

Proyecto Mejoramiento del nivel de competitividad de los artesanos en Santa Rosa de Copán

FAPES GRUPO 8-10



Fortaleciéndonos para el Mercado

Sistematización



Iniciativa para la Sistematización de Experiencias en Incidencia para la Seguridad Alimentaria



Merid Occidente

Iris Geraldina Arita

Santa Rosa de Copán Mayo 2007

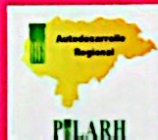
Iniciativa para la Sistematización de Experiencias en Incidencia para la Seguridad Alimentaria ASONOG

Fortaleciéndonos para el Mercado

Un análisis del comportamiento de los artesanos y artesanas de Santa Rosa de Copán en el proceso de comercialización

2

Iris Geraldina Arita Sorto



Arita, Iris Geraldina

Fortaleciéndonos para el Mercado, Un análisis del comportamiento de los artesanos y artesanas de Santa Rosa de Copán en el proceso de comercialización -1ª. ed. Tegucigalpa: Asociación de Organizaciones No Gubernamentales ASONOG, 2007, 48 p.

Seguridad alimentaria

Coordinación	: Juan Alberto Bustillo ISA –ASONOG
Asesoría	: Luis Mazariegos
Texto	: Iris Geraldina Arita
Revisión	: Oscar Oziel Ordoñez, Juan Alberto Bustillo
Revisión editorial	: Luis Mazariegos
Fotografía	: FAPES
Edición	: Impresiones Industriales

Se autoriza la reproducción total o parcial de este documento, siempre y cuando sea con fines educativos y se cite su fuente.

Tegucigalpa, Honduras, septiembre 2007

Esta publicación fue realizada por ASONOG y las opiniones aquí expresadas son responsabilidad de la autora y no comprometen bajo ningún punto de vista a las agencias cooperantes ni a ASONOG.

Tabla de Contenido

• Portada	
• Contraportada	
• Índice	
• Prólogo	5
• Acrónimos	7
• Experiencia a sistematizar	8
• Porqué sistematizamos esta experiencia y no otra	
• El objeto y el eje de sistematización	
• Metodología empleada en la sistematización de la primera fase de ejecución del proyecto FAPES SRC	
• Actores de la experiencia	
• Contexto de la experiencia	11
• Antecedentes de la experiencia	
CAPITULO I	
• El problema que origina la experiencia y causalidad	16
CAPITULO II	
• Desarrollo de la experiencia	19
• Diagnóstico e identificación de artesanos	35
• Línea de base	
• Organización	
• Estrategias de competitividad	
CAPITULO III	
• Los resultados generados en la experiencia	
CAPITULO IV	
• Lecciones y reflexiones	37
• Recomendaciones	39
• Bibliografía	40
• Anexos	41

Prólogo

Se ha comprobado que los artesanos y las artesanas de Santa Rosa de Copán están desempeñando un papel determinante en el sostenimiento de las culturas y de las tradiciones de nuestro país, al mismo tiempo están contribuyendo en la subsistencia de las necesidades vitales, sociales y culturales de sus familias y de su grupo y por lo tanto tienen derecho a que se les haga un universal y público reconocimiento.

Notable es la distinción de los artesanos y artesanas en el engranaje de la economía de nuestro país; ellos y ellas cuentan con la oportunidad de servir a la patria y a la humanidad, a través de la artesanía. Esto se convierte en la posibilidad de que nuestros esfuerzos diarios como técnicos lleguen en forma de beneficio sentido a las personas, siempre con el entendimiento lúcido de proyectar una visión clara de largo plazo, que nos señale las acciones necesarias hoy, para la cosecha del mañana.

Es tiempo de responder al reto y cristalizar esperanzas, así como lo diría el economista KANT: "una tarea infinita es la dignificación de la artesana y el artesano, en la que, si no se avanza, se retrocede, incluso en lo ya ganado, en la prédica y en la práctica".

Es importante mencionar que el sector artesanal necesita más esfuerzo mancomunado para salir del estancamiento, reactivar la economía y crear nuevos mercados y nuevas fuentes de empleo; y es aquí donde los dirigentes, coordinadores y técnicos, necesitan tener una actitud patriótica y honesta, para despertar de la apatía y levantar a los artesanos a luchar con esperanza y calidad en la producción diaria.

Es necesario insistir en el campo de la artesanía, y al mismo tiempo redefinir el lenguaje utilizado por ejemplo las palabras invertir vrs gastar. Digo esto por los fondos orientados a la capacitación, a la producción, a la promoción, y a la comercialización, estos no pueden considerarse como un gasto, sino como una inversión social, sana y reproductiva. Y es preciso que los artesanos se empoderen de las anteriores acciones para competir en el mercado logrando así un desarrollo y un equilibrio económico, ambiental sostenible y sustentable.

Y es así como damos inicio a este ciclo de sistematización del proyecto Mejoramiento del nivel de competitividad de los artesanos de Santa Rosa de Copán, que durante un periodo de veinte meses ha contribuido en mejorar la calidad de vida de los artesanos y de sus familias de la ciudad.

Santa Rosa de Copán 25 abril 2007
Iris Geraldina Arita Sorto

Acrónimos

ADELSAR: Agencia de Desarrollo Estratégico Local de Santa Rosa de Copán

BID: Banco Interamericano de Desarrollo”

CAMO: Central American Outreaching

CODESPA: Fundación para la cooperación al Desarrollo y Promoción de
Actividades Asistenciales”

CUROC: Centro Universitario de la Región Occidental

ETAOO: Escuela Técnica de Artes y Oficios de Occidente

FAPES: Facilidad de Financiamiento de Iniciativas Productivas en Honduras a
través del Programa de Empresariado Social”

IHSS: Instituto Hondureño de Seguridad Social

INE: Instituto Nacional de Estadística

INFOP: Instituto Nacional de Formación Profesional

PILARH: Proyectos e Iniciativas Locales para el Auto-desarrollo Regional de
Honduras

UNAH: Universidad Nacional Autónoma de Honduras

UPNFM: Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán

La Experiencia Sistematizada

El proyecto Mejoramiento del nivel de competitividad de los artesanos en Santa Rosa de Copán es una continuidad de las acciones desplegadas dentro del área del desarrollo empresarial encaminadas por la ADELSAR y Asociación PILARH así como de las ideas de proyecto plasmadas en el plan estratégico de la Comisión Ciudadana de Turismo.

Esta experiencia de sistematización se ha elaborado con el objetivo de fortalecer y reflexionar sobre el proceso realizado en la primera fase de ejecución del proyecto Mejoramiento del nivel de competitividad de los artesanos de Santa Rosa de Copán, FAPES SRC, por lo que se ha tenido un aprendizaje y una reflexión de esta experiencia, al mismo tiempo hemos querido compartirla y difundirla mediante un proceso participativo con instituciones afines, y a la vez que sirva como insumo para las próximas propuestas a elaborar.

Cabe mencionar que en la presente se ha reflexionado sobre el comportamiento de los productores y productoras artesanales en los rubros de cuero, madera, hierro forjado, textiles y alimentos tradicionales en Santa Rosa de Copán en donde se han detectado oportunidades, fortalezas y deficiencias que se pueden corregir y al mismo tiempo implementar nuevos métodos de trabajo para llegar a la meta deseada para competir en el mercado.

La Metodología Empleada: El punto de partida para ésta sistematización fue el diseño y la planificación del proceso, lo que implicó la definición de un objeto y un eje de sistematización y consecuentemente el planteamiento de los objetivos de la misma en un formato de planificación.

Además, se identificaron los actores directos e indirectos involucrados en la experiencia, ya sea en su condición de artesano, cooperante, técnico o agente económico, social legal, para lo cual se recogió, en cada paso del camino, las experiencias de los involucrados, incluyendo aquellos aspectos que amplían, profundizan y mejoran el enfoque del proyecto actual y venidero. Las técnicas aplicadas han sido de variada idiosincrasia: entrevistas, grupos focales, debates colectivos entre actores, en algunos casos con participación del personal técnico/directivo de ADELSAR y PILARH.

