

CAPITULO III

DISEÑO DEL PLAN DE COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS PARA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

3. PLAN DE COMERCIALIZACION PROPUESTO

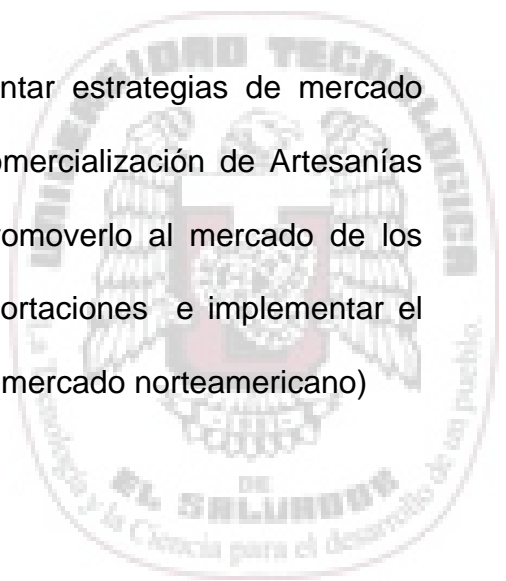
3.1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE COMERCIALIZACION

El plan de comercialización que se detalla a continuación, esta orientado a los talleres artesanales, el que le servirá para los efectos de ejercer una buena comercialización de sus productos en el mercado, además su contenido estará basado en las variables de la mercadotecnia que son: producto, precio, plaza y promoción.

3.1.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE COMERCIALIZACION

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la importancia de implementar estrategias de mercado para conocer el mejoramiento en la comercialización de Artesanías en el mercado nacional para poder promoverlo al mercado de los Estados Unidos por medio de las exportaciones e implementar el modelo en zonas geográficas definidas (mercado norteamericano)



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar estrategias de mercado con el fin de orientar a los artesanos sobre el uso y manejo de esta técnica para poder promover los productos artesanales.
- Promover los productos de las cooperativas de artesanos, y poder comercializarlas al mercado de los Estados Unidos.
- Orientar a los artesanos por medio de capacitaciones para lograr un mayor conocimientos sobre las exportaciones de artesanías salvadoreñas.

3.1.2. CONTENIDO DEL PLAN DE COMERCIALIZACION

Se han tomado como parámetro para establecer la guía de estrategias mercadológicas, las variables controlables dentro de una empresa, es decir: producto, precio, plaza, promoción; con el fin de que estos talleres las apliquen correctamente para un mejor desenvolvimiento en el mundo en que operan.



Cuadro N° 1. Contenido del plan de comercialización.

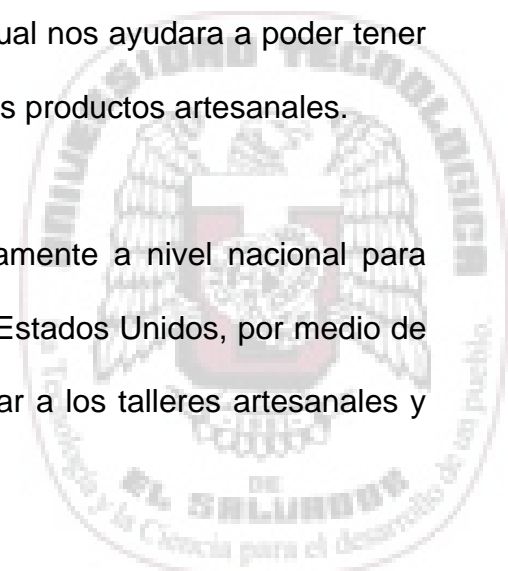
PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
Factor clave de comercialización:	Factores que deben tomarse en cuenta:	Aspectos de comercialización:	Combinación de factores:
Calidad	Precio a minoristas	Segmentación de mercados	Publicidad
Diseño	Precios a mayoristas	Selección de mercado	Ferias comerciales
Presentación	Políticas de	Selección de canales de	y de consumo
Impacto	descuento	comercialización	Catálogos de venta

3.2. PROCEDIMIENTO PARA ELABORAR UN PLAN DE COMERCIALIZACION

Las estrategias de mercado es una herramienta que se utiliza para poder llevar acabo el crecimiento de una empresa, es este caso sé este hablando de talleres artesanales con el objetivo de lograr ayudar a todos los artesanos para que logren obtener un mayor crecimiento en sus negocios.

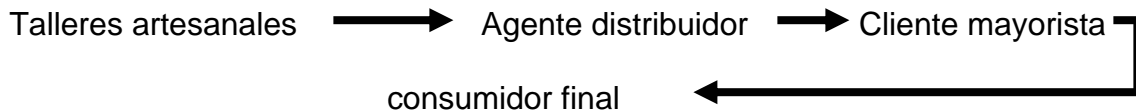
El modelo que se utilizara para poder llevar acabo el plan de comercialización será a través de las Estrategias de Mercado, el cual nos ayudara a poder tener un mayor crecimiento en la comercialización de los productos artesanales.

La Estrategia a utilizar se implementará primeramente a nivel nacional para luego poder implementarlo en el mercado de los Estados Unidos, por medio de los canales de distribución con el fin de capitalizar a los talleres artesanales y

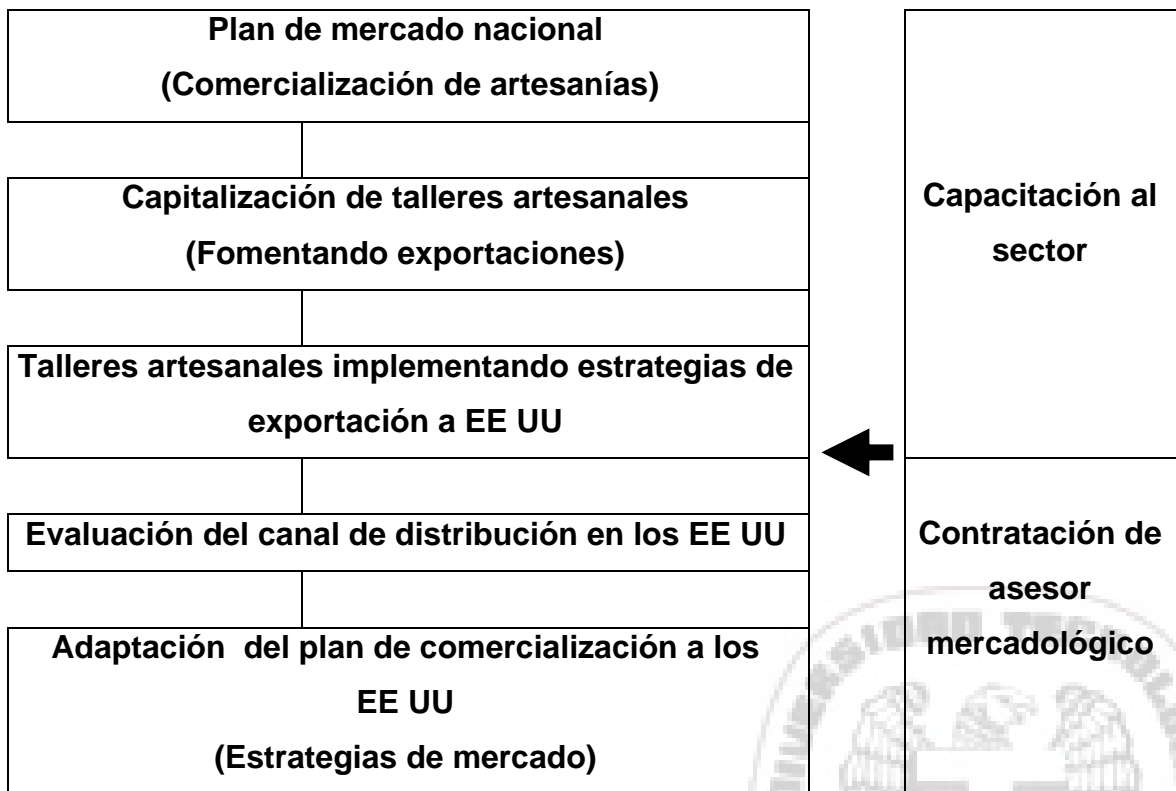


luego orientarlos a las exportaciones, de esta manera los talleres podrán vender sus productos.

