ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE ARTESANÍAS

1. GENERALIDADES SOBRE ARTESANÍAS

1.1. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR DE ARTESANIA EN EL SALVADOR

Desde tiempos antiguos, el uso de materias primas como el barro, fibras textiles, madera y cuero, se han constituido en fuentes para la producción de bienes de uso popular, que han sido trabajados laboriosa y manualmente, en nuestro territorio a nivel rural y urbano, donde se elaboran con técnicas similares una gran variedad de objetos que cumple múltiples funciones y cuyo arte y oficio ha sido transmitido de generación en generación.

Esto es lo que se conoce como artesanía popular que es una actividad destinada a la producción de objetos de uso predominantemente utilitarios y decorativos.

Por lo que surge la necesidad de ofrecer una atención permanente al artesano productor que puede constituirse en alternativa de solución para mejorar entre otros de:

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- LA CALIDAD DEL PRODUCTO.
- LA CAPACIDAD DEL NEGOCIO.
- LA RENTABILIDAD DE LA PRODUCCION.
- LOS PROCESOS PRODUCTIVOS.

Como elementos necesarios para lograr que estos, puedan competir en el mercado nacional e internacional, permitiéndole la oportunidad de incursionar con éxito en nuevos mercados, como lo son Estados Unidos de Norte América Se han determinado, por medio de los instrumentos de información utilizados, que las líneas de exportación con mayor demanda son:

- Los adornos en semilla
- La cerámica tradicional
- La madera decorada y modernas
- Textiles, hamacas
- Productos de palma y otros en menor escala.

Debe hacer una división importante basada en la especialización para poder tener éxito en el mercado internacional. La producción y la comercialización. En El Salvador existen más comercializadores que productores de artesanías, y este es el equilibrio que tiene que existir en todo país que se precie de ser

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

capaz de poder promocionar sus artesanías. El éxito de países como Taiwán, Japón y Korea, radica en que las personas que producen no son las que exportan. Ese es el secreto de estos países ya que los que producen se especializan en producir y no tiene tiempo suficiente para preocuparse para exportar .

La situación de comercialización de artesanías en El Salvador es uno de los productos que se vende de una manera pasmosa, ya que dependiente del articulo que se quiera vender, así es el precio que se tiene. El artesano salvadoreño esta consiente que los productos de artesanías no se vende en grandes cantidades todos los días, pero si en pequeñas cantidades y se vende muy bien, por que el acabado que tienen y los tintes que utilizan son finos y eso es lo que buscan en cada uno de los artículos a comprar.

Los salvadoreños y las personas extranjeras busca el producto mas que todo en los talleres o lugares de origen, lo que les gusta es conocer como esta hecho, cual es su procedimiento, y que lleva para tener el acabado deseado.

Se ha comprobado que la habilidad que tiene nuestra gente es pasmosa, de poder imitar, copiar, o elaborar cualquier artículo que se le ponga enfrente. Hay que recordar también que artesanías no solamente son capiruchos, no solamente son pajaritos, no solamente ceniceros de barro..... No, artesanía son hojalatería, zapaterías, adornos para la cara, aretes, y un sin fin de cosas. Entonces se debe hacer otra división de artesanías. La artesanía utilitaria y la

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

artesanía decorativa. En El Salvador la artesanía que más se produce es la utilitaria.

.

En cuanto al diseño y la innovación en artesanías se han identificado tres factores que afectan al proceso innovador de los diseños artesanales:

- ECONOMICO.

Falta de recurso económico y limitante en el acceso a los créditos por tasas de intereses muy altos y cortos plazo.

- SOCIAL.

Poco interés del sector artesanal en buscar información y el temor de copiar sus diseños por parte de sus compañeros.

- CULTURAL.

Perdida de los valores culturales y copia de cultura extranjera en el vestir, hablar, etc. Y falta de concientización del valor del arte popular

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

1.2. CONCEPTOS DE ARTESANIA

Son la representación viva de un pueblo, sus costumbres, tradiciones, sus valores y su creatividad, por que en cada pieza elaborada se integra un proceso histórico, productivo, en el que se utilizan materia prima del medio en que se encuentra cada centro artesanal.

Las artesanías recogen belleza, colorido y variedad en las diferentes piezas utilitarias, religiosas y decorativas, producidas por las hábiles manos de los artesanos salvadoreños quienes le imprimen la historia cultural milenaria de nuestro antepasado y el mestizaje cultural atreva de la conquista española.

La artesanía es una actividad de transformación para la producción creativa de productos que cumple una función utilitaria o decorativa, la cual se realiza a través de la estructura operativa de los oficios y se lleva acabo en pequeños talleres con maquinas y herramientas relativamente simple.

1.3. CLASIFICACION DE LAS ARTESANIAS

Las artesanías en un sentido más amplio es el trabajo hecho a mano o con preeminencia del trabajo cuando interviene la maquina. Es el momento en que la maquina prevalece se sale del marco artesanal y se entra en esfera industrial.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Las artesanías tienen mucha clasificación, atendiendo a diversos criterios como por ejemplo:

- **ARTESANIA POPULAR:**

Es la obra manual basado en motivos tradicionales y que se trasmite normalmente de generación en generación.

Es el conjunto de obras plásticas y de otra naturaleza, tradicionales y funcionales satisfactorias y útiles, elaborado por un pueblo cultura local o regional para satisfacer las necesidades materiales y espirituales de los humanos, muchas de cuyas manifestaciones existen desde varias generaciones y han creado una unión de experiencia artística y técnica que le caracteriza y le da la personalidad.

- **ARTESANIA ARTISTICA:**

Es la que expresa de alguna manera el sentimiento individual de su autor, generalmente basado en el folklore.

- **ARTESANIA UTILITARIA:**

Es la producción de artículos sin característica artística especial pues son productos que pueden ser elaborados a mano por el artesano, casi de la misma forma que la industria mecanizada.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- **ARTESANIA DE SERVICIO:**

Es la que no produce ningún bien, si no que constituye una acción que busca llenar una necesidad. Este servicio siempre deberá ser prestado a mano para ser considerado artesanal.

