

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE
LICENCIATURA EN LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON
ÉNFASIS EN GERENCIA**

**LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y SU
IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL
PROYECTO “FERIA HECHO AQUÍ”, QUE
REALIZA EL CENTRO DE PRODUCCIÓN
ARTÍSTICA Y CULTURAL DEL MINISTERIO
DE CULTURA Y JUVENTUD EN EL AÑO 2016.**

Sustentante:

José Pablo Ramírez Williams

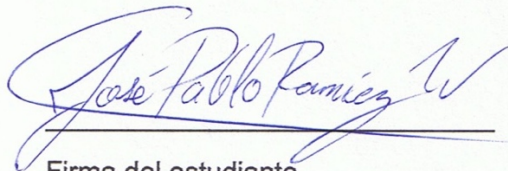
TUTOR:

Maritza Castellón Alvarado

Agosto, 2017

DECLARACIÓN JURADA

Yo José Pablo Ramírez Williams, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 1-1178-0019, egresado de la carrera de Administración de Negocios con énfasis en Gerencia de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Gerencia, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: La planificación estratégica y su impacto en el desarrollo del proyecto "Feria Hecho Aquí", que realiza el centro de producción artística y cultural del ministerio de cultura y juventud en el año 2016, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los catorce días del mes de julio del año dos mil diecisiete.



Firma del estudiante

Cédula: 1-1178-0019

CARTA DEL TUTOR

Tibás 13 de julio del 2017.

Universidad Hispanoamericana
Sede Llorente
Administración de Negocios

Estimados señores:

El estudiante José Pablo Ramírez Williams, cédula de identidad número 1.1178-0019, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"LA PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO "FERIA HECHO AQUÍ", QUE REALIZA EL CENTRO DE PRODUCCIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL DEL MINISTERIO DE CULTURA Y JUVENTUD EN EL AÑO 2016."**. El cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Gerencia.

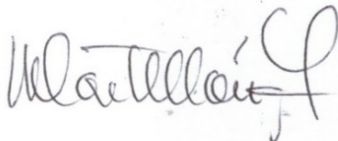
En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
C)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,



Maritza Castellón Alvarado
Cédula identidad Número 1-0862-0937

07 de agosto del 2017

Universidad Hispanoamericana
Sede Llorente
Administración de Negocios

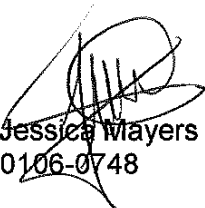
Estimado señor

La estudiante José Pablo Ramírez Williams cedula 1-1178-0019 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“La planificación estratégica y su impacto en el desarrollo del proyecto “Feria Hecho aquí” que realiza en el Centro de Producción Artística y Cultural del Ministerio de Cultura y Juventud en el año 2016”**, el cual han elaborado para obtener su grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Gerencia.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atte.


Licda. Jessica Mayers Marin
Ced 9-0106-0748

11 de Agosto del 2017

Señores

Comisión de Trabajos Finales de Graduación
Universidad Hispanoamericana
Carrera de Administración de Empresas
Énfasis en Gerencia

Estimados señores:

Yo Noel Molina Blanco, cédula ocho cero cuarenta y seis cero ochenta y siete, vecino de San Juan de Tibás, de profesión Licenciado en Filología clásica, y que cuento con conocimientos y experiencia en revisión filológica de textos, doy fe de haber revisado el Trabajo Final de Graduación del sustentante José Pablo Ramírez Williams, titulado: "La planificación estratégica y su impacto en el desarrollo del proyecto "Feria Hecho Aquí", que realiza el centro de producción artística y cultural del ministerio de cultura y juventud en el año 2016", para optar por el grado de Licenciatura en Gerencia.

Después de la revisión y corrección de la estudiante, considero que el Informe del Trabajo Final de Graduación indicado anteriormente, cuenta con la revisión y corrección filológica en aspectos fundamentales que lo hacen apto para ser presentado al proceso de evaluación de los Trabajos Finales de Graduación en el nivel de Licenciatura.

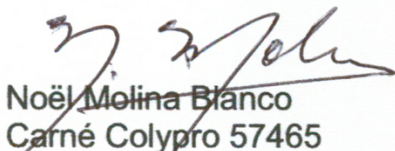
Quedo a su disposición para cualquier consulta en:

Email: noelmolina16@hotmail.com

Teléfono celular: 84199224

Carné Colypro 57465

De ustedes muy atentamente,



Noel Molina Blanco
Carné Colypro 57465

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a las señoras Loyda Pretiz y Seidy Acuña, quienes amablemente me han facilitado la información sobre la Feria en el año 2016, recopilada durante el desarrollo de esta tesis.

A Denisse Barrantes por todo el apoyo incondicional y las palabras de motivación que nunca faltaron en los momentos en que más los necesité, por esos abrazos que sin duda siempre me reconfortaron para tomar un segundo aire.

DEDICATORIA

Quiero darle gracias a Dios por estar presente en mi vida y en mi corazón. Dedico esta tesis a mi familia, les doy las gracias a cada uno de ellos por su apoyo durante mi carrera, pues fueron quienes estuvieron impulsándome en todo momento.

A mi abuelita Dora, quien siempre se preocupó por mi bienestar y estuvo al tanto de todo para que yo esté bien, en especial con su inmenso cariño, para que yo saliera adelante. Aunque durante el desarrollo de esta tesis nos dejaste para partir al cielo, tu recuerdo será como un faro de luz el resto de mi vida.

A mi tía y madrina Vera, quien estuvo anuente a darme un buen consejo siempre que lo necesité y a escucharme cada vez que tuve dificultades, para las cuales siempre sabe darme una solución.

A mi hermano Pedro, por su apoyo constante en todo lo que hago y con quien he compartido tanto en esta vida. A mi padrastro José, quien sin tener obligación alguna me ha ayudado a salir adelante y se ha convertido en un impulso para mi persona.

Y por último, pero no menos importante, a mi madre Alejandra quien desde un principio se esforzó por darme el privilegio de estudiar, de lograr ser un profesional y de seguir adelante aun cuando muchas veces la situación se tornara difícil.

ÍNDICE

ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLA	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvi
DEDICATORIA.....	xvii
AGRADECIMIENTO.....	xviii
CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
1.1.1 Antecedentes del problema	20
1.1.2 Problematización del problema	21
1.1.3 Justificación del problema	22
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	23
1.3 OBJETIVOS	24
1.3.1 Objetivo general	24
1.3.2 Objetivos específicos	26
1.4 ALCANCES Y LÍMITES DEL PROBLEMA	28
1.4.1 Alcances	28

1.4.2	Limitaciones	29
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....		30
2.1	CONTEXTO HISTÓRICO	31
2.1.1	El Ministerio de Cultura y Juventud.....	31
2.1.2	El Centro de Producción Artística y Cultural	33
2.1.3	La Feria Hecho Aquí	35
2.2	CONTEXTO TEÓRICO – CONCEPTUAL	36
2.2.1	Concepto de Administración.	36
2.2.2	La administración como proceso.	37
2.2.3	El Proceso Administrativo.	38
2.2.3.1	Administración global.	39
2.2.3.2	Planeación	40
2.2.3.3	Concepto de organización	40
2.2.3.4	Dirección	41
2.2.3.5	Control.....	42
2.2.4	Planificación estratégica.	43
2.2.5	Administración de proyectos.....	44

2.2.5.1 Concepto básico de administración de proyectos.....	45
2.2.5.2 Ciclo de vida.....	45
2.2.5.3 Etapas de un proyecto.	46
2.2.5.4 Herramientas de seguimiento de proyectos.....	48
2.2.6 Definición de presupuesto.	50
2.2.6.1 Clasificación de presupuestos.	50
2.2.7 Definición de costos y gasto.	54
2.2.7.1 Clasificación de costos.....	54
2.2.7.2 Costos directos y costos indirectos.....	56
2.2.7 Definición de feria.	57
2.2.7.1 Clasificación de las ferias.....	58
2.2.7.2 El ciclo de vida de las ferias.....	59
2.3 HIPÓTESIS.....	60
2.3.1 Variable Independiente.....	61
2.3.2 Variable Dependiente.....	63
2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	65
CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO.....	66

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	67
3.1.1 Finalidad.....	67
3.1.2 Dimensión temporal	68
3.1.3 Marco	69
3.1.4 Naturaleza.....	70
3.1.5 Carácter	71
3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN.....	72
3.2.1 Primera mano.....	72
3.2.2 Segunda mano.....	74
3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO.....	75
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN	76
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	80
3.5.1 Definición conceptual, operativa e instrumental de las variables.....	80
CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	86
4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN VIGENTE	87
4.1.1 Diagnóstico de la situación.	87
4.1.2 Descripción de los datos.	88

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	138
5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	139
CAPÍTULO VI PROPUESTA.....	147
6.1 INTRODUCCIÓN.....	148
6.2 PLAN DE ACCIÓN	149
6.3 PRESUPUESTO.....	155
BIBLIOGRAFÍA	156
ANEXOS	163

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 - Edad	88
Tabla 2 - Sexo	89
Tabla 3 - Ediciones en las que ha participado	91
Tabla 4 - Categoría de Artesanía en la que participó.....	92
Tabla 5 - Participará en la siguiente edición.	94
Tabla 6 Costo de participación en la feria.	95
Tabla 7 - Durante la o las ferias que ha participado ¿Tuvo problemas con la producción?.....	96
Tabla 8 - ¿Hubo alguien de la producción que solucionara los problemas que se presentaron?	98
Tabla 9 - Opinión del lugar físico donde se desarrolló la Feria.	99
Tabla 10 - Opinión de los horarios de la feria.	101
Tabla 11 - Opinión sobre la seguridad del lugar	102
Tabla 12 - Opinión sobre la limpieza del lugar.	103
Tabla 13 - Opinión sobre la calidad de las ventas de comida.....	105
Tabla 14 - Opinión sobre la visitación que tuvo la feria en el año 2016.....	106

Tabla 15 - Costo de participación adecuado y compensado con las ventas. ...	108
Tabla 16 - Opinión sobre expectativas de ventas.	109
Tabla 17- Nivel de satisfacción de la feria Hecho Aquí 2016.	110
Tabla 18 - Cantidad de ferias participadas por sexo.	112
Tabla 19 - Categoría de Artesanía por sexo.	113
Tabla 20 - Expectativas de ventas por sexo.	115
Tabla 21 - Expectativa de ventas por edad.	116
Tabla 22 - Opinión de costos por las ferias que ha participado.	118
Tabla 23 - Visitación por costo adecuado.	120
Tabla 24 - Categoría de Artesanía por nivel de satisfacción.	122
Tabla 25 - Opinión de lo peor y lo mejor de la feria.	124
Tabla 26 Presupuesto de la propuesta	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Edad	88
Gráfico 2 - Sexo	90
Gráfico 3 - Ediciones en las que ha participado.....	91
Gráfico 4 - Categoría de Artesanía en la que participó.	93
Gráfico 5 Participará en la siguiente edición.	94
Gráfico 6 - Costo de participación en la feria.	95
Gráfico 7 - Durante la o las ferias que ha participado ¿Tuvo problemas con la producción?.....	97
Gráfico 8 - ¿Hubo alguien de la producción que solucionara los problemas que se presentaron?	98
Gráfico 9 - Opinión del lugar físico donde se desarrolló la Feria.	100
Gráfico 10 - Opinión de los horarios de la feria.	101
Gráfico 11 - Opinión sobre la seguridad del lugar	102
Gráfico 12 - Opinión sobre la limpieza del lugar	104
Gráfico 13 - Opinión sobre la calidad de las ventas de comida.	105
Gráfico 14 - Opinión sobre la visitación que tuvo la feria en el año 2016.	107

Gráfico 15 - Costo de participación adecuado y compensado con las ventas..	108
Gráfico 16 - Opinión sobre expectativas de ventas.....	109
Gráfico 17 - Nivel de satisfacción de la feria Hecho Aquí 2016.	111
Gráfico 18 - Cantidad de ferias participadas por sexo.	112
Gráfico 19 - Categoría de Artesanía por sexo.....	114
Gráfico 20 Expectativas de ventas por sexo.	115
Gráfico 21 - Expectativa de ventas por edad.	117
Gráfico 22 - Opinión de costos por las ferias que ha participado.....	119
Gráfico 23 - Visitación por costo adecuado.....	121
Gráfico 24 - Categoría de Artesanía por nivel de satisfacción.	123

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Clasificación de las Ferias	58
Ilustración 2 - Participación en la feria	125
Ilustración 3 - Rango etario de los artesanos	126
Ilustración 4 - Participación de los artesanos.....	127
Ilustración 5 - Factores que influyen en el crecimiento de la feria.	128
Ilustración 6 - Visitación a la feria y mejora de asistencia	129
Ilustración 7 - Factores que influyen en éxito de la feria	129
Ilustración 8 - Puntos por mejorar en las siguientes ediciones	130
Ilustración 9 - Participación en la feria	131
Ilustración 10 - Oferta en las artesanías	132
Ilustración 11 - Participación por sexo en la feria.....	133
Ilustración 12 - Precio de participación	134
Ilustración 13 - Estrategias y alianza.....	135
Ilustración 14 - Factores que influyen en el éxito de la feria	136
Ilustración 15 - Participación en la feria	137
Ilustración 16 Diagrama Comisión Feria Hecho Aquí	150

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes del problema

Uno de los factores más relevantes en cuanto a la evaluación de cualquier proyecto o programa dentro del sector público es la planificación y los resultados del gasto público que cada administración ejecuta, a esto se suma la incapacidad de la misma administración en hacer realmente una evaluación por resultados obtenidos con cada uno. En la revista *Macroeconomía del Desarrollo*, Armijo y Espada (2014) se refieren a la incapacidad de los gobiernos de América Latina para hacer una correcta evaluación por resultados, a lo cual hacen la observación sobre “la complejidad de generar fórmulas contractuales entre los Ministerios de Finanzas y las agencias para la asignación de recursos contra resultados (lo cual implica dar un concepto de gerencia a (sic) los Programas)”(Armijo & Espada, 2014).

Bajo el concepto de una nueva administración pública moderna, eficaz y eficiente, se habla de una reforma en el rendimiento de cuentas, la argumentación que sirve de apoyo para establecer una división más marcada entre la política y la administración es que una solución integrada hace que “los políticos sean vulnerables a la influencia y presión de los servidores públicos” (Christensen & Lægreid, 2014), lo que sumado a la presión por parte de la ejecución presupuestaria, obliga a pensar en la incapacidad de la administración.

1.1.2 Problematicación del problema

Durante el año 2015 este programa enfrenta lo que se conoció en el entorno nacional como el “FIASCO”, que fue un fallido desarrollo del Festival Internacional de las Artes, el cual conllevó a la destitución de la entonces Ministra de Cultura Elizabeth Fonseca. Según un estudio realizado por la Contraloría General de la República publicado por el periódico la Nación, la ausencia de planificación del festival, improvisación de presupuestos y la omisión de procedimientos de control fueron partes sustantivas de las debilidades que la Controlaría encontró en la gestión del antiguo gabinete del Ministerio de Cultura y Juventud. Según el periódico de circulación nacional, la Contraloría asegura que durante la investigación realizada no se encontró evidencia de que se efectuara el proceso de planificación del Festival Internacional de las Artes 2015, proceso que es la clave del éxito de cualquier proyecto. En este tema, la publicación hace hincapié en la "improvisación" a la que incurrió la institución para determinar el eventual costo del festival.

De esta situación se desprendió la que da vida a la “Feria Hecho Aquí”, puesto que de los participantes más afectados con la cancelación del Festival Internacional de las Artes fueron los artesanos nacionales, quienes en muchos de los casos habían incurrido en gastos extra de materiales para cubrir la demanda que tradicionalmente se había presentado en ediciones anteriores de este festival.

1.1.3 Justificación del problema

La presente investigación se justifica desde la temática de implicaciones prácticas, dado que el análisis de la planificación y su impacto el desarrollo de la feria hecho aquí permitirá al CPAC tomar los resultados de la investigación y aplicarlos en las futuras ediciones de esta actividad.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿En qué grado el proceso administrativo impactó la planificación y el desarrollo de la “Feria hecho aquí”, que realizó el centro de producción artística y cultural del ministerio de cultura y juventud en el año 2016?

1.3 OBJETIVOS

Los objetivos sirven para expresar la finalidad del trabajo que se está desarrollando, Sampieri (2014) afirma: “Los objetivos deben expresarse con claridad y ser específicos, medibles, apropiados y realistas, es decir, susceptibles de alcanzarse” (p. 37).

1.3.1 Objetivo general

Para definir qué son los objetivos generales se puede indicar que: “corresponden a las finalidades genéricas de un proyecto o entidad.

No señalan resultados concretos ni directamente medibles por medio de indicadores, pero sí que expresan el propósito central del proyecto. Tienen que ser coherentes con la misión de la entidad”(«¿Qué son los objetivos generales, específicos y operativos de un proyecto?», s. f.).

La utilidad de este objetivo la expresa Cegarra (2012) de la siguiente manera: “El objetivo general invita al investigador a obtener algunos datos fuera del área común de la experimentación, lo cual puede llevar a resultados sorprendentes.” (p. 99).

En cuanto a su redacción Sampieri (2014) señala: “Al redactarlos, es habitual utilizar verbos y derivados del tipo: “describir”, “determinar”, “demostrar”, “examinar”, “especificar”, “indicar”, “analizar”, “estimar”, “comparar”, “valorar” y “relacionar” respecto de los conceptos o variables incluidas.” (p. 37).

Determinar si existe una planificación estratégica adecuada que permite el buen desarrollo de la “Feria Hecho Aquí”, que realiza el Centro de Producción Artística y Cultural del Ministerio de Cultura y Juventud en el año 2016

1.3.2 Objetivos específicos

Los objetivos específicos “indican con precisión los conceptos, variables o dimensiones que serán objeto de estudio. Se derivan del objetivo general y contribuyen al logro de éste.” (Ojeda, 2014).

“Los objetivos específicos de un proyecto facilitan el cumplimiento del objetivo general, mediante la determinación de estadios, o la precisión y cumplimiento de los aspectos necesarios del proceso. De acuerdo *a/* (sic) tiempo requerido para su logro, los objetivos pueden ser a corto, mediano y largo plazo” («Objetivos específicos de un proyecto», s.f.).

“Los objetivos no pueden ser juicios de valor y generalmente, se expresan comenzando con un verbo en infinitivo que indica la vía de conocimiento por la que se procederá.” («¿Cómo se redactan los objetivos de una investigación?», s.f.).

- 1. Identificar si existe una planificación en el desarrollo de la Feria Hecho Aquí del año 2016.**
- 2. Evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la planificación de la Feria Hecho Aquí 2016.**

- 3. Elaborar una mejor planificación, que aplique al Centro de Producción Artística y Cultural con base en los resultados.**
- 4. Presupuestar la nueva planificación que aplique a la realidad presupuestaria del Centro de Producción Artístico y Cultural.**

1.4 ALCANCES Y LÍMITES DEL PROBLEMA

1.4.1 Alcances

Con el desarrollo de esta tesis se busca analizar el proceso administrativo de la “Feria Hecho Aquí”, identificando así, si existe una adecuada planificación estratégica en el desarrollo del proyecto, si los recursos asignados a la labor cumplen con la necesidad real del mismo y evaluar los tipos de controles que aplica la administración para este proyecto, buscando optimizarlos para obtener los mejores resultados.

Al finalizar este análisis se entregará una propuesta desde el punto de vista de la planificación, que aplique a la Feria Hecho Aquí del Centro de Producción Artística y Cultural, con base en los resultados obtenidos.

1.4.2 Limitaciones

Las principales limitaciones que se pueden encontrar son de administración pública y procesos burocráticos especialmente, debido a que el Centro de Producción Artística y Cultural es un programa del Ministerio de Cultura y Juventud, como tal, está asignado presupuestaria y administrativamente al código 749, el cual pertenece el Viceministerio Administrativo.

Esto se traduce en que el programa debe cumplir con todo el ordenamiento legal y administrativo en el desarrollo de sus funciones cotidianas, ocasionando en muchos casos que no se pueda efectuar algunos cambios sustantivos, que sin duda alguna permitirían una mejor labor del programa y a su vez, del personal que se encuentra nombrado para el desarrollo de las funciones.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

2.1.1 El Ministerio de Cultura y Juventud

En 1948 los señores Carlos Monge Alfaro, Daniel Oduber Quirós e Isaac Felipe Azofeifa Bolaños, presentaron una propuesta a la Junta Fundadora de la Segunda República, para crear un Instituto de Bellas Artes, iniciativa que fue rechazada debido a que el interés político en ese momento estaba enfocado en la consolidación de la nueva Constitución Política de Costa Rica. (Chavarría, 2014)

En 1963, Don Alberto Cañas Escalante promovió la creación de la Dirección General de Artes y Letras, adscrita al Ministerio de Educación Pública, que trajo como resultado la creación de varias direcciones y departamentos encargados de atender las necesidades de aprendizaje y desarrollo cultural del país, pero no fue sino hasta 1970 cuando Don Alberto presenta el proyecto de creación del Ministerio de Cultura. Este proyecto fue rechazado por la Asamblea Legislativa, es por esa razón que Don Alberto Cañas con la colaboración de Fernando Volio Jiménez y el apoyo de José Figueres Ferrer, redactó un nuevo proyecto para la creación del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, el cual es aprobado por la Asamblea Legislativa el 5 de julio de 1971, mediante la Ley número 4788. (Chavarría, 2014)

Le compete al Ministerio de Cultura y Juventud, “Emitir directrices generales en materia de cultura y juventud, con el fin de orientar la formulación y ejecución de programas y proyectos de las instituciones que conforman el Ministerio, enmarcadas éstas, en el Plan Nacional de Desarrollo y en el marco legal existente”.

Su misión es ser el ente que establece directrices generales en materia de cultura y juventud. Le corresponde fomentar y preservar la pluralidad y diversidad culturales; así como facilitar la participación de todos los sectores sociales en los procesos de desarrollo cultural, artístico y recreativo, sin distinción de género, grupo étnico y ubicación geográfica; abrir espacios y oportunidades que propicien la revitalización de las tradiciones y manifestaciones culturales, tanto como la creación y apreciación artísticas, en sus diversas manifestaciones.

Su visión es ser un Ministerio integrador y con clara proyección hacia el futuro, que asume un papel preponderante en la búsqueda de procesos que fomenten el desarrollo creativo del ser humano. En tal perspectiva, articula y fomenta la participación de los diferentes actores locales, nacionales e internacionales, que de manera integral y estratégica, propician una mayor calidad de vida para los individuos y las comunidades, mediante gestiones adecuadas y acciones que promueven la cultura y los valores de la sociedad costarricense.

2.1.2 El Centro de Producción Artística y Cultural

El Centro de Producción Artística y Cultural (CPAC), es el programa del Ministerio de Cultura y Juventud encargado de la producción y ejecución de festivales y eventos artísticos culturales de alta calidad, así como de proyección nacional e internacional.

“Nace en el año 2013, con el propósito de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población costarricense, *a través (sic)* de espacios y relaciones sociales más fraternales, seguras y responsables entre las personas”. («Quiénes Somos - CPAC», s. f.)

El Centro de Producción Artística y Cultural (CPAC), tiene a su cargo la realización de diversos proyectos fundamentales en el quehacer del Ministerio de Cultura y Juventud, estos son: El Festival de las Artes en su edición nacional e internacional, el programa Enamórate de tu Ciudad, la Feria Internacional del Libro de Costa Rica en coproducción con la Cámara del Libro, la Feria Hecho Aquí, el Desfile de Boyeros, la Celebración de las Etnias, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara y la ceremonia de entrega de los Premios Nacionales de Cultura.

Según su formulación, la misión del programa es:

“Ser la instancia que ejecuta producciones y actividades artísticas y culturales masivas innovadoras, de alta calidad y bajo los enfoques de diversidad y sensibilidad cultural, en espacios públicos amplios, especialmente en plazas y parques; con la participación de artistas nacionales e internacionales de gran prestigio; que están dirigidas a la población nacional y regional”. («Quiénes Somos - CPAC», s. f.)

La visión de este programa del Ministerio de Cultura y Juventud es: “Ser un Centro de Producción reconocido en el ámbito nacional e internacional por ofrecer eventos culturales y artísticos masivos, innovadores y de excelencia; que visibilice a la cultura como motor de desarrollo económico, cultural y social”. («Quiénes Somos - CPAC», s. f.)

2.1.3 La Feria Hecho Aquí

La Feria Hecho Aquí es un evento cultural, de entrada gratuita, organizado por el Centro de Producción Artística y Cultura del Ministerio de Cultura y Juventud, como un espacio alternativo para fomentar el crecimiento cualitativo del sector de los emprendimientos culturales en el área de las artesanías.

El objetivo de este proyecto es fortalecer las manifestaciones artesanales y del diseño nacional, por medio de la interrelación entre los participantes y el público asistente a la Feria.

La edición 2016 se organizó como una plataforma para la comercialización de productos culturales, dirigida al mercado nacional y como una herramienta didáctica para dar a conocer las categorías de productos que se estaban impulsando desde el trabajo coordinado de las instituciones representadas en la Comisión Nacional de Artesanía. Esta feria se realizó en el espacio conocido como antigua aduana, del 02 al 04 de diciembre de 2016.