La estrategia que los artesanos pueden utilizar de manera directa es:



Modelo de las estrategias



Para llevar a cabo este modelo se plantea de la siguiente manera:



- Apoyo al sector con capacitaciones
- Contratación de asesor en Mercadeo para implementar las estrategias de mercado a nivel nacional para adaptarlas posteriormente a los EE.UU.
- Se implementará estrategia de mercado, utilizando las cuatro valiosas P's del mercadeo, las cuales son:
 - Estrategias de Precio, con la que se definirá el precio de los productos según el estado en que serán vendidos los artículos artesanales.
 - Estrategias de Productos, esté servirá para poder diseñar los productos y dar una mayor creatividad a cada uno de ellos.
 - Estrategias de distribución nos ayudan para buscar y seleccionar mercados, los canales de distribución mas adecuados para que la artesanía este en el momento justo que el consumidor lo necesite.
 - Estrategias de Promoción, el objetivo de esta estrategia es producir un comportamiento incrementa en el consumidor respecto al comportamiento de compra.



- Tácticas, el objetivo estratégico es cambiar relaciones tradicionales de explotación hacia el artesano con el fin de lograr que el productor se apropie del proceso de comercialización fomentando la actividad productiva y comercial del sector artesanal mediante programas de promoción adecuada en el ámbito nacional para luego implementarla en el ámbito internacional estimulando la producción artesanal.
- Procedimientos, se incluyen dentro del plan de comercialización para que lleve un orden mas apropiado al momento de elaborar los artículos artesanales teniendo controles de calidad apropiados.
- Políticas, toda empresa tiene que tener políticas para estar mas organizada para que las cosas se hagan correctamente.
- El plan de Contingencia, nos ayudara a tener otra opción al momento de no funcionar las estrategias planteadas.
- Mecanismo de Control, será la forma en como se llevara acabo el control de la comercialización de las artesanías



La hipótesis se ha formulado así:

- Implementar el plan de mercado en el ámbito nacional.
- Luego, capitalizar talleres para que se capaciten para los que son las exportaciones.
- Teniendo estas dos partes el traslada el modelo a los Estados Unidos.
- La forma de trazarlo será a través de los canales de distribución, buscando los mercados adecuados en donde podrán estar los productos artesanales.
- Teniendo la información se modelo se implementa en los Estados Unidos.

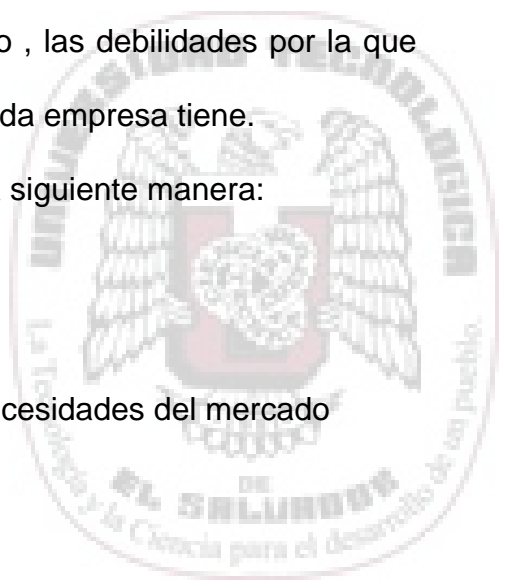
3.3. ANALISIS FODA DE TALLERES ARTESANALES

El análisis FODA es la manera de cómo esta funcionando la empresa cuales son sus fortalezas, sus oportunidades de mercado , las debilidades por la que esta pasando una empresa y las amenazas que toda empresa tiene.

En este caso, el análisis FODA se contempla de la siguiente manera:

FORTALEZAS

- Capacidad de adaptarse a los cambios y necesidades del mercado



- Especialización y profesionalismo
- Consolidación e la oferta exportable
- Desarrollar diseños que demande el mercado internacional
- Producción en volúmenes altos

OPORTUNIDADES

- Penetración a nuevos mercados y segmentos
- Intercambios de conocimientos y nuevas tendencias
- Crecimiento de la demanda de artesanías
- Oportunidades de innovar productos
- Incentivos para exportar

DEBILIDADES

- Falta de disciplina laboral de los productores
- Resistencia al cambio para los artesanos locales en lo que respecta a innovación
- Capacidad limitada en comercializar en volúmenes grandes
- Dependencia de materia prima de importación.

AMENAZAS

- Incrementos de nuevas empresas comercializadoras de artesanías
- Imitación de diseños para otros países



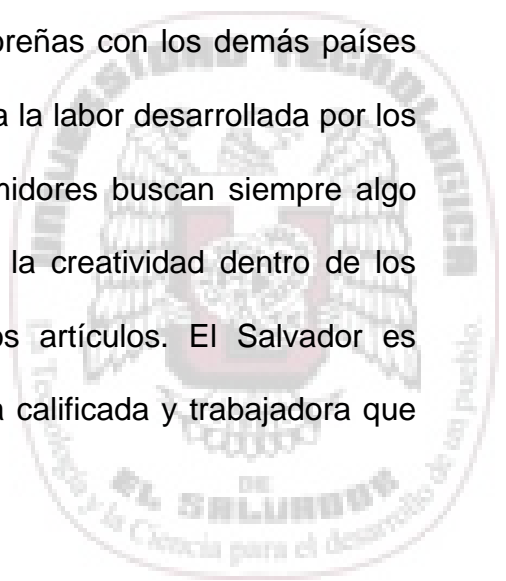
- Percepción baja sobre productos salvadoreños en el exterior
- Invasión de productos sustitutos
- Países con mayor identidad cultural

3.4. ANÁLISIS COMPETITIVO

La experiencia de las artesanías Salvadoreña muestra que los grupos artesanos han logrado formular y ejecutar proyectos exitosos de desarrollo regional

La sinergia de esfuerzos y capacidad técnica de los talleres liderados por artesanías salvadoreñas permiten racionalizar los recursos que se aplican al sector , así como estimular otras fuentes para fortalecer la inversión en este grupo de población, para conservar la ocupación mejorando las condiciones de las personas vinculadas a las unidades productivas.

La competencia que tiene las Artesanías Salvadoreñas con los demás países juega un papel muy importante por que se destaca la labor desarrollada por los expertos en los artículos artesanales, los consumidores buscan siempre algo autóctono hecho a mano y que tenga el brillo y la creatividad dentro de los dibujos que se le imprimen a cada uno de los artículos. El Salvador es privilegiado en el sentido que tiene mano de obra calificada y trabajadora que

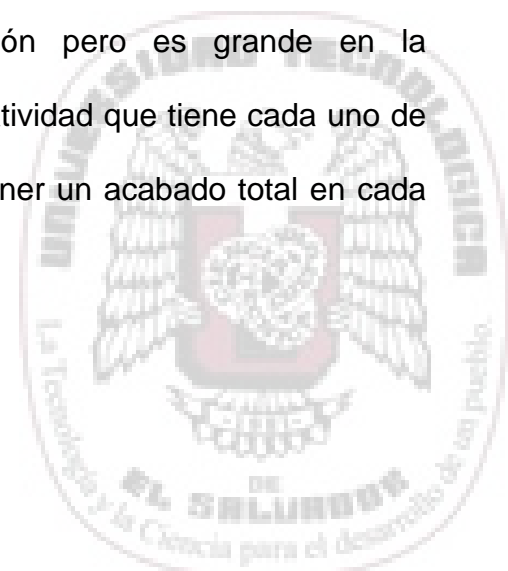


siempre da lo mejor de si, en donde le pone el toque de elegancia a cada uno de los productos.

Las artesanías hoy en día, compite con otros mercados internacionales donde existen muchos artículos curiosos y atractivos, pero lo que aquí se produce es muy difícil de comparar la se ha hecho con maquinaria rustica dejada por nuestros antepasados, aunque no se utiliza tecnología nueva, los productos siempre tiene el acabado que se desea.

En todo producto la calidad del articulo es primordial, por que de aquí depende si se puede o no ser comercializado. Los productos con mas demanda son aquellos que van decorados con adornos de semilla, la cerámica tradicional, la madera decorada y la moderna donde se inspira en la fauna y la flora; lo que mas anhela el consumidor extranjero son las hamacas hechas a mano con hilo de algodón, las sábanas así como también las colchas.

El Salvador puede ser pequeño en extensión pero es grande en la comercialización, en la competencia y en la creatividad que tiene cada uno de los artesanos para poder dibujar, moldear y obtener un acabado total en cada uno de los diseños.



