

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
-PLAN DIARIO-

INFORME FINAL DEL EJERCICIO PROFECIONAL SUPERVISADO EN LA
ASOCIACIÓN FLOR DE MI TIERRA DEL MUNICIPIO DE SAN LUIS
JILOTEPEQUE, JALAPA



ADOLFO PORRAS ARGUETA

CHIQUMULA, GUATEMALA, NOVIEMBRE 2,011

RESUMEN

El centro Universitario de Oriente (CUNORI) como parte del pensum de estudio de la carrera de administración de empresas, plan diario, tiene como objetivo principal la formación de profesionales que puedan ser beneficiosas para sociedad y que puedan brindar asesorías de manera objetiva a empresas que así lo requieran.

Con el programa anterior mencionado tiene un impacto total en el estudiante, ya que pone en práctica todos los conocimientos adquiridos durante un período determinado de tiempo.

Para el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado, se ha seleccionado la Asociación Flor de mi Tierra, que se dedica a la elaboración de artesanías de barro, está ubicada en el municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa, en la actualidad cuenta con cinco integrantes en un cien por ciento mujeres, que oscilan arriba de los treinta y cinco años con ingresos menores a los ocho cientos quetzales mensuales (Q800.00).

Durante el proceso se asesoró sobre como comercializar los productos artesanales, brindándoles asesorías sobre los productos que actualmente producen, además de las estrategias que pueden utilizar para la fijación de precios, brindarles asesoría sobre como crecer en el mercado local y nacional, para que sus productos sean conocidos y apoyarles en las promociones que pueda realizar en dicho municipio.

En el Título I, plantea el diagnóstico de la situación actual en la Asociación Flor de Mi Tierra ubicada en el municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa.

El Título II, Integra el Plan de Servicios, con el cual se programó las acciones a ejecutar entre las que se encuentran capacitaciones, talleres.

El Título III; Está conformado por el informe de los servicios ejecutados, como producto de las soluciones brindadas a las necesidades encontradas, así como un desglose de la elaboración de un perfil de proyecto

INDICE

INTRODUCCIÓN	i
---------------------	----------

TITULO I

CAPITULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1 Planteamiento del problema	1
1.1.1 Antecedentes y contexto	1
1.1.2 Formulación del problema	2
1.1.3 Sistematización del objeto de estudio	3
1.1.4 Identificación del objeto de estudio	3
1.1.5 Delimitación del problema	3
a. Delimitación temporal	3
b. Delimitación institucional	3
c. Delimitación personal	3
d. Delimitación territorial	3
e. Delimitación teórica	4
1.2 Justificación	4
1.3 objetivos	5
1.3.1 General	5
1.3.2 Específicos	5

CAPITULO II

2.1 Historia de San Luis Jilotepeque	6
2.1.1 El origen de su nombre	6
2.1.2 El origen de sus pobladores	6
2.1.3 Acerca de los ladinos	9
2.1.4 Conquista y colonización	9
2.1.5 Fundación del pueblo de San Luis Jilotepeque	10
2.1.6 Actividad económica	11
2.2 De la asociación Flor de mi tierra	11
2.2.1 Origen	11
2.2.2 Actividad económica	11
2.2.3 Visión y misión	11
2.2.4 Competencias	12
2.2.5 Número de empleados por departamento	12

CAPITULO III

MARCO TEORICO

3.1 Fundamentos conceptuales	13
3.1.1 Producto	13
3.1.2 Precio	16
3.1.3 Plaza	18
3.1.4 Promoción	20

CAPITULO IV
DISEÑO METODOLOGICO

4.1 Tipo de investigación	24
4.2 Población o muestra	24
4.3 Conceptualización y operacionalización de variables	24
4.4 Técnicas de recolección de datos	26
4.5 Fuentes de información y estrategia de investigación	26
a. Primarias	26
b. Secundarias	26
4.6 Cronograma de actividades	26

CAPITULO V
RESULTADOS

5.1 Comercialización	29
5.1.1 Producto	29
5.1.2 Precio	32
5.1.3 Plaza	34
5.1.4 Promoción	35
5.2 Cuadro de análisis de resultados	36

TITULO II

CAPITULO I

PLAN DE SERVICIOS

1.1 Justificación	38
1.2 Planteamiento del problema	39
1.3 Servicios a realizar	39

1.4 Primer servicio	39
a. Objetivo	39
b. Estrategia	39
c. Cronograma de actividades	40
d. Recursos	40
1.5 Segundo servicio	40
a. Objetivo	41
b. Estrategia	41
c. Cronograma de actividades	41
d. Recursos	41
1.6 Tercer servicio	42
a. Objetivo	42
b. Estrategia	42
c. Cronograma de actividades	42
d. Recursos	43
1.7 Cuarto servicio	43
a. Objetivo	43
b. Estrategia	44
c. Cronograma de actividades	44
d. Recursos	44
1.8 Quinto servicio	45
a. Objetivo	45
b. Estrategia	45
c. Cronograma de actividades	45
d. Recursos	46
1.9 Sexto servicio	46
a. Objetivo	46
b. Estrategia	46
c. Cronograma de actividades	47
d. Recursos	47
1.10 Séptimo servicio	47

a. Objetivo	48
b. Estrategia	48
c. Cronograma de actividades	48
d. Recursos	48

CAPITULO II

GESTIONES

2.1 Justificación	49
2.2 Descripción del problema	49
2.3 Primera gestión	49
a. Objetivo	49
b. Estrategia	50
c. Cronograma de actividades	50
d. Recursos	50
2.4 Segunda gestión	51
a. Objetivo	51
b. Estrategia	51
c. Cronograma de actividades	51
d. Recursos	51
2.5 Tercera gestión	52
a. Objetivo	52
b. Estrategia	52
c. Cronograma de actividades	53
d. Recursos	53

CAPITULO III

PROYECTO

3.1 Justificación	54
3.2 Planteamiento del problema	54
a. Objetivo	54

b. Estrategia	54
c. Cronograma de actividades	55
d. Recursos	55
3.3 Resumen de actividades	56

TITULO III

CAPITULO I

SERVICIOS PRESTADOS

1.1 Justificación	58
1.2 Descripción del problema resuelto	59
1.3 Primer servicio ejecutado	59
a. Objetivo logrado	59
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	60
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	60
d. Recursos empleados	60
e. Limitaciones	60
1.4 Segundo servicio ejecutado	61
a. Objetivo logrado	61
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	61
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	61
d. Recursos empleados	62
e. Limitaciones	62
1.5 Tercer servicio ejecutado	62
a. Objetivo logrado	62
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	62
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	63
d. Recursos empleados	63
e. Limitaciones	64
1.6 Cuarto servicio ejecutado	64
a. Objetivo logrado	64
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	64

c. Ejecución del programa de actividades planificadas	64
d. Recursos empleados	65
e. Limitaciones	65
1.7 Quinto servicio ejecutado	65
a. Objetivo logrado	65
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	65
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	66
d. Recursos empleados	66
e. Limitaciones	66
1.8 Sexto servicio ejecutado	67
a. Objetivo logrado	67
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	67
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	67
d. Recursos empleados	68
e. Limitaciones	68
1.9 Séptimo servicio ejecutado	68
a. Objetivo logrado	68
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	68
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	69
d. Recursos empleados	69
e. Limitaciones	69

CAPITULO II

GESTIONES EJECUTADAS

2.1 Justificación	70
2.2 Descripción del problema resuelto	70
2.3 Primera gestión ejecutado	71
a. Objetivo logrado	71
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	71
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	71
d. Recursos empleados	72

e. Limitaciones	72
2.4 Segunda gestión ejecutado	72
a. Objetivo logrado	72
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	72
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	72
d. Recursos empleados	73
e. Limitaciones	73
2.5 Tercera gestión ejecutado	73
a. Objetivo logrado	74
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	74
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	74
d. Recursos empleados	75
e. Limitaciones	75

CAPITULO III

PERFIL DEL PROYECTO

3.1 Justificación	76
3.2 Descripción del problema resuelto	76
a. Objetivo logrado	76
b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos	77
c. Ejecución del programa de actividades planificadas	77
d. Recursos empleados	77
e. Limitaciones	78
Bibliografía	79
Apéndice	80
Conclusiones	85
Recomendaciones	87
Bibliografía	88

INTRODUCCIÓN

En la realización del Ejercicio Profesional Supervisado la investigación se ha tomado en cuenta como un medio fundamental, para definir y analizar la amplia gama de necesidades y problemas existentes en la Asociación Flor de Mi Tierra.

Este informe contiene los resultados obtenidos, en la Asociación Flor de Mi Tierra ubicada en el municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa, lo cual permite contrarrestar las necesidades imperantes mediante el análisis respectivo de las causas y efectos que dan origen a estas. Para ello la investigación se tipifica como descriptiva, puesto que su objetivo es describir las características del universo de investigación, así mismo permitió describir la situación actual del servicio en la Asociación Flor de Mi Tierra.

Para llevar a cabo todo este proceso del Ejercicio Profesional Supervisado, fue necesario conocer la situación actual de la Asociación, lo cual permitió planear y ejecutar servicios y gestiones que coadyuvaron a solucionar la problemática encontrada.

Durante la realización del diagnóstico se presentaron algunas limitantes: a) la poca información disponible, y b) poca disponibilidad de tiempo por parte de algunos clientes y productores para responder las encuestas.

El informe consta de los elementos que conformaron su planteamiento, ejecución e integración de resultados:

Título I, plantea el diagnóstico de la situación actual en la Asociación Flor de Mi Tierra ubicada en el municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa. Este se desglosa en cuatro capítulos de la siguiente forma: *Capítulo I,* presenta el Marco Metodológico que incluye el planteamiento del problema, antecedentes y contexto, justificación, definición del problema, el objeto de estudio, tipo de investigación, definición de población y muestra, operación de variables, técnicas

de recolección de datos, fuentes de información y estrategias de investigación. *Capítulo II*, incluye el marco de referencia o contextual, como antecedentes históricos, características geográficas y de carácter general del municipio de Chiquimula. *Capítulo III*, Marco Teórico, el cual incorpora el Estado de la Cuestión y el Fundamento Conceptual que integra temas relacionados con lo investigado. *El Capítulo IV*, presenta el análisis e interpretación de resultados del diagnóstico realizado.

Título II, Integra el Plan de Servicios, con el cual se programó las acciones a ejecutar.

Título III, Conformado por el informe de los servicios ejecutados, como producto de las soluciones brindadas a las necesidades encontradas, así como un desglose de la elaboración de un perfil de proyecto.

Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y apéndices.

TITULO I

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANIAS DE BARRO, EN LA ASOCIACIÓN FLOR DE MI TIERRA, SAN LUIS JILOTEPEQUE JALAPA

CAPITULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Antecedentes y contexto

En el municipio de San Luis Jilotepeque, no se tiene conocimiento en décadas anteriores, que funcionaran grupos o asociaciones comercializadoras de productos artesanales, ésto se dió hasta el año 2001 con la formación de un comité de mujeres denominado Flor de mi tierra coordinado por la señora Otonila Damián, actual presidenta de la asociación.

