

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA



TEMA:

“ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACION DE
PRODUCTOS ARTESANALES: CASO, TALLERES DE BARRO Y YESO EN
EL MUNICIPIO DE ILOBASCO, DEPARTAMENTO DE CABAÑAS”

TRABAJO DE GRADUACION PRESENTADO POR:

FABRICIO ROLANDO CASTILLO ORANTES

MARIO ALBERTO RAMIREZ RAMIREZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA

SEPTIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AUTORIDADES ACADEMICAS

ING.NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÈ MODESTO VENTURA ROMERO

VICERRECTOR ACADEMICO

LICDA.LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMÍREZ

DECANA

JURADO EXAMINADOR

LICDA. JENNY DEL SOCORRO FRECH KUAN DE MARTÍ

PRESIDENTA

LICDA. MARÍA DE LOS ÁNGELES MARTINEZ

PRIMER VOCAL

LICDA. LARISSA GUADALUPE MARTÍ DE HENRÍQUEZ

SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Licda Larissa Guadalupe Martí de Henríquez, Licda Jenny del Socorro Frech de Martí, Licda María de los Ángeles Martínez, a las 5:00p.m. del día Jueves, trece de junio de dos mil diecinueve.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

1-Fabrizio Rolando Castillo Orantes Carnet 06-3701-2003

2-Mario Alberto Ramírez Ramírez Carnet 06-2028-2009

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Alternativas para mejorar la comercialización de productos artesanales: caso, talleres de barro y yeso en el municipio de Ilobasco, departamento de Cabaña"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

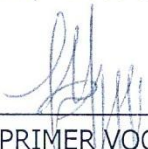
TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO, POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado.

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, trece de junio de dos mil diecinueve.

F. 

PRIMER VOCAL

Licda. Larissa Guadalupe Martí de Henríquez

F. 

SEGUNDO VOCAL

Licda. María de los Ángeles Martínez

F. 

PRESIDENTE

Licda. Jenny del Socorro Frech de Martí

Agradecimientos

Agradezco humildemente primero a Dios que, gracias a su misericordia y su gran amor hacia mí, me ha permitido llegar hasta acá y obtener este logro tan importante en mi vida.

También agradezco a mi hermosa madre que aunque ya no está, fue una persona que siempre me motivo a seguir cuando ya no podía, ella me enseñó a luchar por mis sueños, a ser perseverante, a no darme por vencido y finalmente acá estoy gracias a ella, también quiero agradecer a mis hijos ya que ellos son mi motor, mi fuerza, los que me hacen luchar día con día, creo que cada logro y éxito en mi vida, sin ellos no tendría sentido, pues mis alegrías las disfruto con ellos y en mis momentos más duros y difíciles como hombre, como esposo y como padre, son mis hermosos hijos que me alegran y me dan ganas de vivir, aunque ellos no lo saben quizás, ni tampoco lo sospechan, pero han sido un aliciente para sobrellevar lo difícil que en ocasiones se pone la vida.

Gracias, hijos, Fabiola, Michel, Joyce, Eduardo y sobre todo a mi amiga y esposa Leddy Castillo, con muchísimo agrado, ternura y amor, mil gracias.

A mi amigo Jesús Rosales, por sus buenas palabras en momentos oportunos, en momentos claves y muy determinantes para mi formación. Gracias de verdad así a todos los que me apoyaron de forma directa e indirectamente; Gracias familia y amigos, Les agradezco mucho de corazón.

Fabricio Orlando Castillo Orantes

Agradecimientos

Inicio dando gracias a Dios porque me ha permitido realizar y culminar mis estudios con éxito, en la cual fueron días, meses de sacrificio, tiempo y esfuerzo. También quiero dar gracias a mi padres que han sido un gran apoyo para mí, a mi padre que siempre estuvo motivándome a seguir adelante a cumplir mis metas y sueños y especialmente a mi madre una mujer trabajadora que ha luchado día con día para que pudiera realizar y obtener una carrera universitaria, a ti madre que siempre has estado en los momentos más difíciles que has estado pendiente de mi salud quiero agradecerte por todo lo que has hecho por mí.

También quiero agradecer a la Universidad, a los catedráticos que siempre estuvieron presentes y que han sido un apoyo en lo académico

El último año de estudio fue difícil ya que tuve complicaciones de salud, tuve momentos difíciles en mi vida en los momentos que cursaba mi carrera, pero doy gracias a Dios porque me ha permitido llegar hasta aquí, por darme fuerzas y ánimos ya que teniendo a Dios siempre de mi lado todo se puede lograr. Culmino dando gracias a todos los que han formado parte de mi vida en estos años a la universidad, catedráticos, a los amigos que conocí en la universidad, pero en especial a mi familia esas personas que tanto amo por apoyarme en todo momento Dios bendice a cada uno de ellos a los que han formado parte de mi vida.....Gracias a todos.

Mario Alberto Ramírez Ramírez

Índice

Introducción	i
Capítulo I Planteamiento del Problema.....	1
1.1.Antecedentes	1
1.2.Planteamiento del Problema	3
1.3.Objetivos	4
1.3.1Objetivo general.....	4
1.3.2Objetivos específicos	4
1.4.Justificación	5
1.5.Limitaciones del Estudio	7
Capitulo II Marco Teórico	9
2.1.Conceptos Culturales de Artesanías	9
2.2.Historia del Origen de las Artesanías	10
2.3.Clasificación de las Artesanías.....	11
2.4.Importancia de la Calidad en las Artesanías	13
2.5.Historia del Origen de las Artesanías Elaboradas en Ilobasco	16
2.6.El barro y Yeso en Ilobasco.....	20
2.7.Competitividad en las Empresas de Artesanías	22
2.8.Estrategias de Comercialización	23
2.9.Estrategias de Comercialización Tradicionales	25
2.10.Estrategias de Comercialización no Tradicionales	26
Capitulo III Metodología.....	29
3.1.Generalidades de la Investigación	29
3.2.Participantes.....	30

3.3.Método	30
3.4.Técnicas e Instrumentos	31
3.4.1.Técnicas	31
3.4.2.Instrumento de recolección de datos	31
3.5.Procedimientos.....	32
3.6.Estrategias de Análisis de Datos	33
Capítulo IV Análisis de Resultados	34
4.1.Entrevista del Sector Institucional	34
4.2.Entrevistas del Sector Productor de Artesanías	35
4.3.Entrevistas del Sector Comercializador de las Artesanías	37
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	48
5.1.Conclusiones.....	48
5.2.Recomendaciones.....	51
Referencias.....	59
Anexos.....	61

Introducción

La presente investigación se refiere al tema de las alternativas para mejorar la comercialización de artesanías de barro y yeso en el municipio de Ilobasco como una práctica cultural de la identidad nacional a través de las operaciones turísticas que se pueden definir como el sector que guarda buena parte de la identidad y del legado de prácticas que se han enseñado de generación en generación para conservar actividades productivas de forma cultural y utilitaria, y como se relaciona con las actividades turísticas y se puede posicionar dentro del rubro o rama turística donde se generen ingresos de la mano con ambos sectores.

En el primer capítulo de la tesina se aborda los antecedentes históricos de la importancia de las artesanías como un legado histórico y cultural, los diferentes tipos de artesanías que existen, su respectiva clasificación y uso de estas, asimismo en la actualidad las artesanías son una fuente de ingresos económicos tanto para las familias de Ilobasco que se dedican a este rubro, como para El Salvador.

En el Planteamiento de Problema se observa que los artesanos adolecen de un estancamiento en el sector y esto les imposibilita poder acceder a nuevos mercados, cabe agregar que es notoria la falta de apoyo y asesoría técnica al sector, algún apoyo a su trabajo, realizando acciones que contribuyan con su desarrollo.

Por lo anterior el objetivo general de esta tesina es “Proponer alternativas de comercialización para el sector artesanal en el municipio de Ilobasco, departamento de Cabañas, a fin de mejorar su competitividad de tal manera que permita promover su desarrollo y aprovechar las oportunidades en dicho mercado”.

En la justificación se plantea que legalmente está contemplada la importancia que tienen las artesanías para el sector de Ilobasco y para nuestro país, enfatizando que son historia y cultura, además son una fuerza que contribuye a la dinámica económica y social.

El capítulo dos de esta tesina está comprendido por el Marco Teórico, conformado por una temática que permite dejar más en claro los conceptos e ideas que se han brindado en el planteamiento del problema, encaminados hacia las alternativas y estrategias de comercialización tradicionales y las alternativas de comercialización no tradicionales.

El capítulo tres comprende la metodología en la cual se detalló el nombre de los participantes, quienes son personas muy importantes dentro del sector artesanal productivo y comercializador del municipio de Ilobasco, asimismo se plantea que el método empleado fue el cualitativo y el instrumento que se utilizó para recabar la información fue la entrevista, la cual permitió recabar información cualitativa de forma extensa.

En el cuarto capítulo se analizan los datos, se interpreta la información recabada a través de las entrevistas, las cuales han permitido elaborar una

serie de conclusiones y así brindar recomendaciones tendientes a plasmar ideas que serían muy útiles para beneficiar la labor de los artesanos salvadoreños y que la cultura y legado histórico permanezca latentes en todos los productos que son comercializados a los turistas nacionales y extranjeros, de igual forma a los compradores por mayoreo, al detalle, y nuevos mercados por lo que la tesina denominada “ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ARTESANALES: CASO TALLERES ARTESANALES DE BARRO Y YESO EN EL MUNICIPIO DE ILOBASCO DEPARTAMENTO DE CABAÑAS”; ha pretendido brindar todos los elementos necesarios para mejorar los procesos de comercialización de los productos artesanales en el municipio de Ilobasco, tratando enfáticamente de hacer ver lo importante que es considerar a las artesanías como objetos culturales e históricos y no ser considerados como unos simples souvenirs.

Capítulo I Planteamiento del Problema

1.1. Antecedentes

Se comprende que la cultura es el conjunto de expresiones de un pueblo y estas consisten en: costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Una de las artes más representativas en El Salvador son las artesanías, éstas han sido impulsadoras del turismo y consideradas como parte del patrimonio cultural, entre las que existen diversos tipos y se producen en diversos pueblos dedicados a este oficio. Se trabaja con materias muy diversas desde arcilla, madera, mimbre, hojalata, chatarra, yeso, entre otros. Las artesanías son una manifestación artística que se ha llegado a convertir en producto de exportación, así como también es un producto de mucha demanda para el consumo interno del país, en productos como hamacas, muebles, réplicas de vasija entre otras.

El Salvador es una tierra de artesanías populares representada fundamentalmente por sus bellas cerámicas, representando los principales atractivos de la región. Los lugares artesanales más conocidos de El Salvador son los que se distinguen en las localidades de Ilobasco, ubicado en el departamento de Cabañas, Guatagiagüa, en el departamento de San Miguel, Cojutepeque en el departamento de Cuscatlán; las figuras que se elaboran en estas localidades son de diferentes diseños, lo que ha revolucionado sus

tradicionales parámetros, para aprovechar el aumento del turismo local y externo.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, resulta oportuno mencionar que se ha logrado determinar la importancia que tiene ser competitivo por lo tanto, los países que tengan ventajas competitivas, productos y servicios únicos y especializados serán los que más se desarrollarán; la competitividad y la innovación son aspectos básicos y fundamentales que alcanzan dicho objetivo, teniendo en cuenta esta situación, se ha podido detectar que el sector artesanías en El Salvador es un sector económico potencialmente competitivo, sin embargo presenta serias debilidades en cuanto a sus niveles de productividad en el sector.

El sector presenta deficiencias y limitaciones en los talleres artesanales que lo componen, muy poca capacidad instalada, como también la falta de capital para invertir en proyectos de expansión y desarrollo, esto aunado a una fuerte competencia entre miembros del mismo gremio.

Además, se dan cita factores como la competencia desleal, el abaratamiento de los productos, lo que limita la búsqueda de estrategias comunes para el sector, y con ello lograr ventajas competitivas para un crecimiento integral del sector artesanías.

En ese mismo orden y dirección se refleja la ausencia de una planificación y métodos eficientes de trabajo, como ya se ha aclarado es

evidente entonces que toda esa amalgama de problemáticas que atañen al sector artesanías ha traído consigo un estancamiento del sector que no le permite desarrollarse de forma competitiva.