Después de esta etapa de recopilación y ordenamiento de la información se desarrolló un análisis y profundización sobre las experiencias y la construcción de lecciones aprendidas para luego redactar el documento final de sistematización, validarlo y difundir la información con los diversos actores.

Actores de la Experiencia y sus Roles

La comisión de turismo priorizó esta iniciativa de proyecto, con el fin de apoyar a los microempresarios de Santa Rosa de Copán. Una de las expectativas principales fue el rescate de los valores productivos artesanales y el arte culinario de la ciudad.

PILARH – ADELSAR, se unieron para llevar a cabo ésta propuesta y ejecución de proyecto, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los microempresarios del municipio. Esta alianza permitió aprovechar al máximo la complementariedad en campos como la asistencia técnica, formación de grupos, participación ciudadana, promoción y enlaces de mercado, experiencia en manejo de grupos y el seguimiento y evaluación del proyecto.

Otros actores locales en Santa Rosa de Copán: Gobierno Local; Escuela Técnica ETAOO; Municipalidad, INFOP; Comisión de Ciudadana de Transparencia. La participación activa de dichos actores permitió la verificación y la transparencia del proceso, para lo cual la Comisión Ciudadana de Transparencia efectuó evaluaciones periódicas de la ejecución del proyecto, de manera que garantizara un proceso transparente tanto en la ejecución técnica como financiera.

Coordinador, técnicos y administradora del proyecto: quienes estuvieron a cargo de esta iniciativa trabajando unánimes en el establecimiento de la organización de artesanos a nivel municipal, en el acompañamiento del mejoramiento de los procesos de producción, en ampliar las habilidades de mercadeo y en el fortalecimiento de las capacidades de gestión administrativa de los empresarios

Fundación CODESPA BID, ellos son los cooperantes financieros del proyecto, los cuales han dado seguimiento en esta iniciativa productiva tradicional la cual está enfocada a la reducción de la pobreza, generando empleos para otras personas a través de sus microempresas.

Artesanos y Artesanas ya que es por ellos y para ellos llevar a cabo este proyecto, quienes han desarrollado y se han apoderado de prácticas de manejo de materia prima, diseño de artesanías según el mercado, mejoramiento de los procesos productivos, organizativos, generación de empleo digno, incremento de la tecnología y por ende el aumento de la rentabilidad de la empresa

Contexto de la Experiencia

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Santa Rosa de Copán se encuentra situada en el extremo occidental de Honduras, Centro América, en un ángulo casi recto que forman el Río Higuito hacia el norte por las estribaciones de la montaña de Puca, y en el rincón sureste sobre una altiplanicie extendida de oriente a poniente con una altura aproximada de 1,127.76 msnm.



Este municipio se encuentra a una distancia de 152 km. de San Pedro Sula, a 393 km. de Tegucigalpa, Capital de Honduras, a tan sólo 95 km. de la frontera El Poy con El Salvador y a 130 km. de la frontera Agua Caliente con Guatemala, lo que convierte a esta comunidad en un punto geográfico importante. La carretera pavimentada que conduce hacia el municipio es transitable durante todo el año, y permite a los pobladores estar conectados con el sur – occidente y norte del país. Además presenta una topografía suavemente irregular, rodeada de colinas y abundantes pinares y una inclinación pronunciada en la parte sur, que baja paulatinamente hacia el norte de la ciudad. Sus límites geográficos son:

Al norte: con los municipios de Dulce Nombre, San José y Veracruz en el departamento de Copán. **Al sur:** con el municipio de Talgua en el departamento de Lempira y los municipios de La Unión y Cucuyagua en el departamento de Copán. **Al este:** con el municipio de San Juan Opoa en el departamento de Copán, las Además, se identificaron los actores directos e indirectos involucrados en la experiencia, ya sea en su condición de artesano, cooperante, técnico o agente económico, social y

Flores y Lepaera en el departamento de Lempira. **Al oeste:** con los municipios de Concepción y San Agustín en el departamento de Copán.

La población total es de 40,309 habitantes¹, de los cuales 28,392 se encuentran viviendo en el casco urbano de la ciudad. De esta cifra, aproximadamente un 46.1% representa a la población económicamente activa del municipio y un 3% de desempleados en edad económicamente activa. En el área rural la población es de 12,017 habitantes, distribuida en 17 aldeas y 55 caseríos.

Santa Rosa de Copán cuenta con un índice² de alfabetismo del 84.5%, es importante explicar que la mayoría de los casos de analfabetismo se observan en personas mayores de cuarenta años de edad. De acuerdo a la Dirección Departamental de Educación de Copán, a nivel de educación pre – escolar existen veinte jardines infantiles, diecisiete de ellos son públicos y tres son privados. A nivel de educación primaria funcionan treinta y cinco escuelas de las cuales, treinta y dos, son públicas y tres son privadas.

En esta ciudad se cuenta con la oportunidad de educación superior, hay siete universidades en diferentes lugares y con diversidad de carreras universitarias.

Cuenta además con instituciones tales como CAMO, ETAOO, INFOP entre otras, que brindan formación en oficios variados a las personas más que todo con bajos recursos económicos.

En el componente de salud Santa Rosa de Copán cuenta con un hospital público, un hospital privado, policlínicas, un centro de rehabilitación para discapacitados (Teletón), la clínica de la Asociación Hondureña de Planificación Familiar y una clínica del Instituto Hondureño del Seguro Social, todos ellos de carácter regional. También dispone de dos centros de salud, veinte cesamos, diecisiete consultorios médicos (con médicos generales y especialistas), diez clínicas odontológicas, tres clínicas de psicología y cuatro laboratorios clínicos éstos últimos de carácter privado.

12

¹Datos estadísticos del 2003, proporcionados por la Unidad de Investigación y Estadística Social (UIES) del municipio.

² Encuesta estándar de Población de Indicadores Socioeconómicos del 2002 (INE).

El índice de desarrollo humano (IDH) es de 0.862%, misma que se considera la cifra más alta respecto a los demás municipios que conforman el departamento de Copán, no obstante este presenta uno de los índices de desarrollo humano más bajos del País.

Dentro del contexto económico la estimación del Producto Interno Bruto (PIB) real per – cápita de Santa Rosa de Copán es de Lps. 3,007.06 y el aporte para la formación del PIB del país es de 0.36%. La población económicamente activa está determinada básicamente por cinco ocupaciones: comerciantes y vendedores, trabajadores en servicios personales, artesanos operarios, profesionales, obreros y jornaleros. La estructura por rama de actividad económica pone de manifiesto el nivel de desarrollo tecnológico y la organización económica de la ciudad, en un área geográfica determinada.

En lo que corresponde a la distribución de bienes y servicios, Santa Rosa de Copán, por su ubicación geográfica, es una ciudad que se ha convertido en un centro regional del comercio, por contar con apropiados medios de comunicación en la región, siendo cruzada por la carretera internacional, que facilita la comunicación a nivel nacional y con otros países de Centro América como El Salvador y Guatemala, disponiendo también de los medios tecnológicos para realizar operaciones comerciales. Asimismo en lo relacionado al variable consumo, Santa Rosa de Copán es un centro poblado con un alto nivel de consumo de bienes y servicios.

La competencia se encuentra muy enmarcada, hay muchos profesionales sin trabajo, además, hay muchos negocios de alimentos y centros de Internet entre otros.

También hay otro problema y es el de la comercialización de productos autóctonos (tradicionales) existentes, ya que no hay mercados para los productos y aparte de ello en ocasiones existe una competencia desleal, no hay la suficiente promoción de productos, hay productores que no diversifican su producción y no conocen las técnicas de mercadeo.

Claramente se ve que en el aspecto económico-cultural del municipio los hombres aportan en fuerza de trabajo el 61.6%, en cambio la fuerza de trabajo por parte de las mujeres es solamente de 39.4%. El contraste en participación por sexo se debe a agentes de índole más bien cultural, asociados tanto con el papel que desempeña la mujer en su ambiente social; como la opinión dominante acerca del trabajo femenino remunerado. A las mujeres se les ha asignado el papel principal de la realización de tareas relacionadas con el hogar y el cuidado de los hijos, en consecuencia la condición de "inactividad económica" de la mujer es muy alta en balance con los hombres.