La señora Damián, gestionó ante las mujeres de los diferentes barrios del pueblo donde ella reside, la organización de tareas, solicitando el apoyo a la municipalidad, donde les brindaron un pequeño local para que pudieran dar a conocer los productos que producían en su momento (cantaros, vasijas, alcancillas entre otros) y a su vez comercializarlos.

Las actividades que conllevan la función a desarrollar según la entrevista realizada a la Otonila Damián actual presidente de la asociación Flor de mi tierra, la producción artesanal se desarrollan de la manera siguiente:

“Se va a traer la tierra al lugar denominado tierra blanca, se expone al sol para que tome una forma de tostado, por medio de coladores plásticos comunes que se pueden adquirir en el mercado de la localidad; a este proceso se le agrega una cantidad de agua para que se pueda convertir en el barro, para luego transformarse de una pieza nueva como puede ser: un cántaro, comal, alcancilla, candelero, vasija, y pichingas entre otras.

Después de darle forma a la pieza deseada se espera por un término de cuatro horas para el secado natural; luego se aplica pintura roja, la cual esta compuesta de tierra colorada y se mezcla con agua.

Esta tierra es adquirida de la aldea el zapote ubicada a cinco kilómetros de la comunidad.

Las prendas son pulidas con una semilla llamada “ojo de venado”. Para pasar a su punto final del proceso de producción, se colocan las piezas de barro en estiércol de vaca y zacate jaraguá para poder exponerlos al sol por un término de seis horas, para poder luego ser quemados y que se obtenga una pieza de calidad.”

Actualmente se cuenta con una asociación la cual está integrada por una cantidad de cinco personas, y existe desde hace diez años con el apoyo de la municipalidad, no se cuentan con ayuda externa, más que las personas que han invitado a la participación en ferias de productos artesanales.

Dentro de la investigación que se pretende realizar, es importante involucrar una mezcla de comercialización, para poder facilitar a la asociación la comercialización de los productos artesanales brindándoles las mejores opciones de distribución, así como las estrategias de precios que les permitan optimizar las utilidades.

1.1.2 Formulación del problema

¿Cuál es la situación actual del proceso de comercialización de los productos artesanales de la asociación Flor de mi tierra, en el municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa?

1.1.3 Sistematización del objeto de estudio

¿Qué características poseen los productos artesanales del municipio de San Luis Jilotepeque, Jalapa?

¿Cuáles son las estrategias de precios que establecen los artesanos de San Luis Jilotepeque, a los productos de barro?

¿Cuál es la situación de la distribución de los productos artesanales para mejorar su comercialización?

¿Cómo aplicar la promoción los artesanos para poder promover los productos artesanales en el municipio de San Luis Jilotepeque, Jalapa?

1.1.4 Identificación del objeto de estudio

El objeto de estudio es conocer la situación del proceso de comercialización de productos artesanales de la asociación Flor de mi tierra del municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa.

1.1.5 Delimitación del problema

a. Delimitación institucional

La investigación se realizará en la Asociación Flor de mi tierra - Ubicada en el municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa.

b. Delimitación temporal

La investigación se realizó 23 de mayo del año 2011.

c. Delimitación personal

La investigación se realizará con la ayuda de cinco mujeres que actualmente forman parte de la asociación Flor de mi tierra.

d. Delimitación territorial

La investigación se realizará en el municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa.

e. Delimitación teórica

La investigación se realizará en base a la comercialización que según Carl McDaniel Jr. tiene los siguientes elementos: producto, precio, plaza y promoción.

1.2 Justificación

Dado a que los productos artesanales son vendidos en un local que se encuentra dentro de la municipalidad de San Luis Jilotepeque, es necesario para mejorar las fuentes de trabajo, los procesos de comercialización y mejorar el nivel de vida de los pobladores además para conservar las tradiciones en la elaboración de productos de barro, como patrimonio que identifica a este pueblo. Las ventas se han realizado solamente por la fama que ha adquirido el pueblo a turistas que frecuentan el lugar en ferias nacionales de productos artesanales, para poder vender sus productos y así poder darse a conocer más dentro del mercado nacional; sin embargo, se carece de publicidad para el aprovechamiento del mercado tanto local como nacional.

Dadas las circunstancias, no se aplica el estudio en la asociación Flor de mi tierra carecerá de los conocimientos básicos de comercialización y seguirán haciéndolo de la misma manera que lo han estado haciendo y perderán la oportunidad de crecer de una manera mas fácil.

Por otra parte si el estudio se realiza, hay mejores oportunidades de crecimiento, se obtendrán capacitaciones de comercialización y se pueden abrir nuevos canales de comercialización.

Por ello, es necesario que los artesanos conozcan las diferentes herramientas del proceso administrativo, para poder llevar a cabo sus actividades con un orden específico y acorde a las necesidades que estos posean.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Analizar el proceso de comercialización de las artesanías de barro del municipio de San Luis Jilotepeque, del departamento de Jalapa, para conocer sus características.

1.3.2 Específicos

- Establecer las características de los productos que actualmente elaboran los artesanos del municipio de San Luis Jilotepeque, del departamento de Jalapa.
- Comparar el proceso de asignación de precios que los comerciantes asignan a sus productos, para establecer el más adecuado.
- Identificar los elementos de distribución que se están llevando a cabo para comercializar los productos de barro.
- Identificar los elementos de promoción adecuados para promover los productos de barro por los artesanos.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Historia de San Luis Jilotepeque

2.1.1 El origen de su nombre

San Luis Jilotepeque, nombre de la cabecera municipal y municipio del departamento de Jalapa, deriva su nombre de dos culturas, siendo el primero San Luis, impuesto por los españoles en honor al rey Luis IX de Francia, Santo perteneciente a la orden Franciscana, nacido en el año de 1,214, hijo de Luis VIII y de Blanca de Castilla, habiendo gobernado en el año de 1226. es reconocido por mantener la paz y soberanía justiciera durante su reinado, poseer un maravilloso equilibrio humano y por sus célebres obras de misericordia. "la fama de Luis fue grande ya en vida, después de su muerte se produjeron algunos milagros y después de una investigación iniciada el 1272, fue canonizado el 11 de agosto de 1297 por Bonifacio VIII. se acordó celebrar su fiesta el día 25 de agosto, día de su muerte. se le venera como patrón principal de la tercera orden de penitencia franciscana."

El segundo nombre, Xilotepeque, viene del vocablo náhuatl, que significa mazorca de maíz tierno y tepetl, cerro o lugar de maíz tierno. Existen otras interpretaciones de las cuales no se tienen bases tan fundamentales como la anterior, y una de estas otras sería xilotepec, que significa morada de xilomen, diosa de las mieses entre los otomíes.

2.1.2 El origen de sus pobladores

En la localidad de San Luis Jilotepeque han coexistido dos culturas que, sin embargo, a lo largo del tiempo no se han fusionado de una manera directa, cosa que ha sido de fuertes estudios por investigadores como Melvin Tumin y John Gillin. Estas dos culturas son los ladinos y los indígenas de la etnia Pocomam. acerca de los Pocomames: según domingo de Juarros "consta por los manuscritos

de D. Juan Torres hijo, y de Juan Macario nieto del rey chignaviucelut, y de D. Francisco Gómez, primer Ahzib Kiché, que los citados tultecas eran de la casa de Israel, y que el gran profeta Moisés los sacó del cautiverio en que los tenía el faraón, y que habiendo pasado el mar rojo se dieron a la idolatría y que persistiendo en ella, no obstante las amonestaciones del celoso Moisés; o fuese por no sufrir las reprehensiones de este legislador o por temor de que los castigase, se apartaron de él y de sus hermanos y se trasladaron de otra parte del mar a un lugar que llamaron siete cuevas, es decir de las riberas del mar bermejo a lo que ahora es parte del Reino mexicano, donde fundaron la célebre ciudad de Tula.

El primer jefe que capitaneó y condujo esta gran turba del uno, al otro continente fue Tanub, tronco de la familia de los reyes de Tula y del Quiché y el primer monarca de los Toltecas.. el 5to. Nimaquiche...sacó de Tula a estas gentes, que se habían multiplicado en extremo y las capitaneó del reino mexicano, a este de Guatemala...vinieron con Nimquiché tres hermanos suyos y convenidos entre sí estos cuatro hermano, dividieron la región,...el señorío de los mames comprendía lo que al presente es el partido de Huehuetenango, parte de Quetzaltenango, y la provincia de soconusco, pues en todas estas partes la lengua Mam o Pocomam es la materna. mas lo que hace notable fuerza en este particular es, que la lengua Pocomam se habla como propia en pueblos muy distantes de las provincias de los mames, como son Amatitlán, Mixco y Petapa, en la provincia de Sacatepéquez, Chalchuapa República de el Salvador, Mita, jalapa y Jilotepeque, en la de Chiquimula."

Entonces los primeros pobladores de San Luis Jilotepeque, pertenecían a la etnia Pocomam. según Rubén Reyna en su libro la ley de los santos, citando a Carrillo Ramírez, 1927, Pág. 13: "hay referencia de los Pocomames como miembros de las tribus de Tecpán, en el área de la Verapaz; hoy en día esta población está comprendido en los departamentos de Guatemala, Sacatepéquez y Chiquimula". a su vez citando a Carrillo Ramírez, John Gillin menciona que: " los Pocomames habiendo vivido en la región de Verapaz y habiendo fundado la ciudad de

Nimpokum controlaron la región del río Motagua pero fueron sacados de ésta por los Pokonchí y de allí se establecieron en los valles de Mixco, Petapa, Chalchuapa y San Luis Jilotepeque".

Esta expulsión explica el hecho de que las áreas actuales de Jalapa, Mixco y Chinautla así como las localidades ubicadas al pié del volcán Pacaya, es decir, Amatitlán, Petapa y Palín, son centros de población nativa, que están emparentados lingüísticamente.

Según Claudia Dary y Araceli Esquivel, haciendo referencia a Miles, 1983, pp.22: "a la llegada de los españoles el área Pocomam era mucho más extensa, sin embargo después de la colonia ésta se fue contrayendo, de tal manera que en el siglo XVI los hablantes de pokom se ubicaban al sur del río Motagua. tenían como vecinos al norte a los Chortis, y al sur a los Pipiles y Xincas, en la parte suroccidental del Salvador existían algunos pueblos pequeños Pocomames como Chalchuapa en un área que era fundamentalmente dominio pipil. se atribuye a los Pipiles asentados en la cuenca del Motagua, particularmente en Acasaguastlán el haber separado el grupo pokon en varios pueblos (norte y sur). el Pockom o Pokomam es probablemente la lengua que ,más padeció el contacto con el castellano, ya que perdió un gran territorio de influencia, un territorio que no sólo ganó el castellano, sino también el Chortí, el Xinca y el Náhuatl. (Solano, 1974,pp.216)".

Al poniente de la actual cabecera municipal existen restos de una antigua población que hace pensar que fue allí donde se establecieron los primeros ocupantes de estas tierras. este lugar fue visitado por el lic. Antonio Goubaud Carrera, quien hizo una breve reseña indicando que allí se encuentra el sitio arqueológico el Durazno, que posee ruinas que en la actualidad son una serie de montículos que se cree sean tumbas y son la única prueba de lo anteriormente expuesto. por la situación en posición estratégica de lo que se conoce como sitio arqueológico el Durazno, probablemente pertenezca a la época histórica, las

pirámides gemelas que existen aquí tal vez den un indicio de la influencia tolteca en este sitio.

