

R/D

EL ESTUDIO DE MERCADEO

"Mercadeo de Artesanías del Tercer Mundo"- el estudio que se pudo realizar por una beca del Edna McConnell Clark Foundation se ha completado. El objeto específico del estudio llevado a cabo por A.D. Little Inc. en nombre de WCC (World Crafts Council) era dirigido hacia un análisis de oportunidades económico-sociales relacionadas a la producción de artesanías y mercadeo en países del Tercer Mundo. Los mercados de los Estados Unidos, Gran Bretaña y Canadá fueron analizados por su potencial en el mercado artesanal, mientras que Iran, Indonesia, Guatemala y México fueron seleccionados como ejemplos de países productores de artesanías con varios grados de sofisticación en su financiamiento, acumulación, empaque y transporte de artículos artesanales. La investigación indicó que la WCC puede jugar un papel importante incrementando un esfuerzo de mercadeo internacional. Los siguientes párrafos resumen los puntos principales del estudio.

## TIPOS DE ARTESANIAS

Se consideraron dentro de tres amplias categorías los artículos artesanales del mundo en via de desarrollo. Primero, aquellos objetos que lindan con las bellas artes, son casi siempre <sup>piezas</sup> únicas y son frecuentemente mercadeadas de la misma manera que las pinturas y las esculturas. Aunque reconociendo que los artesanos que producen este tipo de trabajo, casi siempre necesitan asistencia en mercadeo en los primeros años cuando no son conocidos, y aunque dándonos cuenta que estos productores a menudo son fuente de inspiración para artesanos mucho menos creativos, los problemas de ventas de dichos productos artesanales no fueron considerados en este estudio. Una segunda categoría de artículos surge de las artes populares, las tradiciones y la vida diaria de la gente que vive en sociedades preindustrializadas. Los artículos artesanales son generalmente

elaborados como parte del ciclo agrícola rural con los productores aspirando a aumentar con esto su magro ingreso familiar.

Una tercera categoría de artesanías, la cual representa el mayor volumen dentro del mercado, se deriva usualmente de talleres de labor intensiva en la cual los trabajadores son parte de una unidad industrial a pequeña escala que produce grandes cantidades de artículos. En muchos casos la frontera entre las dos últimas categorías, después de un exámen, no se reconoce fácilmente. Se acordó, por una serie de razones, que el mercado artesanal de la segunda categoría era de primordial importancia para este estudio.

#### LOS PAISES DE MERCADEO

Utilizando las técnicas para analizar estadísticas de importación y para entrevistar a varios de los importadores de artesanías del Tercer Mundo, se llegó a un acuerdo para el mercadeo de artículos artesanales. Es de anotar que no hay ninguna agencia en el mundo recopilando estadísticas del movimiento internacional de artesanías. Se calcula que en 1972 los Estados Unidos importó artesanías por valor de US\$ 120,000,000 a \$ 160,000,000 (FOB país de origen) provenientes de países en vía de desarrollo y que 25% al 30% de estos artículos pertenecían a la segunda categoría antes mencionada. La tasa creciente anual de estas importaciones es entre 18% y 20% aún cuando la segunda categoría no está creciendo tan rápidamente como las otras debido a una producción limitada de los productos. Reconociendo las tendencias de inflación, la demanda por unidad aquí, parece estar aumentando del 7 al 8% anual. El precio de venta al por menor de objetos artesanales fluctúa entre 4 a 6 veces más que de aquel precio que fué pagado en el país de origen. Esta discrepancia depende del número de intermediarios entrando en el mercado.

Los mercados de Gran Bretaña y Canadá son proporcionalmente más pequeños que el de los Estados Unidos, sin embargo demuestran una rata de crecimiento

notablemente alta. En breve, el mercado de artesanías es muy fuerte y todo indica que el crecimiento continuará, siempre y cuando existan adecuadas provisiones de materiales. Es también muy claro que existen gustos diferentes muy marcados dentro de los varios estudios del mercado, y que los intereses de la mercadería tienen que ser sensibles a estas diferencias.

#### LOS PAÍSES PRODUCTORES

Como se mencionó anteriormente, los países productores que fueron visitados y estudiados representan una muy pequeña y limitada muestra de lo que son los países con un ingreso bajo y con excelentes y muy vendibles artesanías. Los países visitados son diferentes en cuanto a tamaño, cultura y experiencia en mercadería artesanal. Así como nuestros investigadores tuvieron conocimiento dentro de los países bajo estudio de mercado, de la gran demanda por artesanías, también estaban permanentemente informados por los importadores y otras personas de que el problema principal radicaba en los países proveedores. En los países proveedores visitados surgieron problemas en una u otra forma dentro de la cadena proveedora. La modernización y atracción de la ciudad está originando que el artesano abandone sus tradiciones ancestrales. La oportunidad de vender grandes cantidades de "arte étnico" está rebajando la calidad de la manufactura y también está cambiando la actitud del artesano en relación con su obra. Recopilar materia prima es a menudo difícil y la selección de la misma es frecuentemente indiscriminable. Algunos países están exportando materia prima sin procesar en grandes cantidades haciendo que estos mismos materiales vitales no sean disponibles o muy costosos para el artesano local. Los múltiples procesos de administración, tales como llevar libros, costeo, control de precios, control de inventarios, etc. frecuentemente son muy rudimentarios. El proceso llevado a cabo para capitalizar la producción artesanal es muchas veces insuficiente. El empaque inadecuado y la falta de documentos de embarque debidamente pro-

cesados, son también factores que traen problemas y quejas. Finalmente, cuando ya los despachos han llegado a su destino se descubre la magnitud del problema - el control de la calidad. En ningún momento ha sido sugerido que estas dificultades representan barreras insuperables. Más bien indican la necesidad de una seria acometida por parte de las agencias.

#### RECOMENDACIONES

Los consultores no sugirieron formula alguna para resolver los problemas de los países proveedores de artesanías. Sugirieron que si se llevaban a cabo experimentos en los países proveedores, cada modelo experimental sería diferente. Al mismo tiempo recomendaron que las diferentes formulas deben ser comerciales y a largo plazo. En este sentido citaron la ineficiencia de acercamiento típica y a corto plazo del consultor-diseñador-entrenador para el desarrollo y asistencia de los proyectos artesanales. Reconocieron la necesidad permanente de asistencia técnica, pero también hicieron hincapié en que la capacidad de compra y mercadería de lo que se produce, determina, al final, la fuerza y viabilidad de la intervención.

El papel del importador mayorista fué descrito como catalítico para lograr un acercamiento económicamente sano dentro de la asistencia de mercadería artesanal. Debido al potencial de compra implícito en este papel, se cree que estableciendo una organización fuerte e interesada de importación-mayorista, esta proveería un motor vital hacia la asistencia económica del artesano productor. El reporte indicó que la WCC debería asociarse a tal organización aportando su capacidad de asesoría en forma intensiva y asegurando en esta forma que se mantenga la más alta calidad de producción. También se recomendó que la WCC estableciera, dentro de su estructura, un servicio de mercadeo que se relacione con el mundo del mercado de artesanías, en forma imparcial y profesional. Esta oficina de servicio de mercadeo trataría de coordinar las peticiones de información

y asistencia que son dirigidas a la WCC, como agencia única especializada en este campo, y los relacionaría, en forma significativa, a la cadena mundial de contactos de la WCC )(World Crafts Council()).