

## 8. TABULACIÓN Y ANALISIS DE DATOS

**Pregunta N° 1** ¿Desde cuándo se desempeña en esta labor artesanal?

**Objetivo:** Determinar el tiempo que los artesanos tienen de desarrollar su actividad artesanal. Es decir su experiencia para producir y para comercializar.

**CUADRO No.1**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
Menos de 1 año	----	----	----	----	----
De 1 a 5 años	5	1	1	7	8.43
Más de 5 años	25	24	27	76	91.57
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** Del total de la muestra encuestada según lo investigado se comprobó, que el 91.57% cuenta con una experiencia en dicha labor de más de cinco años lo cual garantiza la calidad de su producción y que solo el 8.43% cuenta con una experiencia de menos de cinco años.

**Pregunta N° 2 ¿Qué tipo de artesanías produce?**

**Objetivo:** Identificar las diferentes artesanías que más se producen en las ciudades de La Palma, Ilobasco y Nahuizalco para saber cual de todas se comercializa más.

**CUADRO No.2**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Madera	----	24	28	52	37.14
b) Barro	30	---	---	30	21.43
c) Mimbre	---	21	---	21	15
d) Tule	----	16	---	16	11.43
e) Caña de la India	----	10	---	10	7.14
f) Otros	---	7	4	11	7.86
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>78</b>	<b>32</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** Según los datos que se reflejan en el cuadro anterior, se observa que las artesanías que más se elaboran son las de madera, afirmado por un 37.14% de los encuestados; un 21.43% de los artesanos encuestados afirma que producen artesanías de barro; más un 15% dice que produce artículos de mimbre; no así un 11.43% manifiesta que produce artículos de tule, pero un 7.86 de los encuestados asegura que su producción es de otros tipos de materia (sin querer dar detalles); y un 7.14% afirmó que sus artículos son producidos de caña de la india.

**Pregunta N° 3** ¿Utiliza alguno de estos medios para controlar sus recursos (materiales, financieros y humanos) para su desarrollo artesanal?

**Objetivo:** Indagar si los artesanos utilizan algún medio de control que les permita administrar de una manera más eficiente sus inventarios.

**CUADRO No.3**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Contabilidad	15	12	25	52	14.25
b) Sistemas de costos	15	11	24	50	13.70
c) Control de ventas	26	12	28	66	18.08
d) Control de Producción	24	12	28	64	17.53
e) Control de Consumo	15	12	25	52	14.25
f) Control de Calidad	28	25	28	81	22.19
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>84</b>	<b>158</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** El subsector artesanal está muy organizado y se puede comprobar, porque todos los artesanos utilizan uno u otro sistema de control que les permite evaluar mejor su capacidad de producción y comercialización. Los datos de la investigación reflejan que un 22.19% lleva un control de calidad de sus productos; un 18.08% realiza controles de venta, un 17.53% control de su producción, un 14.25% confirmó llevar control sobre el consumo de materia prima; ese mismo porcentaje asegura llevar controles contables y un 13.70% manifiesta llevar un sistema de control de costos.

**Pregunta N° 4** ¿Cuántas horas laborales en promedio toma hacer un artículo?

**Objetivo:** Determinar el tiempo promedio en horas y días, que les toma a los artesanos elaborar las diferentes artesanías.

**CUADRO No.4**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) 4 a 6 semanas	----	11	---	11	5.73
b) 1 a 3 semanas	----	25	---	25	13.02
c) 5 a 6 días	15	21	---	36	18.75
d) 12 horas a 1 día	18	13	28	59	30.73
e) 10 horas a 15 minutos	10	16	15	41	21.35
f) No especificó	2	4	14	20	10.42
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>90</b>	<b>57</b>	<b>192</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** De los 83 encuestados hubo un 30.73% que manifestó que el tiempo promedio que se tardan en elaborar sus artículos artesanales es de 12 horas a un día, un 21.35% dijo que se tarda de entre 10 horas a 15 minutos, un 18.75% manifestó que se tarda de 5 a 6 días, un 13.02% dijo que sus artículos requiere de un tiempo aproximado de elaboración de 1 a 3 semanas, hubo un 10.42% que no quiso especificar cuanto se tarda y solo un 5.73% dijo utilizar entre 4 a 6 semanas para elaborar sus artículos artesanales.