2.1.3 Acerca de los ladinos

Los primeros pobladores ladinos de San Luis Jilotepeque, por simple deducción no pudieron existir antes de 1530, ya que fue en este año en que llegaron los conquistadores. sin embargo, en el año de 1769 el arzobispo Cortes y Larraz, en su "descripción geográfica y moral de la diócesis de Guatemala" menciona al poblado con habitantes únicamente de raza indígena. no se tiene registro de la fecha exacta en la que ya existían ladinos en San Luis, esto, a raíz de que las familias de esta raza no tienen genealogía o tradiciones que vayan más allá de 120 años atrás. entonces se deduce que la población ladina empezó a habitar o simplemente a ser significativa hace 150 años aproximadamente.

2.1.4 Conquista y colonización

Estas tierras pertenecían a los dominios del Cacique Mictlán en el período prehispánico, donde don Pedro de Alvarado logró dominar cuando envió a los capitanes Juan Pérez Dardón, Sancho de Barona y Bartolomé Becerra, que con superiores trabajos, obedeciendo el mandato real sometieron los ánimos belicosos de los indios de estos poblados; pero habiéndose sublevado por el yugo intolerable de un gobernador ambicioso, Francisco de Orduña, fue necesario para apaciguarlos, enviar a los capitanes Hernando de Chávez y Pedro de Amalín, a cargo de setenta infantes treinta caballos y cuatrocientos indios Tlascaltecas, Cholutecas y Mexicanos, todos amigos que siempre se conservaron leales; quedando el poblado sometido nuevamente en abril de 1,530.

Otra versión obtenida del libro del cabildo 1, folio 162 citado por John Gillin, menciona que: la conquista fue en agosto de 1530, luego de la victoria española sobre el "rey" de Esquipulas en abril del mismo año. a Hernando de Chávez,

aparentemente le fue entregada en encomienda San Luis Jilotepeque que en 1551 fue hecha parte del corregimiento de Chiquimula

Se conocen como cargos gubernativos y administrativos a: gobernador, corregidor alcalde ordinario, alcalde 2do. secretario, justicia mayor, cabildo escribano y el agrimensor, encargado de las mediciones de las tierras, las cuales estaban divididas como ejidos, sus propietarios eran todos de origen español, los indios se encargaban de trabajarlas. la influencia de la conquista es notoria en san Luis Jilotepeque ya que en el siglo XVIII los indígenas pocomames de Jalapa hablaban casi con exclusividad.

2.1.5 Fundación del pueblo de San Luis Jilotepeque

Vestigios de valor histórico, evidencian que la antigua ciudad indígena de Jilotepeque se ubicó originalmente al poniente de la actual cabecera municipal en lo que actualmente se reconoce como el sitio arqueológico el durazno y que hoy pertenece al municipio de San Pedro Pinula y del que se sabe ha tenido nombre desde tiempo prehispánicos. Según Domingo Juarros, "pero hallándose bastante revuelta y perturbada la capital por los años de 1530, con la venida y extraños procederles del visitador Orduña, muchos pueblos y entre ellos los del partido de Chiquimula tomaron ocasión para sacudir el yugo de los españoles, y recobrar su independencia. sin embargo de que cuando llegaron estos avisos a Guatemala, se hallaban sus vecinos en la mayor opresión; compelidos del celo de la gloria de dios, y servicio del rey, trataron de poner en su sujeción y obediencia a los alzados.

Nombraron se para cabos de esta peligrosa jornada a los capitanes Hernando de Chávez y Pedro de Amalín, los que con la mayor brevedad salieron con su ejército y se dirigieron sé al gran pueblo de Esquipulas, objeto principal de esta expedición.. de esta suerte quedó sujeta a los españoles la provincia de Chiquimula por abril de 1530. Posterior al sometimiento de los indios que

finalmente se dio en el año de 1530, el pueblo es fundado como partido de curato. la colonización ocurrió en los años subsiguientes a esta fecha de fundación, época en la que san Luis jilote peque perteneció al corregimiento de Chiquimula, llegando a ser cabecera de curato.

En el año de 1873 San Luis Jilotepeque pasó a formar parte del recién formado departamento de Jalapa, por decreto gubernativo No. 170, emitido el 24 de noviembre del mismo año, durante la administración del general Justo Rufino Barrios.

2.1.6 Actividad económica

En la actualidad los pobladores del municipio de San Luis Jilotepeque, en su mayoría se dedican a la agricultura y ganadería, y una poca porción de la población se dedica a la elaboración de los productos de barro elaborados artesanalmente en el municipio.

2.2 De la asociación Flor de mi tierra

2.2.1 Origen

Nació ante la necesidad de los pobladores del municipio de San Luis Jilotepeque, tanto por mantener las costumbres y tradiciones, como para dar un sustento diario a las familias sanluiseñas.

2.2.2 Actividad económica

Actualmente se dedican a la elaboración de productos de barro entre los que cabe mencionar: cantaros, pichingas, al cancelas, candeleros entre otros.

2.2.3 Visión y misión

En la actualidad no cuenta con una visión y misión establecida por lo que es necesario el desarrollo de estas.

2.2.4 Competencias

Producto de la más fina calidad.

2.2.5 Número de empleados por departamento

En la actualidad cuenta con cinco integrantes en la asociación las cuales son en un 100% mujeres de la localidad

CAPITULO III

MARCO TEORICO

3.1 Fundamentos conceptuales

La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, en esta investigación según Carl McDaniel Jr. se tomarán los siguientes elementos:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Los cuales se estarán describiendo en su momento.

3.1.1 Producto

Según, William J. Stanton (2004) La función esencial de todo producto o servicio es la de satisfacer una necesidad o deseo del consumidor. Un producto o servicio que no satisfaga esta condición básica, si existe, esta llamado a desaparecer. Ahora bien, si el producto encaja perfectamente en esta característica esencial, su interés será que el consumidor se vea atraído hacia su producto, de manera que alcance la posición de mercado deseada. Para conseguirlo puede atraerse al consumidor (o combatir la competencia) a través de:

- Presentación.
- Beneficios.
- Desempeño.
- Y exclusividad del producto

“Un producto es un conjunto de productos fundamentales unidos en una forma identificable. Cada producto se identifica por un nombre descriptivo (o genérico) que el común de la gente entiende como acero, seguros, raquetas o entretenimientos. Una definición más amplia de producto para indicar que los clientes no compran en realidad un conjunto de atributos, sino más bien de beneficios que satisfacen sus necesidades.

Un producto es un conjunto de atributos tangible e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar una persona o una idea en esencia los clientes compran mucho mas que un conjunto de atributos cuando adquieren un producto, compran la satisfacción de deseos en la forma de los beneficios que esperan recibir del producto”

- **Marca**

“La palabra marca es muy general pues abarca otros términos de sentido mas estrecho. Una marca es un nombre y/o una señal cuya finalidad es identificar el producto de un vendedor o grupo de vendedores para diferenciarlos de los productos rivales.

Un nombre de marca está compuesto por palabras, letras y/o números que pueden ser vocalizados. Un emblema o logotipo es la parte de la marca que aparece en forma de símbolo, diseño, color o letreros distintivos. El logotipo se reconoce a simple vista pero no se puede expresar cuando una persona pronuncia el nombre de marca.”

La marca le da ventaja al fabricante o al vendedor ya que a través de ella se consigue que el producto se diferencie de los demás, se facilita la compra varias veces, la promoción y la introducción de nuevos productos bajo la misma denominación.

- **Empaque:**

“Aun después de desarrollar un producto y deponerle una marca, hacer falta diseñar estrategias para otros aspectos de la mezcla de marketing. Uno de ellos, y por cierto muy importante para algunos productos es el empaque, el cual esta constituido por todas las actividades de diseño y elaboración del contenedor y envoltura.

- **Etiqueta**

El etiquetado, que guarda estrecha relación con el empaquetado, es otra característica del producto que merece la atención de los gerentes. Una etiqueta es la parte de un producto que contiene información acerca de este y del vendedor. Puede formar parte del empaque aunque también puede ser un rotulo pegado al producto. Sin duda, existe una relación muy estrecha entre etiquetado, empackado y marca.

- **Diseño y color**

Una forma de satisfacer a los consumidores y obtener una ventaja diferencial es el diseño del producto que se refiere a la disposición de los elementos que en conjunto constituyen un bien o servicio. Con un buen diseño se mejora la comerciabilidad del producto, pues facilita su operación, mejora su calidad y su apariencia y/o reduce los costos de operación.

El diseño es muy importante en los bienes industriales y en los de consumo, desde los muebles hasta el equipo electrónicos. De acuerdo con las estimaciones, el diseño cuenta con solo el 2% del costo total de producción y comercialización de un producto.

Igual que el diseño el color del producto suele ser un factor decisivo de la aceptación o rechazo de un producto, sea este un vestido, una mesa o un automóvil.

3.1.2 Precio

Para William J. Stanton (2004) “Algunas dificultades de la asignación del precio surgen por la confusión sobre su significado aun cuando el concepto es fácil de definir en términos usuales.

Sencillamente, el precio es la cantidad de dinero y otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto. Recuerde que la utilidad es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos”.

El propósito en el manejo de la función del precio dentro de la mezcla de marketing es establecer un nivel de precios para sus productos o servicios, que coincidan con los objetivos del mercado previamente señalados. Es importante hacer notar que el precio no es una función aislada, cuya fijación se define únicamente pensada en la rentabilidad. El margen de rentabilidad deseado es un factor importante, preponderante, pero no único.

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles; se puede modificar más rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

El precio también ha sido una de las variables clave en la estrategia de marketing de cualquier empresa o producto; fijar el mejor precio no debe de interpretarse como el precio más bajo posible, alrededor del precio existen tantas variables complementarias que no es recomendable utilizar un método o estrategia única que le indique al comprador como debe de manejar acertadamente esta variable, dichas variables se constituyen en el tema de discusión y punto de desacuerdo entre compradores y vendedores, para defender su posición con respecto a la compra o no de un producto con base en la variable del precio.

Importancia del precio

El precio es importante en nuestra economía, en la mente del consumidor y en una empresa determinada.

En la economía: el precio de un producto influye en los salarios, la renta, la tasa de interés y las utilidades. Es el regulador fundamental del sistema económico porque influye en la asignación de los factores de la producción: el trabajo, la tierra y el capital. Los salarios altos atraen el trabajo, las altas tasas de interés atraen el capital y así sucesivamente. Como asignador de los recursos, el precio determina que se producirá oferta, y quien obtendrá los bienes y los servicios producidos (demanda).

En la mente del consumidor: algunos prospectos de clientes se interesan principalmente en los precios bajos, en tanto que a otro segmento le preocupa más otros factores, como el servicio, la calidad, el valor y la imagen de la marca. Se puede decir que con seguridad que, si los hay son pocos los clientes atentos sólo al precio o que se desentienden por entero de éste. En un estudio se identificaron cuatro segmentos distintos de compradores: **los leales a la marca**, (relativamente desinteresados del precio) **los castigadores del sistema** (sistem beaters, que prefieren ciertas marcas pero tratan de comprarlas a precios rebajados), **los compradores de gangas** (movidos por los precios bajos) y **los desinteresados** (al parecer, no motivados por preferencias de marca ni por precios bajos).