- **ARTESANIA TRADICIONAL:**

Dentro de esta se comprende la alfarería de los diferentes estilos de utensilios de cocina tales como ollas, cántaros, vajillas, ceniceros, floreros, picheles, etc. Estos son elaborados en torno y con un fino acabado. En la actualidad son muy pocas las personas que se dedican a esta actividad debido a la poca demanda.

- **ARTESANIA INDIGENA.**

Constituye expresión material de la cultura con que sé elaboran bienes útiles, rituales y estéticos condicionados por el medio ambiente físico y social.

1.4. PRINCIPALES CENTROS ARTESANALES EN EL SALVADOR[1]

Las artesanías representan la expresión viva del pueblo, sus costumbres, sus tradiciones, sus valores y su creatividad, porque en cada pieza elaborada se

[1] UNION EUROPEA, EL SALVADOR, RUTA ARTESANAL. REVISTA CULTURAL

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

integra un proceso histórico productivo, en el que se utilizan materias primas propias del medio en que se encuentra cada centro artesanal.

Organizadas en pequeñas empresas familiares, los artesanos constituyen un importante centro de producción para la economía doméstica y cada vez más, las artesanías representan un rubro significativo del ingreso para el país.

El Salvador es uno de los países más pequeños de América, aproximadamente veinte y un mil kilómetros cuadrados, y cuenta con una alta densidad poblacional que se constituyen en su más valioso patrimonio por la laboriosidad, la creatividad, y el empeño del salvadoreño.

De esta forma la ruta artesanal permite conocer a El Salvador, y a su gente productora de este bello arte, traído desde sus antepasados.

Empezando por Occidente, región que queda entre la ciudad de San Salvador y la frontera de Guatemala, conformado por los departamentos de Santa Ana, Ahuachapán y Sonsonate.

SANTA ANA.

La ciudad de Santa Ana, cabecera departamental, que lleva el mismo nombre. En origen fue una población precolombina Pok'omame cuyo nombre Cihuatehuacan, en lengua náhuatl significa: "Lugar de hechicera". Hoy en día

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

es famosa por la elaboración de sabroso dulce tradicional como: el mazapán (masa de semilla de marañon, naranjas, papaya, chilacayote y otros más.

CHALCHUAPA, cuyo nombre en lengua náhuatl significa: “Río del Jade” debido a los importantes yacimientos de este mineral en sus alrededores. Hoy en día sigue presente la talla de Jade en las variantes verdes y negras de este mineral reproduciendo ídolos y caras precolombinas, ceniceros, animales y cuentas para collares.

AHUACHAPAN.

En este departamento se encuentra el cantón SAN JUAN EL ESPINO, pequeño poblado dedicado a la fina reproducción de cerámica Payu del período clásico tardío, las piezas son totalmente elaboradas a mano utilizando las antiguas técnicas mayas decoradas Engobes (tierra de diferentes colores) y del quemado con estiércol de vaca.

Rodeado por los extensos cultivos de café se encuentra la Villa CONCEPCION DE ATACO, población de origen precolombina fundada por los Pipiles. Desde la época colonial permanece sin interrupción la elaboración de imaginería religiosa y mascaras representando personajes de danza tradicional, tallado en madera de cedro, naranjo, caoba y nogal, para el acabo utilizan lo que es el estofado en lamina de oro.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

A ocho kilómetros de Concepción de Ataco se encuentra APANECA, fundadas por los Pipiles. Hoy en día su arquitectura todavía refleja esa influencia colonial. En este lugar se encuentran la fabricación de muebles rústicos en madera y ramas de la poda del café. La creatividad del artesano adapta las ramas curvas y bejucos a diseños atractivos de muebles de comedor, terraza, bares, etc.

SONSONATE.

A siete kilómetros de Sonsonate se encuentra NAHUIZALCO, población de origen precolombino, fundada por los Pipiles, donde se puede admirar algunas mujeres indígenas, con su vestimenta tradicional. Su nombre en lengua Náhuatl significa “Cuatro Izalco”. Hoy en día su centro de producción de finos muebles de mimbre elaborados en una amplia gama de diseños. En Nahuizalco en el occidente del país, los artesanos trabajan el mimbre, formando mueble cuyos diseños son conocidos con los nombres de: TEARCE, REGIONAL, CASA BLANCA, JARDINERO, CHIMICHACO. Ahí mismo encontrará también bellos muebles tipo imitación caña de la India en madera de cedro y laurel de alta calidad. Dentro de este lugar se encuentran hombres dedicados a la fabricación de alfombras, canastos, papeleras, tombillas, paneras y otros más, elaborados en fichas de vegetal como el bambú, tule blanco, mimbre, carrizo y bejuco chupa miel.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Saliendo de la Ciudad de Sonsonate se encuentra el pueblo de SANTO DOMINGO DE GUZMAN, famosa por su bella alfarería. El raspado de cada pieza de barro, con el auxilio de un guacal de morro antes de su quema esto significa nivelar las paredes adecuadamente.

De camino a San Salvador se encuentra IZALCO, fundada en 1054 por el cacique Topilzin- Acxitl, en este lugar ha desarrollado desde la época colonial la elaboración de imaginería en madera donde podrá apreciar una bella y amplia variedad de esculturas. Con el mazo y la curvilla, las manos de los artesanos tallan la madera para obtener retablos, baúles, licoreras, y otros objetos con diseños de indios, pájaros, flores, paisajes, figuras de santos, crucifijos, entre otros.

La región central esta conformada por los departamentos de Chalatenango, La Libertad, San Salvador, Cuscatlán, Cabañas, San Vicente y La Paz.

CHALATENANGO.

A seis kilómetros de la carretera se encuentra la villa de CONCEPCION QUEZALTEPEQUE, hoy en día es famosa por la elaboración de bella hamacas en hilo de algodón, aquí se encuentran de tipo matrimonial, unipersonal, sillas hamacas y hamacas sin separador de madera elaborada en todos los colores.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Más adelante buscando a la frontera con Honduras rodeada por bellos bosques de pinos se encuentra la ciudad de LA PALMA, originariamente “Cantón Dulce Nombre de la Palma”. Aquí en los años setenta el famoso artista salvadoreño Fernando Llort, enseñó a los pobladores el arte “Naif” representado momentos de la vida rural cotidiana así como la flora y la fauna típica. La pintura popular en madera como neoartesanía, constituye la mayor producción artesanal de los habitantes de La Palma, este se caracteriza por el diseño típico con pinturas de colores brillantes y por sus más de doscientos diseños en las áreas ornamentales.