El problema de este gremio de artesanos consiste en la falta de acceso directo a los mercados, ya que tradicionalmente sus productos han sido vendidos a bajos precios a los intermediarios en su comunidad. Esto ha provocado desconocimiento e inexperiencia en el mercado que actualmente se empieza a explotar, limitando así el aumento de sus ventas y la generación de mayores utilidades.

De todo esto surge la necesidad de plantear soluciones que permitan cambiar la perspectiva de los talleres artesanales de barro y yeso en el municipio de Ilobasco y conducirlos hacia una mejor condición, y con ello participar competitivamente en nuevos mercados, buscar el máximo aprovechamiento y el auge de crecimiento del sector turismo en general.

1.1.Planteamiento del Problema

Al analizar el municipio de Ilobasco en el departamento de Cabañas, hemos podido comprobar que es un municipio artesano desde sus inicios que ha ido trasladando su legado de generación en generación y ha tenido importantes avances al perpetuar la creación de productos artesanales especialmente en la elaboración de artesanías en barro y yeso, que ha sido muy determinante para su economía pero que también refleja un

estancamiento del sector que no permite desarrollarse en una forma competitiva ya que sus formas de comercialización no alcanzan a acceder a los mercados directamente a promocionar sus productos y es ahí donde el problema del gremio de artesanos consiste en la falta de puntos de comercialización donde sus productos puedan ser distribuidos y comercializados de una forma más accesible y cercana al cliente, permitiendo obtener mejores ingresos económicos y que estos sean utilizados en los talleres artesanales, para el incremento de su productividad.

1.2. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Proponer alternativas de comercialización para el sector artesanías de barro y yeso en el municipio de Ilobasco, departamento de Cabañas, a fin de mejorar su competitividad de tal manera que permita promover su desarrollo y aprovechar las oportunidades que representan en dicho mercado.

1.3.2. Objetivos específicos

Evaluar estrategias para la comercialización de los productos artesanales en el municipio de Ilobasco.

Identificar estrategias de comercialización bajo un enfoque competitivo para los productos artesanales de barro y yeso.

1.4. Justificación

Comprobamos que es necesario crear nuevas alternativas de comercialización que permitan atraer a más turistas al sector de artesanos para poder potenciar y mejorar la economía de los artesanos en Ilobasco y que estos motiven al turista local y extranjero a conocer y a vivir una experiencia diferente a la conocida tradicionalmente. Además de ello resalta la falta de apoyo estatal e institucional y la ausencia de nuevas formas de promoción al sector, lo que ha impedido el crecimiento de este.

La investigación por lo tanto se centra en la comercialización de productos artesanales fabricados de barro y yeso, considerando el auge, y el potencial artesanal de Ilobasco y la naturaleza del mercado actual de artesanías, ante ello el estudio se justifica por:

La falta de información sobre las estrategias y alternativas de comercialización competitivas que pueden favorecer al mercado de artesanías en Ilobasco, en efecto este fenómeno no permite mejorar el desempeño del sector productivo de artesanías.

Sobre la base de las consideraciones anteriores resulta oportuno mencionar la escasa valoración por parte de los sujetos que intervienen en dicho proceso, siendo estos compradores mayoristas y minoristas de los productos de fabricación artesanal, los cuales adquieren los productos terminados por un precio relativamente menor al establecido del mercado y que a su vez realizan un proceso de reventa de los productos mismos, por ende es

evidente entonces que se tiene una poca o vaga valoración de la diversidad y la calidad de las artesanías producidas por el sector.

En efecto los empresarios, comerciantes grandes y pequeños, de igual forma los artesanos tienen que reconvertirse si quieren sobrevivir, ante los constantes cambios que se generan en el mercado y el ámbito comercial de productos, de igual forma los diferentes cambios en las preferencias y gustos por parte de los consumidores.

Por lo tanto, esta amenaza latente para los productores masivos de bienes hace que se convierta en una oportunidad para el sector de las artesanías, ya que son productos que no son elaborados en los países con mayor desarrollo y que a su vez son muy apreciados en sus mercados, por tanto, se justifica que este sector sea desarrollado.

Es por eso que la presente investigación trata de definir estrategias y alternativas de comercialización que sean de mucha ayuda para el sector productivo de artesanías, y con ello propiciar que las artesanías tengan un canal no tradicional de comercialización altamente competitivo y lograr que el municipio pueda desarrollarse de una forma óptima, y por lo tanto minimizar la aplicación y uso actual del canal tradicional de comercialización que radica únicamente en la venta directa de artesanías entre comprador y comercializador, dicho esto se tratarán puntos que ayuden a la comunidad y traigan beneficios, desarrollo y turismo para el municipio, como también conocer

sobre las diferentes manualidades y artesanías de barro y yeso que ahí se realizan y de donde provienen;

Otro de los aspectos importantes que respaldan esta investigación es el accionar del gobierno local, donde la municipalidad de Ilobasco hace sus esfuerzos por desarrollar al municipio creando proyectos para turistas, pero una de las grandes deficiencias que se tienen es que no poseen personal adecuado que apoye y aporte ideas directamente al sector artesanal, y con ello poder elaborar un plan estratégico de marketing para el municipio de Ilobasco, siendo el sector artesanal parte esencial del turismo desarrollado en Ilobasco, tampoco existe un plan de alternativas de comercialización para los productos artesanales de barro y yeso que se elaboran, hay pocas investigaciones acerca de Ilobasco y los diferentes productos que allí se elaboran, solamente existe material de carácter cultural y geográfico, es por ello que se desea crear este estudio que contenga alternativas de comercialización de los productos artesanales de barro y yeso, así mismo sirva de referencia para futuras investigaciones relacionadas con la temática que contiene dicho estudio.

1.4. Limitaciones del Estudio

Falta o inexistencia de registros estadísticos por parte de las instituciones públicas y privadas establecidas en el país relacionadas al sector artesanías, dado que la información con la que cuentan está referida a la microempresa en general, lo cual dificulta conocer el comportamiento que ha tenido el sector en años pasados.

Las alternativas y propuestas a ser implantadas no pueden generar cambios drásticos en la forma de trabajo habitual de los talleres de artesanías, debido a que se estaría fomentando la resistencia al cambio y porque el horizonte de la propuesta de alcanzar la mejora competitiva es a mediano y largo plazo, es decir que dichas alternativas han de aplicarse y desarrollarse paulatinamente.

Capítulo II Marco Teórico

2.1. Conceptos Culturales de Artesanías

Entendemos por Artesanías las obras materiales que hace el hombre con sus manos, sin emplear para ello las técnicas y maquinarias modernas, cuyos modelos son tradicionales y propios de la región que vienen a mostrar las raíces culturales y belleza de su tierra. (CASART, 1976)

Las Artesanías son los productos de los procesos de representación de los sectores populares, utilizando recursos con un nivel intermedio de procesamiento y con la utilización de herramientas no industriales para su elaboración. (FUSADES, 1981)

Artesanía es un artículo producido a mano, con o sin auxilio de herramientas, pequeñas maquinas o implementos manejados directamente por el artesano, generalmente con las manos o con el pie. (Novelo, Artesanos, Artesanías y Arte Popular de Mexico: Una Historia Ilustrada, 1976)

Artesanía en su sentido más amplio, es el trabajo hecho a mano, o con preeminencia del trabajo manual, cuando interviene la máquina. En el momento que la máquina (tecnológica) prevalece, se sale del marco artesanal y entra en la esfera industrial. (Roldan, El Artesano, 1980)

Son productos materiales elaborados mediante destreza manual sin la utilización de maquinarias y procesos tecnológicos industriales, las cuales tienen funciones decorativas y utilitarias que reflejan aspectos y necesidades de la vida cotidiana que se han ido desarrollando según la cultura de cada región salvadoreña. (Quishpi, 2013)

2.2.Historia del Origen de las Artesanías

El origen de las artes manuales se practica desde hace muchos siglos, no se sabe con exactitud cuánto tiempo, o donde surgió primero, quien fue su precursor, etc. Lo que se sabe es que en la prehistoria fue el origen ya que se han encontrado artefactos hechos manualmente sin la intervención previa o completa de algún tipo de instrumento mecánico para su elaboración.

Hace siglos se buscaba la manera de satisfacer ciertas necesidades, por falta de maquinaria se implementaron mecanismos de utilidad, con un beneficio para una sociedad. (Berlango, 2014). La etimología de la palabra artesanía, deriva de las palabras latinas (artis-manus) que significa: arte con las manos. La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos

decorativos o de uso común. Al que se dedica a esta actividad se le denomina artesano. Algunos instrumentos como el telar se usan para crear prendas.

Cabe destacar que existen discrepancias entre el arte y las artesanías desde su origen, las diferencias existentes fueron subrayándose a finales de la Edad Media y se consolidaron con el Renacimiento, dignificando la actividad y función social del arte con el artista, y subordinando la artesanía junto con el artesano dentro de la visión occidental. En ese mismo sentido se puede manifestar que el verdadero valor de la artesanía varía de acuerdo con la demografía, donde esta es elaborada.

2.3. Clasificación de las Artesanías

Las artesanías en un sentido más amplio se pueden manifestar que es el trabajo hecho a mano o con excepción del trabajo cuando interviene la máquina, o más bien es el momento en que la máquina prevalece se sale del marco artesanal y se entra en esfera industrial.

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

Artesanía popular

Es la manifestación espontánea de artes menores, cultivadas por el pueblo, cuyas raíces se arraigan en el pasado, dotadas de atributos estéticos,

tradicionales, utilitarios y económicos cuya existencia se aplica a la función que cumple dentro de la comunidad (Gonzales, 1991).

Artesanías Decorativas

Se define como aquellas que están dotadas de atributos tradicionales y utilitarios que puedan o no recoger técnicas folklóricas en su producción utilizando herramientas sencillas.

Artesanías Utilitarias

La producción de bienes de consumo puede tener o no su origen en modelos pertenecientes al ámbito de la artesanía popular y decorativa; su producción es organizada, y se utiliza la mecanización, pero con predominio manual y resultado individualizado, la que la vuelve útil a las actividades del ser humano.

Artesanía de Servicio

Es la actividad de reparación que no corresponde a la producción de bienes materiales

Fibra Natural

Es aquella donde se utilizan las varas de bambú que se producen cerca de la ciudad, para la fabricación de canastos y cestas.

Artesanía en Arcilla

El desarrollo de las artesanías en arcilla o barro en Ilobasco constituyen un papel importante en la cultura del país por la belleza que representan sus piezas y por la originalidad del arte. El barro es obtenido en la ciudad de Ilobasco con mucha facilidad por las minas de barro existentes en la cercanía, por lo que es uno de los bienes de mayor comercialización en esa área. (Quishpi, 2013)

Artesanía en Yeso

Es la que es producida con arcilla líquida de sulfato de calcio semihidratado, la cual se coloca en un molde yeso calcificado, para ser moldeado a la figura o diseño que se desea adquirir (Quishpi, 2013)

2.4.Importancia de la Calidad en las Artesanías

En este mismo orden y dirección resulta oportuno mencionar que 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 de una forma laboriosa y manual, con especial interés, para el caso de nuestro territorio a nivel rural y urbano, donde se elaboran con técnicas similares una gran variedad de objetos que cumplen

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 usos 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 aspectos la calidad del producto mismo en el sentido de: La calidad del producto, la capacidad instalada del negocio, la rentabilidad de la producción, versus el nivel de endeudamiento, los procesos productivos para la elaboración de los productos, Y la materia prima utilizada en la elaboración de los productos.

Ante ello se puede manifestar que en El Salvador existen más comercializadores que productores de artesanías, y este es el equilibrio que tiene que existir en todo país que se plantee de ser 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 o en el caso comercializar a su vez los productos.

La situación de comercialización de artesanías en El Salvador es uno de los productos que se vende de una manera pasmosa, ya que dependiendo del

artículo que se quiera vender, así es el precio que se tiene. El artesano salvadoreño esta consiente que los productos de artesanías no se venden en grandes cantidades todos los días, pero si en pequeñas cantidades y se venden muy bien, porque 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, por parte del consumidor final.

Los salvadoreños y las personas extranjeras buscan el producto más que todo en los talleres o lugares de origen, lo que les gusta es conocer como esta hecho, cuál es su procedimiento, y que lleva para tener el acabado deseado, donde radica la calidad de estos.

Se ha comprobado que la habilidad que tiene nuestra gente es brillante, de poder imitar, copiar, o elaborar cualquier artículo que se le ponga enfrente.

