

# ESTUDIO DEL POTENCIAL DE MERCADO DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS ARTESANALES PARA EL FOMENTO DEL ENCADENAMIENTO Y EL ACCESO A MERCADOS DEL SECTOR ARTESANAL COSTARRICENSE

## STUDY OF THE MARKET POTENTIAL OF THE SUPPLY AND DEMAND OF HANDICRAFT PRODUCTS FOR THE PROMOTION OF LINKAGES AND ACCESS TO MARKETS IN THE COSTA RICAN HANDICRAFT SECTOR

**OSCAR LORENZO BARRANTES VÍQUEZ**

Politólogo e Internacionalista. Máster en economía para el desarrollo. Docente e investigador de la Escuela de Economía de la Universidad Nacional de Costa Rica. Ha laborado como investigador en diferentes proyectos vinculados a diversas temáticas como: análisis de cadenas de valor, estudio de mercados, temas de seguridad, economía del desarrollo, entre otros.



[oscar.barrantes.viquez@una.cr](mailto:oscar.barrantes.viquez@una.cr)

---

Se extiende el agradecimiento al equipo de trabajo que dio origen al estudio. Al Ph.D. Álvaro Martín Parada Gómez, director del proyecto, por toda su ayuda, apoyo y anuencia a participar. Al coordinador de campo, Jorge Loaiza Cárdenas, y los investigadores Yenen Mejías San Lee, Esteban Villalobos González, Ronald Mejías Esquivel, Wendy Chacón Córdoba y Juan Ignacio Rodríguez Araya.

---

## RESUMEN

El presente documento consiste en la sistematización de la experiencia del proyecto de investigación sobre el potencial del mercado de la oferta y demanda de productos artesanales en Costa Rica, propuesto por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) y el Programa Focco-Mipyme de la Escuela de Economía de la Universidad Nacional. Los objetivos de esta sistematización son: la identificación de los retos y desafíos encontrados durante el desarrollo de la investigación, así mismo, se presentan los resultados y hallazgos obtenidos durante el trabajo de campo y la vivencia de los investigadores durante los talleres realizados. La metodología propuesta se concentra en la recopilación de la información obtenida durante el desarrollo del proyecto, posteriormente se procesó en procura de determinar los alcances y experiencias vividas, en pro de determinar una serie de memorias que sirvan para una crítica constructiva sobre la información recabada, las entrevistas realizadas y los talleres productos del proyecto de extensión. Los resultados determinaron la necesidad de la dotación de un sello a los artesanos costarricenses, además, se crearon una serie de recomendaciones para el abordaje de una investigación de este tipo, las cuales fueron producto de los propios desafíos que se presentando durante el trabajo de campo.

**PALABRAS CLAVE** Artesanías, desarrollo económico, comercializadores, valor agregado, consumidores.

## ABSTRACT

This document consists of the systematization of the experience of the research project on the market potential of the supply and demand of handicraft products in Costa Rica, proposed by the Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) and Programa Focco-Mipyme of the Escuela de Economía, Universidad Nacional de Costa Rica. The objectives of this systematization are the identification of the challenges encountered during the development of the research, as well as the results and findings obtained during the fieldwork and the experience of the researchers during the workshops carried out. The proposed methodology focuses on the compilation of the information obtained during the development of the project, which was subsequently processed to determine the scope and experiences lived, to determine a series of reports that serve for constructive criticism on the information collected, the interviews carried out and the workshops resulting from the extension project. The results determined the need to provide a seal to Costa Rican artisans, in addition, a series of recommendations were created for the approach of a research of this type, which were the product of the challenges that arose during the fieldwork.

**KEYWORDS** Handicrafts, economic development, marketers, value added, consumers.

## INTRODUCCIÓN

La Escuela de Economía (Eseuna) de la Universidad Nacional (UNA), siempre ha procurado vincular al desarrollo profesional de los académicos y estudiantes por medio del trabajo de campo en las comunidades con mayor necesidad y con la intención de poder promover y mejorar las condiciones económicas de diferentes sectores productivos y, de paso, se procura vincular a la comunidad universitaria para que pueda aplicar el conocimiento adquirido poniendo en práctica las diferentes habilidades y conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la carrera.