2.2 CONTEXTO TEÓRICO – CONCEPTUAL

2.2.1 Concepto de Administración.

En todos los procesos dentro de cualquier organización o grupo, está inherente el trabajo de varios individuos que cumplen sus labores para alcanzar los objetivos organizacionales que se requieren. Sobre este concepto se puede definir lo siguiente:

“La administración es el proceso de diseñar y mantener un medio ambiente en el cual los individuos que colaboran en grupos, cumplen eficientemente objetivos seleccionados. Sin embargo, habrá que ampliar esta definición básica:

- Un administrador desempeña las funciones gerenciales de planear, organizar, integrar el personal, dirigir y controlar.
- La administración se aplica en toda organización.
- La administración concierne a los administradores de todos los niveles de la organización.
- El objetivo de todos los administradores es el mismo: generar un valor agregado.
- La administración tiene que ver con la productividad, lo que significa eficacia y eficiencia.” (Koontz H. y Hienz W., 2013).

2.2.2 La administración como proceso.

Es muy importante tener claro que administrar implica generar un proceso, a esto se le conoce como proceso administrativo, mismo que permite tomar decisiones acertadas en cuanto a recursos materiales, humanos y otros, como lo expresa Benavides (2014): "... el proceso administrativo permite movilizar con eficiencia los recursos humanos, materiales, financieros y técnicos; determina como crear las oportunidades de actuar y es factor importante para el establecimiento de un ambiente favorable en su desarrollo." (p. 20).

Por tanto, como todo proceso es necesario que se mantenga un control del mismo, en las diferentes áreas en que la administración es ya clásica en su aplicación: "El administrador ejerce una función directiva y coordinadora de los procesos empresariales. Las áreas principales (ya clásicas) de acción son: producción, recursos humanos, mercadotecnia y finanzas, es decir, eso es lo que se administra" (Benavides, 2014, p.20).

Por lo anterior se habla que la misma es universal, ya que es identificable en cualquier tipo de organización de la sociedad, sin importar el sistema económico en el que se desenvuelva, abarcando todos sus niveles jerárquicos.

2.2.3 El Proceso Administrativo.

Este proceso fue desarrollado por Henri Fayol a quién se le debe este sistema de organización, el cual se basa en obtener metas siempre que el administrador se apegue al proceso como se indica en el siguiente enunciado: "... sostuvo que si la organización desea obtener metas duraderas, debe coordinar los recursos con que cuenta, por lo cual el administrador está obligado a prever, organizar, mandar, coordinar y controlar. Actualmente es la herramienta administrativa que permite administrar a la empresa y sus procesos." (Hernández S. y Palafox G., 2012, p.66).

Como enfoque existe una teoría clásica de la administración, la cual es universalmente aceptada por la versatilidad con que permite desarrollar los cinco principales ejes que estructuran a cualquier empresa. Una definición de este proceso la que se expresa a continuación: "La teoría clásica de la administración parte de que existe un proceso administrativo que permite estructurar a las empresas para alcanzar eficiencia por medio de planeación, organización, integración, dirección y control" (Hernández S. y Palafox G., 2012, p.13).

2.2.3.1 Administración global.

El concepto de globalización se ha extendido ampliamente en este siglo XXI, es un factor inherente a cualquier organización; en la actualidad, ya sean organizaciones de muy pequeña escala o grandes corporaciones, gobiernos, universidades, en fin, a cualquier tipo de organización en el mundo.

Al tener organizaciones globalizadas en estos niveles, la administración se ha visto en la obligación de examinar sus procesos y operaciones, con el fin de poder competir ya no solo pensando en un nivel enteramente local, a esto se refieren Jones y George (2014) al expresar: “Incluso en el sector no lucrativo, la competencia global ha impulsado muchos cambios. Escuelas, Universidades, departamentos de Policía y dependencias de Gobierno reexaminan sus operaciones porque observan cómo se realizan las actividades en otros países y a menudo descubren mejores maneras de hacerlas” (p.22).

2.2.3.2 Planeación

Para llevar a cabo el primer paso de planear, los responsables, sean Gerentes o administradores deben identificar y seleccionar las metas organizacionales apropiadas, las que darán la guía para trazar un curso de acción real y sostenible que les permita alcanzarlas.

Estas metas son los resultados que se pretenden alcanzar, pero también existe un factor de riesgo implícito en toda acción, el cual se puede controlar desde este primer paso, como lo indica Benavides (2014) al afirmar: “De la misma forma, antes de iniciar cualquier acción administrativa, es imprescindible determinar los resultados (objetivos) que pretende alcanzar el grupo social, así como prever las condiciones futuras y los elementos necesarios para que éste funcione eficazmente” (p.31).

2.2.3.3 Concepto de organización

Cuando se habla de organizar se hace referencia a establecer una estructura de las relaciones entre las personas que integran cualquier tipo de entidad o institución, generando la división de las funciones por áreas, departamentos, puestos y jerarquías, según sea la responsabilidad delegada en cada puesto

según (sic) el organigrama los manuales descriptivos de puestos. (Hernández y Palafox, 2012)

2.2.3.4 Dirección

La administración como tal requiere de una figura que pueda conducir la organización hacia sus metas, requiriendo de liderazgo, comunicación y motivación. Pero esta dirección no puede estar nunca separada de las necesidades de los miembros de la organización, ya que estos son parte fundamental del éxito o fracaso del plan para alcanzar las metas planteadas, a esto se le conoce también como identidad de la organización y es fundamental para la subsistencia de la misma. (Hernández y Palafox, 2012)

Para afirmar la importancia de la dirección dentro del proceso administrativo, Benavides (2014) afirma lo siguiente:

“Para que una empresa triunfe, no basta que se hayan establecido lineamientos perfectos a través de la planeación , se haya delineado una estructura organizacional adecuada, se hayan obtenido los mejores recursos, tanto humanos como técnicos, materiales o monetarios, es necesario llevar a la práctica las decisiones asumidas en las etapas de la planeación y la

organización, así como lograr que el personal contratado realice su máximo esfuerzo y aproveche adecuadamente los demás recursos organizacionales; todo ello se realiza en esta etapa del proceso administrativo llamado dirección". (p. 183)

2.2.3.5 Control

En algunas instituciones se realizan grandes inversiones económicas para sus operaciones, en algunos casos en actividades de comunicación, desarrollo de productos, desarrollo de nuevos servicios y otros más, pero en muchas ocasiones estas iniciativas fracasan, provocando un desequilibrio financiero en la organización al no llegar a los resultados esperados. Este ejemplo es muy común dentro de las organizaciones, puesto que los gerentes de las mismas no se percatan del riesgo asociado al no tener políticas de control en las acciones que sus organizaciones ejecutan.

Lo anteriormente expresado, aun cuando es un error muy común, tiene solución viable, puesto que: "Cuando los administradores llevan a cabo el control, confrontan dónde está la empresa como resultado de las actividades realizadas con el dónde debería estar de acuerdo con los planes trazados" (Benavides, 2014, p. 270).

2.2.4 Planificación estratégica.

La planificación estratégica se define como el conjunto de acciones formalmente establecidas para la evaluación y acción dentro de un proceso, su seguimiento permite a las empresas diseñar e implementar una o varias estrategias, para cumplir con sus objetivos de acuerdo con los principios de eficiencia y calidad.

En cuanto al concepto de planificación estratégica, se trata de un constructo elaborado como resultado del estudio académico y en especial desde el área social estratégica, el cual explica los diferentes procesos que se involucran en él, al respecto, Rodríguez (2016) afirma que:

“La planificación estratégica es un proceso socio- político y científico orientado por objetivos de transformación cuanti cualitativos de un sector particular de la realidad. Este proceso articula dos dimensiones de modo dialéctico: la reflexión y la acción, cuyo nexo lo constituye la evaluación, como proceso permanente de conocimiento, revisión, aprendizaje y retroalimentación. Entre la reflexión y la acción media la toma de decisiones, es decir definir sobre el qué y de qué manera se llevará algo a la práctica” (p. 42).

2.2.5 Administración de proyectos.

Se debe entender este concepto como un conjunto que define una acción que busca una meta u objetivo de la organización. Primeramente, se puede definir el proyecto como un esfuerzo temporal que se hace con el propósito de obtener o crear un producto, servicio o algún tipo de resultado único. (Rivera y Hernández, 2015)

Por tanto, la administración de proyectos está conceptualmente ligada al proceso de administración y a los resultados que se desean obtener con el proyecto a través del proceso administrativo, tal y como se indica a continuación:

“... Es así que la administración de proyectos es una forma de organización, desarrollada para asegurar que los proyectos, los programas y el portafolio de *proyectos (sic)* continúen su evolución con cuidado y sobre una base diaria. *Es así que la administración de proyectos (sic)* es una forma efectiva de ubicar a las personas y los recursos físicos necesarios durante un tiempo limitado para completar un proyecto específico” (Torres y Torres, 2014, p.15).

Básicamente, la administración de proyectos es una estructura organizacional temporal, diseñada para lograr resultados con ayuda de especialistas de todas las

áreas de la organización. En síntesis, lo que busca es administrar lo definido en el proceso administrativo, tomando en cuenta cada uno de los pasos y maximizando así los recursos de la organización o institución en que se aplique.

2.2.5.1 Concepto básico de administración de proyectos.

Según lo indican Rivera y Hernández (2015), un proyecto se define como: “Esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único” (p. 3)

La administración de proyectos según Torres y Torres debe ser: “... más que un conjunto de herramientas; es un estilo de administración, orientado a resultados, se da una importancia especial a la consolidación de relaciones de colaboración, entre una diversidad de caracteres” (Torres y Torres ,2014, p.6).

2.2.5.2 Ciclo de vida.

Como se apreció en el concepto de administración del proyecto, este debe tener un inicio y un final, a este proceso en la administración se le conoce como el ciclo de vida, el cual cumple fases que se detallan a continuación: “... a) generación y análisis de la idea, b) ejecución, c) operación y d) abandono”. (Torres y Torres, 2014, p. 68).

2.2.5.3 Etapas de un proyecto.

En general todo proyecto atiende a una planificación previa, correspondiente a una necesidad que se deberá solventar en un lapso determinado, para esto Palladino (2014) considera que todo proyecto tiene tres grandes etapas que se detallan a continuación:

“Fase de planificación. Se trata de establecer cómo el equipo de trabajo deberá satisfacer las restricciones de prestaciones, planificación temporal y coste. Una planificación detallada da consistencia al proyecto y evita sorpresas que nunca son bien recibidas.

Fase de ejecución. Representa el conjunto de tareas y actividades que suponen la realización propiamente dicha del proyecto, la ejecución de la obra de que se trate. Responde, ante todo, a las características técnicas específicas de cada tipo de proyecto y supone poner en juego y gestionar los recursos en la forma adecuada para desarrollar la obra en cuestión. Cada tipo de proyecto responde en este punto a su tecnología propia, que es generalmente bien conocida por los técnicos en la materia.

Fase de entrega o puesta en marcha. Como ya se ha dicho todo proyecto está destinado a finalizarse en un plazo predeterminado, culminando con la entrega de la obra al cliente o la puesta en marcha del sistema desarrollado, comprobando que funciona adecuadamente y responde a las especificaciones en su momento aprobadas. Esta fase es también muy importante no sólo por representar en la práctica, alargándose excesivamente y provocando retrasos y costes imprevistos” (p. 27).

Es conveniente añadir otras dos etapas, que aunque pueden estar ya incluidas en las fases anteriormente mencionadas, es preferible detallarlas independientemente ya que definen un conjunto de actividades que son básicas para el desarrollo del proyecto. Estas son:

“Fase de iniciación. Se definen los objetivos del proyecto y de los recursos necesarios para su ejecución. Las características del proyecto implican la necesidad de una fase o etapa previa destinada a la preparación del mismo, que tiene una gran trascendencia para la buena marcha del proyecto y que deberá ser especialmente cuidada. Una gran parte del éxito o el fracaso del mismo se fragua principalmente en estas fases preparatorias que, junto con una buena etapa de planificación, algunas personas tienden a menospreciar, deseosas de ver resultados excesivamente pronto.

Fase de control. *Monitorización (sic)* del trabajo realizado analizando cómo el progreso difiere de lo planificado e iniciando las acciones correctivas que sean necesarias. Incluye también el liderazgo, proporcionando directrices a los recursos humanos, subordinados (incluso subcontratados) para que hagan su trabajo de forma efectiva y a tiempo “ (Palladino, 2014, p. 27 - 28).

2.2.5.4 Herramientas de seguimiento de proyectos

Para garantizar el éxito de un proyecto es necesario contar con herramientas adecuadas, que permitan dar el seguimiento en forma tal que cualquier incidencia que se convierta en amenaza, pueda ser controlada y corregida casi en forma inmediata.

Existen muchas herramientas que son habituales en el seguimiento de los proyectos, los diagramas de flujo, los de proceso, las hojas de control, los gráficos de control, el diagrama causa – efecto, entre otras tantas que se pueden utilizar. Como mención a las herramientas por utilizar Baller (2014, p. 39-42) indica dos herramientas muy técnicas, pero a la vez muy útiles para el seguimiento de los proyectos.

La primera herramienta que indica es el Diagrama de Gantt, del cual afirma: “...es una sencilla herramienta de gráficos de tiempos y resulta bastante eficaz para la planificación y la evaluación del avance de los proyectos” (Bataller, 2016, p.38).

La segunda herramienta mencionada, pero no menos relevante, está constituida por los diagramas PERT, los cuales permiten visualizar muy fácilmente el camino o ruta crítica, que son las actividades que en caso de retrasarse implican un retraso del proyecto en forma indirecta.

2.2.6 Definición de presupuesto.

Se puede definir al presupuesto como un instrumento de planificación, el cual requiere: “una recopilación numérica de flujo de efectivo, gastos e ingresos, desembolsos de capital, utilización de trabajo o de horas máquina esperado”. (Benavides, 2014, p.37)

A nivel organizacional estos presupuestos lo que buscan es estimar las acciones programadas, asignando los recursos necesarios por el periodo de tiempo que estos sean requeridos, usualmente por el periodo de un año (Hernández y Palafox, 2012)

2.2.6.1 Clasificación de presupuestos.

Aunque por lo general los presupuestos expresan datos numéricos, en realidad estos traducen el esfuerzo humano en datos cuantitativos, develando el grado en que los recursos colaboran para alcanzar los objetivos de la empresa con la asignación del personal, el material y los equipos. Existen diferentes maneras de clasificar los presupuestos, las cuales se mencionan a continuación:

“1. En relación con el nivel jerárquico

- Estratégicos o corporativos. Cuando se establecen en el más alto nivel jerárquico de la empresa y determinan la asignación de recursos de toda la organización. Ejemplo: presupuesto de resultados.
- Tácticos o departamentales. Se formulan para cada una de las áreas de actividad de la empresa. Ejemplo: presupuesto de ventas.
- Operativos. Se calculan para secciones de los departamentos. Ejemplo: presupuesto de la sección de mantenimiento.

2. Por la forma en que se calculan

- Fijos o rígidos. Cuando se estiman las diferentes operaciones con base en metas definidas de operación.
- Flexibles. En estos se hacen cálculos a distintos niveles de operación, lo que permite conocer los resultados en diversas situaciones, sin necesidad de hacer cálculos sobre la marcha.
- Por programa. Se calculan con base en programas de cada una de las áreas de la empresa para que la distribución de los recursos se dirija a las actividades que reditúen mayores beneficios.

3. Por su utilización

- De operación. Abarcan presupuestos de ventas, compras, producción, mano de obra, gastos diversos, etcétera.
- De capital. Comprenden los presupuestos de inversiones capitalizables que realiza la empresa y de activos fijos tales como maquinaria y equipo, edificios y construcciones, mobiliario, etcétera.
- Financieros. Contemplan balance, estado de resultados, flujo de caja, etcétera.

4. En relación con el tipo de empresa

- Públicos. Corresponden a gobiernos federal, estatal, municipal y empresas descentralizadas. Se estima en primer lugar el monto de las necesidades sociales por satisfacer y, posteriormente, se plantea la forma de generar los ingresos necesarios para cubrirlas.
- Privados. Pertenecen a la operación de las empresas privadas; primero se estiman los ingresos y posteriormente, se planea su distribución o aplicación.

5. En relación con su contenido

- Principales. Corresponde a la agregación y resumen de los presupuestos auxiliares. Presenta los aspectos relevantes de todos los presupuestos de una empresa.
- Auxiliares. Muestran en forma analítica las operaciones estimadas para cada uno de los departamentos de la organización.

6. En relación con su duración

- De corto plazo. Abarcan un año o menos.
- De largo plazo. Contemplan más de un año.

7. En relación con su técnica de valuación

- Estimados. Se formulan sobre bases empíricas. Por ser determinados sobre experiencias anteriores, representan la probabilidad de que efectivamente suceda lo que se ha planeado.
- Estándares. Son aquellos que, por ser formulados sobre bases científicas, eliminan la posibilidad de error en un elevado porcentaje, por lo que sus cifras estimadas representan los resultados que se deben obtener.” (Benavides, 2014, p.107-108)

2.2.7 Definición de costos y gasto.

El costo según Calleja (2013) ha mantenido por mucho tiempo su concepto: “El viejo concepto de que los costos son las erogaciones, hechas o por hacer hasta que un bien está listo para la finalidad a la que se destina, no ha perdido vigencia. Los mismos boletines de principios de contabilidad y ahora de normas de información financiera han insistido en esta idea.” (p. 7)

2.2.7.1 Clasificación de costos

Existen al menos ocho tipos de clasificaciones de los costos, los cuales se listan a continuación:

“a) Un costo de producción se relaciona con una empresa manufacturera, habitualmente, aunque también podría referirse a una organización de servicios. Un costo de venta se vincula tanto con una empresa manufacturera como con una comercial. El concepto de costo de venta engloba o incluye el de costo de producción, cuando este existe.

b) Un costo primo se refiere al precio de material usado en la producción y al salario de los obreros que participan en su transformación. El costo de conversión, como su nombre lo indica, es el costo de transformar un primer material en un producto terminado.

c) Un costo absorbente es el que incluye todos los elementos del costo. Un costo variable incluye solo los elementos variables o directos, es decir, aquellos que guardan una relación o proporción directa con la fabricación; cuanto más se fabriquen más se consumirán y viceversa.

d) Un costo fijo se relaciona con el tiempo y no con la producción, es decir, se debe erogarlo independientemente de que haya producción o no. Un costo variable, como se explicó en el párrafo anterior, va en relación con lo que se produce.

e) Un costo relevante es aquel que debe tomarse en cuenta para una decisión, ya que tiene influencia fundamental sobre el costo total o sobre la utilidad que hay que considerar para decidir. Un costo no relevante existe, pero no impacta los elementos en que se apoya una decisión.

f) Un costo histórico es un costo real, ya incurrido. Uno predeterminado es un costo calculado antes de que se lleve a cabo, ya sea en forma estimada o estándar.

g) Los costos por órdenes son las acumulaciones que se hacen en las empresas que trabajan sobre la base de una gran cantidad de pedidos con características diferentes. Los costos por procesos se refieren a la producción en serie, de manera continuada.” (Calleja, 2013, p. 9-10).

2.2.7.2 Costos directos y costos indirectos.

En cualquier tipo de organización se calculan los costos en todas las acciones que se realizan, sea el costo de generar un servicio o de crear un nuevo producto, sin embargo, no todos afectan directamente o influyen en lo que se desea analizar. Estos costos que afectan o no al producto o servicio se pueden definir como se expresa a continuación: “Los costos directos son aquellos que *podemos (sic)* identificar en el producto y que, por lo tanto, consideramos que lo influyen de manera ineludible. En cambio, los indirectos no son identificables, así que serán asignados, distribuidos o prorrateados, y no podemos decir que son parte esencial del producto.” (Calleja, 2013, p. 11)

2.2.7 Definición de feria.

Se puede reconocer el concepto de feria en algunos aspectos básicos que caracterizan este tipo de actividad, primordialmente cuando tienen un carácter público, periódico y además, su finalidad es difundir la oferta de bienes o servicios para contribuir a su exposición o comercialización.

Pero en la actualidad, las ferias han evolucionado de ser un mero lugar de comercialización a un evento que permite los encadenamientos comerciales de primer nivel, como lo comentan Moreno, Reinares y Saco (2015) explicándolo de la siguiente manera:

“Pero es evidente, que el fenómeno ferial ha sufrido una clara evolución, pasando de ser un lugar donde efectuar transacciones y relaciones comerciales en una fecha determinada, al concepto *hoy en día (sic)* extendido, como instrumentos de promoción de productos, de servicios y de empresas, así como un espacio donde conocer las tendencias de la competencia y el mercado” (p. 53).

2.2.7.1 Clasificación de las ferias

Ilustración 1 - Clasificación de las Ferias

CRITERIOS	TIPOS DE FERIAS
1. EL AMBITO TERRITORIAL	<ul style="list-style-type: none"> - Internacionales - Nacionales - Regionales - Comarcales - Locales
2. EL TIPO DE PRODUCTO EXPUESTO	<ul style="list-style-type: none"> - Generales Multisectoriales - Sectoriales o monográficas
3. EL TIPO DE VISITANTE	<ul style="list-style-type: none"> - Profesionales - Público general - Mixtas
4. EL TAMAÑO	<ul style="list-style-type: none"> - Grandes - Medianas - Pequeñas
5. LA PERIODICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - Anuales - Bienales
6. EL TIPO DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Pabellones de la UE. - Pabellones oficiales del ICEX - Participación de C. de Comercio/asociaciones sectoriales - Participación individual
7. OTRAS	<ul style="list-style-type: none"> - Paraguas - Recíprocas o inversas

Fuente: Planificación estratégica de las ferias comerciales, Moreno, Reinares y Saco (2015)

2.2.7.2 El ciclo de vida de las ferias

Con base en el estudio realizado por Moreno, Reinares y Saco (2015), las ferias: “en la mayoría de los casos, nacen con un criterio generalista, y posteriormente se expanden con un rápido crecimiento, para luego ralentizarse, llegando así a su etapa de madurez y consolidarse como manifestaciones especializadas”, por lo cual estas, por lo general, inician como ferias locales, con un criterio generalista, que posteriormente tiende a expandirse en un rápido crecimiento, claro está que en los casos en que el público se siente atraído por la feria.

Este crecimiento en las ferias y su ciclo de vida se ven directamente afectados por la ley de la oferta y la demanda, puesto que su crecimiento y continuidad dependen del entorno y de la estabilidad económica de los individuos que conforman dicho entorno.

2.3 HIPÓTESIS

“Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado” (Sampieri, 2014, p. 104).

“De acuerdo con el objeto de estudio se construirá el planteamiento de la hipótesis, la duda o situación, mostrando articulación con el objeto y posibilidades de ser abordadas desde la experiencia y del marco teórico propuesto, para transitar entre elementos abstractos y concretos que permitan obtener una mayor comprensión de la realidad” (Guerrero y Guerrero, 2014, p. 36).

“Una hipótesis bien escrita:

- a) Se expresa en forma declarativa;
- b) postula una relación entre variables;
- c) refleja una teoría o un cuerpo bibliográfico en el que se basa;
- d) es breve y concisa y;
- e) se puede probar.” (Baena, 2014, p. 80).

A mayor uso del proceso administrativo, mejora la ejecución del proyecto.

2.3.1 Variable Independiente

“Para entender el Proceso Administrativo y su aplicación en las empresas es fundamental entender a aquél como un sistema con objetivos determinados, que funciona gracias a insumos, procesos productivos, productos (resultados), que se “autorregulan” por la evaluación continua de su funcionamiento, gracias a los controles” (Henández y Palafox, 2012, p.165).

“El proceso administrativo concibe a la administración como una función amplia y comprensiva, que abarca todas las áreas de una empresa. Su foco de atención es la empresa como una unidad de producción, cuya finalidad es obtener beneficios económicos” (Benavides, 2014, p. 20).

“El proceso administrativo es una metodología que permite al administrador, gerente, ejecutivo, empresario o cualquier otra persona, manejar eficazmente una organización. Consiste en estudiar la administración como un proceso integrado por varias etapas, en la que cada una responde a seis preguntas fundamentales: ¿qué?, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿con quién? ¿cuándo? y ¿dónde?”. (Münch, 2015, p. 33)

Proceso administrativo.

Nota: en esta variable de investigación que se llama Proceso administrativo, se utiliza la definición número tres, la cual expresa:

“El proceso administrativo es una metodología que permite al administrador, gerente, ejecutivo, empresario o cualquier otra persona, manejar eficazmente una organización. Consiste en estudiar la administración como un proceso integrado por varias etapas, en la que cada una responde a seis preguntas fundamentales: ¿qué?, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿con quién? ¿cuándo? y ¿dónde?”. (Münch, 2015, p. 33)

2.3.2 Variable Dependiente

“Cualquier error en el diseño de la estructura del proyecto se manifestará durante la ejecución y será necesario que el equipo tenga las facultades de hacer las correcciones necesarias para seguir adelante y disminuir retrasos y costos imprevistos” (Sampieri, 2014, p. 126).