De camino hacia SAN IGNACIO, se encuentra en cantón el PINAR, dedicado exclusivamente al bordado, cuyo origen colonial ha sido enseñado por las monjas a las mujeres indígenas para la elaboración de los típicos diseños españoles. Con el bordado a mano se crean figuras de animales, flores, viviendas y árboles en cada uno de los artículos decorativos o de vestir. Las cosedoras, con mucha dedicación van creando cada una de las puntadas de lleno y cadena para formar los diseños conocidos como: bordados finos, dibujo típico o dibujo de artesanía.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

LA LIBERTAD.

Entrando en el departamento de La Libertad, en la falda septentrional del volcán de San Salvador se encuentra la ciudad de QUEZALTEPEQUE, población de origen precolombino, hoy en día se destaca por la producción de bella alfarería y colorido floristería de papel. Aquí encontrara hermosos cómales, cántaros, ollas, sartenes, porrones y tinajas totalmente elaboradas a manos. También se caracteriza por la elaboración de flores de papel crespón, papel bond, esterinadas, y últimamente de plástico, se hacen arreglos florales de mucho coloridos como son ramos, canastos, cruces entre otros.

SAN SALVADOR.

En el centro del país en el departamento de San Salvador se encuentra la villa de PANCHIMALCO, población de origen precolombino. Hoy en día es el único lugar en el país dedicado al antiguo arte prehispánico, del tejido en telares de cintura. El conjunto de palos denominados empitadores, corazón grueso y delgado, fió teros, corvo, pepenador y enrrollador son los que mantiene los hilos de la urdimbre en el telar de cintura y para poner la trama se usan los paquioteros. Los urdimbres son maderos delgados y cilíndricos que le sirven al artesano para ordenar el diseño del artículo textil con las hebras de hilo en telar de cintura.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

CUSCATLÁN.

De camino hacia oriente como entrando al departamento de Cuscatlán, a veinte kilómetros de la cabecera departamental se encuentra la villa de TENANCINGO. Durante la época colonial se introdujo en este municipio el trabajo de la palma llegando a sé hoy en día el más importante centro de producción de sombreros del país.

Existen varios diseños de sombreros como el bonanza, el pachuco adorado, el pachuco corriente, el tejano, a go-go, la charra playera entre otros. La palma ya transformada en hebras puede ser tejidas en trenzas, denominadas pachitas, pequiada y de camarón, siendo las dos primeras las que se utilizan para formar el sombrero y la tercera para la toquilla del mismo artículo artesanal. Cada sombrero de adulto se forma al cocer entre telado el casquillo con el auxilio de una maquina, iniciando con la copa para terminar con el ala.

Sobre la carretera panamericana se encuentra la ciudad de COJUTEPEQUE. Hoy en día es un dinámico centro donde se elaboran los sombreros de palma con el casquillo traído de Tenancingo y los fuegos artificiales. En su elaboración es necesaria la pólvora, tanto de clorato como del sautre, preparada de carbón, azufre y nitrato de potasio.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

No existe una festividad popular en El Salvador sin el atractivo del estampido del poeta, ya sea de truenos o de luz. La alegría de la población se manifiesta con la quema de morteros, cohetillos, buscaniguas, granadas, castillos y muchos otros fuegos artificiales.

CABAÑAS.

Siguiendo hacía oriente en el departamento de Cabañas, se encuentra ILOBASCO, hoy en día es muy famoso por los centros artesanales cerámicos. Pinceles ce diferentes medidas, pintura de colores vivos y manos hábiles son los elementos básicos en la decoración de la gran variedad de figuras en barro: tucanes, mariposa, gallinas, cocos, papayas, zapotes, etc. Fruta de la campiña salvadoreña es la fuente de inspiración para los fruteros como decoración en barro.

Miniaturas sorpresas, en variedad de figuras que esconden estampas de la vida diaria del salvadoreño.

SAN VICENTE.

Entrando al departamento de San Vicente en la zona paracentral del país en el majestuoso volcán de Chichontepec, se encuentra la ciudad de San Vicente,

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

hoy en día famoso por la elaboración de los dulces tradicionales como son las tortitas de camotes, conserva de coco, dulces de fruta de nance, tamarindo, toronja, marañon, higo entre otros.

A escasos cinco kilómetros de la ciudad de San Vicente se encuentra la Villa de SAN ESTEBAN CATARINA, famosa por la fabricación de sabrosos dulces basándose en panela y azúcar de pilón.

Las melcocheras de San Esteban Catarina, procesan la miel hecha basándose en azúcar industrializadas o de panela para obtener la melcocha y los alfeñiques, Los movimientos de cada masa “enrollados” estirados y enganchados hacen que la miel se oxigene y cambie de color, que va desde color oscuro hasta el amarillento y blanquecino.

Del cacao, la canela, el azúcar y la nuez moscada se obtiene la tablilla de chocolate, bebida caliente muy popular en El Salvador.

Muy cerca de San Esteban Catarina se encuentra la ciudad de SAN SEBASTIAN, muy famosa por la producción de textiles. El torno y la devanadera son herramientas indispensables en la elaboración de los cañones y las camillas de hilo. Los primeros son para formar el umdibre y la segunda para construir la trama en los telares de pedales.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

La materia prima de madeja de hilos de algodón sé enchilatán y luego son puesta en varas de bambú para su secamiento al sol antes de procesarlas en el telar de palancas.

La coordinación de manos y pies del artesano para la ejecución del telar de volantes permite la obtención de excelentes telas para una diversidad de usos.

LA PAZ

Entrando al departamento de La Paz, sobre la carretera del Litoral se encuentra la ciudad de ZACATECOLUCA, hoy en día es el único lugar del país donde está presente la técnica de la filigrana en oro y plata introducida durante la época colonial.

