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

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS A NIVEL NACIONAL Y LA EXPORTACIÓN DEL SECTOR

2. PROCESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS

El proceso de investigación de mercados comprende dos etapas básicas: la planificación y la ejecución. La planificación tiene por objetivo formular el problema del marketing, enfocar la investigación y diseñar las acciones a ejecutar. La segunda comprende la ejecución y el control de la investigación. El proceso de investigación consta de nueve fases:

Etapas básicas	**Fases**
Planeación	Formulación del problema
	Diseño del estudio
	Programación de actividades
Ejecución	Universo
	Preparación de la muestra
	Recolección de datos
	Procesamiento de datos
	Análisis de resultados
	Presentación del informe

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

2.1. PROPOSITO DE LA INVESTIGACION

En esta primera fase de la investigación el problema será los objetivos planteados en la investigación de mercado, ya que de ellos se partirán para darle una solución al problema que sé esta investigando, en este caso son las artesanías y su comercialización en un mercado extranjero, la estrategia que se tiene que utilizar para ser más competitivo ante los demás.

2.1.1. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Analizar la situación actual de las empresas que comercializan artesanías en El Salvador y en otros mercados internacionales (EE.UU.) y sus principales ventajas competitivas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las estrategias de comercialización utilizadas actualmente en la venta de artesanías tanto nacional como internacional.

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

- Establecer los requerimientos y características que debe poseer las artesanías para ser comercializadas tanto en el ámbito nacional como internacional.
- Conocer las ventajas competitivas que poseen las empresas o talleres que comercializan sus productos en el ámbito nacional y a la vez que exportan artesanías.
- Determinar las dificultades que enfrentan las empresas que exportan artesanías
- Determinar si el sector conoce de Tratados con los Estados Unidos de exportar sus productos (solo los que exportan)

2.1.2. PROGRAMACION DE ACTIVIDADES

En la programación se ha presupuestado el tiempo y el costo a incurrir en la investigación que se ha realizado sobre las artesanías.

Codificación	Descripción de la actividad
A	Diseño del formulario
B	Prueba piloto del cuestionario
C	Levantamiento del marco muestral
D	Selección de la muestra
E	Preparación de la muestra

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

F	Recolección de información
G	Procesamientos de datos
H	Análisis de información
I	Elaboración de informe
J	Presentación de resultados

2.2. EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La ejecución de la investigación se divide en varias actividades como son: el proceso de la preparación de la muestra, la recolección de datos, el procesamiento de datos, el análisis de resultados, finalmente, la presentación del informe.

2.2.1. PREPARACION DE LA MUESTRA

Para este tipo de investigación se utilizo una formula para población finita, teniendo en cuenta que se conoce el universo con que se trabajara.

UNIVERSO, está constituido por un total de cien talleres artesanales registrados y por cinco entrevistas a las empresas exportadoras.

MUESTRA, se utilizó una formula para población finita, la cual dió como resultado ochenta encuestas.

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

Fórmula para población finita.

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

Donde:

n= Tamaño de muestra

Z= Nivel de confianza

N= Universo

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

e^2=Error de estimación

$$n = \frac{(1.96)^2 x 100 x 0.50 x 0.50}{(100-1)x(0.05)^2 + (1.96)^2 x 0.50 x 0.50}$$

$$n = \frac{3.8416 x 100 x 0.50 x 0.50}{99 x 0.0025 + 3.8416 x 0.50 x 0.50}$$

$$n = \frac{384.16 \ x 0.25}{0.2475 + 3.8416 x 0.25}$$

$$n = \frac{96.04}{1.022275}$$

n= 79.5 = 80 encuestas

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

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL POR ZONAS

(TALLERES ARTESANALES)

Departamento	Municipio	N° de encuestas
Sonsonate	Nahuizalco Izalco	25
Chalatenango	La Palma San Ignacio	25
Cabañas	Ilobasco	30
	Total	80 encuestas

DISTRIBUCIÓN A EMPRESAS EXPORTADORAS.

- CASART.
- NAHANCHÉ
- EXPORSAL
- ARBOL DE DIOS
- ARTESANIAS DE EL SALVADOR

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

2.2.2. RECOLECCION DE DATOS

2.2.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se implementó una investigación de tipo cuantitativa, descriptiva y personal (entrevista).

- CUANTITATIVA, con esto se medió el parámetro de la población para llegar a un resultado concluyendo que soporten una decisión bajo un riesgo previsto.
- DESCRIPTIVA, este tipo de investigación mide variables que afectan a la comercialización de artesanías en el mercado de los Estados Unidos.
- PERSONAL, se hizo por medio de una entrevista a las casas exportadores quienes se encargan de hacer el envió de los productos artesanales.

