

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

TRABAJO COMUNAL UNIVERSITARIO #487: “DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA
DE MEJORA DE LA UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS DISPONIBLES”

PROPUESTA DE MERCADEO PARA EL SECTOR DE MADERA DE LA ARTESANÍA EN
COSTA RICA

Coordinadora: Ingeniera Elizabeth Coto de Morales

Contraparte: Licenciado Carlos López. (ERCAC, Empresa Regional Comercializadora de Artesanía Centroamericana)

Integrantes:

Ingeniería Industrial:

Andrea Monge	992559
Manrique Montealegre	992575
Erick Villalobos	994348

Administración de Negocios:

Brenda Badilla	970409
Laura López	971914
Patricia Rojas	965287

Resumen Gerencial

El presente documento contiene información acerca del proceso de elaboración del trabajo comunal universitario “Diagnóstico y Propuesta de Mejora de la Utilización de los Recursos Disponibles”, enfocado hacia el sector artesanal de Costa Rica. El trabajo está realizado por un grupo de estudiantes de las escuelas de Ingeniería Industrial y Administración de Negocios y dirigido por la ingeniera Elizabeth Coto.

La elaboración del proyecto sigue una estructura de trabajo que se adapta al modelo de identificación de problemas, modelo que presenta seis pasos básicos en su desarrollo: Identificación del problema, comprensión del problema, desarrollo del modelo, solución del modelo, interpretación de las soluciones e implantación.

Con respecto a la fase de identificación del problema, se procedió a visitar la V Feria Nacional de Artesanos, con el propósito de obtener información relevante sobre el artesano costarricense y sobre el consumidor. El problema principal detectado por medio de estas encuestas, es que la actividad artesanal costarricense está enfrentando dificultades en cuanto a la comercialización de los productos así como en la originalidad en el diseño y calidad de los mismos.

Seguidamente, en la fase de comprensión del problema, se delimita el estudio debido a su complejidad y magnitud. Se decide trabajar con los artesanos de madera, ya que estos producen el producto artesanal con mayor potencial económico en el mercado nacional. Además en esta fase se establece el objetivo principal del proyecto que es el de “Identificar los principales elementos de la problemática que aqueja a los artesanos de Costa Rica y establecer propuestas de solución para dicha problemática”. Con el fin de validar la información recopilada hasta esta parte, el grupo de trabajo se traslada a la zona de Sarchí, en donde por medio de entrevistas a diferentes artesanos, se verifica el problema principal de estos que es no contar con los medios adecuados para comercializar su producto.

Las últimas cuatro fases, están enfocadas hacia el desarrollo, solución, interpretación e implantación de una herramienta de marketing dirigida a los artesanos de madera en Sarchí. El grupo de trabajo de administración de negocios estuvo a cargo de la realización de dicha herramienta, para lo cual fue necesaria la elaboración de un manual de mercadeo para

artesanos, la cual fue adaptada en la medida de lo posible a las necesidades que vive el artesano de Sarchí. Como parte del proceso de implementación, el grupo de trabajo se dirigió a la zona de Sarchí, en donde se efectuó la conferencia: “Marketing para artesanos”. La capacitación se basó en el estudio y análisis desarrollado por los integrantes del trabajo Comunal Universitario, donde se identificó, que la principal dificultad que enfrentan los artesanos de la zona es la carencia de herramientas de mercadeo en su actividad comercial.

La finalidad de la Capacitación era que los participantes comprendieran como los diferentes enfoques de marketing pueden ser aplicados como herramientas técnicas para el crecimiento de su negocio. Estos enfoques fueron: El Micro ambiente, Herramientas de Diferenciación, Mezcla de promoción y Comercio electrónico.

La conferencia proporcionó, sin duda alguna, grandes ventajas competitivas para los artesanos de Sarchí. Se espera que el conocimiento adquirido por los participantes de la capacitación sea aplicado y que sea transmitido al resto de la comunidad, para que juntos mejoren el estado de sus negocios.

Índice

1.	Modelo de Solución de Problemas.....	4
1.1	Metodología.....	4
2.	Identificación del Problema	5
2.1	V Feria Nacional De Artesanía.....	5
2.2	Estado Actual.....	6
2.3	Estado Meta.....	6
2.4	Dueños del problema.....	7
2.5	Misión del Problema	7
2.6	Suposiciones	7
3.	Comprensión del Problema.....	8
3.1	Sistema del estudio	8
3.2	Metas.....	9
3.3	Objetivos.....	9
3.3.1	Objetivo general:	9
3.3.2	Objetivos específicos:.....	9
3.4	Características del problema.....	9
3.5	Enunciado del problema.....	10
4.	Desarrollo del modelo.....	12
5.	Solución del modelo.....	14
6.	Interpretación de la Solución	15
7.	Implantación.....	15
8.	Limitaciones.....	17
	Conclusiones.....	19
	Recomendaciones	21
	Bibliografía.....	22
	Anexos.....	23

1. Modelo de Solución de Problemas

1.1 Metodología.

Dado que el trabajo de investigación corresponde a un Trabajo Comunal Universitario, se debe establecer con anterioridad al inicio de la investigación, la metodología a utilizar. En nuestro caso el modelo de solución de problemas, consiste en un proceso de seis etapas que se explica seguidamente (en el **anexo #1** se muestra la visión general del proceso de solución de problemas de manera gráfica):

Las seis etapas principales que conforman el proceso son:

- Identificación del problema.
- Comprensión del problema.
- Desarrollo del Modelo (o alternativa de solución)
- Solución del Modelo (o alternativa de solución).
- Interpretación de la Solución.
- Implantación.

El proceso comienza en la identificación del problema, procediendo luego a la comprensión, el desarrollo y otros pasos sucesivos. El proceso tiene una secuencia definida, la cual se indica en el **anexo #1** con las líneas gruesas. Dentro de cada una de las etapas se encuentran pasos, conceptos o aspectos del proceso que deben ser establecidos para avanzar a la siguiente etapa.

Se inicia identificando el problema, incluyendo la identificación de los dueños del problema y la misión del mismo, es preciso realizar las suposiciones necesarias sobre el problema. Después de haber determinado el problema, el analista y los dueños deben comprenderlo, para lo cual se examina el sistema dentro del cual ocurre.

La validación asegura que en las siguientes partes del proceso se este resolviendo el proceso correcto. Si este paso no es exitoso, se debe regresar a la identificación del problema.

Una vez que los analistas y los dueños del problema estén de acuerdo se desarrolla un modelo formal, el cual se valida para asegurar que se realiza lo requerido.

Después de construir un modelo formal de solución se recolectan los datos y se resuelve, pasando así a interpretar la solución. Finalmente se implanta dicha solución, paso que el

Grupo de Trabajo en nuestra caso no realizará, pues esto depende de la contraparte y otros agentes dueños de la actual problemática.

Las validaciones requeridas para las etapas de comprensión del problema, solución del modelo e interpretación de la solución, fueron realizadas por la contraparte en ERCAC Carlos López, el registro de estas validaciones se observa también en el anexo #1 del presente proyecto.

2. Identificación del Problema

Para iniciar con la investigación, se realizó una reunión de ubicación en ERCAC, donde se indicó al equipo de trabajo los aspectos que eran de interés de estudio y ayuda para esta institución; enfatizando en dos proyectos: La Feria Nacional de Artesanía y el Proyecto Artesanal de Cubujuquí, de Heredia.

Sin embargo, antes de iniciar con la ayuda a cualquier actividad o proyecto artesanal, el equipo de trabajo del TCU, necesitaba conocer más acerca de este campo, es decir, conocer entre otros aspectos las necesidades y limitaciones principales de los artesanos, sus problemas prioritarios, y las ramas más importantes de la artesanía costarricense, entre otros.

Se decidió investigar estos aspectos en la V Feria Nacional de Artesanía.

2.1 V Feria Nacional De Artesanía.

Esta Feria tuvo una duración de diez días, durante los cuales los integrantes del grupo de TCU realizaron visitas para observar de manera directa los artículos o productos artesanales que estaban en exhibición, así como los artesanos y sus opiniones con respecto a la feria, los clientes, los productos, sus ventas, etc.

Para realizar una evaluación objetiva tanto de la feria como de la situación de los artesanos (expositores), se aplicaron dos encuestas; una dirigida a los expositores y otra dirigida a los clientes visitantes a la Feria. El enunciado y los resultados de las encuestas de artesanos y de consumidores se muestran en los anexos #2 y #3 respectivamente.

La encuesta a los clientes fue diseñada en su totalidad por los integrantes del equipo de trabajo, mientras que la encuesta para los artesanos se diseñó en conjunto con representantes del Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

2.2 Estado Actual

La actividad artesanal costarricense está enfrentando una serie de dificultades, las cuales van desde falta en la comercialización de los productos, hasta originalidad en el diseño y calidad de los mismos.

La producción de un artículo artesano se puede dividir en tres etapas: diseño, elaboración y comercialización. En la fase de diseño se encuentran los problemas relacionados con la originalidad de la artesanía y no encontrar una idea que sea de agrado para los consumidores.

La elaboración del producto trae consigo gastos de materia prima, ya sea que se trabaje con madera, cuero, cerámica o metal, además de poseer las herramientas adecuadas para darle al producto un alto nivel de calidad.

La comercialización consiste en la venta del artículo. En el asunto de mercadeo hay que recordar que los artesanos son los encargados de promover y vender sus productos, sin embargo éstos no están capacitados como vendedores, lo cual dificulta la venta de artesanía al punto en que el artículo debe ser lo suficientemente bueno como para “venderse solo”.

Es necesario tomar en consideración dentro del estado actual de los artesanos en Costa Rica, la diversidad y heterogeneidad de actividades que se realizan, aspecto que involucra problemas diferentes dentro de cada rama artesanal.

2.3 Estado Meta

Lograr la comercialización de los productos artesanales, de manera satisfactoria tanto para los artesanos como para los clientes. Es decir, lograr un nivel de ventas para cada artesano que cumpla las metas que se propongan y lograr satisfacer las necesidades que el cliente posea.

2.4 Dueños del problema

Los dueños del problema son aquellas personas, grupos u organizaciones que están involucradas directamente con la problemática y que además se benefician directamente con la solución de la misma.

Se establece como dueños del problema a los artesanos y a las instituciones involucradas en la cooperación del sector artesano. Tales entidades son el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), ERCAC, el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes (MCJD), además de instituciones descentralizadas como el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), la Municipalidad de San José.

2.5 Misión del Problema

- La principal misión es involucrar a los artesanos costarricenses dentro del sector comercial.
- Brindar las herramientas necesarias para que los artesanos sean capaces de mercadear sus productos. Pues en la actualidad los artesanos son muy buenos creadores, personas con grandes cualidades y capacidad para producir diferentes artículos, sin embargo no son administradores de su negocio o vendedores, por lo tanto la mejor herramienta con la que el equipo de trabajo puede contribuir a que los artesanos refuercen sus ventas es ayudando a que estos identifiquen los requerimientos de los clientes y la manera de satisfacerlos.

2.6 Suposiciones

En este apartado se establecen aquellas suposiciones sobre el sistema investigado, que son necesarias para que la investigación sea validada.

- Que los artesanos y grupos de artesanos puedan ser considerados como microempresarios.
- Los artesanos de diferentes ramas (artesanales), presentan características similares en cuanto a la problemática general que viven. Es decir, los problemas principales o más representativos que aquejan a los artesanos costarricenses, son los mismos para todos los artesanos indistintamente de la rama artesanal a la que pertenezcan, sea esta: madera, cerámica, joyería, cuero, etc.