La investigación se centró en el desarrollo de un proyecto en conjunto entre la Eseuna y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), en busca de potenciar el mercado de oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del Sector Artesanal Costarricense, el mismo, bajo la premisa de dotar de mejoras directas para el sector por medio de la reducción de intermediarios y equiparación de precios para todos los productores. El proyecto se desarrolló desde diciembre del 2016 y finalizó en julio del 2017, visitando las regiones de Brunca, Central y Chorotega.

La base de la investigación se centró en la promoción de las empresas productoras de artesanías, así mismo con la información recolectada de los productores, incluyendo variables como: ingresos y rentabilidad; ventas al mercado local turístico y de exportación; posicionamiento internacional y marcas; excelencia del producto artesanal; financiamiento e inversión; nivel de asociatividad, empresariedad y formalización; capacitación de artesanos; priorización política del sector; consolidación marco legal y normativo; información estadística, entre otras.

Parte de los alcances de la investigación pretendía entender la problemática y delimitar aquellos principales cuellos de botella que presenta el sector artesanal; así mismo como la identificación de las principales necesidades de estos, en busca de soluciones aplicables que puedan mejorar el rendimiento y margen de ganancia del sector, en pro de ofrecerles mejoras reales al desarrollo de la actividad, y así tener una implicación para los miembros de este y sus familias.

## METODOLOGÍA UTILIZADA EN EL PROCESO DE SISTEMATIZACIÓN

La sistematización se centra dentro del proceso de vínculo entre la Escuela de Economía de la Universidad Nacional, en donde se procura analizar las experiencias del trabajo de extensión que se realizó por medio del programa de desarrollo productivo, de competitividad y comercio de la Eseuna. La experiencia se desarrolló con un académico director del proyecto, cinco profesionales y cuatro estudiantes vinculados al programa.

Para la propuesta sistemática se analizará el proyecto llamado: "Estudio del potencial de mercado de oferta y demanda de productos artesanales para el fomento de encadenamientos y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense", financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, y procuró brindar opciones que dotasen de mejores condiciones al sector artesanal del país. El proyecto se llevó a cabo en las regiones del país que fueron determinadas por tener población dedicada a la fabricación de artesanías, con alta demanda de visita de turistas o con espacios asignados para la distribución y venta de artesanías, el proyecto tuvo una duración de un periodo aproximado de siete meses, iniciando en diciembre del 2016 y finalizando en julio del 2017.

El desarrollo metodológico propuesto para la sistematización se concentra en la recopilación de información obtenida durante el desarrollo del proyecto, para posteriormente procesar la misma en procura de determinar por medio de una reflexión sobre los alcances y experiencias vividas, en pro de determinar una serie de memorias que sirvan para una crítica constructiva sobre la información recabada, las entrevistas realizadas y los talleres producto del proyecto de extensión.

Finalmente, se pretende desarrollar una reflexión crítica por medio de la cual se pueda llegar a sistematizar la experiencia y con esto se pueda generar una memoria sobre lo vivido durante el desarrollo del proyecto, así como las cosas por replicar o mejorar para futuros ejercicios de extensión.

## LA HISTORIA DEL PROCESO DE LA EXPERIENCIA

El proceso comienza con un mapeo detallado sobre las zonas con mayor presencia de artesanos en todo el país, de manera que se comienza a realizar una revisión minuciosa con aquellas áreas en donde se tuviera un importante peso en cuanto a la fabricación y comercialización de artesanías. Para los efectos de la investigación, se determinó realizar la misma en tres regiones del país, Chorotega, Central y Brunca, con un total de 14 comunidades:

1. Región Chorotega: Corosalito, Punta Islita, San Vicente y Guaitil.
2. Región Central: En la provincia de Alajuela: Sarchí. En la provincia de Heredia: San Rafael. En la provincia de Cartago, Centro y El Tejar del Guarco. En la provincia de San José: Puriscal, Quitirrisí y Ciudad Colón.
3. Región Brunca: Rey Curré, Boruca y Bahía Drake.

Posteriormente, el equipo de trabajo determinó mediante varias sesiones de trabajo cuáles serían los productos artesanales de interés para la investigación, determinando el enfoque principal en tres tipos de artesanías: fabricados a partir de arcilla, madera y fibras, las cuales además tienen un arraigo directo con la zona en donde se ubican los artesanos, vínculos culturales o prácticas ancestrales.

**FIGURA 1**

*Equipo de trabajo durante la visita a la comunidad Indígena de Boruca*



*Nota.* Parte del equipo que realizó el trabajo de campo con la población artesanos año 2017. *Fuente.* Parada, Martín. (2023).

