

**UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA  
TRABAJO COMUNAL  
UNIVERSITARIO**

**Propuesta de metodología para el Sector  
Artesanal en Costa Rica.**

**INTEGRANTES:  
Brenda Badilla.  
Laura López  
Andrea Monge.  
Manrique Montealegre.  
Patricia Rojas.  
Erick Villalobos**

**2003**

## INDICE

Introducción .....	2
Propuesta del plan de mercadeo .....	3
1. Plan y Programa de Trabajo .....	3
1.1 Objetivo General.....	3
1.2 Objetivos Específicos.....	3
2. Alcance.....	3
3. Actividades.....	4
4. Cronograma de Actividades.....	5
5. Personas contactadas durante la evaluación.....	6
6. Equipo evaluador .....	6
7. Metodología de la ejecución del Programa de Capacitación de Mercadeo.....	7
CONCLUSIONES.....	10

## INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas más difíciles que confronta las empresas pequeñas como macros, es entrar a un mercado donde sus bienes finales satisfagan las necesidades del consumidor, al cual sean dirigido. Por tanto el determinar las características y la calidad del producto, establecer los servicios acompañantes , fijar precios , determinar los canales de distribución, decidir qué tanto gastar en recursos entre publicidad, fuerza de ventas y otras herramientas de promoción , hace que sea tan importante el involucramiento del Marketing como estrategia para el éxito de cualquier negocio.

Por ello dicha propuesta presentada a continuación involucra la secuencia que nuestro equipo de trabajo llevará a cabo, para guiar a la realización del objetivo perseguido hasta el momento.

Para llevar adecuadamente dicha labor, primero definiremos el objetivo que deseamos conseguir con el plan, el cual determinaremos todos los pasos para conseguirlos, incluyendo las fases (tareas).

Cada tarea del proyecto conllevará un trabajo que debe realizarse, el cual la forma más adecuada de administrar el trabajo del proyecto se asignará recursos (6 miembros conforma el equipo de trabajo) donde se le dará un seguimiento de las labores llevadas a cabo.

El uso de recursos nos permitirá administrar los costos de los trabajos realizando en el proyecto con mayor detalle. Si se crea una lista de recurso se sabrá quien estará disponible para trabajar y su duración cuando proceda la tarea. Para poner en marcha nuestras actividades se especificará el comienzo y fin de las acciones y se establecerá una programación del trabajo.

# PROPUESTA DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL SECTOR DE SARCHI EN ARTESANIA EN COSTA RICA

## 1. Plan y Programa de Trabajo

### 1.1 Objetivo General

Aplicar las principales herramientas y conocimientos fundamentales de Marketing para la elaboración y ejecución de una capacitación para los artesanos lo que permitirá brindar asesoría y apoyo a las diversas cooperativas artesanales de la comunidad de Sarchí, en el mejoramiento de los niveles de eficiencia, efectividad y economía de su gestión.

### 1.2 Objetivos Específicos

Al finalizar la capacitación, los participantes deben estar en capacidad de:

- 1.3 Comprender los diferentes enfoques de marketing que el artesano puede aplicar como herramienta técnica para su actividad comercial en concordancia con las nuevas corrientes administrativas.
- 1.4 Identificar los requerimientos de las diversas cooperativas artesanales, necesarios para la aplicación efectiva de su actividad comercial.
- 1.5 Elaborar el contenido temático del manual para los artesanos y aplicar técnicas efectivas para la adecuada comunicación de los resultados.

## 2. Alcance

El plan de Mercadeo para los artesanos, brinda las disposiciones para el establecimiento, realización, y documentación de un Manual del área de Mercadeo en la Mezcla de Promoción, que se realizará en el periodo del 2003 en la comunidad de Sarchí, Cantón Alajuelense.

### 3. Actividades

1. Estudio del ambiente artesanal.
2. Generación de un Plan de Mercadeo.
3. Presentación del Plan de Mercadeo a la Coordinadora del TCU.
4. Análisis de resultados obtenidos.
5. Correcciones del Programa propuesto de Mercadeo.
6. Aplicación del Plan.
7. Redacción del Manual de Mercadeo.
8. Presentación del Manual de Mercadeo.
9. Correcciones del Manual de Mercadeo.
10. Ejecución del Programa de Capacitación.
11. Entrega Oficial del Manual de Mercadeo e informe.

#### 4. Cronograma de Actividades

NUMERO DE SEMANAS	FECHA	OBJETIVO	ACTIVIDADES DEL GRUPO
1	21/ Abril	Visitar a los diferentes artesanos de la comunidad de Sarchí, y recaudar la información necesaria para la realización del manual de mercadeo para dichos artesanos.	Todos los miembros del Grupo deberán realizar la visita a las Cooperativa y obtener la información general.
2	28/ Abril	Preparar del Plan de Mercadeo.	Los miembros del área de Administración de Negocios.
3	6/Mayo	Entrega de la Propuesta	
4	10/ Junio	Presentación del Manual de Mercadeo para los Artesanos de Madera.	Todos los miembros del Grupo que conforma el equipo del Trabajo Comunitario.
5	23/Junio	Realización de la Capacitación para los artesanos de Sarchí.	Todos los miembros del Grupo que conforma el equipo del Trabajo Comunitario.
7	8/Julio	Presentación del informe final	Todos los miembros del Grupo que conforma el equipo del Trabajo Comunitario.

## 5. Personas contactadas durante la evaluación

Para poder llevar a cabo el Plan y Manual de Capacitación de Mercadeo aplicado a los artesanos de Sarchí se requiere conocer las funciones del personal en los distintos niveles de la comunidad de Sarchí, esto con el fin de tener un criterio necesario para el desarrollo de nuestra Programa de Capacitación.