En la empresa: el precio de un producto es importante factor determinante de la demanda que el mercado hace de ese producto. El dinero entra a una organización a través de los precios. Así pues, el precio afecta a la posición competitiva de una empresa, a sus ingresos y a sus ganancias netas.

Según consultor de McKinsey, la asignación precios es en extremo importante porque los pequeños cambios en el precio se traducen en mejoras enormes en

rentabilidad. Ciertamente en un estudio de mil compañías, la compañía McKinsey descubrió que un aumento del 1% en el precio mejoraba las ganancias en 7%, suponiendo que el volumen de ventas se mantendría sin cambios.”

3.1.3 Plaza

Según William J. Stanton, La plaza se define donde comercializar el producto que se ofrece. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta debiendo lograr que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

“La distribución de un productos en operaciones de marketing es un asunto muy complejo, en virtud de las distintas formas y características que puede adquirir, para un mismo producto, en los diferentes mercado. Un canal de distribución en términos generales, es una estructura formada por la propia organización de venta del productor, mas las organizaciones de venta individuales de cada uno de los intermediarios que participan en el proceso de comercialización, mediante el cual el producto o servicio es transferido al consumidor o al usuario final”.

La plaza o distribución es aquella actividad destinada a llevar el producto al consumidor. Esto se realiza a través de los llamados canales de distribución, que son un conjunto de organizaciones que facilitan la entrega del producto desde el productor al consumidor. Estos canales facilitan el intercambio y disminuyen el costo de llegar a cada cliente, además sirven para conocer el mercado aprendiendo sobre la demanda del producto y sobre lo que pasa con la competencia.

- **Canales de distribución**

Los canales de distribución son el conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario industrial.

Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia.

“Consiste en el conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de derecho de un producto al paso de este del productor al consumidor o usuario de negocios final; el canal incluye siempre al productor y al cliente final del producto en su forma presente, así como cualesquiera intermediario como los detallistas y mayoristas.”

Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

Gran parte de las satisfacciones, que los productos proporcionan a la clientela, se debe a canales de distribución bien escogidos y mantenidos.

Además los canales de distribución aportan a la mercadotecnia las utilidades espaciales, temporal y de propiedad a los productos que comercializan.

Tanto los canales de distribución en mercadotecnia son tan infinitos como, los métodos de distribución de los productos.

En síntesis podemos decir, que los canales de distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

Determinación de la intensidad de la distribución

La selección de los canales de distribución de los productos de los productos es uno de los retos de mayor trascendencia, que ha de afrontar la alta gerencia, de

entre las tantas decisiones de mercadotecnia que habrá de tomar con respecto a sus productos.

Sea cual fuere el tipo de canal de distribución escogido, éste debe facilitar, de la mejor manera posible, el logro de los objetivos fundamentales de la empresa, como es el de prestar un buen servicio al público, a cambio de sus ganancias.

“En este punto en el diseño de un canal, una empresa sabe qué función se le ha asignado a la distribución dentro de la mezcla de marketing y a qué tipos de intermediarios, se recurrirá. A pesar de la falta de control el productor debe planear los niveles de intensidad que se necesitan tanto en el nivel mayorista como en detallista. La distribución intensiva la utilizan a menudo los fabricante de esta categoría de producto.”

Por medio de la cual se exponen los productos en todos los lugares posibles de comercialización. Es el caso de esos tipos de productos que se encuentran en todas partes, como: los cigarros, dañinos tanto para la salud como para el bolsillo del enviciado. La característica dominante de esta alternativa de Canal de Distribución es la omnipresencia de los productos, que se comercializan por tales canales.

- **Distribución intensiva**

Un productor vende su producto a través de todo punto de venta disponible en un mercado, en el que un consumidor pudiera buscarlo razonablemente. Los consumidores finales demandan satisfacción inmediata de los bienes de conveniencia y no aplazaran compras buscando una marca particular.

3.1.4 Promoción

Para William J. Stanton (“Es una actividad estimuladora de la demanda, cuya finalidad es complementar la publicidad y facilitar la venta personal”

La promoción es una herramienta táctica controlable de la mezcla de mercadotecnia, que combinada con las otra tres herramientas (producto, plaza y

precio), genera una determinada respuesta en el mercado meta para las empresas, organizaciones o personas que la utilizan.

Y Según Kotler. “La promoción es la cuarta herramienta del marketing mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren”

- **Publicidad**

La publicidad desempeña un papel de gran importancia en cualquier empresa ya que está sirviendo de medio para comunicar a muchas personas el mensaje de un patrocinador a través de un medio impersonal y está diseñada para convencer a una persona para que compre un producto, para apoyar a una causa o incluso para obtener mayor consumo. La publicidad tiene una gran influencia sobre el consumidor; a través de una buena publicidad se puede lograr vender grandes volúmenes de mercancías, todo depende de la capacidad que esta tenga para convencer al público para que compre el producto.

Es importante para los anunciantes porque atrae más clientes para ellos y así incrementa sus ganancias. Esto también representa un beneficio para el consumidor. Cuando se venden mercancías en grandes cantidades, puede producirse en masa. La producción masiva reduce el costo para el consumidor.

La demanda de los consumidores también contribuye a que los productos sean mejores, ya que los fabricantes saben que un producto mejorado ayudaría a conservar viejos clientes y a traer a nuevos.

“Es toda comunicación no personal y pagada para la presentación y promoción de ideas, bienes o servicios por cuenta de una empresa identificada.

El objetivo de la publicidad es una tarea específica de comunicación que se debe lograr para un público objetivo determinado para un período de tiempo. Su principal finalidad puede ser informar, convencer, o recordar.”

- **Promoción en ventas**

Según Philip Kotler, Manual de Mercadotecnia. Editorial McGraw Hill. 7ma edición. (México, 1.996) "Estrictamente hablando, la promoción de las ventas incluye toda forma de actividad que se refiera a ventas: venta directa o personal, publicidad, relaciones públicas, envolturas, exhibición y acontecimientos especiales.

- **Tipos de promoción de ventas**

Publicidad: significa enviar un mensaje de venta a clientes potenciales a través de medios de información como periódicos, revistas, correo, radio o televisión. Por lo general, los comercios al detalle realizan su publicidad en los periódicos locales, diarios o semanales, o a través de guías de compras que ellos distribuyen sin costo alguno para el cliente.

Los actos especiales: son acontecimientos, como una venta especial o un desfile de modelos. Están dirigidos a atraer clientes a la tienda.

La exhibición: se refiere a la forma en que se expone la mercancía.

Generalmente dentro de la tienda, en los escaparates, sobre las mesas y repisas, así como en los lugares de exhibición dentro del piso de ventas.

Normalmente las exhibiciones se usan como medios de promoción: atraer la atención de los clientes y tentarlos a comprar. También se usan para ayudar a promover la imagen de la tienda.

El empaque de los productos: es otra forma de exhibición. Los artículos empacados se venden mejor cuando el empaque o envoltura está diseñado para atraer la atención de los clientes y también dicen la que contienen.

Ayudas promocionales de los fabricantes:

Con frecuencia, un comercio al detalle puede lograr que un fabricante comparta los costos de promoción. Depende del comprador negociar este tipo de ayuda antes de comprar la mercancía.

Descuentos o subvenciones promocionales:

La reducción de precio concedida por el fabricante a un comercio o cambio de la promoción de su producto se conoce como descuento promocional o subvención promocional.

Algunos fabricantes pueden otorgar al comprador un descuento para cubrir parte de los costos de publicidad de la mercancía en los periódicos locales.

Otros pueden conceder una contribución a subvención si los compradores exhiben en forma destacada sus productos. Otras industriales regalan mercancía, equivalente a un descuento, si los compradores se comprometen a exhibir ampliamente sus artículos.

Materiales en el punto de venta: El material de exhibición a publicidad que se usa en un comercio de venta al detalle para promocionar los productos del fabricante en el punto donde los mismos se venden, se llama material en el punto de venta o punto de compra.

Personal de ventas: Algunos fabricantes envían personal de ventas a las tiendas para demostrar y vender sus productos. Las compañías que venden cosméticos, en particular, gustan de este método de venta, y con frecuencia, el mostrador de maquillaje en las tiendas de departamentos es atendido por personal del fabricante y no para empleadas de la tienda.

CAPITULO IV

DISEÑO METODOLOGICO

4.1 Tipo de investigación

El estudio es de carácter descriptivo, ya que se relata la situación actual posible, por la cual cursa la asociación Flor de mi tierra del municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa.

4.2 Población o muestra

Los pobladores que darán la información necesaria para el diagnóstico serán cinco personas que son las que actualmente forman parte de la asociación Flor de mi tierra, del municipio de San Luis Jilotepeque, del departamento de Jalapa.

4.3 Conceptualización y operacionalización de variables

Cuadro 1. Conceptualización y operacionalización de variables

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES
Analizar las características de los productos que actualmente elaboran los artesanos del municipio de San Luis Jilotepeque, del departamento de Jalapa.	Producto	• Marca • Atributos • Empaque • Etiqueta • Diseño y color • Ciclo de vida

Comparar el proceso de asignación de precios que los comerciantes asignan a sus productos, para establecer el más adecuado.	Precio	• Fijación de precios • Precio basado en costo • De línea de producto • Precio unitario • Precio detallista • Importancia del precio • Estrategia de precios • Precio adecuado
Identificar los elementos de distribución que se están llevando a cabo para comercializar los productos de barro.	Plaza	• Canales de distribución • Niveles de canales • Tipo de tienda • Merchandising • Ubicación
Identificar los elementos de promoción adecuados para promover los productos de barro por los artesanos	Promoción	• Publicidad • Promoción en venta • Ventas personales • Relaciones públicas

Fuente: elaboración propia

4.4 Técnicas de recolección de datos

Técnicas e instrumentos

Técnica	Instrumento
Entrevista	Guía de entrevista
Observación	Guía de observación

Fuente: elaboración propia

4.5 Fuentes de información y estrategia de investigación

a) Primarias

Las fuentes primarias de información en el estudio se obtendrán a través de la aplicación de entrevistas y observaciones que se realizarán a los miembros de la asociación Flor de mi tierra del municipio de San Luis Jilotepeque, del departamento de Jalapa.

b) Secundarias

Las fuentes secundarias a utilizar en el estudio son todas aquellas de índole externa, entre ellas: Libros, tesis, monografías.

4.6 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES		MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				OCTUBRE				NOV.			
No.	Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Descripción																												

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1 Comercialización

La comercialización de las artesanías de barro del municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa, la realizan mujeres que oscilan arriba de treinta y cinco años, escaso estudio y de un ingreso menor a Q800.00 mensual.

5.1.1 Producto

La función esencial de todo producto o servicio es la de satisfacer una necesidad o deseo del consumidor. Un producto o servicio que no satisfaga esta condición básica, si existe está llamado a desaparecer. Ahora bien, si el producto encaja perfectamente en esta característica esencial, su interés será que el consumidor se vea atraído hacia su producto, de manera que alcance la posición de mercado deseada.