2.2.2.2. TÉCNICA DE INFORMACIÓN

Para el proceso de la investigación se utilizara el método de encuesta por medio de la técnica del cuestionario y la entrevista personal, el cual fue aplicado en forma directa en los talleres artesanales y en las empresas exportadoras para indagar sobre los conocimientos que tiene sobre las exportaciones, como comercializan sus productos, cuales son las técnicas que utilizan para que

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

puedan ser vendidos los productos que fabrican. Esto servirá para tener una mejor perspectiva de los requerimientos o necesidades que esto tiene.

El cuestionario se realizara con pregunta abiertas y cerradas, con preguntas en lenguaje sencillo y preciso con el objeto de ser entendible para un mejor ordenamiento y análisis de la información recolectada y las entrevista consta de cinco pregunta con diferentes alternativa para una mayor credibilidad.

La investigación va dirigida a los diferentes talleres artesanales y empresas exportadoras comprendidas en la muestra, que están orientadas a la obtención de información sobre exportaciones de artesanías.

2.2.2.3. SUJETO DE ESTUDIO

Serán todos los propietarios de los diferentes talleres artesanales que forman parte de la muestra. Se implementara cinco entrevista a empresas formalmente establecidas que exportan

2.2.2.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

- UNIVERSO, esta constituido por un total de cien talleres artesanales registrados actualmente y por cinco entrevista a las casas exportadoras.
- MUESTRA, se utilizara una formula para población finita, la cual da como resulta de ochenta encuestas.

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

2.2.2.5. PROCESAMIENTO DE DATOS

- RECOLECCION DE DATOS, se obtendrá información por medio de encuestas que serán dirigidas a los propietarios de los talleres artesanales y a cinco empresas exportadoras de artesanias.

- PROCESAMIENTO DE DATOS, una vez obtenida la investigación recolectada, se realizara el proceso estadístico de fabulación en donde se representara los resultados porcentuales de cada uno de las preguntas del cuestionario. Los pasos necesarios para el procesamiento de la información son:

    1. Codificación del instrumento
    2. Numerar el cuestionario
    3. Hoja de fabulación de datos
    4. Estadística descriptiva (frecuencias, análisis porcentual, gráficos, estadística inferencial)

2.2.2.6. ANÁLISIS DE DATOS

La diferencia se establece en es parte, no solo basta con presentar datos fríos sobre un fenómeno, sino que interviene la interpretación de los resultados por las personas conocedoras, en este caso será realizado por el equipo de trabajo

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

quienes tiene conocimiento sobre el tema tiene mas autoridad para poder realizar conclusiones y recomendaciones sobre el tema investigado.

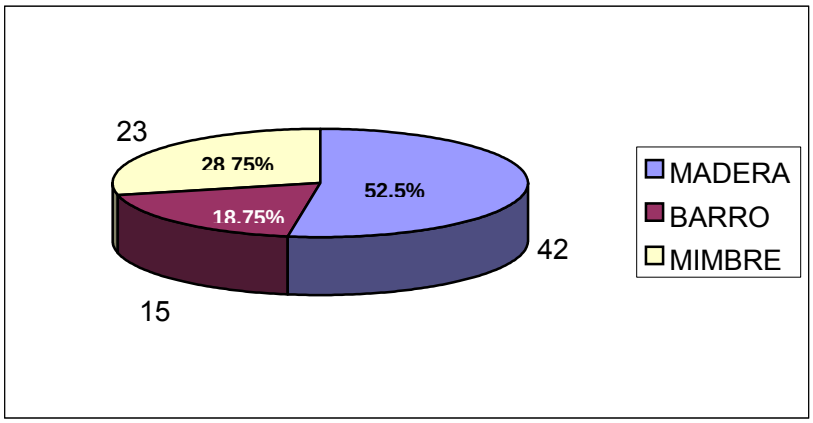
Las conclusiones y recomendaciones serán planteadas con base a los objetivos específicos de la investigación formulados, las cuales serán el reflejo de los factores que inciden en el poco conocimientos de los talleres dedicados a este rubro.

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

2.2.2.6.1. ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO DIRIGIDO A TALLERES ARTESANALES

1. ¿ Cuántos modelos de productos fabrican? Menciónelos.

Objetivo: Determinar la capacidad de producción que tienen los talleres y cuales son los diseños que elaboran según su producción.



ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MADERA	42	52.50%
BARRO	15	18.75%
MIMBRE	23	28.75%
TOTAL	80	100%

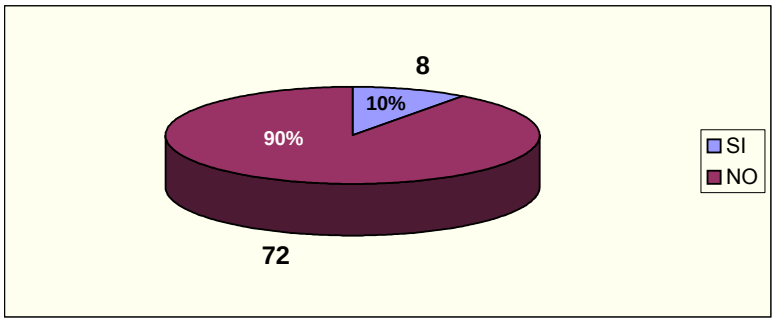
ANÁLISIS:

Al 52.5 % de los talleres encuestados fabrican artesanías en madera, siguiéndole un 18.75 % las artesanías en barro y un 28.75% las artesanías en mimbre.