Hay que recordar también que artesanía no solamente son capiruchos, pajaritos, ceniceros de barro, muñecas de yeso, entre muchos más; esto implica entonces que las artesanías son hojalatería, zapaterías, adornos para la cara, aretes, y un sin fin de cosas, aperos o simplemente diferentes artilugios que se pueden comercializar.

En cuanto al diseño y la innovación en artesanías se han identificado tres factores que afectan al proceso innovador de los diseños artesanales, y sobre todo estos se ven reflejados en la calidad representada por los productos terminados.

Factor Económico: Falta de recurso económico y limitante en el acceso a los créditos por tasas de intereses muy altos y corto plazo de pago.

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

Factor Cultural: Pérdida de los valores culturales y copia de cultura extranjera en el vestir, hablar, etc. Y falta de concientización del valor del arte popular salvadoreño

2.5.Historia del Origen de las Artesanías Elaboradas en Ilobasco

Origen Precolombino

El arte de la alfarería es una tradición ancestral, que data de cientos de miles de años, ya que en nuestro territorio se evidencia la riqueza cultural maya pipil y tolteca, sin embargo en el área de Ilobasco no se encuentran registros de algún asentamiento precolombino hasta la fecha, porque a través de estos seguramente se podría comprobar y determinar desde que época o periodo se remonta la elaboración de artefactos de barro y yeso; se deduce que seguramente sea su origen desde el periodo Postclásico en adelante, es decir desde el año 900 después de Cristo.

Cerámica Tradicional

Se refiere a los elementos agregados por los españoles, en este caso se habla de Torno de Alfarero, Esmaltes, Formas (muñequería), Moldes que se trabajaban normalmente en Ilobasco y que no necesariamente fueron introducidos por los Españoles, hay datos que Latinoamérica que indican que los antepasados utilizaban BIBALDOS que significa dos partes, y está relacionada a la cerámica tradicional de Ilobasco, los moldes se hacía modelando la forma, colocando un hilo alrededor de la pieza y cubriéndolo completamente de barro, dejando una punta del hilo hacia afuera, una vez seco lo que hacían era halar el hilo, desmontar o separar y quedaba el molde en dos parte. (Baratta, 1951)

Resulta oportuno mencionar que el arte de moldear barro no es algo nuevo, desde la colonia se comienza a registrar elementos artesanales utilitarios. Cuando los lencas plasman una pequeña pero significativa pincelada en su artesanía, desde ese momento en que el pigmento hace contacto con el barro, inicia la era de la artesanía decorativa. Donde los límites de imaginación, dedicación, tiempo, paciencia, entrega y pasión son inexistentes.

La artesanía decorativa es única, colorida, alegre, acogedora con sus paisajes, tanto así que los maestros artesanos se toman con delicadeza el tiempo necesario para brindar al mercado las exigencias bajo un estricto control de calidad que su misma conciencia les dicta. Cada uno de ellos sobrepasando su propio estándar en nuevos diseños, que más allá de sorprender a sus

clientes, buscan sorprenderse ellos mismos y aumentar sus capacidades en este arte.

Los rasgos heredados sumados a la vasta experiencia que con el tiempo han adquirido los maestros artesanos, hacen de estas artesanías decorativas un camino colorido a la identidad de Ilobasco, llegando a obtener sus pobladores el gentilicio de "muñequeros", y con orgullo se hace referencia al municipio como la Ciudad de Barro, honores como estos han sido otorgados gracias a la dedicación y entrega que los artesanos ponen en cada una de sus obras, es por ello según lo manifiesta Fernando Sahagún. El que da su ser al barro de mirada aguda, moldea, amasa el barro. El buen alfarero: pone esmero en las cosas, enseña al barro a mentir, dialoga con su propio corazón, hace vivir a las cosas, las crea, todo lo conoce como si fuera un tolteca, hace hábiles sus manos (Sahagun, Sugerencias para nuestra escuela activa. Los muñecos de Ilobasco, 1931)

Creación de Cerámica en Miniatura en 1925

Según doña María Dominga Herrera, originaria de Ilobasco y creadora de este tipo de cerámica, manifiesta que la miniatura tiene antecedentes en china con vestigios en museos que corresponden a la segunda mitad del siglo XIX unos cincuenta años antes de que la miniatura se introdujera en Ilobasco (Loucel, 1982)

Surgimiento de la Cerámica Decorativa en 1925-1950

Se considera a la muñequería, esculturas pequeñas para adornar, adornos para pared y la miniatura, que fue creada y desarrollada a la perfección en este periodo de tiempo (Loucel, 1982) cabe agregar que para el año de 1950 la cerámica de Ilobasco alcanzó su mayor apogeo y continuó incrementando la cantidad de productos que se elaboraban a la fecha. Periodo en el cual el estado Salvadoreño se interesa por el crecimiento que se tiene en Ilobasco y el potencial que se desarrolla, por lo cual se busca apoyo en el extranjero, es tanto el auge que se tuvo que la OIT (Organización Internacional del Trabajo) y otras organizaciones internacionales comienzan a fijar su atención, en este movimiento y deciden brindar capacitaciones y equipamiento para aumentar la capacidad de producción y la calidad de los productos terminados, es en dicho proceso que a partir de este impulso de la comunidad internacional y el apoyo estatal que surge una nueva generación de artesanos dentro de los cuales figuran Don Antino Herrera, Don Juan Córdova, la misma Dominga Herrera y sus hijo, y se sigue diversificando, es aquí donde aparece la cerámica picara, las sorpresas y representaciones de objetos puramente decorativos. (Loucel, 1982)

En ese mismo sentido para el periodo entre 1960-1970, aprovechando la misma proyección de la ciudad de Ilobasco, Don Antino Herrera, es invitado a diversos destinos fuera de las fronteras, con el fin de mostrar al mundo entero,

las bondades que se tenían en Ilobasco en dicha época, es así como en estos viajes, el género influencia para la creación de nuevos productos y diversos equipamientos, trae nuevas ideas ha Ilobasco y busca implementarlas con los recursos aquí existentes. En esta época Don Antino ya cuenta con un taller llamado CERAMICAS KIKO y es aquí en el año de 1967; donde comienza a enseñarles a jóvenes y niños el oficio de la creación de artesanías de barro y yeso, dando lugar al surgimiento de la Escuela Taller Cerámicas Kiko. Se comienza a trabajar con los moldes de yeso con el cual se sustituye por completo el molde de barro, en ese momento el yeso es de mejor calidad y permite que el barro se separe con mayor facilidad del molde lo cual ayuda a incrementar la producción en serie.

Se inaugura también el Centro Cerámico, lugar de formación artesanal con el mejor equipamiento existente en dicha época, lastimosamente para mayor resguardo este centro de formación pasó desapercibido y sin utilizarse (Loucel, 1982)

2.6.El barro y Yeso en Ilobasco

Al igual que la tradición mesoamericana, se trabajaba a base de arcillas locales, mezclándolas con desgrasantes como tierra blanca o cascajo. También se utiliza leña como combustible. Ilobasco en cambio alterna sus materiales para la decoración, incluyendo colorantes industriales, como acrílicos, etc.

Por caracterizarse como Talleres Populares, los volúmenes de materia prima son mayores debido a la producción de gran cantidad de piezas cerámicas, por lo que el barro se extrae, almacena y prepara en grandes cantidades. (Avila, Sugerencia para nuestra escuela activa: Los Muñecos de Ilobasco, 1931)

Los talleres artesanales más apegados a la tradición colonial son encontrados en el casco urbano de Ilobasco, trabajando el barro y el yeso de forma peculiar por su modo de trabajo y división de éste; además por los diferentes procesos de elaboración de cerámica. En Ilobasco, la preparación del barro y el yeso se ha convertido en el oficio de familias que se dedican a esta tarea; además de su extracción, preparan el barro mezclándolo con tierra blanca y agua, formando unidades llamadas “pellas” que después son comercializadas distribuyéndolas a los artesanos (Lopez, Estadística de la Elaboración de Cerámica, 1858)

Después de las consideraciones anteriores cabe agregar que muchas veces las ideas nacen por la necesidad. Muchos artistas no es que traigan el don de serlo, sino que conforme a la necesidad de obtener ingresos se empiezan a ingeniar y a desarrollar habilidades y de ahí surgen múltiples ideas.

2.7.Competitividad en las Empresas de Artesanías

La competitividad en el mercado de las artesanías salvadoreñas muestra que los grupos de artesanos han logrado formular y ejecutar proyectos exitosos de desarrollo regional.

La sinergia de esfuerzos y capacidad técnica de los talleres liderados por las 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 tienen las artesanías salvadoreñas con los demás países de la región, y aun en el mercado local, juegan un papel muy importante porque 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 sí, en donde le pone el toque de elegancia a cada uno de los productos elaborados.

Las artesanías hoy en día compiten entre sí, con otros mercados internacionales donde existen muchos artículos curiosos y atractivos, pero lo que aquí se produce es muy difícil de comparar, ya que se ha elaborado con maquinaria rustica heredada por nuestros antepasados, y aunque no se utiliza

tecnología nueva, los productos siempre tiene el acabado y el matiz que se desea.

En todo producto la calidad del artículo es primordial, porque de aquí depende si se puede o no ser comercializado. Los productos con más demanda son aquellos que van decorados con adornos de semilla, la cerámica tradicional elaborada de barro y yeso, la madera decorada antigua y la moderna donde se inspira en la fauna y la flora; lo que más anhela el consumidor extranjero son las diferentes artesanías elaboradas a base de yeso y barro, esto debido a sus esplendidos colores y diferentes texturas.

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 artesanales que elabora.

Cuando se tiende a hacer más competitivo, el exportar a mercados internacionales se enfrenta a un comercio global, lo cual hace que se realice una diversificación en la producción de los diferentes productos que se elaboran.

2.8.Estrategias de Comercialización

En este mismo sentido cabe agregar que es pertinente conocer sobre la planeación estratégica, la cual se define según (Kotler, Marketing para Turismo, 2004) como el proceso que permite crear y conservar el encuadre estratégico

de las metas y capacidades de la organización ante las oportunidades cambiantes de mercadotecnia, permite definir con claridad la misión de la empresa, los objetivos, una cartera de negocios y la coordinación de las estrategias funcionales. También es el proceso para desarrollar y lograr que las metas y capacidades de la organización encajen en forma estratégica con sus cambiantes oportunidades de mercadotecnia.

Es la estrategia de mercadeo completa, que incluye las decisiones en las áreas de desarrollo del producto, canal de distribución, métodos de promoción, de igual forma la fijación de precios.

Es imperativo que un plan de mercadeo, o las estrategias de comercialización estén orientadas hacia una oportunidad y dirigidas hacia una meta. Esto implica que el esfuerzo debe ser dirigido hacia aspectos específicos de mercadeo. Estas oportunidades deben ser tan claras al final del proceso de planeación como lo fueron al principio. La importancia de usar metas específicas de mercadeo radica en que las estrategias, el esfuerzo de mercadeo y el proceso de planeación, van dirigidos hacia ellas. (Valderrey, Fundamentos de Mercadotecnia, 2014)

Es oportuno mencionar que las estrategias de comercialización son necesarias para poder llevar acabo el crecimiento de una empresa, en este sentido los talleres artesanales con el objetivo de lograr que todos los artesanos

puedan obtener un mayor crecimiento en sus negocios y una mayor rentabilidad en sus productos.

2.9.Estrategias de Comercialización Tradicionales

Estrategias de precio

Es aquella estrategia con la que se establece el precio de los productos según el estado en que serán vendidos los artículos artesanales. Esta estrategia fija los precios sobre la base de los márgenes de utilidades y/o costos de la empresa. (Bowen, Marketing para Turismo, 2004)

Estrategias de Productos

Es muy útil para el desarrollo de un producto y es una de las partes más 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, algo sumamente atractivo como son: sus diseños, su precio, y la capacidad de producción en masas. (Rufin, Marketing para Turismo, 2004)

Estrategias de Distribución

Esta estrategia nos proporciona saber escoger el canal adecuado para la comercialización de las artesanías salvadoreñas es uno de los puntos trascendentales en el éxito de las ventas, son muchos los canales, pero muy

pocos permiten llegar al consumidor final con precios competitivos en el mercado. (Bowen, Marketing para Turismo, 2004)

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 tales como tiendas por departamentos, mayorista-importadores, importadores-minoristas.