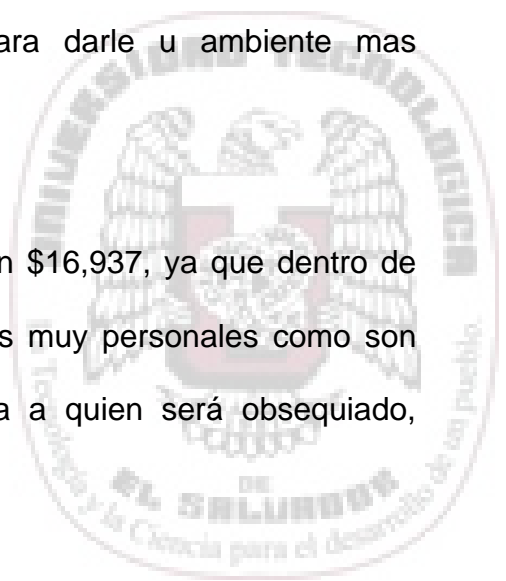
Cuando se tiende a hacer mas competitivo, el exportar a mercados internacionales se enfrenta a un comercio global, lo cual hace que se realice una diversificación en la producción.

3.5. ANÁLISIS DEL MERCADO DE ARTESANIAS EN LOS ESTADOS UNIDOS

El tamaño de artesanías en los Estados Unidos, experimentando un alto crecimiento en las ventas. Tomando en cuenta que los Estados Unidos es la ventana al mundo en donde llegan un sin fin de personas de diferentes países esto hace que el producto Salvadoreño tenga presencia en este mercado.

Los gustos de los compradores norteamericanos en cuestión de artesanías van cambiando constantemente, por lo que es muy importante estar innovando y de igual forma mejorando la calidad de los productos. Hoy en día, los norteamericanos quieren pasar mas tiempo en sus casas y por eso invierten su dinero en artículos artesanales decorativos para darle u ambiente mas hogareño al lugar donde se encuentren.

El mercado de los Estados Unidos, representa un \$16,937, ya que dentro de los productos artesanales se encuentran artículos muy personales como son tasas decorativas con el nombre de la persona a quien será obsequiado,



portarretratos con figuras florales muy delicados de igual forma sorpresas navideñas o dependiendo de la ocasión en que se encuentren.

Por lo tanto los Estados Unidos, es un mercado donde los salvadoreños pueden dar a conocer sus costumbres, su forma de vida a través de la mano de obras calificada que se encuentra en nuestro país

3.6. ESTRATEGIAS DE MERCADO

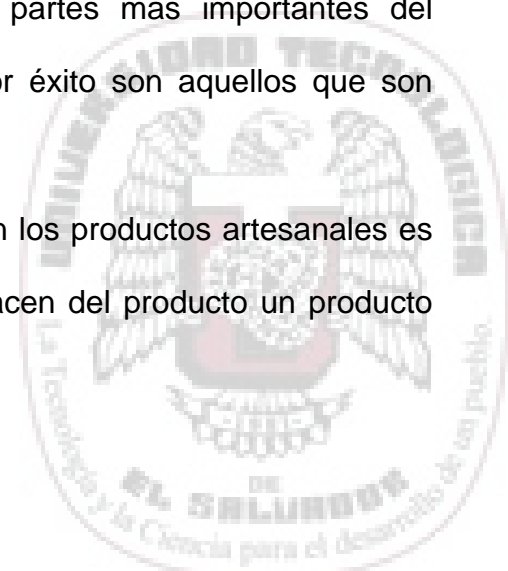
3.6.1. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

Dentro de la estrategia de producto es necesario hacer una descripción clara de cuales son los elementos importante dentro de un articulo en existencia.

3.6.1.1. DISEÑOS ARTESANALES

El desarrollo de un producto es una de las partes mas importantes del mercadeo, por lo tanto los productos con mayor éxito son aquellos que son diseñados para un mercado determinado

Con el fin de lograr y obtener un mejor diseño en los productos artesanales es donde entra en juego todos los aspectos que hacen del producto un producto



atractivo como son: sus diseños, su precio, la capacidad de producción en masas.

Como estrategia se propone la interacción en el trabajo del artesano y el que diseña los productos, esto permite intercambiar aspectos de creatividad, destreza, conocimiento empírico.

Proyectamos que en un mundo globalizado el cambio y la innovación será constante y la capacidad de respuestas se convertirán en un elemento estratégico para los talleres o empresas.

3.6.1.2. DESARROLLO INTEGRAL DE TALENTO HUMANO

Formación de capital humano con realización de cualificación tanto para los artesanos como para los profesionales entendiendo que esta estrategia garantiza la sostenibilidad de los logros en todos los componentes del trabajo

Desarrollo de la cultura organizacional orientando al logro de la calidad del talento humano.



- **INTERDISEÑO**

Seminario taller, durante el cual un grupo de diseñadores en comunicación con los señores artesanos analizan y buscan soluciones de problemas específicos de diseños, generando un conjunto de ideas innovadoras para el posicionamiento de la artesanía tanto en el mercado nacional como en el mercado extranjero a través de procesos tradicionales y contemporáneos

- **CURSO TALLER**

Formación integral del artesano cualificando aspecto de expresión artesanal, perfeccionando la técnica de diseño del producto y manejo administrativo con la presencia de un maestro artesano o un instructor técnico de conocimientos productivos en todas sus fases. El objetivo de estos cursos taller es intercambiar experiencias, con el fin de ampliarlos,, mejorarlos y fortalecerlo

- **CALIDAD TOTAL**

Para que un producto pueda ser vendido tiene que tener un acabado perfecto, por que eso es lo que hace la diferencia ante los demás productos .



La artesanía por ser un producto que tiene diferentes procesos de elaboración, ya que se ocuparan materia prima muy distinta para cada articulo tiene que estar bien terminado y elaborado de la mejor manera.

Para esto se tiene que tener un controlen de cada uno de los talleres artesanales como son.

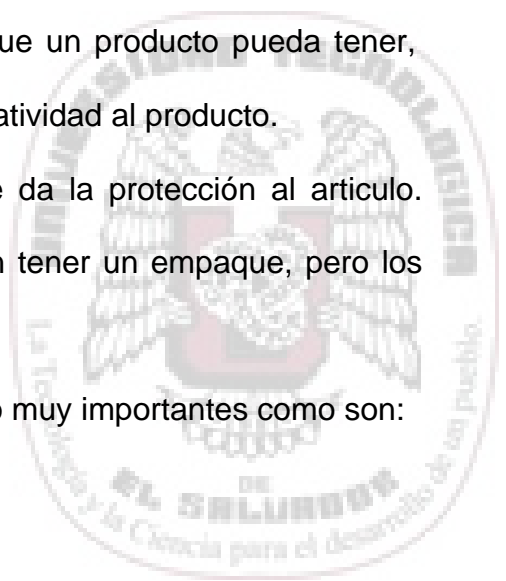
- Verificar que el dibujo o diseño este bien terminado, que no falte ninguna pieza. (si se trata de barro o madera)
- La materia prima a utilizar sea de buena calidad y que tenga colores muy vivos (cuando se trata de textiles)
- Que no derrame ninguna clase de pintura en otra parte del producto
- Que este justo a tiempo que el consumidor lo desee.
- Que sean productos excelentes.

- **EMPAQUE**

El empaque es uno de los factores principales que un producto pueda tener, este de una u otra forma le da imagen y representatividad al producto.

Al mismo tiempo algo muy importante es que le da la protección al articulo. Como son notorio no todos los productos pueden tener un empaque, pero los de artesanías si, ya que se adapta al tamaño.

Dentro del empaque entran en juegos tres aspecto muy importantes como son:



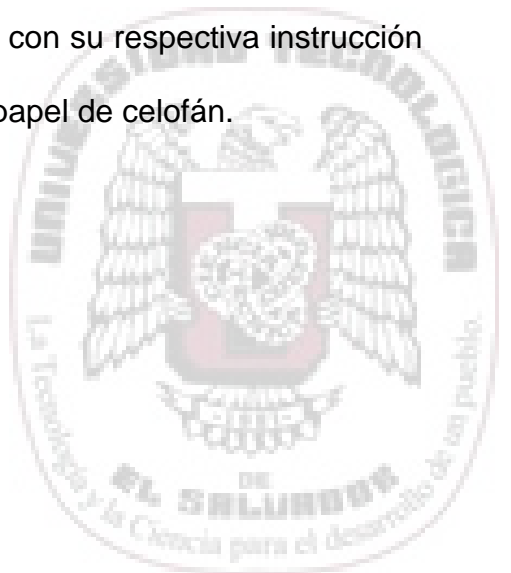
Empaque primario; este será el envoltorio que e le dará la protección a l a artesanía para que no sea dañada

Empaque secundario; esto lo forma la caja que le dará la representación al articulo

Empaque terciario, es el embalaje en donde Irán todos los productos en un mismo depósitos. Esto se clasifican según el producto que ser esta empackando.