- La población de artesanos siempre estará en constante renovación. Es decir, siempre existirán nuevos artesanos, es un medio dinámico en el cual algunas personas incursionan por primera vez en las actividades artesanales, otras expanden la gama de trabajos o actividades artesanales que realizan, así como existen artesanos que deciden abandonar el medio y dedicarse a otros trabajos de diferente índole.
- La cantidad de personas dentro de nuestro país dedicadas a actividades artesanales es importante dentro de nuestro sistema productivo. Es decir, es un número considerable dentro de nuestra población, por lo tanto requiere de atención y ayuda para que su negocio sea rentable.
- Los artesanos se sienten parte importante dentro de la imagen e identidad de nuestro país; son personas satisfechas con lo que son capaces de realizar y con las facultades que poseen.
- La mayoría de los artesanos poseen problemas económicos; es decir, son un grupo de la población con características de bajos ingresos en la familia.

3. Comprensión del Problema

3.1 Sistema del estudio

En este apartado se establece el conjunto de elementos que conforman el sistema sobre el cual se basa la investigación o trabajo, es decir los agentes que se encuentran involucrados de manera directa con la problemática general establecida.

El sistema en estudio es el conjunto de Artesanos, clientes y organizaciones que están en condiciones de involucrarse con la actividad artesanal de nuestro país tales como Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), ERCAC, el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes (MCJD), además de instituciones descentralizadas como el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), la Municipalidad de San José.

No obstante dado que resulta difícil satisfacer con propuestas de solución a un sistema tan grande como el involucrado por la actividad artesanal, se enfatizarán las propuestas en un grupo representativo de artesanos. En Costa Rica según la Cámara de Artesanía y Pequeña Industria el producto artesanal con mayor potencial económico en los mercados, a nivel nacional, es la **madera**.

Por lo tanto aunque el sistema estudiado para la identificación del problema es el establecido anteriormente, las propuestas de solución no serán diseñadas para involucrar directamente a todo el conjunto de artesanos de nuestro país, sino que estarán dirigidas a la artesanía en madera.

3.2 Metas

- Establecer la problemática de la actividad artesanal costarricense, observada por los artesanos.
- Establecer los requerimientos de la actividad artesanal costarricense desde la perspectiva de los clientes potenciales para sus productos.
- Establecer la manera en la que debe de capacitarse a los artesanos costarricenses, para que logren satisfacer sus principales necesidades como productores (microempresarios) y a la vez satisfacer los requerimientos de los clientes.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo general:

Identificar los principales elementos de la problemática que aqueja a los artesanos de Costa Rica y establecer propuestas de solución para dicha problemática.

3.3.2 Objetivos específicos:

- Realizar un estudio de los artesanos y de su mercado, que muestre las características más importantes del mismo.
- Establecer el principal problema del sector artesanal en Costa Rica.
- Realizar una propuesta que mejore el principal problema de los artesanos en Costa Rica.

3.4 Características del problema

En este apartado se definen algunas de las características que presenta el sistema y el problema en estudio y que son necesarias tenerlas en consideración para el posterior desarrollo de propuestas de solución. Entre las características se encuentran:

1. La problemática vivida por los artesanos costarricenses se presenta de manera continua; pues los medios de producción, el comercio así como el papel de los artesanos en nuestro país parece no cambiar con respecto al tiempo.

2. Es un sector de la sociedad con escasos ingresos y poder económico, lo que limita la posibilidad de realizar inversiones o proyectos autofinanciados así como la posibilidad de conseguir financiamiento externo.

3.5 Enunciado del problema

En la actualidad, los artesanos de Costa Rica atraviesan una serie de problemas en diferentes aspectos de su actividad que provocan dificultades a tal punto que los ingresos que perciben no les permiten avanzar o crecer socio-económicamente.

Los artesanos de nuestro país forman parte de un sistema amplio y complejo, pues existen una amplia gama de aspectos que afectan sus actividades y que varían considerablemente; como por ejemplo: la ubicación geográfica, la cantidad de ramas artesanales (madera, cuero, vidrio, cerámica, etc.), la pertenencia a grupos indígenas, etc. Sin embargo los problemas más generales que muestran los artesanos, afecta prácticamente a todos, aunque no con un mismo grado de importancia o severidad.

El grupo de analistas, una vez efectuado el estudio sobre los artesanos y su mercado (ver anexos # 2 y #3) determinó que esta actividad posee como principal problema la baja comercialización de sus productos.

Es decir, en Costa Rica, los artesanos así como los clientes de la artesanía, satisfacen aspectos de creación, diseño y elaboración de los diferentes tipos de artículos artesanales, pero el nivel de ventas que alcanzan los productos no satisface a los artesanos.

Sin hacer distinción o diferenciación para ninguna rama artesanal, grupo de artesanos, región geográfica a la que pertenezca, etc.; el área en la que se encuentra el principal problema para nuestros artesanos es el Mercadeo.

Este problema se ve reflejado de diferentes maneras, por ejemplo; poca venta de artículos, bajos precios o excesiva cantidad de intermediarios; si bien, estos aspectos se enmarcan como problemas de comercialización, el grupo de trabajo ha decidido enfatizar en el mercadeo debido a que los artesanos señalan que es la principal debilidad.

3.6 Validación del Problema

Una vez definidos los objetivos del problema y el sistema con el que se trabajará, se procede a realizar la validación del problema. Para este efecto, el grupo de trabajo realizó una visita al sector de Sarchí, en donde se obtuvo información de interés sobre la problemática que vive este grupo de artesanos. La información recopilada en esta visita se muestra en detalle en el anexo #4. Principalmente, se obtuvo información acerca de:

- Mercadeo de los productos y servicios
- Línea de productos
- Innovación
- Métodos de ventas
- Precios
- Empaque
- Incentivos a los artesanos
- Empleados del lugar
- Otros Servicios
- Temas de Interés para la capacitación

En general, se confirmó lo manifestado en el enunciado del problema que afirma que el grupo de artesanos de Sarchí, no cuenta con los medios adecuados para comercializar su producto, es decir, su principal problema es el mercadeo de los mismos.

Esto valida el hecho de que el desarrollo del modelo debe estar dirigido hacia la creación de una herramienta de marketing que solucione el problema vivido actualmente por el sector artesanal.

4. Desarrollo del modelo

4.1 Analista

El grupo de trabajo conformado por los estudiantes de La Escuela de Administración de Negocios se encargó del diseño de un plan de trabajo para la elaboración de una herramienta de marketing que solucione el problema vivido actualmente por el sector artesanal.

4.2 Suposiciones

- Los artesanos o grupos de artesanos puedan estar organizados en asociaciones o cooperativas que apoyen la herramienta diseñada.
- La problemática actual de los artesanos es representativa para todos los artesanos indistintamente de la rama artesanal a la que pertenezcan, sea esta: madera, cerámica, joyería, cuero, etc. La herramienta diseñada será de aplicación general indiferentemente de la rama artesanal.
- La actividad artesanal es importante dentro del sistema productivo nacional por lo que las personas dedicadas a esta actividad requieren atención y ayuda para que se negocio sea rentable.
- La mayoría de los artesanos poseen recursos económicos escasos para el establecimiento de herramientas de marketing a gran escala. Por lo tanto la herramienta de marketing deberá considerar este aspecto en su diseño.

4.3 Fronteras

Con base al estudio y análisis desarrollado por los integrantes del trabajo Comunal Universitario, donde el objeto de estudio fueron los artesanos de la comunidad de Sarchí, se identificó que la principal dificultad que enfrentan es la carencia de herramientas de mercadeo que apoyen su actividad comercial.

Con el objeto de proporcionar estas herramientas se inició el desarrollo de una herramienta de mercadeo, para ello se requería primeramente la definición del plan de trabajo para delimitar los contenidos que se considerarían en la elaboración de un manual de mercadeo que apoyara a los artesanos en el desarrollo de su actividad comercial.

En la elaboración de este plan participaron los estudiantes de la Escuela de Administración de Negocios; los contenidos fueron delimitados con base en la información obtenida por los integrantes de la Escuela de Ingeniería Industrial, bibliografía consultada relativa al diseño de manuales y el apoyo del mercadólogo Jaime Prada profesor de la Escuela de Administración de Negocios.

4.4 Objetivos

4.4.1 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.

4.5.2 Objetivos Específicos

- 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.
- Identificar los requerimientos de las diversas cooperativas artesanales, necesarias para la aplicación efectiva de su actividad comercial.
- Elaborar el contenido temático del manual para los artesanos y aplicar técnicas efectivas para la adecuada comunicación de los resultados.

4.5 Restricciones

La principal limitación que se presentó en esta etapa fue la carencia de tiempo para la elaboración del plan de trabajo, sin embargo esta fue solucionada mediante la participación activa de los integrantes del grupo de trabajo.

4.6 Validación Interna

Una vez definidos los elementos a considerar en el diseño del plan de trabajo se procedió a realizar la validación del mismo. Para este efecto, el grupo de trabajo se citó con la Coordinadora del proyecto Profesora Elizabeth Coto, con el objeto de discutir el plan y definir los detalles del contenido; así como la distribución del trabajo posterior. Concluida

esta etapa se presentó el plan de trabajo a la Contraparte Señor Carlos López representante de ERCAC para su aprobación. El plan de mercadeo final se encuentra en el anexo #5.

5. Solución del modelo

5.1 Analista

El grupo de trabajo conformado por los estudiantes de La Escuela de Administración de Negocios se encargó de la elaboración de un Manual de Mercadeo para Artesanos que contemplara principalmente al área de promoción del producto que fue definida como la más importante para la solución de la problemática actual de los artesanos.

5.2 Recursos

En la elaboración de este Manual de Mercadeo para Artesanos participaron los estudiantes de la Escuela de Administración de Negocios.

El manual se elaboró como una herramienta de apoyo a los artesanos independientemente de la actividad artesanal sea esta madera, cerámica, joyería, cuero, etc. El objeto fue brindar técnicas de mercadeo aplicables principalmente a promoción del producto así como herramientas para diferenciación del producto.

El manual consta de tres capítulos: El Micro ambiente, Herramientas de Diferenciación, Mezcla de promoción y Comercio electrónico. Los contenidos fueron diseñados mediante la utilización del libro “Dirección del Marketing”, Edición 2000; del autor Phillip Kotler, La Editorial PRENTICE HALL. Además se contó con el apoyo del Profesor de la Escuela de Administración Jaime Prada, quien brindo ideas y material que sirvieron de guía para la elaboración del Manual.

5.3 Validación externa

Terminada la etapa de elaboración y redacción del Manual de Mercadeo para Artesanos se procedió a la validación de su contenido para este efecto el grupo de trabajo presentó el mismo a la Coordinadora del proyecto Profesora Elizabeth Coto y al Señor Carlos López representante de ERCAC, para su revisión y posterior discusión con el objeto de tomar en cuenta las recomendaciones. Concluida esta etapa se obtuvo la aprobación del Manual. En el anexo #6 se muestra el documento formal de “Manual de Marketing”.

6. Interpretación de la Solución

6.1 Dueños

Los dueños del problema son aquellas personas, grupos u organizaciones que están involucradas directamente con la problemática y que además se benefician directamente con la solución de la misma.

Representante de la Contraparte Sr. Carlos López.

6.2 Analista

Representantes del equipo de Trabajo Comunal, estudiantes de la Escuela de Ingeniería Industrial y de la Escuela de Administración de Negocios.

