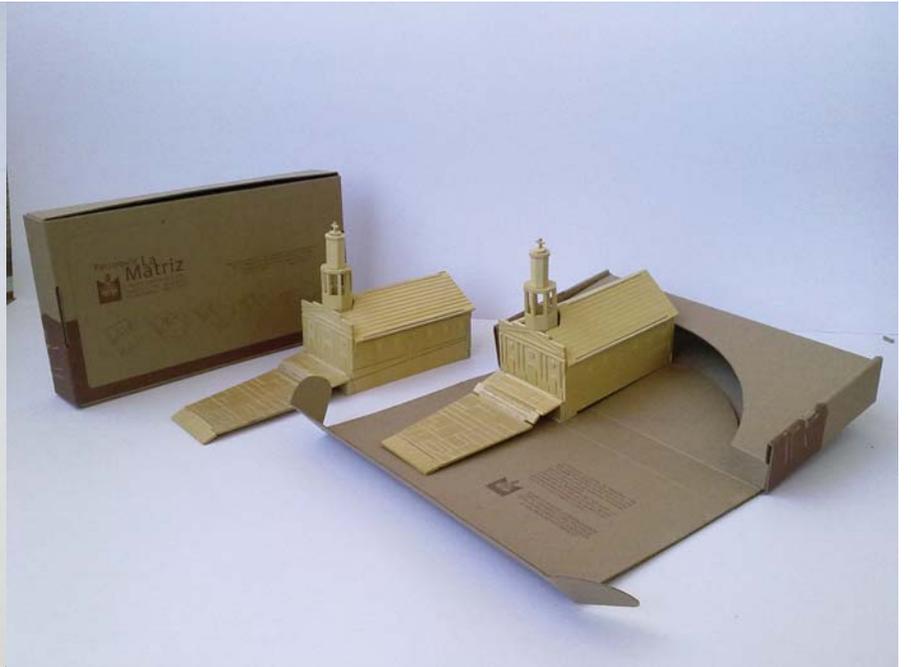
### Armado de la caja

*Materiales y herramientas necesarias: pegamento  
Tiempo aproximado de duración : 10 minutos sin tomar en cuenta el tiempo de secado del pegamento.*

Encajar las distintas partes de la caja según corresponde. Luego se pegan las tres superficies correspondientes. Finalmente se pega la pieza de madera al cartón.







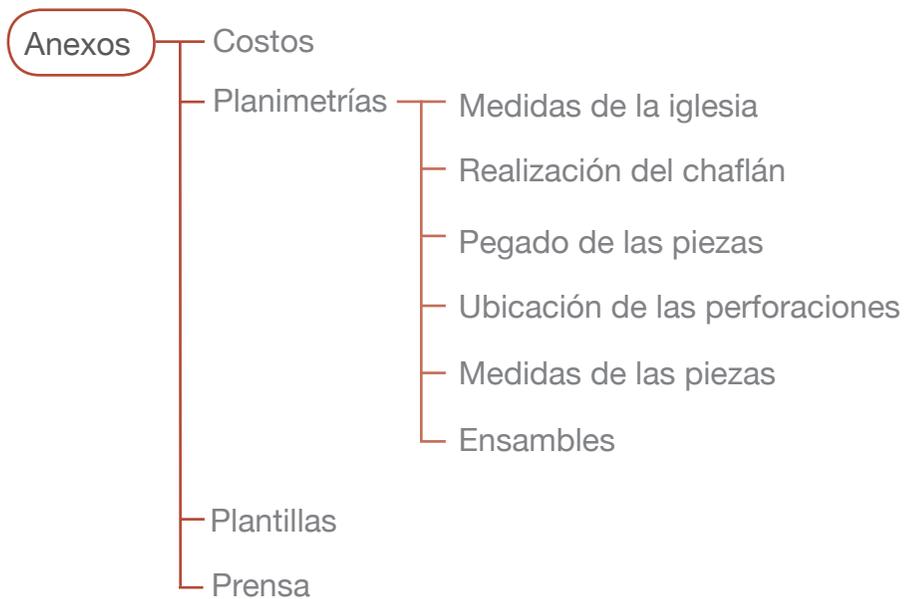
## Diseñador en la empresa social

Aunque esta claro que los objetivos de la empresa social es utilizar las ganancias en los servicios que ella presta, no puede ser esta la única utilidad q se le da a estas ya que es esencial para la empresa social funcionar administrativamente como una organizacion con fines de lucro si quiere contar con la estabilidad y constancia q tienen estas, donde la gente realiza un trabajo comprometido y cosntante, debido a su remuneración. Es vital para el crecimiento y éxito de una empresa social remunerar a sus trabajadores, en Chile, el año 2004, 160.000 trabajandores de estas empresas recibieron remuneración ( más que los 143.000 que fueron voluntaios), lo que habla de una realidad que se da en las grandes organizaciones no lucrativas y de la cual la Parroquia La Matriz no puede ser ajena.

La experiencia del taller La Matriz muestra lo siguiente: existe una gran cantidad de productos diseñados, que podrían significar grandes ganancias para La Matriz, pero la zona de producción y venta es débil, sólo cuatro personas voluntarias se encargan de esto y el trabajo que realizan por el taller se ve afectado por sus compromisos personales y sus capacidades, herramientas y conocimientos técnicos en las áreas, por lo tanto sólo algunos de los productos y en bajas cantidades pueden ser producidos y debido a la falta de un canal de venta que llegue realmente al público objetivo, menos son vendidos. Se necesitan personas especializadas en cada área que trabajen profesionalmente liderando tanto la gestión como la ejecución, y también mano de obra, trabajando remuneradamente.

El diseñador forma parte de este equipo especializado, es esencial al momento de generar recursos ( económicos y humanos), ya que es capaz de pensar en lo tangible e intangible necesario para hacer productos que hagan del consumidor, un adherente a la causa social, captándolo y luego manteniéndolo fiel en su ayuda.

El diseñador es capaz de analizar el medio y definir los elementos potenciales que resaltan la identidad y atractivo de este, integrándolos formalmente en un producto capaz de posicionar la marca y por lo tanto su misión. Gracias a su experiencia en los distintos momentos del diseño y producción, piensa el producto en todo su proceso y es capaz de gestionar su diseño, producción y venta, al mismo tiempo que puede equilibrar las variables, de manera de crear productos de distintas características, pero que representen la misma idea, de modo que existan productos destinado a los disitntos grupos de poder adquisitivo, y así no descuidar la importancia de conseguir adherentes.



## Costos

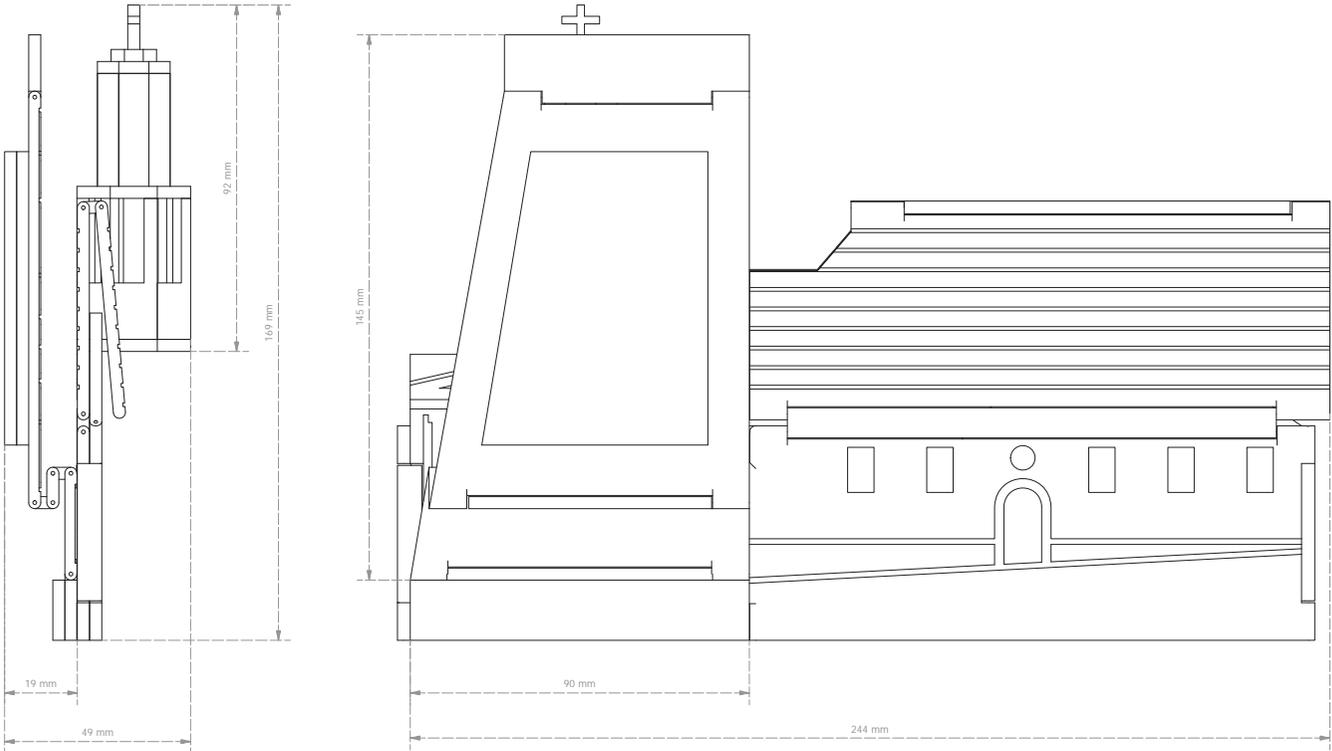
Costos figura de madera			
materiales o servicios	costo unidad	unidades utilizadas	costos por unidad utilizada
terciado laurel 3mm	\$ 12.000	1/8 plancha	\$ 1.500
corte fresadora CNC	\$ 17.500	1	\$ 17.500
barniz opaco transparente spray	\$ 2.190	1/3	\$ 734
Lija al agua n°500	\$ 190	1/2	\$ 95
Lija madera n°180	\$ 90	1/2	\$ 45
Lija papel n°280	\$ 270	1/2	\$ 135
Disco pulir (dremel)	\$ 790	1	\$ 790
Alambre de acero 1mm diam.	\$ 150	0,1	\$ 15
Tarugos madera 1 mm diam.	\$ 100	0,1	\$ 10
<b>total</b>			<b>\$ 20.824</b>

Costos embalaje			
materiales o servicios	costo unidad	unidades utilizadas	costos por unidad utilizada
Cartón microcorrugado doble faz	\$ 1.580	1	\$ 1.580
Impresión	\$ 4.725	1	\$ 4.725
Pegamento líquido UHU 33 gr	\$ 790	1/3	\$ 263
<b>total</b>			<b>\$ 6.568,33</b>

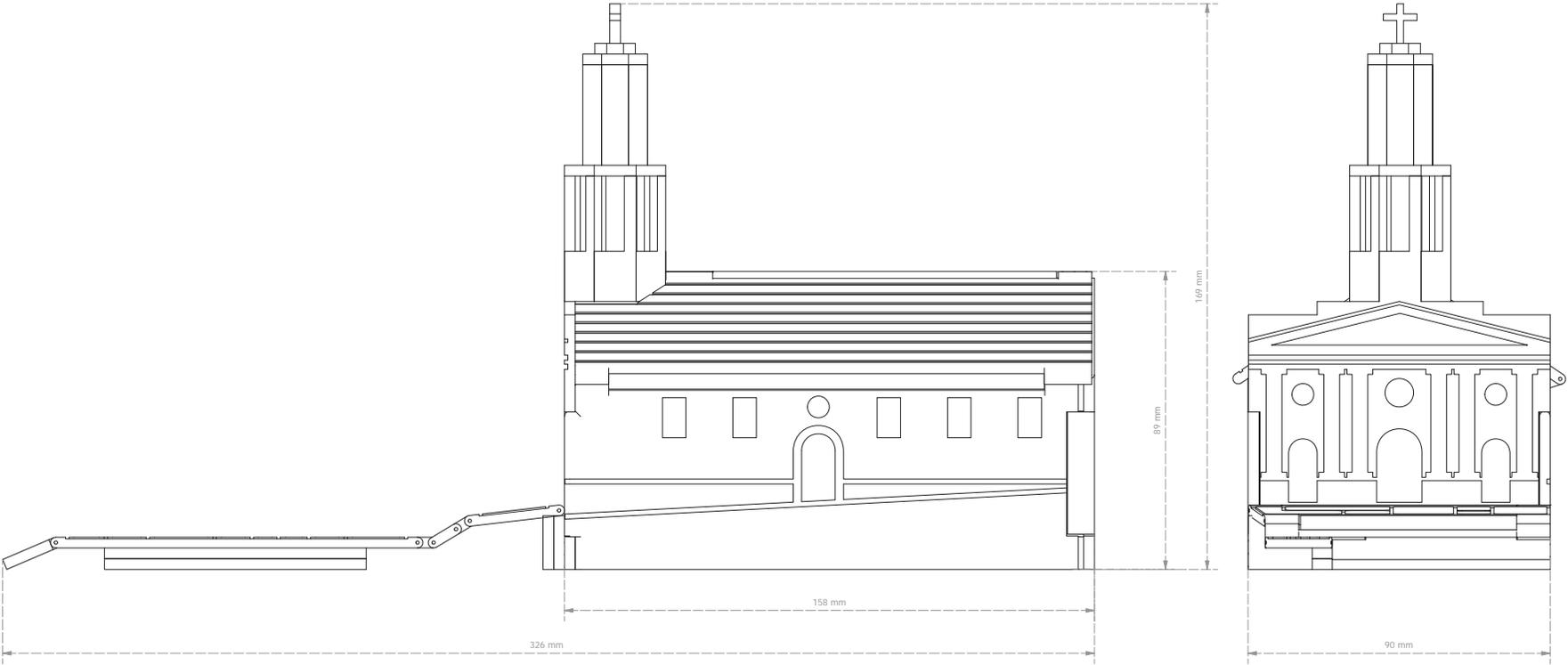
costos totales			
	1 unidad	10 unidades	50 unidades
Costos figura madera	\$ 20.824	\$ 208.240	\$ 1.041.200
Costos embalaje	\$ 6.568,33	\$ 65.683	\$ 328.417
<b>total</b>	<b>\$ 27.392</b>	<b>\$ 273.923</b>	<b>\$ 1.369.617</b>