Para estos productos se propone empaque de cómo pueden ser presentadas, las artesanías al momento de comercializarlas:

- Si el producto es artesanía en barro se puede enviar o vender en cajas, ya sea de cartón o de madera, de esta manera el producto puede llegar en buen estado, esto permitirá que no tenga contacto con los demás productos.
- La artesanía en textiles ya sea las hamacas, colchas, sábanas, manteles puede estar en bolsa plásticas decorativas con su respectiva instrucción de cómo utilizarlo, también puede estar en papel de celofán.



3.6.2. ESTRATEGIA DE PRECIO

Esta estrategia fija los precios sobre la base de los márgenes de utilidades y/o costos de la empresa.

El precio de un producto es el importe que el consumidor ha de pagar al vendedor para poseer la propiedad de dicho producto.

ESCALA DE PRECIO

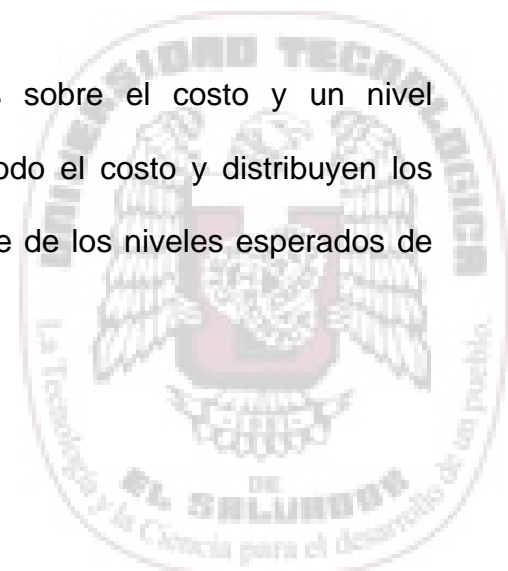
Esta escala esta a la disposición de todos los Mayoristas y Distribuidores(as).

Para una información indicada:

NIVELES	VOLÚMENES	DESCUENTO
Nivel 1	Volumen por más de US \$2,000	Precio de referencia
Nivel 2	Volumen por más de US \$3,000	- 10%
Nivel 3	Volumen por más de US \$4,000	- 15%
Nivel 4	Volumen por más de US \$5,000	- 20%

PRECIOS ORIENTADOS HACIA LOS COSTOS

La idea de obtener un margen de utilidades sobre el costo y un nivel convencional de rendimiento, es decir incluye todo el costo y distribuyen los gasto generales en forma arbitraria sobre la base de los niveles esperados de operación.



PRECIOS ORIENTADOS A LA DEMANDA

Estos precios se orientan hacia intensidad de la demanda. Se cobra un precio elevado cuando la demanda es grande, y reducirlo cuando es débil, aunque los costos por unidad sean el mismo.

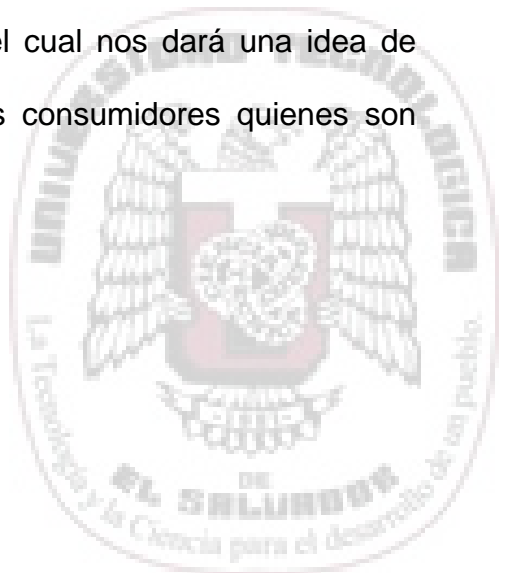
Una forma común de los precios en función de la demanda es la Descripción de precios, dependiendo del cliente del tipo de producto, del lugar y del tiempo, aunque los precios no reflejan una diferencia proporcional en los costos.

PRECIOS ORIENTADOS HACIA LA COMPETENCIA

Estos precios se fijaran sobre la base del de la competencia. La característica distinta es que no trata de mantener una relación rígida entre sus precios, sus costos o demanda.

3.6.3. ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN

Para logra una mayor satisfacción de los productos artesanales se tiene que tomar en cuenta la segmentación de mercado, el cual nos dará una idea de como esta el comportamiento de compra de los consumidores quienes son nuestros clientes potenciales.



Cuadro N° 2. Segmentación de mercado.

BASE DEMOGRÁFICA	BASE GEOGRÁFICA	BASE PSICOGRÁFICA
Sexo: masculino y femenino	País: EE UU	Estilos de vida: Mujeres y hombres en edad madura ya realizados con gustos hogareños,
Edad: de 25 años en adelante	Estado: Los Angeles	Adolescentes
Estado civil: casados en mayor proporción, solteros	Miami	Jóvenes en edad madura
Clase: alta, mediana, baja		

▪ **SELECCIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Saber escoger el canal adecuado para la exportación de las artesanías salvadoreñas es uno de los puntos trascendentales en el éxito de las ventas, son los muchos los canales, pero muy poco permiten llegar al consumidor final con precios competitivos en el mercado.

Se sabe que las artesanías salvadoreñas no son productos baratos y se deben buscar caminos cómodos para llegar al consumidor final.

Existen varios canales recomendables para las artesanías:

- Tiendas por departamentos
- Mayorista-importadores
- Importadores-minoristas



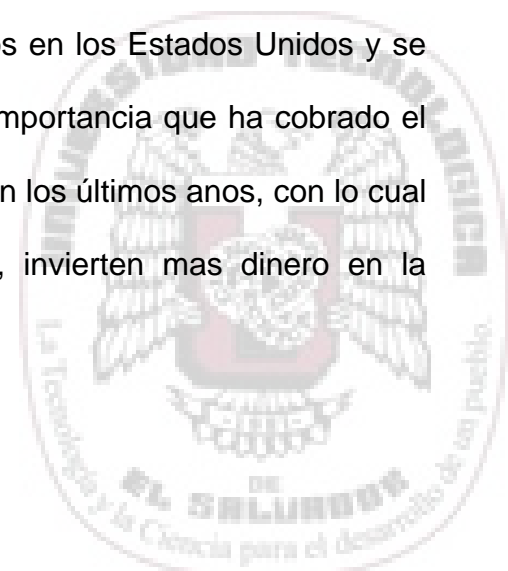
Para que esta distribución sea efectiva es necesario tener un representante exclusivo, quien estará asesorado para poder hacer los contactos necesarios con las tiendas o almacenes importantes y de esta manera hacer la Gestión de venta.

El perfil de este representante tiene que ser:

- Salvadoreño
- Ciudadano Americano
- Tener habilidad de persuasión
- Tener empatía
- Tener un negocio establecido
- Que tenga contactos con otros almacenes
- Ser responsable

- **SELECCIÓN DE MERCADOS**

Existe una gran demanda de artículos decorativos en los Estados Unidos y se considera que esto se debe en gran parte a la importancia que ha cobrado el concepto de la familia para los norteamericanos en los últimos años, con lo cual dedica mas tiempo a su casa, como resultado, invierten mas dinero en la decoración de las mismas.



De esta manera se han seleccionado los mercados, para que los productos artesanales tengan mayor presencia en los diferentes estado de los Estados Unidos.

LOS ANGELES

Dentro del restado de California se encuentra Los Ángeles, cuyo condado es él mas poblado de la Unión Americana.

Los Ángeles es el centro manufactura más grande de los Estados Unidos y albergan el veinte por ciento de la comunidad hispana nacional. La oportunidad que ofrece el mercado se encuentra los siguientes productos:

- Artesanía en barro
- Joyería de plata
- Articulo decorativo de alta calidad y fuerte contenido de diseño.

MIAMI

El gusto e interés por parte del mercado de Florida, hacia los artículos de regalos decorativos van en aumento.