Por tal razón la asociación Flor de mi tierra cuenta con la producción de artesanías elaboradas con barro, en el municipio de San Luis Jilotepeque, Jalapa, Guatemala.

a. Diseños

Entre los productos que elaboran los artesanos podemos encontrar: Cántaros, vasijas, candeleros, al cancelas, pichingas y comales, éstos productos pasan por un proceso de producción que dura aproximadamente siete (7) horas, para la elaboración de tres (3) piezas, con una variación de tres tamaños por unidad, se utiliza un barro especial que se encuentra en las afueras del municipio en una aldea denominada el Zapote.

Cuenta con una variedad de diseños y colores en los que caben mencionar se encuentran piezas de un color rojo, otras un café, entre toda la variedad y en otras ocasiones algunas piezas son decoradas con una pintura negra llamada zapolín haciendo unas rayas las cuales les dá otra vista tanto como a los cántaros y a las vasijas...

b. Marca

En la actualidad los artesanos no cuentan con una marca que reconozca que los diversos productos, por tal razón es necesario la implementación de una marca comercial, para poder ser más reconocidos y los conlleva a que los productos sean de mejor calidad y así poder tener un mejor impacto en el mercado porque aumentaría la demanda al ser reconocido.

c. Atributos

De acuerdo a los atributos del producto se puede observar que cuentan con tres tamaños por pieza, en el caso de los cátaros tienen la cualidad que se pueden utilizar tanto como para adorno como para el almacenamiento de agua ya que por el material que se utiliza para su elaboración estos guardan una temperatura agradable para poder mantener el producto que se almacene dentro de él, las pichingas al igual que los cántaros se pueden utilizar de la misma manera por las características que esta posee, en el caso de las vasijas por la variedad de colores que estos representan se les puede dar un uso mas exclusivo por el diseño, que se pueden utilizar para floreros o simplemente como un adorno extra en sala de algún hogar.

Los candeleros como su nombre lo indica sirven para la colocación de velas de todo tipo, cuenta con una característica que se puede cargar agarrándola de una oreja que posee en la parte de afuera de la pieza; las al cancelas tiene la función de crear una especie de cultura en las personas, especialmente los niños, que se les inculca el valor del ahorro y por último los comales que son tiene la forma plana, redonda, a la cual con un poco de imaginación se puede transforma tanto en un obra de arte como en utensilio de cocina que podemos apreciar en muchas casas del municipio ya que los utilizan para tortear maíz y en otras como un adorno más.

d. Empaque

Los artesanos del municipio de San Luis Jilotepeque, en la actualidad no utilizan ningún tipo de empaque para los productos que se elaboran en el municipio, de tal suerte es necesario sugerirles a los artesanos la importancia del empaque, con esto se haría más fácil la distribución de los productos que ellos elaboran y a su vez se le daría una mayor importancia a los mismos al ser mejor identificados en cualquier mercado tanto local como nacional.

e. Etiqueta

En el caso de la etiqueta, los artesanos no cuentan con ningún diseño de la misma, por tal razón se hace necesario una capacitación para hacerles del conocimiento la importancia de ella y a la vez escucharles sugerencias, para poder realizar la misma, esto conlleva a que el producto sea más reconocido y sobresalga de los de la competencia ya que sería una característica que los distinga.

Los artesanos del municipio de San Luis Jilotepeque, en la actualidad se encuentran en una etapa de crecimiento, en el ciclo de vida del producto, y para poder llegar al punto más alto se hace necesario la aplicación de técnicas para poder comercializar de una mejor manera los productos, entre las técnicas que caben mencionar están, elaboración de campañas promocionales, elaboración de una marca comercial, elaboración de etiqueta, colocación de empaque.

La producción que se obtiene en cantidades mensuales son de:

Tabla 2 Producción

Producto	Cantidad
Cantaros	36
Vasijas	36
Comales	12
Pichingas	24
Candeleros	10
Al cancillas	24

Fuente: elaboración propia

Esta producción se estima de manera mensual por cada asociada en Flor de mi tierra, quienes a su vez son los que deciden la forma, tamaño y colores de los productos que elaboran; el obstáculo más grande que enfrenta la asociación Flor de mi Tierra para la producción de las artesanías, se considera que se está perdiendo por falta de cultura de los mismo habitantes del municipio de San Luis Jilotepeque.

En la asociación Flor de mi tierra se hace necesario darles talleres acerca de otros tipo de producto que puedan implementar para así poder tener más variedad y poder satisfacer de una forma mas eficiente el mercado local y nacional.

5.1.2 Precio

Algunas dificultades de la asignación de precio surgen por la confusión sobre su significado aún cuando el concepto es fácil de definir en términos usuales.

Sencillamente, el precio es la cantidad de dinero y otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto. Recuerde que la utilidad es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos.

La fijación de precios se lleva a cabo de una manera empírica, en la cual para los asociados no es factor importante la mano de obra para el impacto del precio en los productos artesanales del municipio, por tal razón es necesario hacer de conocimiento de todos los asociados las diferentes estrategias que existen para la fijación de precios de los productos elaborados artesanalmente en el municipio de San Luis Jilotepeque, con esto se pretende que los artesanos del municipio, obtengan una rentabilidad aceptable y con los precios poder competir en el mercado nacional.

Tabla 3 Precios de Productos

Producto	Unitario			Por mayor		
	Pequeño	Mediano	Grande	Pequeño	Mediano	Grande
Cantaros	Q20.00	Q25.00	Q30.00	Q15.00	Q20.00	Q25.00
Vasijas	Q20.00	Q25.00	Q30.00	Q15.00	Q20.00	Q25.00
Comales	Q20.00	Q25.00	Q20.00	Q15.00	Q20.00	Q15.00
Pichingas	Q20.00	Q25.00	Q30.00	Q15.00	Q20.00	Q25.00
Candeleros			Q10.00			Q8.00
Al cancelas			Q30.00			Q25.00

Fuente Elaboración propia

De acuerdo a la importancia del precio es necesario hacer conciencia en los artesanos del municipio para que puedan apreciar y tomar en cuenta las mejores opciones de precio del mercado local y nacional.

5.1.3 Plaza

La plaza se define donde comercializar el producto que se ofrece. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta debiendo lograr que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento y condiciones adecuadas.

Actualmente, los canales de distribución que utilizan los artesanos es un consumidor final, quienes en su mayoría son turistas que visitan el municipio de San Luis Jilotepeque, estos adquieren los productos en un local ubicado en la municipalidad del municipio de San Luis Jilotepeque.

El tipo de tienda que manejan los artesanos es un local de cuatro metros por cinco metros, dentro del cual los productos son exhibidos en estantes de madera, la forma de colocar los productos es que cada artesano tiene marcado un límite dentro del cual puede ser utilizado de la manera que mejor le convenga.

Por otro lado es necesario realizar campañas orientadas a la comercialización de productos artesanales las cuales se pueden llevar a cabo con la ayuda de la municipalidad de la localidad, quienes pueden ubicar a personas expertas en el tema.

La ubicación que se tiene es adecuada, porque se encuentra ubicada en el interior de la municipalidad, donde acuden varios turistas y es fácil poder transmitirles la idea de los productos y así poder llevarse parte del municipio como recuerdo.

La mayor producción se realiza en el mes de agosto, que es cuando se lleva a cabo la feria titular del municipio en honor al patrón San Luis Rey de Francia, por la cantidad de turistas que visitan la región, actualmente la producción se va realizando con forme se están terminado los productos y estos son llevados al local comercial por medio de moto taxis, quienes les incrementan un valor de Q2.50 al bulto que llevan.

Así mismo es necesario buscar nuevos canales de distribución, para que los asociados de Flor de mi tierra tengan más opciones de venta y sean reconocidos

a nivel nacional, por ejemplo se puede tomar en cuenta al alcalde de la localidad, para que en el mes de agosto se lleve a cabo una feria artesanal para poder dar a conocer la diversidad de productos que actualmente producen los artesanos del municipio de San Luis Jilotepeque, e invitar a productores de diversos departamentos para conocer las costumbres de otros lugares. Esto nos va a facilitar porque ellos al elaborar ferias artesanales nos estarían invitando y así poder mostrar los productos de barro que se producen en el municipio en los diferentes lugares de la república.

5.1.4 Promoción

La promoción es una herramienta táctica controlable de la mezcla de mercadotecnia, que combinada con las otras tres herramientas (producto, plaza y precio), genera una determinada respuesta en el mercado meta para las empresas, organizaciones o personas que la utilizan.

Actualmente los asociados de Flor de mi tierra no realiza campañas publicitarias, por tal suerte es necesaria la implementación de talleres publicitarios para poder hacerles conciencia y decirles la importancia de la publicidad, luego de hacerles conciencia es necesario aplicar campañas publicitarias, dentro de las cuales se puede mencionar: anuncios de radio, televisión y una unidad móvil que se encuentra dentro del municipio, los costos de esta publicidad se harían por medio de patrocinio del alcalde municipal y con fondos propios, para dar a conocer que el producto la asociación existe y que hace.

En la actualidad la asociación no realiza promoción de venta, por tal razón es necesario realizar campañas promocionales las cuales tienen que ir dirigidas a los pobladores de la localidad, además a los turistas que visiten el municipio que se quieran llevar un recuerdo del municipio de San Luis Jilotepeque, por la compra de productos se les pueden dar un recuerdito que represente las artesanías del municipio.

La asociación Flor de mi tierra, no realizan ventas personales, ya que los productos que elaboran son trasladados directamente a la tienda ubicada en la municipalidad de la localidad, además la asociación Flor de mi tierra no tiene participaciones en actividades culturales y deportivas de la localidad, por tal razón es necesario que los asociados tengan más participación dentro de las actividades culturales de San Luis Jilotepeque, tales como encuentros deportivos, actividades socioeconómicas, para poder fomentar una buena imagen ante la sociedad.

Las ventas personales las realizan los propios vendedores dentro del local donde cada asociado obtiene un espacio racional para poder colocar sus productos.

En la actualidad los artesanos del municipio de San Luis Jilotepeque, tienen comunicación con la municipalidad, donde el señor alcalde municipal Fernando Sanchinel les ha apoyado, de una manera para que puedan salir adelante.