6.3 Validación de la solución

Se realizó una reunión del grupo de trabajo con la Coordinadora del Proyecto Profesora Elizabeth Coto con el objeto de definir la forma en que el Manual de Mercadeo para Artesanos se haría llegar a los dueños del problema, para conseguir esta meta se planteo la idea de brindar un curso de capacitación para artesanos al cual denominamos “Marketing para Artesanos”. En esta reunión se asignaron las responsabilidades con respecto a la capacitación, los integrantes de la Escuela de Ingeniería Industrial se encargaron de la Coordinación de la Capacitación e invitación a los artesanos de la zona y los integrantes de la Escuela de Administración de Negocios de la preparación de la capacitación.

Por otra parte se realizó una reunión con el Sr. Carlos López representante de ERCAC para definir los aspectos relativos a la fecha de presentación de la capacitación y la coordinación del equipo y recursos materiales requeridos para la realización de la capacitación.

7. Implantación

7.1 Analista

Representantes del equipo de Trabajo Comunal, estudiantes de la Escuela de Ingeniería Industrial y de la Escuela de Administración de Negocios.

7.2 Dueños

Los dueños del problema son aquellas personas, grupos u organizaciones que están involucradas directamente con la problemática y que además se benefician directamente con la solución de la misma.

7.3 Presentación

El día Lunes 23 de junio de 2003 se realizó la conferencia denominada “Marketing para artesanos” en el Colegio Técnico Profesional de Artesanos en la comunidad de Sarchí Norte.

La capacitación estuvo basada en el estudio y análisis desarrollado por los integrantes del trabajo Comunal Universitario, donde se identificó que la principal dificultad que enfrentan los artesanos de la zona es la carencia de herramientas de mercadeo en su actividad comercial.

La finalidad de la Capacitación era que los participantes comprendieran como los diferentes enfoques de marketing pueden ser aplicados como herramientas técnicas para el crecimiento de su negocio. Estos enfoques fueron: El Micro ambiente, Herramientas de Diferenciación, Mezcla de promoción y Comercio electrónico

La Conferencia de “Marketing para Artesanos” estuvo a cargo de los estudiantes de la Escuela de Administración de Negocios, el cual desarrollaron cada uno de los aspectos mencionados anteriormente con base al enfoque artesanal.

La temática de la capacitación fue sencilla, amena pero sustancial, donde cada tópico expuesto por el presentador ilustraba con ejemplos acordes a la unidad de estudio, ofreciendo la oportunidad y libertad a los distintos artesanos para que participaran con sus vivencias, e inquietudes que iban presentando conforme se desarrollaba dicho curso. Así mismo, se les hizo entrega de un resumen del material expuesto, ejercicios prácticos que le ayudarán a conocer los competidores potenciales y actuales, además del cliente meta y estrategias para mercadear mejor el negocio.

La capacitación tuvo una duración de aproximadamente tres horas netas

Por último se ofreció un pequeño refrigerio a los artesanos que nos acompañaron, a cargo de tres estudiantes de la Escuela de Ingeniería Industrial. En el anexo #7 se muestran las fotografías de la conferencia “Mercadeo para artesanos”

7.4 Aceptación y Compromiso

Los artesanos reconocieron la necesidad de mayor unión entre ellos para competir como comunidad ante competencia nacional y extranjera de productos artesanales.

Existe un grupo de mujeres artesanas interesadas en la realización de otros programas de capacitación que apoyen la labor de la mujer en la artesanía nacional.

Los resultados del cuestionario para población beneficiaria se muestran en el anexo #8. En general, la población se mostró satisfecha con la capacitación recibida, no obstante, sugirieron que en próximas actividades, se debería dar la capacitación en un día no laboral, para promover un poco más la asistencia de los artesanos.

7.5 Retroalimentación

Poca participación por parte de los artesanos de la comunidad de Sarchí, esto por motivo a la huelga de los educadores, el cual percibieron que la conferencia no se efectuaría, ya que asumieron que el Colegio donde se expuso se encontraba cerrado, esto conllevó a una escasa asistencia de los artesanos.

Además como recomendación de los artesanos participantes se plantea la idea de realizar los cursos de capacitación en fines de semana y después de las cinco de la tarde, con el objeto de tener mayor participación de los artesanos de la comunidad.

Otra recomendación planteada por el grupo de mujeres artesanas fue procurar la invitación a capacitaciones a los grupos de artesanos que no se encuentran asociados a la Cooperativa de Artesanos de Sarchí.

8. Limitaciones

El proyecto tuvo algunas limitaciones durante su desarrollo, las cuales ocasionaron, principalmente, el retraso en la entrega final del reporte.

Como primer punto se tiene el cambio de contraparte que el grupo de trabajo tuvo que enfrentar al comienzo del proyecto, ya que por cuestiones de tiempo y choques de horarios, se tuvo dificultades con la primera contraparte en la coordinación de actividades con el equipo de trabajo del trabajo comunal; por esta razón, en ERCAC delegaron la responsabilidad de asistencia, al Licenciado Carlos López, quien dedicó gran parte de su tiempo a atender nuestras consultas.

Sin embargo, el cambio de contraparte estuvo seguido de un cambio en el rumbo del proyecto, esto porque al inicio se pensaba trabajar en dos vertientes: La feria nacional de Artesanía y el proyecto Artesanal de Cubujuquí de Heredia. Por limitantes con el tiempo, el grupo de trabajo se dedicó exclusivamente a trabajar con la parte de la feria nacional de Artesanía.

Una vez que se visitó la feria Nacional y que se analizaron los resultados obtenidos a partir de la encuesta a consumidores y a artesanos, el proyecto tomó un nuevo rumbo al identificar el problema a saber: la actividad artesanal costarricense está enfrentando dificultades en cuanto a la comercialización de los productos así como en la originalidad en el diseño y calidad de los mismos. Es por esta razón, que junto con la contraparte de ERCAC, se decidió trabajar con el grupo de artesanos de madera, específicamente los artesanos de Sarchí, quienes fabrican el producto artesanal con mayor potencial económico en el mercado nacional. A este sector artesanal se le daría finalmente, la capacitación en cuanto a mercadeo y comercialización de sus productos

Conclusiones

1. Las actividades en las que se tiene la participación de artesanos (de ramas o campos diferentes) son de gran importancia para captar las inquietudes, requerimientos y tendencias que toman los clientes y artesanos.
2. La principal problemática que presentan los artesanos costarricenses es la falta de capacidad para vender sus productos.
3. La principal herramienta con la que se puede ayudar a los artesanos en Costa Rica es la capacitación, principalmente en áreas como mercadeo, ventas, administración de su negocio.
4. El aspecto o componente primordial dentro del mercadeo que se debe de mejorar en los artesanos es *la Promoción* de sus productos; pues elementos como el producto, plaza y precio; no representan importancia tan grande como este.
5. Las organizaciones involucradas en el apoyo a los artesanos deben de motivar la creación de asociaciones, cooperativas o grupos de artesanos que permitan aumentar la promoción de sus productos y mejorar su competitividad.
6. Las actividades en las que se venda artesanía deben de estar complementadas con actividades de otras ramas o campos, por ejemplo, actividades culturales, comidas, recreación, etc. Pues esto incentiva al cliente a visitar a los artesanos.
7. Una de las más importantes oportunidades para el desarrollo de la artesanía en Costa Rica, lo representa la sectorización de la misma; donde cada región de nuestro país debe definir las características principales de su artesanía y fomentar las mismas en el diseño, elaboración y promoción de sus productos; dejando de lado la “copia” de productos provenientes de otras regiones dentro o fuera de nuestro país.
8. El aporte de los estudiantes universitarios al desarrollo de la artesanía en nuestro país puede darse desde diversas áreas, de forma análoga al desarrollo de este proyecto, pues las capacitaciones y charlas a los artesanos en aspectos como la promoción de sus productos son necesarias y bien recibidas.
9. Durante el desarrollo de este proyecto, el grupo de trabajo ha estado en contacto con la problemática del sector artesanal en nuestro país, se ha logrado sensibilizar con las

dificultades de este sector y ha desarrollado y aplicado una propuesta de mejora que responde al aspecto más crítico encontrado, la promoción de los productos artesanales.

Recomendaciones

Algunas de las sugerencias que se ofrecieron en el curso de “Mercadeo para Artesanos” fueron las siguientes:

- Confeccionar un comité de actividades integrado por artesanos de la comunidad de Sarchí, la Municipalidad de Sarchí, la Iglesias, los Colegios y otras entidades.
- Efectuar mas Ferias o actividades Culturales para le rescate de la comunidad, donde se exponga actividades deportivas, culturales, musicales, comidas, y por supuesto la exposición artesanal de los distintos productos que se realizan en dicha comunidad.
- El precio del producto, se determine por medio de precios de lista a su posible cliente y efectuar descuentos hasta llegar al precio que el artesano desea obtener.
- Mejorar el trato comercial entre el vendedor y el cliente; el cual el vendedor no sólo esté capacitado para atender correctamente al cliente brindándole la información y productos que se encuentra en el local , sino también dando libertad y tiempo para que el consumidor pueda apreciar las distintas mercaderías que brinda cada negocio artesanal.
- Agregar productos de pérdidas aquellos productos de mayor venta en forma de obsequio.
- Ofrecer el flete respectivo, a los clientes nacionales de distintas zonas del país, así mismo como a turistas de otros países que desean adquirir un producto de mayor valor y peso, se sugiere que se incluya en el precio final del artículo.

Además, como recomendaciones generales del proyecto se tiene:

1. Las actividades organizadas para ayudar, fomentar o rescatar la artesanía costarricense; deben estar acompañadas por una gran publicidad o promoción; pues el artesano costarricense no presenta motivación para asistir a los eventos organizados para su beneficio.
2. Las herramientas o medios por los cuales se capte la información de artesanos y clientes, con respecto a la artesanía, deben de ser sumamente breves y sencillas, pues de lo contrario estos pierden interés en brindar información.
3. El sector artesanal de nuestro país requiere apoyo y capacitación en áreas, adicionales al mercadeo, que son de importancia en sus negocios como el costeo y el mejoramiento de la manufactura mediante el desarrollo tecnológico; estos constituyen importantes puntos de enfoque en los que los estudiantes universitarios pueden contribuir para el mejoramiento del sector artesanal.