Por supuesto, que el tiempo varía de acuerdo al tipo de artículo, al tamaño y al número de personas que intervienen en su elaboración.

**Pregunta N° 5** ¿Cuál es su producción mensual en unidades aproximadamente?

**Objetivo:** Conocer su capacidad de producción mensual aproximada para satisfacer su demanda.

**CUADRO No.5**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Producción de Artesanías de 01 a 1,000 unidades	18	19	28	65	78.31
b) Producción de Artesanías de 1001 a 5,000 unidades	5	2	5	12	14.46
c) Producción de Artesanías de 5000 a 30,000 unidades	2	2	2	6	7.23
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>35</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** De la mayoría de artesanos que se entrevistó, el 78.31% dijo que producían mensualmente aproximadamente 1000 unidades, un 14.46 dijo que produce entre 1,001 a 5,000 unidades, solo un 7.23% dijo que su producción era mayor es decir de 5,001 a 30,000 unidades mensuales. Se puede observar que existe sin lugar a duda una gran capacidad de producción por parte de los artesanos, la cual podría ampliarse de acuerdo a la demanda existente.

**Pregunta N°5 A** ¿Cuál es su producción mensual en colones, aproximadamente?

**Objetivo:** Conocer en forma general el volumen de producción que tienen los artesanos de sus artesanías.

**CUADRO No.6**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Producción de Artesanías al mes de ₡0.00 a ₡5,000.00	20	8	17	45	54.22
b) Producción de Artesanías al mes de ₡5,001.00 a ₡20,000.00	12	10	8	30	36.14
c) Producción de Artesanías al mes de ₡20,001.00 a ₡65,000.00	5	1	2	8	9.64
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>19</b>	<b>27</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** Del total de encuestados el 54.22% tienen una producción de artesanías al mes que van desde ₡5,000.00, un 36.14% produce desde ₡5,001.00 a ₡20,000.00, y un 9.64% de los artesanos produce más de ₡20,000.00 al mes.

**Pregunta N° 6** ¿Está satisfecho con el volumen de ventas que tiene actualmente?

**Objetivo:** Identificar si sus productos tienen la demanda que los artesanos esperan.

**CUADRO No.7**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) SI	18	11	18	47	56.63
b) NO	12	14	10	36	43.37
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** En todas las actividades productivas existe satisfacción e insatisfacción por sus ventas. El 56.63% de los artesanos dicen estar contentos por sus volúmenes de venta, pero un 43.37% dice no estar satisfechos.

Se puede observar que existe un buen número de artesanos que desean ampliar su mercado para mejorar sus ventas.

**Pregunta N° 7** ¿Cuál es su margen (%) de ganancia que los artesanos aplican a las diferentes artesanías que venden?

**Objetivo:** Indagar cual es el margen de ganancia promedio que los artesanos aplican a sus artesanías.

**CUADRO No.8**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Del 10% a 20%	17	13	5	35	42.17
b) Del 30% a 40%	12	12	19	43	51.81
c) Del 50% a 60%	1	---	2	3	3.61
d) Más del 60%	---	---	2	2	2.41
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** El 51.81% de los artesanos encuestados confirman que sus ganancias son del 30% hasta el 40% sobre sus costos, el 42.17% dice que obtiene entre un 10% a 20% de utilidad, un 3.61% dice que sus ganancias son entre el 50% y el 60% y solo un 2.41% manifestó que obtiene más del 60% de utilidad. Esto indica que más de la mitad de los encuestados obtiene un margen arriba del 30% de utilidad de los artículos que producen.

**Pregunta N° 8 ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?**

**Objetivo:** Identificar el alcance tecnológico que tienen dichos artesanos para evaluar que tan viable es introducir a nuevas opciones tecnológicas, que les ayuden a una mayor producción y comercialización de sus productos..

**CUADRO No.9**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Eléctrica	2	25	25	52	38.81
b) Manual	30	22	30	82	61.19
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>47</b>	<b>55</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** De los resultados obtenidos en la investigación un 61.19% dice que el tipo de maquinaria que utiliza es manual, y solo un 38.81% manifiesta que utiliza maquinaria eléctrica, esto indica que el uso de tecnología para el desarrollo de esta actividad es poco.