La formación de alhajas en filigranas requiere el uso de algunas herramientas, entre ellas la horqueta que sirve para el embobinado del fino hilo de oro en cada base, que forma diseños de rosas, jarrones, orquídeas.

Zacatecoluca, también se distingue por la elaboración del inicio del canasto, denominado asiento, el artesano hace uso del pie y manos para sostener la armazón de vara de castillo.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Finalizando el bello recorrido de las manifestaciones de cultura material se llega a oriente del país, en los departamentos de Morazán, San Miguel, Usulután, y La Unión.

A escasos cuatro kilómetros de Morazán se encuentra la Villa de CHILANGA, esta villa se ha vuelto famosa por la fabricación de fuegos artificiales que alborotan un arco iris de luces todas las fiestas patronales de oriente, al igual que otros lugares del país.

A doce kilómetros de San Francisco Gotera se encuentra la ciudad de GUATAJUAGUA. Hoy en día es muy famosa por la elaboración de alfarería negra. La quema de la loza es en grandes hornos de leña es la etapa preliminar para “rociarle” de tinte vegetal basándose en semilla de nacascolo y obtener así la pieza de color negro.

Su mayor producción se concentra en la producción de cómales con dos asas, tinajas y sartenes de color rojizo, color natural que se obtiene por la clase de barro que se utilice. En redes de henequén, amortiguada con zacate, se almacena las lozas para efectos de transporte para su comercialización. Hacia la frontera con Honduras, en el departamento de La Unión, se encuentra la ciudad de SANTA ROSA el departamento de La Unión, se encuentra la ciudad de SANTA ROSA DE LIMA, famosa por la producción de órfele ría tradicional.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Por su cercanía en las minas de oro aquí se refina y se procesa el metal extraído elaborando hermosas alhajas típicas.

A escasos siete kilómetros de la cabecera departamental se encuentra la ciudad de SAN ALEJO, único lugar del país donde se talla la piedra caliza para obtener metales (piedras de moler) Golpes secos garantizan la labor, para la obtención de las piedras de moler, que son indispensables para la elaboración de alimentos. Para su fabricación se seleccionan piedras de consistencia porosa, que se extraen de la tierra, utilizando barras, piochas y palas; la talla, El pulidor y él deslome se hacen con el auxilio de herramientas rudimentarias.

1.5. EL MERCADO DE ARTESANIA EN LOS ESTADOS UNIDOS[2]

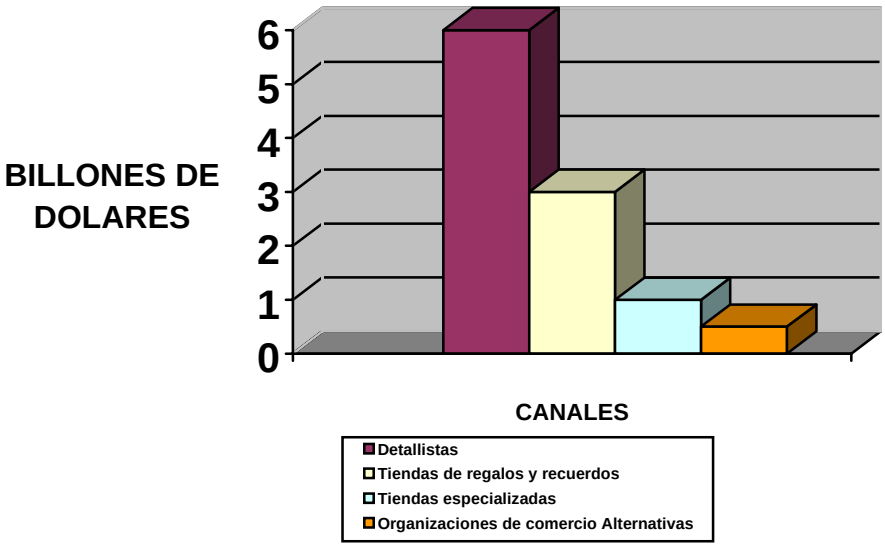
El tamaño del mercado de artesanía en los Estados Unidos está estimado entre $8 y $12 billones de dólares y está experimentando un rápido crecimiento.

A continuación se presenta un gráfico que detalla el consumo total estimado de artesanías en los Estados Unidos por canal.

[2] Construyendo las ventajas competitivas de El Salvador, CONAMYPE. Fase II, junio-octubre 1997.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

CONSUMO ARTESANIAS EN ESTADOS UNIDOS



El sector de artículos para regalo y decoración en Estados Unidos se ha visto favorecido por la estabilidad de la economía estadounidense en los últimos años, lo que ha propiciado un mayor consumo. El mercado de regalos en EE.UU. representó 16,937 millones de dólares en 2000.

Los productos que se consideran prioritarios para promoverse en este mercado dentro del sector son: artículos de vidrio decorado, cerámica, joyería de plata y regalos en general.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Los gustos de los consumidores norteamericanos en artesanía están cambiando continuamente, por lo que es necesario innovar y mejorar la calidad también continuamente para poder competir.

Las líneas de productos con mayor demanda en el mercado son: artículos para decoración de usos múltiples y coleccionables (artículos que adquieren un valor dada su vinculación a un evento. Estos últimos, han registrado el mayor crecimiento dentro del sector, con una tasa anual de crecimiento del 11.5%; siendo sus principales consumidores 25 millones de estadounidenses entre 45 y 65 años de edad, conocidos como el baby boomers, quienes han mostrado un marcado interés por transformar sus hogares en espacios agradables.

Otra oportunidad de vender accesorios y regalos en Estados Unidos, es el alto poder adquisitivo de la población. Se calcula un gasto de 500 dólares en las compras de navidad a nivel per cápita. Asimismo, hay otras temporadas de gran demanda de regalos, como el día de San Valentín, día de las madres, día de acción de gracias, día de las brujas y pascuas.