Definidas ya las regiones, las comunidades y el tipo de artesanías con las que se pretendía atender la investigación, se procedió a realizar un calendario de visitas y, así mismo, se comenzó a contactar diferentes organizaciones que desarrollan artesanías en las comunidades, tales como asociaciones de artesanos, cooperativas, grupos de artesanos, entre otros, con la intención de ubicar los grupos de interés y facilitar el desarrollo a la hora de recabar la información por medio de contactos directos con la población objetivo. Cabe resaltar que durante la investigación se desarrolló una feria de artesanos en la Antigua Aduana en San José, lo que nos ayudó a generar contactos y acordar visitas a sus respectivas comunidades.

Para cada una de las giras se planteó desarrollar las mismas en dos fases, primero las comunidades cercanas al Gran Área Metropolitana (GAM), a las cuales se consideró realizar visitas de un día y una segunda fase enfocada en aquellas comunidades más alejadas y que requerían giras de trabajo de dos o tres días, dependiendo la zona y la complejidad de acceso a la

misma. Dentro de las zonas con mayores problemas de acceso, tenemos las comunidades indígenas de Boruca, Rey Curré y Quitirrisí, así como la comunidad de Bejuco, Corosalito y Bahía Drake, las cuales se encuentra muy alejadas del GAM, además de que cuentan con una carente infraestructura vial, lo cual complicó el acceso a la zona y que determinó uno de los hallazgos de mayor importancia, ya que consideramos que dicha condición es un agravante para que estos sectores puedan sacar mayor beneficio económico de las artesanías que producen, debido a la lejanía con puntos comerciales estratégicos y la limitada cantidad de turistas que ingresan a estas zonas.

Durante el desarrollo de las giras de trabajo se procuró acordar citas con los gremios de artesanos y artesanas, con la intención de poder ampliar la convocatoria y así contar con la mayor cantidad de miembros posible; y así generar una muestra representativa; sin embargo, cabe mencionar que durante el trabajo de campo se utilizó el tiempo disponible para ampliar el muestreo por nuestra cuenta, buscando o solicitando recomendaciones de artesanos que estuviesen activos, pero que no se encontraran agremiados, con la intención de conocer la realidad del sector de una forma más amplia, lo cual nos permitió no solo incrementar la cantidad de participantes, sino que también pudimos conocer la realidad de aquellos artesanos que se agremian y de los que no lo hacen.

Así mismo, tuvimos la oportunidad de convivir con los artesanos, ya fuera en las instalaciones de su taller o en los salones en donde se reúnen, para llevar a cabo las encuestas, lo que nos permitió observar el desarrollo de las artesanías, así como las situaciones en las que desenvuelven sus actividades y así conocer las particularidades según la zona en la que residen o las características propias de cada una de las materias primas que utilizan para el desarrollo de sus artesanías.

Entre los artesanos entrevistados se logró un total de doscientas diez encuestas, de las cuales setenta y siete correspondieron a la región Chorotega, setenta y ocho artesanos a la región Brunca, la cual tiene una alta concentración de los artesanos dentro de territorio indígena, cincuenta y cinco de la región Central, que dicho sea de paso fue la región con la mayor dispersión de artesanos por comunidad. Es importante mencionar que el trabajar con una población tan diversa y en diferentes zonas del país exigió mucho a los investigadores, que en tanto que el instrumento para la

recolección de los datos debía ser de fácil acceso para todos, y la labor de los estudiantes asistentes e investigadores fue de vital importancia para hacer el proceso de recolección de información lo más exitoso posible. Además, se requería un seguimiento durante la elaboración de este, pues del trato personalizado se lograron datos adicionales a los que se contemplaban dentro de las encuestas y que enriqueció mucho el proyecto, pues había variables específicas a considerar y que no había forma de conocer de manera previa.

## FIGURA 2

*Diseño del trabajo de campo con las artesanas de Corosalito*



*Nota.* La Figura 2 evidencia del desarrollo del trabajo de campo, artesanas de Corosalito (2017). *Fuente.* Barrantes, Oscar. (2023).