Estrategias de Promoción

El objetivo de esta estrategia es producir un comportamiento de incremento, por parte del consumidor respecto al comportamiento de compras. Por lo tanto, las promociones se canalizan para satisfacer las necesidades específicas y deben incorporarse en el plan global de mercadotecnia en una forma ordenadas. (Kotler, Marketing para Turismo, 2004)

2.10.Estrategias de Comercialización no Tradicionales

Dentro del marco de estrategias de comercialización no tradicionales se tienen establecidas las siguientes:

Estrategia de Calidad Total

Para que un producto pueda ser vendido debe tener un acabado perfecto, porque eso es lo que hace la diferencia ante los demás productos, la artesanía por ser un producto que tiene diferentes procesos de elaboración, y

que en el mismo se utilizara materia prima distinta para cada artículo que se fabricara, tiene que poseer una terminación y un acabado de la mejor calidad.

Para esto se debe tener un control en cada uno de los talleres artesanales y sus diferentes procesos de elaboración de los productos.

Estrategia del Empaque del Producto

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 artículo. Como son notorios, no todos los productos pueden tener un empaque, pero los de origen artesanal si es posible, ya que se adapta al tamaño, y resalta su valor.

Dentro del empaque se pueden evidenciar tres aspectos muy importantes como son: Empaque primario: este será el envoltorio que se le dará la protección a la artesanía para que no sea dañada; Empaque secundario: esto lo forma la caja que le dará la representación al artículo; Empaque terciario: es el embalaje en donde irán todos los productos en un mismo depósito o su respectivo embalaje.

Estrategia de Publicidad en Internet

Esta estrategia se desarrolla por medio de la página web o web site principal del taller artesanal o empresa fabricante o distribuidora de los productos, dentro de esta página principal se realiza un catálogo de productos

que sea llamativo para el cliente, donde se promocionará el espacio publicitario, dentro de este espacio se dará a conocer las artesanías salvadoreñas que se encuentran a la venta. De igual forma se da a conocer el lugar en donde están disponibles las artesanías para que el cliente pueda efectuar la compra.

Capítulo III Metodología

3.1. Generalidades de la Investigación

En este capítulo se presenta la metodología que permite desarrollar la investigación, se muestran aspectos con los cuales se trabajará para conseguir los resultados esperados y con ello responder positivamente al objetivo general y a los objetivos específicos que son la fuente primordial del desarrollo de esta tesina.

El tipo de investigación, las técnicas y procedimientos que han sido utilizados para el logro del presente estudio, se basan conforme a los objetivos planteados que han llevado a dicha investigación a conocer el estado actual del mercado de artesanías de barro y yeso en Ilobasco y la forma tradicional de comercialización de sus productos.

Cabe agregar que se utilizará la investigación cualitativa porque nos permitirá obtener datos precisos y con ello describir la percepción de los sujetos de estudio para poder evidenciar las características del problema y plantear las posibles soluciones, es por ello que desde esta perspectiva se utilizara el tipo de estudio que permitirá recolectar información realizando entrevistas a los propietarios, administradores y encargados involucrados en el proceso de la fabricación y comercialización de las artesanías de barro y yeso con la finalidad de identificar cual es la problemática actual en este rubro.

3.2.Participantes

Los sujetos de estudio que se consideran a entrevistar durante la presente investigación son las instituciones encargadas de brindar algún tipo de asesoría y apoyo al sector artesanal de barro y yeso, por lo tanto, se considera como sujeto de estudio el CEDART (Centro de Desarrollo Artesanal), quienes brindan apoyo al sector artesanal de Ilobasco.

Cabe agregar que se consideran también como sujetos de estudio, a los propietarios o encargados de administrar los actuales talleres de creación de artesanías de barro y yeso, es decir los artesanos que fabrican las diferentes artesanías del sector, de los cuales se han identificado alrededor de 5 talleres artesanales, así mismo se tomaran en cuenta a los diferentes comercializadores de las artesanías de barro y yeso, de los cuales se han identificado alrededor de 25 locales de distribución y venta directa al público de artesanías.

3.3. Método

El diseño para la presente investigación se determinará con el método descriptivo, bajo un enfoque cualitativo, que permitirá ser más objetivo debido a que se pretende recopilar información confiable y veraz bajo el tipo de investigación por muestreo intencionado, donde la muestra se extraerá de los diferentes talleres de artesanías de barro y yeso que operan en la actualidad y las instituciones asociadas que en el mismo contexto brindan algún tipo de apoyo técnico o especializado para este rubro, tomando en cuenta a los

propietarios, productores, administradores o encargados que se ubiquen al momento de la visita.

3.4. Técnicas e Instrumentos

3.4.1. Técnicas

Las técnicas permiten explicar la manera de llevar la investigación, sin embargo, se utilizarán para indagar la información requerida, y así obtener datos precisos para dar respuesta a la problemática actual en el sector de artesanías de barro y yeso, en relación con las formas de comercialización de sus productos en la actualidad.

La técnica utilizada para la investigación del tema es la entrevista, ante ello esta permite la recopilación de información a través de una guía estructurada de interrogantes donde el sujeto de estudio proporcione respuestas a diferentes lineamientos previamente diseñados sobre cuáles son las formas de comercialización de las artesanías que poseen en la actualidad, y sobre que piensan del uso de estrategias de comercialización no tradicionales para el mercado de artesanías de barro y yeso, donde la información captada permita obtener datos cualitativos que abonen al logro del estudio.

3.4.2. Instrumento de recolección de datos

El instrumento utilizado para la presente investigación es: la guía de interrogantes la cual consiste en la recopilación de datos a través de una conversación dirigida personalmente donde el sujeto entrevistado da respuestas

a una serie de interrogantes en distintas áreas plasmadas en el momento y que las realiza un entrevistador. Para ello se utilizara una guía estructurada de preguntas, donde el tamaño de la muestra intencionada será acorde al número de personas disponibles al momento de la visita; el objetivo de esta es de indagar sobre la labor que realizan los propietarios, administradores y encargados de los talleres de artesanías de barro y yeso, las cooperativas y dirigentes actuales del CEDART (Centro de Desarrollo Artesanal en Ilobasco) en relación a la forma actual de comercialización de las artesanías de barro y yeso.

3.5. Procedimientos

El levantamiento de información de campo se hizo directamente con las personas encargadas de cada taller de elaboración de artesanías, de igual forma con los encargados de comercialización de los productos de barro y yeso, a quienes que se conocen como contactos de venta de artesanías al por mayor y menor, se concertó una cita para pasar poder realizar la guía de preguntas que está elaborada en base a los objetivos del estudio.

Complementariamente se hizo uso de comunicación directa con los entrevistados, vía visita previa y llamada telefónica, con el propósito de confirmar datos generales de las personas abordadas.

Con el propósito de justificar y enriquecer la información que se recopiló con las instituciones investigadas, se hizo una entrevista personal con la directora encargada del CEDART (Centro de Desarrollo Artesanal), para

conocer el tipo de estrategias que se están utilizando en la asesoría y apoyo al sector artesanal de Ilobasco en relación a sus productos y las formas actuales de comercialización, asesoría técnica en la mejora de sus procesos de manufacturación, el mejoramiento de los acabados, la presentación y la competitividad comercial de los productos artesanales, así mismo el análisis de la competencia, las expectativas y tendencias que tiene para el mercado de las artesanías de barro y yeso en el futuro.

3.6. Estrategias de Análisis de Datos

Este instrumento de medición ha sido indispensable para obtener los datos necesarios para el desarrollo de esta investigación, con el cual se pretende recopilar información concisa y veraz, que abone una aportación valiosa de las entrevistas realizadas a las instituciones de apoyo al sector, a los propietarios, administradores y encargados de los diferentes talleres de artesanías, y la forma en como ellos han aportado el recurso informativo para el desarrollo del presente estudio para el análisis de resultados.

En relación con este último se pretende poder realizar un planteamiento de estrategias y alternativas de comercialización para el mercado de artesanías de barro y yeso.

La estrategia de análisis se basa en la tabulación de datos y elaboración de tablas para el vaciado de información con sus respectivos análisis enfocados en las respuestas de la muestra tomada en los diferentes talleres de artesanías visitados e instituciones involucrada

Capítulo IV Análisis de Resultados

4.1. Entrevista del Sector Institucional

Objetivo Específico: Diagnosticar estrategias para la comercialización de los productos artesanales de barro y yeso.

Datos del entrevistado: Licenciada Verónica Miranda, actual directora del CEDART Ilobasco (Centro de Desarrollo Artesanal)

Pregunta/ Área de Investigación	Respuesta
1. ¿Desde cuándo brindan asesoría a los talleres y negocios artesanales?	El proyecto CEDART se inició en 1998, pero se brinda asesoría desde los años 2,000.
2. ¿Considera que los productos con que elaboran las artesanías por parte de los artesanos son de primera calidad?	Se pretende que con el apoyo que ellos brindan la materia prima sea de calidad, para ser mejor vendido
3. ¿A cuántos talleres y negocios de artesanías de barro y yeso le proporcionan asesoría especializada?	Depende de cuantas personas los buscan ya que hay personas que no les dan importancia, ni les dedican tiempo.
4. ¿El servicio que ustedes brindan tiene algún tipo de costo o arancel por parte del beneficiario?	No tiene costo, el servicio es totalmente gratuito
5. ¿Qué otros servicios le proporcionan a los artesanos y negocios de artesanías?	Espacios para trabajar dentro de las instalaciones y se les brinda la materia prima, uso de hornos y otros materiales
6. ¿Qué requisitos se deben cumplir para ser beneficiarios con la ayuda que se les brinda?	El único requisito es ser artesano
7. ¿Qué tipo de programas les son proporcionados o brindados a los artesanos?	Se realizan eventos donde ellos pueden promocionar y vender sus productos y se les dan incentivos
8. ¿Qué beneficios obtienen al estar agremiados o afiliados a su institución?	Ayudas promocionales ofreciendo sus productos en lugares, como embajadas para tener mayor venta
9. ¿Cuentan con una página web en su institución o gremio?	La página oficial de CONAMYPE (www.conamype.gob.sv)
10. ¿Realiza usted algún tipo de publicidad o promoción en los talleres o negocios a quienes les brindan la asesoría?	No brindan publicidad, en la fan page del CEDART Ilobasco, solo se sube producto nuevo
11. ¿Poseen alguna línea crediticia para los artesanos y negocios de artesanías de barro y yeso?	No se cuenta con línea crediticia, por limitación de fondos, pero se hacen enlaces para la obtención de fondos con otras entidades como CONAMYPE
12. ¿Qué tipo de estrategias comerciales les enseñan a los artesanos y	La administración de sitios web y la tecnología por medio de CONAMYPE.

propietarios de negocios?	
13. ¿ Enseñan a los artesanos y dueños de negocios a elaborar planes de negocio y planes de mercadeo?	Si, pero a través de vinculaciones para que puedan llegar a más publico
Análisis: Se observa que lo que se necesita es estimular al sector productor y comercializador artesanal de Ilobasco para ampliar sus horizontes, las artesanías no son solo la variedad de productos exhibidos para su venta, no solo son objetos decorativos, se tiene que fomentar que tienen una razón de ser. Por lo tanto se puede analizar que el CEDART se concentra en fomentar el aprendizaje de nuevas técnicas en la elaboración de los productos, brindando el espacio en sus instalaciones y aportando la materia prima para la creación de las artesanías, de esta forma apoya la economía de los artesanos, incrementando sus conocimientos, fomentando la creatividad y el desarrollo de sus pequeños negocios y talleres, y si bien es cierto que en un negocio, lo que se pretende es que se trabaje mano a mano para resaltar y exaltar el trabajo realizado, ya que en muchos casos sus trabajos son artesanías que vienen de generación en generación, lo que lo convierte en un legado y lo que se pretende es mostrar parte de la cultura de Ilobasco, y que haya una sostenibilidad mutua, que se fomente el trabajo del artesano y su producto terminado, para ello el CEDART realiza diferentes eventos para que los artesanos puedan promocionar y comercializar sus productos terminados, e incrementar a la vez sus ideas para el surgimiento de productos innovadores y con ello puedan llevar a sus negocios al crecimiento del sector productivo de artesanías de barro y yeso en el municipio de Ilobasco.	

4.2. Entrevistas del Sector Productor de Artesanías

Objetivo Específico: Diagnosticar estrategias para la comercialización de los productos artesanales de barro y yeso.