Los accesorios de jardín, es otro grupo que ha tenido incrementos en la demanda. Hoy día, la gente prefiere pasar más tiempo de calidad en sus casas y por esto se ha observado que invierten más en accesorios decorativos. El exterior de las casas, también ha cobrado más interés entre la población ya

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

que, de acuerdo a encuestas realizadas por ***Home Accents Today***, el pasatiempo favorito del consumidor estadounidense es la jardinería. Asimismo, se ha advertido la tendencia por integrar el exterior al interior de las casas, ya sea por medio de grandes ventanales o introduciendo plantas (naturales y/o artificiales) a los interiores. Otro elemento importante es el uso del agua, que su sonido relajante y agradable ha gustado mucho en los últimos cinco años. En este sentido, las fuentes han tenido gran aceptación.

En la actualidad, la práctica más común para la compra y venta de artículos de decoración y regalo en Estados Unidos, es la que se lleva a cabo en los llamados "mart", edificios con salas de exhibición permanentes que ofrecen a los distribuidores, compradores y representantes, bajo un mismo techo, una extensa gama de este tipo de productos. Este exitoso esquema de comercialización lo representa el Dallas National Gift and Decorative Accessories Market, que se ha constituido como uno de los principales eventos de este sector en el área.

El 75% de los compradores que visitan este evento que se lleva a cabo 4 veces al año, lo integran pequeñas empresas que no están dispuestas a realizar los trámites a una importación formal.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Existen grandes oportunidades para aquellas empresas Salvadoreñas que quieran participar en este mercado y es importante que los exportadores cumplan con todos los requisitos arriba mencionados para lograr una buena aceptación de sus productos.

Entre las oportunidades que puede tener el mercado salvadoreño para comercializar sus artesanías en Estados Unidos, es que en dicho país habita un número determinado de salvadoreños el cual tiene el conocimiento de nuestros productos artesanales, razón por la cual son impulsados a adquirir el producto.

Estados Unidos, es un país que cuenta con recursos económico altos, es por ello que los exportadores de artesanías salvadoreñas tiene una mayor oportunidad de comercializar sus productos artesanales.

El exportar al mercado internacional como lo es Estados Unidos, permite tener un mejor desarrollo social de economía, además que da a conocer su cultura popular a través de sus diferentes productos.

Se tiende a ser más competitivo ya que al exportar a mercados internacionales se enfrenta a un comercio global lo cual hace que se realice una diversificación en la producción. Tomando en cuenta que los Estados Unidos es la ventana al mundo en donde llegan un sin fin de personas, y a la vez los productos que aquí se elaboran se hace de forma manual es lo que a ellos les llaman la

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

atención y esto permite tener una mayor aceptación en el mercado internacional, por que muy sencillo puede ser el producto pero la delicadeza y el empeño que ponen todos los artesanos para que tenga un toque de elegancia y ante todo la calidad del producto.

Se sabe que todas las personas que visitan El Salvador siempre se llevan un recuerdo y no importa que tipo de artesanía sea lo que valoran es el trabajo y la mano de obra que aquí se tiene. Es por eso que el mercado internacional en este caso Estados Unidos es uno de los puntos estratégicos que se ha tomado para dar a conocer más directamente en donde se pueda a dar a conocer a todos lo que en ese país viven y a los visitantes del continente Europeo.

1.6. LAS EXPORTACIONES[3]

Las exportaciones no solo consisten en comercializar los productos internacionales, sino que también este se posicione en el mercado mediante la constante innovación, la creatividad, el servicio y toda la calidad los productos que están exportando.

Según el Ministerio de Hacienda, exportación es la salida o envío, previo cumplimiento de los tramites de exportación de bienes y mercaderías nacionales o extranjeras destinadas al uso o consumo definitivo en el extranjero.

[3] Banco Central de Reserva de El Salvador. Las exportaciones en El Salvador. Revista Empresarial.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.6.1. TIPOS DE EXPORTACIONES

- EXPORTACIÓN CORRIENTE: Son exportaciones cuya venta se hace en forma definitiva de productos cultivados o elaborados en un cien por cien en el país de origen o con un alto componente de valor agregado nacional.

- EXPORTACION TEMPORAL: Se entiende por exportación temporal, los bienes que salen del país por un tiempo limitado con la obligación de retornarlos del plazo estipulado.

- REEXPORTACIONES: Es la exportación previamente importados y que tendrá como destino otro país, pudiendo ser el país del cual se importa, pero el bien se remite a una persona o empresa diferente del proveedor original.

- EXPORTACIÓN SIN VALOR COMERCIAL: Se entenderá como el envío de bienes para donaciones muestras, bonificaciones, publicidad, etc**.**

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.6.2. IMPORTACIA DE LAS EXPORTACIONES

Debido a que El Salvador es un país altamente consumista, este quiere decir que importa mas de lo que exporta, es por ello que las exportaciones juegan un papel muy importante dentro de la economía del país ya que ayuda a reducir el déficit que existe en cuanto a las importaciones y es por esta razón que se ha formulado planes específicos para reactivar las exportaciones de productos no tradicionales tal es el caso de las artesanías.

La importancia radica en la entrada de divisas que estas generan al país, además por que ayudan al desarrollo de las economías del país.

1.6.3. BENEFICIOS DE LAS EXPORTACIONES

Dentro de los beneficios que otorga el Estado se pueden mencionar:

1. Devolución del ocho por ciento sobre el valor Libre a Bordo (FOB) exportado, esto es para exportadores de productos no tradicionales y deben ser fuera del área centroamericana.
2. Las exportaciones están afectas a una tasa cero por ciento del Impuesto al Valor Agregado.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

3. Exoneración del impuesto por la importación de materias primas para aquellas operaciones de maquila parcial o temporal.
4. Exención total del impuesto que graba la importación de maquinaria y equipo necesarios para l a producción del exportador.
5. Exención total del Impuesto sobre al Renta

1.7. SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS Y DE LA INICIATIVA DE LA CUENCA DEL CARIBE

El Sistema Generalizado de Preferencia (SGP), es un sistema que nace en 1961, a iniciativa del Primer Decenio de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNCTAD), a fin de favorecer una mejor cooperación de los países industrializados a los países en vías de desarrollo.

Su principal objetivo fundamental es dar exoneraciones arancelarias a las importaciones en los países reciprocidad por parte de estos últimos, para fomentar la industrialización, diversificación de las exportaciones y el aumento de los ingresos a los países beneficiarios.