El producto de artesanía de mayor demanda que tiene el mercado de Miami ocupa un lugar muy importante en la mente de los consumidores, ya sea por la



variedad y diseños muy creativos que estos poseen. Este mercado es uno de los puntos estratégicos por aquí llegan muchas personas de otros países y se da la oportunidad de poder vender algo muy diferente de lo que ellos quieren.

Entre los productos artesanales que pueden ser vendidos en este mercado son:

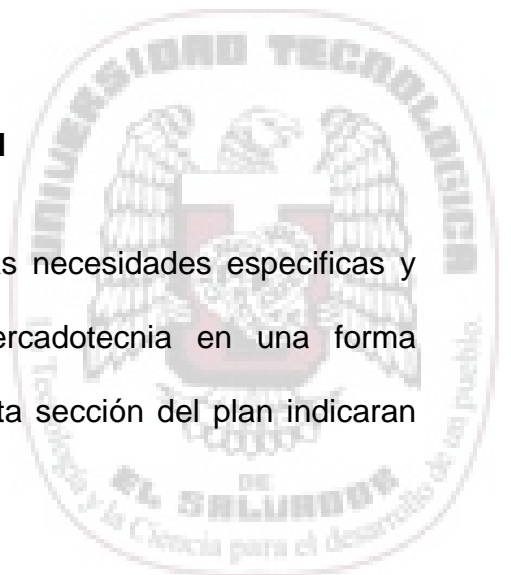
- Artículos de madera
- Floreros y adornos de cerámica
- Servicios de mesa(textiles)
- Lámparas
- Bases y adornos de hierro.

Dentro de la selección de mercado se encuentran otros lugares donde puede ser distribuida la artesanía como son:

- Aeropuertos locales
- Hoteles
- Centros comerciales.

3.6.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCION

Las promociones se canalizan para satisfacer las necesidades específicas y deben incorporarse en el plan global de mercadotecnia en una forma ordenada. Las estrategias de promoción en esta sección del plan indicarán



las áreas que tendrán gran importancia en el plan promocional, dentro de estas estrategias se han tomado en cuenta la siguiente

PUBLICIDAD EN INTERNET

Esta estrategia se pueda dar medio de la pagina web, dentro de esta página se paga un costo donde se promocionara el espacio publicitario, dentro de este espacio se dará a conocer las artesanías salvadoreñas que se encuentran a la venta. Este espacio es un poco costoso pero se pueden hacer alianzas con empresas salvadoreñas que esta en mercados extranjeros, ejemplo de ello se tienen La Prensa Grafica; esta empresa tiene a su disposición las paginas amarillas y El Diario de Hoy donde se encuentra los clasificados de venta en estos espacios se da a conocer el lugar en donde están disponibles las artesanías para luego efectuar la compra.

Estos medios pueden ser visto ya sea aquí en nuestro país como en los Estados Unidos.

PARTICIPACIÓN EN FERIAS

La participación en ferias internacionales es muy efectiva por que permite llegar a una gran cantidad de personas interesado en lo que son las artesanías. Lo



más exitoso e importante es la continuidad de la presencia en cualquier feria que se desarrolle.

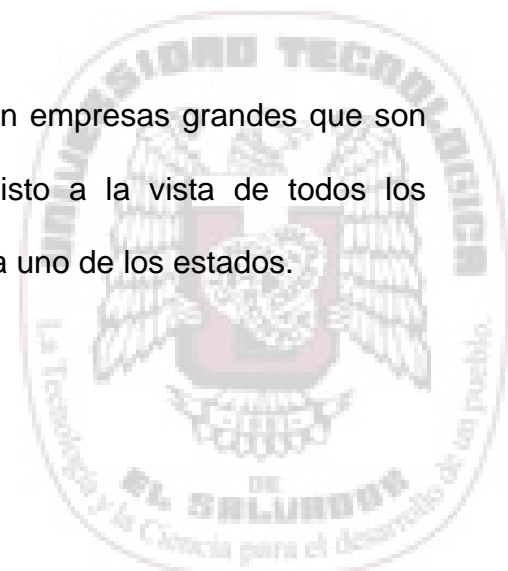
Una desventaja es que puede ser un poco costoso y se quiere de mucha preparación y al mismo tiempo se tiene que planificar muy cuidadosamente todos los detalles que se utilizaran para poder hacer la presentación.

Por esta razón es muy importante elegir o seleccionar bien la feria en la cual se quiere participar. Dentro de éste país (Estados Unidos), existe dos ferias importantes la que son: Ferias Comerciales y Ferias de Consumo.

FERIAS COMERCIALES

Esta se caracteriza por la prohibición de vender las muestras en el campo de la feria. Esta es solo para clientes interesados a establecer contactos con los comerciantes no hay contacto con los consumidores finales, solamente con los compradores profesionales interesados quienes tienen mucho conocimientos sobre el producto y el mercado.

Esta feria favorece por que se dan a conocer con empresas grandes que son capaces de evaluar el producto y por estar visto a la vista de todos los consumidores en los diferentes mercados de cada uno de los estados.



FERIAS DE CONSUMO

Esta feria permite la venta de los productos de artesanías, de esta manera si se puede lograr el ingreso de los productos.

La ventaja de esta feria es se aprovechara el productor y exportador extranjero la oportunidad de vender sus productos en el mercado. Este tipo de feria da la oportunidad de conocer sobre gusto y preferencia, y aceptabilidad de los precios.

Es muy importante conocer y elegir el lugar de la feria se tiene que escoger el mejor lugar que corresponda a la línea de producto, en este caso las artesanías. Sin embargo, es importante visualizar el mercado potencial que existe en el lugar de la feria y el alcance a otras zonas cercanas

El costo de participación es importante también por que se toma en cuenta el costo que tendrá la participación en una ferial si los gastos son muy elevados se puede hacer alianzas con otras empresas interesadas en asistir en estos tipos de ferias.



PUBLICIDAD EN CATÁLOGO

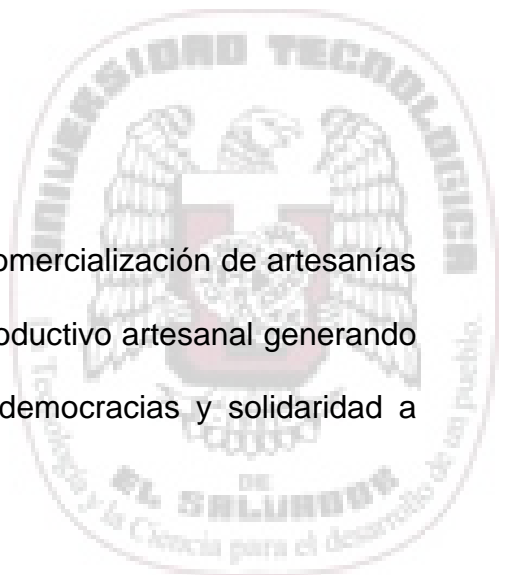
Para la publicidad de los productos artesanales se puede hacer por medio de catálogos, este ayudara de una u otra forma que el producto sea mejor vendido ante los consumidores, esto ayudara a que los pedidos puedan realizarse de una manera más rápida.

En él catalogo se encontraran diferentes a productos artesanales son sus diseños y colores que más guste al consumidor de igual forma se incluirá el precio que tiene cada uno de ellos, sé él estipulara una fecha de entrega de los pedidos con su respectivo empaque.

El objetivo de los catálogos es que el consumidor pueda compara precios, diseños en este caso no siempre se repiten los productos, también que de esta manera se da conocer la, mayoría de las artesanías que se fabrican en nuestro país.

3.7. TÁCTICA

Uno de los factores importantes la producción y comercialización de artesanías es impulsar el desarrollo sustentable del sector productivo artesanal generando el empleo de autonomía como: independencia, democracias y solidaridad a



través de tácticas comerciales equitativas, garantizando al cliente productos y servicios de alta calidad con el fin de consolidar una empresa sana y competitiva en el mercado nacional e internacional.