Considerando los factores antes señalados el municipio tiene condiciones para posicionarse en el área turística, teniendo como principal atractivo su casco histórico, el cual están siendo puesto en valor y promocionado a diferentes niveles; por otro lado Santa Rosa tiene comunicación con el parque arqueológico de Copan Ruinas, el parque nacional Celaque, la ciudad histórica de Gracias, Lempira, entre otros, todo lo cual le ofrece la oportunidad de consolidar esta ventaja comparativa e ir despertando interés de los inversionistas dentro de la región occidental.

Con todos estos aspectos existentes dentro del territorio y tomando en consideración el potencial en la demanda de productos, la afluencia cada vez mayor de turistas, el desarrollo de los servicios educativos y de salud a nivel público y privado, así como otros factores como el comercio y los servicios ligados con la justicia, en general se visualiza que el desarrollo económico del municipio cuenta con grandes expectativas a mediano y largo plazo.

Santa Rosa de Copán es dirigida por una Corporación Municipal mismo que funge como ente organizador y representante de la actividad municipal, cuenta con la facultad de promover el desarrollo económico, ya que en el uso de su legitimidad política, cuenta con la autoridad y el compromiso con la comunidad de propiciar el desarrollo de mejores niveles de vida.

Como fruto de este proceso participativo se crean trece Instancias de participación ciudadana, cada cual estableciendo su visión dentro de una línea estratégica de desarrollo del municipio. Siendo el turismo, la actividad sentida por la comunidad como una alternativa veraz de desarrollo es la creación de una comisión ciudadana dedicada al fortalecimiento del mismo, conformada por una asamblea de ciudadanos involucrados en el sector, quienes eligen democráticamente a una directiva que los represente por un año, así como ella, las Comisiones ciudadanas del casco histórico, del medio ambiente, de cultura y educación y de Instalaciones deportivas han realizados varios proyectos que vienen a mejorar las condiciones de la ciudad para una mejor oferta turística.

El gobierno local ha logrado en su proceso de descentralización despertar la conciencia ciudadana y el desarrollo del municipio. Es por ello que se ha creado la Comisión de Desarrollo Económico a fin de promover y desarrollar las actividades económicas y la Comisión Ciudadana de Turismo directamente comprometida con el desarrollo de la actividad artesanal.

Santa Rosa de Copán tiene una alta presencia institucional, entre ellas están los organismos de cooperación, instituciones bancarias, financieras y cooperativas, que cuentan con recursos suficientes para el financiamiento de la actividad productiva.

También hay instituciones públicas, privadas y organismos cooperantes que han nacido con el propósito de contribuir con los empresarios del municipio y éstas, están actualmente operando con un índice de aceptación impresionante, apoyando a los empresarios en los distintos rubros económicos ya sean de subsistencia o no.

El Problema que Origina Esta Experiencia

... Tenemos problemas para competir en el mercado...

El proyecto FAPES SRC "Mejoramiento del Nivel de Competitividad de los Artesanos de Santa Rosa de Copán" ha sido creado para mitigar parte del problema de producción, administración y mercadeo que tienen los artesanos y artesanas en la zona. Además fue creado para reducir un poco la pobreza y fomentar la seguridad alimentaria en los artesanos y artesanas involucradas y sus familias en general.

Son muchos los problemas de competitividad que atañen a los artesanos y entre ellos se mencionan:

16

Los problemas mencionados en las anteriores carteras de dificultades limitan la producción y mercadeo de los productos, ocasionando efectos serios a los artesanos.

La competencia del sector artesanal en Santa Rosa de Copán es muy fuerte, hay artesanías que son traídas de países como Guatemala, El Salvador y Nicaragua, rivalizando entre sí con calidad, cantidad y precio; este problema acrecienta la inseguridad de los sectores, ya que los artesanos de Santa Rosa no cuentan con estrategias de comercialización bien definidas para cada sector productivo.

La economía de los artesanos es considerada de subsistencia por no tener un alto rendimiento económico en producción, administración, mercadeo, y mano de obra empleada de calidad, aunque todas en conjunto representan el sostenimiento de la economía del país.

La escasez y el alto costo de la materia prima de calidad limita a los artesanos a innovar y producir en serie, a veces se encuentran los materiales en la zona pero son de baja calidad, por ende los productos pierden su calidad, aunque tengan buenos acabados los materiales hacen que este producto sea no apetecido por los clientes.

Otro de los problemas encontrados es la escasa mano de obra calificada y no calificada, hoy en día los jóvenes y adultos quieren dedicarse a otras labores y no al sector artesanal, según un estudio realizado por el proyecto Mejoramiento del Nivel de Competitividad de los Artesanos de Santa Rosa de Copán en meses anteriores nos arroja que un 59% no ven que este sector sea lucrativo y que tenga futuro, es por ello que se dedican a labores de albañilería, fontanería, agricultura y pecuaria entre otras.

La baja demanda de productos artesanales es otra limitante seria, porque los artesanos no quieren producir, ello se debe a la poca o ninguna promoción de productos y/o publicidad de sus negocios, a la producción con materiales de baja calidad, o a la poca formación empresarial en cuanto a producción y mercadeo.

La mayoría de los artesanos cuentan con un bajo nivel educativo, dificultad que hace que pierdan en sus contratos de producción, ya que definen el precio de sus productos al azar, no tomando en cuenta los materiales indirectos de fabricación utilizados en la producción, tal es el caso de la energía eléctrica, agua y empaque y embalaje entre otros.

Algunos artesanos creen que la administración no es vital en sus microempresas, y expresan que ellos ya tienen los lineamientos de producción y administración en forma mental, y que no necesitan de controles administrativos para salir adelante en sus negocios.

Otra de las limitantes es la poca visión empresarial, en ocasiones los artesanos no quieren invertir en su propia empresa, ni implementar en tecnología que permita incrementar la productividad, calidad y mejores acabados de los productos.

En muchas ocasiones estos empresarios y sus empleados viven muy en niveles de pobreza, presentando problemas típicos de las Mipymes³ hondureñas: bajo capital de trabajo, poca capacidad de reinversión y débil formación empresarial. Sin embargo, las fortalezas y oportunidades parecen representar un mayor peso que esas debilidades, ya que se desenvuelven en un contexto externo con apoyo institucional⁴, sumado a esto las y los propietarios de las Mipymes cuentan con experiencia técnica ganada a través de generaciones y la voluntad de organización para superar problemas comunes.

³ Micro, Pequeña y Mediana Empresa

⁴ El Proyecto FAPES

El Desarrollo de la Experiencia

"Guau" todo eso se ha hecho para ayudar a los artesanos...

Santa Rosa de Copán, Honduras se ha destacado desde hace mucho tiempo por la arquitectura colonial, y por el arraigamiento de su cultura artesanal. Y para explotar este potencial las instituciones **ADELSAR** y deciden elaborar un convenio institucional y redactar una propuesta para apoyar a los empresarios artesanales de la zona, y lo hacen ante las instituciones de financiamiento **CODESPA** y el **BID**, mediante el proyecto (**FAPES**) Este proyecto se denominó "Mejoramiento del nivel de competitividad de los artesanos de Santa Rosa de Copán".

Cabe destacar que esta iniciativa fue presentada conjuntamente con 80 propuestas más a nivel nacional, saliendo electa para una ronda final como una de las 10 mejores propuestas enviadas. La aprobación final se dictaminó en la tercera semana del mes de Julio del año 2005, haciéndose la notificación oficial de la adjudicación del proyecto.

Seguidamente de la adjudicación se dio inicio esta iniciativa productiva en Santa Rosa de Copán, contratando al personal que estaría laborando para el proyecto. Además **ADELSAR** y **PILARH** asignaron técnicos especialistas en el ramo, quienes identificaron los actores artesanales en los rubros beneficiados.