Pregunta/ Área de investigación	Don Alberto Hernández (propietario de taller Cerámicas Josselyn)	Don José Orlando Estrada (propietario de taller El Ranchito)	Don Mario Castro (Administrador de Taller Hecho en Barro)	Don Erick Orellana Valladares (propietario de taller El Buen Artesano)
1. ¿Cuántos modelos de artesanías en barro y yeso fabrican?	Mas de 50 modelos solo de barro	150 modelos solo de barro	Unas 60 piezas	Unos 90 modelos en barro y yeso
2. ¿De qué manera puede evidenciar que los productos con que elaboran las artesanías son de primera calidad?	Preferencia de las personas hacia sus productos	Son de calidad para garantizar la durabilidad de la pieza y se trabaja con barro local	El dueño tiene proveedores de otro lugar que proporcionan buenos productos	El barro y yeso se extraen de minas aquí en Ilobasco, es de los más buenos
3. ¿Cuál es la ventaja competitiva que tienen sus	La innovación en las	La innovación en los modelos y se fabrican	La calidad y diseños muy bonitos	Nuevos diseños y buenos acabados

productos artesanales que se fabrican en Ilobasco?	artesanías	nacimientos con nuevos diseños		
4. ¿Con cuántos empleados cuenta en su taller?	9 empleados	Con 8 empleados	Con 4 empleados	Con 5 empleados
5. ¿Desde cuándo fabrican artesanías en barro y yeso?	Desde hace 12 años	Desde hace 16 años	Hace unos 7 años	Desde el año 2008
6. ¿Cuál es la capacidad instalada de producción de su taller?	100 unidades a la semana se producen	Unas 150-180 piezas a la semana, varía por el tamaño y diseño	Unas 50 piezas semanales	Se fabrican unas 80 piezas semanales dependiendo
7. ¿En relación con el precio considera que es justo lo que pagan los turistas por las artesanías de barro y yeso comparando la calidad de sus productos?	A veces porque hay personas que, si valoran y otros no, ya que piden rebaja	No ya que los productos son caros y el turista piensa que no es caro y no valora el trabajo de los artesanos	No es justo, se pierden siempre por descuentos y el trabajo cuesta mucho	No, ya que el trabajo es muy grande y no es bien remunerado con lo que se paga por el turista
8. ¿Conoce instituciones que les brinden apoyo técnico o información de los talleres artesanales sobre estrategias de comercialización?	CONAMYPE brinda apoyo	El CEDART, está a disposición de ayudarnos cuando se requiera	No conoce ninguna	CONAMYPE a través del CEDART, brinda algunas charlas y nos asesora
9. ¿Qué productos artesanales son de mayor demanda y que considera usted que influye en ellos?	Los productos religiosos	Los religiosos y loza utilitaria	Los decorativos, ya que muchos hogares los utilizan	Los jarrones, y lo decorativo, ya que son las piezas más tradicionales
10. ¿Cuál es la forma en que comercializa las artesanías en el mercado?	Como venta directa se comercializa	Mediante encargos de comercializadores	Ya se tienen a las tiendas que se les da el producto	A través de las tiendas locales que las encargan
11. ¿Dentro del empaque de sus productos incluye la forma de cómo está elaborado el artículo?	No incluye el empaque la forma de elaboración	No se incluye	Non se incluye la forma de elaboración	No se incluye
12. ¿El empaque actual que utiliza	Solo protección,	Si se protege lo mayor posible para	Considera que, si tiene que ir	Da la protección necesaria pero no

para sus productos considera que le brinda algún tipo de protección y a su vez de publicidad para su negocio?	publicidad no	no tener perdidas, pero no se da publicidad	seguro, pero no la publicidad	se les pone publicidad
13. ¿Considera que aplicando estrategias de comercialización no tradicionales podría mejorar su negocio?	Si pudiera mejorar el negocio	Si se mejorara el negocio	Si pudiera mejorar	A lo mejor funcione, pero se tendría que probar
14. ¿ Realiza usted algún tipo de publicidad o promoción en los productos que se comercializan?	Si se realiza promoción por fan Page en Facebook	No se realiza publicidad ya las personas reconocen el buen trabajo	El dueño se encarga de ello, mediante fotografías	Solo recomendándose con los vendedores
15. ¿ Cuenta usted con una página web en su negocio?	No hay página web	No hay página web	No se tiene página web	No se tiene página web
Análisis: puede observarse claramente las diversas deficiencias que enfrentan los productores de artesanías de barro y yeso en Ilobasco, esto debido en primer plano a la poca capacidad instalada que poseen en sus talleres, el poco espacio y la falta de recurso humano para la elaboración de estos. Posterior a ello el desconocimiento que se tiene en materia de las instituciones que podrían aportar ayuda y asesoría técnica al sector, esto unido a la falta de líneas crediticias que le inyecten capital al rubro. Puede connotarse también la forma tradicional y autómatas en que se realiza la comercialización de los diferentes productos creados en barro y yeso, y la falta del uso de tecnología en sus procesos. Cabe agregar que en cuanto al empaque y embalaje de los productos se realiza nada más de una forma mínima, simplemente es para proteger de alguna manera el producto y se carece totalmente de la parte publicitaria en el sector.				

4.3. Entrevistas del Sector Comercializador de las Artesanías

Objetivo Específico: Identificar estrategias de venta bajo un enfoque competitivo para los productos artesanales de barro y yeso.

Pregunta/ Área de Investigación	Karla Escobar (artesanías Divino Maestro)	María Rodríguez (artes Ciudad de Barro)	Gabriela Láinez (artesanías Barro Eterno)	Arely Chávez (Cerámicas El Artesano)
1. ¿Cuántos modelos de	Son unos 250 modelos de	Quizás unos 350-400 modelos de	300 modelos de barro y yeso y	Son unos 400 modelos en

artesanías en barro y yeso tienen a disposición para la venta?	artesanías en barro, yeso y madera	barro, yeso y madera	madera	barro y 40 en yeso
2. ¿De qué manera puede evidenciar que los productos con que elaboran las artesanías son de primera calidad?	El barro es extraído de aquí y es de buena calidad, ya que es moldeable	Porque las artesanías salen buenas y duran, no se quiebran	Son productos duraderos y la calidad y el acabado son notables	Las pinturas son las adecuadas utilizan el mejor barro y lo procesan
3. ¿Cuál es la ventaja competitiva que tienen sus productos artesanales que comercializa en Ilobasco?	Variedad en los productos	Buena atención al cliente, variedad de estilos colores	Tienen todo tipo de artesanía rusticas y finas	Hay muchos productos y algunos son únicos
4. ¿Con cuántos empleados cuenta en su taller?	2 empleados	2 empleados	2 empleados	Con 3 empleados
5. ¿Desde cuándo comercializan artesanías de barro y yeso?	Esta tienda según le conto el dueño lleva 10 años	Hace 15 años	Desde hace 8 años	Desde hace 15 años
6. ¿En relación con el precio considera que es justo lo que pagan los turistas por las artesanías de barro y yeso comparando la calidad de sus productos?	No es justo porque los materiales son caros y el trabajo es pesado, las personas no valoran eso	No, ya que pagan mal por algunas piezas	No es justo ya que las ganancias son mínimas por que hacen descuento para que les compren	No es justo porque no quieren llevar la pieza por el valor establecido piden rebaja
7. ¿Conoce instituciones que les brinden apoyo técnico o información a los negocios artesanales sobre estrategias de comercialización?	CEDART, da apoyo en ocasiones	No conoce ninguna	No conoce instituciones que apoyen	No conoce ninguna
8. ¿Qué productos artesanales son de mayor demanda y que considera usted que influye en ellos?	Las artesanías decorativas y la madera	La miniatura y los tradicionales	Llaveros, pinturas en madera y yeso y la artesanía decorativa	Miniaturas, religiosos y en temporada los nacimientos

9. ¿Cuál es la forma en que comercializa las artesanías en el mercado?	Venta directa a los clientes	Con las personas que llegan a comprar el producto	Se vende directamente con los turistas que llegan	Con los clientes de la zona y los turistas
10. ¿Dentro del empaque de sus productos incluye la forma de cómo está elaborado el artículo?	No la incluye	No la incluye	No se incluye como está elaborado	No se incluye en el empaque
11. ¿El empaque actual que utiliza para sus productos considera que le brinda algún tipo de protección y a su vez de publicidad para su negocio?	Si le da seguridad ya que se envuelve bien para que no se dañe el producto, pero no hay publicidad	Publicidad no se da en el empaque, solo la protección de las artesanías	No tienen publicidad ya que el empaque solo es papel manila y cajas de cartón para la protección	Va protegido, pero no se hace publicidad al negocio
12. ¿Cuáles son las estrategias de comercialización que implementa en su negocio?	A veces se envían fotografías a contactos	Con recomendaciones de personas se logra vender mas	Mediante recomendaciones y envío de fotografías a contactos	Recomendar los productos para hacer llegar mas
13. ¿Considera que aplicando estrategias de comercialización no tradicionales podría mejorar su negocio?	Podría mejorar el negocio	Si mejorase	Si se mejorara con esas nuevas estrategias	Tal vez mejoraría, seria de verlo primero
14. ¿Cuenta usted con una página web en su negocio?	No se tiene página web	No se tiene página web	No se cuenta con página web	No se cuenta con página web

Pregunta/ Área de Investigación	Carmen Guzmán (artesanías Melissa)	Flor Rivas (artesanías La Esquina)	Pedro Jovel (artesanías Alfa Bambú)	Blanca Reyes (artesanías de mi Pueblo)
1. ¿Cuántos modelos de artesanías en barro y yeso tienen a disposición para la venta?	Son entre 300 a 350 modelos solo 10 son de yeso y el demás barro	No se tiene una cantidad definida, pero sería como 300 modelos de barro, yeso y madera	Unos 400 modelos en barro, yeso y madera	Poseen alrededor de 300 modelos, pero de barro
2. ¿De qué manera puede evidenciar que los productos	Porque el barro es extraído aquí en Ilobasco y se utilizan	El barro, ya está bien procesado y	Porque muchos productos y materiales son	Porque la dueña visita el taller donde los hacen

con que elaboran las artesanías son de primera calidad?	pinturas de calidad	cocido	de la zona y nunca dan problemas	para asegurarse que sean de calidad
3. ¿Cuál es la ventaja competitiva que tienen sus productos artesanales que comercializa en Ilobasco?	Variedad de productos, colores diferentes y tamaños	Tienen taller propio y hacen sus propias artesanías también	La variedad y los precios	Tienen una variedad muy amplia de artesanías decorativas, utilitarias y en miniatura
4. ¿Con cuántos empleados cuenta en su taller?	Solo yo y mis 2 hijos	1 vendedor y los artesanos	2 empleados	2 empleados
5. ¿Desde cuándo comercializan artesanías de barro y yeso?	Desde el año 2009	Desde hace 1 año	Desde hace 12 años	Desde el año 2006
6. ¿En relación con el precio considera que es justo lo que pagan los turistas por las artesanías de barro y yeso comparando la calidad de sus productos?	Si es justo ya que pagan por buena calidad y bonitos diseños	No ya que siempre piden rebaja y es poco lo que se gana al producto	A veces no, pero depende de la pieza que compren	Considero que no, ya que siempre se pide rebaja por parte del turista sin ver la calidad
7. ¿Conoce instituciones que les brinden apoyo técnico o información a los negocios artesanales sobre estrategias de comercialización?	Si, el CEDART, aunque yo casi no asisto	No conoce ninguna institución que les de ayuda	CONAMYPE, es la que da un poco de apoyo para los negocios	CASA MOJE, a veces brinda alguna ayuda de capacitaciones, ya que ellos tienen un taller y tienda, pero se paga
8. ¿Qué productos artesanales son de mayor demanda y que considera usted que influye en ellos?	Las miniaturas por su creatividad y las imágenes religiosas	Los productos de barro, yeso (llaveros) y madera	La madera decorativa, y los jarrones de barro y yeso	La artesanía decorativa ya que la mayoría, la usa en sus casas
9. ¿Cuál es la forma en que comercializa las artesanías en el mercado?	Que vengan a comprar a la tienda, y vender por mayoreo	En la localidad se comercializan	Venta directa y pedidos	Los turistas que compran en la tienda y venden por mayoreo