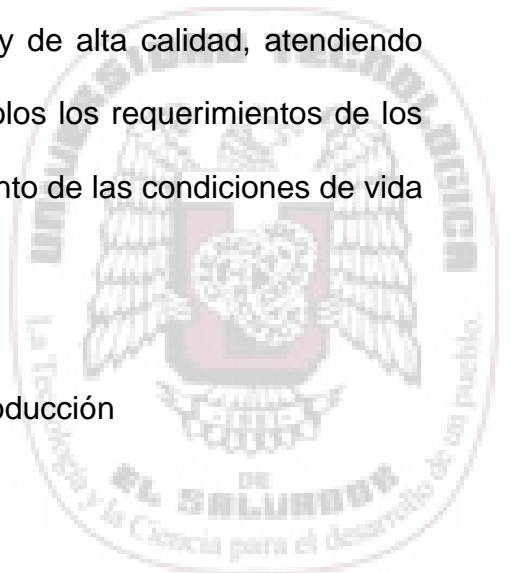
El objetivo, es cambiar las relaciones tradicionales de explotación hacia el artesano con el fin de lograr que el productor se apropie del proceso de comercialización fomentando la actividad productiva y comercial del sector artesanal mediante programas de promoción adecuada en el ámbito nacional Como internacional, estimulando la producción artesanal, distribuyendo la materia prima, instalando los locales de comercialización y generando liquidez para la misma.

Dentro de las líneas tácticas para llevar acabo la comercialización de artesanías para el mercado de los Estados Unidos tenemos;

- PRODUCCIÓN

Garantizar una producción sustentable oportuna y de alta calidad, atendiendo las demandas de comercialización y satisfaciéndolos los requerimientos de los clientes, fortaleciendo un impacto en el mejoramiento de las condiciones de vida de los productos.

- Atención a todas las demanda de producción



- Control de calidad
- Servicios y controles de los productos
- Implementación de programas de producciones de artesanías exclusivas
- Control y evaluación de gestión del área.

- MERCADOTECNIA

Ampliar el mercado de los productos artesanales y lanzar artesanías exclusivas al mercado nacional e internacional a través de estrategia de alta calidad que involucren aspecto de formación, publicidad, innovaciones, información con el fin de garantizar el cumplimiento de las metas de ventas.

- Diversificación de la producción para la generación de empleos
- Apropiación del circuito comercial en el ámbito nacional a través de instalaciones de puntos de ventas propias.
- Desarrollo de nuevos producto. “Producir lo que el cliente quiere comprar”.
- Mercadotecnia para complementar las metas de ventas en el ámbito nacional e internacional.
- Capacitación y asesoría al personal y a los grupos asociados.
- Control y evaluación del área.



- COMERCIALIZACIÓN

Proporcionar al cliente soporte técnico en la preventa, venta y pos venta logrando generar credibilidad y confianzas asegurando el cumplimiento de las ventas y el control de inventarios.

- Servicio de excelencia a clientes y a proveedores
- Políticas de cobranzas
- Administración de almacén
- Eficacia y eficiencia en preventa, venta y posventa
- Comercialización equitativa y justa
- Control y evaluación de gestión del área.

- ADMINISTRACIÓN

Asegurar la optimización del personal y el curso de la empresa y desarrollar una cultura organizacional que nos permita lograr excelencia empresarial.

- Administración de personal
- Administración de recursos económicos
- Administración de recursos materiales
- Plazo a proveedores
- Control administrativo de proyectos



- Apoyo logístico a todas las áreas
- Control y evaluación de gestión del área.

- CONTABILIDAD Y FINANZAS

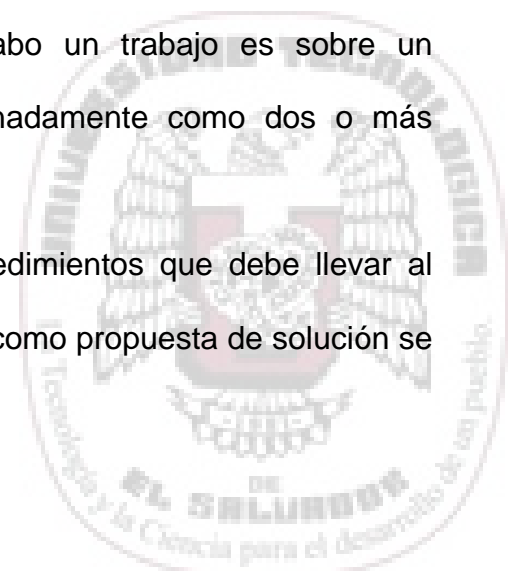
Registrar, analizar y presentación de información contable y financiera como oportunidad, veracidad, y objetividad que sirva de base para que la base de la toma de decisiones identificando las áreas crítica del sistema económico financiero de la organización en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

- Control y evaluación de registro contables y de la gestión del área
- Asesora administrativa y remanente de las producciones
- Capacitación y asesoría al personal y a los grupos asociados
- Análisis financieros

3.8. PROCEDIMIENTOS

La forma mas adecuada de poder llevar acabo un trabajo es sobre un procedimiento que muestra secuencial y ordenadamente como dos o más personas realizan un trabajo en equipo.

A continuación se presenta los diferentes procedimientos que debe llevar al momento de elaborar los productos artesanales, como propuesta de solución se tiene:



▪ **PRODUCTOS EN PROCESO**

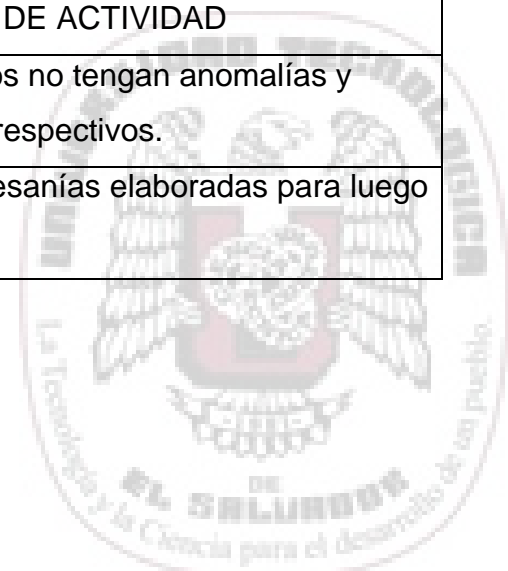
RESPONSABLE	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Proveedores	Proporcionar a los talleres la materia prima que se utilizara en cada uno de los productos artesanales
Mano de Obra	Preparación de la materia prima para cada uno de los artículos artesanales ya sea el barro, la madera el mimbre, la palma, etc.

▪ **ELABORACIÓN DE DISEÑOS ARTESANALES**

RESPONSABLE	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Artesano	Luego de verificar que esta completo todo el material se dispone a moldear el diseño del producto a elaborar con todas las piezas correspondientes a cada uno
Supervisor	Verifica que todo lo que sé esta haciendo sea en realidad lo que sé l e esta pidiendo y sé este haciendo bien
Artesano	Después de diseñar el producto se dispone a darle color y brillo

▪ **CONTROL DE LOS PRODUCTOS**

RESPONSABLE	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Supervisor	Se encargará que los productos no tengan anomalías y tenga todos los componentes respectivos.
Artesano	Dar los últimos toque a las artesanías elaboradas para luego ponerlas a secar



▪ **ENTREGA DE PRODUCTOS TERMINADOS**

RESPONSABLE	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Empleado	Una vez terminado se empaca en su respectivo envoltorio y se protege para no ser dañado por el o la lluvia
Supervisor	Encargarse de anotar cuantos productos se han elaborado, cuales son los diseños que se han utilizado, `los tamaños que se han hecho y proporcionarles el precio que les corresponde a cada uno

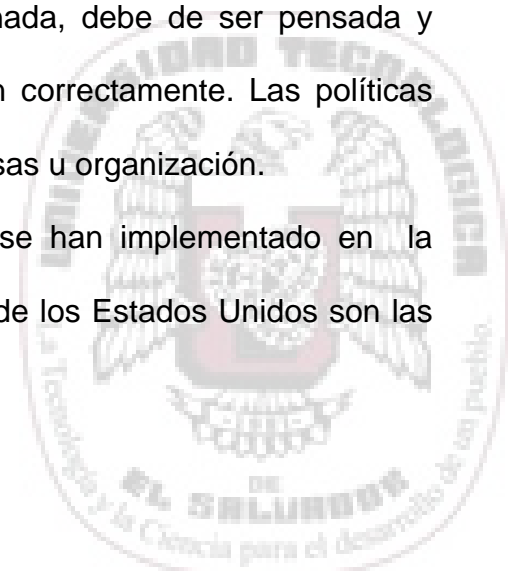
▪ **PRODUCTOS A LA VENTA**

RESPONSABLE	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Vendedor	Muestra los productos terminados en la sala de venta ya ordenados cada uno según el tamaño y según el diseño
Consumidor final	Observa la artesanía, verifica que este de buena calidad para luego efectuar la compra
Vendedor	Se la entrega en su respectivo empaque dándole las gracias por su compra y esperándole verlo pronto

3.9. POLÍTICAS

Las políticas mantienen una organización ordenada, debe de ser pensada y diseñadas para facilitar que las cosas se hagan correctamente. Las políticas ayudan a evitar el desorden dentro de las empresas u organización.