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

2. ¿Se exporta actualmente a los Estados Unidos?

Objetivo: Conocer si los propietarios de los talleres exportan sus productos a un mercado extranjero.



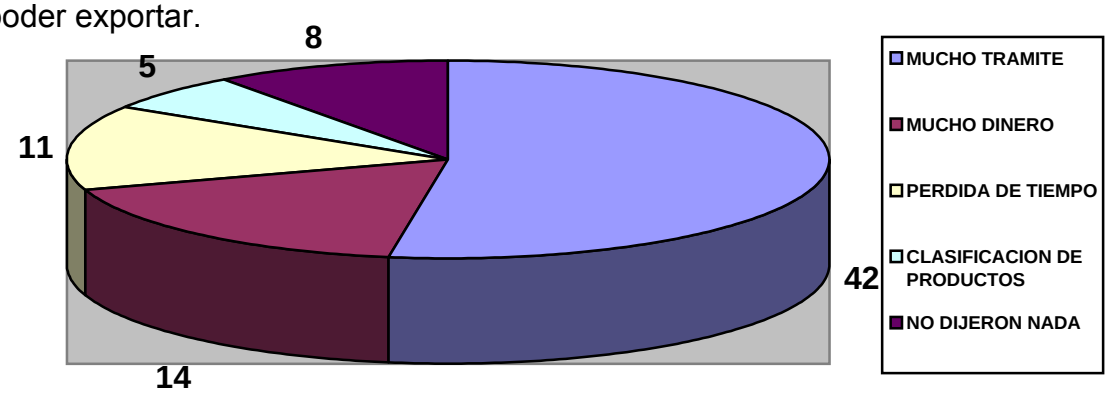
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	10%
NO	72	90%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: Como es notorio, no todas las personas exportan sus productos para ser comercializado en el mercado de lo Estados Unidos; el 10% de la población lo hace pero por medio de un intermediario y el resto por diversas razones ya sea económica o por tiempo.

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

3. ¿Cuál es el motivo que les impide no poder exportar?

Objetivo: Conocer cuales son las dificultades que tienen estas personas para no poder exportar.



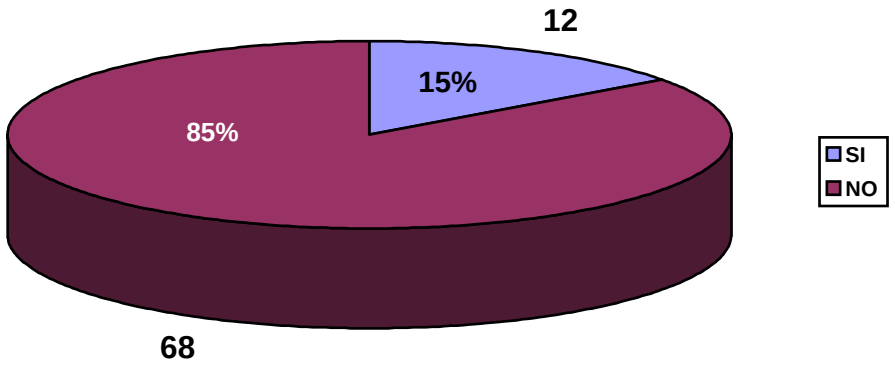
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO TRAMITE	42	52.5%
MUCHO DINERO	14	17.5%
PERDIDA DE TIEMPO	11	13.75%
CLASIFICACION DE PRODUCTOS	5	6.25%
NO DIJERON NADA	8	10%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS : Muchas personas quisieran exportar, pero algunos de los inconvenientes son el papeleo que tienen que hacer, ya que de esta manera tiene que detallar cada uno de los productos que están en el envío 52.5% sufre de este inconveniente; mientras que 17.5% es la inversión que tiene que realizar para poder enviar el artículo; el 13.75% es perder mucho el tiempo por que siempre hay empresas predilectas o preferidas; el 6.25% clasifican los productos y no todos quieren ser enviados, es por eso que mejor no hacen ninguna clase de gestión.

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

4. ¿Tiene conocimiento de lo que son las exportaciones?

Objetivo: Saber si los señores artesanos tiene todos los conocimientos necesarios de lo que es una exportación.