# Planimetrías

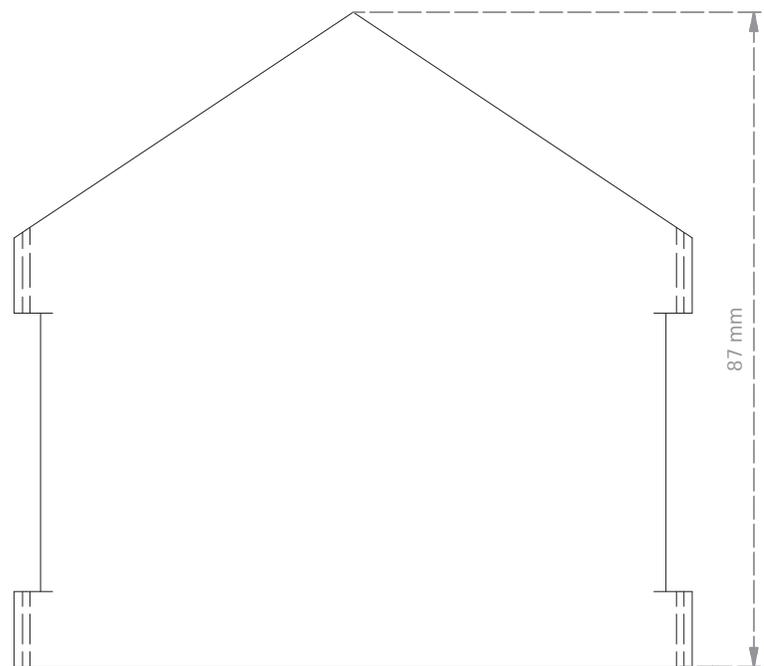
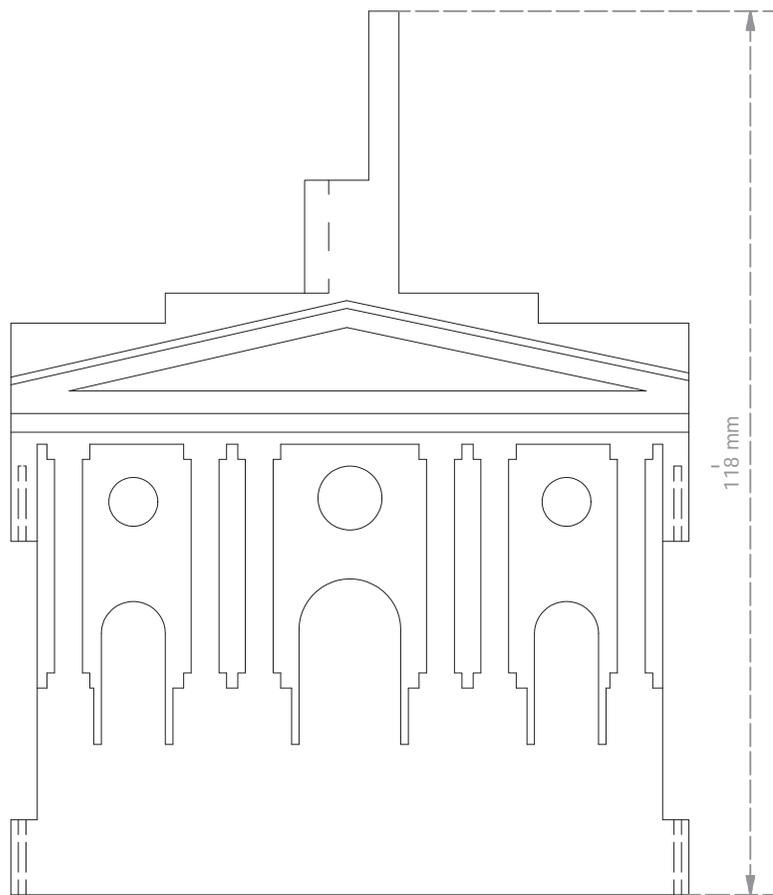
Medidas figura de madera  
Plegada, estado inicial  
Escala 1:2



Medidas figura de madera  
Desplegada, estado final  
Escala 1:2



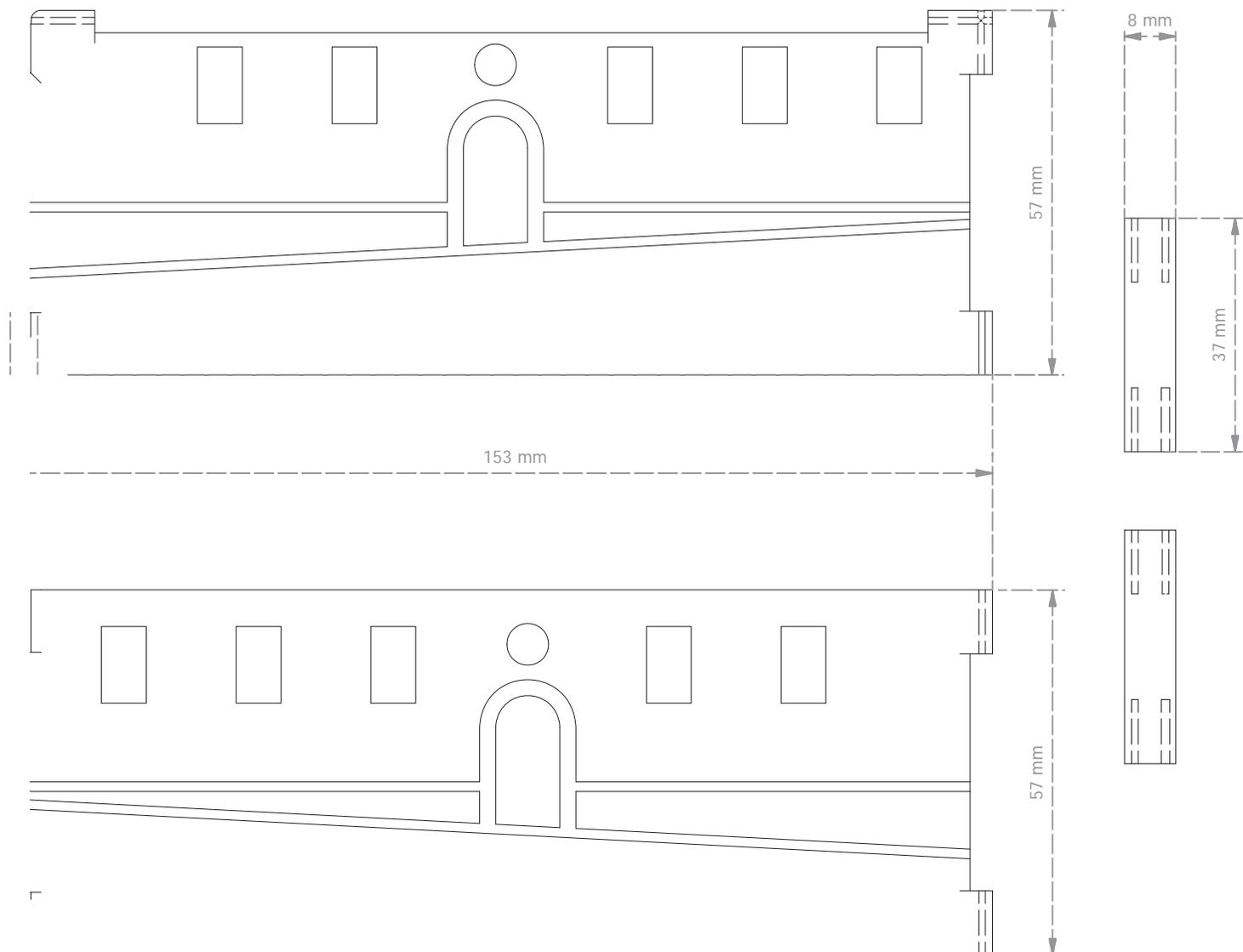
Planimetría de las piezas  
Piezas fachada y trasera  
Escala 1:1



Planimetría de las piezas

Piezas laterales

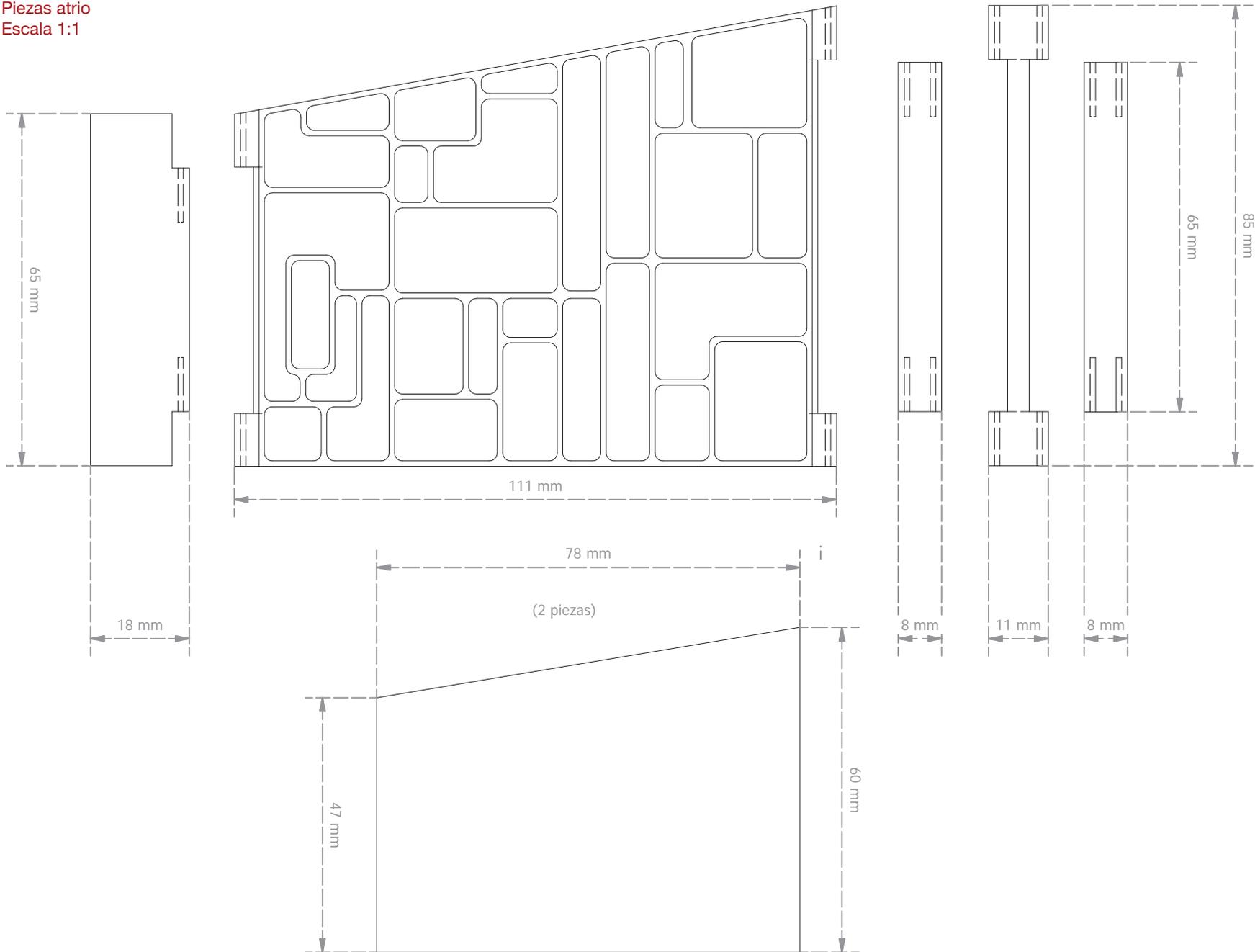
Escala 1:1



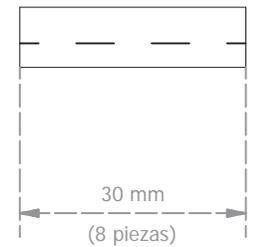
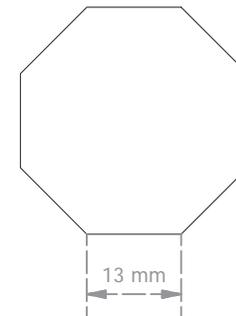
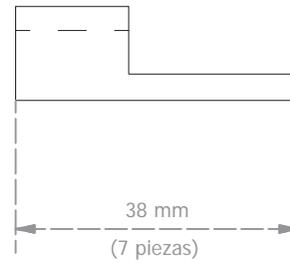
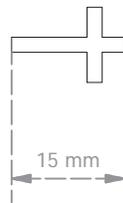
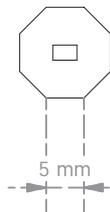
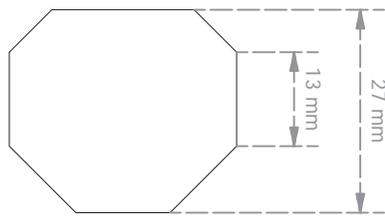
# Planimetría de las piezas