Dentro de esta investigación las políticas que se han implementado en la comercialización de artesanías para el mercado de los Estados Unidos son las siguientes:

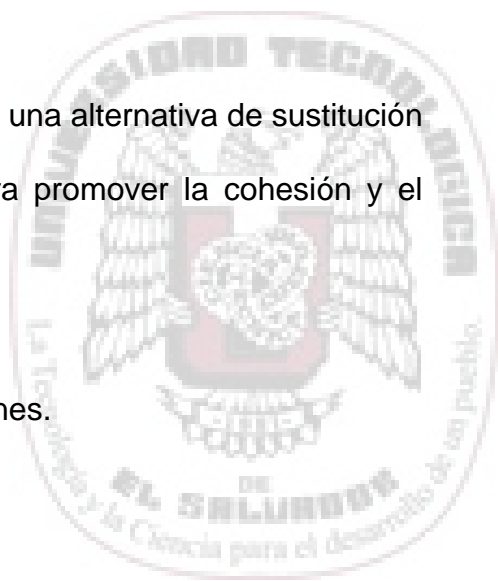


- Desarrollo de la competitividad de la producción artesanal para adecuarlas a la demanda en calidad precio y oportunidad.
 - Capacitar al recurso humano en la cultura empresarial de la calidad integral
 - Desarrollar y mejorar productos a través del diseño, expresando sus valores agregados(estética, funcionalidad) y adecuándoles a la demanda del mercado.
 - Fortalecer la organización de los talleres artesanales con
 - Racionalidad económica y sostenibilidad administrativa.

- Promoción de la generación de empleo desde la producción artesana.
 - Apoyar a proyectos artesanales que fortalezcan la organización de unidades económicas productivas lo de tipo familiar o vecinal que a través de la labor artesanal generen ingresos básicos o complementarios para el hogar.

Apoyar la producción artesanal como una alternativa de sustitución y como medio rentable creativo para promover la cohesión y el fortalecimiento.

- Oferta artesanal orientada a las exportaciones.



- Promocionar y comercializar la oferta artesanal en ferias nacionales y extranjeras.
 - Investigar el mercado e identificar sus tendencias para reorientar la oferta
 - Identificar demanda y nichos específicos de mercados para el producto.
 - Capacitar y orientar a promotores y comercializadores en técnicas de ventas, exportación y trámites aduaneros
- Sistematización de la información acerca del sector artesanal
 - Consolidar el sistema de información artesanal para brindar información permanente sobre productor, productos, servicios y mercados con énfasis en diseños.
 - Registrar y publicar los impactos sociales, económicos y culturales en las comunidades artesanales del país
 - Descentralización del desarrollo sectorial
 - Promover el desarrollo artesanal con autonomía regional, financiera, administrativa y operativa
 - Formar artesanos para el acceso a mecanismos de participación democrática y toma de decisiones.



3.10. PROGRAMAS

Para lograr un mejor conocimiento sobre las artesanías, su forma de comercializar, cuales son los requisitos indispensables para llevar a cabo una exportación, para luego ser comercializadas en un país extranjero, esto y mucho más se puede realizar mediante programas de actividades que se les puede brindar a todos los artesanos interesados en poder vender el producto sin ningún intermediarios.

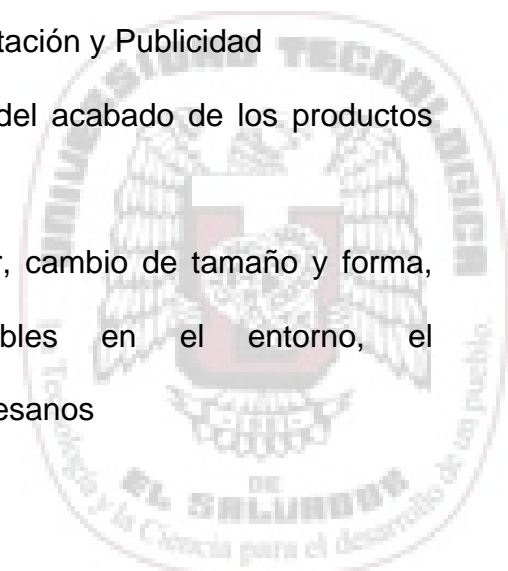
En esta investigación se puede notar que no todos los artesanos tienen conocimientos de los diferentes puntos antes mencionados, por lo tanto se les propone lo siguiente:

- Seminario sobre Exportaciones
 - ¿Qué son las exportaciones?
 - ¿Requisitos para exportar?
 - ¿Cuáles son los productos que se pueden exportar?
 - ¿El monto que incurre al momento de exportar?
 - ¿Cómo lograr participar en ferias nacionales e internacionales?

- Capacitación para entrar en negocios.
 - Capacitación sobre que son las estrategias y cuales son sus componentes
 - Mercadeo para productos salvadoreños



- Como poder negociar un producto
 - Como lograr obtener un financiamiento y cuales son las líneas de crédito accesibles.
-
- Incentivos
 - Incentivar a los talleres artesanales,, dependiendo del producto que sea con premios, regalos para que tenga la motivación de seguir adelante.
 - Rifas de boletos aéreos para que puedan viajar y estar presente en ferias artesanales
 - Hacer un documental del mejor taller artesanal sobre historia, tradición y producción de artesanías salvadoreña para televisoras extranjeras
 - Proporcionarles un stan en los lugares donde se realicen las fiestas regionales de cada pueblo, para poder promocionar los productos que se elaboran ese lugar.
 - Capacitación en Diseño y Calidad, Presentación y Publicidad
 - Orientarlos sobre el mejoramiento del acabado de los productos mediante la intervención del diseño
 - Hacer un replanteamiento del color, cambio de tamaño y forma, mezcla de materiales disponibles en el entorno, el aprovechamiento máximo de los artesanos



3.11. PLAN DE CONTINGENCIA

El plan de contingencia es el plan de acción que una empresa debe tener al momento de ocasionar algún problema no esperado en la empresa.

Para esta investigación se propone lo siguiente:

PLAN A

Las Estrategia de Mercado, donde se aplican las 4p's de la mezcla de mercadeo.

PLAN B

Al no funcionar el plan A, el plan de acción a utilizarse serán las Exportaciones Directas, este consiste en hacer cluster directamente con almacenes, un grupo de artesanos tiene que trabajar en equipo para que puedan viajar, dentro de los grupos de artesanos se escoge uno o dos representantes esta ira hasta el lugar donde se quiere hacer la comercialización, esta persona escogida tiene que tener una habilidad de convencer al propietario del almacén y poder hacer el contacto de la venta.

De esta forma los artesanos podrán disminuir el costo y hacer la comercialización de una manera personal.



PLAN C

Otra alternativa es la Compra por Internet, esta se podrá hacer por medio de la pagina web, en donde se localiza la dirección de las artesanías como p puede ser artesaniasalvadorenas.com; incluir los artesanos y detallar los productos existentes, de igual forma incluir el costo que tendrá cada articulo, dentro de este costo sé estará cobrando él envío del producto.

Con este plan de acción nos ayudará en n el sentido que el consumidor podrá ver todos los productos artesanales, sus diseños, colores, tamaños y el precio que estará costando cada uno.