5.2 Cuadro de análisis de resultados

Problema	Causa	Efecto	Solución	Prioridad
• Carencia de diversidad de productos	• Falta de conocimiento técnico	• Pérdida de mercado	• Capacitaciones de artesanos de otras comunidades	1
• No existe marca	• Falta de conocimiento	• No se da a conocer el producto	• Asignarle marca al producto	3
• Carencia de etiqueta	• Desconocimiento de la misma	• Mala presentación	• Diseñar una etiqueta	4
• Disminución en producción	• Disminución de las ventas	• Disminución de las ventas	• Mejoramiento de los productos	2

• Precio inadecuado	• Desconocimiento de técnicas de costos	• Precios inadecuados	• Darles a conocer las diferentes estrategias	5
• local inadecuado • Escasos contactos comerciales • Canal de distribución incipiente	• Falta de recursos • Escasa relación pública • Se enfocaron a un mercado local	• No se pueden exhibir todos los productos • Disminución de ingresos • Disminuyen posibilidades de crecimiento	• Tratar de ver otras instalaciones • Charlas sobre comercialización • Realizar ferias de artesanías	2 3 1
• No realiza publicidad • No existe promoción de ventas • No realizan ventas personales	• Falta de conocimiento • Falta de conocimiento • Solo venden los productos en el local	• No se da a conocer el producto • Pérdida de mercado • Disminución de las ventas	• Realizar charlas y aplicarlas • Realizar charlas y aplicarlas • Dar capacitaciones como poder vender	3 2 1

TITULO II

CAPITULO I

PLAN DE SERVICIOS

1.1 Justificación

En la actualidad los miembros de la asociación Flor de Mi Tierra, carece de los conocimientos necesarios para poder comercializar los productos artesanales de barro que se elaboran en el municipio de San Luis Jilotepeque, por lo que es necesario la implementación de charlas, talleres y capacitaciones para mejorar los procesos de producción, lo que repercutaría en los productos y de alguna manera introducirles: marca, etiqueta a los productos.

En un mundo globalizado existen cada vez más instituciones lucrativas y no lucrativas, por lo tanto la competencia es cada vez mayor en todos los aspectos y los servicios deben de ser de mayor calidad, para poder sobrevivir y poder crecer en el mercado; es por eso, que se hace necesaria la implementación de las herramientas adecuadas.

Al realizar el Ejercicio Profesional Supervisado, en la asociación, incrementará los ingresos de los asociados y se generarían fuentes de empleo; al mismo tiempo crecerán los conocimientos técnicos en los asociados.

Los asociados de Flor de mi Tierra, tendrán la capacidad de conocer su mercado meta, los gustos y preferencias que éste tenga, la cantidad de producción que deben realizar.

Las actividades que se desarrollaran como parte de los servicios del EPS, son con base a las necesidades existentes, para contribuir a la solución de algunas de las necesidades presentadas en la asociación Flor de mi Tierra, de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa.

Es por lo anterior descrito que se hace necesario la intervención de un estudiante, que trabaje en conjunto con el asesor, para poder llevar a cabo un Ejercicio Profesional Supervisado, adecuado a las necesidades de dicha asociación.

1.2 Planteamiento del problema

Los miembros de la asociación Flor de mi Tierra, en la actualidad no cuenta con los conocimientos necesarios para poder realizar productos de una mejor calidad en los que incluyan, una marca comercial, etiqueta e incluso apliquen promociones de venta para poder comercializar los productos que elaboran de forma artesanal.

1.3 Servicios a realizar

Con lo descrito anteriormente, se determina la ejecución de acciones concretas para su solución, describiendo los servicios que se realizaran, quedando de la manera siguiente:

1.4 Primer servicio

Taller “Desarrollo de nuevos productos con ventajas en un ambiente competitivo”

a. Objetivo

Mejorar el conocimiento de cinco productores artesanos, sobre la importancia de una diversidad de productos y técnicas para poder realizarlos.

b. Estrategias

- Explicarles a los asociados acerca de nuevos productos y los materiales que estos necesitan para su elaboración
- Dar a conocer la importancia a los asociados de una buena diversidad de productos

c. Programación de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	11-07-2011	3
Preparación de materiales	11-07-2011	2
Reunión con presidenta	11-07-2011	2
Desarrollo de actividad	12-07-2011	5
Total de horas		12

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

1.5 Segundo servicio

Mejoramiento de los conocimientos sobre diseños y características de los productos

a. Objetivo

Que cinco asociados, cuenten con conocimientos necesarios para poder realizar productos de mejor calidad, con marca comercial, para ser mas competitivos en un mercado nacional.

b. Estrategia

- Dales a conocer a los asociados la importancia de poseer productos de buena calidad, importancia de una marca y de la etiqueta
- Llevar sugerencias de etiquetas y de marcas
- Buscar información acerca de artesanías de barro
- Consultar a expertos sobre desarrollos de productos nuevos
- Elaboración de ,material didáctico

c. Programación de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	13-07-2011	3
Preparación de materiales	13-07-2011	5
Reunión con presidenta	14-07-2011	2
Desarrollo de actividad	15-07-2011	5
Total de horas		15

Fuente: Elaboración Propia

d. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera un local.

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

1.6 Tercer servicio

Taller sobre diversidad de productos

a. Objetivo

Que los cinco artesanos que pertenecen a la asociación disminuyan el tiempo de producción, bajen sus costos y tengan capacidad para elaborar nuevos productos

b. Estrategia

- Capacitarlos en técnicas de producción
- Invitar personas de otras comunidades
- Buscar asesoramiento con el INTECAP

c. Programación de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	18-07-2011	3
Preparación de materiales	18-07-2011	5
Reunión con presidenta	19-07-2011	2
Contactar líderes de otras comunidades	19-07-2011	3

Preparación del lugar para actividad	20-07-2011	2
Desarrollo de actividad	20-07-2011	6
Total de horas		21

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera, local

- **Humanos**

Estudiante EPS

Personal de INTECAP

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

1.7 Cuarto servicio

Talleres sobre estrategias de precios

a. Objetivo

Que los cinco asociados de Flor de mi Tierra tengan los conocimientos básicos, acerca de cómo asignarles precios a los productos que elaboran, para poder ser mas competitivos en el mercado

b. Estrategias

- Dar a conocer las estrategias de fijación de precios
- Conocer los precios de la competencia
- Buscar asesores

c. Cronograma de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	21-07-2011	3
Preparación de materiales	21-07-2011	5
Reunión con presidenta	22-07-2011	2
Preparación del lugar para actividad	22-07-2011	2
Desarrollo de actividad	22-07-2011	6
Total de horas		15

Fuente: Elaboración Propia

d. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera, local

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

1.7 Quinto Servicio

Capacitaciones sobre como comercializar productos artesanales

a. Objetivo

Que cinco personas que pertenecen a la asociación de Flor de mi Tierra, tengan una visión más amplia y puedan tener mas contactos comerciales

b. Estrategias

- Dar a conocer los diferentes canales de distribución que pueden utilizar para comercializar sus productos
- Ubicar nuevos contactos comerciales
- Buscar asesoría a través de la municipalidad

c. Cronograma de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	25-07-2011	3
Preparación de materiales	25-07-2011	5
Reunión con presidenta	26-07-2011	2
Preparación del lugar para actividad	26-07-2011	4
Desarrollo de actividad	27-07-2011	6
Total de horas		20

Fuente: Elaboración Propia

d. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera, local.

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante

1.8 Sexto servicio

Realizar capacitaciones de promoción y aplicarlas

a. Objetivo

Que los cinco artesanos de la asociación del municipio de San Luis Jilotepeque, mejoren los conocimientos y den a conocer los productos

b. Estrategias

- Dar a conocer las mejores opciones de publicidad que pueda adecuarse al producto
- Diseñar anuncios publicitarios
- Buscar asesores

c. Cronograma de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	28-07-2011	3
Preparación de materiales	28-07-2011	5
Reunión con presidenta	29-07-2011	2
Preparación del lugar para actividad	29-07-2011	4
Desarrollo de actividad	30-07-2011	6
Total de horas		17

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante

1.9 Séptimo servicio

Realizar charlas acerca de promociones

a. Objetivo

Que los asociados de Flor de mi Tierra, mantengan los clientes que ya posee y llame la atención de nuevos clientes

b. Estrategia

Darles a conocer los diferentes tipos de promoción que se pueden aplicar

c. Cronograma de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	01-08-2011	3
Preparación de materiales	01-08-2011	5
Reunión con presidenta	02-08-2011	2
Preparación del lugar para actividad	02-08-2011	4
Desarrollo de actividad	03-08-2011	6
Total de horas		17

Fuente: Elaboración propia

e. Recursos

• **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera, computadora

• **Humanos**

Estudiante EPS

• **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante

CAPITULO II

GESTIONES

2.1 Justificación

El plan de gestiones tiene como finalidad que el estudiante del Ejercicio profesional Supervisado intervenga en una serie de actividades, las cuales están ligadas al desarrollo integral de la asociación, con las gestiones que se propondrán se tiene como objetivo el crecimiento de la asociación, mejoramiento de las instalaciones, una mejor ubicación, es por eso que se hace necesaria la participación del estudiante en una serie actividades que serán descritas.

2.2 Descripción del problema

En la asociación Flor de mi Tierra de San Luis Jilotepeque, en la actualidad carece de servicios como ejemplo instalaciones inadecuadas, canales de distribución incipientes, lo que provoca que la asociación Flor de mi Tierra, no pueda desarrollarse de una manera exitosa, teniendo obstáculos para la comercialización de los productos de barro que elaboran de forma artesanal.

2.3 Primera Gestión

Gestionar para la adquisición de un nuevo mobiliario como parte de la remodelación del local comercial que ocupa la asociación Flor de Mi Tierra

a. Objetivo

Que los artesanos obtengan un lugar adecuado donde puedan exhibir, los productos y obtener una mejor opción en las ventas de los mismos

b. Estrategia

- Realizar una junta con el alcalde municipal y exponer el caso
- Gestionar ante el consejo de desarrollo

c. Cronograma de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Reunión con presidente	04-08-2011	3
Reunión con asociados	04-08-2011	5
Reunión con alcalde	05-08-2011	2
Realización de pintura	05-08-2011 al 09-08-2011	15
Total de horas		25

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, escritorio.

- **Humanos**

Estudiante EPS
Asociados

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante y por la municipalidad.

2.4 Segunda Gestión

Facilitar infraestructura necesaria para el funcionamiento de la asociación a través de gestiones en la municipalidad y comercios del municipio.

a. Objetivo

Que los asociados puedan exhibir sus productos de una manera mas eficiente

b. Estrategia

- Pedir apoyo a la municipalidad
- Gestionar ante comercios del municipio

c. Cronograma de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Reunión con presidente	10-08-2011	3
Reunión con asociados	10-08-2011	2
Recaudar ayuda con comerciantes	11-08-2011	4
Desarrollo de actividades	12 -08-2011	3
Total de horas		12

Fuente: Elaboración propia

e. Recursos

• Materiales

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, escritorio.

- **Humanos**

Estudiante EPS

Asociados

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

Por la municipalidad y comercios del municipio.

2.5 Tercera gestión

Llevar a cabo una feria de productos artesanales en el municipio de San Luis Jilotepeque, Jalapa.

a. Objetivo

Incrementar las ventas y que los artesanos puedan observar nuevas culturas en relación a los productos que elaboran

b. Estrategias

- Contactar artesanos de otras comunidades
- Realizar la actividad en tiempo de feria patronal del municipio por la aglomeración de personas que lo visitan

c. Cronograma de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Reunión con presidente	15-08-2011	2
Reunión con asociados	16-08-2011	2
Reunión con el alcalde	16-08-2011	2
Contactar artesanos	16 -08-2011	3
Desarrollo de actividad	Del 20 al 24-08-2011	40
Total de horas		49

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, escritorio.

- **Humanos**

Estudiante EPS

Asociados

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante y por la municipalidad y comercios del municipio.