Piezas atrio

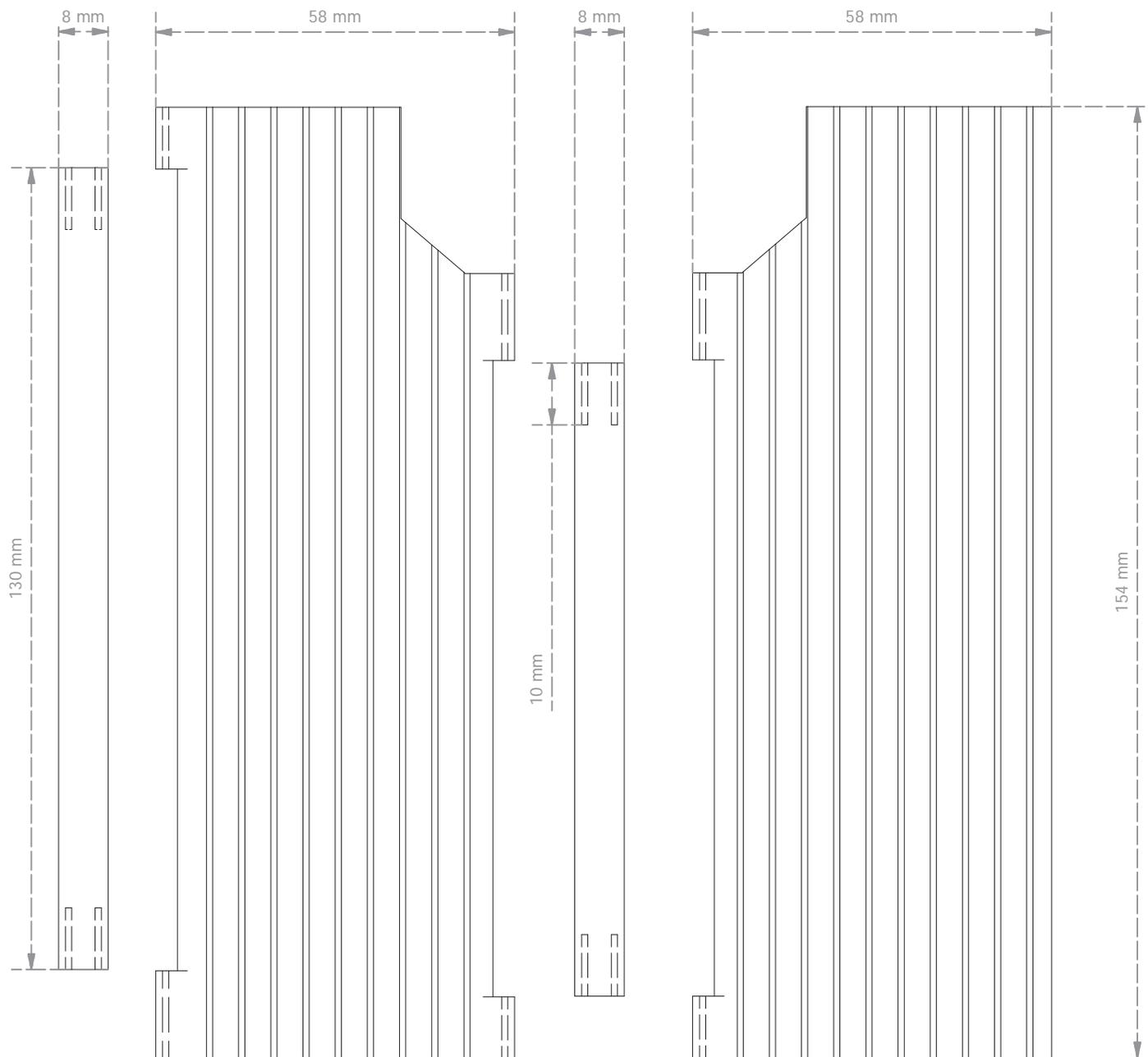
Escala 1:1



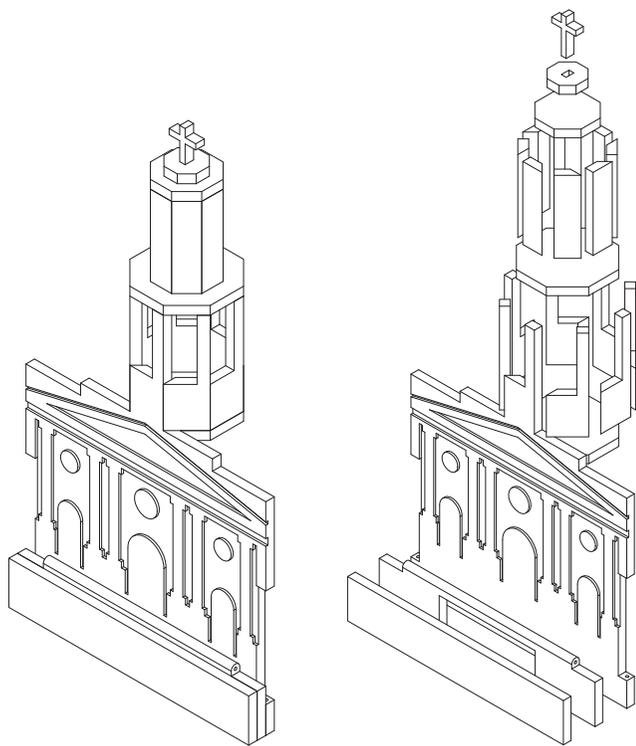
Planimetría de las piezas  
Piezas atrio y torre  
Escala 1:1



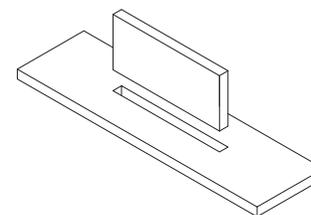
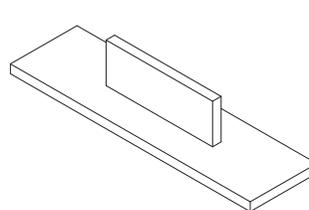
Planimetría de las piezas  
Piezas techo  
Escala 1:1



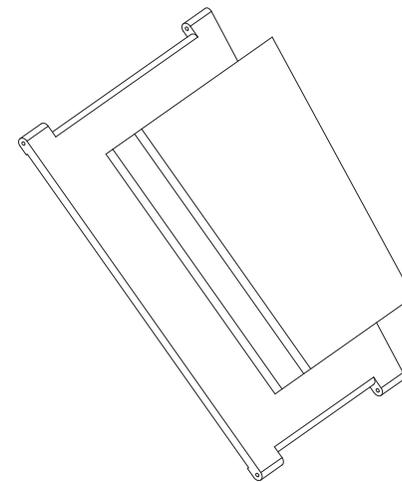
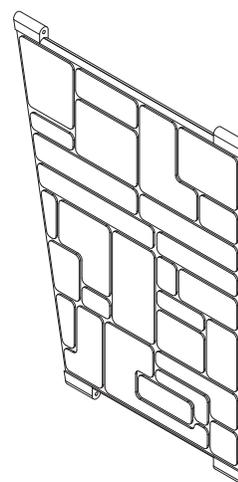
Pegado de las piezas  
Detalle de la pieza fachada/torre, pieza atrio y  
pieza base



*Pieza fachada/torre*

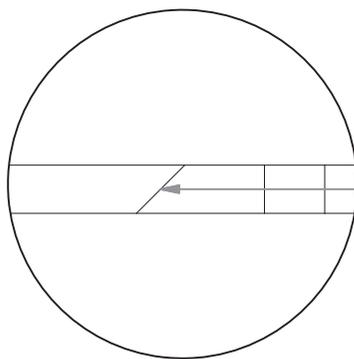


*Pieza base*

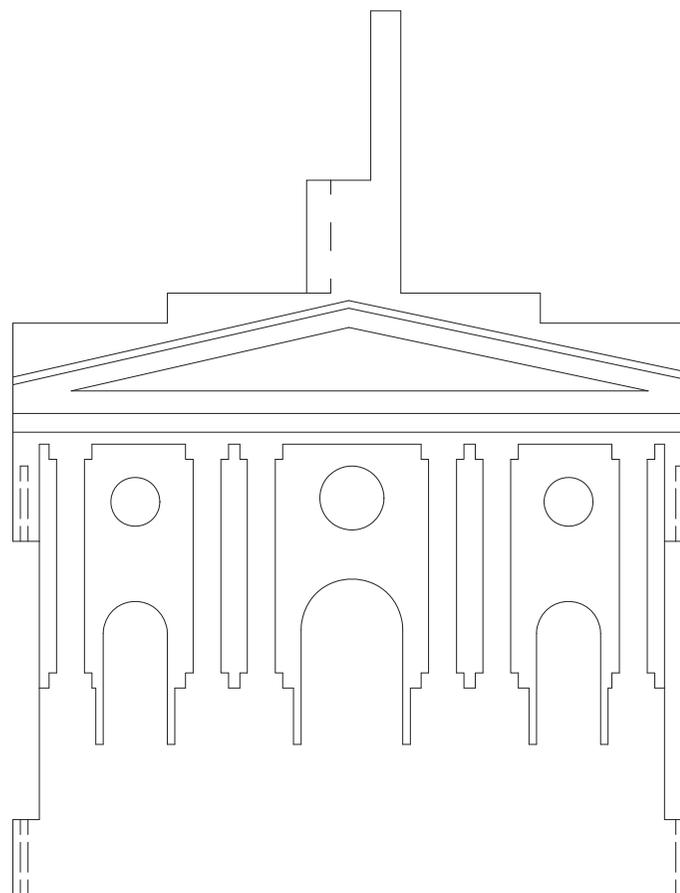
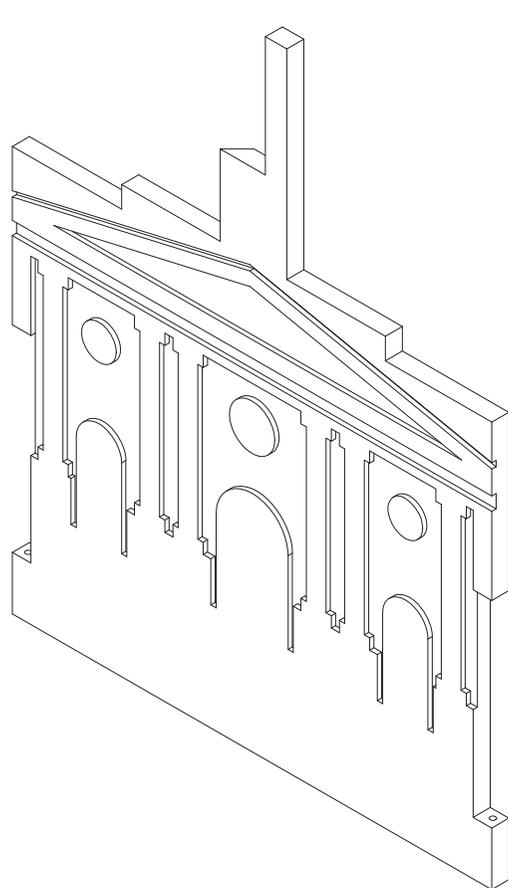
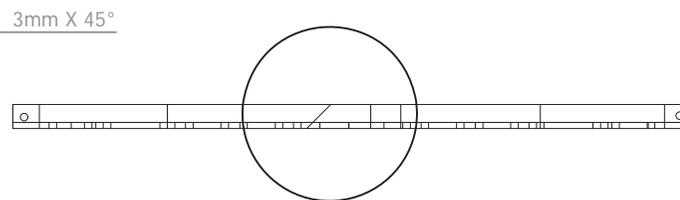


*Pieza atrio*

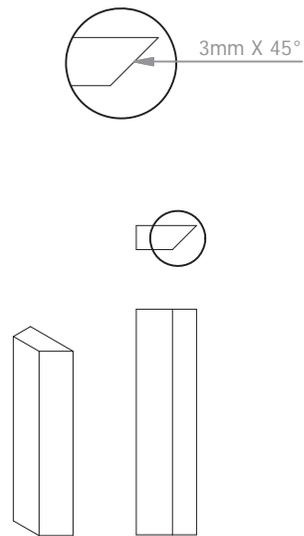
Detalle del chaflán de las piezas  
Pieza fachada  
Escala 1:1



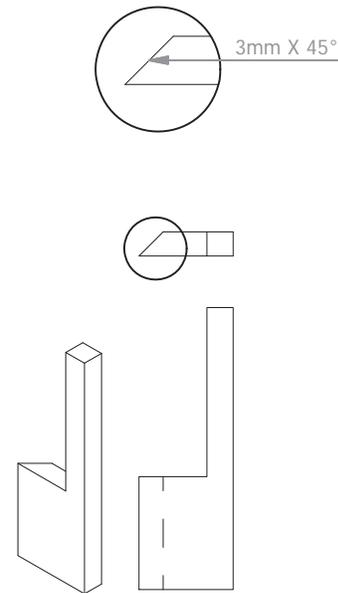
Detalle del chaflán  
Vista Planta  
Escala 2:1



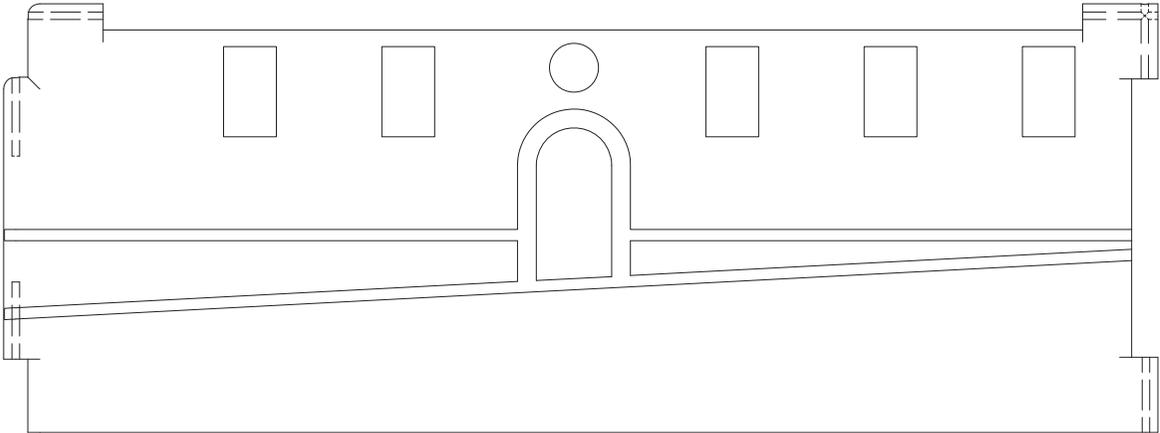
Detalle del chaflán de las piezas  
Piezas torre  
Escala 1:1



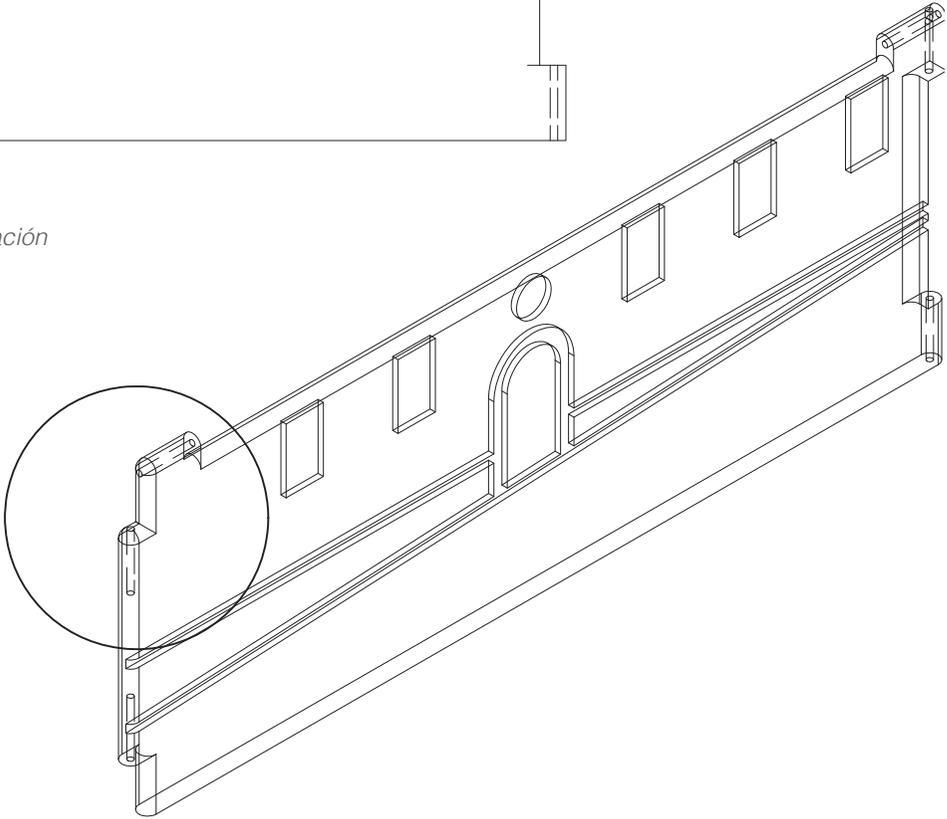
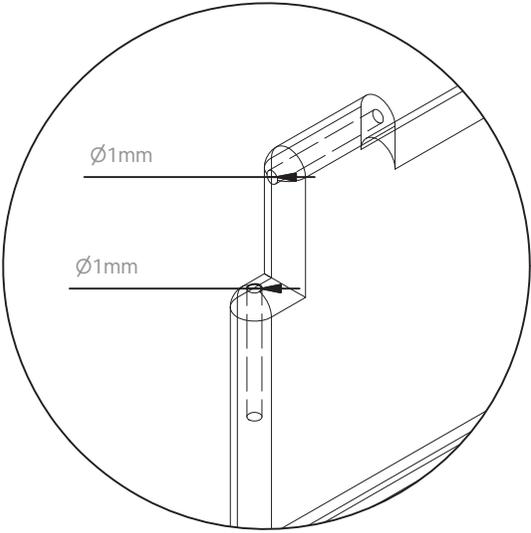
Detalle del chaflán  
Vista Planta  
Escala 2:1