“La gerencia o la alta dirección de las agencias gubernamentales manejan cifras muy agregadas para cuya utilización y análisis se requiere más de la capacidad de juicio y criterio, como factores críticos, antes que manejos estadísticos o econométricos. Así las cosas, en lenguaje gerencial es frecuente el uso de términos como presupuesto, plan anual o plan anual de empresa, empleados indistintamente, pues el presupuesto es, por lo general, el resultado de algún tipo de plan o está basado en él.” (Puentes, 2013, p.23).

“El presupuesto es un complemento del plan financiero diseñado para orientar al empresario hacia la consecución de las metas propuestas ” (Burbano, 2011, p. 8).

Ejecución del proyecto.

Nota: en esta variable de investigación que se llama ejecución del proyecto, se utiliza la definición número uno, la cual expresa:

“Cualquier error en el diseño de la estructura del proyecto se manifestará durante la ejecución y será necesario que el equipo tenga las facultades de hacer las correcciones necesarias para seguir adelante y disminuir retrasos y costos imprevistos” (Sampieri, 2014, p. 126).

2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS

“La operacionalización se fundamenta en la definición conceptual y operacional de la variable” (Sampieri, 2014, p. 211).

Hipótesis	Conceptos	Variables	Indicadores
A mayor uso del proceso administrativo	<p>“El proceso administrativo es una metodología que permite al administrador, gerente, ejecutivo, empresario o cualquier otra persona, manejar eficazmente una organización. Consiste en estudiar la administración como un proceso integrado por varias etapas, en la que cada una responde a seis preguntas fundamentales: ¿qué?, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿con quién? ¿cuándo? y ¿dónde?” (Münch, 2015, p. 33)</p>	Proceso administrativo	<ul style="list-style-type: none"> -Planificación -Organización -Cumplimiento de las metas - Dirección - Control y seguimiento
Mejora la ejecución del proyecto	<p>“Cualquier error en el diseño de la estructura del proyecto se manifestará durante la ejecución y será necesario que el equipo tenga las facultades de hacer las correcciones necesarias para seguir adelante y disminuir retrasos y costos imprevistos” (Sampieri, 2014, p. 126).</p>	Ejecución del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> -Razonabilidad en la elaboración del proyecto. -Ejecución de las actividades. -Control de gastos -Informe final de gestión.

CAPITULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Finalidad

“...la empresa recibe insumos, los transforma y exporta resultados al ambiente; sin embargo, este modelo requiere extenderse y desarrollarse en otro del proceso administrativo, u operacional, que indique de qué manera los diversos insumos se transforman mediante las funciones gerenciales de planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar” (Koontz, Weihrich y Cannice), (2012).

La finalidad de este estudio se basará en la investigación aplicada, buscando resolver planes o lineamientos que aseguren el proceso administrativo en el proyecto y así garantizar la adecuada planificación dentro del programa.

3.1.2 Dimensión temporal

“Un plan verdadero no existe hasta que se tome una decisión: se comprometen los recursos humanos o materiales; antes de tomar una decisión, lo único que existe es un estudio de planeación, un análisis o una propuesta: no hay un plan real” (Koontz, Weihrich y Cannice), (2012).

La delimitación o alcance de este trabajo será transversal, dado que se refiere a un proyecto anual, que aún solo cuenta con dos ediciones de haber empezado a desarrollarse.

3.1.3 Marco

“El CPAC, tiene a su cargo la realización de: El Festival de las Artes en su edición nacional e internacional, el programa Enamórate de tu Ciudad, la Feria Internacional del Libro de Costa Rica en coproducción con la Cámara del Libro, la Feria Hecho Aquí, el Desfile de Boyeros, la Celebración de las Etnias, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara y la ceremonia de entrega de los Premios Nacionales de Cultura” («Quiénes Somos - CPAC», s. f.)

En este trabajo el marco es micro, dado que el Centro de Producción Artística y Cultural es un programa del Ministerio de Cultura y Juventud, a su vez la Feria Hecho Aquí es uno de los ocho proyectos que tiene el CPAC a su cargo.

3.1.4 Naturaleza

“La realidad social es un todo integrado de hechos y significados que a veces por la influencia de los presupuestos y los métodos de las ciencias naturales, más ubicadas en el razonamiento – instrumental, destacan la exploración de la realidad objetiva y se desconoce la dimensión de la subjetividad humana que se genera en lo social” (Guerrero y Guerrero, 2014, p. 46).

Esta investigación es del tipo inferencial cualitativo, incluyendo a su vez un análisis de enfoques, con lo que aporta una mayor profundidad a la investigación apoyada en la entrevista con expertos.

3.1.5 Carácter

“En el transcurso de cada una de las fases del proceso administrativo, todo gerente utiliza la investigación como una de las herramientas más impredecibles para resolver los numerosos problemas de investigación a los que se enfrentan en la conducción de las empresas o cualquier otro tipo de organización” (Benavides, 2014, p. 81).

Esta investigación es del tipo descriptiva, dado que la misma busca entender el impacto que tuvo la planificación estratégica en la Feria Hecho Aquí del año 2016.

3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Primera mano

“Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes” (Sampieri, 2014, p.61).

Como fuentes de primera mano se aplicará una encuesta a los participantes de la Feria Hecho Aquí 2016, en las categorías de Artesanía Tradicional, Artesanía Contemporánea y Artesanía Indígena. También se tomará la opinión de los expertos en realizar la Feria Hecho Aquí, por lo que para esta investigación se tomarán como tales a las siguientes personas:

Nombre	Cargo
Seidy Acuña Barboza	Secretaria y asistente del Despacho de la Ministra de Cultura y Juventud.
Loyda Pretiz Beaumont	Antropóloga, encargada de la producción y logística de la Feria Hecho Aquí 2016

Por último, se utilizarán tesis sobre el tema y los factores que se buscan evaluar con este trabajo, las tesis por utilizar como fuentes de primera mano se desglosan a continuación:

Título	Universidad	País	Año
Guía Metodológica para el Mejoramiento de la Planificación, Ejecución, Monitoreo y Control de los Proyectos de la Empresa Estructuras y Construcciones Yeril	Instituto Tecnológico de Costa Rica	Costa Rica	2015
Modelo de Gestión de Proyectos para la Empresa Continex S.A.	Instituto Tecnológico de Costa Rica	Costa Rica	2013
Análisis y propuesta de un sistema administrativo operativo basado en la gestión de calidad para el hotel – escuela de la ciudad de Quito, Ecuador	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Ecuador	2015
Modelo de gestión administrativa para el gobierno autónomo descentralizado parroquial rural de Guayllabamba, distrito metropolitano de Quito, provincia de Pichincha	Universidad central del Ecuador	Ecuador	2015
Indicadores para un modelo de medición de las actividades de marketing estratégico y operativo en la organización educativa universitaria privada.	Universidad Nacional de Mar del Plata	Argentina	2015

3.2.2 Segunda mano

“Una fuente puede ser de segunda mano por diversos conceptos. Si la tesis, por ejemplo, trata la obra de un autor costarricense de principios del siglo XX que también fue orador, los discursos publicados en el periódico *Diario de Costa Rica* serán fuentes de segunda mano” (Fuentes de primera y fuentes de segunda mano, 2013).

Se tomarán como fuentes de investigación de segunda mano los libros de administración, administración de proyectos y contabilidad que se detallan a continuación:

- Administración por Harold Koontz, año 2012.
- Costos por Francisco Javier Calleja Bernal, año 2013.
- Administración por Raymundo Javier Benavidez, año 2014.
- Contabilidad de costos por Juan García Colín, año 2014.
- La gestión de proyecto por Alfons Bataller, año 2016

3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO

“En las muestras no probabilísticas la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador” (Sampieri, 2014, p. 176)

En este estudio se utilizará una muestra no probabilística aplicando un cuestionario a un grupo de artesanos seleccionados y que participaron en la Feria Hecho Aquí 2016 del Ministerio de Cultura y Juventud.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

“Observación cualitativa. No es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (Samipieri, 2014, p.399).

Con respecto a la hoja de observación se indica lo siguiente:

“Es muy necesario llevar registros y elaborar anotaciones durante los eventos o sucesos vinculados con el planteamiento. De no poder hacerlo, la segunda alternativa es efectuarlo lo más pronto posible después de los hechos. Como última opción, las anotaciones se producen al terminar cada periodo en el campo” (Sampieri, 2014, p.370).

La lista de cotejo se detalla a continuación:

“Consiste en un listado de aspectos por evaluar (contenidos, habilidades, conductas, etc.), al lado de los cuales se puede adjuntar un tic (visto bueno, o una "X" si la conducta es no lograda, por ejemplo), un puntaje, una nota o un

concepto. Su nombre en inglés es *checking list*, y es entendido básicamente como un instrumento de **verificación**. Es decir, actúa como un mecanismo de revisión durante el proceso de enseñanza-aprendizaje de ciertos indicadores prefijados y la revisión de su logro o de la ausencia del mismo.

Puede evaluar *cualitativa* o *cuantitativamente*, dependiendo del enfoque que se le quiera asignar. O bien, puede evaluar con mayor o menor grado de precisión o de profundidad. También es un instrumento que permite intervenir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que puede graficar estados de avance o tareas pendientes. Por ello, las listas de cotejo poseen un amplio rango de aplicaciones, y pueden ser fácilmente adaptadas a la situación requerida.” (Lista de cotejo y escala de apreciación, s.f.).

La bitácora o diario de campo se define a continuación:

“Asimismo, es común que las anotaciones se registren en lo que se denomina diario de campo o bitácora, que es una especie de diario personal, donde además se incluyen:

- Descripción del ambiente (iniciales y posteriores) que abarca lugares, personas, relaciones y eventos.

- Mapas
- Diagramas, cuadros y esquemas (secuencias de hechos o cronología de sucesos, vinculaciones entre conceptos del planteamiento, redes de personas, organigramas, etcétera).
- Listado de objetos o artefactos recogidos en el contexto, así como fotografía y video que fueron tomados (indicando fecha y hora, y por qué se recolectaron o grabaron y, desde luego, su significado y contribución al planteamiento).
- Aspectos del desarrollo de la investigación (cómo vamos hasta ahora, qué nos falta, qué debemos hacer)” (Sampieri, 2014, p.374)

“Las entrevistas. Estas pueden ser de dos tipos: las cerradas, que son las más superficiales en tanto apuntan a respuestas esquemáticas (el ejemplo extremo es el cuestionario, en que debemos optar por ‘sí’ o ‘no’), y las abiertas que son más ricas *a nivel (sic)* de la información que se puede obtener *a través (sic)* de ellas, en tanto profundizan en el punto de vista del actor (el caso típico es la entrevista en profundidad)” (Ackerman y Com, 2013, p.52).

El instrumento definido como cuestionario se detalla a continuación:

“Los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de *hábitat* de

futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad). Pero también se implementan en otros campos. Por ejemplo, un ingeniero en minas usó un cuestionario como herramienta para que expertos de diversas partes del mundo aportaran opiniones calificadas con el fin de resolver ciertas problemáticas de producción” (Sampieri, 2014, p.217).

Nota: para este trabajo de investigación se han seleccionado dos herramientas, la primera herramienta en utilizarse será el cuestionario y la otra será la entrevista.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.5.1 Definición conceptual, operativa e instrumental de las variables.

- **Definición conceptual:** “El proceso administrativo es una metodología que permite al administrador, gerente , ejecutivo, empresario o cualquier otra persona, manejar eficazmente una organización. Consiste en estudiar la administración como un proceso integrado por varias etapas, en la que cada una responde a seis preguntas fundamentales: ¿qué?, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿con quién? ¿cuándo? y ¿dónde?” (Münch, 2015, p. 33).

- **Dimensión:** Las variables específicas que se extraen para este factor serán:
 - proceso de organización
 - proceso de dirigir

- **Definición conceptual de la dimensión:** Es muy importante tener claro que administrar implica generar un proceso, a esto se le conoce como

proceso administrativo, el cual permite tomar decisiones acertadas en cuanto a recursos materiales, humanos y otros.

- **Definición operacional:** Se aplica prueba no paramétrica, con la definición de hipótesis nulas para contrastar frecuencias. Para este estudio se aplicó un nivel de confianza del 95%, el 5% restante es el margen de error para el estudio estadístico lo que dio un total de 96 encuestas por aplicar.

La fórmula que se utilizó para el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

N = El tamaño de la población, que fueron 127 artesanos

Z = Es el nivel de confianza, de un 95% (1,96) para este estudio

p = Es la posibilidad de éxito, que es de un 50%

q = Es la variabilidad negativa, que es de un 50%

d = Es el margen de error, que es de un 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 127}{(0,05)^2 * (127 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = 96$$

- **Definición instrumental:** Para este factor de investigación se han seleccionado las herramientas de encuesta con los artesanos, aplicando el cuestionario por lo menos a 96 de ellos, de los 150 seleccionados para participar en la feria del año 2016.

- **Fuentes de información:** Se tomarán como fuentes de información la base de datos de artesanos seleccionados por la comisión curatorial, que participaron en la Feria Hecho Aquí 2016.

- **Definición conceptual:** "... el proceso administrativo permite movilizar con eficiencia los recursos humanos, materiales, financieros y técnicos; determina como crear las oportunidades de actuar y es factor importante para el establecimiento de un ambiente favorable en su desarrollo."
(Benavides, 2014, p. 20).

- **Dimensión:** Las variables específicas que se extraen para este factor serán:
 - proceso de planear
 - proceso de control

- **Definición conceptual de la dimensión:** Se puede definir el proceso de administración como la herramienta que permite gestionar eficaz y eficientemente los recursos que destina la administración para algún proyecto de interés.

- **Definición operacional:** Para este trabajo se seleccionó la entrevista con expertos, basada en siete preguntas a cada experto, preguntas formuladas según el grado de responsabilidad en la feria de cada uno de los entrevistados.

- **Definición instrumental:** Para este factor de investigación se ha seleccionado la herramienta de entrevista con expertos, que estuvieron a cargo de organizar la feria, que en el caso de este estudio son:
 - Seidy Acuña Barboza
 - Loyda Pretiz Beaumont

- **Fuentes de información:** Se tomarán como fuentes de información los documentos que se han generado para sustentar el desarrollo de la feria, así como las entrevistas a los expertos.

- **Cuadro de operacionalización de las variables:**

OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DEFINICIÓN INSTRUMENTAL
Identificar si existe una planificación en el desarrollo de la Feria Hecho Aquí del año 2016	A mayor uso del proceso administrativo	Proceso administrativo	“El proceso administrativo es una metodología que permite al administrador, gerente, ejecutivo, empresario o cualquier otra persona, manejar eficazmente una organización. Consiste en estudiar la administración como un proceso integrado por varias etapas, en la que cada una responde a seis preguntas fundamentales: ¿qué?, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿con quién? ¿cuándo? y ¿dónde?” (Münch, 2015, p. 33).	Se aplica prueba no paramétrica, con la definición de hipótesis nulas para contrastar frecuencias. Para este estudio se aplicó un nivel de confianza del 95%, siendo el 5% restante margen de error para el estudio estadístico dando un total de 96 encuestas a aplicar.	Para este factor de investigación se ha seleccionado las herramientas de encuesta con los artesanos, aplicando el cuestionario al menos a 96 artesanos de los 150 seleccionados para participar en la feria del año 2016.
Evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la planificación de la Feria Hecho Aquí 2016.					

<p>Elaborar una mejor planificación, que aplique al Centro de Producción Artística y Cultural con base en los resultados.</p>	<p>Mejora la ejecución del proyecto</p>	<p>Ejecución del proyecto</p>	<p>“... el proceso administrativo permite movilizar con eficiencia los recursos humanos, materiales, financieros y técnicos; determina como crear las oportunidades de actuar y es factor importante para el establecimiento de un ambiente favorable en su desarrollo.” (Benavides, 2014, p. 20).</p>	<p>Para este trabajo se seleccionó la entrevista con expertos, basada en una entrevista de siete preguntas a cada experto, preguntas formuladas según el grado de responsabilidad en la feria de cada uno de los entrevistados.</p>	<p>Para este factor de investigación se ha seleccionado la herramienta de entrevista con expertos, que estuvieron a cargo de organizar la feria, que en el caso de este estudio son:</p> <p>Seidy Acuña Barboza</p> <p>Loyda Pretiz Beaumont</p>
<p>Presupuestar la nueva planificación que aplique a la realidad presupuestaria del Centro de Producción Artístico y Cultural.</p>					

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN VIGENTE

4.1.1 Diagnóstico de la situación.

Al ser la “Feria Hecho Aquí” un proyecto reciente del Ministerio de Cultura y Juventud, no existe hasta este momento un estudio real de opinión de los participantes de la feria, específicamente de los artesanos. Tampoco anteriormente se han evaluado las condiciones que se presentan durante el desarrollo de la feria, en el espacio físico que se ha designado para este fin que es la Antigua Aduana.

Hasta este momento, se cuenta únicamente con mediciones de público asistente, las que fueron elaboradas por la escuela de estadística de la Universidad de Costa Rica, pero estas no contemplan la opinión de los más de cien artesanos que han participado, en algunos casos, en ambas ediciones de este proyecto.

El análisis del cuestionario aplicado permitirá indagar en los puntos clave de la “Feria Hecho Aquí”, desde la perspectiva de los participantes, quienes pagan un canon para adquirir el derecho de mostrar sus productos en dicho espacio.

4.1.2 Descripción de los datos.

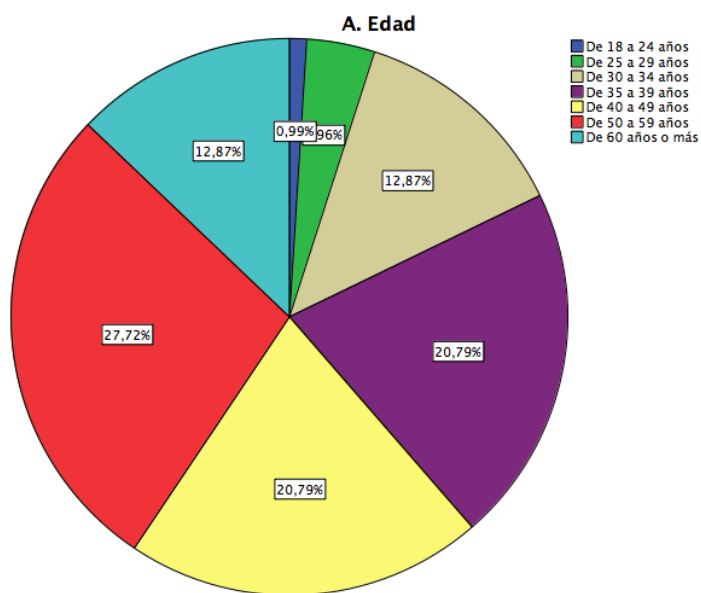
4.1.2.1 Encuestas.

Tabla 1 - Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 25 a 29 años	4	4,0	4,0	5,0
De 30 a 34 años	13	12,9	12,9	17,8
De 35 a 39 años	21	20,8	20,8	38,6
Válido De 40 a 49 años	21	20,8	20,8	59,4
De 50 a 59 años	28	27,7	27,7	87,1
De 60 años o más	13	12,9	12,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 1 - Edad



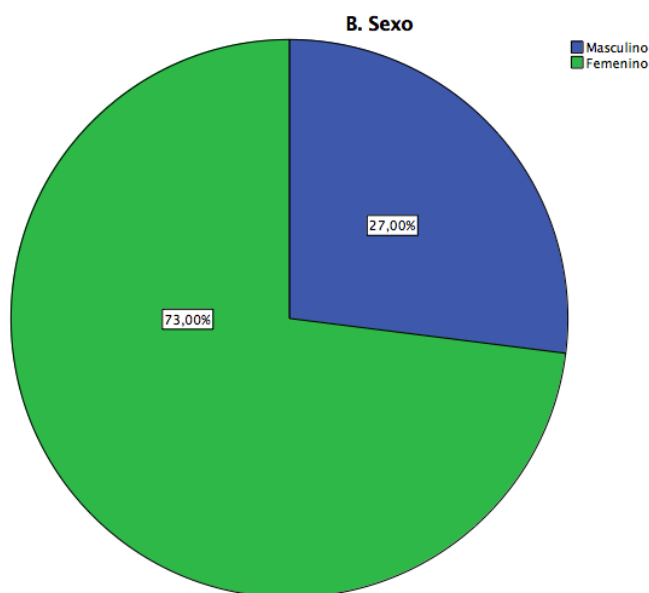
Fuente: Elaboración propia 2017.

Se observa en este primer cuadro, que la mayor cantidad de artesanos rondan entre 50 a 59 años de edad, según el acumulado de mayor cantidad. En segundo lugar de relevancia, se encuentran los artesanos en un nivel etario de 10 a 49 años, de manera que entre ambos se alcanza el cincuenta por ciento del total de los artesanos encuestados, lo cual brinda un panorama sobre el rango etario en que la mayoría de personas con oficios artesanales oscilan, se evidencia una muy baja participación de la juventud en este tipo de actividades comerciales.

Tabla 2 - Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	27	26,7	27,0	27,0
	Femenino	73	72,3	73,0	100,0
	Total	100	99,0	100,0	
Perdidos	99	1	1,0		
Total		101	100,0		

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 2 - Sexo

Fuente: Elaboración propia 2017.

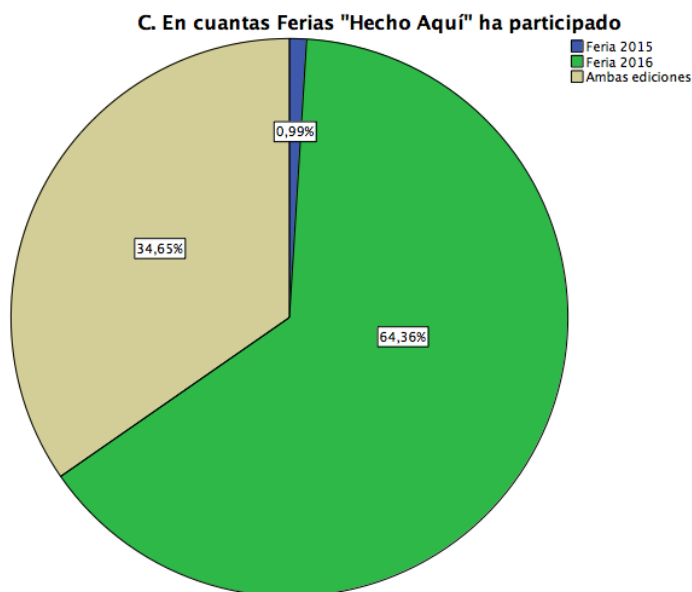
De acuerdo con el gráfico, el 73% de las personas que participan en la feria son mujeres, es evidente que las mujeres tienen mucha mayor participación dentro de la feria.

Se aprecia que la participación masculina es significativamente baja, lo que implica a su vez que las mujeres están teniendo mayor disposición para desarrollar labores de empleo informal, como en el caso de esta feria que su participación es mucho mayor.

Tabla 3 - Ediciones en las que ha participado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Feria 2015	1	1,0	1,0	1,0
Feria 2016	65	64,4	64,4	65,3
Ambas ediciones	35	34,7	34,7	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 3 - Ediciones en las que ha participado

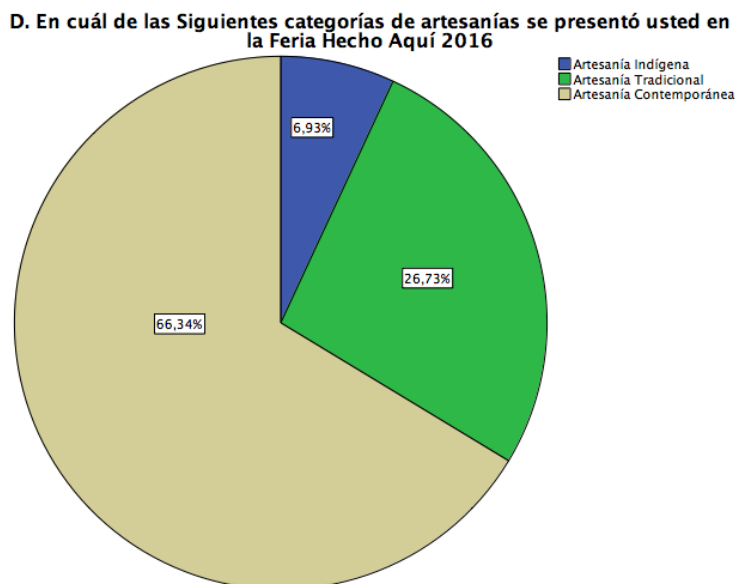
Fuente: Elaboración propia 2017.

Más de la mitad de los participantes lo hacen por primera vez, un 64% de nuevos expositores, lo que denota un aumento con respecto a las anteriores ediciones. También se denota que muy pocos artesanos de los que concurrieron en esta edición, lo hicieron en la primera Feria Hecho aquí del año 2015, de los cuales la asistencia fue menor que el 1%.

Tabla 4 - Categoría de Artesanía en la que participó.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Artesanía Indígena	7	6,9	6,9	6,9
Artesanía Tradicional	27	26,7	26,7	33,7
Artesanía Contemporánea	67	66,3	66,3	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 4 - Categoría de Artesanía en la que participó.

Fuente: Elaboración propia 2017.

Se puede observar en el gráfico anterior que el 66.34% de los expositores en la feria pertenecían a la categoría de artesanía contemporánea, lo cual evidencia que tanto la artesanía tradicional como la indígena tienen escasa participación en la Feria Hecho Aquí 2016.