La finalidad del proyecto **FAPES** ha sido fortalecer las micro empresas artesanales, promoviendo la cultura emprendedora, preservando y generando empleo y brindando asistencia técnica a los artesanos en los distintos rubros: Alimentos Tradicionales, Hierro Forjado, Textiles, Cuero y Madera, buscando así mejorar la competitividad de las unidades productivas comprendidas

En su que hacer FAPES, está orientado a aumentar la competitividad de las cadenas productivas y a fortalecer relaciones entre productores artesanales, demandantes locales, regionales, nacionales e internacionales y sus proveedores.

Se puede mencionar que uno de los objetivos ha sido promover el desarrollo económico de ésta región de tal modo, que se convierta en una reactivación productiva en cuanto a distribución del ingreso y generación de empleo, al mismo tiempo apoyar el desarrollo productivo local y regional.

El Punto de Partida: Identificando Artesanos

En su etapa inicial el proyecto desarrolló visitas a artesanos en 5 rubros diferentes hierro forjado, madera, cuero, alimentos tradicionales y textiles, para motivar su ingreso como beneficiarios del proyecto. Inicialmente se contó con 71 artesanos interesados en formar parte del proyecto, entre ellas 34 mujeres y 37 hombres; es de mencionar que no todos estaban dispuestos a cumplir con los requisitos que éste pretendía; al notar esto se tuvo que programar una sesión urgente para solventar este problema, por lo que en conjunto con la coordinación, la administración del proyecto, el equipo técnico y directores de las Organizaciones Ejecutoras se decidió aplicar una evaluación que consistía en una valoración de criterios de selección a cada artesano.

Los criterios aplicados fueron: **Criterios Personales** con la finalidad de conocer información de cada uno de los artesanos y artesanas solicitando referencias personales. **Además** se necesitaba información sobre la constitución de sus talleres y sobre sus expectativas y condiciones para constituir un taller en el futuro. Otro criterio importante de selección fue la experiencia en sus rubros de producción, su interés de incrementarla y la voluntad de transferir conocimientos a otros productores.

Adicionalmente se tomó muy en cuenta la disponibilidad de tiempo y la motivación de los productores para participar esta iniciativa productiva, la disposición de cada productor de trabajar en grupo, la disponibilidad de asistir a los eventos con la puntualidad necesaria y su compromiso para integrar esta organización.

Como criterios económicos fue necesario constatar la voluntad de los productores para emplear a otros, así como el interés de aplicar un crédito y comprar en grupo.

Estos criterios de evaluación fueron computados y analizados para identificar a los productores elegibles que se convertirían en los beneficiarios directos del proyecto, seleccionando a un grupo de 65 participantes distribuidos en 33 mujeres y 32 hombres.

La Línea de Base del Proyecto

Simultáneamente a la identificación de los artesanos y artesanas se elaboró **la línea de base del proyecto**, fundamentada con información objetiva adquirida desde los mismos empresarios, para construir una base de datos sólida que facilitara la recolección de información y la alimentación y comparación de indicadores para medir los avances del trabajo de emprendimiento empresarial.

Este instrumento se llevó a cabo por el desconocimiento que existía de las circunstancias específicas que afectaban el desarrollo empresarial de los artesanos, en el área de producción, comercialización y organización.

El énfasis para definir la línea de base fueron las actividades artesanales más relevantes en la ciudad y estas son: Trabajos en madera (Tallado, Torneado), trabajos en cuero (Marroquinería, Talabartería, Zapatería), Forja de Hierro (Herrería y forja colonial), Trabajos en textiles (Bordados y Manualidades) y curiosidades varias las que están constituida por artículos para el mercado turístico elaborados con variedad de materiales como raíces, piedras, trozos de madera, etc.

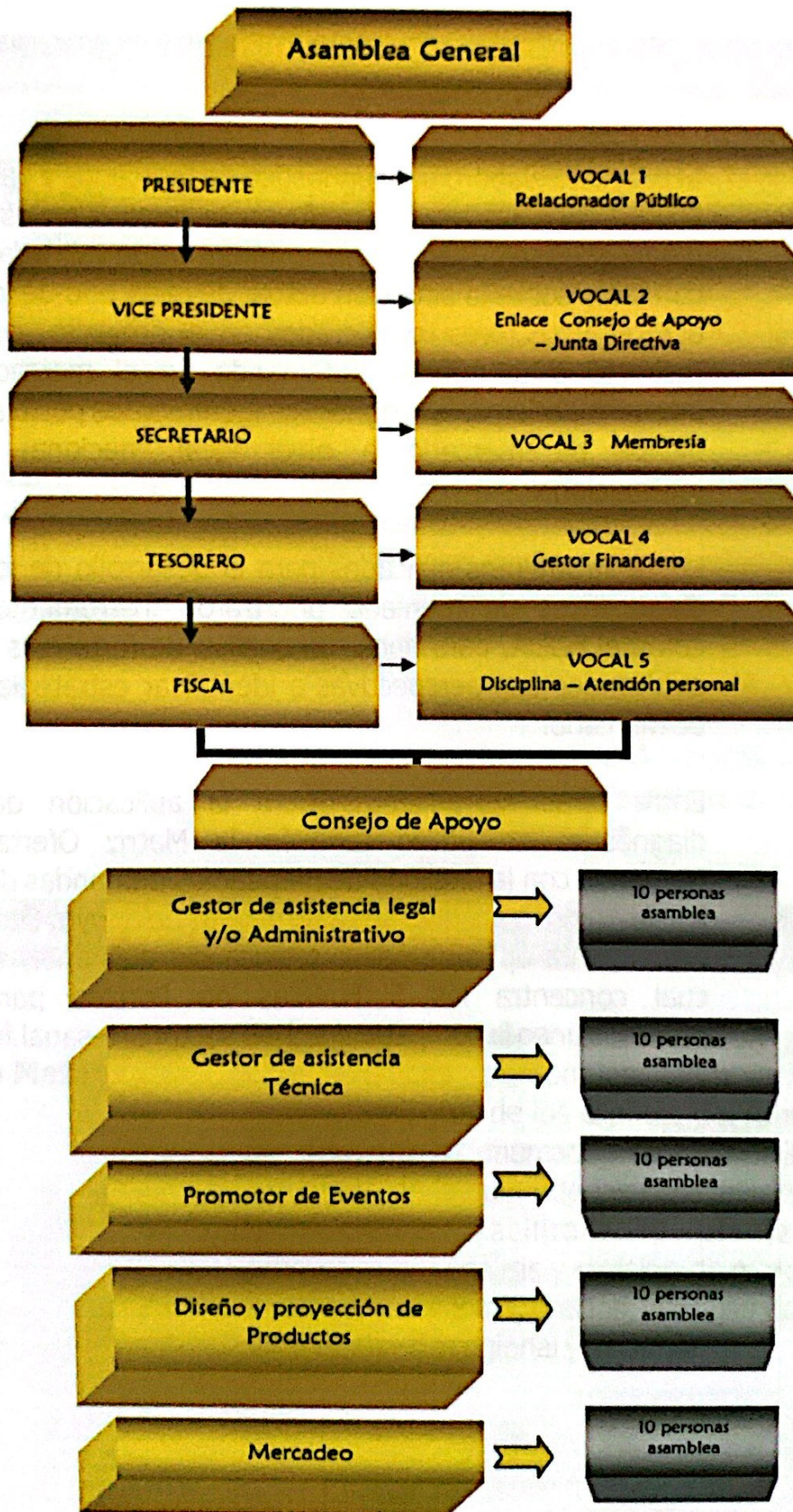
Esta línea de base es el pedestal de impulso, para que los mismos artesanos sean quienes evalúen sus debilidades, oportunidades, amenazas, fortalezas y los retos que les presenta su panorama económico, social y político, local y nacional. Retos a los que deberán apuntar sus esfuerzos, planificando estrategias que conlleven al posicionamiento de la artesanía copaneca en el mercado.