Si bien el trabajo de campo con los artesanos era uno de los pilares de la investigación, no eran la única población meta, pues para el desarrollo de esta investigación también era de vital importancia conocer el comportamiento tanto de la demanda de este tipo de productos, por lo que fue necesario

conocer al consumidor de artesanías y, por otro lado, se necesitaba conocer a los comercializadores del este producto, por lo que también se analizó la cadena de distribución. La mayoría del trabajo de campo con los artesanos se desarrolló mediante entrevistas personales, así como el uso de otras mecánicas para la recolección de información, tales como el uso de una dinámica de grupo focal, en donde se contó con participantes de las diferentes asociaciones o cooperativas.

Luego del trabajo de campo con los artesanos se procedió a determinar a los comercializadores de artesanías, con la intención de conocer dónde se ubicaban, si tenían una relación directa con los artesanos o si, por el contrario, usaban a otros proveedores indirectos, y, posterior a esto, se determinó una serie de giras de trabajo de campo para visitar las tiendas o canales de venta de artesanías.

Entre los primeros hallazgos se encontró una enorme diferencia entre los comercializadores, los cuales tienen enormes diferencias de precio entre sí, aunque venden el mismo producto y comprado al mismo productor, también encontramos enormes diferencias entre los puntos de venta, en donde encontramos tiendas dentro de centros comerciales o incluso los aeropuertos, mientras otros se encuentran dentro de hoteles, o incluso algunas son pequeñas tiendas administradas por las diferentes cooperativas en las respectivas comunidades donde se establecen los productores.

Lo anterior nos generó algunas complicaciones para obtener información, ya que la mayoría de los comercializadores ubicados en lugares con mayor afluencia de turistas no quisieron participar de la entrevista y se nos negó en varias oportunidades realizar las labores de investigación, por lo que en algunos puntos fue necesario utilizar mecánicas de cliente oculto con la intención de conocer los precios y productos que estas distribuyen, lo que causó grandes atrasos en el desarrollo de la investigación.

Otra de las situaciones que se detectaron fue la existencia de revendedores de artesanías, los cuales compran directamente al artesano y revenden a los comercializadores, sin embargo, estos fueron imposibles de localizar, por lo que no se logró determinar el efecto que estos tienen dentro del mercado, lo cual generó un eslabón de la cadena comercial imposible de rastrear, ya que no hubo manera de dar con estos para su inclusión dentro de la investigación.

Como un hallazgo relevante se logró determinar que los comercializadores no solo se dedican a la venta de las artesanías nacionales, sino que han tratado de diversificar la oferta por medio de la fabricación de souvenir de bajo costo en países como China, a los cuales se les coloca algún tipo de diseño o logo que pueda vincularse al país y de esta forma tener productos como lapiceros, llaveros u otros. Esto pone a competir estos productos de fabricación masiva con las artesanías nacionales y esta variable la logramos detectar hasta que realizamos el trabajo de campo con los comercializadores.

Se desarrolló la última etapa de la investigación, la cual consistía en conocer a los consumidores de los productos artesanales en los que se centró la investigación y para lo cual se procedió a visitar diversas zonas turísticas, aeropuertos, entre otros. Esto nos permitió tener visitas de campo de uno o dos días, en los cuales se procuraba conversar con personas nacionales o extranjeras para conocer sus preferencias de consumo sobre artículos artesanales y si lograban diferenciar entre una artesanía o un souvenir<sup>1</sup>; el trabajo de campo con los turistas extranjeros se dio bajo entrevistas individuales.

Mientras se comenzaba a trabajar con la población extranjera, partimos de la lógica de que encontraríamos muchas personas que hablaban inglés, sin embargo, con el desarrollo de las encuestas, notamos que una gran parte de esta población pertenecía a países europeos o asiáticos y que tenían poco o nulo manejo del idioma inglés, por lo que se presentaron algunos retos a la hora de recabar la información. Otra de las problemáticas se debió a que la mayoría de las personas extranjeras no tienen mayor claridad sobre la diferencia entre una artesanía hecha en Costa Rica y un artículo producido en masa en otro país, lo cual no se tenía contemplado dentro de las variables y provocó complicaciones para poder completar un número representativo de entrevistados, ya que se debía descartar a aquellas personas que no tuvieran claridad sobre la diferencia.