Existe una relación en que las artesanías tradicionales e indígenas están ligadas a artesanos muy especializados, que aprenden sus oficios heredados en núcleos familiares en muchos casos, lo que no sucede igual con la artesanía contemporánea.

Tabla 5 - Participará en la siguiente edición.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	100	99,0	99,0	99,0
Válido No	1	1,0	1,0	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 5 Participará en la siguiente edición.

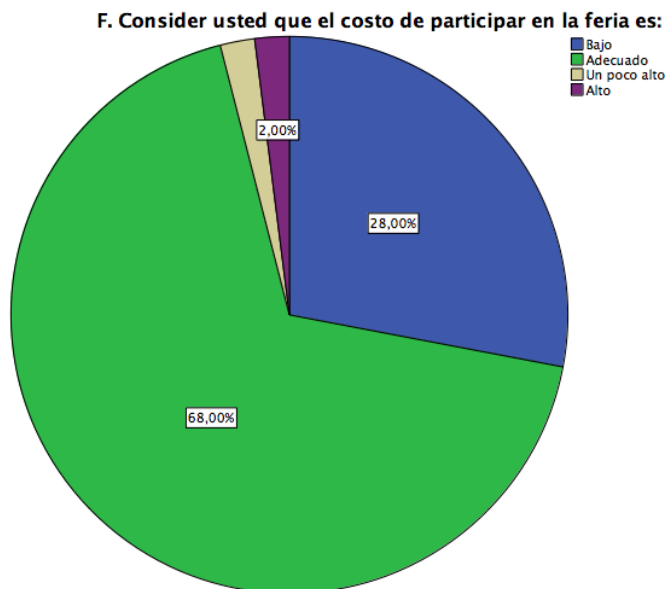
Fuente: Elaboración propia 2017.

La mayoría de los artesanos están muy satisfechos con la feria, tanto así que el 99% de los participantes de esta edición están dispuestos a participar en la siguiente, asegurando el crecimiento de la feria.

Tabla 6 Costo de participación en la feria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Bajo	28	27,7	28,0	28,0
	Adecuado	68	67,3	68,0	96,0
Válido	Un poco alto	2	2,0	2,0	98,0
	Alto	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	99,0	100,0	
Perdidos	99	1	1,0		
	Total	101	100,0		

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 6 - Costo de participación en la feria.

Fuente: Elaboración propia 2017.

El 66% de los artesanos opinan que el costo de participación de la Feria Hecho Aquí 2016 es adecuado.

Es interesante denotar que el 28% de los artesanos piensan que este costo es bajo, y lo es si se compara contra el costo de participar en otras ferias similares, las cuales en su mayoría superan los cien mil colones, en contraste con los 25 mil colones por artesanos que costó la participación en la Feria Hecho Aquí 2016.

Tabla 7 - Durante la o las ferias que ha participado ¿Tuvo problemas con la producción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	3	3,0	3,0	3,0
Válido No	98	97,0	97,0	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 7 - Durante la o las ferias que ha participado ¿Tuvo problemas con la producción?



Fuente: Elaboración propia 2017.

Se observa una muy buena labor por parte de la producción del festival, ya que el 97% de los artesanos encuestados expresan un muy buen concepto de la labor de producción.

Únicamente un 2% de los encuestados aseveran haber tenido algún tipo de problema con la producción durante el desarrollo de la feria, lo que es un excelente margen para un evento comercial de estas dimensiones.

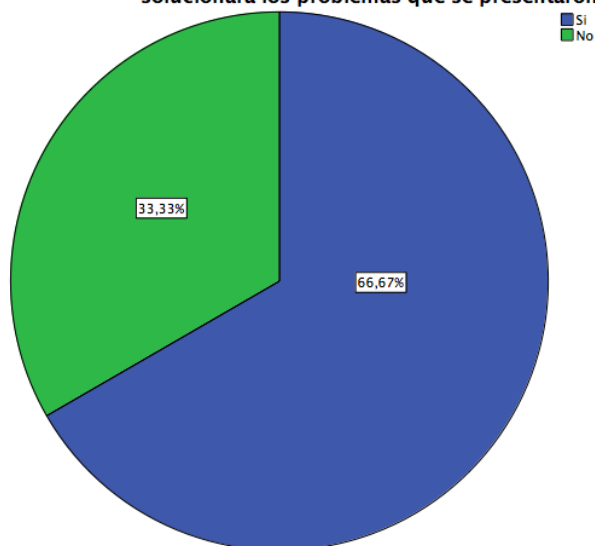
Tabla 8 - ¿Hubo alguien de la producción que solucionara los problemas que se presentaron?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Si	2	2,0	66,7	66,7
Válido	No	1	1,0	33,3	100,0
	Total	3	3,0	100,0	
Perdidos	99	98	97,0		
	Total	101	100,0		

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 8 - ¿Hubo alguien de la producción que solucionara los problemas que se presentaron?

H. En caso de ser positiva su respuesta, hubo alguien de la producción que solucionara los problemas que se presentaron



Fuente: Elaboración propia 2017.

De los casos en que hubo problemas, se concluye que en 66.67% de los mismos si hubo una respuesta por parte de la producción para resolver los inconvenientes, lo que habla muy positivamente del servicio brindado a los artesanos durante la feria.

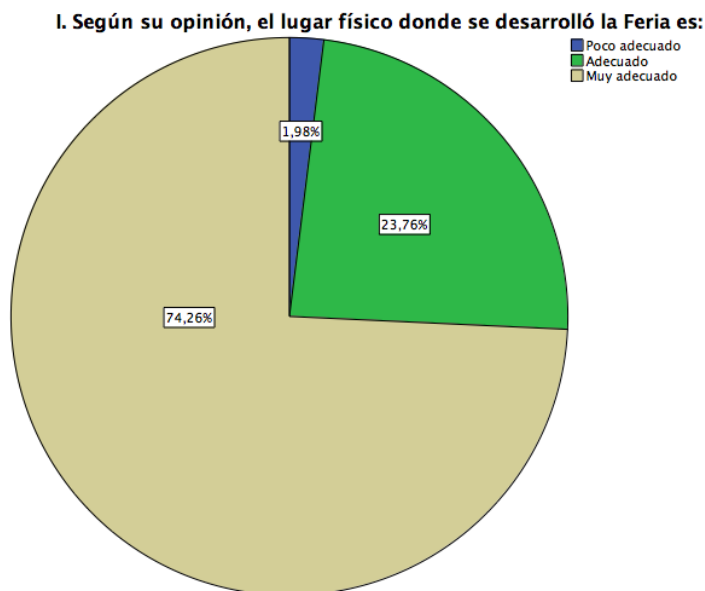
La labor de la producción en esta edición de la Feria Hecho Aquí fue de muy alta calidad, sin embargo, dado el crecimiento propio de este proyecto se evidencia la necesidad de más personal en la función de coordinación con los artesanos.

Tabla 9 - Opinión del lugar físico donde se desarrolló la Feria.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco adecuado	2	2,0	2,0	2,0
Adecuado	24	23,8	23,8	25,7
Muy adecuado	75	74,3	74,3	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 9 - Opinión del lugar físico donde se desarrolló la Feria.



Fuente: Elaboración propia 2017.

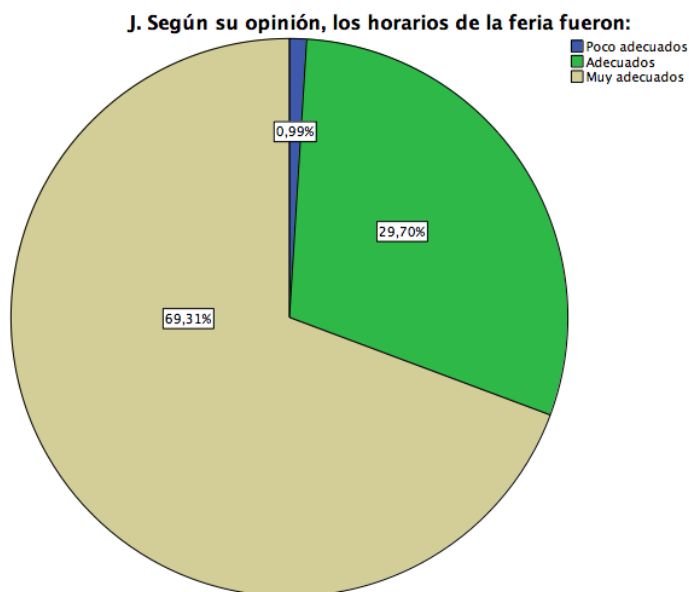
La Feria Hecho Aquí en todas sus ediciones se ha desarrollado en la Antigua Aduana, ya que este es un lugar propicio para el desarrollo de este tipo de ferias, como lo demuestra el gráfico anterior, en el cual el 72.26% de los artesanos encuestados opinan que el lugar físico es muy adecuado para la actividad.

El siguiente rango en importancia sobre la pregunta es el clasificado en adecuado, que obtuvo un 23.76% de aceptación por parte de los encuestados, lo que claramente indica que el espacio seleccionado para desarrollar la feria cumple con la aprobación por parte de los artesanos.

Tabla 10 - Opinión de los horarios de la feria.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco adecuados	1	1,0	1,0	1,0
Adecuados	30	29,7	29,7	30,7
Muy adecuados	70	69,3	69,3	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 10 - Opinión de los horarios de la feria.

Fuente: Elaboración propia 2017.

La opinión de los horarios de la feria también es muy favorable, puesto que un 69.31% de las opiniones se ubica en el rango de muy adecuados. Las fechas y los

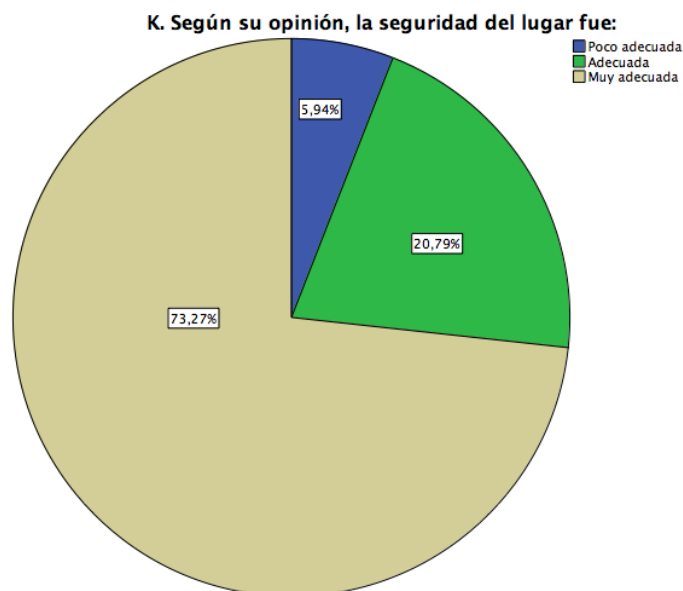
horarios de la feria fueron: viernes 2 y sábado 3 de diciembre de 10:00 a.m. a 8:00 p.m. y el domingo 4 de diciembre de 10:00 a.m. a 6:00 p.m.

Tabla 11 - Opinión sobre la seguridad del lugar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco adecuada	6	5,9	5,9	5,9
Adecuada	21	20,8	20,8	26,7
Muy adecuada	74	73,3	73,3	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 11 - Opinión sobre la seguridad del lugar



Fuente: Elaboración propia 2017.

La seguridad durante la edición de la Feria Hecho Aquí cumplió con las expectativas de los participantes, catalogando un 73.27% como muy adecuada y un 20.79% como adecuada, lo que ubica a los rangos de mejor opinión entre los principales seleccionados por los artesanos de la feria.

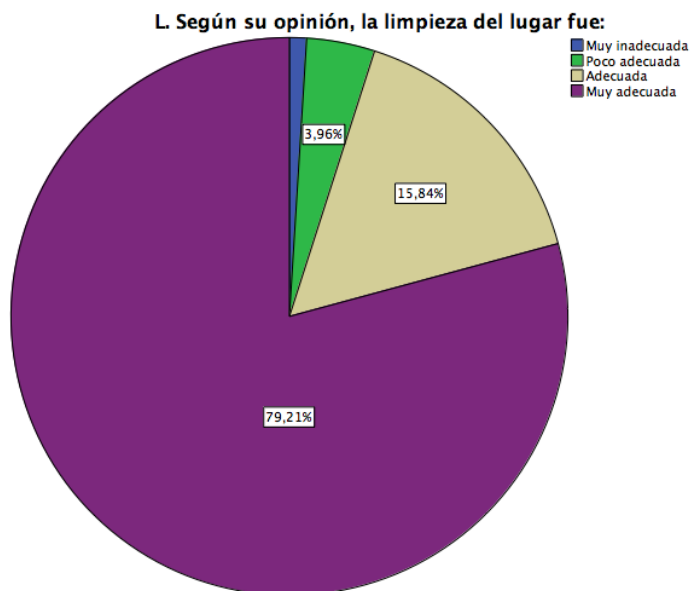
Tan solo un 5,94% la catalogó como poco adecuada la seguridad, lo que denota una buena labor de la producción y una aceptación general positiva por parte de los artesanos participantes en la feria.

Tabla 12 - Opinión sobre la limpieza del lugar.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy inadecuada	1	1,0	1,0	1,0
Poco adecuada	4	4,0	4,0	5,0
Válido Adecuada	16	15,8	15,8	20,8
Muy adecuada	80	79,2	79,2	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 12 - Opinión sobre la limpieza del lugar



Fuente: Elaboración propia 2017.

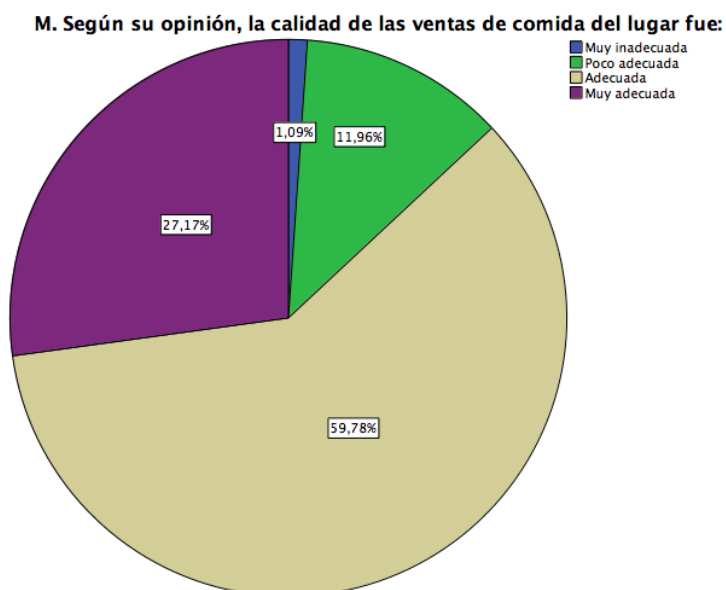
En general la limpieza del lugar durante los días de la feria fue muy apropiada, según la opinión de los artesanos participantes, que la catalogaron así en un 79,21% de los casos.

También en un 15,8% de los encuestados se catalogó la limpieza como adecuada, lo que muestra una brecha significativamente amplia con el dato de 3,96% que la catalogó como poco adecuada. Esta brecha muestra la buena labor que se realizó en este aspecto durante los días de la feria.

Tabla 13 - Opinión sobre la calidad de las ventas de comida.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy inadecuada	1	1,0	1,1	1,1
	Poco adecuada	11	10,9	12,0	13,0
	Adecuada	55	54,5	59,8	72,8
	Muy adecuada	25	24,8	27,2	100,0
	Total	92	91,1	100,0	
Perdidos	99	9	8,9		
Total		101	100,0		

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 13 - Opinión sobre la calidad de las ventas de comida.

Fuente: Elaboración propia 2017.

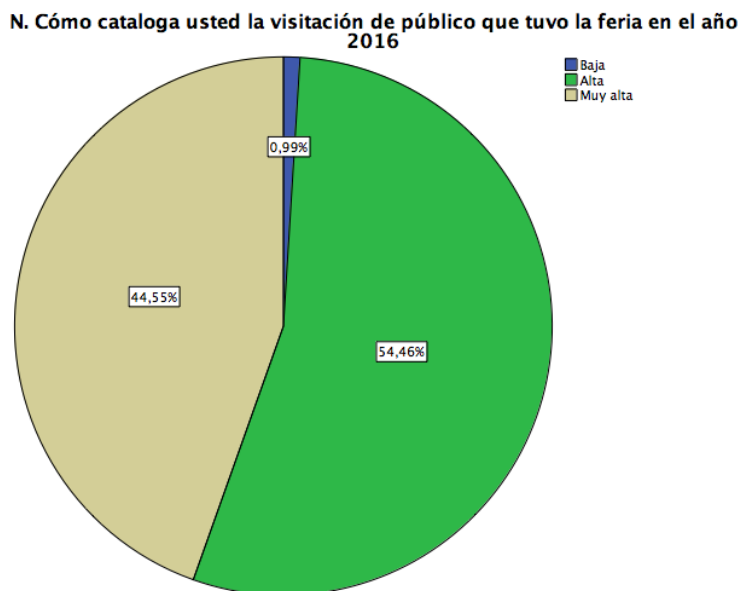
La opinión sobre este punto también fue positiva, siendo un 59,78% adecuada según la opinión de los artesanos participantes.

En segundo nivel de porcentaje acumulado se encuentra la opinión de muy adecuada con un 27.17%, de lo que se puede inferir que la mayor parte de los participantes catalogan de buena y muy buena la calidad de las comidas que se sirvieron en los lugares designados para este fin durante la feria.

Tabla 14 - Opinión sobre la visitación que tuvo la feria en el año 2016.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	1	1,0	1,0	1,0
Alta	55	54,5	54,5	55,4
Muy alta	45	44,6	44,6	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 14 - Opinión sobre la visitación que tuvo la feria en el año 2016.

Fuente: Elaboración propia 2017.

La visitación a la feria fue vista como algo muy positivo entre los artesanos participantes de la edición, dado que los mismos han catalogado el mayor porcentaje en alto con 54.46%, seguido de muy alto con 44.55%.

Estos datos son muy positivos para efectos de este estudio dado que al estar los artesanos satisfechos con la visitación, las propuestas de mejora para las siguientes ediciones serán una herramienta que ayudará a incrementar la participación de artesanos en las siguientes ediciones de la feria.

Tabla 15 - Costo de participación adecuado y compensado con las ventas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	96	95,0	95,0	95,0
Válido No	5	5,0	5,0	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 15 - Costo de participación adecuado y compensado con las ventas.

Fuente: Elaboración propia 2017.

En general al haber un costo bajo de participación en la feria la mayoría de los artesanos ven como muy positiva la compensación de lo invertido en las ventas.

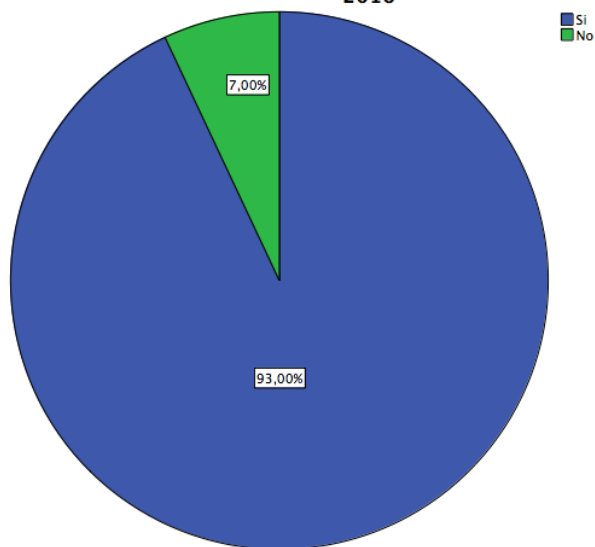
Tabla 16 - Opinión sobre expectativas de ventas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Si	93	92,1	93,0	93,0
Válido	No	7	6,9	7,0	100,0
	Total	100	99,0	100,0	
Perdidos	99	1	1,0		
	Total	101	100,0		

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 16 - Opinión sobre expectativas de ventas.

O. Logró cumplir sus expectativas de ventas durante la feria Hecho Aquí 2016



Fuente: Elaboración propia 2017.

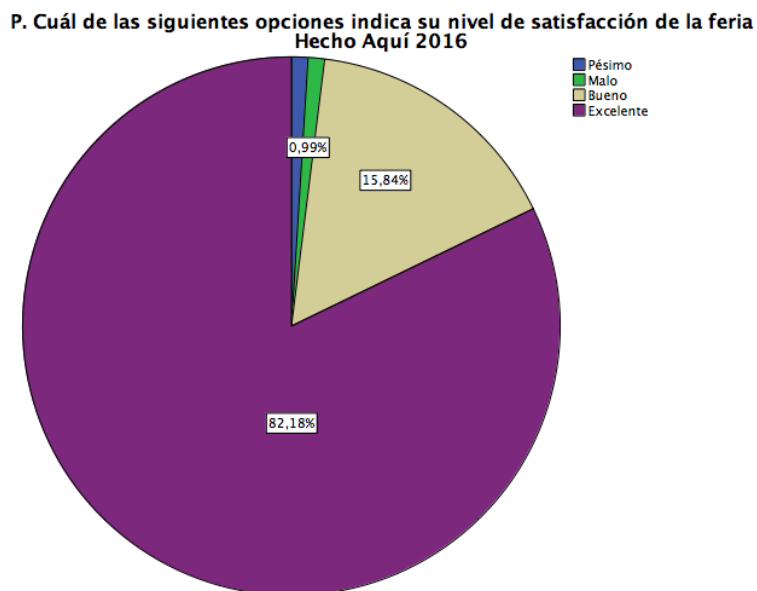
Se puede observar en el gráfico anterior que las expectativas de ventas fueron superadas, como lo demuestra el hecho de que un 93% de los artesanos participantes en la feria, opinó positivamente.

A su vez, se puede apreciar que un 7% de los artesanos no lograron cumplir su expectativa de ventas, aun cuando al parecer en general las condiciones que presentó la feria para la muestra y comercialización de los productos fue muy positiva para la mayoría de los artesanos.

Tabla 17- Nivel de satisfacción de la feria Hecho Aquí 2016.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pésimo	1	1,0	1,0	1,0
Malo	1	1,0	1,0	2,0
Válido Bueno	16	15,8	15,8	17,8
Excelente	83	82,2	82,2	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 17 - Nivel de satisfacción de la feria Hecho Aquí 2016.

Fuente: Elaboración propia 2017.

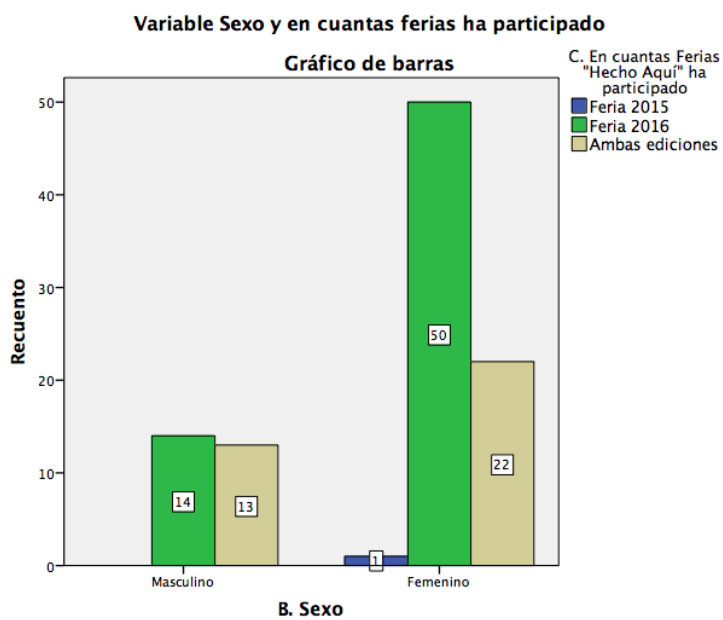
Se deduce del gráfico, que en general el nivel de satisfacción para los participantes en la Feria Hecho Aquí es muy positivo, dado que este fue catalogado entre los rangos de excelente en 82,18% y bueno en 15,84% del total de artesanos encuestados.

Dado que el porcentaje de insatisfacción es tan bajo, se puede inferir que en general las condiciones de participación y del espacio físico para los artesanos estuvieron acordes con las expectativas de los mismos, por lo que la feria fue una experiencia positiva, logrando que muchos expositores participen en las siguientes ediciones.

Tabla 18 - Cantidad de ferias participadas por sexo.

		En cuantas Ferias "Hecho Aquí" ha participado			Total	
		Feria 2015	Feria 2016	Ambas ediciones		
Sexo	Masculino	Recuento	0	14	13	27
		% del total	0,0%	14,0%	13,0%	27,0%
	Femenino	Recuento	1	50	22	73
		% del total	1,0%	50,0%	22,0%	73,0%
Total		Recuento	1	64	35	100
		% del total	1,0%	64,0%	35,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 18 - Cantidad de ferias participadas por sexo.

Fuente: Elaboración propia 2017.