Bibliografía

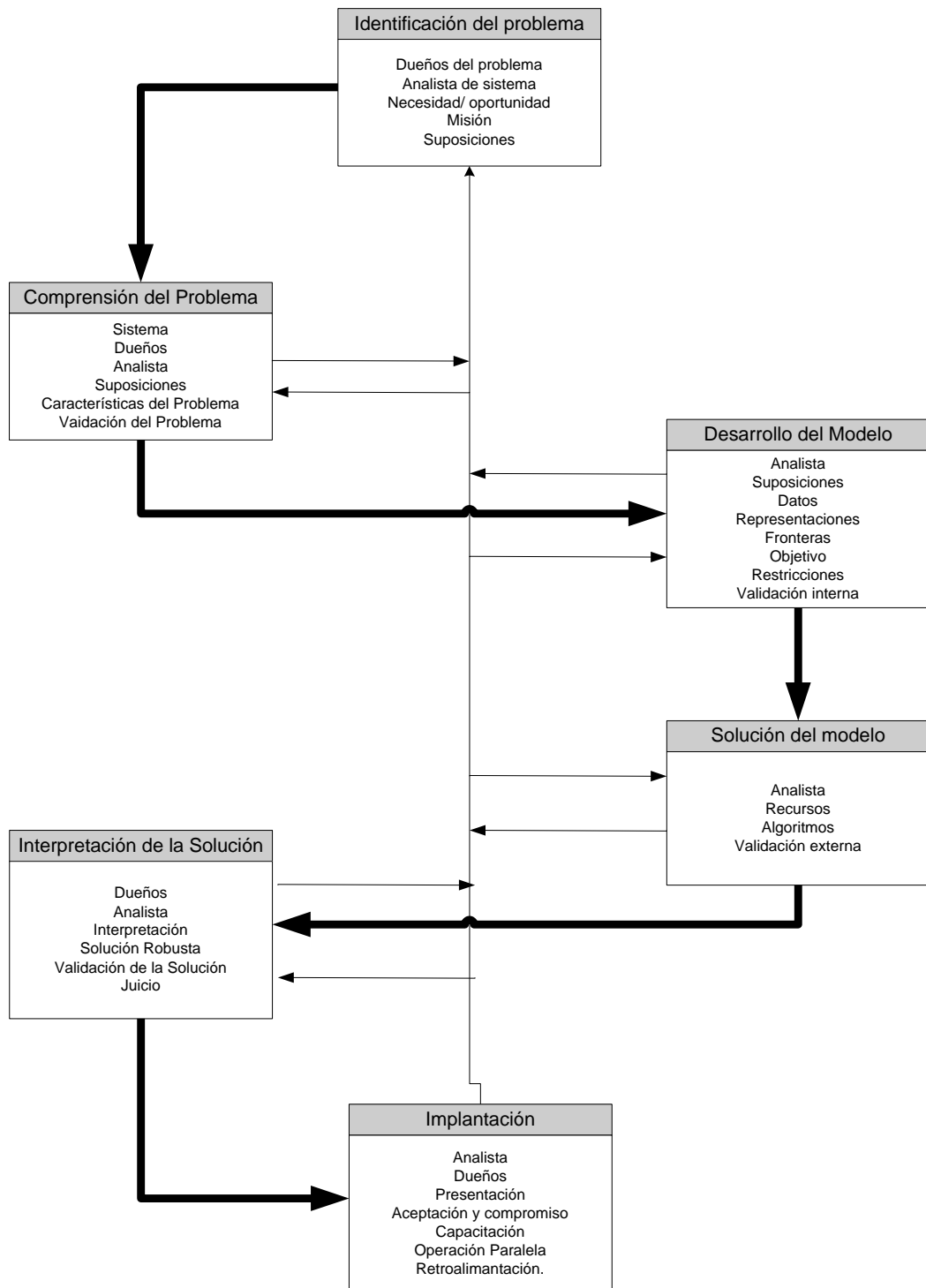
- Phillip Kotler, Dirección del Marketing, PRENTICE HALL, Edición 2000

Anexos

Anexo #1

Visión General del Proceso de Solución
de Problemas y Validaciones del modelo

Visión General del Proceso de Solución De problemas.



Anexo #2

Resultados de Encuesta Realizada a los
Artesanos de la V Feria Nacional de
artesanía.

Resumen de los Resultados.

A la pregunta, Realizó contactos comerciales?, el 70,5 % de los artesanos contestó afirmativamente, el 25% de los expositores no realizó ningún contacto comercial. Estas cifras muestran una de las principales debilidades de los artesanos, el aspecto comercial.

El 22% de los artesanos expositores en la feria considera que el nivel de ventas de su productos es excelente o muy bueno, el 41% opina que es bueno y el 32% de os artesanos opinan que el nivel de ventas de su producto es malo o muy malo. Resulta claro observar que la minoría de los artesanos se encuentra satisfecho con el nivel de ventas que posee su producto.

Con respecto al total de ventas realizadas durante la Feria, el 50% de los expositores se encuentra debajo de los 150 000 colones, el 18% logró vender entre 150 000 y 300 000 colones y tan sólo el 14, 30% logró sobrepasar los 300 000 colones en ventas; cifras que muestran que para la mayoría de los artesanos que se hicieron presentes en la feria, no resultó una actividad de éxito en sus ventas.

A la pregunta, Qué aspectos cree usted que representan la principal problemática que enfrenta el productor artesanal?, los resultados fueron:

- Falta de asistencia Técnica 16.20%.
- Falta de financiamiento 42.8%.
- Dificultad para determinar el costo del producto 12.4%.
- Exceso de cadenas de intermediarios 45.7%.
- Definición del mercado meta 23.8%.
- Falta de comercialización de productos 63.8%.
- Nuevamente se evidencia que el aspecto de comercialización de los productos es un punto sumamente vulnerable dentro del accionar de los artesanos costarricenses, aspecto también relacionado con la existencia de cadenas de intermediarios entre el productor artesanal y el cliente final.

Ante el cuestionamiento, Si recibiera algún tipo de capacitación, charla o asesoría, qué tema le gustaría que se tratara?, las respuestas fueron muy diversas, sin embargo las más importantes fueron:

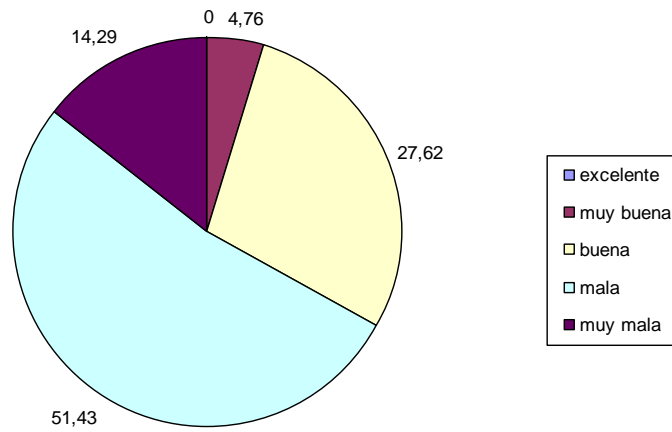
- Mercadeo (comercialización) 35.24%.
- Técnico (Artesanal) 16.20%.
- Inglés 5.70%.
- Costeo de productos 5.70%.
- Temas legales 2.86%.

Resulta claro, que los artesanos en su mayoría, están concientes de sus debilidades y fortalezas, por lo tanto conocen cuales son las áreas en las que deben de perfeccionarse para subsistir, sobresaliendo el campo del mercadeo, comercialización y venta de productos.

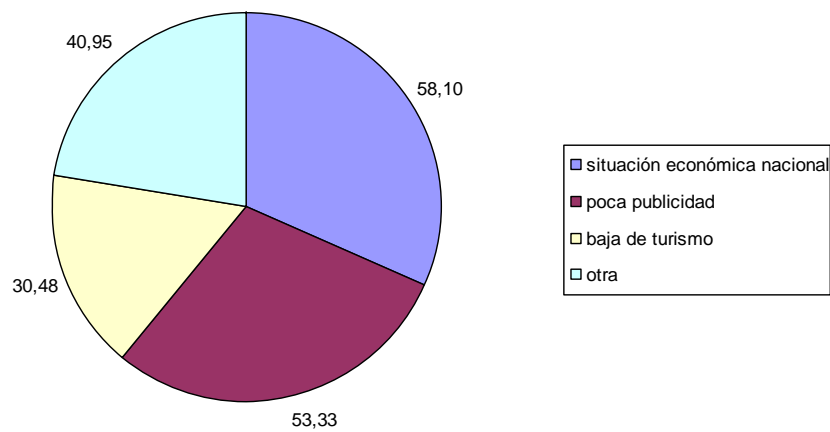
Conclusión:

El principal problema de la artesanía costarricense, desde el punto de vista de los artesanos es el mercadeo, es decir, la baja comercialización de sus productos.

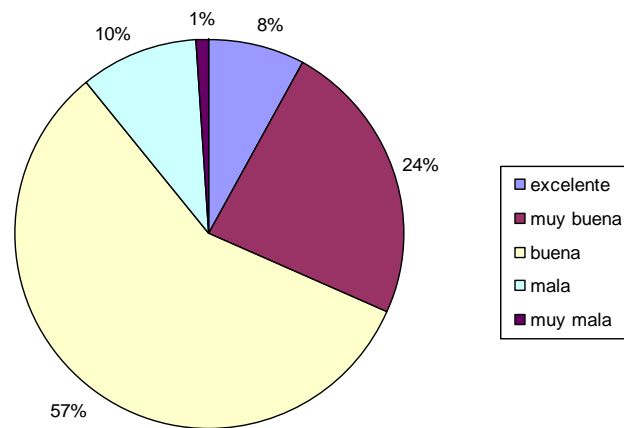
Que le pareció la afluencia de visitantes a la feria



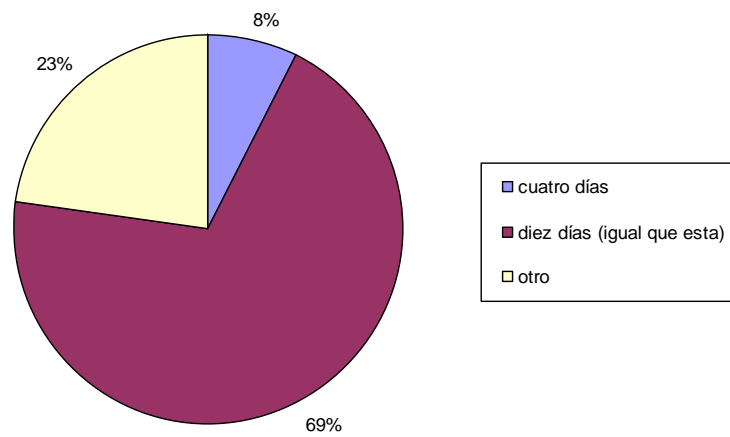
2. Si considera que la afluencia de público fue baja, cuál sería la razón?



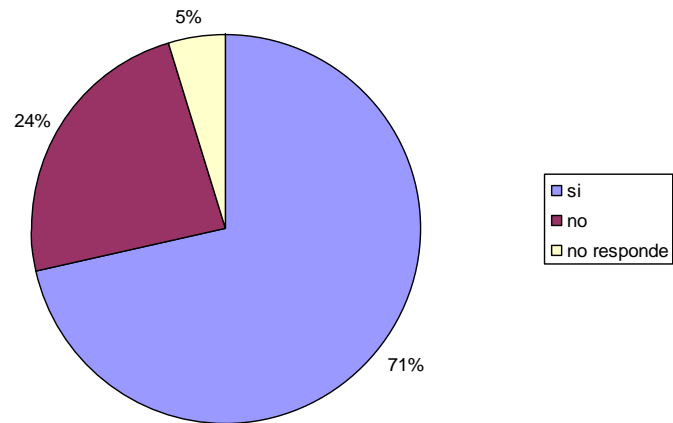
3. Como Considera la organización del evento?



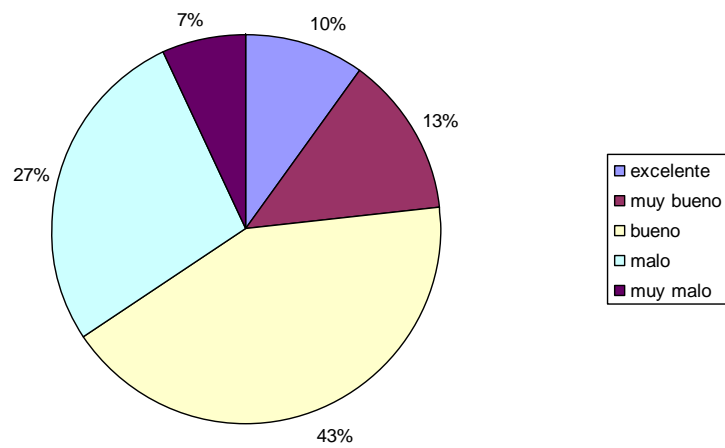
4. Cuanto considera que debería durar la feria?