Por último, el tiempo del que disponen los turistas es una de las mayores complicaciones a la hora de tener que trabajar con este tipo de población,

---

1 Se debe entender la artesanía como un producto realizado por medio de un maestro artesano quien ha dedicado tiempo y estudio a perfeccionar su arte y que lleva una fabricación mayoritariamente a mano, o con herramientas manuales. Por otro lado, tenemos los souvenir, los cuales son productos realizados de manera masiva y principalmente fabricados con métodos industrializados y sin necesidad de conocimientos artesanales.

ya que la mayoría de los turistas extranjeros ya tienen un plan vacacional con bitácoras muy saturadas de actividades y esto provoca que el tiempo sea mínimo para poder realizarles una entrevista. A esto se debe considerar que la mayoría de las agencias de viaje no están interesadas en que sus clientes pierdan tiempo con temas académicos, se contó con poco apoyo para lograr la muestra esperada y la misma se centró principalmente en viajeros que venían al país de forma independiente y con su propia agenda, lo que quizás alejó la posibilidad de obtener información relevante, respecto a si los mismos hoteles influyen en la decisión de compra de productos artesanales sobre los clientes extranjeros.

## REFLEXIÓN E INTERPRETACIÓN CRÍTICA

La necesidad de vincular a los académicos y estudiantes a los proyectos con la comunidad que tiene la Eseuna a través de sus programas de extensión es un paso de vital importancia, ya que es por medio de esta que se logra vincular a la vida universitaria con la comunidad costarricense y esto es de vital importancia, pues esta simbiosis permite que la universidad pueda apoyar a resolver los problemas cotidianos de la comunidad y a cambio los profesionales que logran participar en estos logran retroalimentarse por medio de la realidad, llevar esto a las aulas y fortalecer el conocimiento de los estudiantes para prepararlos de mejor manera para lo que encontrarán en su vida profesional.

El desarrollo de investigaciones académicas por parte de los profesionales universitarios ayuda a proponer soluciones a la comunidad desde una óptica académica no solo propone respuestas a los problemas que atañen a los sectores involucrados, sino que también permite vincular posibles soluciones a la institucionalidad, la cual claramente no cuenta con todos los recursos para la resolución de las necesidades de los diversos sectores, pero encuentra dentro de la academia el vínculo necesario para analizar posibles soluciones para la población objetivo y que de paso puede beneficiar a otra parte de la población que no participó de la investigación, pero que pertenece a los posibles beneficiarios.

El trabajo de campo que se realizó durante la investigación permitió que se pudiera conocer a profundidad la realidad de los productores artesanales de nuestro país, así como las dificultades que pasa al desarrollar su actividad económica, los efectos que tiene el medio ambiente en sus actividades, así como la situación desfavorable que tienen estos dentro del mercado nacional e internacional. Los aportes de la academia hacia la comunidad pueden sumar una serie de cambios relevantes para la vida de los artesanos, quienes pueden mejorar sus condiciones actuales por medio de una adecuada estructura de costos, un adecuado canal de comercialización, mayor claridad sobre el valor que debe tener los productos, o la búsqueda de mejores condiciones a la hora de colocar los productos para que no sean víctimas de los comercializadores que tratan de sacar provecho de la situación del sector.

Desde la Eseuna y producto de las experiencias obtenidas del trabajo en conjunto con la comunidad de artesanos y sus necesidades, se generó interés en buscar los espacios adecuados para poder vincular algunos de los cursos ofrecidos por la escuela y que pudieran apoyar a los artesanos por medio del vínculo con proyectos de trabajo final o trabajos dentro de los propios cursos que generasen la posibilidad de dotar de herramientas sobre innovación, mejores prácticas o incluso encadenamientos a las actividades económicas, en pro de mejorar la situación económica de los y las artesanas y en procura de dejar de lado la necesidad de utilizar comercializadores y potenciar la mayor ganancia posible a los artesanos.

Parte de la malla curricular de la carrera de Economía cuenta con las características necesarias para vincular emprendedores a la realidad nacional, por lo que es posible llevar la extensión, más allá de solo la investigación, sino también incluir a los estudiantes dentro del desarrollo teórico y práctico de la carrera, sumando las capacidades del estudiantado para dotar de innovación, nuevas prácticas u otras capacidades que puedan ser de provecho para el sector de artesanos.

En definitiva, separar la academia de la realidad nacional puede ser contraproducente. Se requiere que el estudiantado se enfrente a casos de la vida real que puedan fortalecer sus capacidades profesionales y, por ende, la relevancia de retroalimentar el conocimiento teórico que se adquiere durante el desarrollo de la carrera, para que pueda ser utilizado para ayudar a los sectores de mayor vulnerabilidad, como en este caso. La extensión no puede dejarse de lado dentro de la preparación de los futuros profesionales y a su vez de la propia retroalimentación de los académicos, ya que por medio de

la interacción con las comunidades se favorece la docencia y esto genera un círculo de beneficios para todas las partes.