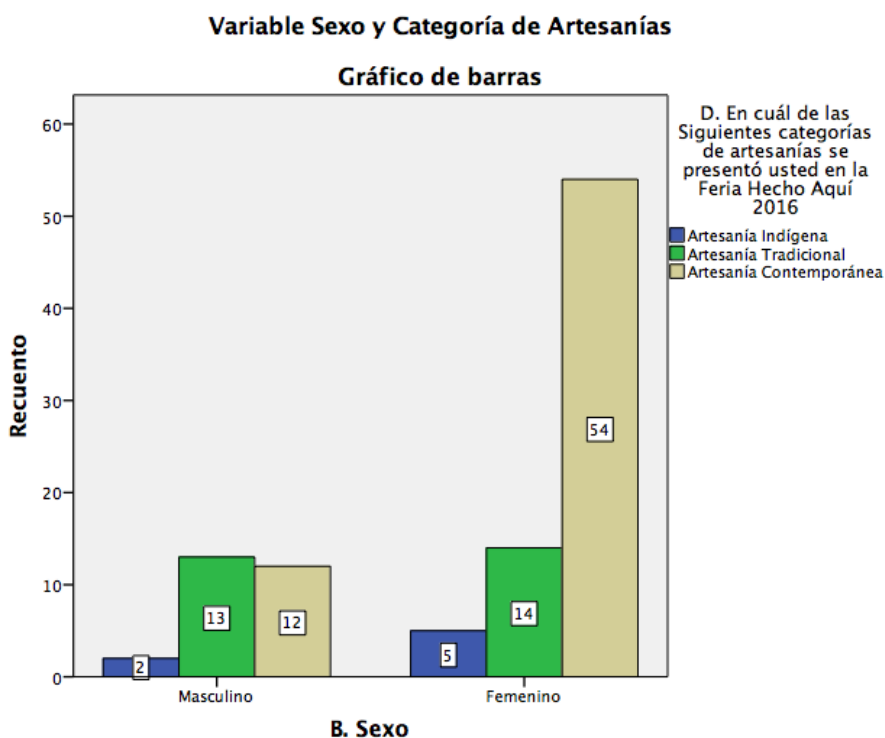
Se puede apreciar en el gráfico anterior que la participación femenina ha sido predominante en las ediciones de la Feria Hecho Aquí. Es más evidente en la feria del año 2016, dado que en esta hay mucha participación de nuevos artesanos y por tanto se denota más la participación por sexo.

Tabla 19 - Categoría de Artesanía por sexo.

			En cuál de las Sigüientes categorías de artesanías se presentó usted en la Feria Hecho Aquí 2016			Total
			Artesanía Indígena	Artesanía Tradicional	Artesanía Contemporánea	
Sexo	Masculino	Recuento	2	13	12	27
		% del total	2,0%	13,0%	12,0%	27,0%
	Femenino	Recuento	5	14	54	73
		% del total	5,0%	14,0%	54,0%	73,0%
Total	Recuento	7	27	66	100	
	% del total	7,0%	27,0%	66,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 19 - Categoría de Artesanía por sexo



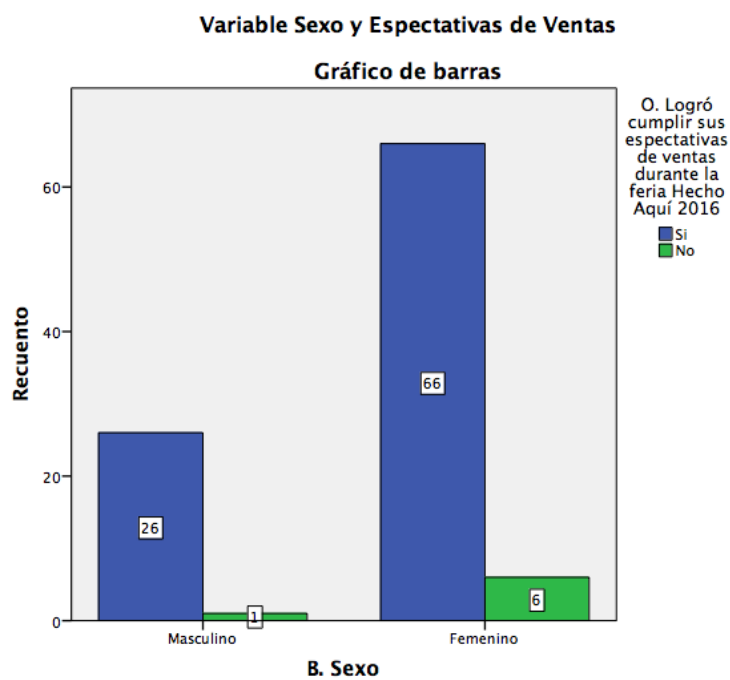
Fuente: Elaboración propia 2017.

Se observa en el gráfico que en el sexo femenino hay una muy marcada preferencia por la artesanía del tipo contemporáneo, aunque hay de igual forma alguna participación en la artesanía tradicional y la indígena. Para el caso del sexo masculino es muy cercana la diferencia entre la artesanía tradicional y la artesanía contemporánea, no obstante, al ser la menor cantidad de participación por sexo aunque la diferencia sea pequeña, esta denota una leve preferencia por la artesanía tradicional.

Tabla 20 - Expectativas de ventas por sexo.

			Logró cumplir sus expectativas de ventas durante la feria Hecho Aquí 2016		Total
			Si	No	
Sexo	Masculino	Recuento	26	1	27
		% del total	26,3%	1,0%	27,3%
	Femenino	Recuento	66	6	72
		% del total	66,7%	6,1%	72,7%
Total		Recuento	92	7	99
		% del total	92,9%	7,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 20 Expectativas de ventas por sexo.

Fuente: Elaboración propia 2017.

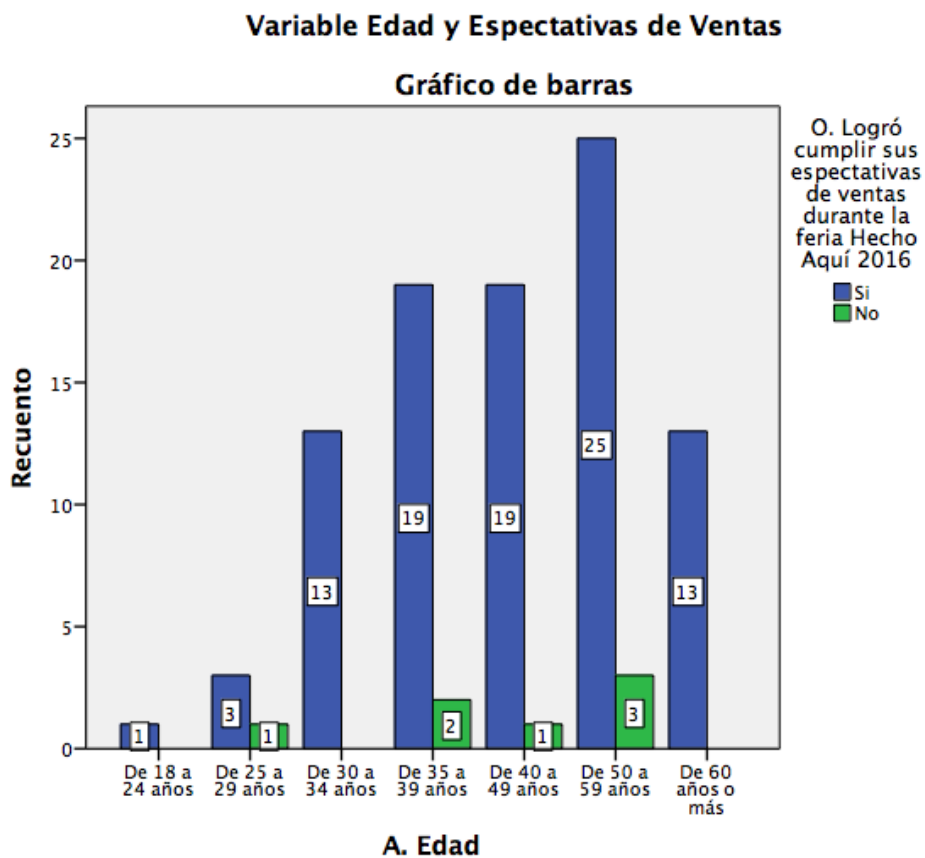
Para ambos sexos se puede apreciar que se superó muy ampliamente la expectativa de ventas, lo que es un aspecto muy positivo ya que los artesanos podrían estar en mejor disposición de participar en siguientes ediciones.

Tabla 21 - Expectativa de ventas por edad.

			Logró cumplir sus expectativas de ventas durante la feria Hecho Aquí 2016		Total
			Si	No	
Edad	De 18 a 24 años	Recuento	1	0	1
		% del total	1,0%	0,0%	1,0%
	De 25 a 29 años	Recuento	3	1	4
		% del total	3,0%	1,0%	4,0%
	De 30 a 34 años	Recuento	13	0	13
		% del total	13,0%	0,0%	13,0%
	De 35 a 39 años	Recuento	19	2	21
		% del total	19,0%	2,0%	21,0%
	De 40 a 49 años	Recuento	19	1	20
		% del total	19,0%	1,0%	20,0%
	De 50 a 59 años	Recuento	25	3	28
		% del total	25,0%	3,0%	28,0%
	De 60 años o más	Recuento	13	0	13
		% del total	13,0%	0,0%	13,0%
Total	Recuento	93	7	100	
	% del total	93,0%	7,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 21 - Expectativa de ventas por edad.



Fuente: Elaboración propia 2017.

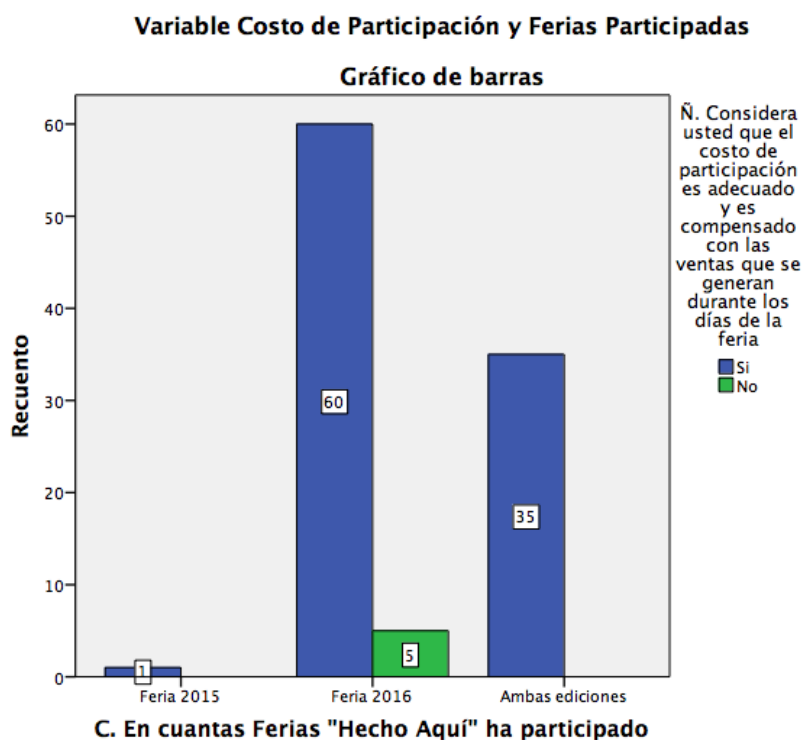
En todos los rangos de edad que participaron de la Feria Hecho Aquí 2016, se superó considerablemente la expectativa de ventas, es claro que en los rangos de edad en que hubo mayor participación también hubo más satisfacción en cuanto a la expectativa de ventas.

Tabla 22 - Opinión de costos por las ferias que ha participado.

			Considera usted que el costo de participación es adecuado y es compensado con las ventas que se generan durante los días de la feria.		Total
			Si	No	
En cuantas Ferias "Hecho Aquí" ha participado	Feria 2015	Recuento	1	0	1
		% del total	1,0%	0,0%	1,0%
	Feria 2016	Recuento	60	5	65
		% del total	59,4%	5,0%	64,4%
	Ambas ediciones	Recuento	35	0	35
		% del total	34,7%	0,0%	34,7%
Total	Recuento	96	5	101	
	% del total	95,0%	5,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 22 - Opinión de costos por las ferias que ha participado.



Fuente: Elaboración propia 2017.

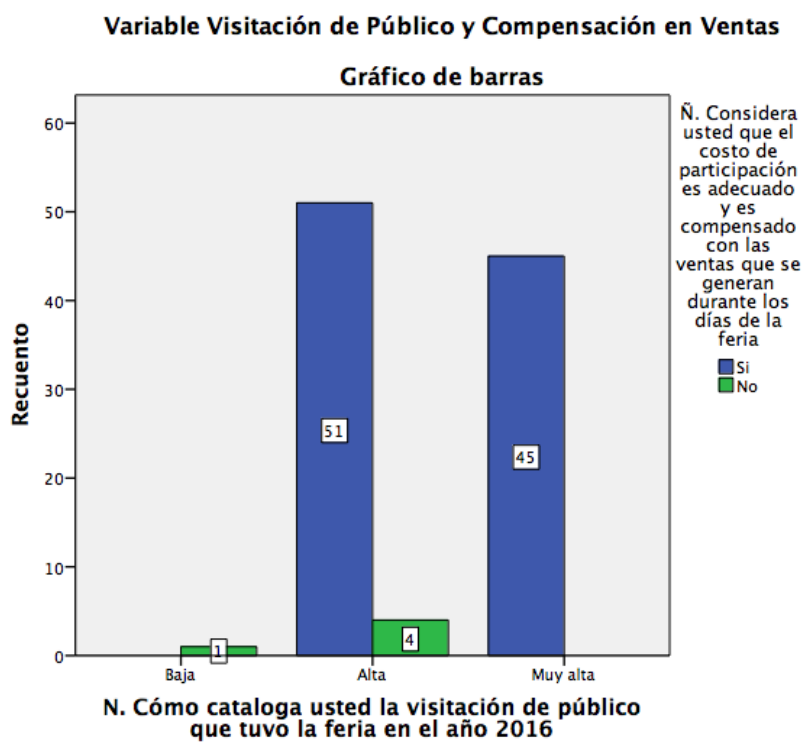
Se puede observar en el gráfico anterior que la participación en ambas ediciones y la de la feria del año 2016, se considera que el costo de participación es adecuado, aun cuando en la feria del año 2015 no se cobró por la participación y en la del año 2016 sí se generó un cobro de 25 mil colones por "stand".

Tabla 23 - Visitación por costo adecuado.

			Considera usted que el costo de participación es adecuado y es compensado con las ventas que se generan durante los días de la feria		Total
			Si	No	
Cómo cataloga usted la visitación de público que tuvo la feria en el año 2016	Baja	Recuento	0	1	1
		% del total	0,0%	1,0%	1,0%
	Alta	Recuento	51	4	55
		% del total	50,5%	4,0%	54,5%
	Muy alta	Recuento	45	0	45
		% del total	44,6%	0,0%	44,6%
Total	Recuento	96	5	101	
	% del total	95,0%	5,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 23 - Visitación por costo adecuado.



Fuente: Elaboración propia 2017.

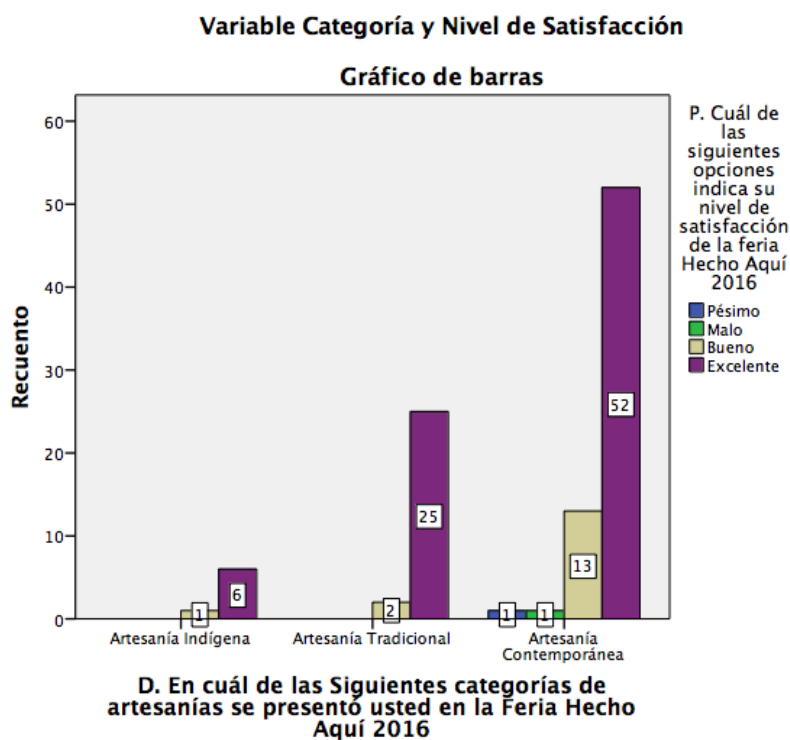
En esta variable se puede apreciar que en ambos casos de alta visitación han considerado que el costo de participación se ve compensando con las ventas que se generan durante los días del festival.

Tabla 24 - Categoría de Artesanía por nivel de satisfacción.

			Cuál de las siguientes opciones indica su nivel de satisfacción de la feria Hecho Aquí 2016				Total
			Pésimo	Malo	Bueno	Excelente	
En cuál de las siguientes categorías de artesanías se presentó usted en la Feria Hecho Aquí 2016	Artesanía Indígena	Recuento	0	0	1	6	7
		% del total	0,0%	0,0%	1,0%	5,9%	6,9%
	Artesanía Tradicional	Recuento	0	0	2	25	27
		% del total	0,0%	0,0%	2,0%	24,8%	26,7%
	Artesanía Contemporánea	Recuento	1	1	13	52	67
		% del total	1,0%	1,0%	12,9%	51,5%	66,3%
Total	Recuento	1	1	16	83	101	
	% del total	1,0%	1,0%	15,8%	82,2%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia 2017.

Gráfico 24 - Categoría de Artesanía por nivel de satisfacción.



Fuente: Elaboración propia 2017.

En todas las categorías de la Feria Hecho Aquí 2016 el nivel de satisfacción por parte de los artesanos participantes la gran mayoría la consideró excelente.

4.1.2.2 Pregunta abierta.

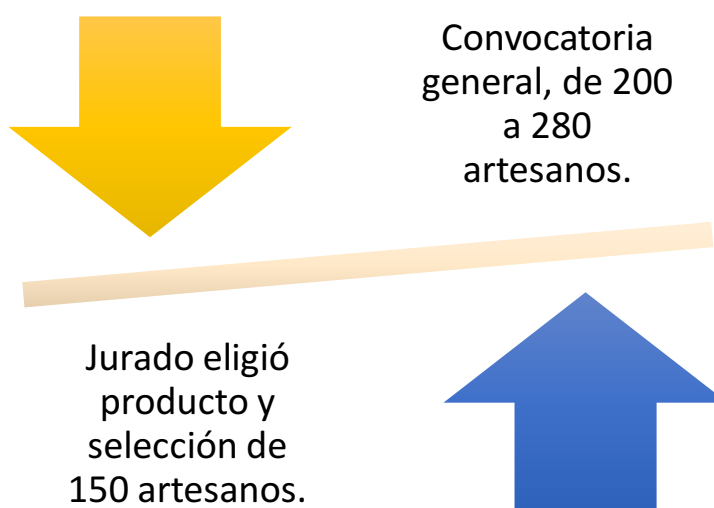
Tabla 25 - Opinión de lo peor y lo mejor de la feria.

Por favor indicarnos según su experiencia como participante de la feria hecho aquí, ¿qué fue lo peor y qué fue lo mejor de la misma? Se le ruega ser conciso en su respuesta.			
Los encuestados consideraron que lo peor de la feria fue:		Los encuestados consideraron que lo mejor de la feria fue:	
53% considera que hubo pocos días de la feria.	27% considera una escasa oferta de comidas.	41% considera una oportunidad de concretar ventas.	25% considera a la organización de la feria gracias a una buena producción.
15% considera que hubo poca difusión y comunicación del evento.	5% considera una mala ubicación y tamaño de los Stand.	30% considera a la interacción con otros artesanos.	4% considera a los enlaces y alianzas con otros productores.

Fuente: Elaboración propia 2017.

4.1.2.3 Entrevista Seidy Acuña Barboza.

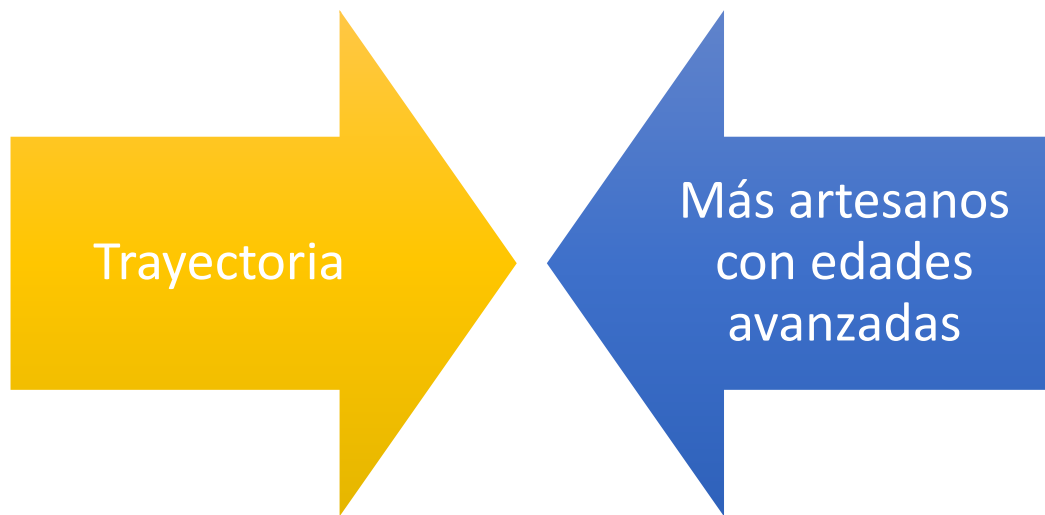
Ilustración 2 - Participación en la feria



Fuente: Elaboración propia 2017.

Se concluye con las respuestas a esta pregunta, que los artesanos participaron ampliamente de la convocatoria, permitiendo que la elección final de artesanos participantes fuera de mucha calidad al tener un vasto margen de selección.

La relación de calidad versus participación es uno de los puntos en que la producción ha enfatizado más, al ser también uno de los puntos por mejorar, pues muchos artesanos quedan por fuera en la participación debido a que sus productos no tienen la calidad requerida para participar de una feria de este nivel.

Ilustración 3 - Rango etario de los artesanos

Fuente: Elaboración propia 2017.

Se identifica que la poca participación de artesanos jóvenes se puede asociar a la trayectoria y el nivel de especialización que requieren cierto tipo de artesanías, para poder ser incluidas como participantes en la feria.

Al contar con artesanos de más experiencia, el producto que ofrecen es de mayor calidad, a la vez que cuentan con mejores destrezas dentro de actividades de este nivel, lo que les permite ofrecer productos adecuados para este espacio.

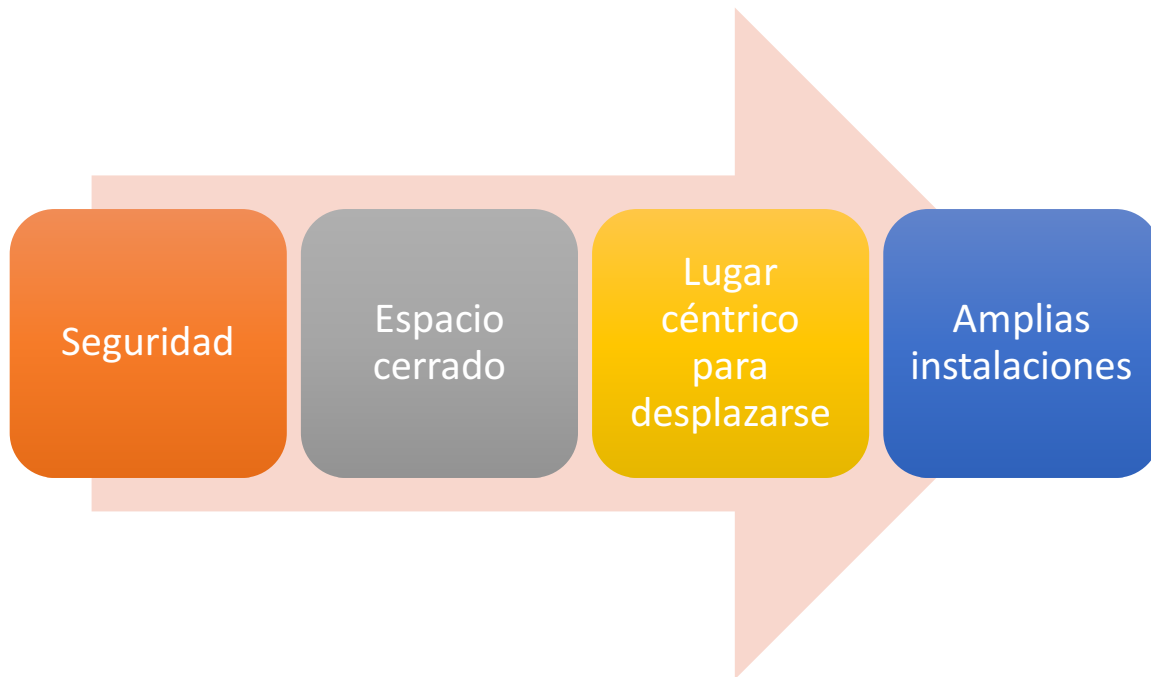
Ilustración 4 - Participación de los artesanos.