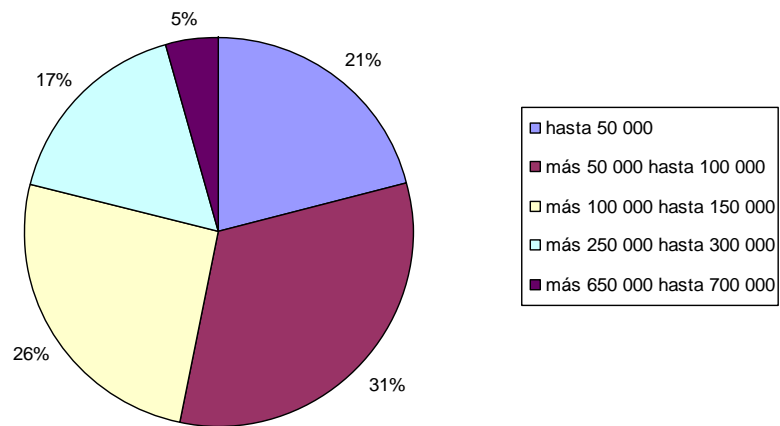
5. Realizó contactos comerciales



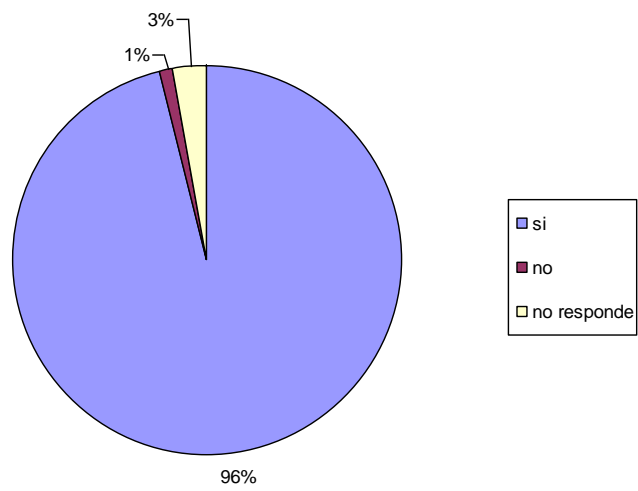
6. Cómo califica el nivel de ventas de su producto?



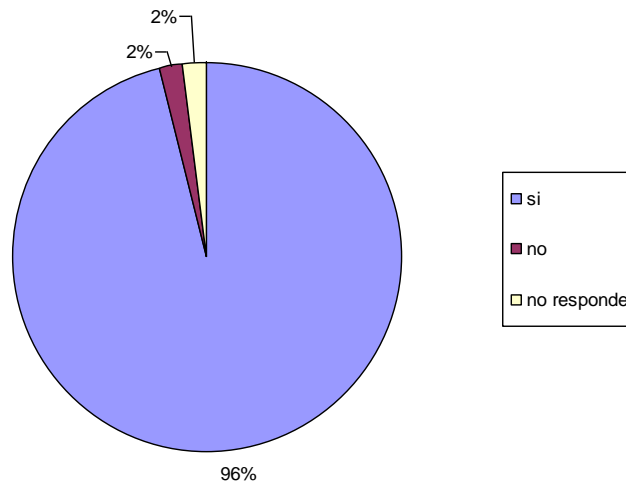
7. Total de ventas realizadas durante la feria



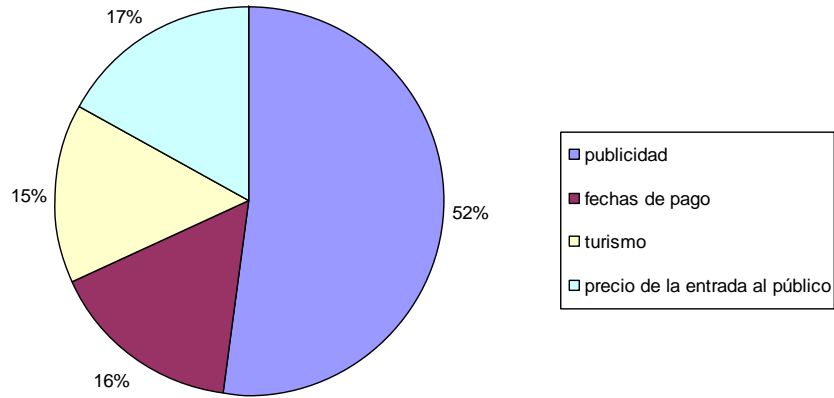
8. Considera importante continuar realizando esta feria?



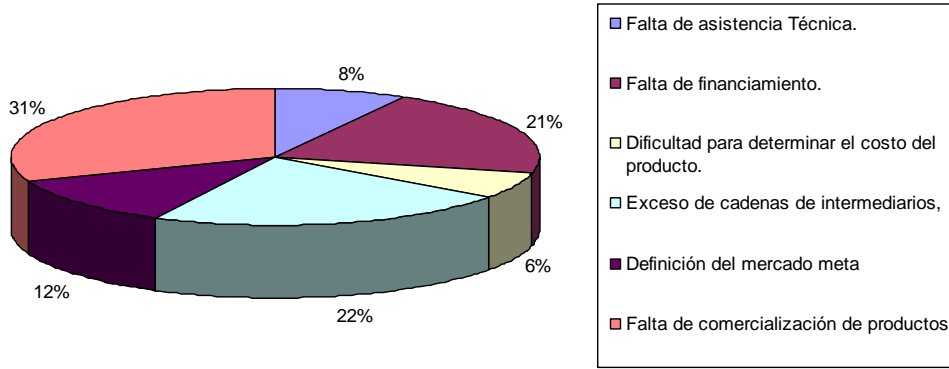
9. Participaría nuevamente en la próxima feria nacional de artesanía?



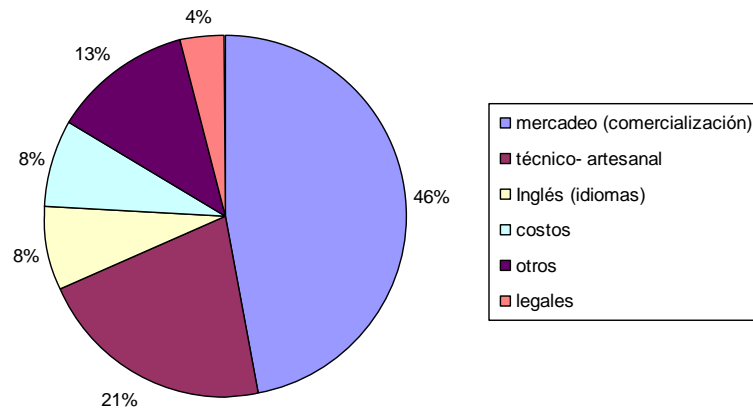
10. Qué aspectos considera que se podrían mejorar en la feria?



11. Qué aspectos cree usted que representan la principal problemática que enfrenta el productor artesanal?



13. Si recibiera algún tipo de capacitación, charla o asesoría, que tema le interesaría que se tratara?



Anexo #3

Resultados de Encuesta Realizada a los
Visitantes de la V Feria Nacional de
artesanía.

9. ESTUDIO A CONSUMIDORES

Realizamos un estudio exploratorio sobre las ferias de artesanías en nuestro país. Deseamos formar un perfil sobre los visitantes a la feria, y tenemos especial interés en conocer sus preferencias y su opinión acerca de la artesanía mostrada y la organización en general de este evento, todo ello con el fin de realizar mejoras en las próximas ferias. Le rogamos que responda de manera sincera a las siguientes preguntas. Agradecemos su colaboración.

1. Edad

_____ 18-30 años

_____ 31-55 años

_____ Mayor de 55 años

2. Nacionalidad

Costarricense

Otro _____

3. ¿Compra con frecuencia artículos artesanales?

Sí

No

4. Ha visitado una feria de artesanías con anterioridad

Sí

No

5. En las ferias que ha visitado, recibió información general acerca de los artículos (lugar de procedencia, método de elaboración, materiales utilizados, etc)

Sí

No

6. Considera que la información que le brindan acerca de los artículos en las ferias de artesanía es suficiente

- Sí
- No

7. Los artículos artesanales le interesan a usted principalmente por su valor:

- _____ Artístico
- _____ Utilitario
- _____ Ecológico
- _____ Cultural
- _____ Otro _____
- _____ No sabe / No Responde

8. Usted considera que el precio de la artesanía en esta feria es:

- Muy alto
- Alto
- Adecuado
- Bajo
- Muy bajo

9. Usted considera que la calidad de la artesanía en esta feria es:

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

10. ¿Qué le pareció la variedad de la artesanía en esta feria?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

11. Usted considera que la originalidad de la artesanía en esta feria es:

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

12. ¿Qué razón lo motivaría a comprar un artículo?

- Buenos precios de los artículos
- Necesidad de adquirir un artículo para un regalo
- Necesidad de comprar un artículo artesanal para llevar al exterior
- Otros _____
- No sabe / No responde

13. ¿Compró algún artículo?

- Sí
- No

14. ¿Cómo se enteró de esta Feria de Artesanía?

- Radio
- Televisión
- Prensa escrita
- Otros _____ ¿Cuáles?

15. ¿Volvería a una feria como ésta?

- Sí
- No

CONSUMER'S POLL

This is a survey about handcrafts made in Costa Rica. We would like to make a few questions in order to know the consumer's profile that buys handcrafts nowadays. We have a special interest in your preferences, opinion towards the handcrafts displayed and the event's organization. All this with the purpose to improve future events like this one. Please give your most sincere answer the following questions. Thank You.

1. How old are you?

_____ 18-30 years old

_____ 31-55 years old

_____ 55 & up

2. Which is your country of permanent residence?

3. Do you frequently buy handcrafts?

- Yes
- No

4. Have you visited another handcraft establishment before?

- Yes
- No

5. In these establishments, were you given general information about the products (where the product came from, how the product was made and the materials that the handcraft was made of)

- Yes
- No

6. Do you consider that the information given about the products is enough?

- Yes
- No

7. You are interested in handcrafts because

_____ Artistic Value

_____ Utility

_____ Ecological

_____ Cultural

_____ Other _____

_____ NR

8. How do you consider the prices of handcrafts in this event?

- Very High
- High
- It's OK
- Cheap
- Very cheap

9. The quality in the handcrafts is

- Very Good
- Good

- Regular
- Poor
- Very Poor

10. About variety

- Very Good
- Good
- Regular
- Poor
- Very Poor

11. Originality

- Very Good
- Good
- Regular
- Poor
- Very Poor

12. Of the following reasons, why would you buy one of these products?

- Good prices
- A gift
- A souvenir to take back home
- Other
- NR

13. Did you buy a handcraft?

- Yes
- No

14. How did you find out about this activity?

- Radio
- T.V.
- Press
- Other _____
Which? _____

15. Would you come back?

- Yes
- No

Análisis de Resultados

El estudio a consumidores fue efectuado a 194 personas de diferentes nacionalidades, que visitaron la feria artesanal en Noviembre del 2002. Los siguientes son los resultados de mayor interés obtenidos por medio de esta encuesta.

Perfil general de los visitantes:

Las personas que visitaron la feria de artesanía son en su mayoría adultos. Específicamente el 43% de los individuos encuestados se encuentran entre 31 y 55 años de edad, mientras que un 36% están entre los 18 y 30 años, el restante 21% corresponde a personas mayores con más de 55 años de edad.