Entre los países que otorgan preferencias arancelarias están:

ALEMANIA

AUSTRALIA

DINAMARCA

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

CANADA

ESTADOS UNIDO

NUEVA ZALANDIA

IRLANDA

SUIZA

REINOP UNIDO

ITALIA

Los productos que no gozan de las preferencias arancelarias del SGP están:

- Los artículos textiles y de vestir sujetos a acuerdos textiles
- Relojes incluyendo sus correas o brazaletes
- Artículos electrónicos susceptibles de resultar afectados por las importaciones
- Artículos de acero, susceptibles de resultar afectados por las importaciones
- Calzados, bolsos de manos, maletas de viaje, guantes de trabajo y prendas de vestir de cuero
- Productos de vidrio semifacturados, susceptibles de resultar afectados por las importaciones.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

La Iniciativa de la Cuenca del Caribe, es un programa que nace mediante la Ley para la Reactivación Económica de la Cuenca del Caribe, en 1983, contiene medidas arancelarias y de comercio, destinadas a promover la revitalización económica y a expandir las oportunidades del sector privado de la Región de la Cuenca del Caribe, la cual entro en vigencia el 1º de enero de l984.

Su objetivo principal es otorgar entrada libre de impuestos a Estados Unidos de América, de los productos originarios de Centroamérica y las Islas del Caribe. Sin embargo, debe tomarse en cuenta que los productos elegibles sobre el consumo.

Los países que otorgan preferencias arancelarias para el CBI son:

ESTADOS UNIDOS

PUERTO RICO

ISLAS VÍRGENES

Para gozar de los beneficios de ambos programas deberá complementar el certificado de origen para la cual se tomara las siguientes indicaciones:

- Deberá llenarse únicamente dos idiomas: ingles o francés, debido a que son los idiomas oficiales definidos por lo países otorgantes del as preferencias.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

- Las nomenclaturas arancelarias utilizadas, será la del Sistema Armonizado (H.S. ésta consta de seis dígitos, que son los primeros seis números del Sistema Arancelario Centroamericano-SAC)
- No debe presentar borrones, tachaduras, ni enmendaduras.
- Consta de doce casillas numeradas y una sin numero. Las casillas cuatro y once son para uso oficial, por lo que no deben complementar

1.8. DOCUMENTACION PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANIAS

Dentro del proceso a utilizar `para la realización de la exportación están:

- REGISTRO DE EXPORTADOR. Es el documento único, para la realización de las exportaciones fuera del área centroamericana, que sintetiza todos los requisitos nacionales e internacionales de las diferentes instituciones y organismos involucrados en la actividad exportadora. Este documento sirve para presentarlo en la aduana por donde saldrá la mercadería.
- FORMULARIO ADUANERO UNICO CENTROAMERICANO. Este formulario es exigible para amparara las mercancías para el libre comercio en Centroamérica, hace las veces del certificado de origen y de factura comercial y tendrá las características de solicitud en tanto no

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

se concedan las autorizaciones respectivas. Este documento se presenta en las aduanas tanto del país exportador como del importador.

- DECLARACIONES DE ORIGEN. El productor firma cuando este no sea el exportador, anotando en el espacio correspondiente el nombre del país exportador, si la mercancía es originaria de este. Para tal efecto deberá anotarse el nombre de la persona que firma, el de la empresa, así como el cargo que ocupa en la misma.
- CERTIFICADO DE ORIGEN. El exportador certifica el origen de la mercadería a exportar, anotando en el espacio en blanco el país y firmando ese formulario. Si el exportador es el productor no necesita Declaración para certificar el origen de la mercadería a exportar.
- CERTIFICADO DE ORIGEN FROMA A. Este formulario se utiliza para exportar hacia los países otorgantes del Sistema Generalizado de Preferencias y hacia los Estados Unidos de América, mediante la Iniciativa de la Cuenca del Caribe.
- CERTIFICADO DE ORIGEN PARA OTROS PAISES. Él CENTREX autoriza un certificado de origen que el exportador presentara en aquellos países que lo exigen o para aquellos productos que están fuera de SGP, CBI.
- Otros documentos. Otros documentos que son exigidos son: póliza de exportación, conocimiento de embarque o guía aérea (según el medio de transporte), factura comercial, entre otros.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.8.1. TRÁMITES

Dentro de los tramites que se deben realizar para exportar productos a diferentes países tenemos:

HACIA CENTROAMÉRICA:

- Formulario Aduanero Único Centroamericano extendido por el CENTRES
- Factura Comercial de Exportación.

FUERA DE CENTROAMÉRICA

- Declaración de mercancías con firma y sello del representante de la empresa o un agente aduanal
- Factura comercial de exportación.

1.9. LA COMPETITIVIDAD

Es la capacidad que tiene una empresa con otra con los diferentes productos que existen en el mercado con el fin de obtener presencia en el mercado.

La competitividad es una herramienta en el mercadeo ya que por medio de esta sé esta enfrentando a un nuevo producto que quiere ganar poder ante los consumidores y querer derrocar el producto que esta en su apogeo.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

1.9.1. ESTRATEGIA COMPETITIVA

Es la búsqueda de una posición competitiva en un sector industrial. La estrategia competitiva trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determina la competencial en el sector industrial.

Dos cuestiones importantes sostienen la elección de las estrategias competitivas. La primera es el atractivo de los sectores industriales para la utilidad a largo plazo y los factores que lo determinan, no todos los sectores industriales ofrecen mejores oportunidades para un logro sostenido y su ganancia inherente es un ingrediente esencial para determinar la utilidad de una empresas.

La segunda cuestión central en la competitividad estratégica son los determinantes de una posición competitiva relativa de un sector industrial.

Toda la atractividad del sector industrial como la posición competitiva puede ser conformados por una empresa y esto lo que hace la elección de mal estrategia competitiva retadora. Mientras que lo atractivo de la estrategia competitiva del sector industrial es parcialmente el reflejo de factores sobre los cuales la empresa tiene poca influencia, la estrategia competitiva tiene un poder

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

considerable para hacer al sector industrial mas o menos atractivo. Al mismo tiempo una empresa puede claramente mejorar o erosionar su posición dentro de un sector a través de su elección de estrategia.

