

Conducta de los compradores de artesanías en la ciudad de Ilobasco

Celia Luz Contreras de Mercado¹

José Reynaldo Martínez Lozano²

Docentes investigadores, Facultad Multidisciplinaria de Ilobasco, Cabañas
Universidad Católica de El Salvador, El Salvador

Fecha de recepción: 03-12-2018 / Fecha de aceptación: 16-02-2019

Resumen

La investigación se realizó mediante el instrumento del cuestionario, el cual fue completado por los compradores de las diferentes tiendas de artesanías ubicadas en las principales calles de la ciudad de Ilobasco, departamento de Cabañas; durante diferentes periodos de tiempo: días de vacaciones nacionales, fines de semanas y días de semana. Además, se realizó una entrevista a propietarios de tiendas y a artesanos que elaboran los diferentes tipos de artesanías.

En términos generales se encontró que, en su mayoría, casi todos los compradores que concurren en la ciudad de Ilobasco lo hacen con la finalidad de buscar un objeto para decoración, específicamente para uso propio, para el hogar, el negocio o para reventa. Esto deriva que la conducta del consumidor varíe mucho e, inclusive, esté dispuesto a pagar por los objetos la cantidad necesaria, según la finalidad para la cual los adquiera.

Palabras clave: Conducta, consumidor, compradores, tipo de artesanías.

Abstract

The research was carried out using the instrument of the questionnaire, which was completed by the buyers of the different craft shops located in the main streets of the city of Ilobasco, department of Cabañas; during different periods of time: days of national holidays, weekends and weekdays. Also, it was conducted an interview with shop owners and artisans who made different types of crafts.

In general terms, it was found that, for the most part, almost all buyers who attend the city of Ilobasco do so in order to find an object for decoration, specifically for their own use, for home, business or for resale. This result in the behavior of the consumer varies greatly and, even, is willing to pay for the objects the necessary amount, according to the use they would give to them.

Key words: Consumer behavior, buyers, consumers, type of crafts, crafts.

1. Maestra en Asesoría Educativa; email: celia.contreras@catolica.edu.sv

2. Licenciado en Mercadeo y Negocios Internacionales; email: jose.martinez8@catolica.edu.sv

1. Introducción

Cuando una persona visita un país, ciudad o pueblo diferente no solamente visita sus lugares turísticos, sino que prueba su gastronomía, conoce sus costumbres y tradiciones; al igual que observa y adquiere sus artesanías.

A nivel mundial, cada país tiene algún o varios objetos que le identifica; manteniendo vivas las costumbres, el arte popular y la cultura del mismo. Las artesanías son objetos emblemáticos, por ejemplo, en Panamá existen los Guna³, quienes son los artífices de la mola⁴, souvenir panameño por excelencia. Guatemala, como país, posee una diversidad de artesanías muy coloridas, destacándose entre ellas los famosos tejidos, elaborados en su mayoría por habitantes indígenas.

Según Quiñonez (2008), el término artesanía puede ser definido como

un producto individualizado, destinado al intercambio. Elaborado en el marco de un sistema integral de trabajo productivo, que se circunscribe al oficio que se lleva a cabo con predominio de la energía humana física y mental, complementada con el uso diestro de herramientas y máquinas relativamente simples; mediante lo cual se transforman materias primas generalmente de origen natural, y en lo que se expresa la influencia del medio geográfico e histórico. El producto cumple una función utilitaria y tiende hacia la categoría de obra de arte dentro

de un marco cultural determinado, al cual puede contribuir a caracterizar (p. 85).

A las artesanías también se les denomina objetos de arte popular o de la cultura popular (Monsiváis, 1996; Canclini, 2002; Hernández y Zafra, 2006), según lo describen múltiples trabajos desde diferentes puntos de vista.

Alemán Mendéz (2017) asegura que, por más de 100 años, el municipio de Ilobasco, en el departamento de Cabañas, ha tenido generaciones dedicadas totalmente a la elaboración de todo tipo de artesanías, utilizando el barro o arcilla como materia prima. Más de un centenar de familias han trabajado por años en procesos rudimentarios y técnicas modernas elaborando cántaros, ollas, comales, macetas y figuras precolombinas multicolores que son expuestas al paso de los turistas nacionales y extranjeros, que a diario visitan ese municipio. Una de las experiencias inolvidables de los turistas es ingresar a los talleres, y elaborar sus propias figuras.