Con base en la información brindada por los artesanos de la comunidad de Sarchí y la descripción de la Contraparte, (representante de ERCAC), se procede a evaluar con los requisitos descritos anteriormente.

## 6. Equipo evaluador

En la puesta en marcha de la ejecución del Programa de Capacitación se cuenta con un equipo de trabajo conformado por:

Trabajo conformado por:

- a. Laura López.
- b. Brenda Badilla.
- c. Andrea Monge.
- d. Manrique Montealegre.
- e. Patricia Rojas.
- f. Erick Villalobos.

## **7. Metodología de la ejecución del Programa de Capacitación de Mercadeo.**

Para la realización de un programa de capacitación de Mercadeo se efectuará los siguientes lineamientos:

### **1. Reunión de contacto inicial con personeros de las distintas Cooperativas Artesanales.**

Con el fin de conocer el interés de los artesanos en participar en una capacitación de Marketing, enfocada en la mezcla de promoción, el equipo de trabajo visita las distintas micro y macro empresas artesanales.

### **2. Realización del Plan de procesos:**

Se realizará un pequeño plan, con el fin de dar seguimiento al progreso de las actividades a ejecutar, es decir poder tener una guía para la elaboración y ejecución de la Capacitación de Mercado, énfasis en la mezcla de promoción para los artesanos.

### **3. Elaboración del Manual de Mercadeo para los artesanos.**

Se limitará en el contenido de un manual y por el momento no la realización ni impresión hasta su correspondiente autorización de las partes encargadas sobre los tópicos que se pretenden desarrollar en la capacitación.

Este Plan Propuesto solamente tendrá por objeto hacer referencia y dar orientaciones de carácter general en lo que se refiere al contenido del manual de mercadeo.



#### 4. Creación de un manual de mercadeo para los artesanos de Sarchí.

A. Introducción

B. Objetivo General

C. Objetivos Específicos

D. Contenido del manual

i. Glosario

ii. Herramientas de diferenciación:

- Diferenciación de productos.
- Diferenciación de Servicios.
- Diferenciación del Personal.
- Diferenciación de imagen.

iii. Examen del entorno de mercado

- Fuerzas del ambiente de mercado
- Proveedores
- Competidores
  - a. ¿Cómo enfrentar a los competidores?
- Clientes
  - a. Conocimiento del cliente
  - b. Definición de valor y satisfacción para el cliente
  - c. ¿Cómo proporcionar valor y satisfacción al cliente?
  - d. ¿Cómo atraer y retener al cliente?
  - e. Análisis de la conducta del comprador
  - f. Decisión y proceso de compra

iv. La mezcla de promoción

- Promoción de ventas
  - a. Propósito
  - b. Principales decisiones de promoción
- Fuerza de ventas
  - a. Objetivos y estrategias
  - b. Tamaño y Compensación de la fuerza de ventas
  - c. Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas
  - d. Capacitación y motivación de la fuerza de ventas
- Comercio Electrónico
  - a. Ventajas y Desventajas
  - b. Creación de un sitio Web

E. Conclusiones.

F. Anexos

## **5. Metodología del Manual**

Para lograr los objetivos propuestos y cumplir con los contenidos temáticos, se espera que los artesanos desarrollen el conocimiento desde la perspectiva de “aprender haciendo”. En este sentido, la idea fundamental es que cada uno de los aspectos teóricos que se compartan en el curso de capacitación se aplique en forma efectiva en el contexto de nuestra propia realidad nacional.

## **6. Capacitación para los artesanos de Sarchí.**

### Planeamiento del curso de capacitación

- i. Definición del lugar donde se realizará la capacitación.
- ii. Determinación de la fecha y hora de realización.
- iii. Promoción y divulgación de la actividad (Afiches, Volantes, Llamadas telefónicas).
- iv. Estructuración del curso de capacitación
  - Contenido
    - a. Modulo I
      - i. Conocimiento del Mercado
      - ii. Satisfacción y valor para el Cliente
    - b. Modulo II
      - i. Proceso de promoción.
      - ii. Comercio Electrónico.
- v. Definición del material de apoyo para la capacitación.
  - Equipo audiovisual.
  - Papelería.

## CONCLUSIONES

Con este plan y procedimiento de trabajo, comparte diversas actividades generales, mediante las cuales se estructura su desarrollo y se controla la ejecución.

Al dar inicio de este proyecto se definió los objetivos claros , las actividades a desarrollar, así como la planificación del tiempo en la etapa de ejecución y los recursos delimitados según las tareas específicas en las que deben ejecutarse para lograr la meta establecida, con el fin de que se pueda ajustar y mejorar, en el respectivo perfil del proyecto.

En el Cronograma se desarrolló las actividades pertinentes, en el cual se elaboró un diseño definitivo de fechas en las se ejecutará cada una de las tareas asignadas a los miembro que conforma el equipo de trabajo.

Las actividades involucran: visitas a las Cooperativas artesanales, estudio de sus actividades y aspectos generales relacionados de la Cooperativa , Contenidos para la post-elaboración del Manual de mercadeo , realización de la Capacitación a los artesanos de madera en la comunidad de Sarchí , la preparación del plan , el análisis y correcciones respectivas de los resultados obtenidos en dicho plan , por último la del informe final .

Es evidente que para alcanzar un adecuado resultado se debe entonces contarse con un conjunto de insumos apropiados los cuales han de ser de excelente calidad el cual nos servirá de soporte ante los hechos.