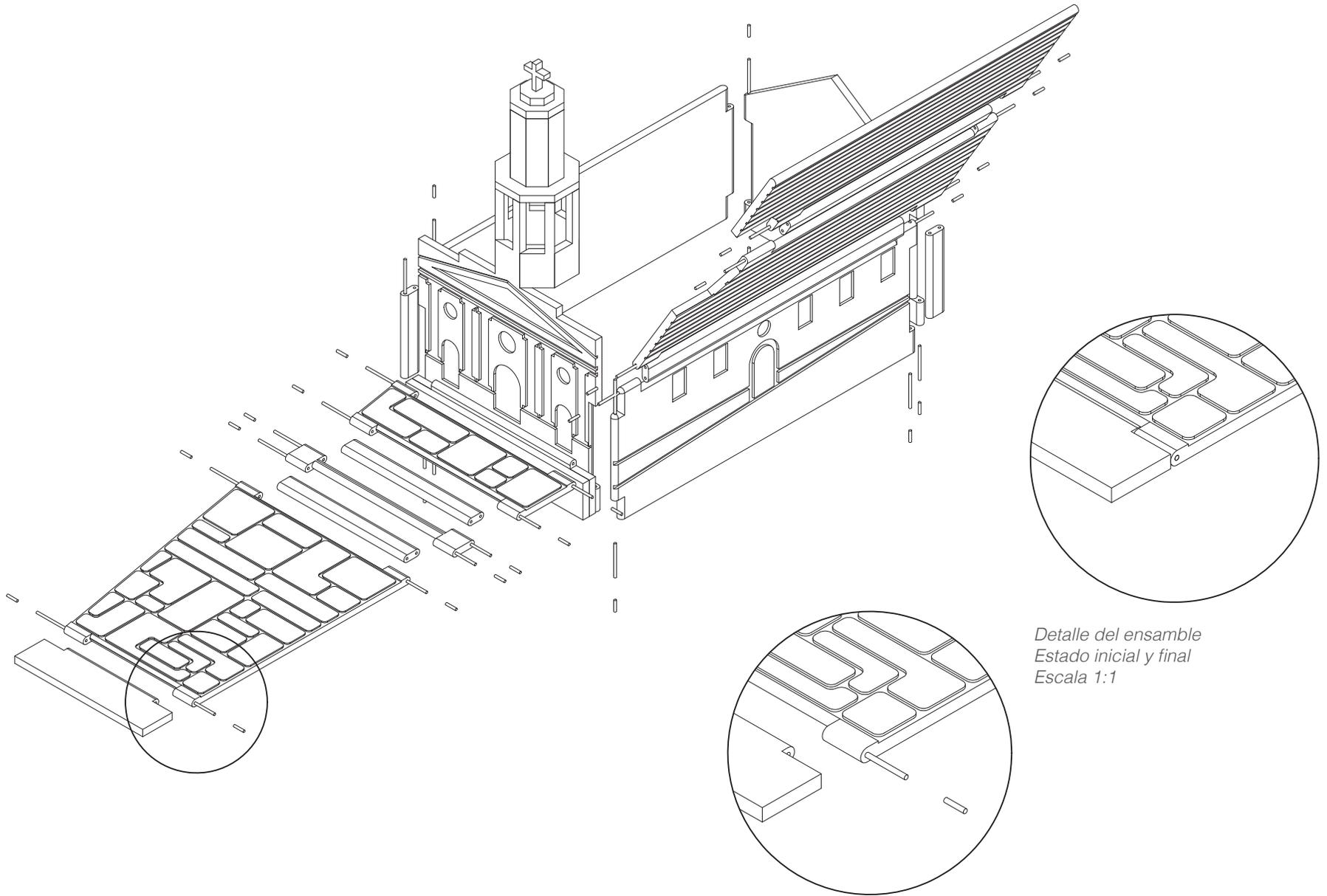
Detalle de las perforaciones de las piezas  
Caras laterales de la figura de madera  
Escala 1:1



Detalle de la perforación  
Escala 2:1

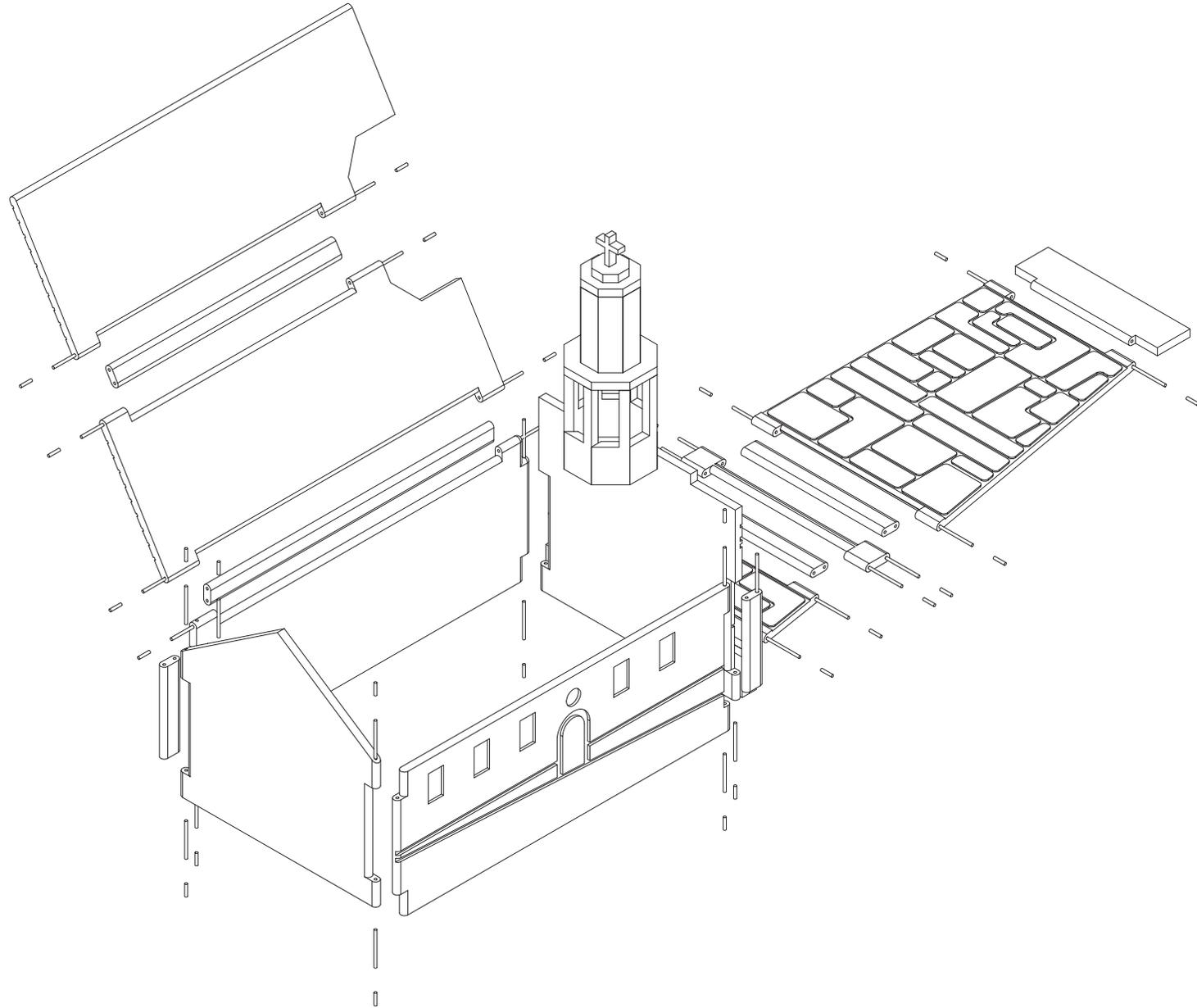


Despiece total  
Axonométrica frontal  
Escala 1:2

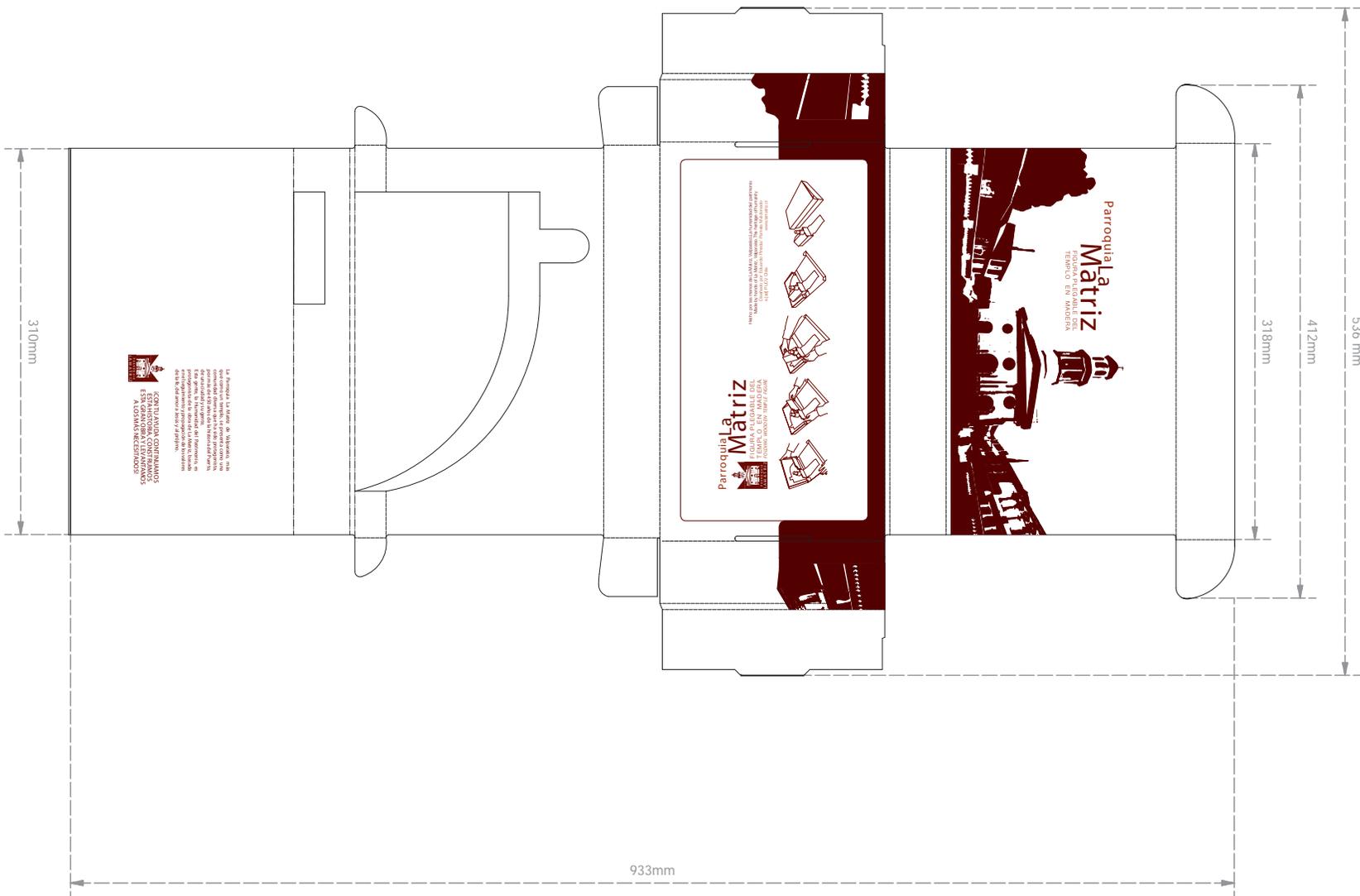


*Detalle del ensamble  
Estado inicial y final  
Escala 1:1*

Despiece total  
Axonométrica trasera  
Escala 1:2



Medidas del embalaje de cartón  
Desplegado  
Escala 1:5



## ANEXO 2

Durante el trimestre dos exposiciones fueron cubiertas por medios de comunicación masiva, mostrando el trabajo realizado tanto por el taller de construcción de cuarto año de diseño industrial de la PUCV, como por el Taller La Matriz.

Jueves 1 octubre

### Exposición de los productos a la prensa

Presentación donde asistieron medios de comunicación masiva, como radio, televisión y diarios, regionales y nacionales. Los productos, el Taller La Matriz y sus fines, fueron expuestos.

Usted está en : Portada: Ciudades

Lunes 5 de octubre de 2009



## Ideas novedosas apoyan labor de tradicional iglesia La Matriz

valparaíso / Uno de los objetivos es que los artefactos sean hechos por los propios beneficiarios de la acción del templo y luego vendidos en zonas turísticas.

Un aporte para la difusión de la labor que cumple la iglesia La Matriz desarrollaron estudiantes de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PRUV), con la creación de novedosos objetos alusivos al tradicional templo porteño.

"Perros" para la ropa, imanes para refrigeradores, crucifijos armables, rompecabezas y gorros de papel tipo "pintor de brocha gorda", se cuentan entre las creaciones hechas por los alumnos para la iglesia, que celebra los 450 años de su fundación. Con la venta de los anticuarios, el párroco de La Matriz, padre Gonzalo Bravo, planea financiar el comedor comunitario y otras iniciativas solidarias que benefician a personas necesitadas de ese barrio porteño.

La iniciativa comenzó a tomar forma cuando el padre Bravo, quien además de párroco es Consejero Superior de la PUCV, se contactó con el Decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad, Arturo Chicano, para pedirle que alumnos de la carreras de Diseño Industrial y Diseño Gráfico elaboraran objetos relacionados con la iglesia, que, a la vez, fuesen fáciles de fabricar y de vender a los turistas.

### SENTIDO HISTÓRICO

Veinte estudiantes de cuarto año de esa carrera aceptaron el desafío y dirigidos por el decano, la profesora Gail Mackay y Juan Carlos Jeldes elaboraron "merchandising" con sentido religioso, histórico y barrio.