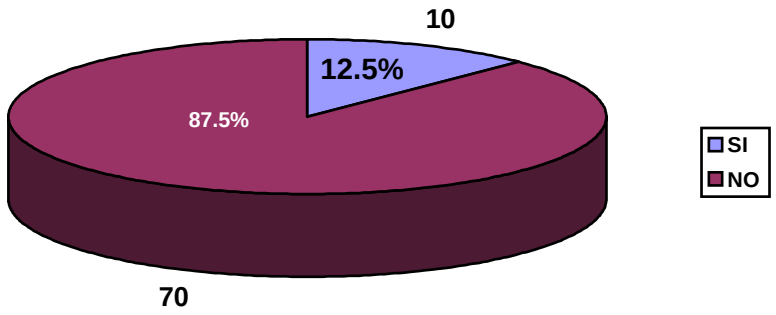
ALTERNATIVA	FREECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	15%
NO	68	85%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: Se entiende que las exportaciones son el envío de una mercadería a un país extranjero, pero lastimosamente no todos tienen el conocimiento de lo que es una exportación. El 85% de la población encuestada no tiene conocimiento de lo que son las exportaciones, aunque el 15% si sabe que son y las formas de cómo se llena un documento de estos. (Exportación).

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

5. ¿Conoce instituciones que les brinde apoyo o información a los talleres artesanales sobre exportación?

Objetivo: Determinar si las instituciones existentes les brinda al información respectiva sobre lo que son las exportaciones para cada producto.



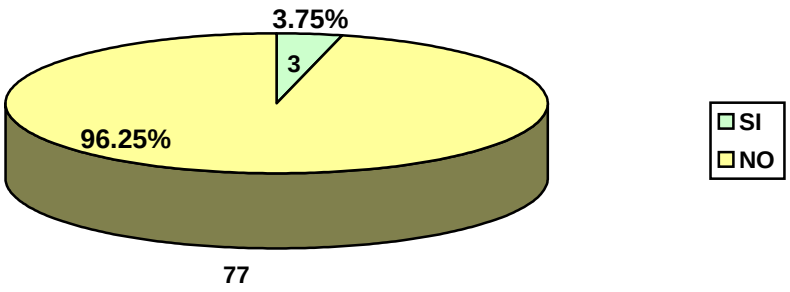
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	12.5%
NO	70	87.5%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: El desarrollo de una fuerza de trabajo es conjunto de todos, pero cuando no se conoce una institución que les ayude o que les brinde una información al respecto es muy difícil, es por eso que el 87.5% no conoce instituciones que les oriente acerca de lo que son las exportaciones sobre que es lo que tiene hacer para poder llevar a cabo este negocio pero con respecto al 12.5% si se conoce instituciones que les ayuda la forma de cómo hacer una exportación y cuales son los requisitos necesarios para su envío; y hasta la forma de cómo tienen que ir sus productos en cajas.

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

6. ¿Recibe apoyo del gobierno para realizar las exportaciones?

Objetivo: Conocer si el gobierno local les da una orientación al artesano de lo que son las exportaciones?



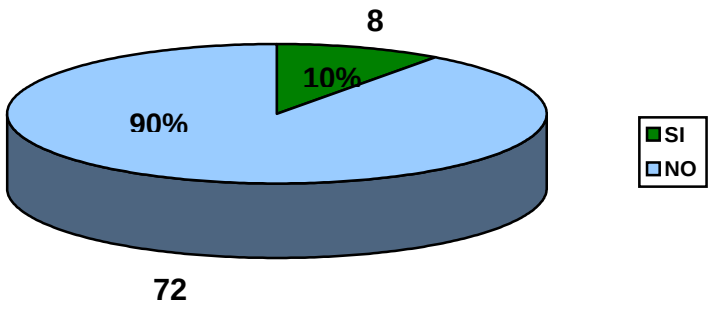
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	3.75%
NO	77	96.25%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: El gobierno no ha tomado un interés sobre este aspecto, no ha orientado al artesano la forma de cómo ellos pueden realizar una exportación, no les ha brindado la información necesaria de lo que es la documentación, no tienen los requisitos, formas de cómo hacer una exportación de manera individual, el 96.55 de l población encuestada asegura no tener ningún apoyo, el 3.75% asegura que si.

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

7. ¿Tiene conocimientos de la documentación o requisitos que se utiliza al momento de una exportación?

Objetivo: Identificar si las personas conocen los pasos a seguir para efectuar las exportaciones y cuales son los documentos esenciales que se utilizan para realizar este tipo de envío.



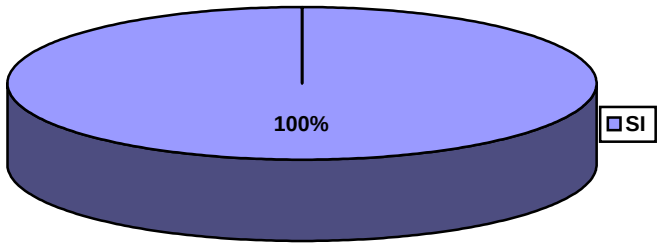
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	10%
NO	72	90%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: No todos tienen el conocimiento necesario sobre los documentos que utilizan a la hora de hacer una exportación, ¿por qué? Porque no exportan no tienen interés de saber cuales son requisitos que se necesitan y cuales son los documentos que se tienen que llevar para efectuar dicho tramite. Por lo tanto el 90% no tiene conocimiento alguno y solo el 10% si sabe cual es la documentación exacta.