10. ¿Dentro del empaque de sus productos incluye la forma de cómo está elaborado el artículo?	No, no incluye la forma como está elaborado	No incluye la forma de elaboración	No se incluye	No, no la incluye
11. ¿El empaque actual que utiliza para sus productos considera que le brinda algún tipo de protección y a su vez de publicidad para su negocio?	Publicidad no, solamente seguridad para que no se dañen los productos	Si protege con papel manila pero no lleva publicidad	Si hay protección, pero no da publicidad	Solo la protección ya que no se tiene ninguna publicidad
12. ¿Cuáles son las estrategias de comercialización que implementa en su negocio?	Recomendaciones de personas y eso nos ayuda mucho	Los dueños tienen páginas en Facebook donde lo venden	Publicando el producto en redes sociales personales	A veces por redes sociales
13. ¿Considera que aplicando estrategias de comercialización no tradicionales podría mejorar su negocio?	Podría mejorar, pero no lo he hecho aun	No considera que mejorarían con nuevas estrategias de venta	Si mejorara, toda estrategia bien aplicada resulta buena para el negocio	Quizás sí, mejoraría, pero no se sabe cómo aplicar nuevas estrategias
14. ¿Cuenta usted con una página web en su negocio?	No tenemos página web	No tienen página web	No tienen página web	No tiene página web el negocio

Pregunta/ Área de Investigación	Mayra de Pérez (artesanías Virgen de Guadalupe)	Marta Hernández (artesanías Martita)	Francisco Herrera (Cerámicas Kiko)	Blanca Miranda (artesanías Divino Niño)
1. ¿Cuántos modelos de artesanías en barro y yeso tienen a disposición para la venta?	500 diseños solamente de barro, y 30 de yeso	100 modelos de barro y 10 de yeso	300 modelos de barro y unos 15 de yeso	Se cuenta con barro y yeso de diferentes lugares son 300 modelos
2. ¿De qué manera puede evidenciar que los productos con que elaboran las artesanías son de primera calidad?	Revisión del producto y de pinturas para que no pierda color	Porque nunca se le ha dañado el producto	Son productos de calidad, propios de Ilobasco	Cuentan con buena y baja calidad dependiendo del taller y el empeño que le pongan

3. ¿Cuál es la ventaja competitiva que tienen sus productos artesanales que comercializa en Ilobasco?	Cuenta con productos exclusivos en la tienda	Buen precio y calidad	Amplia variedad de cerámicas, tamaños y modelos originales	El precio lo adapta a la economía del turista
4. ¿Con cuántos empleados cuenta en su taller?	Solamente 1 empleado	1 empleado	3 empleados	Solamente ella y sus hijos
5. ¿Desde cuándo comercializan artesanías de barro y yeso?	Desde hace 4 años	Desde el año 2012	Desde el año 2007	Desde hace ya 4 años
6. ¿En relación con el precio considera que es justo lo que pagan los turistas por las artesanías de barro y yeso comparando la calidad de sus productos?	El artesano muchas veces no es remunerado acorde a todo el trabajo que hace, pero a veces si se le reconoce	Si es justo porque se le da el precio adecuado a cada producto	No es justo ya que cuesta elaborarlos y el material tiene un costo alto	Depende del precio de los productos que utilizan para elaborarlos y muchas veces no es justo porque quieren rebaja
7. ¿Conoce instituciones que les brinden apoyo técnico o información a los negocios artesanales sobre estrategias de comercialización?	El CEDART, pero no brinda apoyo a ningún comerciante	No conoce ninguna	CONAMYPE da apoyo a veces	CONAMYPE, brinda a veces asesoría y charlas
8. ¿Qué productos artesanales son de mayor demanda y que considera usted que influye en ellos?	El barro y yeso para nacionales y la madera para el extranjero y la ropa artesanal	Lo decorativo es lo que más buscan por su belleza	Productos utilitarios y lo decorativo porque es lo que más se utiliza en las casas	Los jarrones decorativos, madera y a veces la ropa artesanal
9. ¿Cuál es la forma en que comercializa las artesanías en el mercado?	Solamente en la tienda y clientes de mayoreo que distribuyen	Con las personas que vienen a comprar y turistas	Ventas directas	En el local y contactos para vender por mayoreo y distribuir
10. ¿Dentro del empaque de sus productos incluye la forma de cómo está elaborado el artículo?	No incluye la forma	No se incluye	No se incluye	No incluye como está elaborado
11. ¿El empaque	Solo la	Si se protege	Protección si se le	Si tiene protección

actual que utiliza para sus productos considera que le brinda algún tipo de protección y a su vez de publicidad para su negocio?	protección, publicidad no ya que el empaque es solamente papel y bolsa	para que no se quiebre o dañe la artesanía, pero no lleva publicidad	da al producto, porque se empaca bien pero no lleva publicidad	para satisfacer al cliente, y que el cliente regrese, pero no hay publicidad
12. ¿Cuáles son las estrategias de comercialización que implementa en su negocio?	En la fan Page personal	Envían fotografías de las artesanías	Recomendaciones de nuestros compradores con otros clientes	Por medio de fotografías y personas portavoz para promocionar
13. ¿Considera que aplicando estrategias de comercialización no tradicionales podría mejorar su negocio?	Si ya que entre más promoción mejor y tal vez se mejoren las ventas	Si tal vez mejorara el negocio	Quizás podría mejorar el negocio	Pienso que si es necesario y que podría funcionar aplicar una nueva estrategia
14. ¿Cuenta usted con una página web en su negocio?	No tengo	No tengo página web	No se cuenta con página web	No se tiene solo Facebook y was app

Pregunta/ Área de Investigación	Josefina Martínez (artesanías Carolina)	Carlos Rivas (artesanías San Pedro)	Antonieta Barrera (artesanías Barrera)	Estela, Otero (artesanías El Barro de Dios)
1. ¿Cuántos modelos de artesanías en barro y yeso tienen a disposición para la venta?	De yeso solo 10 piezas y 200 de barro	Se tienen unos 600 modelos, pocos de yeso	Cuenta con un aproximado de 150 modelos de barro y yeso	Son como 90 modelos de barro y yeso 20
2. ¿De qué manera puede evidenciar que los productos con que elaboran las artesanías son de primera calidad?	Los materiales son buenos y lo trabajan bien	El barro es muy moldeable y utilizan pigmentos naturales	Porque ha asistido a los talleres y observa los materiales que son buenos	Porque nunca han obtenido quejas del producto y el barro es local
3. ¿Cuál es la ventaja competitiva que tienen sus productos artesanales que comercializa en Ilobasco?	Son de buen material y son modelos diferentes	Amplia variedad de productos y tamaños a buen precio	Ellos elaboran los diseños y el taller se los produce tienen piezas únicas	Innovan en los estilos para variar y son de buena calidad
4. ¿Con cuántos empleados cuenta en su taller?	Solamente yo la dueña	Con 3 empleados	Con 2 empleados	Solo 1 empleado
5. ¿Desde cuándo comercializan artesanías	Desde hace 10 años	Desde el año 2008	Desde el año 1999	Desde el año 2014 comenzó

de barro y yeso?				su negocio
6. ¿En relación con el precio considera que es justo lo que pagan los turistas por las artesanías de barro y yeso comparando la calidad de sus productos?	Si es justo ya que pagan por la calidad y tamaño de cada pieza	En algunos productos es justo en otros no porque requieren más gasto y lo quieren barato	No es justo ya que a veces se da a menor precio para que las personas lo compren	Es relativo hay personas que si pagan lo justo y otras no
7. ¿Conoce instituciones que les brinden apoyo técnico o información a los negocios artesanales sobre estrategias de comercialización?	No tiene conocimiento y nadie le brinda información	CONAMYPE, a través del CEDART, nos capacita en ocasiones	Antes recibía apoyo del CEDART, ahora ya no	No conoce ninguna
8. ¿Qué productos artesanales son de mayor demanda y que considera usted que influye en ellos?	Es rotativo, pero considera que tienen más demanda los jarrones	Las miniaturas y las sorpresas picaras	Los decorativos y religiosos, les gustan mas	Los decorativos y los muñecos tradicionales
9. ¿Cuál es la forma en que comercializa las artesanías en el mercado?	Al detalle en su propio local	En el local y proveen a vendedores pequeños	En la tienda y sale a vender a otros lugares	Solo las que compran en el negocio
10. ¿Dentro del empaque de sus productos incluye la forma de cómo está elaborado el artículo?	No ya que se empaca con papel	No la incluye, sería mucho trabajo y costo	No la incluye	No se incluye la forma de elaboración
11. ¿El empaque actual que utiliza para sus productos considera que le brinda algún tipo de protección y a su vez de publicidad para su negocio?	No solo la protección, pero no implementa la publicidad	Si, muy buena protección para no dañar el producto, pero sin publicidad	Solo protección, pero publicidad no se tiene, no la lleva	Publicidad no tengo solo la seguridad y protección para transportarlo
12. ¿Cuáles son las estrategias de comercialización que implementa en su negocio?	Ninguna solo el cliente que llega a comprar	Sus hijos promocionan en sus redes sociales	Con los contactos que le ayudan a vender	Se publica el producto en Facebook para que lo vean
13. ¿Considera que aplicando estrategias de comercialización no tradicionales podría mejorar su negocio?	Quizás si funcione, pero no estoy en condiciones, ni recibo apoyo de nadie	Si pudiera mejorar en las ventas	Si pudiera mejorar	Si mejorara
14. ¿Cuenta usted con una página web en su negocio?	No ya que no puede utilizar ese tipo de cosas	No tienen página web	No tiene página web, no sabe usarla	No se tiene página web

Pregunta/ Área de Investigación	Flor Alvarado (artesanías San Miguel Arcángel)	Cristina Ayala (Christy artesanías)	Olivares Artesa (Olivares Artesanías)	Luisa Flores (artesanías Sagrado Corazón)
1. ¿Cuántos modelos de artesanías en barro y yeso tienen a disposición para la venta?	Son unos 200 modelos de barro y yeso ninguno	Son unos 450 modelos de artesanías de barro y yeso no se tiene	100 productos solamente de barro	150 modelos solo de barro, de yeso nada
2. ¿De qué manera puede evidenciar que los productos con que elaboran las artesanías son de primera calidad?	En que las artesanías duran mucho y no pierden su color	En Ilobasco se trabaja con el mayor barro y nunca ha salido producto malo	Con la comercialización si se vende es porque tiene buena calidad y aceptación del publico	el producto no se deteriora rápidamente, lo cual evidencia la calidad
3. ¿Cuál es la ventaja competitiva que tienen sus productos artesanales que comercializa en Ilobasco?	Su calidad y que son de textura muy bonita y hay muchos estilos	Diferentes estilos y hay piezas que solo se tienen acá en la tienda	Crea su línea de productos y son únicos y son únicos en el mercado	Estilos nuevos e innovadores
4. ¿Con cuántos empleados cuenta en su taller?	Con 2 empleados	Son 3 empleados	4 empleados	Solo yo y mi hijo
5. ¿Desde cuándo comercializan artesanías de barro y yeso?	Desde el año 2011	Desde el año 2008	Desde hace 9 años	Desde hace 9 años
6. ¿En relación con el precio considera que es justo lo que pagan los turistas por las artesanías de barro y yeso comparando la calidad de sus productos?	No, ya que los materiales son caros, pero las personas no llevan el producto al precio real ya que dicen que es muy alto	No es justo ya que los productos son caros y muy buenos y el turista no valora eso	No, ya que el trabajo es muy pesado y el precio se pone un poco bajo para poder venderlo	No es justo ya que se desvaloriza el trabajo del artesano y el costo del producto es caro
7. ¿Conoce instituciones que les brinden apoyo técnico o información a los negocios artesanales sobre estrategias de comercialización?	El CEDART, brinda apoyo, pero no se benefician ya que a veces no asiste a las charlas	CONAMYPE, brinda apoyo, con charlas para mejorar el negocio	Ninguna	CONAMYPE es la única que conoce
8. ¿Qué productos artesanales son de mayor demanda y que considera usted que influye en ellos?	El muñeco popular, miniaturas y decorativas por sus colores	La loza utilitaria, ya que las personas la utilizan mucho en casa	Productos utilitarios y decorativos	Los de loza utilitaria y los religiosos