Se crearon, por ejemplo, íconos religiosos plegables, un puzzle cúbico, posavasos que reflejan imágenes de santos, tarjetas plegables, cucharas para ensalada e individuales, entre otros.

Uno de los objetos más llamativos que presentaron los estudiantes fueron los perros de ropa de madera con coloridos diseños, bajo el concepto de "Llévate un perrito de La Matriz", todos con la inscripción "Made in Valparaíso", dirigido a los visitantes.

Los perros vagos forman parte del "paisaje" del llamado Barrio Puerto, donde se ubica la iglesia La Matriz.

"Son productos con un enorme valor agregado, que pueden ser realizados por nuestra gente para ser vendido a los turistas, pues son representativos de nuestra zona. Los alumnos desarrollaron un trabajo espectacular. Entendieron muy bien que el patrimonio de la humanidad, es a la vez humanidad del patrimonio, por lo tanto con sus productos están tomando lo valioso del entorno", explicó el párroco de la iglesia, Gonzalo Bravo.



### ► ART. RELACION

"Alcalde Cornejo: estamos contigo"  
Aumenta interés p arriendos  
Capilla en Los Pinos  
Lucha contra la ce  
Exitoso concurso c de año  
Descubren faenan clandestino

### ► ART. DESTACAD

Miños y niñas exig respeto.  
Mi 24 horas dura lir escultura restaura  
Municipio atiende hasta mediodía  
Suspenden tránsit Av. Pedro Montt  
Mejoran unas 2 mi hectáreas  
PDI detiene a sujet violación

**NACIONAL**

Viernes 2 de Octubre de 2009

## Valparaíso: Iglesia de la Matriz presenta productos para financiar obras

Con apoyo de la UCV diseñó su estrategia de merchandising al cumplir 450 años.

**AUDÉNICO BARRÍA VALPARAÍSO**: La emblemática iglesia de la Matriz, que celebra 450 años de su primera construcción, recurrió a las técnicas del merchandising para financiar sus comedores y otras obras sociales que realiza en el barrio puerto.

Para ello recibió el apoyo de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Católica de Valparaíso, la que diseñó una serie de productos artesanales que serán vendidos principalmente a los turistas que lleguen a conocer la actual iglesia, levantada en 1837.

Se trata de crucifijos desarmables, imanes para refrigeradores, tarjetas plegables, cubiertos para ensaladas, postales y otros objetos inspirados en la iglesia.

El párroco Gonzalo Bravo sostiene que, junto con financiar obras de ayuda a los más pobres, los productos promueven el valor patrimonial de la ciudad.



Unos 150 almuerzos a personas pobres entrega diariamente La Matriz.

Foto: TOMÁS FERNÁNDEZ

Inicio » Cultura-Entretención » Lanzan línea de productos de la tradicional iglesia La Matriz de Valparaíso

Jueves 1 Octubre 2009 | 16:14

## Lanzan línea de productos de la tradicional iglesia La Matriz de Valparaíso

Publicado por Marcela Venegas • 143 visitas

Como una manera de celebrar los 450 años de la Iglesia La Matriz, la facultad de arquitectura y urbanismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso en conjunto con la comunidad parroquial, presentaron el merchandising de la citada Iglesia.

(La imagen es de Antonio Bracani en Flickr)

Se trata de productos diseñados por estudiantes de diseño de la Universidad Católica y manufacturados por quienes viven en torno a La Matriz y se trata de objetos como pinzas para ropa, crucifijos desarmables, imanes para refrigeradores, postales, sombreros, bufandas entre otros artículos, los cuales rescatan la esencia del barrio.

El padre Gonzalo Bravo, párroco del templo afirmó que la idea es que con los dineros recaudados se ayude a financiar los comedores comunitarios de la iglesia.

Por su parte Arturo Chicano, decano de la facultad de arquitectura y urbanismo de la PUCV, contó que el diseño de los productos están inspirados en el concepto la humanidad del patrimonio.

Los productos se podrán adquirir prontamente en la Iglesia La Matriz, en algunos comercios porteños y a través de Internet, para quienes deseen contribuir desde cualquier continente con la obra.



Desde "perros" para la ropa a rompecabezas: Estudiantes crean novedosos souvenirs para Iglesia La Matriz

Los objetos fueron confeccionados por alumnos de la carrera de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. La venta de los artículos permitirá financiar las obras sociales del emblemático templo porteño.

La Iglesia La Matriz, edificio símbolo del llamado Barrio Puerto de Valparaíso, cuenta ahora con merchandising...

"Perros" para la ropa, imanes para refrigeradores, crucifijos armables, rompecabezas y gorros de papel tipo "pintor de brocha gorda", se cuentan entre los novedosos objetos que estudiantes de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV) crearon para el templo, que está celebrando los 450 años de su fundación.

Con la venta de los artículos, el párroco de La Matriz, padre Gonzalo Bravo, planea financiar el comedor comunitario y otras iniciativas solidarias que benefician a personas necesitadas de ese barrio porteño.

#### Puzzles, cucharas para ensalada...

La iniciativa comenzó a tomar forma cuando el padre Bravo, quien además de párroco es Consejero Superior de la PUCV, se contactó con el Decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad, Arturo Chicano, para pedirle que alumnos de la carrera de Diseño Industrial y Diseño Gráfico elaboraran objetos relacionados con la iglesia, que, a la vez, fuesen fáciles de fabricar y de vender a los turistas.

Veinte estudiantes de cuarto año de esa carrera aceptaron el desafío y dirigidos por el decano, la profesora Gail Mackay y Juan Carlos Jeldes elaboraron merchandising con sentido religioso, histórico y barrio.

Se crearon, por ejemplo, íconos religiosos plegables, un puzzle cúbico, posavasos que reflejan imágenes de santos, tarjetas plegables, cucharas para ensalada e individuales, entre otros.

Uno de los objetos más llamativos que presentaron los estudiantes fueron los perros de ropa de madera con coloridos diseños, bajo el concepto de "Llévate un perrito de La Matriz", todos con la inscripción "Made in Valparaíso", dirigido a los visitantes.

Los perros vagos forman parte del "paisaje" del llamado Barrio Puerto, donde se ubica la Iglesia La Matriz.

#### Párroco: "Desarrollaron un trabajo espectacular"

"Son productos con un enorme valor agregado, que pueden ser realizados por nuestra gente para ser vendidos a los turistas, pues son representativos de nuestra zona. Los alumnos desarrollaron un trabajo espectacular. Entendieron muy bien que el patrimonio de la humanidad, es a la vez humanidad del patrimonio, por lo tanto con sus productos están tomando lo valioso del entorno", explicó el párroco de la iglesia, Gonzalo Bravo.



Los objetos llevan el logo de la Iglesia La Matriz e incluyen la leyenda "Made in Valparaíso".



El decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo y el párroco de la iglesia destacaron el valor agregado de los productos.

En esa misma línea, el decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, destacó que siempre se piensa que cuidar el patrimonio es proteger edificios y monumentos, pero la ciudad no está compuesta sólo por su arquitectura sino que también por quienes la habitan.

"El padre Bravo nos invitó a contribuir como Universidad y también como comunidad que hace ciudad. En este lugar específicamente, la humanidad y los valores que se aprecian en el diario vivir, otorgan una belleza que no siempre es rescatada como parte de ese patrimonio y que puede ser igual o más significativa que las fachadas. Son estas personas y sus historias los verdaderos componentes de nuestro patrimonio", señaló.

### **Beneficiarios confeccionarán los objetos**

La idea es que los objetos sean elaborados por las mismas personas necesitadas que se benefician con las iniciativas solidarias de la Iglesia La Matriz. Entre ellos hay cesantes, drogadictos, ancianos enfermos postrados.



Parte del equipo de la PUCV que trabajó en el proyecto.

A futuro, se piensa ofrecer estos productos en stands ubicados en terminales turísticos, ferias y en el mismo templo.

Al involucrarse en la confección de los objetos, dijo el sacerdote, quienes reciben ayuda de la parroquia se sienten más dignos: "Hay personas que pueden estar enfermas, con alcoholismo, con depresión, todos pueden ayudar para dignificarse con este servicio. Es una dinámica que incluso puede dignificar a las sociedades... donde uno ya no es parte de un producto, sino que eres compositor de nuevos espacios y nuevas dimensiones creativas", indicó Bravo.

Por Juan Paulo Roldán  
Dirección General de Comunicaciones  
[juan.p.rolდან@ucv.cl](mailto:juan.p.rolدان@ucv.cl)  
01.10.2009

[Volver](#) [Arriba](#)



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO  
FUNDACIÓN ISABEL CACES DE BROWN

Avenida Brasil 2950 - Fono: (56) (32) 227 30 00 - Fax: (56) (32) 227 31 83 - Casilla 4059, Valparaíso, CHILE - Contacto: [Webmaster](mailto:Webmaster)

## Iglesia La Matriz busca recursos con merchandising religioso

Jueves 01 de Octubre de 2009 | VmasV



Productos fueron diseñados por estudiantes de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

La Iglesia La Matriz, edificio símbolo del llamado Barrio Puerto de Valparaíso, cuenta ahora con un curioso merchandising, que considera "perros" para la ropa, imanes para refrigeradores, crucifijos armables, rompecabezas y gorros de papel tipo "pintor de brocha gorda".

Estos novedosos productos fueron creados por estudiantes de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), quienes los diseñaron para el templo, que está celebrando los 450 años de su fundación y para que, a través de la venta de estos artículos, se pueda financiar el comedor comunitario y otras iniciativas solidarias que benefician a personas necesitadas de ese barrio porteño.

Según expresó el párroco de La Matriz, padre Gonzalo Bravo, "son productos con un enorme valor agregado, que pueden ser realizados por nuestra gente para ser vendidos a los turistas, pues son representativos de nuestra zona. Los alumnos desarrollaron un trabajo espectacular. Entendieron muy bien que el patrimonio de la humanidad, es a la vez humanidad del patrimonio, por lo tanto con sus productos están tomando lo valioso del entorno".

El merchandising con sentido religioso, histórico y de barrio, considera, por ejemplo, íconos religiosos plegables, un puzzle cúbico, posavelas que reflejan imágenes de santos, tarjetas plegables, cucharas para ensalada e individuales, entre otros.

A futuro, se piensa ofrecer estos productos en stands ubicados en terminales turísticos, ferias y en el mismo templo.

 [Comparte el artículo](#)

# EL MERCURIO DE VALPARAÍSO

PORTADA | VIDEOS | FOTOS | REGIONI.TV | CONTACTO | ECONOMICOS | EL TIEMPO

Usted está en : Portada > Ciudades

Lunes 5 de octubre de 2009

< Volver

## Ideas novedosas apoyan labor de tradicional iglesia La Matriz

valparaíso / Uno de los objetivos es que los artefactos sean hechos por los propios beneficiarios de la acción del templo y luego vendidos en zonas turísticas.

Un aporte para la difusión de la labor que cumple la iglesia La Matriz desarrollaron estudiantes de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PRUVD), con la creación de novedosos objetos alusivos al tradicional templo porteño.

"Perros" para la ropa, imanes para refrigeradores, crucifijos armables, rompecabezas y gorros de papel tipo "pintor de brocha gorda", se cuentan entre las creaciones hechas por los alumnos para la iglesia, que celebra los 450 años de su fundación.

Con la venta de los artículos, el párroco de La Matriz, padre Gonzalo Bravo, planea financiar el comedor comunitario y otras iniciativas solidarias que beneficien a personas necesitadas de ese barrio porteño.

La iniciativa comenzó a tomar forma cuando el padre Bravo, quien además de párroco es Consejero Superior de la PUCV, se contactó con el Decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad, Arturo Chicano, para pedirle que alumnos de la carreras de Diseño Industrial y Diseño Gráfico elaboraran objetos relacionados con la iglesia, que, a la vez, fuesen fáciles de fabricar y de vender a los turistas.

### SENTIDO HISTÓRICO

Veinte estudiantes de cuarto año de esa carrera aceptaron el desafío y dirigidos por el decano, la profesora Gail Mackay y Juan Carlos Jeldes elaboraron "merchandising" con sentido religioso, histórico y barrio.

Se crearon, por ejemplo, íconos religiosos plegables, un puzzle cúbico, posavasos que reflejan imágenes de santos, tarjetas plegables, cucharas para ensalada e individuales, entre otros.

Uno de los objetos más llamativos que presentaron los estudiantes fueron los perros de ropa de madera con colores diseños, bajo el concepto de "Llévate un perro de La Matriz", todos con la inscripción "Made in Valparaíso", dirigido a los visitantes.

Los perros vagos forman parte del "paisaje" del llamado Barrio Puerto, donde se ubica la Iglesia La Matriz.

"Son productos con un enorme valor agregado, que pueden ser realizados por nuestra gente para ser vendidos a los turistas, pues son representativos de nuestra zona. Los alumnos desarrollaron un trabajo espectacular. Entendieron muy bien que el patrimonio de la humanidad, es a la vez humanidad del patrimonio, por lo tanto con sus productos están tomando lo valioso del entorno", explicó el párroco de la iglesia, Gonzalo Bravo.



► ART. RELACION  
"Alcalde Cornejo: estamos contigo"  
Aumenta interés por arriendos  
Capilla en Los Pinos  
Lucha contra la celulosa  
Exitoso concurso de año  
Descubren faena clandestina

► ART. DESTACAD  
Niños y niñas exigen respeto  
Ni 24 horas dura la escultura restaurada  
Municipio atiende hasta mediodía  
Suspenden tránsito Av. Pedro Montt  
Mejoran unas 2 mil hectáreas  
PDI detiene a sujeto por violación

subir |

**5/10/2009**

## Desde "perros" para la ropa a rompecabezas: Iglesia La Matriz ahora tiene merchandising

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

*Los novedosos objetos fueron diseñados por estudiantes de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. La venta de los artículos permitirá financiar las obras sociales del emblemático templo porteño.*

### Revisa las actividades universitarias en la Agenda Universia

La Iglesia La Matriz, edificio símbolo del llamado Barrio Puerto de Valparaíso, cuenta ahora con merchandising. "Perros" para la ropa, imanes para refrigeradores, crucifijos armables, rompecabezas y gorros de papel tipo "pintor de brocha gorda", se cuentan entre los novedosos objetos que estudiantes de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV) crearon para el templo, que está celebrando los 450 años de su fundación.



Con la venta de los artículos, el párroco de La Matriz, padre Gonzalo Bravo, planea financiar el comedor comunitario y otras iniciativas solidarias que benefician a personas necesitadas de ese barrio porteño.

### Puzzles, cucharas para ensaladas y más

La iniciativa comenzó a tomar forma cuando el padre Bravo, quien además de párroco es Consejero Superior de la PUCV, se contactó con el decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad, Arturo Chicano, para pedirle que alumnos de la carreras de Diseño Industrial y Diseño Gráfico elaboraran objetos relacionados con la iglesia, que, a la vez, fuesen fáciles de fabricar y de vender a los turistas.