**Pregunta N° 9** ¿Desde cuándo utiliza la maquinaria que tiene actualmente?

**Objetivo:** Determinar el tiempo de uso promedio que tiene la maquinaria que los artesanos utilizan actualmente.

**CUADRO No.10**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUZALCO	LA PALMA		
a) menos de 1 año	—	1	—	1	1.20
b) De 1 a 5 años	13	2	4	19	22.90
c) Más de 5 años	17	22	24	63	75.90
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** La maquinaria utilizada por los artesanos no es tan reciente porque un 75.90% de los encuestados dijo que su maquinaria tiene más de 5 años de uso, un 22.90 manifestó que la maquinaria que utiliza tiene entre un año a cinco años y sólo un 1.20% que su maquinaria es reciente porque tiene menos de un año de uso.

**Pregunta N° 10** ¿Qué recursos utiliza para diseñar sus artesanías?

**Objetivo:** Conocer cuáles son las herramientas que los artesanos utilizan para elaborar sus diseños de artesanías.

**CUADRO No.11**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Creatividad	28	18	28	74	40
b) Catálogos	19	16	27	62	33.51
c) Muestras	1	6	42	49	26.49
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>40</b>	<b>97</b>	<b>185</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** La herramienta que más utilizan los Artesanos para su producción es su propia creatividad, eso lo manifestó el 40% de los encuestados, otros artesanos es decir, un 33.51% afirmó que los hacen a través de catálogos y un 26.49% dijo las elaboran con base a muestras.

**Pregunta N° 11** ¿Considera que podría mejorar sus productos?

**Objetivo:** Saber cuál es la disponibilidad que tienen los artesanos para mejorar sus artículos en cuanto a calidad, variedad y precio.

**CUADRO No.12**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) SI	30	24	26	80	96.39
b) NO	---	1	2	3	3.61
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** Según los resultados de la investigación la mayoría de los encuestados un 96.39% aseguró poder mejorar sus productos en cuanto a calidad, variedad y precio, lo cual estaría en función de las exigencias del mercado, más un 3.61% dijo no poder hacerlo porque consideran que sus productos son de excelente calidad, que producen una gran variedad de estos y que ofrecen los mejores precios.

**Pregunta N° 12** ¿Tiene algún tipo de apoyo de entidades?

**Objetivo:** Comprobar si los artesanos cuentan con algún tipo de apoyo de entidades como Prodesar, Coexport u otras, para poder producir o comercializar sus productos.

**CUADRO No.13**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) SI	3	3	24	30	36.14
b) NO	27	22	4	53	63.86
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** En los últimos años el subsector artesanal ha contado con el apoyo de algunas instituciones como Prodesar y Coexport, aún así la mayoría de los artesanos encuestados es decir, un 63.86% dijo nunca haber recibido algún tipo de ayuda; más sin embargo un 36.14% manifestó si recibir ayuda de esta entidades respecto a financiamientos, capacitaciones entre otras cosas.

**Pregunta N° 13** ¿Cuáles considera que han sido los mayores tropiezos por los que ha pasado en la labor artesanal desde su inicio?

**Objetivo:** Conocer los obstáculos que influyen en la producción artesanal y la vez si son superables.

**CUADRO No.14**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Restricciones económicas	25	9	18	52	59.77
b) Competencia	7	10	7	24	27.59
c) Falta de Materia Prima	1	1	2	4	4.60
c) Otros	1	4	2	7	8.05
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>24</b>	<b>29</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** El 59.77% de los artesanos encuestados afirmó que uno de los mayores tropiezos que han tenido para su desarrollo es la escasez de recursos económicos, otro de los factores ha sido la competencia con un 27.59%, un 8.05% considera que si otros factores que inciden, pero un 4.60% consideran que uno de los problemas es la escasez de la materia prima.

**Pregunta N° 14** ¿Cuál es la fuente de financiamiento que utiliza?

**Objetivo:** Identificar las fuentes de recursos financieros que utilizan los artesanos.

**CUADRO No.15**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Fondos propios	29	25	25	79	68.10
b) Cooperativas de crédito	0	3	2	5	4.31
c) Instituciones financiera (bancos)	8	6	13	27	23.28
d) Préstamos a particulares	0	1	4	5	4.31
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>35</b>	<b>44</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>

**Análisis:**

Los recursos con los que la mayoría de artesanos trabaja son los recursos propios confirmado por un 68.10%; un 23.28% lo hacen a través de financiamientos obtenidos a través del sistema financiero; el 4.31% dice trabajar con fondos prestados a personas particulares y el mismo porcentaje de los encuestados manifiesta que trabaja con recursos obtenidos en Cooperativas.