Organizando una Asociación

Organizados Funcionaremos Mejor... Nicolás Cruz, sector Cuero

Este proceso se desarrolló durante los meses de enero y febrero 2006, identificando 3 personas electas por los mismos artesanos de cada rubro artesanal, quienes conformaron la junta directiva constituida por 15 miembros. Los mecanismos para la elección se llevó a cabo utilizando un método de votación de cargo por cargo, el cual se apoyó en el uso de tarjetas especiales para que cada miembro escribiera en ella quien le parecía idóneo para ocupar los cargos según planilla.

La estructura de la directiva de la Asociación de Artesanos está conformada así:



Desde la Organización Hasta el Mercadeo

...Oiga... nos gustaría conocer la situación en cuanto a mercadeo de artesanías en Santa Rosa de Copán...

Los Diagnósticos de Mercado⁵

El proyecto elaboró un diagnóstico de mercados y para ello se contrató a un experto en el tema. Con este diagnóstico se buscaba generar información validada y confiable sobre la situación actual de cada uno de los actores y sectores involucrados en el proyecto; con respecto a su oferta y demanda en el mercado artesanal; además el diagnóstico identificó los posibles nichos de mercado a nivel local, nacional e internacional

Los Instrumentos aplicados para el desarrollo de los diagnósticos de mercado priorizaron instrumentos como el FODA, para hacer un análisis de fortalezas y debilidades con perspectivas a identificar estrategias de mercado.

Entre otras herramientas para la aplicación del diagnóstico se utilizó también la Matriz Oferta-Demanda con la finalidad de mapear las demandas de los artesanos y las diversas alternativas de apoyo. Otra herramienta aplicada fue la técnica del diamante, el cual concentra las 5 Fuerzas de Portero para profundizar en la competitividad del sector artesanal.

⁵Estudio de mercado elaborado por Consultor Samuel Montes, abril, 2006

Los resultados de los diagnósticos de mercado permitió la priorización de cinco rubros, para los cuales se plantearon sus respectivas estrategias:

Estrategias de Mercadeo en Alimentos Tradicionales

Establecer Puntos de Venta Común

Debe existir un mapeo de los establecimientos de venta, al mismo tiempo las artesanas puedan unirse en fechas especiales para montar ferias culinarias en lugares estratégicos de la ciudad, estas acciones deben ir acompañadas de planificación y promoción en los diferentes medios de comunicación.

Estructurar Políticas de Precio

Los y las artesanas que laboran alimentos tradicionales identifican como una amenaza para sus negocios el alza en los precios de la materia prima para elaborar sus platillos. Al respecto, la formación en costos y la posibilidad de contar con herramientas sencillas de cálculo por producto o plato, en este caso con énfasis en los costos variables, serían de mucha utilidad para establecer políticas de precio que no afecten la vida de la unidad productiva.

24

Estrategias de Mercadeo en Cuero

Definir el Mercado Meta

Esto permitirá conocer la localización geográfica, las características personales, motivaciones y los comportamientos de los clientes del rubro. El ejercicio de delimitar su mercado, tanto individual como el resultante de la suma de las capacidades de las Nipes involucradas, facilitará el planteamiento de presupuestos, análisis y revisión de marcas, formas de llegada a los clientes, precios, ventajas y desventajas de la competencia regional y nacional.

Información de Mercados

El poco o ningún acceso a la información de mercados impide a las y los artesanos de este rubro establecer claramente objetivos de comercialización y se esfuerzan por atender la demanda puntual que llega a sus negocios. Un centro de información de mercados gestionado inicialmente por las Organizaciones de apoyo y reforzado por la capacitación en el área servirá para actualizar y aplicar estrategias más redituables para los usuarios.

Estrategias de Mercadeo en Hierro Forjado

Programa de Capacitación

Este programa debe incluir capacitaciones en el Área Técnica y Administrativa para Mejorar Procesos de Calidad, Gestión, Mercadeo y Ventas. Para ello se debe definir en forma conjunta la lista de productos de mayor demanda para estandarizar la calidad de los mismos y fijar precios competitivos.

Mejora de Acabados y Diseños

La colaboración de personas especializadas en la elaboración de artículos ya sean nacionales o extranjeros, que puedan ayudar a mejorar productos con diseños exclusivos y facilite el intercambio de conocimientos en los detalles de acabado, basado en los gustos y preferencias de la población meta ayudará a resolver estas debilidades.

I

2

Participación en Ferias y Eventos Las exposiciones, en conjunto con otros rubros, deben servir de vitrina para los artículos fabricados a partir del hierro forjado. Esto facilitará la inserción en otros mercados de mayor transabilidad como el Sampedrano y el de Copán Ruinas, lugar visitado por mayor cantidad de turistas.

Estrategias de Mercadeo en Madera

Proyecto de Innovación Productiva

Localizar organizaciones y establecer convenios con ellas para que nos permitan acceder a tareas especializadas en el proceso de producción comunes a la actividad de los talleres y que cuente con la maquinaria adecuada y cuyo propósito fundamental sea facilitar la estandarización de la calidad de lo producido y que además preste servicios para la formación de los artesanos y sus empleados.

Criterios de Servicio al Cliente

Los artesanos admiten como debilidad un pobre servicio al cliente; al respecto, la ejecución de un programa de capacitación y seguimiento posterior debe incluir la estructuración de criterios de servicio que se puedan medir en los aspectos de: tiempo de entrega, capacidad de respuesta a inquietudes de los clientes, seguimiento después de la venta y entrega de lo producido.

Punto de Ventas o un Canal de Distribución en Copán Ruinas

Esta estrategia de integración hacia delante, requiere de la consolidación del proyecto en el mercado local y se propone en función de ello y del supuesto de la adquisición de experiencia organizativa el estudio de comercializar productos en Copán Ruinas, ciudad visitada por el 24% de turistas que ingresan al país y quienes prefieren productos de madera sobre otro tipo de artesanía.

Consolidar la Organización

La sinergia que genera la madurez organizativa facilitará el análisis de la demanda mensual (o en periodos menos extensos de tiempo) que generan las y los artesanos de este rubro. Entre las ventajas adicionales se pueden mencionar la identificación de proveedores de materia prima de mejor calidad para las personas dedicadas a los bordados, presión para mejora de precios y servicio.

Establecer un Programa de Mercadeo y Publicidad

La creación de una estrategia de ventas efectiva es necesaria para responder con mayor fuerza a la demanda de productos, en la actividad de confección ésta debe contemplar la temporada alta de demanda de productos de acuerdo a los periodos académicos de las diferentes escuelas y colegios (en Santa Rosa funcionan colegios con diferente calendario escolar), asimismo prepararse para la temporada navideña.

Aprovechar el Arraigo Cultural para Posicionar lo Artesanal

La implementación de la estrategia de un mercado artesanal favorecerá a las mujeres de bordado, quienes en una buena proporción practican esta actividad de manera marginal por lo que deben definir claramente el segmento meta al que van a dirigir su producto. Si este fuera el turista, los diseños y la presentación deberán estar enfocados a satisfacer sus gustos de acuerdo al perfil que se analiza en el capítulo de mercado.

Gestionar para Mejorar Presentación y Acabado de los Productos

El desarrollo de un programa de formación bien estructurado requerirá de algún tiempo; sin ser excluyente con esa estrategia, se considera necesaria la gestión de asistencia técnica que mejore los diseños actuales, la productividad y la calidad de los acabados. Hay que considerar también la inclusión de líneas de ropa con motivos Mayas, tradicionales o distintivos de la ciudad de Santa Rosa de Copán con buenos acabados para enfrentar la competencia procedente de El Salvador y Guatemala.

Capacitación Legal, Turística y Artesanal

Con esta capacitación se pretendía que los y las artesanas contaran con información legal actualizada, confiable y relevante a sus derechos y obligaciones; dar a conocer la ley de incentivo al turismo y la ley de Tributaria; brindar las pautas de cómo constituir legalmente un negocio; mostrar la ley de derechos y obligaciones laborales; conocer los beneficios legales que brinda la Cámara de Comercio de Santa Rosa de Copán; exportación e importación de artículos y Tratado de Libre comercio en el marco del sector artesanal.