Veinte estudiantes de cuarto año de esa carrera aceptaron el desafío y dirigidos por el decano, la profesora Gail Mackay y Juan Carlos Jeldes elaboraron merchandising con sentido religioso, histórico y barrio.

Se crearon, por ejemplo, íconos religiosos plegables, un puzzle cúbico, posavelas que reflejan imágenes de santos, tarjetas plegables, cucharas para ensalada e individuales, entre otros.

Uno de los objetos más llamativos que presentaron los estudiantes fueron los perros de ropa de madera con coloridos diseños, bajo el concepto de "Llévate un perrito de La Matriz", todos con la inscripción "Made in Valparaíso", dirigido a los visitantes.

Los perros vagos forman parte del "paisaje" del llamado Barrio Puerto, donde se ubica la Iglesia La Matriz.

### **Párroco: "Desarrollaron un trabajo espectacular"**

"Son productos con un enorme valor agregado, que pueden ser realizados por nuestra alumnos desarrollaron un trabajo espectacular. Entendieron muy bien que el patrimonio de la humanidad, es a la vez humanidad del patrimonio, por lo tanto con sus productos están tomando lo valioso del entorno", explicó el párroco de la iglesia, Gonzalo Bravo.

En esa misma línea, el decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, destacó que siempre se piensa que cuidar el patrimonio es proteger edificios y monumentos, pero la ciudad no está compuesta sólo por su arquitectura sino que también por quienes la habitan.

"El padre Bravo nos invitó a contribuir como Universidad y también como comunidad que hace ciudad. En este lugar específicamente, la humanidad y los valores que se aprecian en el diario vivir, otorgan una belleza que no siempre es rescatada como parte de ese patrimonio y que puede ser igual o más significativa que las fachadas. Son estas personas y sus historias los verdaderos componentes de nuestro patrimonio", señaló.

### **Beneficiarios confeccionarán los objetos**

La idea es que los objetos sean elaborados por las mismas personas necesitadas que se benefician con las iniciativas solidarias de la Iglesia La Matriz. Entre ellos hay cesantes, drogadictos, ancianos enfermos postrados.

A futuro, se piensa ofrecer estos productos en stands ubicados en terminales turísticos, ferias y en el mismo templo.

Al involucrarse en la confección de los objetos, dijo el sacerdote, quienes reciben ayuda de la parroquia se sienten más dignos: "Hay personas que pueden estar enfermas, con alcoholismo, con depresión, todos pueden ayudar para dignificarse con este servicio. Es una dinámica que incluso puede dignificar a las sociedades... donde uno ya no es parte de un producto, sino que eres compositor de nuevos espacios y nuevas dimensiones creativas", indicó Bravo.

Edición: *Universia* / RR

Fuente: *Pontificia Universidad Católica de Valparaíso*

**Prensa PUCV: Merchandising La Matriz.**  
21 de octubre 2009

Como una manera de celebrar los 450 años de la Iglesia La Matriz, la facultad de arquitectura y urbanismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso en conjunto con la comunidad parroquial...

La Iglesia La Matriz de Valparaíso edificio simbólico del llamado barrio Puerto de Valparaíso cuenta ahora con sus propios productos: perros para la ropa, imanes para refrigerador, crucifijos armables, rompecabezas y gorros de papel, se cuentan entre los novedosos objetos que alumnos de la carrera de diseño industrial de la PUCV crearon para el templo, que esta celebrando los 450 años de su fundación, con la venta de los artículos, el párroco de la Matriz espera financiar el comedor comunitario y otras iniciativas solidarias que benefician a personas necesitadas de este tradicional barrio porteño.

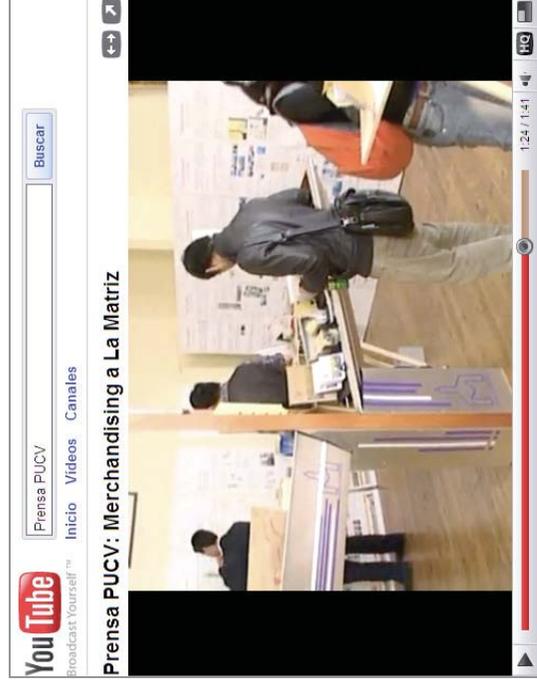
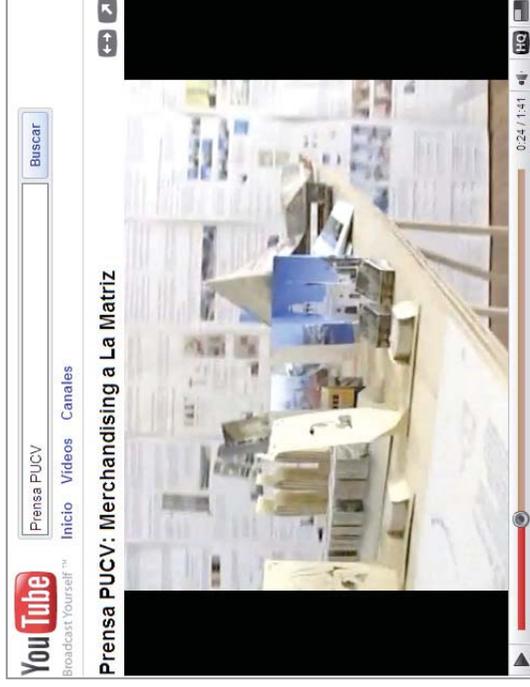
*"¿Qué se hace con este dinero? Fundamentalmente apoyar las obras concretas que tiene La Matriz, ustedes saben que hay un comedor, el 421, donde alimentamos 150 personas diarias. Las donaciones han bajado notoriamente, ha subido mucho la presencia incluso ahora de niños. También necesitamos acoger a nuestros enfermos postrados..."*

Párroco de La Matriz Gonzalo Bravo.

"La idea rescatar a las personas y a su vez las actividades que tradicionalmente se realizan en La Matriz. Se van a encontrar con unos sombreros de papel de diario, que en el fondo lo que tienen detrás es todo el mundo del trabajo de los constructores, de los albañiles..."

Decano de la facultad de arquitectura y urbanismo de la PUCV Arturo Chicano.

A futuro se espera ofrecer estos productos en stands ubicados en terminales turísticos, ferias o en el mismo templo, con el objetivo de humanizar el patrimonio porteño y ayudar a la comunidad del sector.



**Quintavisión: alianza con PUCV**  
1 de octubre de 2009

Con el objetivo de financiar los comedores de la iglesia La Matriz, estudiantes de la Católica diseñaron una serie de artículos para la venta.

Perros para la ropa, imanes para el refrigerador, postales e iconos religiosos plegables son parte de los artículos que comenzará a vender la iglesia La Matriz para financiar en parte los comedores solidarios que atienden diariamente a 150 personas.

La iglesia recibió ayuda de los estudiantes de diseño y arquitectura la Universidad Católica de Valparaíso, quienes construyeron e idearon distintos artículos, los que serán vendidos en La Matriz y en otros puntos de Valparaíso.

*"Lo fundamental es que se nos señala la idea de la humanidad del patrimonio, estamos acostumbrados a escuchar la palabra patrimonio, pero la humanidad del patrimonio es la que nos motiva y es eso lo que proponemos con un grupo de profesores, entre ellos Juan Carlos Jeldes, Gail Mackay, Silvia Arriagada, Ricardo Lang...y lo que queremos hacer con esa frase de la humanidad del patrimonio es incorporada no sólo al diseño que ustedes ven si no también de como se desarrolla la producción de los modelos."*

Decano de la facultad de arquitectura y urbanismo de la PUCV Arturo Chicano.

*"Fundamentalmente con las personas nuestras, con las mamás, los papás, los niños, los jóvenes, las abuelitas, se pensó entonces estos productos que serían de bajo costo y de gran plus artístico. Hay Productos que son notables, yo quisiera detenerme en un que grafica muy bien lo que queremos: es un denario, la gracia de este denario es que participan muchas personas: quien corta la maderita, luego el armado, y este denario se pasa a los enfermos que son postrados, ellos lo rezan con su dolor, con su angustia, y ahí recien se coloca para que pueda seguir la cadena de oración y servicio."*

Párroco de La Matriz, Gonzalo Bravo.

Actualmente, la iglesia la Matriz recibe donaciones, por lo que dentro de su aniversario número 450, se ideó este sistema donde la comunidad participara en la confección de los artículos, que serán vendidos a turistas nacionales y extranjeros.

Dentro de las próximas semanas, se creará un lugar especial donde poner a la venta los artículos, una fuente de financiamiento que atiende al mercado turístico y patrimonial de Valparaíso y que ayudará a quienes se encuentran en situación de calle.



Lunes 16 de noviembre

## Exposición de los productos como parte del plan estratégico de la Parroquia.

Alumnas de ingeniería comercial de la PUCV, realizaron la presentación de la planificación estratégica de la Parroquia como empresa, y se exponen los productos como una actividad esencial en los planes de ella.

The screenshot shows the top part of a website. At the top right, there is a link 'Sobre Nosotros'. Below it is a blue banner with the text 'Nueva alternativa'. The main header features the 'BIO-BIO LA RADIO' logo and the date 'Domingo 29 de Noviembre 2009' along with exchange rates: 'Dólar: \$493 | UF: \$21.018 | UTM: \$36.863'. A navigation menu includes: Inicio, Nacional, Internacional, Economía, Deporte, Cultura y Entretenimiento, Sociedad, and Tecnología. Below the menu is a blue bar with the text 'VER NOTICIAS DE Valparaíso - Viña del Mar - Santiago - Talca - Concepción - Los Ángeles - Temuco - Valdivia - Os

Inicio » Sociedad » Presentan plan estratégico para mejorar gestión de Iglesia La Matriz

Lunes 16 Noviembre 2009 | 16:11

## Presentan plan estratégico para mejorar gestión de Iglesia La Matriz

Publicado por José Francisco Díaz • 80 visitas

### Alumnas de la PUCV presentaron un Plan Estratégico para mejorar la gestión de la Iglesia La Matriz

Optimizar recursos y lograr un manejo sustentable a futuro es el propósito del plan estratégico para la Iglesia La Matriz.

La iniciativa nacida del curso Gestión e Innovación Empresarial, de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Católica de Valparaíso, pretende organizar las diversas actividades de la Parroquia, además de poner en valor la línea de productos elaborados por los voluntarios de La Matriz, entre los que se cuentan gorros, crucifijos, imanes, remolinos, perro para ropa.

El párroco de La Matriz, Gonzalo Bravo, se manifestó satisfecho con los resultados y mencionó que este plan contribuirá a financiar las distintas obras de la iglesia.

El proyecto tendrá una segunda fase de implementación durante 2010 en el que estudiantes de Ingeniería Comercial ahondarán aún más la relación entre comunidad y universidad.

Artículos Relacionados:

1. Entregan plan para potencia desarrollo turístico en zona La Capana- Peñuelas
2. Lanzan línea de productos de la tradicional iglesia La Matriz de Valparaíso

**QUINTAVISIÓN:  
NUEVO NICHO ECONOMICO**  
16 de noviembre de 2009

Una nueva unidad de negocio se gestiona en la iglesia La Matriz de Valparaíso, con la fabricación y venta de artículos religiosos que permitirá financiar las obras sociales.

La aplicación de herramientas de marketing por parte de alumnas de Ingeniería Comercial de la Católica de Valparaíso, podrá convertir a la tradicional iglesia La Matriz en una unidad de negocio en beneficio de quienes acuden a este recinto para mejorar su calidad de vida.

Dentro de la celebración de los 450 años de existencia de esta iglesia, voluntarias iniciaron un taller de manualidades que las llevó finalmente vender estos artículos religiosos a turistas y porteños que se acercan al lugar.

*“La profesora nos enseñó a nosotros todos los productos que estamos haciendo acá ahora y ella nos da tarea para la casa, nos dice: el día sábado tienen que llegar con 10 productos hechos y todos llegamos con los 10 productos hechos. Y nos encanta a nosotros hacer los trabajos y hacer los productos y todas las cosas que estamos haciendo...”*

Voluntaria del Taller La Matriz, Verónica Ulloa.

La venta de artículos irá directamente al financiamiento de los comedores solidarios que tiene la iglesia, que no recibe donaciones para este efecto.

Además, se entregó una propuesta de organización estructural que mejorará la gestión de la iglesia en los distintos ámbitos en que trabaja.



EL DIARIO CIUDADANO DE LA REGIÓN DE VALPARAISO



Viaja a Antofagasta · Calama · Santiago

[En estas vacaciones paga como quieras en Lan.com](#)

## Estudiantes de Ingeniería Comercial presentan Plan Estratégico para Iglesia La Matriz

Categorías: Cultura - Local

El párroco Gonzalo Bravo agradeció el interés de las alumnas por organizar los servicios ofrecidos a la comunidad, como la elaboración de productos dirigidos a los turistas y el apoyo entregado a los enfermos postrados. Por Juan Pablo Roldán

Leído 78 veces



Escrito por Comunicados



[Share / Save](#)   

[Ir a la Portada](#)

Como la aplicación de lo aprendido durante los últimos cinco años de formación en la Escuela de Ingeniería Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), un grupo de cinco estudiantes elaboró un Plan Estratégico para la Iglesia La Matriz, que este año celebra los 450 años desde su fundación en pleno barrio puerto.

La presentación del plan se desarrolló este lunes 16 de noviembre en el zócalo del Consejo Nacional de la Cultura, ubicado frente a la Plaza Sotomayor, donde las estudiantes expusieron las distintas fases del proyecto.



<< Noviembre 2009  
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do

El equipo conformado por Carla Salas, Carolina Carrera, Karen Neira, Macarena Peña y la estudiante de intercambio, Anne Jekat, optó por desarrollar este proyecto dentro de la asignatura de Gestión e Innovación Empresarial, dictada por el académico Orlando de la Vega.

El objetivo de la iniciativa -que se entregó en un documento al párroco de la Matriz, Gonzalo Bravo- es otorgar a la iglesia de un enfoque organizacional estructurado para optimizar sus recursos y lograr que los aportes recibidos sean permanentes a largo plazo.