Fuente: Elaboración propia 2017.

Estos factores son el principal atractivo para que los artesanos participen en esta feria y que la misma mantenga un crecimiento sostenido en sus dos años de ejecución.

En el tanto el Ministerio de Cultura y Juventud promueva la participación de estos emprendedores, el crecimiento por oportunidades de negocio será el principal factor que atraerá la asistencia de nuevos artesanos con un mayor nivel de calidad.

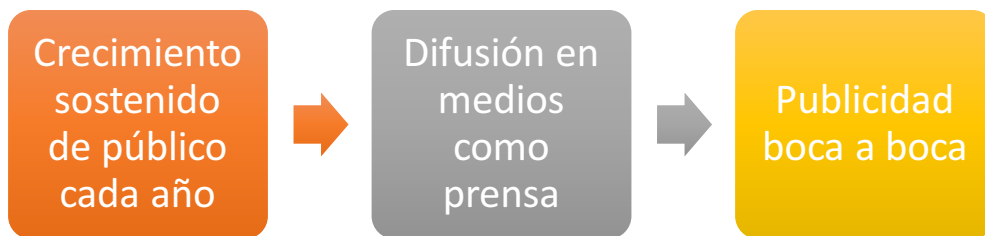
Ilustración 5 - Factores que influyen en el crecimiento de la feria.



Fuente: Elaboración propia 2017.

Estos son los principales factores que, a criterio del entrevistado, han propiciado el crecimiento exponencial que tiene la feria al día de hoy.

Ilustración 6 - Visitación a la feria y mejora de asistencia



Fuente: Elaboración propia 2017.

Estos elementos influyen positivamente en la convocatoria de público asistente a la feria, debido a que cada uno aporta para ampliar la convocatoria y, por ende, también de artesanos interesados en participar.

Ilustración 7 - Factores que influyen en éxito de la feria



Fuente: Elaboración propia 2017.

Estos factores influyen positivamente en el éxito de la Feria Hecho Aquí 2016, puesto que cada uno aporte al ciclo que se completa con el desarrollo del proyecto.

Ilustración 8 - Puntos por mejorar en las siguientes ediciones

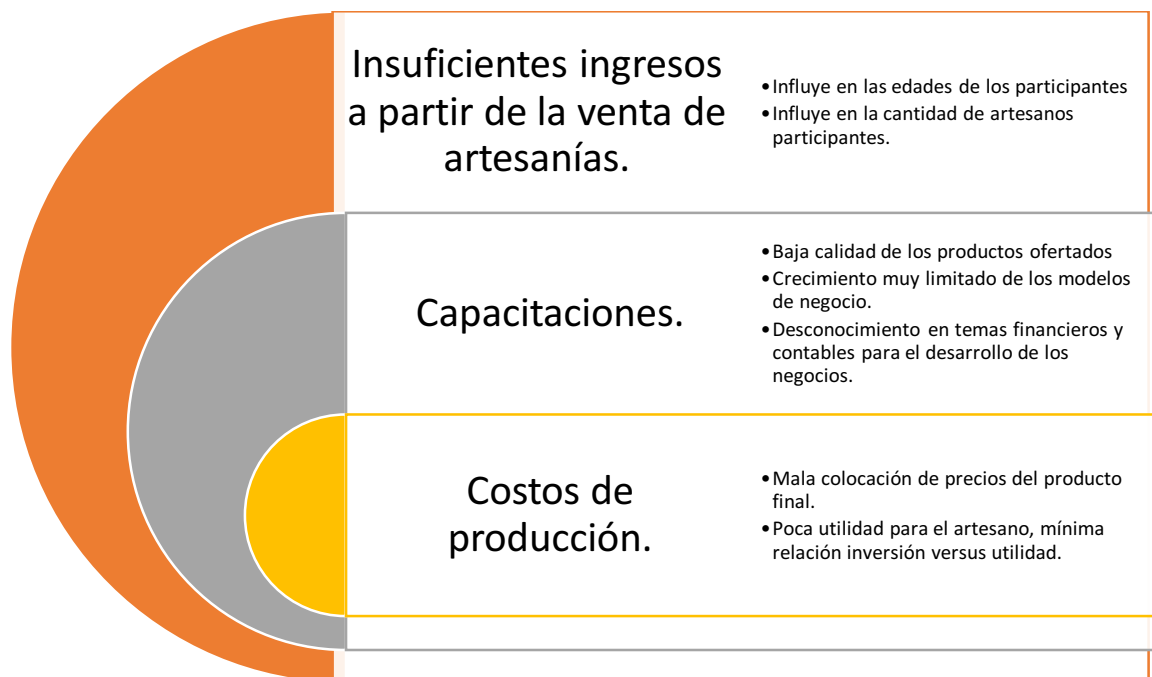
Fuente: Elaboración propia 2017.

Estos puntos son considerados aspectos por mejorar por el entrevistado, ubicados cada uno en orden de relevancia para el mismo.

Aun cuando la cobertura en medios de comunicación no pueda ser un factor fácilmente influenciado por la producción, la persona entrevistada considera este un punto que podría ayudar a un crecimiento más significativo en la visitación de público. Sumado a lo anterior los otros dos puntos que si pueden ser fácilmente influenciados por la administración y la producción de la feria.

4.1.2.4 Entrevista a Loyda Pretiz Beaumont.

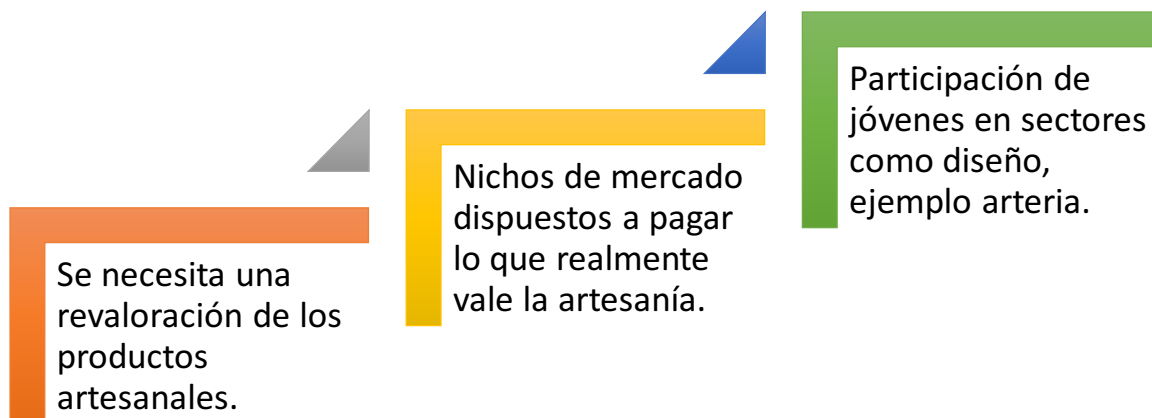
Ilustración 9 - Participación en la feria



Fuente: Elaboración propia 2017.

Estos factores influyen directamente en la participación de artesanos en la Feria Hecho Aquí del año 2016, según la perspectiva de la entrevistada estas eventualidades inciden directamente pues cada uno de ellos limita el desarrollo integral de estos participantes.

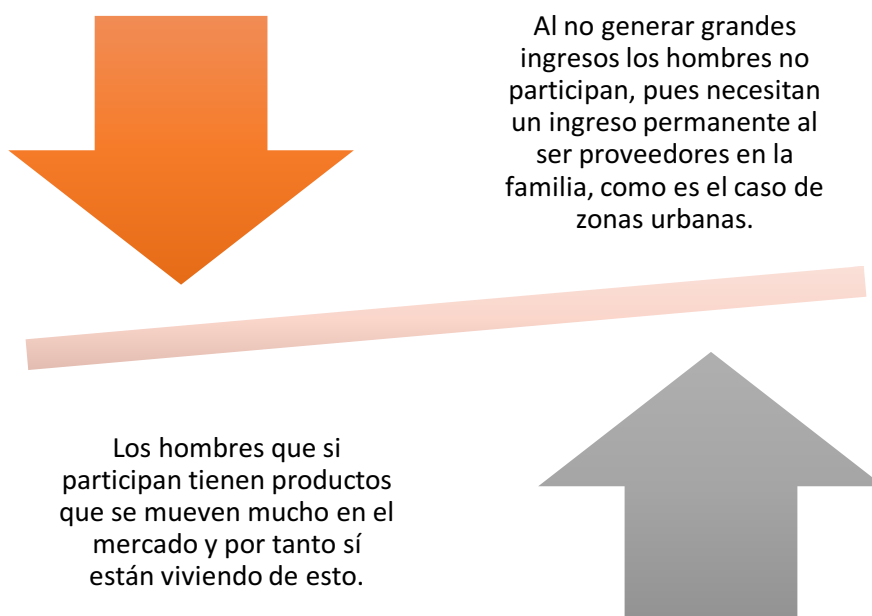
Ilustración 10 - Oferta en las artesanías



Fuente: Elaboración propia 2017.

Dentro de la oferta de artesanías que tiene la Feria Hecho Aquí 2017, se presentan algunos factores que si mejoran, podrían aumentar el nivel de la feria y por ende su visitación. Como se observa en la ilustración, estos imponderables que parecen simples, pueden impulsar un crecimiento exponencial de la feria en sus siguientes ediciones.

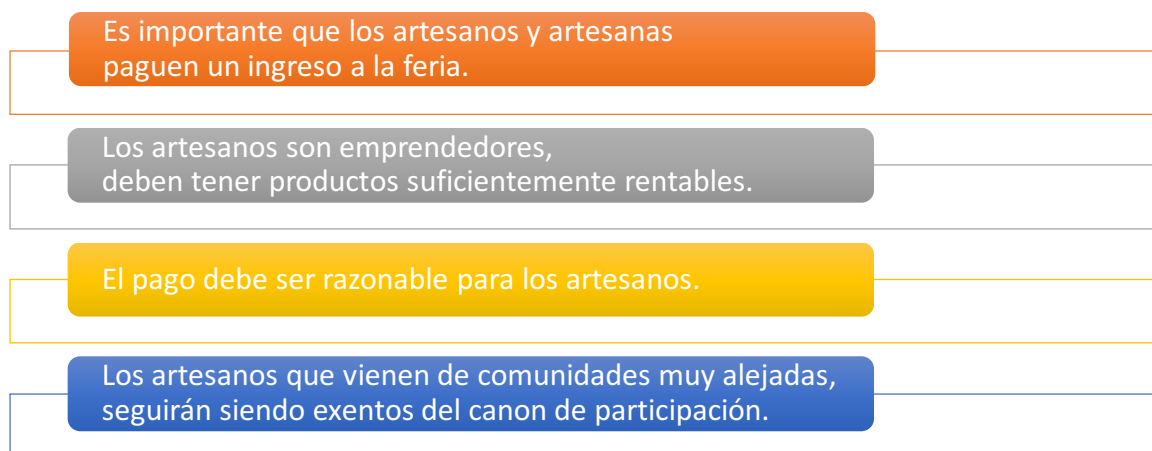
Ilustración 11 - Participación por sexo en la feria



Fuente: Elaboración propia 2017.

Se evidencia que la participación mayoritaria del género femenino se debe a que en muchos de los casos, al ser de zonas rurales la labor de artesanía no se toma como el ingreso principal, por eso los hombres se dedican a actividades más formales que generan un ingreso constante a sus núcleos familiares.

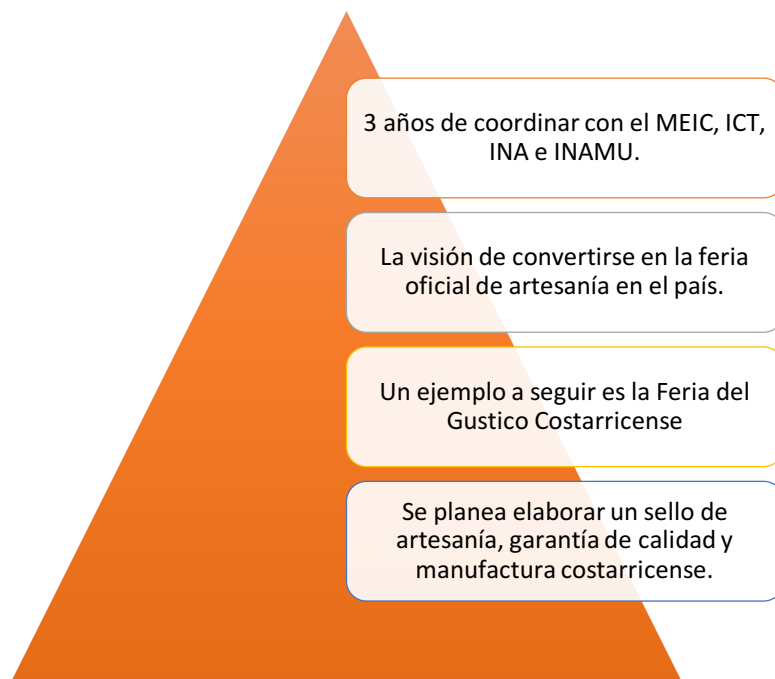
Ilustración 12 - Precio de participación



Fuente: Elaboración propia 2017.

Se evidencia en la ilustración anterior la importancia de tener un rubro por la participación de los artesanos. Esto es una buena práctica, ya que formaliza la asistencia de los orfebres y da un carácter más serio en el apoyo a la feria.

Ilustración 13 - Estrategias y alianza



Fuente: Elaboración propia 2017.

En concordancia con el crecimiento de la feria, la producción si ha planteado estrategias de ampliación, por lo que se busca generar alianzas estratégicas con algunas instituciones y realizar comparaciones de valores con otras ferias para mejorar la gestión de la misma.

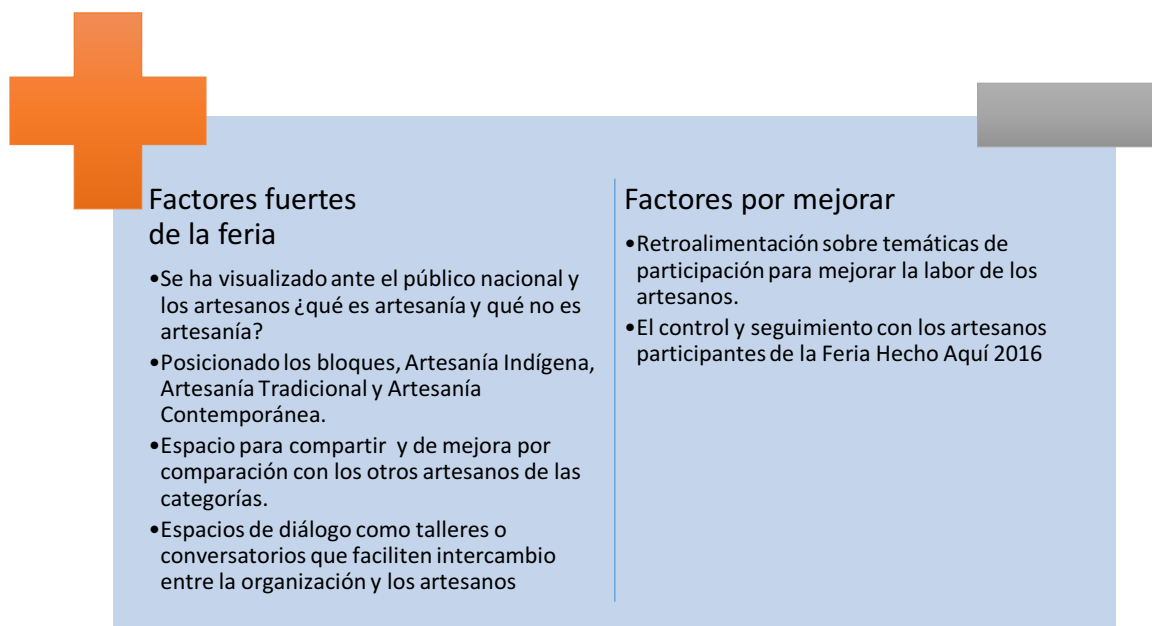
Ilustración 14 - Factores que influyen en el éxito de la feria



Fuente: Elaboración propia 2017.

En este aspecto se puede observar que es necesaria la capacitación para una mejora continua y una profesionalización de los artesanos para mejorar la oferta que presentan en esta feria. También se identifica necesaria la ampliación de los rubros de participación con el fin de que más jóvenes artesanos se sumen a la oferta.

Ilustración 15 - Participación en la feria



Fuente: Elaboración propia 2017.

Estos factores inciden, según la entrevistada, directamente en el desarrollo y gestión de la feria. Es importante recalcar, como se indicó en la entrevista, que el potencial de crecimiento de este proyecto es amplio, por lo cual la participación de los artesanos en cada una de las ediciones va en crecimiento, así como la especialización y conocimiento por parte de los encargados de la producción.

CAPÍTULO V
CONCUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez efectuado el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos por medio de la aplicación de los instrumentos seleccionados para este estudio, se puede concluir que el objetivo general de la investigación se alcanzó exitosamente al determinar que no existe una planificación estratégica adecuada que permita el buen desarrollo de la Feria Hecho Aquí, que realiza el Centro de Producción Artística y Cultural del Ministerio de Cultura y Juventud en el año 2016.

Objetivo específico n.º 1	
Identificar si existe una planificación en el desarrollo de la Feria Hecho Aquí del año 2016.	
Conclusión	Recomendación
Como resultado de este estudio, el cual tomó los datos de las encuestas a los artesanos, las entrevistas a los expertos y los resultados de la investigación al público realizada por la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica en el año 2016, se concluye que no existe una	Se recomienda a la administración iniciar el proceso de planificación, dentro del cual se haga una investigación del entorno, tomando en cuenta ferias similares que existen en este momento en el país. También es recomendable que la Dirección del programa, en conjunto con la

<p>aplicación del proceso administrativo dentro de la organización, razón por la cual no hay una planificación que inicie el proceso en ninguna de ambas ediciones, ya que para ambas actividades la única etapa que se aplicó del proceso fue la de organización, al existir recursos humanos y financieros destinados para realizar el proyecto.</p> <p>Al ser la feria un proyecto asignado a un programa del Ministerio de Cultura y Juventud, este debe tener contenido presupuestario asignado para su realización, sin embargo, este proceso debería corresponder a una planificación estratégica por parte de las autoridades a cargo del proyecto. En la actualidad ambas ediciones de la feria fueron licitadas a un productor externo, el cual entregó únicamente un</p>	<p>producción, realice un planteamiento claro de estrategias por seguir para la próxima edición de la feria.</p> <p>Por último, se le recomienda a la Dirección del programa que realice un plan de acciones de mejora, que se pueda calendarizar en corto y mediano plazo, con el fin de que con el cambio de gobierno la feria se mantenga y sea un proyecto atractivo para la nueva administración.</p>
---	--

<p>reporte de gastos y no se halló un informe con observaciones o con propuesta de mejora por parte del adjudicatario.</p>	
--	--

<p>Objetivo específico n.º 2</p> <p>Evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la planificación de la Feria Hecho Aquí 2016.</p>	
<p>Conclusión</p>	<p>Recomendación</p>
<p>Según los datos recopilados en la investigación de este estudio, el muestreo realizado por la escuela de estadística de la Universidad de Costa Rica y las entrevistas realizadas a los expertos, se puede asegurar que la feria como tal ha sido exitosa en sus dos años de realización, sin embargo, este éxito recae en el atractivo propio de la actividad y no así en el proceso administrativo de la misma, dado que</p>	<p>La matriz FODA permite plasmar las fortalezas actuales de la organización, las debilidades más importantes, las oportunidades en el ambiente externo, la operación del programa y las amenazas que externamente se pueden encontrar.</p> <p>Se recomienda a la Dirección del Programa aplicar la matriz FODA a</p>

<p>una de las mayores debilidades evidenciadas en este estudio ha sido la carencia de las etapas del proceso administrativo, principalmente las de dirección y control. En cuanto a las etapas de planeación y organización, la única que se ha cumplido y documentado es la de organización, al disponer recursos humanos y económicos para el proyecto, mas no se ha cumplido la etapa de planeación en un nivel que permita el crecimiento sostenido de la feria, ni su continua mejora mediante la planificación para destinar de manera eficaz y eficiente los recursos.</p> <p>También en la investigación se observó que en la actualidad se están desarrollando ferias muy similares en el entorno nacional, como son la Expo Feria artesanal, BN Expo Lo Nuestro,</p>	<p>este proyecto para cada edición que se realice del mismo, tomando como base para ello el informe final que entregue el adjudicatario para la producción de la feria, en el cual se indiquen las observaciones que este obtenga durante la feria, como calidad de los productos, comentarios de los asistentes, imprevistos que se vayan materializando en la actividad, entre otros.</p>
--	---

<p>la Feria del Gustico Costarricense, entre otras, que se realizan dentro del mismo giro de negocio. Al no existir un FODA por parte de la organización, no hay una medición real de la competencia, de la oferta en los mercados nacionales e internacionales ni de las oportunidades de crecimiento o de alianzas que puede tener la Feria Hecho Aquí.</p>	
---	--

<p>Objetivo específico n.º 3</p> <p>Elaborar una mejor planificación, que aplique al Centro de Producción Artística y Cultural con base en los resultados.</p>	
<p>Conclusión</p>	<p>Recomendación</p>
<p>No existe una planificación del proyecto Feria Hecho Aquí, ni a mediano ni a largo plazo, lo que imposibilita a la administración crear</p>	<p>Se recomienda implementar una evaluación estándar que permita recopilar la experiencia de años anteriores, para que así la administración pueda iniciar el proceso</p>

<p>estrategias efectivas para las siguientes ediciones.</p> <p>No se cuenta con un informe estandarizado por parte de los adjudicatarios, lo que propicia que la experiencia acumulada en las ediciones de la feria no sea implementada en las siguientes ediciones, aún más, cuando se puede dar un cambio del adjudicatario de una edición a la otra.</p> <p>Es necesario implementar el proceso administrativo como punto de salida para la planificación de la feria, ya que este es una guía para desarrollar los proyectos dentro de la administración.</p>	<p>de planeamiento con información veraz sobre la situación real de la Feria Hecho Aquí.</p> <p>También se le recomienda a la administración generar una memoria histórica, la cual permitirá evaluar el desarrollo de la feria en cada una de sus ediciones y mostrar documentalmente los trabajos realizados por la producción en esta actividad.</p>
---	---

Objetivo específico n.º 4	
Presupuestar la nueva planificación que aplique a la realidad presupuestaria del Centro de Producción Artístico y Cultural.	
Conclusión	Recomendación
<p>En la actualidad la administración si lleva un proceso con el presupuesto, dado que en la administración pública este factor depende únicamente del plan de compras y del proyecto de ley aprobado por la Asamblea Legislativa cada año.</p> <p>Según las indicaciones de la producción de la feria, aun cuando se cuenta con un presupuesto para desarrollar las actividades, este, en muchos casos, se queda corto para cubrir todas las necesidades que se van presentando durante el desarrollo de la Feria Hecho Aquí.</p>	<p>Se recomienda generar el proceso administrativo basándose en la información de las ediciones anteriores, para así conocer las carencias de la producción y generar una mejor asignación del recurso financiero.</p> <p>Se recomienda generar los incrementos presupuestarios calculándolos con base en la inflación, para así contar con una aproximación más real de los gastos en que podría incurrir la feria en ediciones futuras.</p>

<p>Por lo anterior, tener una adecuada planificación administrativa de la feria permitirá hacer un mejor uso del recurso financiero que se pueda destinar para la realización del proyecto, a la vez que le facilite a la Dirección identificar las posibilidades de crecimiento y a la producción conocer los límites para el desarrollo de la actividad.</p>	
--	--

CAPÍTULO VI
PROPUESTA

6.1 INTRODUCCIÓN

Se ha identificado en esta investigación que la Feria Hecho Aquí del Ministerio de Cultura y Juventud posee una gran capacidad de crecimiento, sumado a que con el apoyo estatal la misma puede contar con recursos fijos para poder sostener su desarrollo.

Esta feria es un atractivo tanto para los artesanos que participan de ella como para el público que la ha visitado en las dos ediciones que tiene de existir, es por esta razón que un adecuado manejo y planificación administrativa de la feria permitirá al Ministerio de Cultura y Juventud dinamizar este tipo de actividades, con lo que obtendrá el máximo potencial para todas las partes participantes.