Para este proceso de capacitación se necesitó contactar un especialista en el ramo legislativo para que instruyera a los artesanos y artesanas en el tema de Legislación Nacional relacionado con turismo y artesanías.

Capacitación Sobre Funcionamiento de Mercado

Uno de los objetivos principales con esta formación era que los y las artesanas conocieran herramientas útiles y reales que facilitarían la venta de los productos artesanales y al igual conocer estrategias que se pudieran implementar para la satisfacción de las necesidades de los clientes. Esta capacitación enfocó principios como los valores de calidad, constancia, trabajo en equipo, especialidad y diversificación.

28

Elaboración de Estrategias de Competitividad

Para recaudar la información para la elaboración de las estrategias de competitividad se realizaron una serie de talleres en los cuales se aplicó la Metodología SCAMPER⁶.

Para iniciar el ejercicio de la metodología, se distribuyeron entre los participantes productos artesanales elaborados por ellos mismos, para desarrollar de manera simulada todas las modificaciones y mejoras que ellos harían al producto. La aplicación del método SCAMPER contribuyó a establecer cinco estrategias específicas de competitividad en interacción con los artesanos. Estas estrategias se explicitan de la siguiente manera:

⁶SCAMPER, Metodología que se basa en el análisis de los objetivos, priorización y resultados para la elaboración de estrategias de competitividad

Rubro Textil

Elaborar catálogos de productos terminados que den a conocer las especificaciones más importantes del producto: tipo de materia prima utilizada, tallas, colores y tamaños. La Meta de competitividad para este rubro es: control de la calidad para mejorar la productividad.

Rubro Alimentos

Buscar asistencia técnica adecuada con personas expertas en los temas de conservación de alimentos, etiquetado, embasado o empacado, para poder realizar pruebas de aceptación en los diferentes negocios de la localidad, por medio de pequeñas pruebas de catación de los productos, Participación en ferias gastronómicas para dar a conocer la variedad de productos de los artesanos. La Meta de competitividad para este rubro es: ajustar la prestación a los intereses que busca el cliente.

Rubro Hierro Forjado, Cuero y Madera

Se deben aprovechar todos los "desperdicios" que resulten de la elaboración de los productos, haciendo pequeños souvenirs, y de esta forma darle un mayor aprovechamiento a la materia prima sobrante y así obtener otros ingresos. La Meta de competitividad para estos rubros: es el aumento de la rentabilidad.

Capacitación sobre manejo de negocios y liderazgo

Esta capacitación posibilitó simular las fases la gestión empresarial, analizando los diferentes momentos y escenarios que el artesano enfrenta en la realidad de sus MyPes. En este entrenamiento microempresarial se organizaron grupos temáticos quienes asumieron funciones empresariales como organización, planificación, investigación, forma de costear un producto, analizarlo, producirlo y venderlo. Además esta formación también sirvió de base para focalizar temas específicos y para ampliar el ámbito de la formación de empresas, haciendo uso de dinero real en todas las transacciones, permitiendo profundizar en el impacto de las malas decisiones.

Esta metodología contribuyó para reflexionar sobre la manera de como se realiza la gestión empresarial, la diferenciación de funciones dentro de una microempresa y la cotidianidad de la vida del artesano.

El Taller de Tendencias

El taller de Tendencias es un espacio de aprendizaje e interacción entre Instituciones locales, gubernamentales y no gubernamentales, para analizar la situación del sector artesanal de Santa Rosa de Copán. La metodología aplicada en este taller hizo uso de técnicas de METAPLAN, lo que contribuyó en el rescate de información importante para el sector artesanal. Entre los resultados de este taller se pueden señalar:

Situación Gral. De las Mipymes y Competitividad del sector artesanal: Falta de información actual, precisa, detallada y procesada dentro del contexto; escasa producción orientada a demanda interna y externa; poco o ningún incentivo de parte del gobierno en exportaciones, fondos de apoyo microempresarial y altos impuestos en compras de la materia prima.

Obstáculos; poca importancia de parte del gobierno a la formulación de estrategias y políticas de desarrollo incluyendo mipymes; creación del programa al sector informal; cambio del paradigma del modelo económico; aprobación de ley de estímulo a la producción; competitividad y apoyo al desarrollo humano y sus reformas posteriores.

30

Restricciones y Oportunidades del sub. Sector artesanal

Tecnología / Desarrollo de Producto

Las herramientas con que cuentan los artesanos son inapropiadas o bien no cuentan con ellas, además de las limitadas habilidades técnicas para producir de acuerdo a las exigencias del comprador.

Acceso al Mercado

Los y las artesanas tienen la dificultad de no contar con contactos de venta de alta producción y/o ganancia, porque no hay capacidad de producir a gran escala por la falta de dinero; además se ha identificado que algunos de ellos están limitados a la práctica de técnicas de mercadeo y comercialización por falta de fondos para invertir.

Organización y Gerencia

Los y las artesanas no cuentan con mecanismos para organizarse en economías de escala porque hay mala organización de los proveedores y clientes por la falta de comunicación y cooperación entre los grupos del sector.

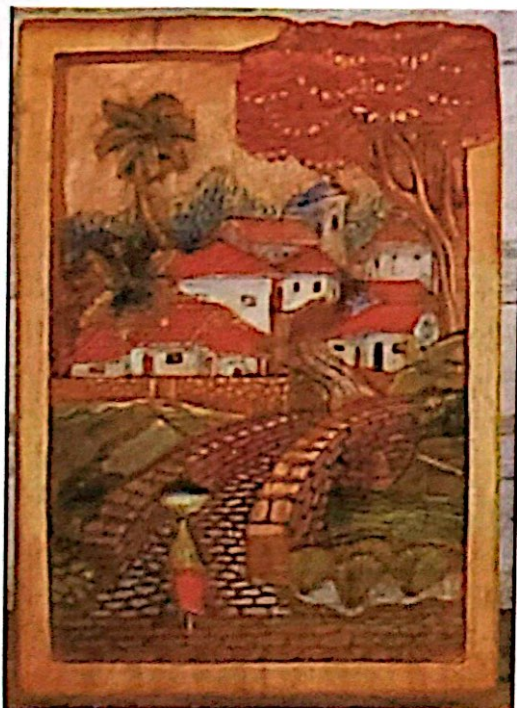
Regulaciones (Política)

Algunos artesanos se sienten castigados por el gobierno por los altos impuestos de importación, ellos no pueden adquirir maquinaria y materia prima de calidad porque el cliente no está en la disposición de pagar más por el bien.

Finanzas

Son muchos los obstáculos que se enfrenta el y la artesana entre ellos se mencionan: el poco de acceso al financiamiento comercial; la falta de alternativas a préstamos bancarios; la imposibilidad de presentar garantías físicas; la facilitación de contactos con instituciones financieras; la capacitación de procedimientos/requisitos para obtener préstamos; el crédito de proveedores; y las afiliaciones a bancos comunales o cajas rurales.

El Rescate de Productos Tradicionales



Para cumplir con esta actividad se ubicó un centro de estudios especializado en diseño de productos artesanales en coordinación con la Universidad Politécnica de Nicaragua UPOLI.

Luego de haber realizado una serie de entrevistas con esta institución académica, se dispuso formalizar un convenio Marco de Cooperación para realizar actividades entre las partes en beneficio del desarrollo artesanal.

Esta alianza procuraba realizar un intercambio de información científica y técnica de mutuo interés, intercambio de maestros, investigadores, técnicos y estudiantes avanzados con el fin de dictar cursos, seminarios, conferencias, realizar pasantías e integrar equipos de investigación y

otras actividades científicas y/o académicas, proporcionar facilidades para la utilización en el desarrollo de programas conjuntos, de la infraestructura física, equipos, laboratorios, bibliografía y de más material de docencia e investigación que dispongan ambas instituciones.

Los productos tradicionales rescatados en el sector cuero, fueron el diseño de zapatos, mochilas y cinturones. En el rubro textil se identificaron nuevas formas de producción a escala, creando patrones (modelos) originales previamente dibujados por los participantes.