Lo anterior es posible al aprovechar más cursos de la carrera que tengan dentro de sus objetivos el trabajo con las comunidades, procurando, así mismo, dotar de experiencia a los estudiantes, para que puedan trabajar proyectos que tengan impacto con las comunidades, con innovación y nuevas alternativas que beneficien a todos los sectores. Este tipo de iniciativas pueden ser parte de los proyectos, programas y trabajos finales de toda la escuela de economía.

Ahora bien, es claro que la experiencia se dio previo a la emergencia sanitaria y que posterior a esta hay una nueva tendencia de crear extensión por medio de los usos de las tecnologías para la comunicación, lo cual en sí es una herramienta muy útil; sin embargo, desde la economía sigue siendo necesario el trabajo cara a cara con la población meta, para conocer la realidad del sector y poder determinar de esta forma las variables visibles y las que no lo son, pero deben contemplarse a la hora del análisis y, el trasladar la participación de las partes a espacios no presenciales, podría desligar el vínculo con la academia, la pérdida de confianza por las partes y el desinterés a participar en este tipo de proyectos de extensión.

Se debe resaltar que para la carrera de economía hay situaciones que no se deberían generalizar, principalmente por la enorme problemática de la brecha digital en el país, la cual básicamente restringe la posibilidad de tener acceso a zonas lejanas y a poblaciones en condición de vulnerabilidad o con bajos recursos, como sucede con la mayor parte de la población de artesanos del país. Es por esto que la investigación que se realizó no hubiera sido posible de desarrollar si se hubiera presentado durante el periodo de restricciones sanitarias, lo cual habría afectado de manera directa los resultados del trabajo de campo, en tanto que habría sido difícil conseguir la muestra necesaria para el desarrollo de la misma. Así también habría sido difícil obtener información como la existencia de los revendedores o las sobre ganancias que obtienen los comercializadores, e incluso la existencia de una competencia directa entre las artesanías y los productos fabricados en otros países que se venden como artesanías, a costos elevados para los turistas.

Otra situación por considerar y producto de la experiencia de la investigación realizada, va de la mano con la gran dificultad para encontrar el apoyo

institucional para la realización de esfuerzos para la atención de sectores productivos. Durante toda la investigación uno de los mayores retos se concentró en el vínculo para poder obtener información de primera mano, así como los accesos o permisos para poder trabajar con la población meta. Se podría trabajar de forma mancomunada en proyectos vinculantes para la mejora tanto institucional como de los diferentes sectores productivos, de manera que se puedan generar cambios relevantes en la forma en que se desarrolla la extensión por sí misma, devolviendo esa participación entre la universidad pública, la institucionalidad y la población objetivo.

Al trabajar con turistas y comercializadores nos encontramos con enormes retos, tanto a nivel metodológico como a nivel de ejecución, ya que el primero contenía dificultades debido a la barrera idiomática y el acceso para lograr que participaran de las entrevistas y los segundos en un buen número procuraban alejar a los investigadores para que no se evidenciara prácticas poco éticas en cuanto a comercio justo. Esto podría resolverse si se contara con mayor apoyo por medio de la academia, de parte de la institucionalidad, ya que si se contara con este se podrían generar vínculos de múltiple beneficio para todas las partes involucradas, ya que se podría fortalecer la academia por medio del acceso a la información y esto por sí mismo se podría reproducir en beneficios para las comunidades involucradas.

Cabe resaltar y aclarar que las agencias de turismo no fueron incluidas dentro del proceso de investigación por diversos motivos, como por ejemplo: falta de conocimiento de nuestra parte sobre el apoyo que pudo haber significado la participación de las agencias turísticas, poco interés de parte del sector en participar del proyecto, y falta de vinculación entre las propias instituciones del estado relacionadas con el sector artesano MEIC y el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), ya que no tenían mapeado al sector como un actor importante porque son las agencias de viaje quienes tienen mayor conocimiento sobre el comportamiento de los turistas dentro del país y los lugares donde estos llevan a cabo sus compras de artesanías. Por esto, para la realización de proyectos similares a este, es necesario incluir a las agencias de turismo como un actor prioritario, como conocedores de los intereses de los turistas a la hora de adquirir artesanías y, de paso, son estas mismas agencias quienes pueden abrir un enlace directo para llevar a cabo un trabajo similar con la población artesana.