**Pregunta N° 15** ¿Considera que posee ventajas en relación a su competencia?

**Objetivo:** Conocer la opinión de los artesanos en cuanto a cuáles serían sus ventajas con respecto a su competencia.

**CUADRO No.16**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) SI	21	13	25	59	71.08
b) NO	9	12	3	24	28.92
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** Del total de la muestra un 71.08% afirma poseer ventajas en relación a su competencia en cuanto a precios, calidad, producción y venta de sus productos; más un 28.92% dice que no posee ventajas pues la mayoría ofrece similares precios y calidad.

**Pregunta N° 16** ¿Qué medio utiliza para dar a conocer sus productos al público?

**Objetivo:** Identificar de qué forma promocionan sus productos y a la vez saber si utilizan los adecuados?

**CUADRO No.17**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Anuncios (TV, Radio, Hojas volantes)	1	2	---	3	3.45
b) Descuentos	1	4	---	5	5.75
c) Ferias	11	5	16	32	36.78
d) Mercados	1	0	7	8	9.20
e) Otros	---	3	9	12	13.79
f) Se abstuvieron	16	11	---	27	31.03
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>32</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** Un 36.78% de los encuestados manifestó que da a conocer sus productos a través de ferias, el 31.03% se abstuvo de contestar, un 13.79% dijo que son varios los métodos que utilizan para dar a conocer sus productos, un 9.20% dijo lo hacen a través de mercados; un 5.75% considera que se da a conocer por los descuentos que hace a sus clientes, y solo un 3.45% dice utilizar los anuncios en medios como la radio y la guía telefónica.

**Pregunta N° 17** ¿Cuáles son los beneficios que según su criterio proporciona el sector artesanal al país?

**Objetivo:** Conocer la opinión de los artesanos sobre cuáles según criterio son los beneficios que este subsector ofrece al país?

**CUADRO No.18**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Empleo	24	19	27	70	45.45
b) Fomenta el turismo	21	12	8	41	26.62
c) Generación de divisas	12	2	11	25	16.23
d) Otros	—	11	4	15	9.74
e) Abstenciones	3	—	—	3	1.95
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>44</b>	<b>50</b>	<b>154</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** Según los artesanos encuestados ellos brindan un gran aporte a la economía salvadoreña, pues el 45.45% afirma que el mayor aporte es la generación de empleo; un 26.62% dice que fomenta el turismo; el 16.23% considera que genera divisas; un 9.74% no dio detalles pero manifiesta que son otros los aportes de este subsector; y un 1.95% se abstuvo de contestar dicha pregunta.

**Pregunta N° 18** ¿En la actualidad, en que mercados vende más sus productos artesanales?

**Objetivo:** Saber y a la vez clasificar los tipos de mercados que estos talleres poseen.

**CUADRO No.19**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUZALCO	LA PALMA		
a) Local	28	25	28	81	47.37
b) Nacional	15	11	17	43	25.15
c) Regional	8	4	13	25	14.62
d) Internacional	7	2	13	22	12.87
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>42</b>	<b>71</b>	<b>171</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** La mayor venta que realizan los artesanos es en sus propios talleres eso lo confirma el 47.37% de la muestra; más el 25.15% dijo que su mercado estaba expandido a nivel nacional como por ejemplo S.S., San Miguel, La Libertad y Santa Ana; el 14.62% confirma que su venta no solo es a nivel nacional sino también a nivel regional; y el 12.87% dijo que su mercado se expande a nivel internacional.

**Pregunta N° 19** ¿Si su mercado está compuesto por otros países, podría mencionar cuales?

**Objetivo:** Identificar cuáles son sus mercados internacionales y a la vez si pertenecen a la misma región.

**CUADRO No.20**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) Guatemala	2	—	13	15	11.03
b) Honduras	1	—	12	13	9.56
c) Estados Unidos	2	1	9	12	8.82
d) Inglaterra	—	—	5	5	3.68
e) Canadá	1	—	4	5	3.68
f) Nicaragua	1	1	3	5	3.68
g) Costa Rica	2	1	3	6	4.41
h) Belice	—	—	3	3	2.21
i) Panamá	1	1	2	4	2.94
j) Alemania	—	—	2	2	1.47
k) Australia	1	—	1	2	1.47
l) Italia	—	1	1	2	1.47
m) España	1	—	—	1	0.74
n) Islas del Caribe	1	—	—	1	0.74
N) No contestaron	24	20	16	60	44.12
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>25</b>	<b>74</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** Del total de la muestra un 55.88% de los encuestados manifestó exportar sus productos y dentro de los países a los que más se exportan están en Guatemala, Honduras, E.E.U.U., Costa Rica, Inglaterra, Canadá, entre otros; más un 44.12% confirmó que sus productos no los exportan actualmente.