9. ¿Cuál es la forma en que comercializa las artesanías en el mercado?	Venta directa con las personas	Las que se venden en el local y estas proveen a otros lugares	Venta directa con los clientes y turistas	Mediante pedidos y la venta directa al menudeo
10. ¿Dentro del empaque de sus productos incluye la forma de cómo está elaborado el artículo?	No se incluye eso	No se incluye ya que el empaque es solo papel periódico y manila	No incluye nada	No se incluye la forma de elaboración
11. ¿El empaque actual que utiliza para sus productos considera que le brinda algún tipo de protección y a su vez de publicidad para su negocio?	Publicidad no se brinda solo la protección de las artesanías	No se incluye publicidad, pero si se le da la mayor protección para que no se dañe el producto	Solamente protección, pero publicidad nada ya que eso hace más caro el precio, y al final solo se bota el empaque	Solamente se protege no se da publicidad
12. ¿Cuáles son las estrategias de comercialización que implementa en su negocio?	Promocionarlo con las personas	Fotografías enviadas a sus contactos de los modelos	En el local y redes sociales personales	Solo mostrando el producto a las personas
13. ¿Considera que aplicando estrategias de comercialización no tradicionales podría mejorar su negocio?	Si se mejorara, nos visitarían más personas tal vez	Si pudiese mejorar el negocio, y a vender mas	Posiblemente podrían ayudar al realizarlas	Puede que si se mejore el producto
14. ¿Cuenta usted con una página web en su negocio?	No hay página web	No tengo página web	No tengo página web en la tienda	No hay página web

Análisis: puede observarse claramente en el sector que comercializa los productos de barro y yeso en Ilobasco, se realiza el proceso de comercialización de forma tradicional y como venta directa, es decir que se espera solamente a la afluencia de turistas o diversos compradores por mayoreo que se acerquen a las diferentes tiendas, además de ello se tiene el desconocimiento en la mayoría de las tiendas tomadas en cuenta para el presente estudio del apoyo existente por parte de instituciones que puedan aportar mejoras al sector de las artesanías de barro y yeso, en relación a los precios establecidos por el producto no se tienen reglas claras es decir, existe en todas las tiendas el poder regatear y alterar el precio en favor de la clientela, no existe la estandarización de precios, tampoco un sistema que determine los costos de producción o el margen de ganancia de los diferentes productos de barro y yeso.

Puede observarse también que en su mayoría las diferentes tiendas donde se comercializan los productos cuentan con pocos empleados para la atención de los clientes, estos se encuentran en un rango entre 2 a 5 empleados por cada tienda, quiere decir que estas personas realizan la función de vigilante, cajero, vendedor, emparador, cargador y despacho de las artesanías.

En ese mismo sentido cabe agregar que existen tiendas que cuentan con 20 años de antigüedad, unas con 15 años y otras con un tiempo menor a 4 años de existencia en el mercado de comercialización de artesanías de barro y yeso, muchas de ellas son atendidas por sus propietarios y ellos manifiestan que no hacen uso de las herramientas tecnológicas debido a que no tienen conocimiento de su uso y aplicación de estas.

Cabe agregar la falta de implementación de recursos tecnológicos por parte de los comercializadores, ya que no se realiza publicidad alguna para las tiendas, y en relación con la tecnología aplicada al negocio, solamente se hace uso de redes sociales, pero a criterio personal de parte del propietario de las tiendas, de algún familiar o en todo caso de su encargado o empleado en la tienda, ninguna de las tiendas cuenta con una página web donde pueda mostrar y tener un catálogo digital de productos de barro y yeso, tampoco existe una fan page, tampoco existe una cuenta en Instagram donde puedan compartir material audio visual e interactuar con sus clientes o con el turista que les visita.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Precisando de una vez y tomando en cuenta los objetivos establecidos de la investigación, el marco teórico y desde luego los resultados obtenidos se concluye que:

Se puede afirmar que Ilobasco es un municipio orgulloso de su cultura y a su vez se puede ver la importancia que tiene al transmitir parte de sus costumbres y tradiciones a las nuevas generaciones que ayudaran para el fomento y desarrollo del municipio y así mismo no perder esa esencia que los identifica como muñequeros.

En ese mismo orden y dirección cabe agregar que es muy peculiar que padres e hijos estén inmersos en la fabricación y comercialización de artesanías, es decir que el legado se transmite de forma directa en cada familia del municipio, donde las nuevas generaciones aprenden las diferentes técnicas de alfarería, de moldeo y preparación del barro, así mismo las diferentes técnicas de pintado de las artesanías fabricadas en el municipio.

El CEDART y los talleres de artesanías, además del papel que desempeñan como agentes económicos en materia de innovación, capacitación, competitividad y productividad, tienen que preocuparse no solo por obtener un aumento en el desarrollo local sostenible, sino también por elaborar productos aceptables desde el punto de vista ambiental; es decir que

dichos productos posean una tendencia a eliminar los residuos perjudiciales para el medio ambiente.

Se concluye también que el sector artesanal utilice diversas herramientas o alternativas de comercialización no tradicionales que les beneficie económicamente, potenciando sus talleres y tiendas de comercialización y a su vez que estas puedan incrementar su alcance e incursionar en nuevos mercados locales y extranjeros.

Dadas las condiciones que anteceden cabe agregar que existe un alto grado de aceptación de las artesanías por parte de los visitantes y turistas, no es curioso que los productos artesanales, según la investigación realizada sean muy atractivas ya que, estas y el proceso artesanal que conllevan es muy notorio y tiene diversos procesos, más sin embargo esta virtud de dicho proceso no es difundido y compartido entre la población y los diferentes compradores de dichos productos.

No hay una adecuada relación y coordinación entre las instituciones y talleres de artesanos de barro y yeso con respecto al financiamiento, y asesoría técnica, sin embargo, el CEDART, manifiesta realizar un proceso de intermediación entre la fuente de financiamiento CONAMYPE y los diferentes talleres de artesanías, y que dicha institución brinde apoyo con diferentes líneas crediticias para el sector artesanal, además el CEDART manifiesta que existe una negatividad por parte de los propietarios o encargados de algunos talleres

y el CEDART con relación a las diferentes ferias y eventos que realizan para el comercio y promoción de las artesanías elaboradas de barro y yeso.

Las diversas estrategias de comercialización no tradicionales son una herramienta muy importante en mercadeo, pero lastimosamente no se ha podido aplicar de una manera más técnica en el sector de las artesanías, claro está; que, si han sido utilizadas algunas de ellas, 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 más apropiada.

En ese mismo sentido cabe agregar la carencia de uso de nuevas tecnologías, por parte de los principales actores implicados en dicha investigación y este factor obliga de alguna manera a la imperante falta o nula aplicación de alternativas de comercialización para el mercado de artesanías de barro y yeso.

En relación con el empaque puede manifestarse que es uno de los factores muy importantes en el producto, ya que mediante este se le da la imagen y presentación al producto, en esta Investigación se constató de primera mano que lastimosamente no todas las personas lo utilizan, tanto en sus talleres de fabricación, como en las tiendas donde se comercializan los productos, esto se debe a que la mayoría de entrevistados considera este

proceso como un gasto innecesario o demasiado caro, lo ideal sería que de esta forma en el empaque se describe de una manera breve la forma de cómo está elaborado el producto y cuál es la forma de poder usarlo, de la misma forma se le da la publicidad al producto, a la tienda o en todo caso a su fabricante, y con ello darse a conocer ante los demás.

Otro aspecto muy notorio es uno de los principales problemas del sector y es la falta de conocimiento sobre las instituciones que proporcionan ayuda al sector, asesoría y apoyo técnico para el sector de las artesanías en Ilobasco.

✓ *Recomendaciones*

Implementar las alternativas de comercialización no tradicionales propuestas dentro del presente estudio.

Implementar programas de capacitación a todos los talleres y tiendas de artesanías, por parte del CEDART, desarrollar una capacitación sobre lo que son las alternativas de comercialización no tradicionales, realizar una orientación sobre este aspecto a los artesanos y comercializadores, ya que este es uno de los inconvenientes del sector artesanal de no saber cuáles son las alternativas y como se pueden poner en práctica, y de igual forma en como poder realizar un excelente proceso de comercialización de los diferentes productos elaborados de barro y yeso y no estar solamente a la espera de los clientes y turistas.

Promocionar por medio del CEDART Ilobasco para que puedan darle un poco más de apoyo al sector artesanal y ayudarles a los talleres más pequeños reconociendo la labor del artesano y la de los comercializadores como aporte a la cultura salvadoreña, incrementando la formación de nuevos artesanos y que se continúe el legado cultural de la fabricación de artesanías de barro y yeso en Ilobasco, y que dichas capacitaciones sean utilizadas como herramientas de comercialización no tradicional para el sector artesanal y que dichos artesanos puedan crecer y tener una motivación mayor para seguir adelante con su negocio, de igual forma incluir a las tiendas de comercialización de productos y no excluirlas de dicho beneficio.

Identificarles cuales son las herramientas tecnológicas más importantes que puedan utilizar para hacer un negocio, mediante la aplicación de capacitaciones en el uso y manejo de nuevas tecnologías, desarrollo de talleres del manejo de controles de calidad, el apoyo por parte de instituciones como el CEDART, la asesoría técnica por parte de la UTEC mediante el CDMYPE, quienes brindan asesoría técnica para los micro y pequeños empresarios de forma gratuita, se comprende que las estrategias pueden ser utilizadas de varias formas, pero en este caso proporcionarles información a los artesanos y comercializadores de artesanías de barro y yeso en donde se les puede apoyar de la mejor manera y cómo poder aplicar dichas alternativas.

✓ *Alternativas de comercialización propuestas*

Las alternativas de comercialización propuestas que se detallan a continuación están orientadas a los talleres artesanales de barro y yeso en Ilobasco, las cuales les servirán y serán de mucha utilidad para los efectos de ejercer una excelente comercialización de sus productos en el mercado de las artesanías de barro y yeso.

✓ *Alternativas de comercialización no tradicionales*

Al hacer referencia a las alternativas de comercialización no tradicionales se refiere o se propone en este caso a la interacción en el trabajo del artesano y el que diseña los productos, esto permite intercambiar aspectos de creatividad, destreza, conocimiento empírico.

Quiere decir que en la actualidad las empresas o pequeñas empresas se desenvuelven en un mundo globalizado donde el cambio y la innovación es constante y la capacidad de respuestas se convertirán en un elemento estratégico para los talleres artesanales de barro y yeso o para las empresas, para ello es pertinente entonces establecer y desarrollar alternativas de comercialización no tradicionales tales como: alternativas de comercialización de control de calidad, alternativas de comercialización de uso de nuevas tecnologías, alternativas de comercialización de capacitación del talento humano, alternativas de comercialización para el empaque de los productos,

alternativas de comercialización para la distribución de los productos de barro y yeso.

✓ *Alternativas de comercialización de tecnología y redes sociales*

Se recomienda el uso de alternativas de comercialización en publicidad en internet, ante ello esta estrategia se puede realizar por medio de creación de la página web, dentro de esta página se paga un costo donde se promocionará el espacio publicitario, dentro de este espacio se dará a conocer las artesanías de barro y yeso que se encuentran a la venta en Ilobasco, en estos espacios se da a conocer el lugar en donde están disponibles las artesanías para luego efectuar la compra y la forma en cómo se llevara a cabo esta.

Estos medios pueden ser visto ya sea aquí en nuestro país como en los mercados externos.

Se recomienda además realizar publicidad en catalogo digital, 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 y eficaz.

En él catalogo se encontrarán 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 estipulara una fecha y la forma de entrega de los pedidos con su respectivo empaque.

Por lo tanto, se recomienda esta alternativa con el objetivo de que en los catálogos el consumidor pueda comparar 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 Ilobasco en barro y yeso.

De igual forma se recomienda el uso y apertura de una cuenta en las diferentes redes sociales tales como Whas App, Fan Page, Twitter y una cuenta en Instagram, en cada una de ellas compartir material audio visual de los diferentes procesos de elaboración de las artesanías de barro y yeso, a su vez compartir las innovaciones y los productos más novedosos, nuevos lanzamientos de los mismos al mercado, realizar mediante dichas redes una interacción con los clientes y usuarios, realizar videos en compañía de clientes que visitan tanto los talleres y las tiendas y compartirlo en las redes, hacer convocatoria a los clientes, realizar promociones y el lanzamiento de ofertas especiales por la adquisición de productos de barro y yeso.

✓ *Alternativas en la capacitación del talento humano*

Formación de capital humano con realización de cualificación tanto para los artesanos como para los encargados de las tiendas de comercialización 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.

Se recomienda establecer y crear un 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.

Es pertinente la 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 fortalecerlos

Por ende, para que un producto pueda ser vendido debe tener un acabado perfecto, porque eso es lo que hace la diferencia ante los demás productos .