CAPITULO III

PROYECTO

3.1 Justificación

En la actualidad en la asociación Flor de mi Tierra, ubicada en el municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa, no cuenta con una investigación de mercado, la cual les pueda indicar los gustos y preferencias que tengan los clientes potenciales del municipio o de los diferentes departamentos que puedan visitarlos.

Por tal razón es necesario conocer tanto gustos y preferencias, las cantidades de productos a producir para poder satisfacer la demanda que estos posean.

3.2 Planteamiento del problema

La asociación Flor de mi Tierra, del municipio de San Luis Jilotepeque, Jalapa, carece de los conocimientos técnicos acerca de los gustos y preferencias y además tienen un exceso de producción y una baja en ventas.

3.2 Objetivo

Los cinco asociados tienen los conocimientos técnicos, sobre los gustos y preferencias, así como las cantidades que deben de producir y las fechas en que los productos de barro son mas vendidos.

3.3 Estrategias

- Se realizará un estudio de mercado donde nos indique los gustos y preferencias de los clientes potenciales, así mismo las cantidades y fechas en que deben producir
- Se entregará los documentos de los resultados a los asociados

3.4 Cronograma de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	26-08-2011	2
Preparación de materiales	26-08-2011	2
Realización de encuestas	27-08-2011	4
Pasar encuestas	28 -08-2011	8
Tabular información	29-08-2011	8
Elaboración de documento	Del 01 al 02-09-2011	13
Total de horas		37

Fuente: Elaboración propia

e. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, escritorio.

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

4. Resumen de actividades

Servicio	Horas
Taller “Desarrollo de nuevos productos con ventajas en un ambiente competitivo”	12
Mejoramiento de los conocimientos sobre diseños y características de los productos	15
Taller sobre diversidad de productos	21
Talleres sobre estrategias de precios	15
Capacitaciones sobre como comercializar productos artesanales	20
Realizar capacitaciones de promoción y aplicarlas	17
Realizar charlas acerca de promociones	17
Total de horas servicios	117

Fuente: elaboración propia

Gestiones	Horas
Gestionar para la obtención de un nuevo mobiliario	25
Facilitar infraestructura necesaria para el funcionamiento de la asociación a través de gestiones en la municipalidad y comercios del municipio.	12
Llevar a cabo una feria de productos artesanales en el municipio de San Luis Jilotepeque, Jalapa.	49
Total de horas	86

Fuente: elaboración propia

Perfil de Proyecto	Horas
Estudio de mercado	37
Total de horas	37

Fuente: elaboración propia

TITULO III
CAPITULO I
SERVICIOS PRESTADOS

1.1 Justificación

En la actualidad los miembros de la asociación Flor de mi Tierra, carecía de los conocimientos necesarios para poder comercializar los productos artesanales de barro que se elaboran en el municipio de San Luis Jilotepeque, por lo que fue necesaria la implementación de charlas, talleres y capacitaciones para mejorar los procesos de producción, y que los productos estén debidamente identificados por etiqueta y marca.

Recordando que la competencia está en cambios constantes, fue necesario el mejoramiento de la calidad de los productos, así como una diversificación en los mismos que en la actualidad los artesanos del municipio de San Luis Jilotepeque, elaboran, estos cambios conllevan a un crecimiento en el mercado local.

Con el Ejercicio Profesional Supervisado, la asociación Flor de mi Tierra, obtuvo un mejoramiento de la calidad de los productos de barro, así como los conocimientos técnicos que pueden aplicar para un mejor funcionamiento de la misma.

Además, se capacitó a los productores, sobre la forma de establecer precios, que factores son los que deben considerarse, los costos, la competencia, la distribución, etc.

Así mismo, se dio una formación a los miembros de la Asociación Flor de Mi tierra, sobre la importancia de la publicidad, las promociones, como un medio de influir en la decisión de compra de los clientes.

Las actividades realizadas dentro de la asociación tuvieron como beneficios el conocimiento del mercado meta, el reconocimiento de los gustos y preferencias de

los clientes y cantidades de productos que deberían de elaborar con las fechas en que los clientes potenciales prefieren adquirirlos.

Por lo anterior descrito fue necesario que el estudiante del EPS participara en diferentes actividades, para poder compartir y poner en práctica los conocimientos y técnicas adquiridas durante el tiempo de estudios en el Centro Universitario de Oriente –CUNORI-.

1.2 Descripción del problema resuelto

A pesar de contar ya con más de 10 años de operación, la Asociación Flor de Mi Tierra, producía y vendía sus productos, sin considerar la importancia del mercado para incrementar sus ventas.

Sus productos no eran conocidos, no estaban identificados con una marca propia, se desconocía cuánto era el margen de utilidad, la forma de establecer precios, el canal adecuado para vender, etc.

Por ello se realizó capacitaciones, para que puedan tener un mejor panorama de su mercado, sus productos, precios, etc.

Ahora, ya cuentan con más información para la toma de decisiones, conocen nuevas forma de producir, nuevos diseños, etiquetas a colocar para identificarlos, detalle de precios, etc.

1.3 Primer servicio ejecutado

Taller: Desarrollo de nuevos productos con ventajas en un ambiente competitivo

a. Objetivo logrado

Se mejoro el conocimiento de cinco productores artesanos, sobre la importancia de la diversidad de productos y técnicas para poder realizarlos

b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos

- Realización de trifoliales acerca del tema
- Se implementó el taller acerca de diversidad y calidad de productos

c. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	11-07-2011	3
Preparación de materiales	11-07-2011	2
Reunión con presidenta	11-07-2011	2
Desarrollo de actividad	12-07-2011	5
Total de horas		12

Fuente: Elaboración propia.

d. Recursos empleados

- **Materiales**

Para esta actividad fué necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

e. Limitaciones

En el cumplimiento de este servicio no se conto con ningún inconveniente y se contó con la participación de los cinco artesanos con que cuenta la asociación.

1.4 Segundo servicio prestado

Mejoramiento de los diseños y características de los productos de barro.

a. Objetivos logrados

Se instruyó a cinco artesanos sobre nuevos diseños que pueden utilizar para la fabricación de artesanías elaboradas a base de barro.

Además se diseñó un logotipo, con el nombre de la Asociación, para identificar los productos, a través de una etiqueta.

b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos

- Se les dio a conocer a los asociados la importancia de poseer una diversidad de productos adecuada, para poder crecer en el mercado
- Se les llevo sugerencias de etiquetas y de marcas
- Se realizaron consultas a expertos sobre desarrollo de nuevos productos

c. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	13-07-2011	3
Preparación de materiales	13-07-2011	5
Reunión con presidenta	14-07-2011	2
Desarrollo de actividad	15-07-2011	5
Total de horas		15

Fuente: Elaboración Propia

d. Recursos empleados

- **Materiales**

Para esta actividad fue necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

e. Limitaciones

En el cumplimiento de este servicio no se conto con ningún inconveniente y se contó con la participación de los cinco artesanos con que cuenta la asociación.

1.5 Tercer servicio ejecutado

Taller: Diversificación de productos y mejoramiento de calidad

a. Objetivo logrado

Se instruyó a los miembros de la Asociación, sobre una forma tecnificada de producir artesanías a base de barro.

Esto incrementará la productividad de la producción de dichas artesanías, reduciendo tiempo, esfuerzo, dinero, y disminuyendo desperdicio de material.

b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos

- Capacitación técnica de producción
- Asesoría de un técnico del INTECAP

c. Ejecución del programa de actividades

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	18-07-2011	3
Preparación de materiales	18-07-2011	5
Reunión con presidenta	19-07-2011	2
Contactar líderes de otras comunidades	19-07-2011	3
Preparación del lugar para actividad	20-07-2011	2
Desarrollo de actividad	20-07-2011	6
Total de horas		21

Fuente: elaboración propia

d. Recursos empleados

- **Materiales**

Para esta actividad fué necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

e. Limitaciones

En el cumplimiento de este servicio no se conto con ningún inconveniente y se contó con la participación de los cinco artesanos con que cuenta la asociación.

1.6 Cuarto servicio ejecutado

Taller: Estrategias de precios

e. Objetivo logrado

Se instruyó a los cinco miembros de la Asociación sobre los factores que se deben tomar en cuenta para el establecimiento de precios, como el mercado, los costos de producción, de distribución, la competencia, etc.

f. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos

- Dar a conocer las estrategias de fijación de precios
- Conocer los precios de la competencia

g. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	21-07-2011	3
Preparación de materiales	21-07-2011	5
Reunión con presidenta	22-07-2011	2
Preparación del lugar para actividad	22-07-2011	2
Desarrollo de actividad	22-07-2011	6
Total de horas		15

Fuente: Elaboración Propia

d. Recursos empleados

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante.

e. Limitaciones

En el cumplimiento de este servicio no se conto con ningún inconveniente y se contó con la participación de los cinco artesanos con que cuenta la asociación.

1.7 Quinto servicio ejecutado

Taller: Comercialización de productos artesanales elaborados a base de barro.

a. Objetivo logrado

Se ofreció tres nuevas formas de comercializar los productos, buscando intermediarios detallistas, como tiendas de abarroterías ubicadas estratégicamente en aldeas del municipio.

Además, se dieron técnicas de venta, para el personal que se encuentra en las instalaciones de la Asociación.

b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos

- Dar a conocer los diferentes canales de distribución que pueden utilizar para comercializar sus productos
- Ubicar nuevos contactos comerciales

c. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	25-07-2011	3
Preparación de materiales	25-07-2011	5
Reunión con presidenta	26-07-2011	2
Preparación del lugar para actividad	26-07-2011	4
Desarrollo de actividad	27-07-2011	6
Total de horas		20

Fuente: Elaboración Propia

d. Recursos empleados

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante

e. Limitaciones

En el cumplimiento de este servicio no se conto con ningún inconveniente y se contó con la participación de los cinco artesanos con que cuenta la asociación.

1.8 Sexto servicio ejecutado

Capacitación: La importancia de la publicidad y su aplicación para productos artesanales a base de barro.

a. Objetivo

Se mejoró el conocimiento de cinco artesanos de la Asociación, sobre la publicidad y cómo se aplica en los productos artesanales a base de barro.

b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos

- Dar a conocer las mejores opciones de publicidad que pueda adecuarse al producto.
- Diseñar anuncios publicitarios
- Buscar asesoramientos

c. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	28-07-2011	3
Preparación de materiales	28-07-2011	5
Reunión con presidenta	29-07-2011	2
Preparación del lugar para actividad	29-07-2011	4
Desarrollo de actividad	30-07-2011	6
Total de horas		17

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos empleados

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante

e. Limitaciones

En el cumplimiento de este servicio no se conto con ningún inconveniente y se contó con la participación de los cinco artesanos con que cuenta la asociación.

1.9 Séptimo servicio ejecutado

Taller: La mezcla promocional aplicada a los productos artesanales elaborados a base de barro.

d. Objetivo logrado

Se mejoró el conocimiento de cinco artesanos sobre la mezcla promocional, como un recurso para influir en las decisiones de compra de los clientes reales y potenciales de la Asociación Flor de Mi Tierra.

e. Estrategia empleadas en el logro de los objetivos

- Darles a conocer los diferentes tipos de promoción que se pueden aplicar
- Se incito a los asociados a aplicar promociones

f. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	01-08-2011	3
Preparación de materiales	01-08-2011	5
Reunión con presidenta	02-08-2011	2
Preparación del lugar para actividad	02-08-2011	4
Desarrollo de actividad	03-08-2011	6
Total de horas		17

Fuente: Elaboración propia

e. Recursos empleados

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, libros bibliográficos, escritorio, cañonera

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante

e. Limitaciones

En el cumplimiento de este servicio no se conto con ningún inconveniente y se contó con la participación de los cinco artesanos con que cuenta la asociación.