Se debe señalar también que en su mayoría (84%), la feria artesanal fue visitada por personas de nacionalidad costarricense. En cuanto a los extranjeros se observa que los individuos son en su mayoría jóvenes (34%) y adultos (40%).

Con respecto a la artesanía, el 51% de los visitantes entrevistados señalaron comprar frecuentemente artículos artesanales; así mismo el 72% afirmó haber visitado al menos una feria de artesanía con anterioridad.

En lo referido al interés sobre los artículos artesanales, el consumidor mostró su tendencia hacia el aspecto artístico (43%), por otra parte señalaron su interés en artículos que resaltan lo cultural, ecológico y utilitario (24%, 16% y 15% respectivamente). Además los visitantes señalaron comprar artículos artesanales en su mayoría (31%) cuando tienen la necesidad de adquirir un regalo, por otra parte el 28% de los encuestados señaló comprar artesanías cuando éstas tienen un precio adecuado; por último el 16% afirmó comprar artículos artesanales para llevarlos al exterior.

Con respecto a las personas que compraron algún producto en la feria de artesanías, el perfil es el siguiente: el 32% corresponde a jóvenes entre 18 y 30 años, un 45% es de personas adultas (31-51 años) y el 23% restante es de personas con más de 55 años de edad. El porcentaje de extranjeros que adquirió algún producto es de 66%.

El producto:

Precios

En cuanto a los precios, en general las personas manifestaron lo siguiente: el 69% considera que los precios de los artículos son adecuados, el 20% los encuentra altos y una minoría los percibe bajos y muy altos (7% y 4% respectivamente). Específicamente para las personas que sí adquirieron un artículo en la feria se tiene lo siguiente:

Cuadro #1.

Opinión de los clientes con respecto a los precios de los artículos

¿Compró artículos?	Porcentaje	Precio	Porcentaje
Caso 1: Si	71%	Muy alto	4%
		Alto	15%
		Adecuado	73%
		Bajo	7%
		Muy bajo	1%
Caso 2: No	29%	Muy alto	7%
		Alto	31%
		Adecuado	58%
		Bajo	2%
		Muy bajo	2%

Del cuadro anterior se observa que el 73% de las personas que compraron algún producto manifestaron que los precios de los mismos eran adecuados y un porcentaje muy reducido (15% y 4%) que eran altos y muy bajos. Para el caso de las personas que no compraron productos, el porcentaje que considera que los precios son adecuados disminuye a un 58%, se observa también que un porcentaje mayor (31% y 7%) encontró los precios de los artículos altos y muy altos respectivamente. De esta manera se infiere que la percepción que el cliente posee sobre si el precio del producto es alto o bajo está influyendo directamente en las ventas de los mismos.

Calidad

En cuanto a la calidad de la artesanía el cliente se mostró satisfecho con la misma opinando que esta es muy buena (49%) y buena (45%). Al analizar la percepción de los individuos que adquirieron un artículo en la feria, se tiene el siguiente comportamiento:

Cuadro #2.

Opinión de los clientes con respecto a la calidad de los artículos

¿Compró artículos?	Porcentaje	Calidad	Porcentaje
Caso 1: Si	71%	Muy buena	54%
		Buena	41%
		Regular	5%
		Mala	0%
		Muy mala	0%
Caso 2: No	29%	Muy buena	38%
		Buena	55%
		Regular	7%
		Mala	0%
		Muy mala	0%

Se observa que de las personas que sí compraron artículos, el porcentaje que afirmó que la calidad de los mismos es buena y muy buena es de 95%; para el segundo caso el comportamiento es similar ya que el 93% se encuentra satisfecho con la calidad del producto indicando que esta es muy buena y buena. Es decir, sin importar si el visitante adquirió un artículo o no, éste se muestra satisfecho con la calidad que el artesano ofrece en sus productos.

Variedad

La opinión de los encuestados con respecto a la variedad de los productos es muy semejante a la anterior. Para todos los encuestados se tiene que el 48% encuentra que la variedad de los productos es muy buena, mientras que un 37% la cataloga buena, el 13% considera que la variedad es regular y porcentajes menores (2%) muestran su descontento con la misma.

Originalidad

En cuanto a la originalidad, se obtienen resultados similares a los analizados en las dos categorías anteriores. Los encuestados indican que la feria presenta una originalidad muy buena y buena (40% y 45% respectivamente).

Analizando nuevamente el comportamiento de las personas que compraron artículos o no, se obtiene lo siguiente:

Cuadro #3.

Opinión de los clientes con respecto a la originalidad de los productos

¿Compró artículos?	Porcentaje	Originalidad	Porcentaje
Caso 1: Si	71%	Muy buena	46%
		Buena	43%
		Regular	11%
		Mala	0%
		Muy mala	0%
Caso 2: No	29%	Muy buena	27%
		Buena	50%
		Regular	21%
		Mala	2%
		Muy mala	0%

En este caso al igual que en los anteriores, se observa que las categorías de no satisfacción (en este caso: regular, mala y muy mala) aumentan para las personas que no adquirieron ningún artículo, sin embargo, las categorías de satisfacción (Muy buena y buena) presentan comportamientos similares para el caso 1 (89%) y para el caso 2 (77%).

La feria de artesanía:

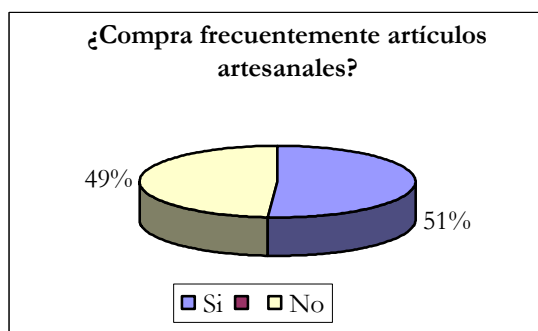
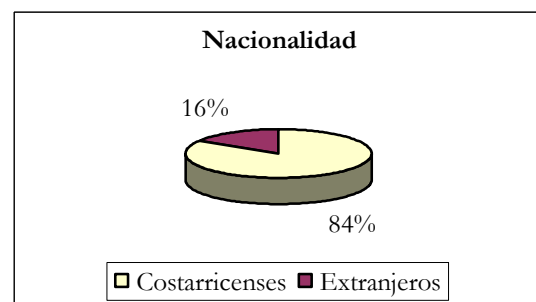
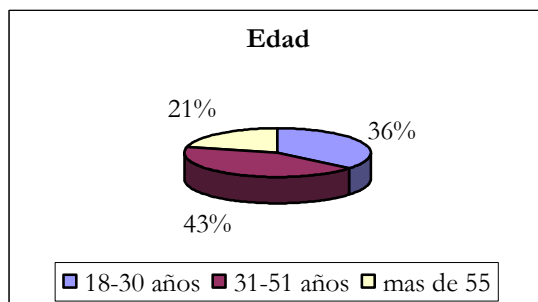
El 63% de los visitantes afirmó haber recibido información general sobre los métodos de elaboración del artículo, por otra parte de éstas personas que sí recibieron información, el 80% se mostró satisfecho con la misma.

Cabe señalar el hecho que un 30% de las personas se enteraron de la existencia de la feria gracias a la televisión, un 23% a la prensa escrita, un 8% a la radio y un 37% debido a otro factor, como por ejemplo un familiar o un amigo.

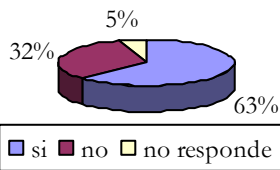
A partir de las encuestas se notó la satisfacción de los visitantes para con el evento; un 96% de los mismos manifestó que sí les gustaría regresar a una feria como la de FERCORI, y además un 71% de los individuos estudiados compraron algún artículo. Por otro lado, se encontró que un 83% de las personas que señalaron que compran artículos artesanales con frecuencia adquirieron por lo menos uno en la Feria Artesanal en estudio.

Por último, cabe destacar que de las personas que no compraron ningún artículo, el 27% mostró disposición a asistir de nuevo a una feria de artesanías.

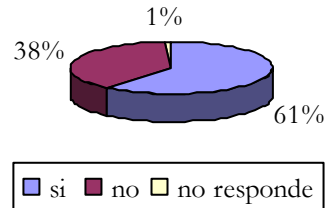
Gráficos



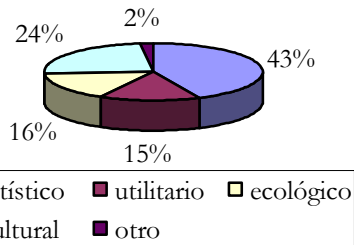
¿Ha recibido información general sobre los métodos de elaboración del artículo?



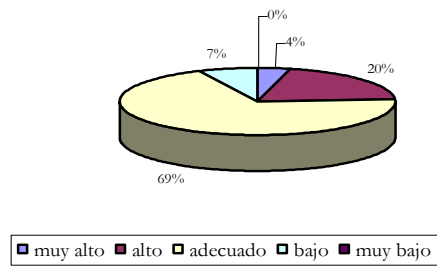
¿La información brindada es suficiente?



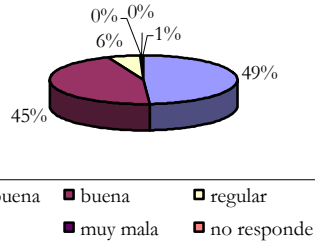
Interés sobre los artículos artesanales



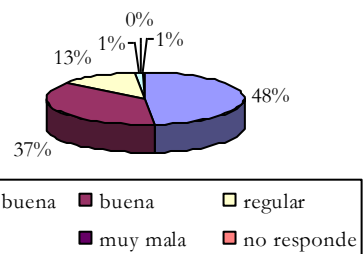
El precio de los artículos es



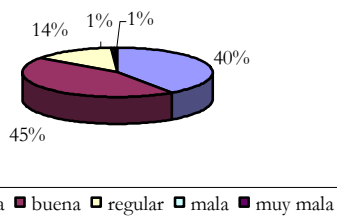
La calidad de la artesanía es



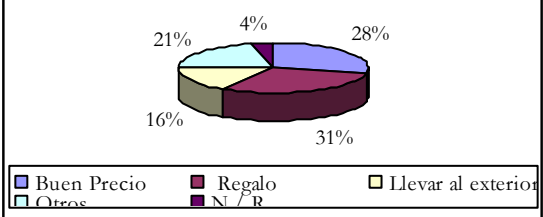
La variedad de la artesanía es

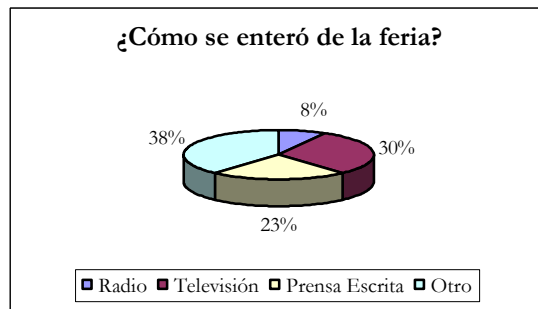


La originalidad en la feria es



¿Por qué compra artículos artesanales?





Anexo #4

Principales resultados de la visita a Sarchí

10. Visita a Sarchí

La visita consistió en entrevistar a diferentes artesanos de Sarchí, con preguntas sobre su producto, sus clientes, sus métodos de ventas y mercadeo entre otros. Cabe destacar, que se procuró entrevistar a artesanos de diferentes estratos económicos para realizar posteriormente una comparación entre ellos.