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

8. ¿Le motivaría a usted realizar exportación para incrementar sus ventas sin intermediarios?

Objetivo: Conocer si las personas de los talleres están dispuestas a realizar una exportación y que realicen losa tramites por ellos mismos.



80

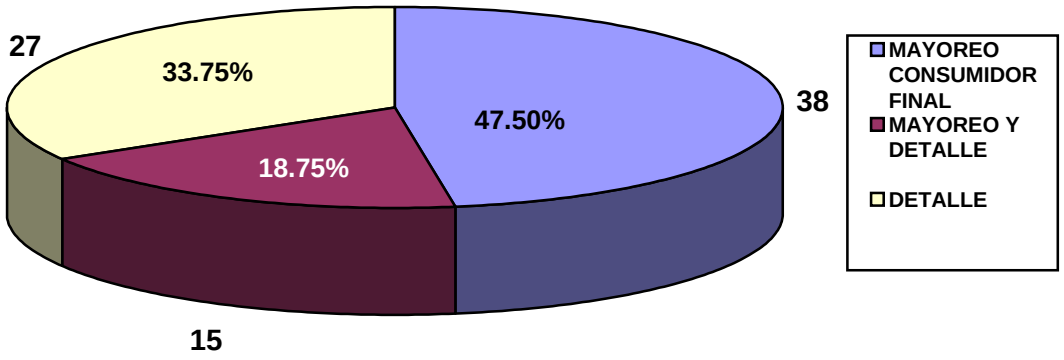
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	100%
NO	0	0
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: A todo artesano le gustaría hacer las cosas sin estar esperanzado a otras personas o a otra institución para realizar sus propios negocios. Es por eso que la población que son el 100%, están de acuerdo en realizar sus transacciones por ellos mismos.

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

9. ¿Cómo comercializan sus productos en el mercado?

Objetivo: Conocer la forma de cómo efectúa la venta de los productos en el mercado.



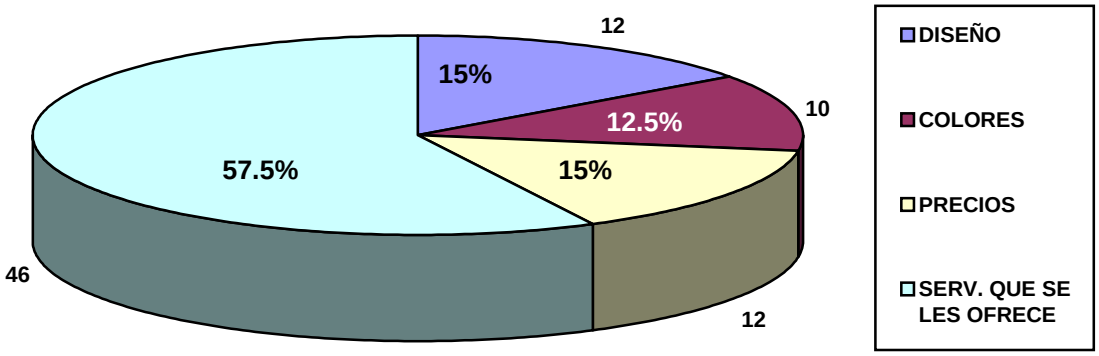
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAYOREO CONSUMIDOR FINAL	38	47.50%
MAYOREO Y DETALLE	15	18.75%
DETALLE	27	33.75%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: Para comercializar un producto se puede hacer de varias maneras pues en esta oportunidad la investigación nos dice que el 47.5% lo hace de mayoreo a consumidor final, el 18.75% lo hace de mayoreo – detalle y el 33.75% al detalle que es una de las maneras más fácil de poder vender el producto.

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

10. ¿Cuál es la ventaja competitiva que tiene sus productos artesanales que se comercializan en nuestro país?

Objetivo: Determinar cuales son los productos que les ofrecen mayores ventajas en lo que respecta a la competitividad con otros artesanos.



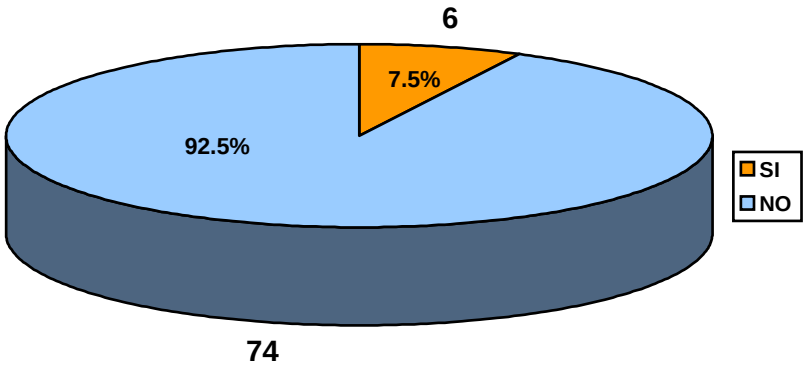
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DISEÑO	12	15.00%
COLORES	10	12.50%
PRECIOS	12	15.00%
SERV. QUE SE LES OFRECE	46	57.50%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: La ventaja competitiva que tiene estos talleres es que se los ingeniara para ofrecer siempre un mejor producto, el 57.5% nos dice el servicio al cliente por que; porque entre mejor se trata al cliente ellos siempre vuelven; el 15% es el precio ya que el consumidor busca precios accesibles a su bolsillo, el 12.5% son los colores que se les aplica a los artículos que se están vendiendo y el otro 15% es los diseños que ofrecen, todos son diferentes o iguales pero siempre hay uno que mejor parece y es el que se compra o se vende.