“Además de los recursos que queremos lograr con este plan estratégico, la idea es organizar a la iglesia y disminuir las debilidades que tienen respecto a la coordinación y comunicación entre los distintos servicios”, explicó la estudiante Carla Salas.

En el fondo, según lo planteado por las autoras, se busca generar una estructura organizacional formal, para que la Iglesia pueda funcionar mejor y se vincule aún más con su entorno.

Uno de los ámbitos que aborda el proyecto, se relaciona con la comercialización de una línea de productos elaborados por los voluntarios de la parroquia, trabajo que contó con la asesoría técnica de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la PUCV.

El párroco Gonzalo Bravo, destacó el trabajo desarrollado por las estudiantes, debido a que conjuga el crecimiento económico con el desarrollo humano en uno de los sectores más emblemáticos del barrio puerto.

“La PUCV tiene un rol social importante en la Quinta Región y este es un paso concreto de ello. Necesitamos de las instituciones para que aporten su know how y su conocimiento, de modo que podamos realizar las acciones que nos permitan seguir existiendo”, agregó.

Dentro de los avances que presenta la comercialización de los productos elaborados por los voluntarios, se incluye la instalación de ellos en un stand en el Terminal de Pasajeros del muelle Barón, donde podrán ser adquiridos por los turistas.

Sobre los recursos obtenidos con la comercialización, el sacerdote y Consejero Superior de la PUCV, agregó que estos van a destinarse al comedor 421 donde diariamente se alimentan 150 personas y se comprará mercadería para ayudar a los enfermos postrados que son atendidos por los voluntarios de la parroquia.

Entre los objetivos del plan estratégico, se encuentra consolidar la misión de la parroquia, potenciar la marca La Matriz, fortalecer la integración con la comunidad y apoyar la labor de los voluntarios.

Dentro de las debilidades detectadas en la iglesia, se encuentra la falta de financiamiento constante y las crecientes necesidades sociales del entorno.

Como planes de acción, las alumnas proponen reestructurar la organización de la parroquia, la postulación a fondos concursables, el relanzamiento de la página web, la creación de un taller de teatro para niños y la recolección de recursos para los servicios ofrecidos por la iglesia.

## Estudiantes de Ingeniería Comercial elaboran Plan Estratégico para Iglesia La Matriz

**El proyecto busca coordinar las distintas actividades que desarrolla el templo y optimizar los recursos que reciben con un enfoque organizacional para obtener sustentabilidad a largo plazo.**

Un grupo de cinco alumnas de Ingeniería Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), presentarán un plan estratégico para la Iglesia La Matriz, parroquia que este año cumple 450 años y está ubicada en pleno casco histórico de Valparaíso.

El proyecto culminado se entregará en una ceremonia, el lunes 16 de noviembre a las 10:30 horas en el zócalo del Consejo Nacional de la Cultura.

El equipo conformado por Carla Salas, Carolina Carrera, Karen Neira, Macarena Peña y la estudiante de intercambio, Anne Jekat, optó por desarrollar esta iniciativa dentro de la asignatura de Gestión e Innovación Empresarial, dictada por el académico, Orlando de la Vega.

A través del plan estratégico, se pretende otorgar a la iglesia de un enfoque organizacional estructurado para optimizar sus recursos y lograr que sea sustentable en el largo plazo; esto último se lograría a través de una línea de productos elaborados por los voluntarios de la parroquia, trabajo que contó con la asesoría técnica de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la PUCV.

"En el fondo, lo que queremos es organizar las actividades de la Parroquia, como por ejemplo, lo realizado en el comedor 421 o en la escuela de fútbol, proponer planes de acción y potenciar la imagen de Jesús en el entorno de la iglesia", explica Karen Neira.

"La iglesia es vista sólo como un atractivo turístico. No se sabe el enorme trabajo que existe detrás donde se ayuda a gente necesitada, con adicciones o problemas económicos. Es más que una iglesia, hay toda una comunidad que presta servicios a domicilio", complementa Carolina Carrera.

### Iniciativa aborda diversos ámbitos

El objetivo del proyecto es coordinar los distintos servicios y actividades que son realizadas actualmente en la Iglesia La Matriz, las que fueron clasificadas en base a cuatro áreas:

-Social. Se refiere, por ejemplo, a la entrega de diversos servicios que ofrece la Parroquia



El proyecto elaborado por las alumnas se realiza dentro de la asignatura de Gestión e Innovación Empresarial.



Los productos que serán elaborados por voluntarios es uno de los aspectos abordados en el plan estratégico.

-Social. Se refiere, por ejemplo, a la entrega de diversos servicios que ofrece la Parroquia como el comedor 421 que atiende a los más necesitados del sector, la donación de ropa y la atención del policlínico.

- Evangelización. Aborda las labores de catequesis ofrecidas por la iglesia, grupos de oración y otros servicios religiosos.

- Recreativo. El desarrollo de una Escuela de Fútbol, talleres de teatro, entre otros.

”Queremos potenciar a la iglesia La Matriz, que se conozca tanto en su entorno como a los visitantes. Abordar diversas formas de evangelizar ya sea con productos o servicios sociales, queremos llegar a las personas con la imagen de Jesús, a través de estas cuatro unidades de negocio”, advierte Carla Salas.

### **Texto se ofrecerá en una ceremonia**

”Es un proyecto excelente. Me parece positivo que los alumnos de la Universidad se contacten con la realidad concreta. Necesitamos sistematizar la organización para servir mejor a la comunidad y queremos que la gente de fe se acerque mucho más a la iglesia”, agregó el párroco y Consejero Superior de la PUCV, Gonzalo Bravo.

Además de la entrega del Plan Estratégico, se realizará una misa especial para informar a la comunidad de esta iniciativa, el domingo 22 de noviembre, ocasión donde también se bendecirá el documento elaborado por los alumnos.

El proyecto será retomado durante el 2010 por los estudiantes de Ingeniería Comercial para su posterior aplicación, en una segunda fase de implementación.

### Ingeniería Comercial

Por Juan Paulo Roldán

Dirección General de Comunicaciones

[juan.roldan@ucv.cl](mailto:juan.roldan@ucv.cl)

13.11.2009



El párroco Gonzalo Bravo apoya la propuesta, considerando que acerca a los universitarios con la comunidad.



16:49 | Piñera viaja a Brasil para reunirse con Presidente Lula

## Estudiantes presentan Plan Estratégico para Iglesia La Matriz

Su objetivo es dar a la iglesia un enfoque organizacional estructurado para optimizar sus recursos y lograr que los aportes recibidos sean permanentes a largo plazo.

POR **LATERCERA.COM** - 16/11/2009 - 15:35

**a.** Aumentar **a.** Disminuir **a.** Comentar **a.** Enviar a un amigo **a.** Imprimir **a.** Alertas **a.** Compartir

Como la aplicación de lo aprendido durante los últimos cinco años de formación en la Escuela de Ingeniería Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), un grupo de cinco estudiantes elaboró un **Plan Estratégico para la Iglesia La Matriz**, que este año celebra los 450 años desde su fundación en pleno barrio puerto.

La presentación del plan se desarrolló en el zócalo del Consejo Nacional de la Cultura, ubicado frente a la Plaza Sotomayor, donde las estudiantes expusieron las distintas fases del proyecto.



El equipo conformado por **Carla Salas**, **Carolina Carrera**, **Karen Neira**, **Macarena Peña** y la estudiante de intercambio, **Anne Jekat**, optó por desarrollar este proyecto dentro de la asignatura de Gestión e Innovación Empresarial, dictada por el académico **Orlando de la Vega**.

### OPTIMIZANDO RECURSOS

El objetivo de la iniciativa -que se entregó en un documento al párroco de la Matriz, Gonzalo Bravo- es dar a la iglesia un enfoque organizacional estructurado para optimizar sus recursos y lograr que los aportes recibidos sean permanentes a largo plazo.

**"Además de los recursos que queremos lograr con este plan estratégico, la idea es organizar a la iglesia y disminuir las debilidades que tienen respecto a la coordinación y comunicación entre los distintos servicios",** explicó la estudiante Carla Salas.

En el fondo, según lo planteado por las autoras, se busca generar una estructura organizacional formal, para que la iglesia pueda funcionar mejor y se vincule aún más con su entorno.

Uno de los ámbitos que aborda el proyecto, se relaciona con la comercialización de una línea de productos elaborados por los voluntarios de la parroquia, trabajo que contó con la asesoría técnica de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la PUCV.

#### **PÁRROCO: "LA PUCV TIENE UN ROL SOCIAL IMPORTANTE"**

El párroco Gonzalo Bravo, destacó el trabajo desarrollado por las estudiantes, debido a que conjuga el crecimiento económico con el desarrollo humano en uno de los sectores más emblemáticos del barrio puerto.

**"La PUCV tiene un rol social importante en la Quinta Región y este es un paso concreto de ello. Necesitamos de las instituciones para que aporten su know how y su conocimiento, de modo que podamos realizar las acciones que nos permitan seguir existiendo",** agregó.

Dentro de los avances que presenta la comercialización de los productos elaborados por los voluntarios, se incluye la instalación de ellos en un stand en el Terminal de Pasajeros del muelle Barón, donde podrán ser adquiridos por los turistas.

Sobre los recursos obtenidos con la comercialización, el sacerdote y Consejero Superior de la PUCV, agregó que estos van a destinarse al comedor 421 donde diariamente se alimentan 150 personas y se comprará mercadería para ayudar a los enfermos postrados que son atendidos por los voluntarios de la parroquia.

#### **PLANES DE ACCIÓN**

Entre los objetivos del plan estratégico, se encuentra consolidar la misión de la parroquia, potenciar la marca La Matriz, fortalecer la integración con la comunidad y apoyar la labor de los voluntarios.

Dentro de las debilidades detectadas en la iglesia, se encuentra la falta de financiamiento constante y las crecientes necesidades sociales del entorno.

Como planes de acción, las alumnas proponen reestructurar la organización de la parroquia, la postulación a fondos concursables, el relanzamiento de la página web, la creación de un taller de teatro para niños y la recolección de recursos para los servicios ofrecidos por la iglesia.

# EL MERCURIO DE VALPARAÍSO

PORTADA | VIDEOS | FOTOS | REGIONAL TV | CONTACTO | ECONOMICOS | EL TIEMPO

Usted está en : Portada: Ciudades

Martes 17 de noviembre de 2009

## Plan Estratégico para Iglesia La Matriz

valparaiso / Busca coordinar actividades y optimizar recursos.

Un grupo de cinco alumnas de Ingeniería Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV) diseñaron un plan estratégico para la Iglesia La Matriz, parroquia que este año cumple 450 años en el Puerto, documento que fue entregado al párroco Gonzalo Bravo, en una ceremonia efectuada ayer en el zócalo del Consejo Nacional de la Cultura.

Este plan pretende lograr que sea sustentable en el largo plazo, lo que se lograría a través de una línea de productos elaborados por los voluntarios de la parroquia, trabajo que contó con la asesoría técnica de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la PUCV.

"Lo que queremos es organizar las actividades de la Parroquia, como por ejemplo, lo realizado en el comedor 421 o en la escuela de fútbol, proponer planes de acción y

potenciar la imagen de Jesús en el entorno de la iglesia", explicó Karen Neira, una de las integrantes del equipo, que está conformado además por Carla Salas, Carolina Carrera, Karen Neira, Macarena Peña y la estudiante de intercambio, Anne Jekat.



### ANEXO 3 Plantillas de organización

- 1.Plantilla de estudio de ventas general
- 2.Plantilla de estudio de ventas por producto
- 3.Plantilla de caracterización del voluntariado
- 4.Perfil de ocupaciones de mercadotecnia
- 5.Perfil de ocupaciones de recursos humanos
- 6.Perfil de ocupaciones de producción
- 7.Perfil de ocupaciones de finanzas
- 8.Plantilla de caracterización del voluntariado/motivaciones
- 9.Plantilla de asistencia del voluntariado
- 10.Plantilla de calificación de la producción de los productos
- 11.Plantilla de detalles de costos directos
- 12.Plantilla de previsión de egresos directos por producto
- 13.Plantilla de fijación de precios.
- 14.Plantilla de previsión de ingresos y excedentes
- 15.Inventario de movimiento
- 16.Inventario interno.
- 17.Plantilla de comprobantes de egresos.
- 18.Flujo de caja.





Plantilla de información y caracterización del voluntariado	
Nombre	
Teléfonos	
Disponibilidad horaria	Tiempo del que dispone una persona para reunirse con el grupo o parte de él. Esto determina los días en que se puede hacer encuentros grupales
Herramientas	Herramientas que posee y sabe ocupar. Esta información dirige que ciertas tareas se otorguen a quien las posee.

### Plantillas de caracterización del voluntariado

Fichas para caracterizar a cada voluntario según sus competencias. En la parte inferior debe calificarse cada competencia según si esta se presenta de manera baja, media o alta.

Plantilla de características competenciales			
	Bajo	Medio	Alto
<b>RASGOS, AUTOCONCEPTO Y HABILIDADES</b>			
<b>Competencias de líderes.</b>			
Orientación al cumplimiento de los objetivos.			
Interés por el orden, la exactitud y la calidad.			
Flexibilidad y adaptación a distintas situaciones.			
Interés por el aprendizaje			
Iniciativa			
Liderazgo			
Compromiso con la parroquia, el taller y sus finalidades.			
Razonamiento estratégico			
Comprensión de la organización.			
Delegación.			
Capacidad de organizar, planificar y registrar.			
Confianza en sí mismo.			
Autocontrol			
<b>Competencias específicas.</b>			
Comprensión de instrucciones orales y escritas.			
Orientación a las relaciones públicas			
Aprendizaje de errores			
Tolerancia a la crítica			
Trabajo en equipo			
Orientación a la enseñanza.			
Retención de información y grado de concentración			
Eficiencia en la labor			
Interés por la limpieza y la pulcritud			
Habilidad en el uso de herramientas			
Uso del cartonero			
Uso de herramienta multipropósito			
Uso de sierra manual			
<b>TECNICAS Y CONOCIMIENTOS</b>			
Contabilidad y finanzas.			
Fiscales y legales			
Sicología			
Informáticos			
Gestión			
Entorno ( ciudad, casa parroquial, etc)			
Costura, tejidos, sastrería.			
Carpintería.			
Arte y diseño			
Idiomas extranjeros			

## Perfil de ocupaciones de mercadotecnia

Cada ocupación le debe ser asignada a quien posea las más altas calificaciones en las competencias especialmente requeridas para ella. Estas competencias destacadas se presentan como cuadros coloreados en la plantilla.