Los principales resultados de la entrevista son los siguientes:

Caso 1: COOPEARSA (Coopertativa de Artesanos de Sarchí, conformada por 27 artesanos)

Para ser miembro o socio se debe hacer un aporte de capital de ¢2.000.000 y el asociado debe ser artesano costarricense.

Se cuenta con más de 400 proveedores de todo el país y fuera de él, colaborando de esta manera con el progreso del sector artesanal, principalmente en la comunidad de Sarchí, ya que los principales proveedores pertenecen a la zona

Grupo Meta:

Las ventas están dirigidas principalmente al mercado internacional para lo que son artículos artesanales pequeños y al mercado nacional (San José, Alajuela y Heredia) en el caso de los muebles.

Mercadeo:

La publicidad utilizada por este grupo de artesanos se limita a anuncios de radio cada cierto período de tiempo.

Línea de productos:

La línea de productos ofrecida en la tienda, se maneja conforme el producto se vende o no. Es decir, se observa cuál es el producto que la gente más compra y este es el que se sigue ofreciendo hasta que pase lo contrario.

Además de los productos nacionales, se venden también productos importados desde Colombia, Guatemala y Nicaragua principalmente. Cabe señalar, que no se realiza ninguna

diferenciación (más que en el código) del producto nacional y del extranjero; es decir, el consumidor no tiene ninguna forma para conocer el origen del producto que adquirió.

Innovación:

Como se explicó anteriormente, los artesanos producen el producto que “más gusta” al consumidor. Sin embargo se prueba regularmente (1 vez al mes) la introducción de nuevos productos.

Es importante señalar, que el artesano tiende a copiar muchos productos de otros países.

Métodos de ventas:

La principal estrategia de ventas es la de brindar comisiones a los guías turísticos por llevar a los extranjeros a la tienda. Los guías turísticos llevan a su grupo al lugar donde les ofrezcan mejores comisiones y luego entre ellos mismos dan a conocer el lugar.

Precios:

La forma de establecer el precio del producto es de adicionar un 60% sobre el costo del producto. Este costo sin embargo es basado en muchos casos en el precio de la competencia (se procura venderlo a un precio menor que la competencia).

Empaque:

Cuando la compra es grande, el producto se coloca en una bolsa con el logo y la principal información de la empresa. Si la cantidad adquirida es pequeña, se da una bolsa común.

Incentivos a los artesanos:

La única forma de incentivo es la de comprar al contado a aquél artesano cuyo producto se vende con regularidad. El resto del producto se adquiere por consignación.

Empleados del lugar:

Los empleados no utilizan uniforme aún, sin embargo este punto está en proceso. Por otra parte, es un requisito para ellos el hablar inglés.

Temas de Interés para la capacitación:

El entrevistado se mostró inclinado hacia el tema de la Exportación de sus productos.

Otros Servicios:

Los asociados ofrecen el servicio de envío dentro del país y fuera de este, sin embargo, este no se promociona sino hasta el momento de la compra.

En cuanto al servicio de garantía, si el mueble llega dañado al destino, éste se reemplaza por uno nuevo. Para este caso se solicitan fotos del producto dañado.

Caso 2: Establecimientos pequeños

Se visitaron diferentes establecimientos ubicados en la zona, los cuales al no estar asociados a la cooperativa, y no poseer los medios económicos suficientes para surgir como microempresa, presentan desventajas significativas en cuanto a utilidad y ventas.

Estos lugares, presentan características muy similares, ya que todos los artesanos tienen en su propia casa un pequeño y rústico taller, el cual no cuenta con la infraestructura ni herramienta adecuada para lograr una ventaja competitiva sobre los demás.

Mercadeo:

En cuanto a la forma de promocionar el producto, la principal diferencia entre los artesanos de esta categoría es la ubicación del establecimiento. Algunos han tenido la ventaja de estar localizados sobre las carreteras principales, por lo que los clientes llegan a estos locales con más frecuencia. Otros sin embargo, no tienen la misma ventaja y por el contrario su “establecimiento” no se vende por sí sólo.

Lo mencionado anteriormente, es la única forma de promocionar el producto o de darse a conocer en la zona.

Grupo Meta:

Los muebles, principal producto de la zona, constituyen un atractivo para los clientes nacionales, principalmente del Valle Central, aunque las tiendas son visitadas por personas provenientes de todo el país.

Para los artículos artesanales, los clientes más frecuentes son turistas extranjeros que vienen a visitar la zona. Pero los pequeños artesanos, principalmente los talleres no pueden pagar una comisión a los guías turísticos, por lo que los tours no visitan las instalaciones.

Línea de Productos:

Los productos que se elaboran son en su mayoría muebles fabricados en madera y artículos artesanales para adorno, recuerdos, regalos o la artesanía utilitaria. Se fabrican carretas típicas de madera en muchos lugares, ya sea de adorno como las “minibar”.

Los artículos de cuero también se venden en las tiendas, generalmente utilitarios como carteras, zapatos, porta vasos, etc. Existe una fuerte competencia en la zona, principalmente en la confección de carretas típicas y la elaboración de muebles de madera.

Precios

En la mayoría de las tiendas visitadas los precios están dados en dólares, a excepción de los talleres que trabajan por medio de intermediarios, en este caso las tiendas. Los talleres venden los productos que elaboran a los intermediarios los cuales cancelan el dinero en colones.

Ninguno de los talleres cuenta con un sistema de asignación de costo formal, por lo que se establece el precio de venta de una manera inadecuada e informal.

Las tiendas de muebles establecen los precios, en base a un porcentaje sobre el costo del artículo.

No existen diferencias de precio para nacionales y extranjeros.

Otros Servicios:

Las tiendas de muebles cuentan con transporte a cualquier lugar del Valle Central, por medio de convenios con personas que laboran en transporte en la zona, los cuales son los que deciden el costo del flete dependiendo de la lejanía del lugar, del tamaño y cantidad de los productos transportados.

Lo anterior, en contraste a los artesanos productores (los talleres), los cuales no cuentan con un sistema formal de transporte.

Artesanos Entrevistados:

- Javier Quesada _ Coopearsa
- Fabio Rodríguez _ Fábrica de muebles Corban
- Antonio Conejo _ Pinturas típicas Conejo
- La casa del bastón
- Fabrica Nacional de carretas
- Centro comercial de artesanía

Anexo #5

Plan de Mercadeo

(ver archivo: [PLAN DE MERCADEO ARTESANAL.doc](#))

Anexo #6

Manual de Marketing

(ver archivo: manual de mercadeo.doc)

Anexo #7

Fotografías de Conferencia “Mercadeo
para artesanos”





Anexo #8

Cuestionario para población beneficiaria

Cuestionario para población Beneficiaria

La sección de trabajo Comunal Universitario (TCU), con el propósito de conocer los aspectos más relevantes en su desarrollo y así retroalimentar el proyecto, le solicita su valiosa colaboración para que se sirva contestar el presente cuestionario. La información que usted suministre será manejada con absoluta confidencialidad.

Marque no una (x) la opción deseada o escriba en el espacio en blanco según corresponda.

Nombre del Proyecto:

Diagnóstico y Propuesta de Mejora de la Utilización de los Recursos Disponibles

Datos del Beneficiario

Sexo: _____ Femenino ___X___ Masculino

Edad: 50 Años

1. ¿En qué actividades del proyecto ha participado usted?

2. ¿Cómo se integró usted en este proyecto

- a. Voluntariamente
- b. Usted lo solicitó
- c. Es parte de su trabajo
- X.** Se le solicitó
- e. Por recomendación amigos/familiar/vecinos
- f. Otros. Especifique

3. Responde el proyecto a las necesidades de su comunidad, institución o grupo?

Sí ___X___ Cuáles? Muchos artesanos no conocemos de mercadeo

No _____

4. ¿Considera que el proyecto responde a los intereses propios de su institución o comunidad o grupo?

X Siempre

- b. Casi siempre
 - c. Pocas Veces
 - d. No aplica/No responde
-

5. ¿Mencione como máximo tres aportes que este proyecto, según su opinión, brinda a usted, a la comunidad, institución o grupo?

Ayuda a la Unión, Aprendemos de Mercadeo.

6. El trabajo que realizan los estudiantes del TCU ha contribuido a mejorar las necesidades que usted mencionó?

- a. Muy poco
- b. Poco
- X.** Mucho
- d. No aplica/No responde

7. Las actividades en las que usted participó fueron dirigidas por:

- a. Por el profesor responsable del proyecto
- X.** por estudiantes de diferentes carreras
- c. Por estudiantes de la misma carrera
- d. Por miembros de la comunidad, institución o grupo

8. En su opinión, el trabajo de los estudiantes ha sido

- X.** Bueno
- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

9. Acerca de su relación con los estudiantes se podría decir que:

- a. Se relaciona con todos
- b. Se relaciona con algunos
- X.** Se relaciona con pocos
- d. No se relaciona

10. La labor del responsable del TCU ha sido:

- X.** Bueno
-

- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

11. ¿Conoce si alguna institución u organización colabora con este proyecto de TCU?

Sí _____

No X

¿Cuáles?

12. ¿Cuáles recomendaciones daría usted para la futura realización de este proyecto?

- Insistencia

Observaciones:

Cuestionario para población Beneficiaria

La sección de trabajo Comunal Universitario (TCU), con el propósito de conocer los aspectos más relevantes en su desarrollo y así retroalimentar el proyecto, le solicita su valiosa colaboración para que se sirva contestar el presente cuestionario. La información que usted suministre será manejada con absoluta confidencialidad.

Marque no una (x) la opción deseada o escriba en el espacio en blanco según corresponda.

Nombre del Proyecto:

Diagnóstico y Propuesta de Mejora de la Utilización de los Recursos Disponibles

Datos del Beneficiario

Sexo: _____ Femenino ___X___ Masculino

Edad: 50 Años

1. ¿En qué actividades del proyecto ha participado usted?

Ninguna

2. ¿Cómo se integró usted en este proyecto

- X.** Voluntariamente
- b. Usted lo solicitó
- c. Es parte de su trabajo
- b. Se le solicitó
- e. Por recomendación amigos/familiar/vecinos
- f. Otros. Especifique
-

3. Responde el proyecto a las necesidades de su comunidad, institución o grupo?

Sí ___X___ Cuáles? Muchos artesanos no conocemos de mercadeo

No _____

4. ¿Considera que el proyecto responde a los intereses propios de su institución o comunidad o grupo?

X Siempre

- b. Casi siempre
 - c. Pocas Veces
 - d. No aplica/No responde
-

5. ¿Mencione como máximo tres aportes que este proyecto, según su opinión, brinda a usted, a la comunidad, institución o grupo?

Mayor trato al cliente. Mejor calidad de producto y mejoramiento en ventas

6. El trabajo que realizan los estudiantes del TCU ha contribuido a mejorar las necesidades que usted mencionó?

- a. Muy poco
- b. Poco
- X.** Mucho
- d. No aplica/No responde

7. Las actividades en las que usted participó fueron dirigidas por:

- a. Por el profesor responsable del proyecto
- b. por estudiantes de diferentes carreras
- X.** Por estudiantes de la misma carrera
- d. Por miembros de la comunidad, institución o grupo

8. En su opinión, el trabajo de los estudiantes ha sido

- X.** Bueno
- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

9. Acerca de su relación con los estudiantes se podría decir que:

- X.** Se relaciona con todos
- b. Se relaciona con algunos
- c. Se relaciona con pocos
- d. No se relaciona

10. La labor del responsable del TCU ha sido:

- X.** Bueno
-

- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

11. ¿Conoce si alguna institución u organización colabora con este proyecto de TCU?