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

11. ¿Conoce usted sobre estrategia de mercado?

Objetivo: Identificar si las personal tienen conocimiento de lo que es el concepto de estrategia de mercado.



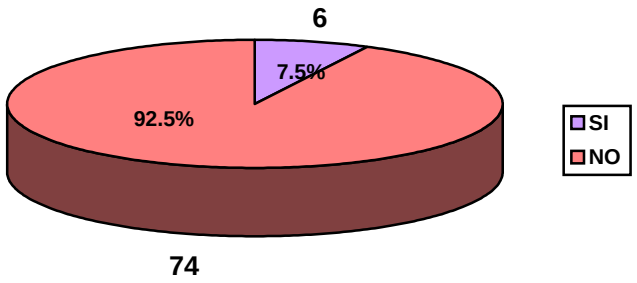
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	7.50%
NO	74	92.50%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: Es muy triste querer implementar estrategia sin conocer del concepto, en esta pregunta se puede observar que el 92.5% de la población encuestada no conoce lo que es en si las estrategias de mercado; pero el 7.5% si tiene conocimiento ya que son personas que han querido traspasar fronteras y tienen un mejor posicionamiento en el mercado.

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

12. ¿Aplica estrategia de mercado?

Objetivo: Conocer la forma de cómo aplicar estrategia de mercado del producto que esta vendiendo.



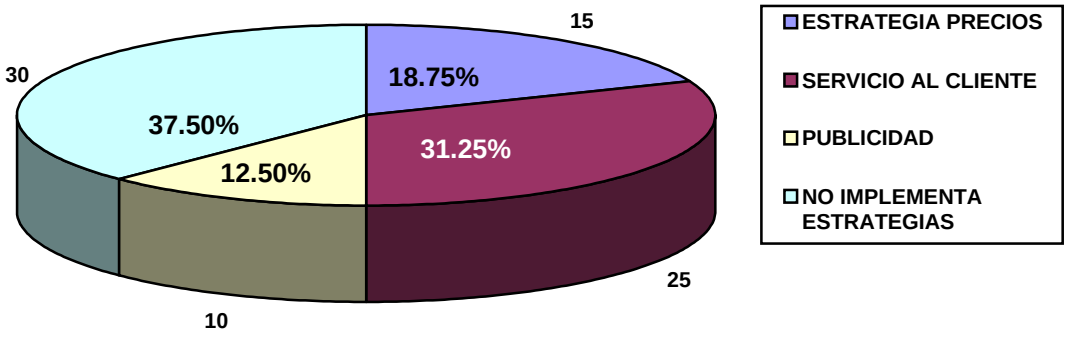
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	7.50%
NO	74	92.50%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: Una forma de saber si se aplica estrategia, es preguntándole a cada uno de los artesanos; en ésta oportunidad la encuesta lastimosamente muestra que el 92.5% de los talleres artesanales no aplican estrategia técnica, lo hacen empíricamente, y de que de ésta manera les ha funcionado sus ventas; pero sí les gustaría tener conocimiento de la forma de como hacerlo, para llevarlo a la práctica, mientras el 7.5% aplica estrategias y lo desarrollan fructuosamente con todos los lineamientos que se piden.

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

13. ¿Cuáles son las estrategias que implementa a nivel nacional e internacional?

Objetivo: Determinar cuales son las estrategias que utiliza para poder tener éxito en el mercado nacional como internacional.