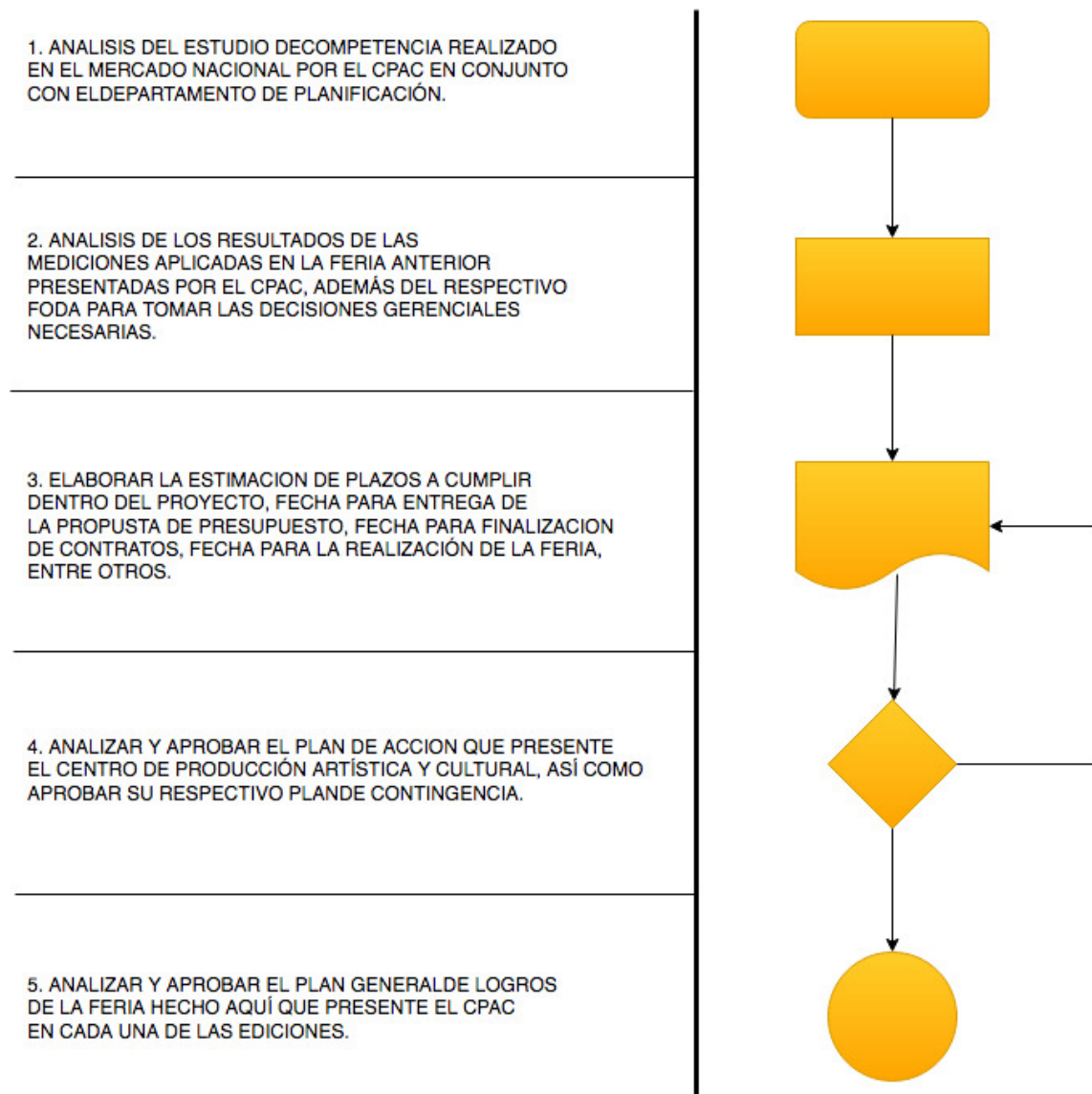
6.2 PLAN DE ACCIÓN

Se consolidará una comisión institucional, en la cual deberán participar un representante del Departamento Financiero, uno del Centro de Producción Artística y Cultural, uno del Departamento de Prensa y finalmente un representante del Viceministerio Administrativo.

Es importante la participación de estos funcionarios de los diferentes departamentos del Ministerio de Cultura y Juventud, debido a que en el desarrollo de cualquier proyecto estatal intervienen diversos actores y es necesario el compromiso de las partes para que el aparato burocrático no sea una traba en los períodos de desarrollo de las actividades.

Esta comisión tendrá a su cargo el análisis y aprobación del proceso de planificación de la Feria Hecho Aquí, para lo cual se utilizará la estructura de procesos que se detalla en el siguiente diagrama:

Ilustración 16 Diagrama Comisión Feria Hecho Aquí



Fuente: Elaboración propia 2017.

Una vez consolidada la comisión, se procederá a distribuir las tareas asignadas en el tiempo que se consideren pertinentes por el órgano constituido, para proceder con la asignación de responsabilidades por cada uno de los departamentos involucrados en el desarrollo de la Feria Hecho Aquí.

Las alianzas público – privadas son fundamentales para el desarrollo de los proyectos y los planes estatales, por ser atractivo para las empresas tanto nacionales como internacionales participar como aliadas estratégicas del Estado, es por esto que, en esta propuesta, se tomarán iniciativas de este tipo, para así poder contar con recursos necesarios, los cuales, en muchas ocasiones, no se pueden disponer y además generar un beneficio recíproco para las empresas u organizaciones que deseen apoyar esta feria.

Para la comunicación interna se recomienda generar una estrategia de precios diferenciados para los funcionarios y sus familiares, por medio de talonarios con cupones de descuento que se entregarán a los funcionarios días antes de iniciar la feria. Adicionalmente, y para mantener la debida transparencia que exige la ley, se estarán rifando estos mismos talonarios en las redes sociales del MCJ y en otros medios de comunicación, con los cuales el Ministerio logre entablar alianzas estratégicas para la feria.

Con esta iniciativa se busca promover la participación de público en la feria, además de que los artesanos podrán tener una mayor exposición de sus productos, lo cual se traduce en más oportunidades de ventas para ellos, pues al aumentar el volumen de ventas el descuento que se aplique se va diluyendo.

En cuanto a la comunicación externa, se creará una estructura de convenios de cooperación para la Feria Hecho Aquí, dentro de la cual se pueda promover, en el ambiente externo, tanto la feria como el trabajo de los diferentes artesanos que participan en la misma. Las empresas e instituciones que serán incluidas dentro de esta iniciativa son las siguientes:

- **Ferretería EPA**, con promoción de productos relacionados con las labores de artesanías y diseño.
- **Grupo Nación**, con suplementos especiales respecto a la feria y las artesanías que en ella se presentan.
- **Televisora de Costa Rica**, como aliado principal en comunicación de la feria
- **Movistar Costa Rica**, como patrocinador en comunicación, apoyando en especial los talleres a los artesanos y con presencia durante la feria.
- **Instituto Costarricense de Turismo**, en promoción publicitaria de la feria como un destino turístico para los tour operadores.

- **Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER)**, tanto en los talleres con charlas sobre comercio exterior, como directamente en la feria con la promoción publicitaria.
- **BAC Credomatic**, con el cual se realizará un convenio de cooperación para así dar al público una oportunidad de aprovechar beneficios financieros, como lo es el caso de las compras con tasa cero, aplicables a las compras que se realicen con diferentes artesanos en la feria, dándole al asistente esta interesante opción de crédito u otras similares que se encuentren en el mercado.

Como coproductor de la Feria Hecho Aquí se acudirá a la Municipalidad de San José, entidad que ha apoyado este tipo de iniciativas ampliamente y que al contar con el lanzamiento de la marca San José Vive, aporta positivamente a todas las iniciativas que dinamicen las actividades y la afluencia de públicos en la capital.

Para la producción audiovisual se generará un convenio interinstitucional con el canal 15 de la Universidad de Costa Rica, a fin de que esta institución pueda producir los materiales necesarios para la pauta en los medios televisivos y además puedan documentar en audiovisual todo el desarrollo de la actividad.

Para contar con una mejor capacitación de los artesanos tanto participantes como postulantes, se generará un convenio interinstitucional de cooperación con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), para que estos tengan a cargo el impartir una serie de talleres relacionados con la labor de los artesanos, en las siguientes áreas:

- Administración de pequeña empresa
- Gestión de la administración MIPYMES
- Contabilidad y Finanzas para negocios
- Estrategias de ventas
- Emprendedurismo
- Diseño de productos
- Decoración de artesanías

Y algunos otros cursos que la producción de la Feria Hecho Aquí considere necesarios para mejorar la calidad de las ofertas que se presentan en la convocatoria anual.

Por último, se realizará una memoria histórica de la feria, dentro de la cual se pueda evidenciar todo el avance que se ha obtenido a lo largo de la actividad.

6.3 PRESUPUESTO

Este presupuesto está enfocado en cubrir las necesidades básicas para llevar a cabo la propuesta. Se aclara que los presupuestos del sector público están sujetos a la asignación que realice la Asamblea Legislativa cada año y en las partidas presupuestarias que se distribuyen para este fin.

Tabla 26 Presupuesto de la propuesta

Detalle	Costo
Papelería y copias	¢75 000,00
1000 talonarios de 100 hojas a full color, con pleca y grapado	¢300 000,00
Producción audiovisual	¢3 000 000,00
Publicidad y propaganda	¢5 000 000,00
Catering Service para los talleres, tiempo de desayuno para 10 talleres.	¢1 800 000,00
Impresión de Memorias Históricas, media carta, full color, tapas de lujo sonificadas, páginas en couche 200 gramos	¢4 000 000,00
Total de la propuesta	¢14 175 000,00

Fuente: Elaboración propia 2017.

BIBLIOGRAFÍA

Ackerman, S. y Com, S. (2013). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: Del Aula Taller.

Armijo, M., & Espada, M. V. (2014). *Calidad del gasto público y reformas institucionales en América Latina*. Recuperado a partir de: <http://repositorio.cepal.org//handle/11362/37012>

Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria, S.A. DE C.V.

Bataller, A. (2016). *La gestión de proyectos*. España: Editorial UOC.

Benavides, J. (2014). *Administración*. 2ª ed. México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDISTORES S.A. DE C.V.

Burbano, J. (2011). *Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos*. 4ª ed. Colombia: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDISTORES S.A. DE C.V.

Calleja F. (2013). *Costos*. 2ª ed. México: Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Cegarra, J. (2012). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*.

Madrid: Díaz de Santos

Chanto, A. (2016). *Feria “Hecho aquí con identidad” reúne artesanos y diseñadores del país*, Disponible en: <http://www.noticias.cr/feria-hecho-aqui-identidad-reune-artesanos-disenadores-del-pais/>

Chavarría A. (2014). *Ministerio de Cultura y Juventud*. Disponible en: http://www.archivonacional.go.cr/pdf/isadg_ministerio_cultura.doc.

Christensen, T., & Lægreid, P. (2014). La nueva administración pública: el equilibrio entre la gobernanza política y la autonomía administrativa. *Revista do Serviço Público*, 52(2), 68-109. <https://doi.org/10.21874/rsp.v52i2.306>

¿Cómo se redactan los objetivos de una investigación?. (s. f.). Recuperado 16 de febrero de 2017, a partir de: http://www.proyectosytesis.com.ar/index.php?martic_id=000000009 &

Moreno Sánchez F.; Reinares Lara E. y Saco Vázquez M. (2015). *Planificación estratégica de las ferias comerciales*. España: Dykinson.

Fuentes de primera y fuentes de segunda mano. (2014). Recuperado 16 de febrero de 2017, a partir de: <http://margaritarojasg-margaritarojasg.blogspot.com/2013/04/fuentes-de-primera-mano-y-fuentes-de.html>

Guerrero, G. y Guerrero, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria, S.A. DE S.V.

Hernández Sampieri R, Fernández, Collado C. y Batista Lucio P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6 Ed. México: McGraw Hill.

Hernández, S. y Palafox, G. (2012). *Administración. Teoría, proceso, áreas funcionales y estrategia para la competitividad*. 3ª ed. México: McGraw Hill.

Jones, G. y George, J. (2014). *Administración contemporánea*. 8ª ed. México: McGraw Hill.

Koontz H.; Heinz W. y Mark C. (2012). *Administración: una perspectiva global y empresarial*. 14ª ed. México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDISTORES S.A. DE C.V.

Koontz H. y Hienz W. (2013). *Elementos de administración. Un enfoque internacional y de innovación*. 8ª ed. México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDISTORES S.A. DE C.V.

Lista de cotejo y escala de apreciación. (s. f.). Recuperado 16 de febrero de 2017, a partir de: <http://ww2.educarchile.cl/portal.herramientas/planificaccion/1610/propertyvalue-40149.html>

Ojeda Rendón, T. (2014). *Implementación de un sistema de gestión de la calidad para el departamento de catastro y facturación de la empresa pública metropolitana de agua potable y saneamiento*. (Tesis inédita de ingeniería). Universidad central del Ecuador, Quito, Ecuador

Machado, G (2015) Manual Estadísticas Aplicadas en Microsoft Office Excel. San José Costa Rica: Universidad Hispanoamericana.

Münch, L. (2015). *ADMINISTRACIÓN*. 3ª ed. México: Pearson Education

Objetivos específicos de un proyecto. (s. f.). Recuperado 16 de febrero de 2017, a partir de: <http://aprenderlyx.com/objetivos-especificos-de-un-proyecto/>

Palladino, E. (2014). *Administración y gestión de proyectos*. Argentina: Espacio Editorial

Puentes, G. (2013). *El presupuesto en el marco de la planeación financiera: concepto, doctrina y jurisprudencia*. Colombia: Editorial Universidad del Rosario.

**¿Qué son los objetivos generales, específicos y operativos de un proyecto?
(s. f.). Recuperado 16 de febrero de 2017, a partir de
[http://gestio.suport.org/index.php?option=com_content&view=article
&id=105%3Aque-es-el-pla-estrategic&catid=34%3Apmf-
activitats&Itemid=44&lang=es](http://gestio.suport.org/index.php?option=com_content&view=article&id=105%3Aque-es-el-pla-estrategic&catid=34%3Apmf-activitats&Itemid=44&lang=es)**

**Quiénes Somos - CPAC. (s. f.). Recuperado 11 de febrero de 2017, a partir de
<https://www.cpac.go.cr/quienesSomos>**

**Ramírez Torres, J. y Rodríguez Gutiérrez, M.: *"La planeación: estrategia de calidad en las empresas con la ayuda de la investigación de mercados"*, en Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 201, 2014. Texto completo en
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2014/planeacion.html>**

Rivera, M. y Hernández, G. (2015). *Administración de proyectos. Guía para el aprendizaje*, 2ª ed. México: Pearson Education.

Rodríguez, E. (2016). *Planificación estratégica. Fundamentos y herramientas de actuación*. Argentina: Editorial Brujas.

Romero, E. (2013). *Presupuesto público y contabilidad gubernamental*. 5ª ed. Colombia: Eco Ediciones

Torres, Z. Y Torres, H (2014). *Administración de proyectos*. México: Grupo Editorial Patria.

Zavala, S. (2009). *Guía a la redacción en el estilo APA*, 6ª ed. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/fimetododelainvestigacion/temas-del-curso>

ANEXOS

Encuesta a los artesanos

El fin de este estudio es conocer desde la perspectiva de los participantes en la Feria Hecho Aquí en cuanto al formato y el servicio que se brinda por parte del Centro de Producción Artística y Cultural.

Toda la información que se suministre para responder este cuestionario es de carácter confidencial, por lo que las respuestas obtenidas solo serán utilizadas para los fines de este estudio y analizadas en conjunto.

A. Edad.

- A.1) De 18 a 24 años A.2) De 25 a 29 años
 A.3) De 30 a 34 años A.4) De 35 a 39 años
 A.5) De 40 a 49 años A.6) De 50 a 59 años
 A.7) 60 años o más

B. Sexo.

- B.1) Masculino B.2) Femenino

C. En cuantas Ferias "Hecho Aquí" ha participado.

- C.1) Feria 2015 C.2) Feria 2016 C.3) Ambas ediciones

D. En cuál de las siguientes categorías de artesanías se presentó usted en la Feria Hecho Aquí 2016.

- D.1) Artesanía Indígena D.2) Artesanía Tradicional
 D.3) Artesanía Contemporánea.

E. Participará usted en la siguiente edición de la Feria Hecho Aquí. (si la respuesta es No, pase a la pregunta G).

- E.1) Si E.2) No

F. Considera usted que el costo de participar en la feria es:

- F.1) Bajo F.2) Adecuado
 F.3) Un poco alto F.4) Alto

G. Durante la o las ferias que ha participado ¿Tuvo problemas con la producción?

(si la respuesta es No, pase a la pregunta I)

- G.1) Si G.2) No

H. En caso de ser positiva su respuesta, hubo alguien de la producción que solucionara los problemas que se presentaron.

- H.1) Si H.2) No

I. Según su opinión, el lugar físico donde se desarrolló la Feria es:

- I.1) Muy inadecuado I.2) Poco adecuado
 I.3) Adecuado I.4) Muy adecuado

J. Según su opinión, los horarios de la feria fueron:

- J.1) Muy inadecuados J.2) Poco adecuados
 J.3) Adecuados J.4) Muy adecuados

K. Según su opinión, la seguridad del lugar fue:

- K.1) Muy inadecuada K.2) Poco adecuada
 K.3) Adecuada K.4) Muy adecuada

L Según su opinión, la limpieza del lugar fue:

- L.1) Muy inadecuada L.2) Poco adecuada
 L.3) Adecuada L.4) Muy adecuada

M. Según su opinión, la calidad de las ventas de comida del lugar fue:

- M.1) Muy inadecuada M.2) Poco adecuada
 M.3) Adecuada M.4) Muy adecuada

N. Cómo cataloga usted la visitación de público que tuvo la feria en el año 2016:

- N.1) Muy baja N.2) Baja
 N.3) Alta N.4) Muy alta

Ñ. Considera usted que el costo de participación es adecuado y es compensado con las ventas que se generan durante los días de la feria:

- Ñ.1) Si Ñ.2) No

O. Logró cumplir sus expectativas de ventas durante la feria Hecho Aquí 2016:

- O.1) Si O.2) No

P. Cuál de las siguientes opciones indica su nivel de satisfacción de la feria Hecho Aquí 2016:

- P.1) Pésimo P.2) Malo
 P.3) Bueno P.4) Excelente

Bases de participación de la Feria Hecho Aquí 2016

FERIA HECHO AQUÍ CON IDENTIDAD

Ministerio de Cultura y Juventud • Antigua Aduana • del 2 al 4 de diciembre de 2016

BASES DE PARTICIPACIÓN

1. **COMISIÓN ORGANIZADORA:** La Comisión Organizadora está compuesta por representantes de las siguientes instituciones: del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), las siguientes instancias: Despacho de la Ministra, Centro de Producción Artística y Cultural-CPAC-, Centro de Patrimonio, Museo de Arte y Diseño contemporáneo-MADC-; y el Instituto Nacional de las Mujeres -INAMU-. La Comisión Organizadora se reserva el derecho de interpretación o cambio de las bases, si lo considera necesario, así como de resolver cualquier circunstancia no prevista en las presentes Bases.
2. **CONVOCATORIA:** La divulgación de la actividad inicia el 8 de setiembre del 2016, y cierra la recepción de Solicitudes de Participación el viernes 23 de setiembre del 2016 para formularios físicos, y el domingo 25 de setiembre para formularios digitales.
3. **PARTICIPANTES:** Podrá participar cualquier persona costarricense o residente con más de 5 años de residir en Costa Rica con estatus migratorio legalizado, a excepción de: funcionarios del Ministerio de Cultura y Juventud o familiares de la Comisión Organizadora. Pueden participar solamente personas, que diseñen y/o fabriquen productos que expresen los valores estéticos y simbólicos de la identidad costarricense. La participación es individual. Excepcionalmente podrán participar grupos o colectivos donde los miembros produzcan colectivamente los productos. Los colectivos deben llenar un solo formulario e indicar el nombre de todos los miembros del grupo y los datos personales que se solicitan en el primer apartado de la “Solicitud de Participación”.
4. **INSCRIPCIÓN: Para inscribirse debe completar lo siguiente:**
 - Llenar una “**SOLICITUD DE PARTICIPACIÓN**” con los datos personales e información de su actividad de su emprendimiento cultural. Dicha solicitud se encuentra en el sitio web: www.cpac.go.cr o bien retirar Solicitud impresa en la oficina del CPAC en la sede del Ministerio de Cultura y Juventud, en San José.
 - Toda Solicitud debe adjuntar fotos de los productos, con fondo blanco, en archivo digital. Las fotos que acompañan la versión impresa pueden ser impresas en papel o grabadas en CD.
 - Enviar la “**SOLICITUD DE PARTICIPACION**” y las fotos al correo electrónico: feriahechoaqui2016@cpac.go.cr o entregar impreso en la oficina del CPAC-MCJ.
 - En caso de no poder firmar la versión digital, se le pedirá la firma durante la Feria en caso de ser seleccionado.

- Toda la información debe ser entregada de manera ordenada, debidamente identificada. Todos los documentos entregados pasaran a formar parte de la documentación del CPAC. No se devolverá documentación entregada. El CPAC se compromete a su custodia, al uso discrecional del material entregado y al respeto a sus autorías.

5. **REQUISITOS:** Los productos deben cumplir con los siguientes requisitos:

- **CALIDAD:** Buena ejecución de la técnica utilizada, uso justificado de materiales y acabados impecables.
- **IDENTIDAD:** Expresión de elementos de identidad cultural local, regional o nacional.
- **ORIGINALIDAD:** Manifestación de la creatividad personal o colectiva, se rechaza la copia.
- **SOSTENIBILIDAD:** Respeto al medio ambiente, uso de materiales naturales, materiales reutilizados o uso racional de materiales industriales con adecuado manejo de desechos.

6. **CATEGORÍAS DE PARTICIPACION:** La Feria Hecho Aquí 2016 se guiará por las siguientes categorías:

- **ARTESANÍA TRADICIONAL:** Es el objeto producido manualmente para el uso cotidiano (utilitario, decorativo, simbólico), que expresa los saberes y técnicas artesanales tradicionales, y manifiesta la identidad cultural y natural del territorio donde se produce. Es elaborada principalmente a mano, aunque se pueden utilizar herramientas y equipos mecánicos. Usa y transforma materias primas naturales, preferiblemente locales, con procesos tradicionales. Su uso está vinculado con la cultura local, regional o nacional. La repetición de los objetos es ilimitada. Se diferencia por su particularidad estética reflejada en formas, colores, acabados y elementos gráficos. Muchas veces se hace de forma anónima. La ARTESANÍA TRADICIONAL se divide en la INDÍGENA que es producida por personas de los grupos originarios como expresión material de su cultura y la MESTIZA que es desarrollada en las zonas rurales en respuesta a las necesidades de las actividades productivas y festivas. Mezcla conocimientos tradicionales locales con influencias externas. Ejemplos: Talabartería, alfarería, tejido en telar vertical.

- **NEOARTESANIA:** Es la producción artesanal de objetos utilitarios y estéticos que combinan técnicas y oficios artesanales con diseño, como respuesta a la necesidad de desarrollar la creatividad y de expresar manifestaciones actualizadas de la identidad cultural. Son productos originales y auténticos que se elaboran a mano principalmente, aunque pueden utilizar herramientas y equipos mecánicos. Combinan técnicas y materiales de manera creativa e innovadora. Aprovechan las innovaciones tecnológicas. Se enfocan en una producción limitada. Reinterpretan la identidad cultural y la expresan por medio de las formas, colores, acabados y elementos gráficos. Generalmente tienen autor o marca conocida.

- **MANUALIDADES CON IDENTIDAD:** Esta categoría rescata las destrezas técnicas de las manualidades (costura, bordado, pintura, modelado, y otras) y les aporta identidad, ya sea por medio del uso de materia prima, técnica tradicional, temática del entorno cultural o natural, motivo decorativo, colores y texturas, función o simbolismo. Son productos originales desarrollados en procesos de diseño con identidad. Se elaboran a mano principalmente, aunque pueden utilizar herramientas y equipos mecánicos. Aprovechan las técnicas estandarizadas aprendidas en cursos cortos, revistas o tutoriales de manualidades. Utilizan materiales industrializados, generalmente de importación o la reutilización de residuos industriales. Reinterpretan la identidad cultural y la expresa por medio de las formas, colores, acabados, elementos gráficos, elementos de lenguaje local y otros. Las MANUALIDADES CON IDENTIDAD pueden ser elaborados con MATERIALES REUTILIZADOS, conocidos como "Reciclaje"; y las MANUALIDADES CON IDENTIDAD CON MATERIALES PROCESADOS que utilizan materias primas elaboradas industrialmente de manera creativa y original.

- **SOUVENIR DE DISEÑO:** Es el diseño de productos vinculados a un territorio determinado y sus valores culturales creando productos no solo dirigidos al turismo, sino también al público local, mediante el uso de una estética contemporánea alejada de los estereotipos de los souvenirs comerciales. No es común que sea un producto

utilitario. Es más importante su función simbólica de diferenciación cultural de un determinado lugar. Generalmente es liviano, fácil de transportar, coleccionable y de bajo costo. Los SOUVENIR DE DISEÑO pueden ser de PRODUCCIÓN ARTESANAL cuando son versiones en miniatura de objetos artesanales elaborados a mano con técnicas tradicionales o productos realizados a partir de diseños artesanales pero con modos de producción semi-industriales o SOUVENIR DE DISEÑO DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL cuando son productos desarrollados por diseñadores utilizando los elementos de identidad cultural como inspiración y están dirigidos tanto al mercado local como de turismo.