✓ Alternativas para el control de calidad de las artesanías

Por lo tanto, es pertinente que se incluyan dentro del plan de comercialización para que lleve un orden más apropiado al momento de elaborar los artículos artesanales teniendo controles de calidad apropiados.

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

Para esto se debe tener un control de calidad en 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, yeso o madera), la materia prima para 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 donde el consumidor lo desee, que sean productos excelentes.

✓ *Alternativas de comercialización para el empaque*

Como se sabe, que el empaque es importante en un producto, darles diferentes ideas para que puedan introducirlo dentro del artículo, la forma y el uso de este, para que dichos artículos sean más atractivos al cliente.

En relación con el empaque se recomienda que 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 artículo como es 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 aspectos muy importantes como son:

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

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

Empaque terciario, es el embalaje en donde irán todos los productos en un mismo depósito. Estos se clasifican según el producto que se está empacando.

Para estos productos se recomienda el empaque y la forma 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.

✓ *Alternativas para la distribución de los productos artesanales*

Es pertinente introducirle un sticker impreso a los materiales utilizados, y la forma de cómo usarlos, de igual forma de como lavarlos, si se habla de loza utilitaria o jarrones de barro y yeso.

De igual forma membretar y etiquetar a un costado de la caja donde son enviados los productos a las diferentes tiendas, y a su vez a los diferentes puntos donde se compra el producto artesanal de barro y yeso.

Referencias

- Ávila, J. (1931). Sugerencia para nuestra escuela activa: los muñecos de Ilobasco. *Nueva escuela salvadoreña*, 1(13), 12.
- Baratta, M. (1951). *Cuscatlán típico*. San Salvador, El Salvador: Talleres gráficos Cisneros.
- Bello, G. (2013). *Ilobasco, un pueblo, un producto*. San Salvador, El Salvador: Imprenta y offset Ricaldone.
- Berlanga, M. (2014). *Manual de diferenciación entre manualidad y artesanía: entre artesanía y manualidad*. México, D.F., México: Turok wallace.
- Bowen, J. (2004). *Marketing para turismo* (3 ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- Cámara Salvadoreña de Artesanos CASART. (1976). *Cámara Salvadoreña de Artesanos,(CASART)*. San Salvador, El Salvador: Imprenta y offset Ricaldone.
- Fundación Salvadoreña para El Desarrollo Económico y Social FUSADES. (1981). *Exportación exitosa de artesanías y artículos de regalo a los Estados Unidos*. San Salvador, El Salvador: Villagrán Editores.
- Gómez, I. (1859). *Estadística general de la República de El Salvador*. San Salvador, El Salvador: Regalado Editores.
- Gonzales, G. (1991). *El arte popular*. Madrid, España: Testimonio Compañía.

- Kotler, P. (2004). *Marketing para turismo* (3 ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- López, L. (1858). *Estadística de la elaboración de cerámica*. México, D.F., México: Novaro.
- Loucel, M. (1982). *Reseña general de representativos en Ilobasco*. San Salvador, El Salvador: Santillán.
- Novelo, V. (1976). *Artesanos, artesanías y arte popular de México: una historia ilustrada*. México, D.F., México: Aguilar e Historia.
- Quishpi, L. (2013). *Artesanías y liderazgo*. Quito, Ecuador: Edigram.
- Roldan, M. (1980). El Artesano. *Arqueología e historia*, 12(34), 9-12.
- Rufin, R. (2004). *Marketing para turismo* (3 ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- Sahagún, F. (1931). Sugerencias para nuestra escuela activa: los muñecos de Ilobasco. *Nueva escuela salvadoreña*, 1(13), 8-9.
- Valderrey, F. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*. México, D. F, México: Grupo Editorial Patria.

Anexos

1. Guía de entrevista para el sector institucional

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR. “GUÍA DE ENTREVISTA PARA INSTITUCIONES”	
SALUDO: Buen día, como estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador, de la carrera Técnico en Administración Turística, actualmente para optar al grado académico antes mencionado, nos encontramos realizando una investigación para medir las alternativas para mejorar la comercialización de productos artesanales elaborados de barro y yeso. Agradeceremos la veracidad en sus respuestas y su tiempo brindado. OBJETIVO: proponer alternativas de comercialización para el sector de artesanías de barro y yeso en el municipio de Ilobasco a fin de mejorar su competitividad a tal manera que permita promover su desarrollo y aprovechar las oportunidades que representan dicho mercado. INDICACIONES: por favor responder a las interrogantes realizadas de forma ordenada	
NOMBRE DEL ENTREVISTADO: _____	
CARGO O FUNCION: _____	
INSTITUCION: _____	
1) ¿Desde cuando brindan asesoría a los talleres y negocios artesanales? 2) ¿Considera que los productos con que elaboran las artesanías por parte de los artesanos son de primera calidad? 3) ¿A cuántos talleres y negocios de artesanías de barro y yeso le proporcionan asesoría especializada en la actualidad? 4) ¿El servicio que ustedes brindan tiene algún tipo de costo o arancel por parte del beneficiario? 5) ¿Qué otros servicios le proporcionan a los artesanos y negocios de artesanías? 6) ¿Qué requisitos se deben cumplir para ser beneficiarios con la ayuda que se les brinda? 7) ¿Qué tipo de programas les son proporcionados o brindados a los artesanos? 8) ¿Qué beneficios obtienen al estar agremiados o afiliados a su institución? 9) ¿Cuentan con una página web en su institución o gremio? 10) ¿Realiza usted algún tipo de publicidad o promoción en los talleres o negocios a quienes les brindan la asesoría? 11) ¿Poseen alguna línea crediticia para los artesanos y negocios de artesanías de barro y yeso? 12) ¿Que tipo de estrategias comerciales les enseñan a los artesanos y propietarios de negocios? 13) ¿Enseñan a los artesanos y dueños de negocios a elaborar planes de negocio y planes de mercadeo?	
Datos de Validación Entrevistador: _____ Fecha: _____	

2. Guía de entrevista para sector productor de artesanías

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR. "GUÍA DE ENTREVISTA PARA PRODUCTORES Y ADMINISTRADORES"	
SALUDO: Buen día, como estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador, de la carrera Técnico en Administración Turística, actualmente para optar al grado académico antes mencionado, nos encontramos realizando una investigación para medir las alternativas para mejorar la comercialización de productos artesanales elaborados de barro y yeso. Agradeceremos la veracidad en sus respuestas y su tiempo brindado. OBJETIVO: proponer alternativas de comercialización para el sector de artesanías de barro y yeso en el municipio de Ilobasco a fin de mejorar su competitividad a tal manera que permita promover su desarrollo y aprovechar las oportunidades que representan dicho mercado. INDICACIONES: Por favor responder a las interrogantes realizadas de forma ordenada	
NOMBRE DEL ENTREVISTADO: _____ CARGO O FUNCION: _____ TALLER: _____	
1) ¿Cuántos modelos de artesanías en barro y yeso fabrican? 2) ¿De que manera puede evidenciar que los productos con que elaboran las artesanías son de primera calidad? 3) ¿Cuál es la ventaja competitiva que tienen sus productos artesanales que se fabrican en Ilobasco? 4) ¿Con cuantos empleados cuenta en su taller? 5) ¿Desde cuando fabrican artesanías en barro y yeso? 6) ¿Cuál es la capacidad instalada de producción de su taller? 7) ¿En relación al precio considera que es justo lo que pagan los turistas por las artesanías de barro y yeso comparando la calidad de sus productos? 8) ¿Conoce instituciones que les brinden apoyo técnico o información de los talleres artesanales sobre estrategias de comercialización? 9) ¿Qué productos artesanales son de mayor demanda, y que considera usted que influye en ellos? 10) ¿Cuál es la forma en que comercializa las artesanías en el mercado? 11) ¿Dentro del empaque de sus productos incluye la forma de como esta elaborado el artículo? 12) ¿El empaque actual que utiliza para sus productos considera que le brinda algún tipo de protección y a su vez de publicidad para su negocio? 13) ¿Considera que aplicando estrategias de comercialización no tradicionales podría mejorar su negocio? 14) ¿Realiza usted algún tipo de publicidad o promoción en los productos que se comercializan? 15) ¿Cuenta usted con una página web en su negocio?	
Datos de Validación Entrevistador: _____ Fecha: _____	

3. Guía de entrevista para sector de comercializadores de artesanías

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR. “GUÍA DE ENTREVISTA PARA COMERCIALIZADORES”	
SALUDO: Buen día, como estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador, de la carrera Técnico en Administración Turística, actualmente para optar al grado académico antes mencionado, nos encontramos realizando una investigación para medir las alternativas para mejorar la comercialización de productos artesanales elaborados de barro y yeso. Agradeceremos la veracidad en sus respuestas y su tiempo brindado. OBJETIVO: proponer alternativas de comercialización para el sector de artesanías de barro y yeso en el municipio de Ilobasco a fin de mejorar su competitividad a tal manera que permita promover su desarrollo y aprovechar las oportunidades que representan dicho mercado. INDICACIONES: Por favor responder a las interrogantes realizadas de forma ordenada	
NOMBRE DEL ENTREVISTADO: _____ CARGO O FUNCION: _____ NEGOCIO: _____	
1) ¿Cuántos modelos de artesanías en barro y yeso tienen a disposición para la venta? 2) ¿De qué manera puede evidenciar que los productos con que se elaboran las artesanías en los talleres son de primera calidad? 3) ¿Cuál es la ventaja competitiva que tienen sus productos artesanales que comercializa en Ilobasco? 4) ¿Con cuántos empleados cuenta en negocio? 5) ¿Desde cuándo comercializan artesanías de barro y yeso? 6) ¿En relación al precio considera que es justo lo que pagan los turistas por las artesanías de barro y yeso comparando la calidad de sus productos? 7) ¿Conoce instituciones que les brinden apoyo técnico o información a los negocios artesanales sobre estrategias de comercialización? 8) ¿Qué productos artesanales son de mayor demanda, y que considera usted que influye en ellos? 9) ¿Cuál es la forma en que comercializa las artesanías en el mercado? 10) ¿Dentro del empaque de sus productos incluye la forma de cómo está elaborado el artículo? 11) ¿El empaque actual que utiliza para sus productos considera que le brinda algún tipo de protección y a su vez de publicidad para su negocio? 12) ¿Cuáles son las estrategias de comercialización que implementa en su negocio? 13) ¿Considera que aplicando estrategias de comercialización no tradicionales podría mejorar su negocio? 14) ¿Cuenta usted con una página web en su negocio?	
Datos de Validación Entrevistador: _____ Fecha: _____	

4. *Galería de imágenes durante el proceso de entrevistas en Ilobasco*



Figura 1: Blanca López Miranda (propietaria) Artesanías El Divino Niño



Figura 2: Don José Orlando Estrada (propietario) Taller El Ranchito



Figura 3: Dagoberto Hernández (empleado) Taller El Alfarero



Figura 4: Artesanías San Miguel Arcángel

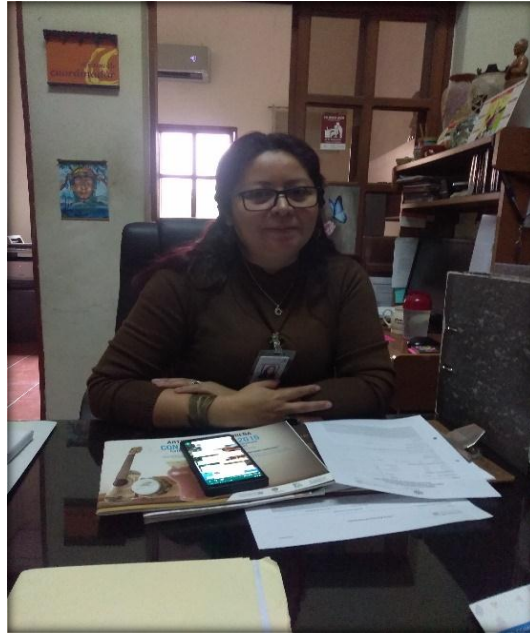


Figura 5: Licda. Verónica Miranda; directora del CEDART Ilobasco (Centro de Desarrollo Artesanal)



Figura 6: Guadalupe Martínez (empleada) Taller de Cerámicas Josselyn



Figura 7: Leticia Pérez (empleada) Taller El Buen Artesano



Figura 8: Griselda Ramírez (empleada) Tienda Artesanías Virgen María.