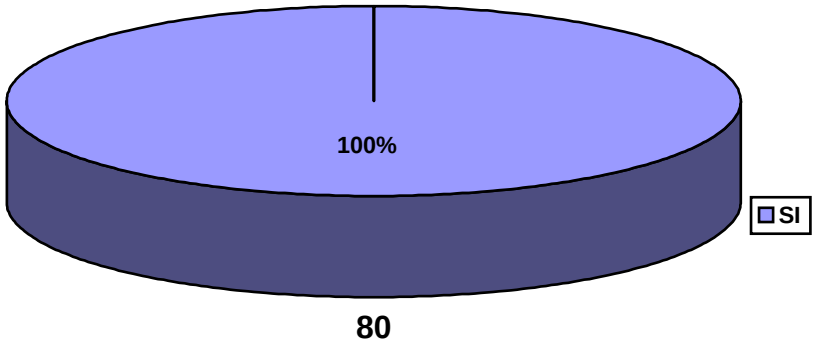
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESTRATEGIA PRECIOS	15	18.75%
SERVICIO AL CLIENTE	25	31.25%
PUBLICIDAD	10	12.50%
NO IMPLEMENTA ESTRATEGIAS	30	37.50%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: Considerando que las estrategias son muy importantes en un negocio, pero lastimosamente no en todos puede ser utilizada, talvez por no saber de que manera puede ser implementada, el 37.5% de la población encuestada no las ocupa, pero si un 31.25% con lo que es considerado importantísimo el servicio al cliente, herramientas de gran valor, el 18.75% lo hace con los precios y 12.5% con la publicidad.

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

14. ¿Considera que aplicando estrategia de mercado mejoraría el ingreso de su empresa?

Objetivo: Conocer si por medio de estrategias el volumen de venta aumentaría y de igual forma el ingreso sería mayor.



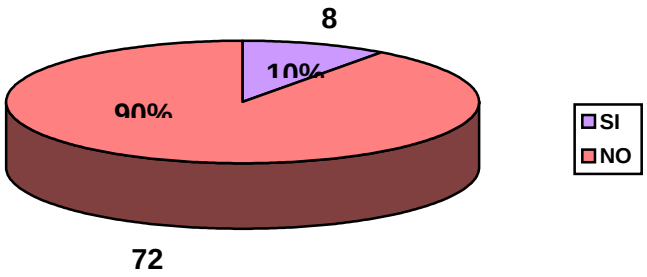
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	100%
NO	0	0
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: En este caso las personas saben que utilizar estrategias aumentaría su nivel de ingresos, porque se aplicaría de acuerdo en la temporada en que se esta haciendo la venta, por lo tanto el 100 % esta de acuerdo con respecto a la implementación de estrategias.

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

15. ¿Conoce algún tratado de exportación de los Estados Unidos para realizar el envío de sus productos?

Objetivo: Identificar si las personas tienen algún conocimiento de los tratados que Estados Unidos tiene para que los productos nacionales puedan estar en mercado extranjero.



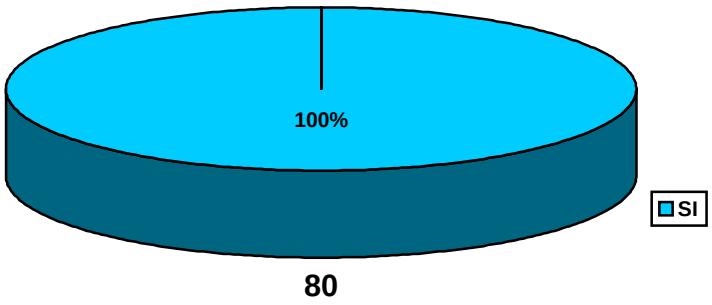
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	10%
NO	72	90%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: No todos los propietarios de talleres artesanales conocen los tratados que Estados Unidos les ofrece para que los productos artesanales puedan ser vendidos, como se puede observar solo el diez por ciento los conoce, los demás no tienen idea de lo que se trata.

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

16. ¿Considera que los materiales con los cuales elaboran los productos de artesanías son de primera calidad?

Objetivo: Conocer si los materiales que los talleres artesanales utilizan para la elaboración de los productos son finos y de buena calidad.



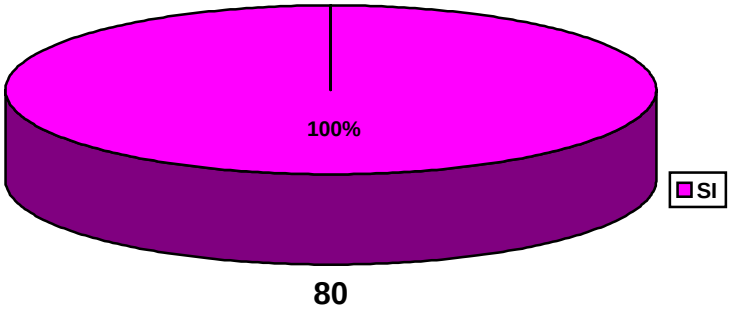
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	100%
NO	0	0
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: Desde el momento en que se elabora un producto cualquiera que sea se tiene que tomar materia prima de buena calidad para que el producto que se elabore tenga un acabado y presentación buena en todas partes. Por lo tanto todos los artesanos encuestados utilizan materia prima de primera.

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

17. ¿El empaque que utiliza para sus productos le brinda seguridad y protección al momento de su traslado a su lugar de destino?

Objetivo: Determinar si el empaque que utiliza es el adecuado para el envió del producto dependiendo de cual sea el articulo.