La estrategia competitiva por tanto, no solo responde al ámbito, si no que también trata de conformar el ambiente a favor de una empresa.

1.9.2. VENTAJA COMPETITIVA REAL

La década de los ochenta y tal vez la del noventa podría ser nominada la historia como la era de la soberanía del consumidor. Quizás seria más exacto llamarlo la época de la rebelión del consumidor. La clientela insiste con toda razón en obtener el producto o servicio que ha comprado, ya sea un vaso limpio, la habitación impecable en un hotel, una buena comida en el hospital, entrega oportuna o cortesía en el lugar de compra.

Las empresas que pretenda triunfar deberá reconocer el fenómeno de ofrecer normas de la más alta calidad en cuanto servicio. Para cualquier negocio o institución-publica o privada, con o sin animo de lucro, orientado hacia el servicio o hacia el producto es tiempo de aprovechar esta ventaja competitiva.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Toda empresa debe analizar y evaluar sus relaciones con dos grupos cruciales: su cliente interno(empleados) y sus clientes externo (quienes quieren sus bienes o servicios.

Generalmente no lo hace mediante superioridad en el producto. La clave es servicio, atención a la clientela. El servicio es una nueva norma que sirve para medir el desempeño de una organización.

Cuando usted esta cerca de sus clientes, ha comenzado a reconocer el camino que conducen una autentica ventaja competitiva.

Cuando las necesidades y las expectativas de los clientes se convierte en el patrón con que su organización mide sus esfuerzos y su voluntad, los clientes comprobaran que sus expectativas se ven superadas constantemente. Experimentaran placer. Y responderán maravillosamente con su lealtad.

Pero para motivar a los empleados a que midan sus esfuerzos y sus resultados en función de las necesidades de los clientes, usted debe comunicar tales necesidades y expectativas y demostrar que cree absolutamente que es posible y necesario satisfacerlas. La mayoría de las empresas no proceden así porque suponen que su personal ya sabe lo que los clientes necesitan. Sin embargo, es posible que los empleados de la primera línea de fuego no

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

entiendan aspectos en apariencia obvios. Y cuando en las empresas no se discuten las necesidades que ellos pregunten.

1.10. ESTRATEGIA DE SERVICIO AL CLIENTE[4]

Es una característica para la presentación de un servicio; esta estrategia es inherente a una premisa de beneficio bien escogido que tiene valor para el cliente y que establece una posición competitiva real.

La estrategia de servicio al cliente precisa para la empresa que depende de su mercado de las necesidades, expectativas y motivaciones de sus clientes, de la fuerza de la fuerza de sus principales competidores, de su misión comercial particular de los principios y valores pilotos de su compañía y de la opinión que tenga acerca de sus posibilidades.

Con las estrategias de servicio al cliente se describe el valor que se va a ofrecer.

La característica del servicio al cliente es:

- Son tangibles que intangibles
- Son simultáneamente producidos y consumidos

[4] Servicio al cliente. Una potente herramienta al marketing. http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing.htm)

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- Son menos estandarizados y uniformes
- No pueden ser protegidos por patentes
- Es difícil establecer el precio.

La estrategia de servicio al cliente hace parte de un todo que es el producto, existen unos productos que son tangibles puros, que no requieren ser acompañados de ningún servicio, pero existen otros que si lo requieren.

Al desarrollar una estrategia de servicio al cliente se debe de enfrentar tres decisiones básicas, que como son;

- QUE SERVICIOS SE OFRECERAN:

Para determinar cuales servicios son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno.

Así mismo, se debe estar consiente de que aunque el servicio sea excelente calidad, si son el mismo nivel que los de la competencia, nunca crear ventajas competitivas, por ello al aplicar encuestas tendiente a mejorar los servicios deben tratar de comparar con los competidores más cercanos así se detectara verdaderas oportunidades para adelantar y ser los mejores.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

- QUE NIVEL DE SERVICIO SE DEBE OFRECER.

Ya se conoce que nivel de servicio requiere los clientes ahora se tiene que detectar la cantidad y la calidad que ellos desean para hacerlo, se puede recurrir a varios elementos entre ellos:

- Compras por comparación
- Encuestas periódicas a consumidores
- Buzones de sugerencias
- Numero ochocientos y sistema de quejas y reclamos.

- CUAL ES LA MEJOR FORMA DE OFRECER LOS SERVICIOS.

Se debe decidir sobre el precio y el suministro del servicio.

Además de las decisiones sobre los aspectos antes referidos, una estrategia de servicio al cliente debe involucrar a todos los miembros de la organización y tener una fuerte componente de selección de [personal.

Otro elemento clave dentro de esta estrategia es la capacitación continua de todo el personal o con énfasis e quienes tratan directamente con el cliente.

Un ultimo elemento para desarrollar estrategias de servicio al cliente exitosa, lo constituyen el trato al cliente interno, es decir, el tratamiento de los jefes a sus subalternos, si no se les trata de la mejor manera, como esperar que ellos traten a sus subalternos tal y como quisieran que ellos trataran a los clientes.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

1.10.1 SIETE SECRETOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

En los negocios es ganarse la satisfacción de sus clientes en cartera, ganársela de tal manera que sea posible seguir contando con su patrocinio ahora y en el futuro. Aumentar el consumo de cada cliente actual es también una prioridad.

He aquí siete secretos para un servicio extraordinariamente bueno;

- Contrate empleados que no sientan que el servicio es algo servil.
- Solicite quejas
- La compañía debe comprometerse con el cliente de palabra y de acción
- Capacita a sus colaboradores
- Enseñe a sus empleados a brindar un buen servicio
- Utilice materiales no costosos, simples y entretenidos para obtener la compresión total de los empleados.
- Trate a sus empleados como seres humanos valiosos y sensibles, tal como usted le gustaría que ellos traten a su cliente.