CAPITULO II

GESTIONES EJECUTADAS

2.1 Justificación

En el diagnóstico realizado, se detectó una serie de necesidades que tiene la Asociación Flor de Mi Tierra, las cuales son satisfechas a través de una serie de gestiones realizadas por el estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado. Entre ellas se mencionan, la gestión de un nuevo mobiliario, el cual es útil para las labores administrativas de la Asociación.

También se gestionó el mejoramiento de las instalaciones donde opera la Asociación, pintando todo el lugar, y arreglando todo tipo de grietas en la pared.

Además, se gestionó la realización de la feria de productos, para dar a conocer la variedad de artesanías que se elaboran.

2.2 Descripción del problema resuelto

La asociación Flor de mi Tierra de San Luis Jilotepeque, Jalapa, tenía instalaciones inadecuadas para poder operar en forma eficiente, mostrando características como la decoloración de las paredes, así como grietas en el mismo; además el mobiliario no estaba en buenas condiciones.

Por ello, se gestionó el mejoramiento de las instalaciones, pintando nuevamente el local, de blanco hueso, color neutral, para que haga sobresalir el color rojizo y café de los productos artesanales, elaborados a base de barro.

Además, se gestionó la compra de un nuevo mobiliario para facilitar las operaciones administrativas.

2.3 Primera gestión ejecutada

Obtención de mobiliario administrativo

a. Objetivo logrado

La adquisición de un nuevo mobiliario que permitirá exhibir de una forma mas ordenada los productos artesanales elaborados a base de barro.

b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos

- Se realizó una junta con el alcalde municipal y se expuso el caso
- Se gestionó ante el consejo de desarrollo

c. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Reunión con presidente	04-08-2011	3
Reunión con asociados	04-08-2011	5
Reunión con alcalde	05-08-2011	2
Compra y traslado del mobiliario a las instalaciones.	05-08-2011 al 09-08-2011	15
Total de horas		25

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos empleados

• Materiales

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, escritorio.

- **Humanos**

Estudiante EPS

Asociados

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante y por la municipalidad.

e. Limitaciones

En el cumplimiento de esta gestión no se conto con ningún inconveniente y se contó con la participación de los cinco artesanos con que cuenta la asociación.

2.4 Segunda gestión ejecutada

Remodelación de las instalaciones de la Asociación Flor de Mi Tierra

a. Objetivo logrado

Se eliminó toda grieta que existía en las paredes, y luego se pintó con un color blanco hueso, para hacer resaltar el color de los productos que se exponen.

b. Estrategia empleada para el logro del objetivo

Pedir apoyo a la municipalidad y a algunos comercios de la localidad

c. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Reunión con presidente	10-08-2011	3
Reunión con asociados	10-08-2011	2

Recaudar ayuda con comerciantes	11-08-2011	4
Desarrollo de actividades	12 -08-2011	3
Total de horas		12

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, escritorio.

- **Humanos**

Estudiante EPS

Asociados

- **Financiero**

La actividad estará costeadada por el estudiante y por la municipalidad y comercios del municipio.

e. Limitaciones

Para la ejecución de esta gestión se tuvo como inconveniente la participación de los asociados, porque solo se obtuvo la participación de uno de ellos.

2.5 Tercera gestión ejecutada

Realización de una feria de productos artesanales, en forma coordinada con otras comunidades.

a. Objetivo logrado

Se participó en una feria de productos artesanales, donde se logró que los artesanos miembros de la Asociación Flor de Mi Tierra, puedan tener un panorama más amplio de la comercialización de productos, además tener nuevos contactos para su desarrollo y crecimiento.

b. Estrategias empleadas en el logro de los objetivos

- Contactar artesanos de otras comunidades
- Realizar la actividad en tiempo de feria patronal del municipio por la aglomeración de personas que lo visitan

c. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Reunión con presidente	15-08-2011	2
Reunión con asociados	16-08-2011	2
Reunión con el alcalde	16-08-2011	2
Contactar artesanos	16 -08-2011	3
Desarrollo de actividad	Del 20 al 24-08-2011	40
Total de horas		49

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos empleados

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, escritorio.

- **Humanos**

Estudiante EPS

Asociados

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante y por la municipalidad y comercios del municipio.

e. Limitaciones

Para la ejecución de esta gestión se tuvo como inconveniente que solo se nos fue otorgado un día para la elaboración de la feria artesanal en el municipio de San Luis Jilotepeque, Jalapa.

CAPITULO III

PERFIL DEL PROYECTO

3.1 Justificación

La Asociación Flor de Mi Tierra, carece de conocimientos relacionados a la oferta y demanda de los productos artesanales elaborados a base de barro, lo cual imposibilita diseñar estrategias mercadológicas para incrementar sus ventas.

Es por ello, que el estudio pretende dar a conocer la situación actual de mercado de dichos productos, lo cual permitirá tomar decisiones más acertadas, y garantizar un crecimiento y desarrollo constante para la asociación.

Además, en la medida que la demanda se incremente, hará necesario contar con mayor mano de obra, para la satisfacción de la misma.

Para la recolección de información se elaboraran instrumentos, como el cuestionario y la guía de entrevista, los cuales podrán ser utilizados en futuras investigaciones, así como en otros municipios.

3.2 Descripción del problema resuelto

La asociación Flor de mi Tierra, ahora cuenta con los conocimientos técnicos sobre los gustos y preferencias, así como las cantidades que deben producir y las fechas en que los productos de barro son más vendidos.

a. Objetivo logrado

Se realizó una investigación de mercados el cual permitió conocer la situación actual de la oferta y demanda de los productos artesanales, elaborados a base de barro.

b. Estrategias empleadas para el logro de los objetivos

- Se realizó un estudio de mercado donde nos indica los gustos y preferencias de los clientes potenciales, así mismo las cantidades y fechas en que deben producir
- Se entregó los documentos de los resultados a los asociados

c. Ejecución del programa de actividades planificadas

Actividad	Fecha	Número de horas
Preparación bibliográfica	26-08-2011	2
Preparación de materiales	26-08-2011	2
Realización de encuestas	27-08-2011	4
Pasar encuestas	28 -08-2011	8
Tabular información	29-08-2011	8
Elaboración de documento	Del 01 al 02-09-2011	13
Total de horas		37

Fuente: Elaboración propia

d. Recursos empleados

- **Materiales**

Para esta actividad se es necesario la utilización de: Computadora, papel, impresoras, escritorio.

- **Humanos**

Estudiante EPS

- **Financieros**

La actividad estará costeadada por el estudiante

e. Limitaciones

Para la ejecución del perfil del proyecto no se conto con ninguna dificultad.

Bibliografía

William j. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Wilker, (2004). Fundamentos de Marketing. México: Editorial McGraw-Hill. Octava Edición.

Kotler, Philip y Gary Armstrong, (2001). Fundamentos de Marketing. México: Editorial Pearson. Octava Edición.

Hernández Sampieri, Roberto; Carlos Fernández Collado; Pilar Baptista Lucio; (2002). Metodología de la investigación, México: Tercera Edición, Editorial McGraw-Hill; Interamericana de México.

Ferrel OC., Hartline Michael D, Lucas Jr. George H. (2002). Estrategias de Marketing, México: Segunda Edición, Editorial Thomson.

Stanton William J., (2002). Fundamentos de mercadotecnia, México D.F.: McGraw-Hill.

Appendice

Apéndice 1

Fotografías del proceso de producción









CONCLUSIONES

- La asociación Flor de Mi Tierra, se dedica únicamente a la producción de artesanías elaboradas con barro; siendo el principal producto el cántaro, el cual es el que tiene mayor demanda y que su venta es el que generalmente sostiene la operación de dicha asociación. Las artesanías en el lugar son las que generan la principal fuente de ingresos para las mujeres del municipio, beneficiando a más de treinta familias. La demanda de sus productos se ha estancado, representando el 2% de consumo de la población total del municipio de San Luis Jilotepeque.
- Se determinó que la asociación Flor de Mi Tierra utiliza como método para establecimiento de precios solo el costo de producción más un margen de utilidad; sin embargo la información de los costos solo considera la materia prima, obviando la mano de obra. Si se considera el costo de la materia prima y la mano de obra, el costo de producción representa el 60% al valor de su precio; esto es aplicable a todos los productos artesanales elaborados a base de barro.
- La asociación Flor de Mi Tierra utiliza dos tipos de canal, siendo el primero productor detallista y consumidor final; los intermediarios detallistas son generalmente tiendas ubicadas en el sector urbano y rural del municipio de San Luis Jilotepeque, departamento de Jalapa. El otro canal utilizado es productor al consumidor final; esto no afecta la comercialización del producto pues el intermediario detallista vende el mismo precio que el productor al consumidor final.
- La asociación Flor de Mi Tierra no realiza ningún tipo de publicidad para promover las ventas, pues considera que no es necesario e importante, que

solo genera costos operativos. Los miembros de la asociación argumentan que la tienda es lo suficientemente conocida como para realizar esfuerzos en la publicidad, además el margen de utilidad que deja cada producto no es suficiente para realizar dicha actividad. Esta forma de pensar afecta la productividad de la asociación, considerando que la publicidad debe ser vista como una inversión no como un gasto y que el único objetivo es incrementar las ventas; a mayor publicidad mayor venta. Como promociones solo realizan el descuento por volumen, es decir por docena de productos.

RECOMENDACIONES

- Implementar los nuevos diseños para las artesanías elaboradas a base de barro
- Considerar la mano de obra como un elemento del costo de producción, para el establecimiento de un precio adecuado, que ofrezca un margen de utilidad real.
- Vender los diferentes productos elaborados por la Asociación, a tiendas detallistas ubicadas en aldeas principales, cercanas al municipio de San Luis Jilotepeque, con el propósito de contar con mayor cobertura y participación de mercado.
- Considerar la publicidad como un recurso que sirve para comunicar la variedad y calidad de productos que ofrece la Asociación Flor de Mi Tierra; además considerar aplicar promociones que sean atractivas al cliente real y potencial.

BIBLIOGRAFIA

William j. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Wilker, (2004).Fundamentos de Marketing. México: Editorial McGraw-Hill. Octava Edición.

Kotler, Philip y Gary Armastrong, (2001). Fundamentos de Marketing. México: Editorial Pearson. Octava Edición.

Hernández Sampieri, Roberto; Carlos Fernández Collado; Pillar Baptista Lucio; Metodología de la investigación, México: Tercera Edición, Editorial McGraw-Hill;Interamericana de de México, 2002.

Ferrel OC., Hartline Michael D, Lucas Jr. George H. Estrategias de Marketing, México: Segunda Edición, Editorial Thomson, 2002.

Stanton William J., Fundamentos de mercadotecnia, México D.F,: McGraw-Hill, 1998.