80

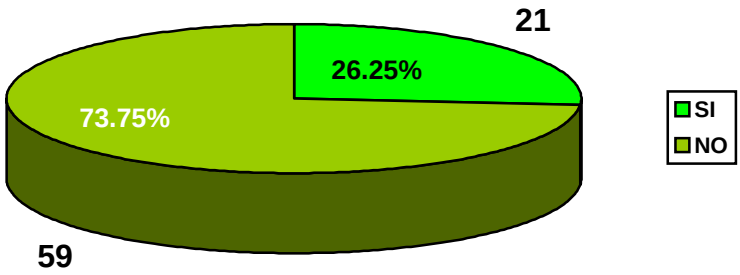
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	100%
NO	0	0
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: El empaque por ser uno de los factores principales de un buen producto tiene que brindar la seguridad necesaria del articulo, más que todo porque le da presentación y protección, es por eso que la población encuestada ocupa un empaque que le da todos los beneficios antes mencionado a los productos.

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

18. ¿Dentro del empaque de sus productos incluye la forma de cómo esta elaborado el artículo?

Objetivo: Conocer si explica la elaboración del producto, cuales son los materiales utilizados y ante todo la forma de cómo lavarlo y limpiarlo.



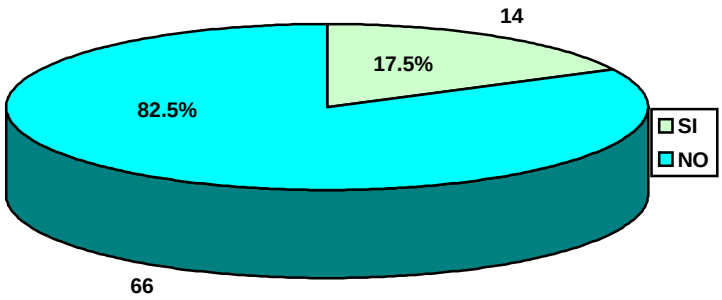
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	26.25%
NO	59	73.75%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: Esta pregunta es de mucha importancia porque son pocos los que incluye la forma de uso o de limpieza que se le debe hacer a los artículos, es por eso que el 26.25% introducen ya sean por hojita a parte o en el mismo cartón del empaque la forma de cómo se debe utilizar y 73.75% no le toman mucha importancia a este detalle que es de gran necesidad.

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

19. ¿Realiza algún tipo de promoción o publicidad de los productos que se comercializan?

Objetivo: Conocer si estos talleres ocupan alguna forma para darse a conocer en el mercado y de están manera llamar la atención ante el consumidos para que puedan realizar la compra de los productos que se están ofreciendo.



ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	17.50%
NO	66	82.50%
TOTAL	80	100%

ANÁLISIS: Hoy en día la publicidad y la promoción son importante en mercadeo, ya que de esta manera el producto se da a conocer y se ofrece las mejores formas de compras. En esta ocasión el 17.5% si lo utiliza y lo hace ya sea por medio de tarjetas de presentación, por pancartas publicitarias y hasta por la radio local, mientras que el 82.5% no le toman interés a esta herramienta de marketing.

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

2.2.2.6.2. LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÓN

Una de las limitantes que se pudo observar en la recolección de información fue la poca colaboración por parte de los propietario de los talleres artesanales, los cuales fue un poco difícil obtener información, ya que a veces no tenían tiempo y otras veces por que no se encontraban en el momento que se solicitaban.

Otra limitante fue, que no todos tiene los talleres artesanales en el lugar donde realizan la venta de los productos, estos se encontraban un poco retirados del lugar.

2.2.2.6.3. ANÁLISIS DE DATOS A EMPRESAS EXPORTADORAS

GUIA DE ENTREVISTA.

La situación de comercializar artesanías de El Salvador a mercados internacionales es uno de los logros muy importante que ha tenido nuestro país, por que de esta manera se da a conocer la cultura, la forma de vida y la mano de obra calificada que aquí existe.

En la entrevista que se hizo a las empresas que se encargan de exportar artesanías, se pudo identificar la aceptación que tiene los productos artesanales, los diseños y los colores que llevan cada uno de ellos.

Los productos de mayor exportación son: artesanía de madera, de barro y los textiles.

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

Para una empresa es muy importante conocer cual es el mercado de mayor aceptación en artículos artesanales, por lo tanto EE.UU. y EUROPA son los países en donde las artesanías salvadoreña tienen mayor presencia y por lo tanto es comprada con mayor frecuencia.

Los productos que se exportan y los que se venden en nuestro país tienden a tener una pequeñísima diferencia, la cual hace que el producto a exportar tenga las mayores de las ventajas de las que se vende aquí en nuestro país.

La exigencia que se tiene de los productos artesanales es que contengan todos los requisitos que se les pide como son: acabado, colores firmes y de temporada, diseños y las telas que se utilizan.

El Salvador tiende a ser más competitivo ya que al exportar a mercados internacionales se enfrenta a un comercio global, por lo tanto uno de los países de mayor competencia en artículos artesanales son México, Colombia e Italia.