Una de las técnicas modernas, única en Centroamérica, es la Artesanía en Miniatura; una figura hecha de barro, que puede representar distintas escenas de la vida o de la idiosincrasia popular, cuyo tamaño no sobrepasa los cinco centímetros. De acuerdo al portal del Ministerio de Turismo de El Salvador (s.f.), este tipo de artesanía fue iniciativa de la salvadoreña María Dominga Herrera (1911-1982). Inició durante

3. Pueblo amerindio localizado en Panamá y Colombia; también conocidos como Kuna o Cuna.

4. Forma de arte textil, confeccionada por la etnia Guna, originaria de Panamá y Colombia. Las molas suelen ser tejidos elaborados en paneles, con diseños complejos y formados por múltiples capas.

su adolescencia, forjando pequeñas figuras relacionadas a los nacimientos alusivos a la época navideña; posteriormente, a esas creaciones se les conoció como “sorpresas miniaturas”. Estas artesanías tienen la particularidad de tener tanto un carácter religioso como picaresco. Otros artesanos salvadoreños que también se han destacado dentro del rubro de la Artesanía Miniatura son: Clementina Rosales, Julio César López, Florentino Herrera y Francisca Herrera. Las artesanías en general tienen un valor simbólico para quienes las adquieren, ya que son representativas de los grupos o lugares donde se elaboran. Según Monge (2018), en El Sal-

vador existen diferentes tipos de artesanías que expresan con mayor realce la cultura del país, y que además se elaboran específicamente en cinco lugares de todo el territorio nacional (ver figura 1).

2. Metodología

La investigación de carácter descriptivo tuvo como principal objetivo conocer y analizar la conducta de los compradores de artesanías que frecuentan la ciudad de Ilobasco, en el departamento de Cabañas. La población de estudio estuvo conformada por 50 compradores y 20 vendedores de artesanías. De la cifra total de vendedores, 7 eran propietarios, que poseen sus

Tipo de artesanía/Material	Municipio	Departamento
Figuras de barro	Ilobasco	Cabañas
Arte Naif	La Palma	Chalatenango
Textiles	San Sebastián	San Vicente
Hojas y flores secas	Comasagua	La Libertad
Artículos a base de mimbre	Nahuizalco	Sonsonate

Figura 1. Tipos de artesanías salvadoreñas con mayor representatividad.

Fuente: El Diario de Hoy (2018).

tiendas; mientras que 13 fueron empleados de diferentes ventas de artesanías.

Para la recolección de la información se administró una encuesta, así como una entrevista para conocer la opinión de los compradores, ahondar sobre el proceso de compra y conocer los factores que estos han identificado en los compradores.

3. Resultados

Del total de los compradores de artesanías encuestados, el 92% fueron mujeres y el 8%, hombres, comprendidos entre los siguientes rangos de edades: de 20 y 25 años (8%); de 26 a 34 años (22%); de 35 a 44 años (42%) y de 45 años en adelante (28%).

A los encuestados se les consultó respecto a desde hacía cuánto tiempo ellos adquirirían las artesanías elaboradas en la ciudad de Ilobasco. (ver figura 2).

Asimismo, era importante conocer si los clientes, al momento de realizar sus compras, preferían hacerlo solos o acompañados. Un 5% de ellos prefiere realizar sus compras de forma solitaria, ya que adquieren los productos para reventa; mientras que un 10% manifestó realizar la compra de artesanías en compañía de sus socios. Pero, el restante 85% de los encuestados respondió que prefiere acompañado de familiares y/o amistades, aprovechando esa ac-



Figura 2. Tiempo inicial de consumo en mercado de artesanías.

tividad para también pasar un día en familia y adquirir los productos tanto para el hogar como para venta.