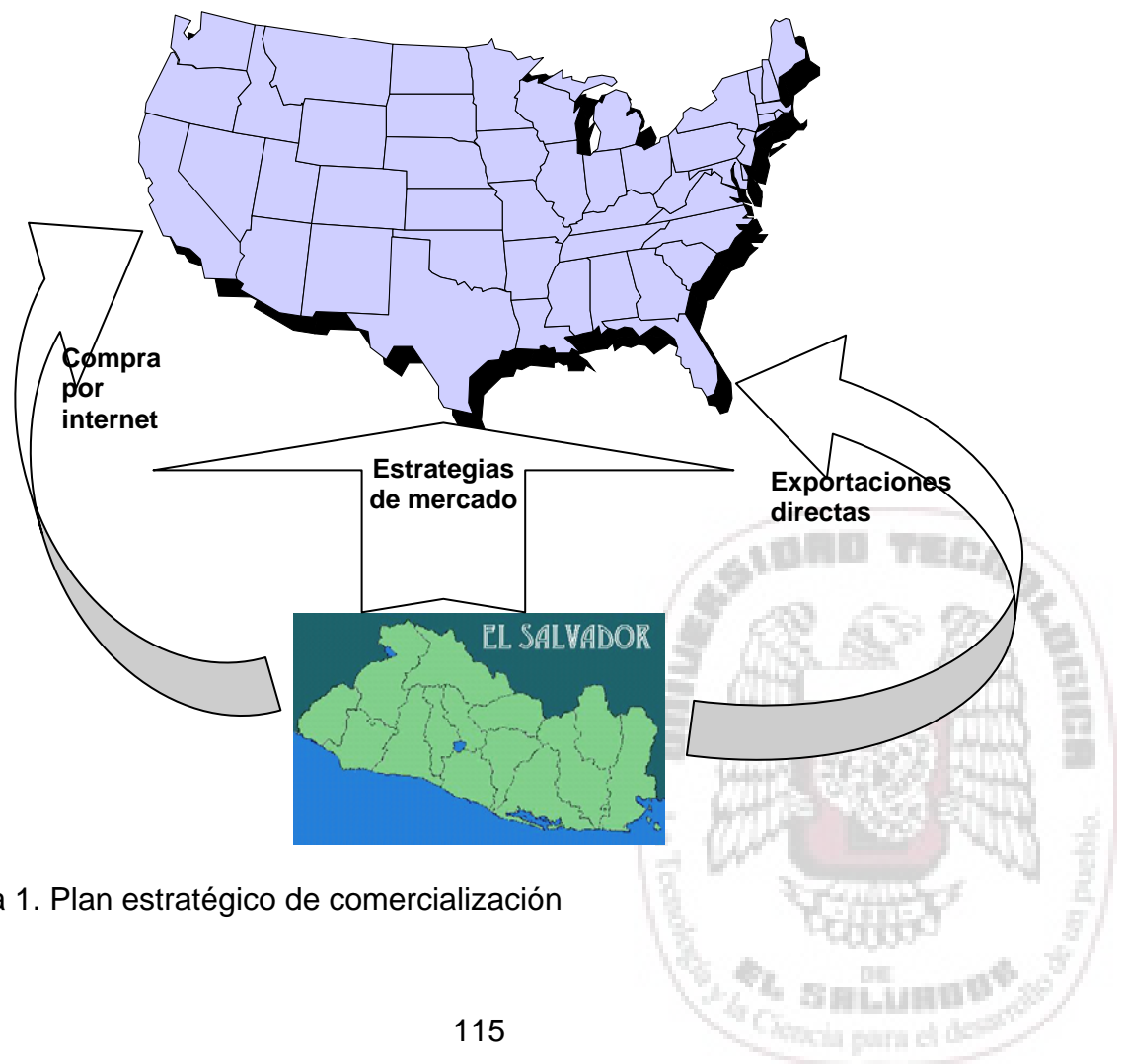


Figura 1. Plan estratégico de comercialización

3.12. MECANISMO DE CONTROL

El mecanismo de control ayuda a evaluar la manera en como sé esta comercializando las artesanías.

Dentro del plan de control se mencionan:

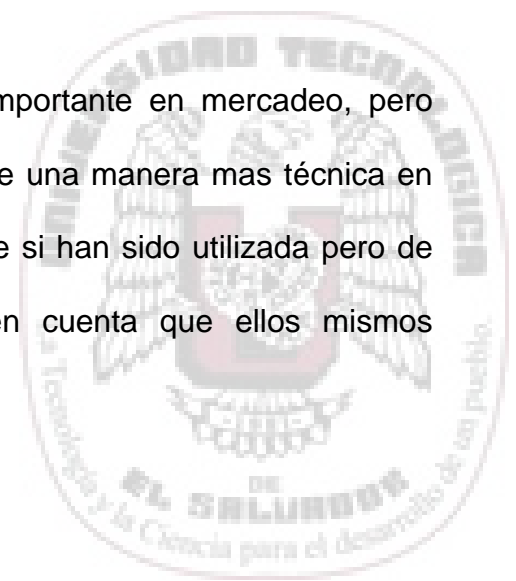
- Reportes de ventas
- Estudio de monitoreo
- Recordación de los productos
- Buena rotación de inventarios(ni en exceso, ni en déficit)

TIPO DE CONTROL	RESPONSABILIDAD PRIMORDIAL	OBJETIVO DE CONTROL	MÉTODOS
Control trimestral	Alta gerencia y subgerencia	Evaluar si se alcanzaron los resultados planeados	Reporte de venta: Análisis de participación de mercados. Comparación entre gastos y ventas. Análisis de los recursos mercadológicos
Control basado en la rentabilidad	Control de la mercadotecnia	Determinar si la empresa obtiene ganancias o pérdidas	Rotación de inventarios: Análisis de la rentabilidad, producción, segmentos de mercado
Control estratégico	Alta gerencia, auditoria de mercadotecnia	Evaluar si la empresa aprovecha las oportunidades de mercadeo eficientemente	Estudio de monitoreo. Recordación de los productos



CONCLUSIONES

- Uno de los problemas del sector es la falta de conocimientos sobre lo que son las exportaciones, cuales son sus requisitos y los procedimientos que tiene que hacer para realizar el envío de los productos, ni mucho menos saben cuales son los artículos que pueden ser exportados.
- No conocen ningún tratado comercial para implementar exportaciones hacia los Estados Unidos, mucho menos de Instituciones no gubernamentales que capacitan sobre el tema. De igual forma, no existe ningún apoyo del gobierno para que puedan realizar este tipo de transacciones, el interés ha sido muy poco y los que sufren son aquellos talleres artesanales que tiene el deseo de poder hacerlo sin ningún intermediario.
- La estrategia es una herramienta muy importante en mercadeo, pero lastimosamente no se ha podido aplicar de una manera mas técnica en el sector de las artesanías, claro está; que si han sido utilizada pero de una manera empírica. Teniendo muy en cuenta que ellos mismos



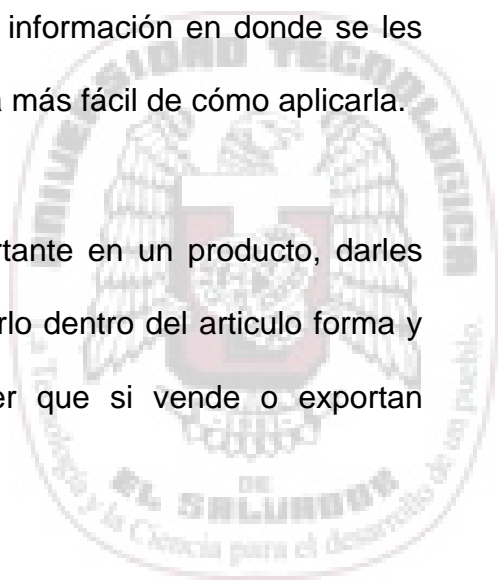
aseguran que aplicando estrategias aumentaría su nivel de ingreso pero si se utilizara de una manera mas apropiada.

- El empaque es uno de los factores muy importante en el producto, por que este es el que le da la imagen y presentación al producto, en esta investigación lastimosamente no todas las personas lo utilizan, por que de esta forma se describe de una manera breve la forma de cómo esta elaborado y cual es la forma de poder usarlo, de la misma forma se le da la publicidad al producto para darles a conocer ante los demás consumidores.



RECOMENDACIONES

- Implementar programas de capacitación a todos los talleres artesanales, capacitación sobre lo que son las exportaciones, una orientación sobre este aspecto, ya que este es uno de los inconvenientes de no saber cuales son los requisitos que se necesitan, de igual forma los productos que pueden ser exportados.
- Promocionar por medio del Ministerio de Economía para que puedan darle un poco mas de apoyo al trabajo artesana, ayudarles a los talleres más pequeños para que estos puedan crecer y tener una motivación para seguir adelante con su negocio.
- Identificarles cuales son las herramientas más importantes que puedan utilizar para hacer un negocio, las estrategias se pueden utilizar de varias formas, pero en este caso proporcionarles información en donde se les pueden explicar muy brevemente la manera más fácil de cómo aplicarla.
- Como se sabe, que el empaque es importante en un producto, darles diferentes ideas para que puedan introducirlo dentro del articulo forma y uso del mismo, una de esta pueden ser que si vende o exportan



introducirle una hojita impresa los materiales utilizados y la forma de cómo usarlos de igual forma de como lavarlos si se habla de mantas o hamacas. Otra podría ser a un lado de la caja donde son enviados.