Sí _____

No X

¿Cuáles?

12. ¿Cuáles recomendaciones daría usted para la futura realización de este proyecto?

- Hacerlo en un día no laboral para mejorar la asistencia de los artesanos

Observaciones:

Para mí fue muy bueno, lástima que no hubo bastante membresía, pero fue excelente.

Cuestionario para población Beneficiaria

La sección de trabajo Comunal Universitario (TCU), con el propósito de conocer los aspectos más relevantes en su desarrollo y así retroalimentar el proyecto, le solicita su valiosa colaboración para que se sirva contestar el presente cuestionario. La información que usted suministre será manejada con absoluta confidencialidad.

Marque no una (x) la opción deseada o escriba en el espacio en blanco según corresponda.

Nombre del Proyecto:

Diagnóstico y Propuesta de Mejora de la Utilización de los Recursos Disponibles

Datos del Beneficiario

Sexo: _____ Femenino ___X___ Masculino

Edad: 40 Años

1. ¿En qué actividades del proyecto ha participado usted?

He recibido capacitación por parte del INA en información turística y de atención al cliente

2. ¿Cómo se integró usted en este proyecto

- a. Voluntariamente
- b. Usted lo solicitó
- c. Es parte de su trabajo
- b. Se le solicitó
- e. Por recomendación amigos/familiar/vecinos
- f. Otros. Especifique

3. Responde el proyecto a las necesidades de su comunidad, institución o grupo?

Sí ___X___ Cuáles? Es sumamente necesario repasar nuevas ideas

No_____

4. ¿Considera que el proyecto responde a los intereses propios de su institución o comunidad o grupo?

- a. Siempre
 - b. Casi siempre
 - c. Pocas Veces
 - d. No aplica/No responde
-

5. ¿Mencione como máximo tres aportes que este proyecto, según su opinión, brinda a usted, a la comunidad, institución o grupo?

Frecuentemente necesitamos reforzar el conocimiento. Todos los días hay innovaciones y nos tenemos que poner al día. Los capacitares se desenvuelven muy bien y dan seguridad al público.

6. El trabajo que realizan los estudiantes del TCU ha contribuido a mejorar las necesidades que usted mencionó?

- a. Muy poco
- b. Poco
- X.** Mucho
- d. No aplica/No responde

7. Las actividades en las que usted participó fueron dirigidas por:

- a. Por el profesor responsable del proyecto
- X.** por estudiantes de diferentes carreras
- c. Por estudiantes de la misma carrera
- d. Por miembros de la comunidad, institución o grupo

8. En su opinión, el trabajo de los estudiantes ha sido

- X.** Bueno
- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

9. Acerca de su relación con los estudiantes se podría decir que:

- X.** Se relaciona con todos
- b. Se relaciona con algunos
- c. Se relaciona con pocos
- d. No se relaciona

10. La labor del responsable del TCU ha sido:

- X.** Bueno
- b. Regular

- c. Malo
- d. No aplica/No responde

12. ¿Conoce si alguna institución u organización colabora con este proyecto de TCU?

Sí _____ No X ¿Cuáles?

13. ¿Cuáles recomendaciones daría usted para la futura realización de este proyecto? Insistir en darlas, aunque de pocas horas

Observaciones:

No perder el entusiasmo y seguir poco a poco que algún día se recogerán los frutos.
Gracias.

Cuestionario para población Beneficiaria

La sección de trabajo Comunal Universitario (TCU), con el propósito de conocer los aspectos más relevantes en su desarrollo y así retroalimentar el proyecto, le solicita su valiosa colaboración para que se sirva contestar el presente cuestionario. La información que usted suministre será manejada con absoluta confidencialidad.

Marque no una (x) la opción deseada o escriba en el espacio en blanco según corresponda.

Nombre del Proyecto:

Diagnóstico y Propuesta de Mejora de la Utilización de los Recursos Disponibles

Datos del Beneficiario

Sexo: _____ Femenino ___X___ Masculino

Edad: 24 Años

1. ¿En qué actividades del proyecto ha participado usted?

Esta es la primera vez

2. ¿Cómo se integró usted en este proyecto

- X. Voluntariamente
 - b. Usted lo solicitó
 - c. Es parte de su trabajo
 - b. Se le solicitó
 - e. Por recomendación amigos/familiar/vecinos
 - f. Otros. Especifique
-

3. Responde el proyecto a las necesidades de su comunidad, institución o grupo?

Sí ___X___ Cuáles?

No _____

4. ¿Considera que el proyecto responde a los intereses propios de su institución o comunidad o grupo?

X Siempre

- b. Casi siempre
 - c. Pocas Veces
 - d. No aplica/No responde
-

5. ¿Mencione como máximo tres aportes que este proyecto, según su opinión, brinda a usted, a la comunidad, institución o grupo?

Mejor trato al cliente, mejor conocimiento en ventas, mejor introducción de un producto al mercado

6. El trabajo que realizan los estudiantes del TCU ha contribuido a mejorar las necesidades que usted mencionó?

- a. Muy poco
- b. Poco
- X.** Mucho
- d. No aplica/No responde

7. Las actividades en las que usted participó fueron dirigidas por:

- a. Por el profesor responsable del proyecto
- b. por estudiantes de diferentes carreras
- X.** Por estudiantes de la misma carrera
- d. Por miembros de la comunidad, institución o grupo

8. En su opinión, el trabajo de los estudiantes ha sido

- X.** Bueno
- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

9. Acerca de su relación con los estudiantes se podría decir que:

- X.** Se relaciona con todos
- b. Se relaciona con algunos
- c. Se relaciona con pocos
- d. No se relaciona

10. La labor del responsable del TCU ha sido:

- X.** Bueno
- b. Regular
- c. Malo

d. No aplica/No responde

11. ¿Conoce si alguna institución u organización colabora con este proyecto de TCU?

Sí _____

No X

¿Cuáles?

12. ¿Cuáles recomendaciones daría usted para la futura realización de este proyecto? Que sea un sábado, repartir un poco más de publicidad a los artesanos

Observaciones:

Cuestionario para población Beneficiaria

La sección de trabajo Comunal Universitario (TCU), con el propósito de conocer los aspectos más relevantes en su desarrollo y así retroalimentar el proyecto, le solicita su valiosa colaboración para que se sirva contestar el presente cuestionario. La información que usted suministre será manejada con absoluta confidencialidad.

Marque no una (x) la opción deseada o escriba en el espacio en blanco según corresponda.

Nombre del Proyecto:

Diagnóstico y Propuesta de Mejora de la Utilización de los Recursos Disponibles

Datos del Beneficiario

Sexo: _____ Femenino ___X___ Masculino

Edad: 44 Años

1. ¿En qué actividades del proyecto ha participado usted?

Exposición

2. ¿Cómo se integró usted en este proyecto

- X.** Voluntariamente
 - b. Usted lo solicitó
 - c. Es parte de su trabajo
 - b. Se le solicitó
 - e. Por recomendación amigos/familiar/vecinos
 - f. Otros. Especifique
-

3. Responde el proyecto a las necesidades de su comunidad, institución o grupo?

Sí ___X___ Cuáles? Falta mayor promoción de nuestras artesanías

No _____

4. ¿Considera que el proyecto responde a los intereses propios de su institución o comunidad o grupo?

X Siempre

- b. Casi siempre
 - c. Pocas Veces
 - d. No aplica/No responde
-

5. ¿Mencione como máximo tres aportes que este proyecto, según su opinión, brinda a usted, a la comunidad, institución o grupo?

Medios electrónicos, venta personal, necesidad de acercarse al cliente

6. El trabajo que realizan los estudiantes del TCU ha contribuido a mejorar las necesidades que usted mencionó?

- a. Muy poco
- b. Poco
- X.** Mucho
- d. No aplica/No responde

7. Las actividades en las que usted participó fueron dirigidas por:

- X.** Por el profesor responsable del proyecto
- b. por estudiantes de diferentes carreras
- X.** Por estudiantes de la misma carrera
- d. Por miembros de la comunidad, institución o grupo

8. En su opinión, el trabajo de los estudiantes ha sido

- X.** Bueno
- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

9. Acerca de su relación con los estudiantes se podría decir que:

- X.** Se relaciona con todos
- b. Se relaciona con algunos
- c. Se relaciona con pocos
- d. No se relaciona

10. La labor del responsable del TCU ha sido:

- X.** Bueno
- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

13. ¿Conoce si alguna institución u organización colabora con este proyecto de TCU?

Sí_____

No___**X**___

¿Cuáles?

14. ¿Cuáles recomendaciones daría usted para la futura realización de este proyecto?

Hacer un mayor trabajo de campo

Observaciones:

Que sea conocido más por la comunidad: municipalidad, iglesia, cámara del comercio, cooperativas

Cuestionario para población Beneficiaria

La sección de trabajo Comunal Universitario (TCU), con el propósito de conocer los aspectos más relevantes en su desarrollo y así retroalimentar el proyecto, le solicita su valiosa colaboración para que se sirva contestar el presente cuestionario. La información que usted suministre será manejada con absoluta confidencialidad.

Marque no una (x) la opción deseada o escriba en el espacio en blanco según corresponda.

Nombre del Proyecto:

Diagnóstico y Propuesta de Mejora de la Utilización de los Recursos Disponibles

Datos del Beneficiario

Sexo: Femenino Masculino

Edad: 44 Años

1. ¿En qué actividades del proyecto ha participado usted?

Ninguna

2. ¿Cómo se integró usted en este proyecto

- Voluntariamente
- b. Usted lo solicitó
- c. Es parte de su trabajo
- b. Se le solicitó
- e. Por recomendación amigos/familiar/vecinos
- f. Otros. Especifique

Por teléfono

3. Responde el proyecto a las necesidades de su comunidad, institución o grupo?

Sí Cuáles? Información sobre ventas

No

4. ¿Considera que el proyecto responde a los intereses propios de su institución o comunidad o grupo?

Siempre

- b. Casi siempre
 - c. Pocas Veces
 - d. No aplica/No responde
-

5. ¿Mencione como máximo tres aportes que este proyecto, según su opinión, brinda a usted, a la comunidad, institución o grupo?

Nos sirve para plantear nuestras dudas para tener un poco de información

6. El trabajo que realizan los estudiantes del TCU ha contribuido a mejorar las necesidades que usted mencionó?

- a. Muy poco
- b. Poco
- X.** Mucho
- d. No aplica/No responde

7. Las actividades en las que usted participó fueron dirigidas por:

- a. Por el profesor responsable del proyecto
- X.** por estudiantes de diferentes carreras
- c. Por estudiantes de la misma carrera
- d. Por miembros de la comunidad, institución o grupo

8. En su opinión, el trabajo de los estudiantes ha sido

- X.** Bueno
- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

9. Acerca de su relación con los estudiantes se podría decir que:

- X.** Se relaciona con todos
- b. Se relaciona con algunos
- c. Se relaciona con pocos
- d. No se relaciona

10. La labor del responsable del TCU ha sido:

- X.** Bueno
- b. Regular
- c. Malo
- d. No aplica/No responde

11. ¿Conoce si alguna institución u organización colabora con este proyecto de TCU?

Sí_____

No___**X**___

¿Cuáles?

12. ¿Cuáles recomendaciones daría usted para la futura realización de este proyecto?

Que sea en un día no laboral o más tarde

Observaciones:

Es bastante bueno, porque son cosas que la mayoría de los artesanos no sabemos y nos ayuda a adquirir conocimiento.