En el Rubro de hierro forjado se crearon obras esculpidas en hierro, pupitres con asiento integrado y escritorios rústicos. La enseñanza en el rubro de madera se apoyó en la estructura y las propiedades de las diversas esencias de madera, la selección de madera según los trabajos realizados, técnicas de trabajo y la fabricación de un horno para el secado.

Los Artesanos y las Ferias Artesanales

Las ferias artesanales son espacios para dar conocer el potencial artesanal y gastronómico de Santa Rosa de Copan. En el contexto de esta iniciativa se realizaron 2 expo-ventas en Santa Rosa de Copán y 1 en Copán Ruinas de un día de duración; además se organizaron 2 "Ferias de los Llanos" en los meses de abril y agosto/2006 con una duración de 11 días cada una.



32

El grupo de artesanos también participó la Expo Juniana de San Pedro Sula, y en La Primera Feria Artesanal de la Ruta Lenca, estas fueron ferias en las cuales los beneficiarios del proyecto estuvieron involucrados directamente.

El hecho de participar en las ferias da origen al impulso del espíritu empresarial de los artesanos, mediante la exhibición y venta de sus productos, mejorando cada día la calidad y presentación de los mismos, además de identificar clientelas potenciales, creación de nuevos productos y la adopción de nuevas ideas para mejorar los productos ya existentes.

Las Ferias artesanales entre otros beneficios, han servido para mostrar la riqueza creativa de los artesanos que producen artículos con el uso de materia prima natural. La generación de estos ingresos les permite un desarrollo económico sostenible y oportunidades para establecer relaciones comerciales en forma directa y conocer el comportamiento del mercado de las artesanías a nivel local, regional, nacional e internacional.

Es importante mencionar que en algunas ocasiones los artesanos no estaban en capacidad de pagar los stands para la venta, debido a sus altos precios, por esta razón, el proyecto apoyó con aportes económicos totales o parciales para facilitar su participación. Otro de los aportes generados por el proyecto fueron los insumos para la decoración de los stand y el financiamiento para el ambiente festivo y la publicidad del evento, en los medios locales escritos, radiales, televisivos y perifoneo.

Las actividades antes de la realización de las ferias fueron

1. Ubicación de los artesanos participantes según el tipo de producto a ofrecer, en un orden que permitiera diversificar las comidas, para dar oportunidad de vender a todos los participantes.
2. Instalación uniforme de los rótulos.
3. Menús visibles.
4. Aseo general
5. Correcta distribución del mobiliario y equipo para permitir el tránsito y seguridad de los clientes y
6. Decoración

Actividades después de la Feria:

1. Supervisión continua en cada stand.
2. Por parte del proyecto FAPES, ADELSAR, PILARH, se ofreció información a visitantes de la Feria, en la oficina de información asignada para esta actividad y Aseo de los stands, la cual se debería desarrollar todos los días para la buena presentación e imagen de sus productos ante los visitantes.

Actividades después de la Feria:

1. Seguidamente se recopilaba información aplicando el método de investigación de entrevistas personales, a consumidores que realizaban compras en el área de alimentos y artesanías.
2. Asimismo se aplicaban entrevistas a artesanos participantes en la Feria,
3. Se analizaban los resultados de las entrevistas misma que permitía determinar la rentabilidad de este tipo de eventos y considerando esto, incentivar a los artesanos a seguir participando en posteriores ferias, y a la vez propiciar nuevas formas de promocionar sus productos no solo a nivel local, sino también a nivel nacional e internacional.

Los Artesanos en el Congreso Médico 2006

El XLIX Congreso Médico Nacional celebrado en Santa Rosa de Copán del 12 al 15 de Julio del año 2006, fue un espacio para promover el mercadeo de las artesanías del rubro de alimentos tradicionales. Su participación estuvo enfocada en la planificación, desarrollo y evaluación del cóctel de bienvenida, promoviendo la gastronomía local para el deleite de los participantes del Congreso Médico.

Las Giras Internacionales de Intercambio

Los intercambios fuera del país son oportunidades que motivan a los artesanos, al mismo tiempo les abren las puertas para realizar contactos de venta para sus productos. En este sentido la Gira a Nicaragua agrupó a 23 artesanos y artesanas, con el objetivo de intercambiar experiencias con productores en los rubros de alimentos tradicionales, confitería, textiles, madera, hierro forjado y cuero de algunas ciudades importantes de ese país, entre ellas están: Masaya, Granada, Managua, Catarina y Diriamba entre otras.

El Comportamiento de los Artesanos

Un análisis de Resultados

¡Hey! Señores y Señoras, son muchos los resultados de nuestro proyecto hasta el momento.... Quieren conocer algunos de ellos...

La Organización Municipal de Artesanos: Durante todo el proceso de esta iniciativa emprendedora, se han acompañado a 65 artesanos, como los principales actores de este proyecto, en los rubros de alimentos tradicionales, hierro forjado, madera, textiles, y cuero. Actualmente este grupo de productores está desarrollando sus actividades programadas, en este momento ya cuentan con una organización estructurada que responde a la comercialización de los cinco rubros prioritarios. Cuentan con una junta directiva bien definida y funcionando, además tienen en proceso su legalización, la cual será un soporte importante para su sostenibilidad.

Las Capacidades de Gestión de los Artesanos: Los artesanos hasta el momento se han capacitado en los temas de organización; creación de sociedades mercantiles; mercadeo, legislación nacional relacionada con turismo y artesanías; gestión empresarial; liderazgo, manejo de negocios; implementación y seguimiento de controles administrativos; normas de calidad; permisos de exportación, licencias y derechos de autor; y planes de negocios.

El Estudio de Mercado: El estudio de mercado, ha sido realizado para conocer la problemática que enfrenta el artesano. Este estudio proporciona información confiable y relevante sobre la situación actual de cada uno de los sectores, con respecto a su oferta y demanda en el mercado artesanal. Además este estudio identifica los posibles nichos de mercado en el ámbito local, nacional e internacional. Otro elemento valioso de este estudio son las recomendaciones estratégicas de mercado que propone en función de cada rubro.



Habilidades de Mercadeo de los Artesanos: Actualmente ya se cuenta con planes operativos, basados en la comercialización de sus productos a nivel local, regional, nacional e internacional. En el plan Operativo se contempla la asistencia a los artesanos en la implementación y seguimiento de controles administrativos, asistencia en la gestión de toma de decisiones gerenciales y asistencia en sus planes de sostenibilidad financiera.

Se realizaron 5 diagnósticos de mercado y sus estrategias de competitividad para cada rubro atendido, se dio a conocer las artesanías elaboradas por nuestros artesanos por medio de ferias nacionales, locales y regionales y a través de anuncios publicitarios en los canales y radios locales. Los artesanos están capacitados en temas como: funcionamiento de mercado y mercadeo agroindustrial.

La participación en ferias ha dado un efecto positivo, los ingresos de los artesanos en estos días son atractivos, y ellos pueden aprovechar las ganancias en la inversión de sus talleres de producción ya sea para la compra de materia prima, herramientas y mobiliarios entre otros.

Los Procesos de Producción: A través de la sinergia entre las organizaciones ejecutoras locales y la Universidad Politécnica de Nicaragua, se ha brindado asistencia técnica en calidad y en diseño para el rescate de nuevos productos artesanales, por lo que se firmó un convenio con vigencia hasta el año 2008.

Se ha gestionado con el apoyo externo para asistir a los artesanos en la implementación y seguimiento de la calidad en los procesos productivos.

Ya se cuenta con 3 directorios básicos para los artesanos:

- a) Directorio de proveedores de materia prima, servicios de transporte y organizaciones de apoyo
- b) Directorio de compradores de artesanías y organizadores de apoyo
- c) Directorio de proveedores de maquinaria, servicios de transporte y organizaciones de apoyo

Los Planes de Negocios: Se capacitó a los artesanos para que fueran competentes de crear un plan de negocios que respondan a las siguientes preguntas ¿Quiénes son?, ¿Qué personas están involucradas en el negocio? ¿Qué vende?, ¿Quién es la competencia?, ¿Cómo está compuesto?, ¿Quiénes son los proveedores? ¿Cómo se controla y se dirige la organización?, ¿Qué tipo de personal se requiere?, ¿Cuánto dinero se necesita para la inversión? y ¿Cómo lo consiguen?