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

### FIGURA 3

*Parte del equipo de trabajo que realizó el trabajo de campo con la población artesanos*



*Nota.* Entrevista a un miembro de la población artesanos (2018). *Fuente.* Rodríguez, Juan. (2023).

## CONCLUSIONES: APRENDIZAJES Y RECOMENDACIONES

El proyecto logra finalmente su meta, pues como parte de los hallazgos se logró determinar una ruta de acciones con las cuales se pueden dotar de mejoras directas a la población de artesanos en Costa Rica, recomendaciones que se elevaron al MEIC para su puesta en ejercicio.

Entre estos se determinaron acciones como la creación de un sello de origen, la creación de una red de mercado que promueva la venta y distribución de los productos, tanto a nivel local como internacional, por medio de campañas de promoción y la construcción de una página web de *e-commerce* y su respectivo canal de distribución.

El desarrollo de una investigación que contaba con tres poblaciones meta, no solo significó un enorme desafío en cuanto al tiempo para el desarrollo de la misma, sino que también requirió de realizar varias giras de campo, así como la conformación de varios equipos de trabajo para poder dar abasto con la población meta, ya que debió realizarse un trabajo de campo muy exhaustivo debido a la diversidad de la población meta, lo cual quizás pudo haberse simplificado de haber logrado tener mayor acercamiento de parte de las instituciones involucradas con los sectores.

Otro de los aprendizajes obtenidos de esta experiencia va de la mano con la enorme posibilidad de amarrar áreas de trabajo con las cuales se pueda atender otras problemáticas del sector; y dotar del respectivo análisis y propuestas de solución a cada una, como producto de investigaciones o trabajos finales generados por los estudiantes de la Eseuna. Esto podría dar respuesta a una serie de necesidades de los sectores productivos del país y de paso ayudar a mejorar las condiciones de vida de muchas personas.

Es necesario involucrar a más estudiantes dentro del proceso de extensión, esto con la intención de poder ampliar la muestra de la población, como enlazar a la población estudiantil con los sectores productivos y con esto ampliar los alcances de la extensión, promoviendo, de esta manera, que los y las estudiantes puedan vincular sus trabajos finales de investigación, la creación de artículos científicos o la constitución de seminarios que promuevan el apoyo por medio de mejoras cuantitativas y cualitativas a los diferentes sectores del país.

Se necesita una participación más activa de parte de las instituciones, ya que gran parte de las dificultades que topamos se debieron a los problemas con la convocatoria, la ubicación de los productores, el acceso a las zonas y la realización de las entrevistas, las cuales se pudieron haber simplificado de tener mayor apoyo por parte de la institucionalidad, como es el caso del ICT, el MEIC, el Ministerio de Hacienda, la Dirección de Migración y Extranjería, y cualquier otro ente gubernamental que permita acercarnos más a la realidad del sector de artesanías y de los propios actores que componen este.

También pudo ser de mayor ayuda contar con la participación de las instituciones para facilitar la realización de las labores de recolección de información en cuanto a la población de turistas, ya que dentro de la experiencia fue muy complicado poder llevar a cabo las entrevistas, principalmente por las regulaciones y limitaciones del trabajo dentro del aeropuerto, como también los inconvenientes para realizarlas mientras se encontraban realizando sus actividades turísticas.

Es necesario crear una un abordaje investigativo más unificado para utilizar cuando se presentar problemas a la hora de llevar a cabo investigaciones de extensión, en donde se requiere adquirir información de algún sector, pero este se niega a compartirla o no desea participar porque acometen actos que podrían considerarse desleales dentro de las prácticas comerciales y la economía. Para esto se requiere llevar a cabo un abordaje mucho más participativo, en donde como parte del desarrollo del trabajo de investigación se incluyan acciones que fomenten la discusión previa con diversas organizaciones, instituciones y actores prioritarios, con la intención de conocer el sector lo mejor posible, antes de la realización del trabajo de campo, con la intención de tener mayor claridad sobre la realidad que podemos encontrarnos, los actores a tomar en cuenta, las variables que podemos encontrar y que no necesariamente previo al trabajo de campo puede determinarse, pero que sí juegan un rol protagónico en el desarrollo de la propia investigación, por lo que conocer sobre esta de forma previa podría ayudar a evadir obstáculos dentro de la investigación y dar mayor peso a los datos y hallazgos que se logren recabar.