1.11. PLANEACION DE PROGRAMAS DE MERCADOTECNIA[5]

La importancia de la estrategia de mercado es la que proporciona información valiosa para el conocimiento del entorno (mercado), determina en que

[5] Kotler, Philip. Dirección de mercadotecnia. p. 99

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

momento sé encuentra fuerte o débil, permite actuar sobre el propio entorno de acuerdo con las posibilidades de la empresa.

Mediante las estrategias se determinan el sistema que adoptara la empresa para asegurar que cada producto desempeñe a cabalidad su papel; mas específicamente una estrategia de mercado es una aclaración básica acerca del impacto que se desea lograr sobre la demanda de un mercado dado.

La estrategia es la utilización de recursos combinados para alcanzar un objetivo definido. Solo se puede elaborar una plantación estratégica cuando se ha definido claramente el producto, el mercado y el medio ambiente, siempre existen mas de una estrategia posible y se debe desarrollar todas las alternativas y después revisarse de acuerdo con los criterios establecidos de antemano, con el fin de elegir la mejor.

Para seleccionar la estrategia se deben tomar en cuantas diversas consideraciones entre ellas:

- PRESUPUESTO
- TIEMPO
- CONDICIONES EN EL MERCADO
- CARACTERÍSTICA DE LA COMPANIA DONDE SE TOMAN LAS DECISIONES.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1.11.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Un producto es todo bien o servicio que permite satisfacer los deseos y necesidades de las personas que lo compra.

De acuerdo con la índole del producto las empresas deben trazar sus estrategias de mercado y canalizar sus esfuerzos de penetración en el mercado partiendo de los siguientes puntos:

- Sobre la base de los productos que se dispone
- Detectando primero las necesidades del mercado y luego, en función de estas, se definen los productos que deberán ser elaborados y ofrecidos.

Las estrategias de producto se debe enfocar siempre en lo que es la variedad del producto ya que por medio de esta entra en competencia con las demás empresas, en donde se pueden encontrar infinidad de artículos para poder adquirir uno. La calidad en sus productos, este es uno de los factores importantes, por que de esta manera se puede satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

De igual forma lo que es servicio, garantía y el rendimiento que el producto les ofrece.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Estos son el aspecto importante que se deben incluir en lo que es la estrategia de producto, el cual representa la oferta tangible de la forma de mercado incluyendo todos los aspectos anteriores.

En un principio, muchos negocios se basaban en la idea de que un producto es una entidad fija e inflexible que se crea en una área de la administración del negocio y que se le entrega al departamento de ventas o de mercadotecnia. La mercadotecnia directa es una pionera en este enfoque su máxima aplicación será cuando se diseña y ponga precio a un producto, este producto se diseñan para proporcionar ofertas atractivas que se puedan mandar como muestra de prueba, y tanto como el producto como el empaque se vea de una manera mejor, en una pagina impresa según precio que permita las ventas al crédito, las ofertas de introducción, y las ventas repetitivas, esto es exclusivo de la mercadotecnia directa.

1.11.2. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

.

La distribución comprende todos los elementos que van desde los aspectos físicos de hacer llegar el producto al cliente, hasta la selección de los canales de distribución apropiados, los cuales ayudan a crear la demanda y a llevar el producto a las manos de los consumidores.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR

Dentro de la distribución se debe de crear una cobertura de mercado amplia y los lugares accesibles para el consumidor para que se puedan desplazar con mayor facilidad.

Con distribución lo que se hace es hacerle más fácil la decisión de compra del consumidor, ahorrando tiempo y espacio.

Debe destacarse desde el principio que los canales de distribución proporcionan al consumidor o usuario industrial servicio en tiempo, lugar y posesión por lo tanto un canal eficiente, es aquel que entrega el producto en el lugar que se necesite y un costo total mínimo.

1.11.3. ESTRATEGIA DE PROMOCION

Es un conjunto de acciones diversas de tipo comercial, cuya utilización se sitúa en el marco de una `política general según marketing esta dirigida principalmente al desarrollo de las ventas a corto plazo.

La promoción eficiente se basa en combinación cuidadosa de todos los elementos de la mezcla de promoción que es:

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

1. PUBLICIDAD, que es una forma de comunicación impersonal realizada a través de los medios de comunicación donde se divulgan las características del producto.
2. RELACIONES PUBLICAS, es una clave de comunicación que se tiene con los clientes, distribuidores y otras personas que participan en la mezcla de mercadotecnia.
3. FUERZA DE VENTA

   Es una solución informática que utiliza replicación de bases de datos para potenciar las ventas de la organización.
4. PROMOCIONES DE VENTA

   Son los medios que estimulan a la demanda y cuya finalidad es de reforzar la publicidad y facilitar la venta personal.
5. MERCADOTECNIA DIRECTA.

   Es el uso de correo, teléfono y otras herramientas de contacto no personal para comunicarse con clientes o prospectos específicos o solicitar respuesta de los mismos.

En la promoción es donde la empresa realiza diferentes actividades para comercializar y comunicar las excelencias de sus productos y persuadir a los clientes objetivos para su adquisición.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

La estrategia de promoción son todas aquellas herramientas que la empresa utiliza o aplica para poder llamar la atención de los consumidores poniéndoles un toque atractivo al producto para ser mejor vendido con los usuarios.

Las características de la promoción se dividen entres partes:

- Informar
- Persuadir
- Recordar

1.11.4. ESTRATEGIA DE PRECIO

Se sabe que el precio es el valor en dinero que se le da a un producto o servicio para ofrecerlo a un mercado determinado. Para el consumidor, el precio será el valor que considere que el cliente tiene que pagar a cambio de un producto.

La determinación del precio es vital e importante para cualquier negocio.
Con respecto al valor del producto o el precio que este posee, deben decidir sobre el precio ya sea al mayoreo o al detalle.

ORIGEN
biblioteca.utec.edu.sv
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

Se debe de implementar lo que son las rebajas y condiciones de créditos, los descuentos. El precio deberá ser proporcional al valor de la oferta o los compradores optaran por los productos de la competencia

Una de las decisiones más complejas e importantes que deben tomar una empresa es la relacionada con la determinación de los precios de sus productos o servicios, si los consumidores o compradores organizacionales perciben que un precio es demasiado alto, pueden optar por comprar las marcas de la competencia.