El beneficio más importante de la capacitación en planes de negocios es la fortaleza y la motivación de los artesanos para organizar su actividad productiva con una visión más clara.

Las Lecciones Aprendidas

El diálogo y el consenso entre actores "beneficiarios y técnicos" han sido instrumentos claves y efectivos para avanzar en la programación y ejecución de las actividades según cronograma. Esta experiencia ha demostrado que al mantener una discusión sistemática entre actores se retroalimentan los procesos sobre la marcha.

La selección de participantes en el proyecto, si no se concerta desde un inicio con los donantes puede traer riesgo de sobredimensionar o limitar la cantidad de actores y limitar su acción por problemas de presupuesto.

Los catálogos de proveedores son instrumentos que facilitan la adquisición la materia prima y evitan que los empresarios arriesguen sus inversiones y hagan más eficiente su tiempo ya que es un mapeo que ayuda a evitar dispersión de los artesanos.

Es de mucha importancia el establecimiento de alianzas con instituciones de gobierno, ONGs, autónomas y semi-autónomas para que, con su estabilidad, puedan sostener y afirmar estas iniciativas productivas.

Las alianzas estratégicas juegan un papel importante en el cumplimiento de las actividades, estas nos proporcionan experiencias, personal y fuerza ante las incertidumbres que se generan durante el proceso.

Los actores institucionales son recursos clave en el proceso. Si no se garantiza que las organizaciones ejecutoras tengan el personal técnico disponible para el proyecto se corre el riesgo de recargar las acciones de la coordinación y disminuir la efectividad de las acciones.

Las capacitaciones impartidas a los beneficiarios del proyecto han sido en lenguaje técnico/sencillo; dándole prioridad a los conocimientos en mercadeo, producción, exportación, legislación y organización. Si la capacitación no se concretiza en aquellos aspectos que son del interés de la población meta se pierde la motivación de los actores para participar en la capacitación.

La mezcla de las metodologías cuantitativas y cualitativas, midieron la focalización y la cobertura del proyecto hacia Santa Rosa de Copán, detectando así los beneficios a los artesanos de los distintos rubros "madera, cuero, alimentos tradicionales, hierro forjado y textiles".

Es importante tener claras las opciones que existen en el mercado, antes de empezar a producir, además se deben conocer las estrategias a seguir en la comercialización. Algo rescatable es que la Asociación de Artesanos de Santa Rosa de Copán cuenta con estrategias de comercialización respaldadas por un estudio de mercado elaborado en esta zona.

En el cumplimiento de las actividades según cronograma, ha sido muy importante la sinergia que existe entre la Agencia de Desarrollo Estratégico Local ADELSAR, Asociación PILARH, personal técnico/administrativo del Proyecto FAPES SRC, personal voluntario y los y las artesanas involucradas en esta experiencia. La integración de las acciones de estos actores fortalece y genera gran impacto, pues se han aprovechado de manera transparente los fondos recibidos de Fundación CODESPA y el Banco Interamericano BID.

Un problema de los artesanos es la poca disponibilidad de recursos materiales y financieros, no tienen el tiempo ni el dinero para arriesgar la aventura de concebir productos nuevos.

Algunas actitudes de los dirigentes de la Asociación de Artesanos de Santa Rosa de Copán pertenecientes al proyecto, contribuyeron para que disminuyera estado constante de algunos artesanos, por problemas de mala comunicación y abuso de autoridad.

Recomendaciones

Para la realización de las ferias artesanales turísticas se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- 1)** Contar con un reglamento de ferias que regule la participación de cada artesano.
- 2)** Se deben realizar comités de apoyo, que se encarguen de las actividades específicas en el desarrollo de la Feria.
- 3)** motivar a los artesanos para que faciliten la información económica y brindar apoyo a coordinadores de la Feria.
- 4)** infundir el respeto hacia las normas que el comité organizador dispone para tal actividad.
- 5)** La Asociación de Artesanos debe involucrarse en la coordinación y organización de la Feria.
- 6)** disponer de material promocional y publicidad, para dar a conocer a la Asociación de artesanos.

Es importante asegurar el establecimiento de los estándares de calidad en la producción, fortalecer las competencias del recurso humano de las MyPes, para garantizar mejores impactos para lograr una mejor comercialización de los productos.

A los equipos que brindan acompañamiento y asesoría se les recomienda que al momento de formular propuestas para el apoyo a artesanos, que se tenga conocimiento claro del contexto, para evitar para realizar procesos de acompañamiento vinculados a la realidad.

Garantizar que las instituciones financiadoras y ejecutoras asuman su compromiso para que se cuente con el recurso técnico necesario y evitar recargar de funciones a equipos muy pequeños con múltiples responsabilidades.

Antes de realizar las ferias artesanales se debe asegurar que los objetivos perseguidos han sido establecidos claramente, y que son conocidos y aceptados por los y las artesanas implicadas en el evento.

Que las organizaciones ejecutoras puedan crear sensibilización a los artesanos y que los programas de formación estén revisados en concertación con los actores participantes para adaptarlos a sus necesidades prioritarias y de esta forma puedan aprovecharse mejor los recursos económicos y humanos.

Bibliografía

1. Ordóñez Osman Oziel, Estudio de línea de base del proyecto, Santa Rosa de Copán, 2005, 64 p
2. Montes Samuel, Estudio de mercado proyecto mejoramiento del nivel de competitividad de los artesanos de Santa Rosa de Copán, 2006, 98 p
3. Arita Sorto Iris Geraldina, Ayudas memorias proyecto FAPES, Santa Rosa de Copán, 2006, 210 p

**Análisis de Competitividad
Sector artesanal**

Santa Rosa de Copán

Marzo 2006

GOBIERNO

- + Política de promoción de turismo
- Falta de instituciones de desarrollo del sector secundario
- + Posibilidad de construir aeropuerto en la región
- + Política del gobierno local alineada con el turismo

Estrategia, estructura y rivalidad empresarial

- Desconocimiento y poco uso de la administración y registros contables
- Desempeño económico de subsistencia
- + Experiencia y reconocimiento de los productos provenientes de la región
- Infraestructura productiva limitada
- Competencia desleal entre algunos sectores artesanales
- Bajo nivel organizativo de los sectores en artesanales analizados
- + Cultura arraigada que se externaliza a través de los productos
- Bajo nivel de reinversión en la empresa
- Poca formación empresarial

Condiciones de Factores

- Alto costo de insumos de producción
- Mano de obra escasa y con bajo nivel de capacitación
- + Fácil acceso a materias primas y materiales
- Bajo nivel educativo de la mayoría de propietarios

Condiciones de la Demanda

- Competencia de productos de otros países y regiones
- Competencia enfocada en precios
- Baja demanda de productos artesanales
- + Diferentes mercados en la región occidental
- Falta de estrategia común para acceder a nuevos mercados
- + Mercado al detalle o por pedido de los productos
- + Existencia de mercado nostálgico en los EEUU
- + Acceso a ferias de expoventa de productos en la región
- Falta de un centro común de comercialización y ventas

Industrias relacionadas Y de apoyo

- + Existencia de instituciones financieras en S . R. C.
- Difícil acceso a financiamiento para capital de trabajo
- + Instituciones de capacitación de mano de obra
- Poca oferta de personal para capacitar en algunos sectores como tallado y talabartería
- Falta de extensión Universitaria en I +D
- + INFOP ofrece cursos gratuitos en diferentes áreas administrativas y productivas
- + Alianza entre ADELSAR -PILARH y otras instituciones para apoyar el desarrollo del sector artesanal

AZAR

- La delincuencia ahuyenta el turismo
- + Depreciación del Lempira



MENCURRAS