Es recomendable que exista un directorio institucional para aprovechar los contactos y vínculos resultantes de estos tipos de proyectos, de modo que se potencie la simplificación de esfuerzos cuando sea necesario llevar a cabo trabajo de campo con diferentes sectores o para el desarrollo de proyectos de investigación, tanto de académicos como de estudiantes. Con esto se podrían crear una red de contactos que fortalezcan el accionar universitario.

**ANEXO**

**FIGURA 4**

*Carretas en el cantón de Sarchí*



*Nota.* Artesano de carretas en el cantón de Sarchí mostrando el proceso de fabricación de una carreta tradicional (2016). *Fuente.* Rodríguez, Juan (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

---

## FIGURA 5

*Artesano en madera*



*Nota.* Visita al taller de un artesano especializado en madera, quien muestra la elaboración de un tallado a mano, cantón de Sarchí (2016). *Fuente.* Rodríguez Juan (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

## FIGURA 6

*Aplicación de entrevistas a la comunidad de artesanos Boruca*



*Nota.* Aplicación de entrevistas a la comunidad de artesanos de Boruca en el salón comunal (2017). En las fotografías se logra observar a la comunidad artesana y parte del equipo investigador. *Fuente.* Parada, Martín (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

### FIGURA 7

*Artesana de Boruca mostrando la técnica de tejido indígena a partir de diversos tipos de fibra que se producen y tiñen en la propia comunidad*



*Nota.* Artesana Boruca mostrando la técnica de tejido indígena a partir de diversos tipos de fibra que se producen y tiñen en la comunidad (2017). *Fuente.* Barrantes, Oscar (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

## FIGURA 8

*Artesana Boruca mostrando la técnica y el proceso de pintar una máscara*



*Nota.* Fotografía de artesana Boruca, quien mostró la técnica y el proceso de pintar una máscara Boruca (2017). *Fuente.* Barrantes, Oscar (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

## FIGURA 9

*Fabricación de máscaras Boruca*



*Nota.* Proceso de fabricación de máscaras Boruca, desde el corte de la madera y el respectivo proceso de tallado a mano (2017). *Fuente.* Rodríguez, Juan (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

### FIGURA 10

*Preparación de barro y arcilla para el moldeado de figuras y recipientes tradicionales*



*Nota.* Preparación de barro y arcilla para el moldeado de figuras y recipientes tradicionales (2017). *Fuente.* Barrantes, Oscar (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

### FIGURA 11

*Vasijas de barro con su proceso de fabricación ya terminado y listo para su venta, Guaitil*



*Nota.* Esta fotografía muestra vasijas de barro con su proceso de fabricación ya terminado y listo para su venta en Guaitil (2017). *Fuente.* Barrantes, Oscar (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

## FIGURA 12

*Entrevistas realizadas a los artesanos durante la realización de una feria de pymes*



*Nota.* Entrevistas realizadas a los artesanos durante la realización de una feria de pymes durante el año 2016 en las instalaciones de la Vieja Aduana, San José. Entrevista realizada a un artesano de fibras que mezcla técnicas de moldeado, uso de fibras y la tradición de las mascaradas para sus artesanías. *Fuente.* Barrantes, Oscar (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

### FIGURA 13

*Aplicación de entrevistas durante el desarrollo de la feria de pymes organizada por el MEIC en la Antigua Aduana*



Nota. Aplicando entrevistas durante el desarrollo de la feria de pymes organizada por el MEIC en la Antigua Aduana, se logró ubicar algunos artesanos y que sirvió como enlace con estos para llevar a cabo las visitas a las comunidades, San José (2016). *Fuente.* Barrantes, Oscar (2023).

Estudio del potencial de mercado de la oferta y demanda de productos artesanales para el fomento del encadenamiento y el acceso a mercados del sector artesanal costarricense

## FIGURA 14

*Planeando el trabajo de campo en la comunidad de Punta Islita*



Nota. Parte del trabajo de campo en la comunidad de Punta Islita. Se muestra parte del proceso de obtención de información por medio de la aplicación de entrevistas a las artesanas de la comunidad. Año 2016. *Fuente.* Barrantes, Oscar (2023).