7. **SELECCIÓN:** Las Solicitudes de Participación serán revisadas por el Comité de Selección, formado por miembros de la Comisión Organizadora, para elegir a los participantes de la Feria Hecho Aquí 2016. Los seleccionados se anunciarán el 30 de setiembre del 2016 en el sitio web: www.cpac.go.cr

8. **COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN:** Para asegurar su participación cada seleccionado debe depositar la suma de ₡25,000 (veinticinco mil colones) antes del 28 de octubre, en una cuenta que se indicará posteriormente. Ese monto no se devuelve bajo ningún concepto, aún cuando renuncie a participar. Se dejará una lista de espera de posibles participantes por si alguno de los seleccionados no confirma su participación. Renunciar a la participación, no da lugar a indemnización alguna.

9. **BECAS DE PARTICIPACIÓN:** En caso de requerir apoyo económico para la participación en la Feria Hecho Aquí 2016, debe enviar una carta de postulación explicando su motivación para participar en la Feria y las limitaciones económicas para sufragar el costo de participación. Se ofrecerán tres tipos de beca:

1. Exención del pago por confirmación del stand.
2. Pago de viáticos (3 noches de alojamiento y alimentación: 3 desayunos y 3 cenas)
3. Beca Completa que incluye las dos anteriores.

Para mayor Información, favor escribir al correo electrónico feriahechoaqui2016@cpac.go.cr

Formulario y reglamento de participación Feria Hecho Aquí 2015



vivamos
el poder
transformador
de la cultura



Formulario de participación Feria Hecho Aquí. Artesanía Costarricense

Ministerio de Cultura y Juventud • Antigua Aduana • Del 31 de julio al 2 de agosto, 2015

DATOS DEL ARTESANO/A	
Nombre del artesano/a	
Provincia o ciudad de procedencia	
Comunidad de procedencia	
Teléfono (s)	
Correo electrónico	
Página web	
Enlace a vídeo en web	
Otro contacto	
Nombre de la persona que acompañará en el stand	

Información de las artesanías	
Nombre de la propuesta o marca	
Descripción del proyecto, de los productos o de los servicios (Puede utilizar el reverso de esta hoja).	
Técnica (s)	
Producto 1 y precio	
Producto 2 y precio	
Producto 3 y precio	
Producto 4 y precio	

Espacio requerido para exposición	2x2 mt.
Requerimientos específicos o de montaje aportados por el artesano/a (paneles, vitrinas, soportes, equipo audiovisual, otros). Adjuntar el diseño del stand (este diseño deberá ser entregado en las reuniones que se convocan, enviarse a la dirección lpretiz@mcl.gov.cr o remitirse en físico impreso o fotocopiado al CPAC (CENAC) antes del 10 de julio del 2015).	Descripción:
Requiere tomacorriente eléctrico (sujeto a disponibilidad en La Aduana)	Sí (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>)
Equipo a conectar (especifique: tipo, cantidad, amperaje)	
Otras descripciones	
Proyecto con respaldo fotográfico?	Sí (<input type="checkbox"/>) No (<input type="checkbox"/>) Anotaciones:

La FERIA Hecho Aquí. Artesanía Costarricense está sujeta a confirmación.
Acepto las condiciones del Reglamento de participación de la feria.

Nombre completo del artesano/a

Firma del artesano/a

Recibe (nombre y firma)

Fecha



**Reglamento de participación
Feria Hecho Aquí / Artesanía Costarricense**

Ministerio de Cultura y Juventud • Antigua Aduana • Del 31 de julio al 2 de agosto, 2015

La **Feria Hecho Aquí Artesanía Costarricense** es un evento cultural y de entrada gratuita organizado por el Ministerio de Cultura y Juventud como espacio alternativo para fomentar el crecimiento cualitativo de las manifestaciones artesanales nacionales y fortalecer el sector, por medio de la interrelación entre los participantes y el público. Se ha constituido como una plataforma para la comercialización del producto artesanal, hacia el mercado nacional y una herramienta para validar las manifestaciones de la cultura popular costarricense a través de sus productos artesanales.

La feria es un área de exposición y comercialización de artesanías de productores costarricenses. En esta área se presentarán los artesanos y artesanas que fueron seleccionados en el marco del FIA 2015, de selección general y que se ubicará en la Antigua Aduana en San José, Costa Rica.

La **Feria Hecho Aquí** se realizará del 31 de julio y hasta el 2 de agosto del 2015. Requisito indispensable de participación: leer y completar el **Formulario de participación Feria Hecho Aquí / Artesanía Costarricense** (2 páginas). Fecha límite para completar la información: sábado 11 de julio del 2015.

Este reglamento pretende asegurar la calidad de los trabajos que se presentarán al público y fomentar la organización del sector artesanal, buscando el beneficio tanto de la Feria como de los artesanos o colectivos participantes y del público que asista a la actividad.

Reglamento Feria Hecho Aquí – Artesanía Costarricense	
1	De la selección: participarán artesanos(as) costarricenses de manera individual según la <u>selección ya realizada</u> para el FIA 2015 por parte de la señora Yara Mourelo, en los siguientes oficios: tejeduría, joyería, bisutería, carpintería, talabartería, marroquinería, cerámica, alfarería, papel hecho a mano, encuadernación, pintura artesanal, caricatura, talla, cerería, vitral, juguetería, instrumentos musicales, tejido textil (ropa, bolsos, zapatos con fibras naturales como manta, yute, cáñamo, entre otros), además de reutilización de diversos materiales.
2	Al presentar el formulario de participación a la feria implica para el (los) postulante (s) o integrantes de la (s) propuesta (s) que acepta todas las condiciones relativas a la participación.
3	Los artesanos/as con propuestas de montaje complejo, por su tamaño, elementos o equipo, deberán resolver sus necesidades técnicas, de transporte y seguridad de sus productos, mobiliario, material de comunicación y/o equipos audiovisuales.
4	El MCJ y el equipo de producción del CPAC se reservan el derecho respecto a la toma de decisiones para la ubicación o cancelación de la participación de las propuestas, aún cuando hayan sido comunicadas a los interesados en el proceso de diseño o al público, en aras de salvaguardar los intereses de la organización, de la logística o de la seguridad del público.
5	Excepto la rotulación o dispositivos que la producción consideren necesarios para la comunicación o la seguridad del evento, todos los elementos necesarios para la muestra deberán ser aportados por el artesano/a, quien deberá estar disponible durante todos los días de montaje, del evento y del desmontaje.

6	Las propuestas no podrán afectar de manera parcial o total, efímera, temporal o permanente los elementos arquitectónicos o espaciales del entorno, según el Reglamento para el uso de las instalaciones del MCJ (http://www.mcj.go.cr/servicios/prestamo/files/reglamentos/00.pdf vigente al 2015), así como tampoco el mobiliario o rotulación provistos para los efectos del evento.
7	El espacio para cada artesano será de 2x2m (4m ²) y será demarcado en el piso. El espacio incluye dos sillas, la iluminación general existente en el espacio, de ser necesario toma eléctrica (según disponibilidad en La Aduana) y servicio de seguridad.
8	De la seguridad: la feria contará con servicio de seguridad (cuatro oficiales durante el horario de apertura al público, y seguridad perimetral del edificio durante las horas que la feria permanezca cerrada), sin embargo cada artesano/a será responsable de cerrar y/o proteger adecuadamente su espacio y todas sus pertenencias. Además, empacar y almacenar sus productos en los momentos que lo considere necesario (por ejemplo, al término de cada día), así como mantener permanente vigilancia sobre sus productos y asegurar por su cuenta aquellos en que por su naturaleza o valor crea conveniente. Además cada artesano/a podrá aportar su propia vigilancia durante el horario de apertura al público.
9	En cada stand podrán estar presentes dos personas como máximo, deben portar el gafete de la actividad y ambos nombres deberán especificarse en el formulario, sin embargo el responsable será el que se consigne de primero.
10	El MCJ asume que los productos o servicios presentados son propiedad física y/o intelectual de la persona participante, por lo tanto, ésta es responsable por eventuales infracciones de derechos de autor o de propiedad intelectual en todas sus extensiones.
11	El MCJ definirá la ubicación y eventuales agrupaciones de artesanos según los sectores definidos.
12	Las propuestas seleccionadas incluyen el diseño y producción del montaje que cada artesano/a propusiera para el FIA2015. Este diseño deberá ser entregado en las reuniones que se convocan, enviarse a la dirección lpretiz@mcj.go.cr o remitirse en físico impreso o fotocopiado al CPAC (CENAC) antes del 11 de julio del 2015.
13	Al momento de finalizado el montaje por parte de los artesanos/as, estos deberán entregar a la producción un inventario de lo contenido dentro del espacio a su cargo. La organización velará por que los productos ofertados sean los previamente seleccionados.
14	Los stands estarán abiertos al público del viernes 31 de julio al domingo 2 de agosto del 2015, en los siguientes horarios: <ul style="list-style-type: none"> • viernes 31 de julio y sábado 1 de agosto de 10 a.m. a 8 p.m. • domingo 2 de agosto de 10 a.m. a 6 p.m. <p>Cada artesano/a deberá realizar el desmontaje de sus stand entre el domingo 2 de agosto entre 6:30 pm a 9 p.m. y el día lunes 3 de agosto de 8 a.m. a 12 m.d.</p> <p>Las propuestas aceptadas deberán permanecer abiertas al público de manera continua durante todos los días de la feria, y su incumplimiento será motivo de cierre del stand.</p>
15	Los objetos deberán contar con los precios de manera visible y estos no podrán ser cambiados durante los días de la feria. Los ingresos por ventas son propiedad del responsable del stand. Cada participante será responsable de cumplir con sus deberes fiscales según legislación costarricense.
16	Prohibiciones: <ul style="list-style-type: none"> • Permanencia de terceras personas con ventas no vinculados o seleccionadas para el evento • No estará permitida la reventa de productos (ni intermediación, ni de importación). • Distribución o exposición de propaganda o impresos que la organización de la feria no haya aprobado. • Colocación de avisos u objetos que sobresalgan de los límites del área de exhibición, y que pongan en riesgo la seguridad de las personas o de otros objetos. • Colocación, pega o pintura de anuncios en sitios distintos a la zona de exhibición. • Demostraciones ruidosas o escandalosas, así como tampoco hacer propaganda con altoparlantes o utilizar cualquier tipo de sistemas para atraer la atención del público. • Organizar rifas o colectas de dinero. • Equipos como: cafeteras eléctricas, microondas, o televisores.
17	En el caso de que algún grupo tenga necesidades especiales, deberá informarlo en el formulario de

	<p>participación para que su caso sea estudiado.</p> <p>El MCJ se reserva el derecho de modificar la distribución o ubicación de los stands o los horarios de la exposición cuando circunstancias especiales lo requieran, sin que ello suponga indemnización alguna al participante.</p>
18	Renunciar a la participación, no da lugar a indemnización alguna.
19	Las propuestas exhibidas (productos, mobiliario, equipos, desechos u otros) deberán ser retiradas por sus propietarios o representantes al momento del desmontaje una vez clausurada la feria. Después del desmontaje, ni la producción ni la organización del MCJ se harán responsables de los mismos.
20	La organización hará la promoción necesaria sobre el evento por lo que se reserva el derecho de reproducir para su divulgación y mediante cualquier sistema (gráfico, audiovisual, web, etc.) las propuestas seleccionadas, sin tener que pagar derechos legales por ello.
21	Toda la información debe ser entregada de manera ordenada y pasará a formar parte de la documentación del CPAC, por lo que este se compromete a su custodia según lo considere conveniente, uso discreto y al respeto a sus autorías.
22	El incumplimiento del participante de cualquiera de estos lineamientos, será motivo suficiente para el rechazo o no exhibición de lo presentado en cualquier momento.
23	Para mayor Información, favor escribir al correo electrónico: lpretiz@mcj.go.cr
24	Fecha límite de entrega de información: sábado 11 de julio del 2015.

Fecha: Junio 2015

Encuesta Feria Hecho Aquí 2015



Resultados de encuesta elaborados por:

Rebeca López Pérez
Despacho Ministra de Cultura y Juventud
Octubre, 2015



INFORMACIÓN BÁSICA

Pregunta N° 1

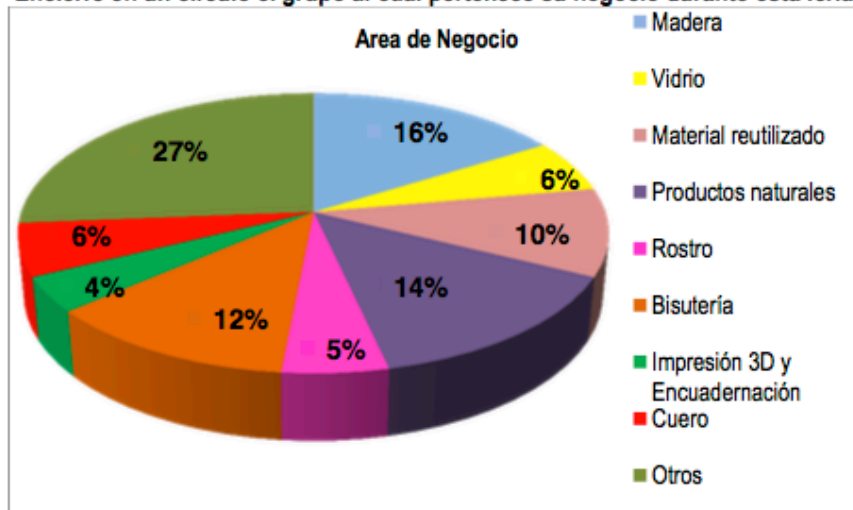
Encierre en un círculo el grupo al cual pertenece su negocio durante esta feria

Rango	Valor Absoluto	Valor Relativo
Madera	16	16 %
Vidrio	6	6 %
Material Reutilizado	10	10 %
Productos Naturales	14	14%
Rostro	5	5 %
Bisutería	12	12 %
Impresión 3D y Encuadernación	4	4 %
Cuero	6	6 %
Otro	26	27%
Total	99	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

Gráfico N° 1

Encierre en un círculo el grupo al cual pertenece su negocio durante esta feria



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015



Pregunta N° 2

El producto de su stand es elaborado por:

Rango	Valor Absoluto	Valor Relativo
Hombre	7	7 %
Mujer	51	52 %
Ambos	41	41 %
Total	99	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

Gráfico N° 2

El producto de su stand es elaborado por:



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

A los 99 participantes encuestados a quienes se les solicitó indicaran quien elabora el producto de su stand, responden lo siguiente:

- Siete de ellos indican que su producto es elaborado por hombres.
- Cincuenta y uno de ellos indican que su producto es elaborado por mujeres.
- Cuarenta y uno de ellos indican que su producto es elaborado por hombres y mujeres, es decir por ambos.



Pregunta N° 3

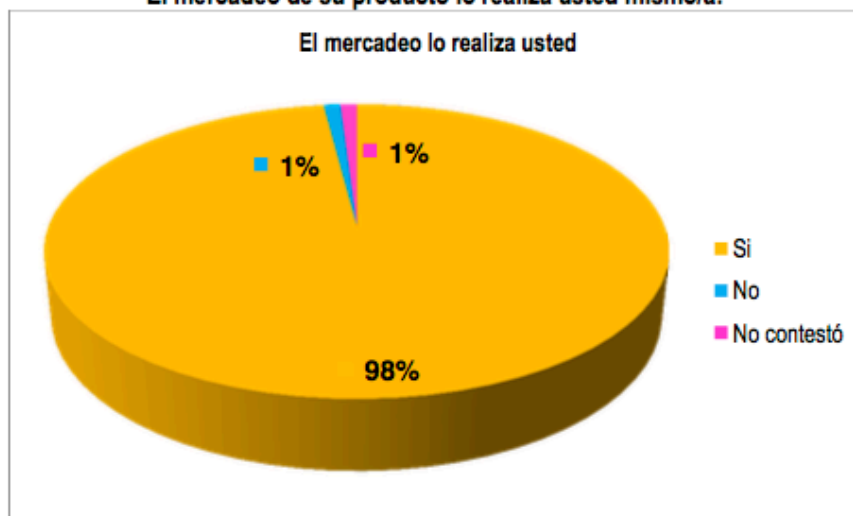
El mercadeo de su producto lo realiza usted mismo/a:

Rango	Valor Absoluto	Valor Relativo
Si	97	98 %
No	1	1 %
No contesto	1	1 %
Total	99	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

Gráfico N° 3

El mercadeo de su producto lo realiza usted mismo/a:



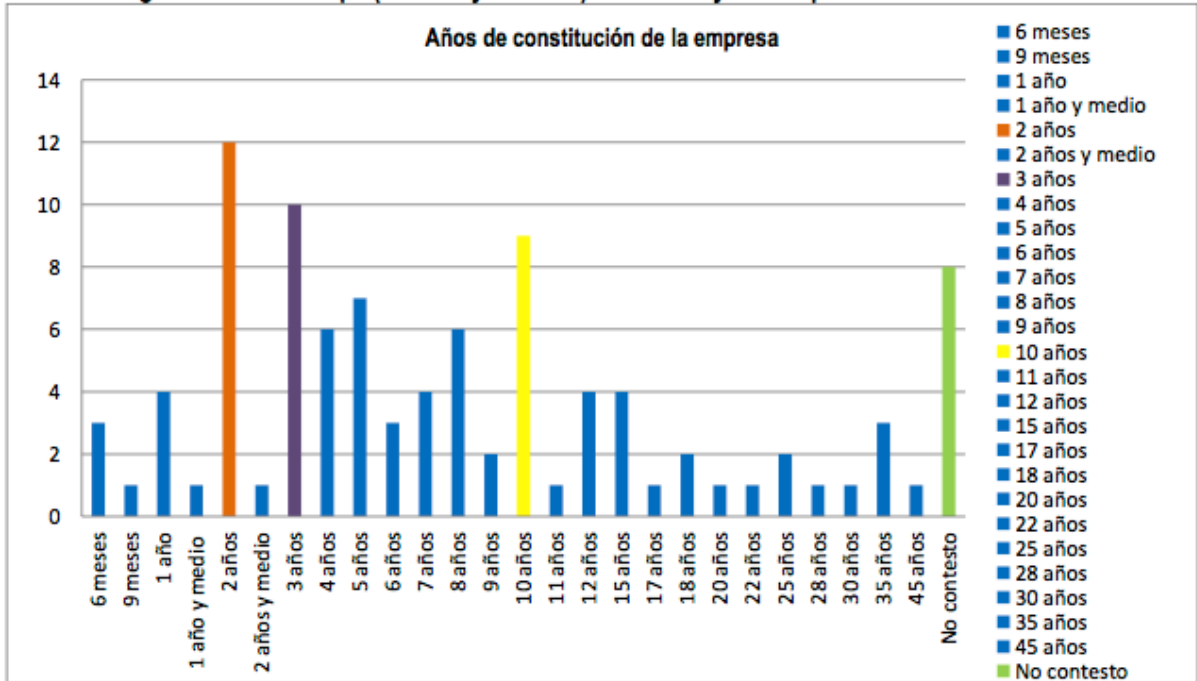
Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

A los 99 participantes encuestados a quienes se les solicitó indicaran si el mercadeo de su producto lo realiza usted mismo/a, respondieron lo siguiente:

- Noventa y siete de ellos indican que el mercadeo de su producto lo realizan ellos.
- Uno de ellos indica que el mercadeo de su producto no lo realizan ellos.
- Uno de ellos no contesto la pregunta.



Gráfico N° 5
¿Hace cuánto tiempo (en años y/o meses) se constituyó su empresa?



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015



Pregunta N° 6

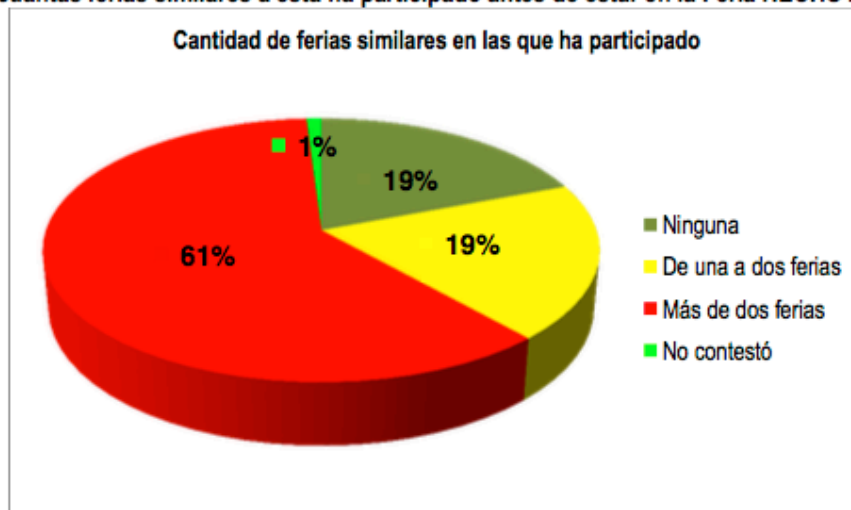
¿En cuántas ferias similares a esta ha participado antes de estar en la Feria HECHO AQUÍ?

Rango	Valor Absoluto	Valor Relativo
Ninguna	19	19 %
De una a dos ferias	19	19 %
Más de dos ferias	60	61 %
No contestó	1	1 %
Total	99	100

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

Gráfico N° 6

¿En cuántas ferias similares a esta ha participado antes de estar en la Feria HECHO AQUÍ?



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

A los 99 participantes encuestados a quienes se les solicitó indicaran en cuántas ferias similares antes de estar en la Feria HECHO AQUÍ, han respondido lo siguiente:

- Diecinueve de ellos indican que no han participado en ninguna feria similar antes de estar en la Feria HECHO AQUÍ
- Diecinueve de ellos indican que han participado de una a dos ferias similares antes de estar en la Feria HECHO AQUÍ
- Uno de ellos no contestó la pregunta.
- Sesenta de ellos indican que han participado en más de dos ferias similar antes de estar en la Feria HECHO AQUÍ. Al respecto se indican como la cantidad de ferias en las que han participado las siguientes:



EVALUACIÓN DE LA DIFUSIÓN DE LA FERIA HECHO AQUÍ

Pregunta N° 7

¿La difusión del evento fue?

Rango	Valor Absoluto	Valor Relativo
Excelente	72	73 %
Buena	20	20 %
Regular	5	5 %
Mala	0	0 %
Muy mala	0	0 %
No contestó	2	2 %
Total	99	100

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

Gráfico N° 7
¿La difusión del evento fue?



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

A los 99 participantes encuestados a quienes se les solicitó indicaran como calificarían la difusión del evento, han respondido lo siguiente:

- Setenta y dos de ellos indican que la difusión del evento fue excelente.
- Veinte de ellos indican que la difusión del evento fue buena.
- Cinco de ellos indican que la difusión del evento fue regular.
- Dos no contestaron la pregunta



Pregunta N° 8

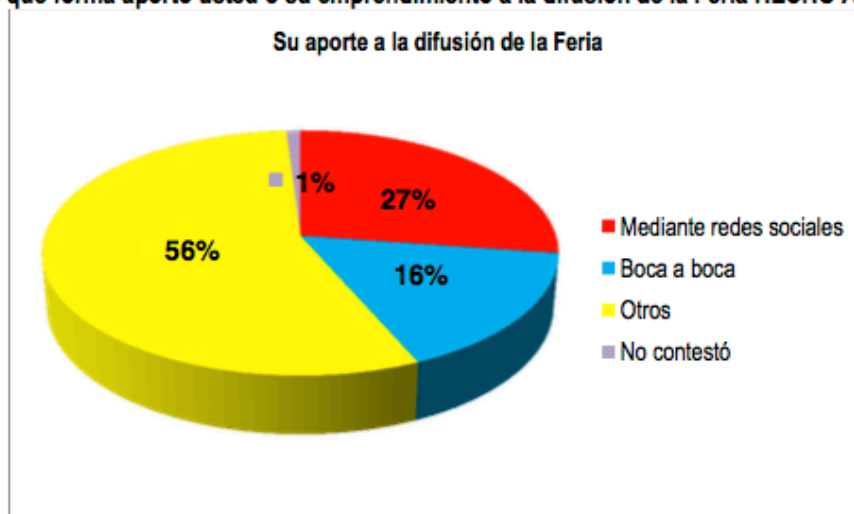
¿De qué forma aportó usted o su emprendimiento a la difusión de la Feria HECHO AQUÍ?

Rango	Valor Absoluto	Valor Relativo
Mediante redes sociales	27	27 %
Boca a boca	16	16 %
Otros	55	56 %
No contestó	1	1 %
Total	99	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

Gráfico N° 8

¿De qué forma aportó usted o su emprendimiento a la difusión de la Feria HECHO AQUÍ?



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos y artesanas, participantes de la Feria Hecho Aquí. Agosto, 2015

A los 99 participantes encuestados a quienes se les solicitó indicaran que aportaron a la difusión de la feria, han respondido lo siguiente:

- Veintisiete de ellos indican que difundieron el evento mediante redes sociales, sean
 - ✓ Facebook y whatsapp 6 personas
 - ✓ Facebook 13 personas
 - ✓ No indican el medio 5 personas
 - ✓ Facebook e instagram una persona
 - ✓ Facebook, whatsapp y La Teja una persona
 - ✓ Facebook y página web una persona