**Pregunta N° 20** ¿Desearía ampliar su mercado?

**Objetivo:** Indagar si los artesanos están en la disposición de ampliar su mercado actual.

**CUADRO No.21**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) SI	21	17	28	66	79.52
b) NO	9	8	—	17	20.48
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** El 79.52% del total de la muestra dijo que si desea ampliar su mercado, no así un 20.48% dijo que no desea ampliar su mercado.

**Pregunta N° 21** ¿Considera que cuenta con los recursos para mejorar y agrandar su capacidad productiva?

**Objetivo:** Saber si los artesanos cuentan con los recursos necesarios y suficientes para ampliar su capacidad productiva.

**CUADRO No.22**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) SI	14	12	25	51	61.45
b) NO	16	13	3	32	38.55
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** La mayoría es decir el 61.45% de los encuestados aseguró tener los recursos para poder ampliar su mercado, pero el 38.55% dice no contar con dichos recursos.

**Pregunta N° 22** ¿Estaría en la disponibilidad de conocer y poner en práctica el método de publicidad por Internet, que le permita comercializar sus productos a nivel nacional e internacional?

**Objetivo:** Indagar si los artesanos cuentan con la disposición de conocer y poner en práctica un modelo de publicidad por Internet que les permita dar a conocer sus artesanías a nivel internacional.

**CUADRO No.23**

ALTERNATIVAS	CIUDADES			FRECUENCIA Fr.	PORCENTAJE %
	ILOBASCO	NAHUIZALCO	LA PALMA		
a) SI	27	18	28	73	87.95
b) NO	3	6	1	10	12.05
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>29</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** Muchos de los artesanos encuestados están en la disposición de conocer y poner en práctica el método de publicidad por Internet para dar a conocer sus productos a nivel mundial, esto lo confirmó el 87.95% de ellos; pero un 12.05% dice no tener interés sobre dicho sistema de publicidad.

## 9. CONCLUSIONES.

Después de haber tabulado los datos de la investigación y realizado sus respectivos análisis, se concluyó lo siguiente:

- (A) Que la mayoría de los artesanos están dispuestos a incrementar sus ventas e incursionar en otros mercados, por lo tanto están en la disponibilidad de incorporar sus productos a un modelo de publicidad por Internet.
- (B) También se pudo determinar que este subsector posee una buena capacidad de producción y por lo tanto podrán responder ante el incremento en la demanda de sus productos.
- (C) Que la forma de comercializar sus productos a nivel internacional es tradicional, utilizando catálogos, las ferias y los intermediarios, para lograr penetrar a nuevos mercados.
- (D) Que son pocas las instituciones que apoyan para que este subsector crezca y se desarrolle como tal, y las que existen lo hacen en forma limitada porque no llegan a la mayoría de los artesanos.

## 10. RECOMENDACIONES

Después de haber recopilado y analizado la información que a nuestro ver consideramos necesaria para el desarrollo de nuestro trabajo de tesis, recomendamos lo siguiente:

- Con el propósito de que el subsector artesanal logre incursionar a nuevos mercados y por ende incrementar su demanda, se recomienda la puesta en marcha del presente modelo de publicidad por Internet.
- Se sugiere que los artesanos antes de tomar la decisión de implementar este modelo, tomen en cuenta los beneficios y ventajas que se obtendrían, al igual que los costos que tendrán que incurrir.
- Se recomienda contar con el recurso humano adecuado que conozca sobre hardware, software e internet; con el fin de obtener máximos resultados al poner en marcha el presente modelo.
- Se recomienda al subsector artesanal que siempre estén en búsqueda de mejores técnicas de comercialización, que les permita hacerle frente a las exigencias de los mercados, los cuales evolucionan constantemente.

- Se propone que los artesanos busquen y establezcan nichos de mercados que les permita tener mercados cautivos a nivel internacional.