Perfil de ocupaciones de mercadotecnia		Encargado de mercadotecnia	Jefe de distribución
<b>Ocupación</b>			
<b>RASGOS, AUTOCONCEPTO Y HABILIDADES</b>			
Orientación al cumplimiento de los objetivos.			
Interés por el orden , la exactitud y la calidad.			
Flexibilidad y adaptación a distintas situaciones.			
Interés por el aprendizaje			
Iniciativa			
Liderazgo			
Compromiso con la parroquia, el taller y sus finalidades.			
Razonamiento estratégico			
Comprensión de la organización.			
Delegación.			
Capacidad de organizar , planificar y registrar.			
Confianza en sí mismo.			
Autocontrol			
Compresión de instrucciones orales y escritas.			
Orientación a las relaciones públicas			
Aprendizaje de errores			
Tolerancia a la crítica			
Trabajo en equipo			
Orientación a la enseñanza.			
Retención de información y grado de concentración			
Eficiencia en la labor			
Interés por la limpieza y la pulcritud			
Habilidad en el uso de herramientas			
Uso del cartonero			
Uso de herramienta multipropósito			
Uso de sierra manual			
<b>TECNICAS Y CONOCIMIENTOS</b>			
Contabilidad y finanzas.			
Fiscales y legales			
Sicología			
Informáticos			
Gestión			
Entorno ( ciudad, casa parroquial, etc)			
Costura, tejidos, sastrería.			
Carpintería.			
Arte y diseño			
Idiomas extranjeros			
Ventas y marketing			

## Perfil de ocupaciones de Recursos humanos

Cada ocupación le debe ser asignada a quien posea las más altas calificaciones en las competencias especialmente requeridas para ella. Estas competencias destacadas se presentan como cuadros coloreados en la plantilla.

Perfil de ocupaciones de recursos humanos		Encargado de recursos humanos	Encargado de motivación
<b>Ocupación</b>			
<b>TRASGOS, AUTOCONCEPTO Y HABILIDADES</b>			
Orientación al cumplimiento de los objetivos.			
Interés por el orden , la exactitud y la calidad.			
Flexibilidad y adaptación a distintas situaciones.			
Interés por el aprendizaje			
Iniciativa			
Liderazgo			
Compromiso con la parroquia, el taller y sus finalidades.			
Razonamiento estratégico			
Comprensión de la organización.			
Delegación.			
Capacidad de organizar , planificar y registrar.			
Confianza en sí mismo.			
Autocontrol			
Compresión de instrucciones orales y escritas.			
Orientación a las relaciones públicas			
Aprendizaje de errores			
Tolerancia a la crítica			
Trabajo en equipo			
Orientación a la enseñanza.			
Retención de información y grado de concentración			
Eficiencia en la labor			
Interés por la limpieza y la pulcritud			
Habilidad en el uso de herramientas			
Uso del cartonero			
Uso de herramienta multipropósito			
Uso de sierra manual			
<b>TECNICAS Y CONOCIMIENTOS</b>			
Contabilidad y finanzas.			
Fiscales y legales			
Sicología			
Informáticos			
Gestión			
Entorno ( ciudad, casa parroquial, etc)			
Costura, tejidos, sastrería.			
Carpintería.			
Arte y diseño			
Idiomas extranjeros			
Ventas y marketing			

## Perfil de ocupaciones de Producción

Cada ocupación le debe ser asignada a quien posea las más altas calificaciones en las competencias especialmente requeridas para ella. Estas competencias destacadas se presentan como cuadros coloreados en la plantilla.

Perfil de ocupaciones de producción			Operadores
Ocupación	Encargado de producción	Jefe de producto	
<b>RASGOS, AUTOCONCEPTO Y HABILIDADES</b>			
Orientación al cumplimiento de los objetivos.			
Interés por el orden , la exactitud y la calidad.			
Flexibilidad y adaptación a distintas situaciones.			
Interés por el aprendizaje			
Iniciativa			
Liderazgo			
Compromiso con la parroquia, el taller y sus finalidades.			
Razonamiento estratégico			
Comprensión de la organización.			
Delegación.			
Capacidad de organizar , planificar y registrar.			
Confianza en sí mismo.			
Autocontrol			
Compresión de instrucciones orales y escritas.			
Orientación a las relaciones públicas			
Aprendizaje de errores			
Tolerancia a la crítica			
Trabajo en equipo			
Orientación a la enseñanza.			
Retención de información y grado de concentración			
Eficiencia en la labor			
Interés por la limpieza y la pulcritud			
Habilidad en el uso de herramientas			
Uso del cartonero			
Uso de herramienta multipropósito			
Uso de sierra manual			
<b>TECNICAS Y CONOCIMIENTOS</b>			
Contabilidad y finanzas.			
Fiscales y legales			
Sicología			
Informáticos			
Gestión			
Entorno ( ciudad, casa parroquial, etc)			
Costura, tejidos, sastrería.			
Carpintería.			
Arte y diseño			
Idiomas extranjeros			
Ventas y marketing			

## Perfil de ocupaciones de finanzas

Cada ocupación le debe ser asignada a quien posea las más altas calificaciones en las competencias especialmente requeridas para ella. Estas competencias destacadas se presentan como cuadros coloreados en la plantilla.

Perfil de ocupaciones de finanzas		Encargado de finanzas	Ayudante de finanzas
Ocupación			
<b>RASGOS, AUTOCONCEPTO Y HABILIDADES</b>			
Orientación al cumplimiento de los objetivos.			
Interés por el orden , la exactitud y la calidad.			
Flexibilidad y adaptación a distintas situaciones.			
Interés por el aprendizaje			
Iniciativa			
Liderazgo			
Compromiso con la parroquia, el taller y sus finalidades.			
Razonamiento estratégico			
Comprensión de la organización.			
Delegación.			
Capacidad de organizar , planificar y registrar.			
Confianza en sí mismo.			
Autocontrol			
Comprensión de instrucciones orales y escritas.			
Orientación a las relaciones públicas			
Aprendizaje de errores			
Tolerancia a la crítica			
Trabajo en equipo			
Orientación a la enseñanza.			
Retención de información y grado de concentración			
Eficiencia en la labor			
Interés por la limpieza y la pulcritud			
Habilidad en el uso de herramientas			
Uso del cartonero			
Uso de herramienta multipropósito			
Uso de sierra manual			
<b>TECNICAS Y CONOCIMIENTOS</b>			
Contabilidad y finanzas.			
Fiscales y legales			
Sicología			
Informáticos			
Gestión			
Entorno ( ciudad, casa parroquial, etc)			
Costura, tejidos, sastrería.			
Carpintería.			
Arte y diseño			
Idiomas extranjeros			
Ventas y marketing			

Descripción	Propuestas de tratamiento
Se busca el beneficio de otros sin recibir gratificación económica.	Invitación a vivir el momento el beneficio del otro es visible. Ej: invitación al comedor financiado gracias a su trabajo.
La fe mueve a los creyentes a trabajar por los más necesitados.	Bendecir el trabajo hecho, y también al trabajador. Hacer oraciones durante las reuniones.
Conocer gente y relacionarse con ella, ya que generalmente tienen intereses comunes.	Hacer reuniones a la que asistan todos los colaboradores y trabajen en conjunto.
Dejar el hogar y las labores domésticas para trabajar para la sociedad.	
Sentimiento de unidad entre personas, ya que todos son iguales.	
Pasar tiempo entretenido.	Trabajar escuchando música, tener momento de recreación como ej: una onces.
Aparecen habilidades que antes parecían ocultas y que no tenían espacio en su rutina.	

Motivaciones del voluntariado	
Presencia	Motivación
	Altruismo
	Convicciones religiosas
	Relaciones sociales.
	Servicio a la sociedad
	Solidaridad
	Diversión
	Nueva forma de desenvolverse

### Plantillas de caracterización del voluntariado/ Motivaciones

Las motivaciones son competencias esenciales para el funcionamiento del taller, su identificación y correcto cuidado hará que los colaboradores se mantengan en constantemente asistiendo al taller y realizando adecuadamente sus labores.

## Plantilla de asistencia

Registra la asistencia del voluntariado a sus faenas en el taller.

Plantilla de asistencia del voluntariado												
n°		Nombre		Fecha		Fecha a la que pertenece el registro de la asistencia						
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												

## Plantilla de calificación de producción de los productos

Es una ficha que une y resume los costos y operaciones necesarias para fabricar los productos, de manera que se logre hacer una comparación que permita decidir el orden y factibilidad de fabricación de cada uno de los productos. Se rellena según lo siguiente:



## Plantilla de fijación de precios de venta

Manera de calcular los precios de venta que cada producto tendrá.

Permite visualizar detalladamente los elementos del precio. Este resulta de la suma del costo que tuvo su producción y los excedentes que se quieren obtener; los excedentes resultan de la suma de los costos que significaría una nueva producción más la cantidad de dinero que se quiere destinar a la ayuda social, que en este caso se decide debe ser cercana al 100% del costo.

plantilla para la fijación de precios de ventas				
nombre del producto	excedentes		precio	
costo (100%costo)	nueva producción (100%costos)	servicios sociales (100 %costos)	total (300%costos)	precio final
Valor monetario del costo por unidad del producto.	Valor monetario que permite volver a fabricar el producto. Corresponde al costo.	Valor monetario que es destinado a la acción social de la parroquia, ej: El comedor 421. Es igual o superior al costo.	Resultado de la suma de los tres valores anteriores. Y representa el valor mínimo de venta que debe tener el producto.	Resultado de la aproximación del precio, a un valor redondeado mayor .Ej: de \$1 342 se aproxima a \$1 500.

## Plantilla de detalles de costos directos

Es una ficha que permite identificar los costos de cada producto, detallando el costo de cada material y servicio utilizado. Su resultado es utilizado en la fijación del precio.

## Plantilla de previsión de egresos directos por producto.

Es una ficha que permite preveer los costos directos de la producción de un número variable de productos.

plantilla de detalles de costos directos						
nombre producto						
materiales o servicios	unidad minima de compra	precio de la unidad	rendimiento	costo unitario	15% de merma	costo unitario final
1.	Material o servicio utilizado	Unidad mínima que se puede adquirir del material.	Cantidad de productos que resultan de la unidad mínima de compra.	Costo del material por la unidad del producto. Resulta al dividir el precio de la unidad mínima de compra, con el rendimiento.	15% del costo unitario del material (no aplicable a los servicios). Manera de contrarrestar las pérdidas de material durante los procesos.	Resultado de la suma del costo unitario y su 15% de merma.
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						
9.						
costo final materiales						

previsión de egresos por materiales y servicios directos						
nombre producto						
materiales o servicios	unidad minima de compra	precio de la unidad	rendimiento de la unidad	rendimiento deseado ( múltiplo del rend.unitario)	unidades a adquirir	precio total
1.	Material o servicio utilizado	Unidad mínima que se puede adquirir del material.	Cantidad de productos que resultan de la unidad mínima de compra.	Cantidad de productos a cotizar. Este número debe ser múltiplo del rendimiento unitario.	Unidades mínimas de compra que se deben adquirir para lograr el rendimiento deseado	Resultado al multiplicar las unidades de material a adquirir con el precio de la unidad
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						
9.						
costo final materiales						

### Plantilla de previsión de ingresos y excedentes

Ficha de visualización que permite prever los excedentes destinados a los servicios que presta la parroquia (comedor 421) ya sea frente a una venta utilizando el precio completo o con algún porcentaje de rebaja..

### Inventario de movimientos

Actúa como acuerdo entre el taller y una persona o institución externa a quien se le hace entrega de productos. Registrando los productos, su cantidad y valor monetario, que salen e ingresan al taller.

plantilla de previsión de ingresos y excedentes							
nombre del producto							
cantidad de unidades	costo	precio completo	excedente servicios (precio - 2 x costo)	precio -20%	excedente servicios (precio - 2 x costo)	precio - 30%	excedente servicios (precio - 2 x costo)
Cantidad de productos por los que se quiere hacer el cálculo de previsión de ingresos.	Valor de los costos que resultan de la producción de la cantidad de productos correspondientes.	Precio completo de venta.	Valor monetario destinado al comedor 421. Resulta de restarle al precio el doble del costo.	Precio de venta rebajado en su 20%.	Valor monetario destinado al comedor 421. Resulta de restarle al precio rebajado el doble del costo.	Precio de venta rebajado en su 30%.	Valor monetario destinado al comedor 421. Resulta de restarle al precio rebajado el doble del costo.

## INVENTARIO DE MOVIMIENTOS

nombre/institución	Nombre de la persona e institución a la que pertenece, a quien se le hace ingreso de productos. ( Debe firmar) <span style="float: right;">Recibí conforme.</span>					
INGRESO			SALIDA		SALDO	
Fecha						
producto	cantidad	valor	cantidad	valor	cantidad	valor
Especificación del producto entregado por el taller.	Cantidad del producto entregado por el taller.	Valor monetario de la cantidad de los productos entregado por el taller.	Cantidad del producto recibido por el taller.	Valor monetario de la cantidad de los productos recibidos por el taller.	Diferencia entre la cantidad de productos entregada y la recibida por el taller.	Valor monetario de la cantidad del saldo de productos.
PRIMER MOMENTO: Esta parte de la ficha debe completarse al momento de la entrega de productos por parte del taller.			SEGUNDO MOMENTO: Esta parte de la ficha debe completarse en el momento cuando el taller recibe los productos o su valor en dinero, que anteriormente habían sido entregados.		TERCER MOMENTO: Esta parte de la ficha debe completarse Luego de recibir los productos.	





## Flujo de caja

Contiene el registro organizado de cuándo y cuánto dinero ingresa y egresa al taller.

flujo de caja operacional y financiero				
	Semana :	Semana :	Semana :	Semana :
	-	-	-	-
	- Semanas que se registran, se completa con las fechas de inicio y término de estas.			
<b>INGRESOS</b>				
ventas	Dinero que ingresa al taller, por ventas y donación.			
donación				
<b>SUBTOTAL</b>	Suma de dinero ingresado.			
<b>EGRESOS</b>				
<b>por producción u operaciones</b>				
Compra de materiales	Dinero que egresa del taller por motivos de producción, se ingresa la información según el motivo que lo justifica.			
Compra de herramientas				
Servicios (impresión, etc)				
Transporte				
Insumos				
<b>por ventas o promoción</b>				
Stand	Dinero que egresa del taller por motivos de venta y promoción, se ingresa la información según el motivo que lo justifica.			
Publicidad				
Transporte				
Envíos a clientes				
Arriendo de espacios				
<b>SUBTOTAL</b>	Suma del dinero egresado.			
<b>SALDO</b>	Diferencia entre los ingresos y egresos.			

## Colofón

Impresión: impresora láser Xerox ...., formato carta (28x21,6 cm). Interior papel couché 100 gr. Programa de edición: Adobe indesign CS4. Las planimetrías fueron hechas en Autodesk Inventor 2009. Tipografía: se emplearon las fuentes tipográficas: Helvética Neue 45 light tamaño 10.5 pt en títulos color C=15% M=100% Y=100% K=25%, Helvética LT Light , Helvética Lt Lightoblique tamaño 9 pt en párrafos color negro a 80% y 60 % de tinta, Myriad Pro tamaño 9 pt en cuadros conceptuales.