En cuanto a cuál es el motivo primordial por el cual compran en las tiendas de artesanías, ubicadas en la ciudad de Ilobasco, el 4% respondió que adquiere los productos para venderlos a nivel internacional; un 22% realiza sus compras en esa ciudad para luego vender los productos en tiendas propias; o comercializarlos con revendedores ubicados a nivel nacional; mientras que el 74% aseguró que compran las artesanías para decoración de su propia casa o negocio, o para hacer regalos personales a familiares y amigos.

También se consideró como factor la frecuencia con que los encuestados visitaban las tiendas. Para el caso, un 74% visita la ciudad para comprar exclusivamente artesanías solo una vez al año; un 16% de la muestra realiza esta actividad dos veces al año; un 8% visita Ilobasco cada tres meses para comprar artesanías; mientras que un 2% realiza compra de artesanías una vez al mes.

Tipología

Al hablar de artesanías, también se debe considerar la tipología de las mismas. Para el caso, dentro de las artesanías de barro existe una clasificación interna; a saber:

- **Tradicional:** Comales, ollas, sartenes, cantaros, macetas, etc.
- **Popular:** Figuras religiosas o similares.

- **Decorativa:** Toda clase de adornos con diseños originales.

- **Cerámica típica:** Muñecos y adornos que representan la naturaleza y laboriosidad del pueblo salvadoreño, incluyendo las famosas Artesanías Miniatura.

Al cuestionarles a los encuestados sobre el tipo de artesanía que compraban con mayor frecuencia, se obtuvo: Un 32% de las personas adquieren las artesanías populares, destacando en esta categoría las figuras propias de la época navideña (los personajes que conforman la Sagrada Familia; la mula, el buey, los Reyes magos, etc.). En segundo lugar (29%), se posiciona la artesanía decorativa, tales como jarrones y fachadas de casas; mientras que, en tercer lugar están los productos de cerámica típica, siendo los artículos más comprados las famosas miniaturas. Finalmente, solo un 12% compra artesanía tradicional (ver figura 3).

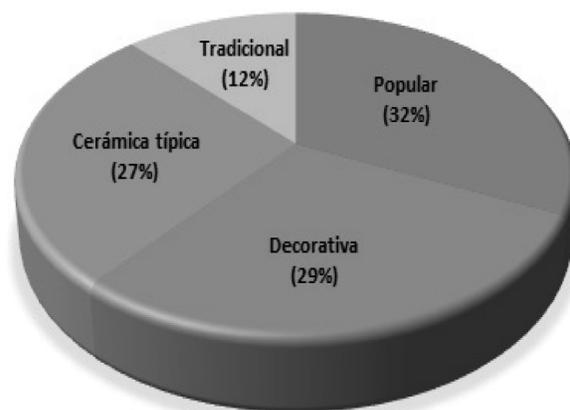


Figura 3. Tipo de artesanía que se adquiere con mayor frecuencia.

5. En el presente artículo se empleará proceso en singular y en plural por que se encuentran ambos casos.

Precio

Otro aspecto a considerar al momento de adquirir un producto es el precio. Ante esto, el 100% de las personas consideran que los precios bajo los cuales se comercian las artesanías son razonables. No obstante, un 87% resaltó que, si existiera un aumento de más de un dólar en el precio de los productos, optarían por ya no comprar. Esto en función de que el propósito principal era visitar la ciudad y luego adquirir una artesanía como recuerdo. Al incrementar el precio de las artesanías, el presupuesto destinado para el viaje del día aumentaría. Sin embargo, un 10% aseguró que, aunque el precio de las artesanías incrementara, eso no afectaría su visita a la ciudad y su deseo de comprarlos; mientras que un 3% no brindó una respuesta definida.

Siempre en cuanto al precio, se indagó sobre el monto que ellos gastaban en la compra de artesanías, ya sea para decoración o para la venta (ver figura 4).

El 92% de los encuestados invierte un promedio de entre menos de \$50.00 hasta \$100.00 en la compra de artesanías. Por su parte, solo el 8% aseguró que su promedio de gastos en este rubro es de más de cien dólares.

4. Discusión

Las artesanías adquieren un papel protagónico en la vida cotidiana, debido a que contribuyen a reforzar la actividad cultural de un país por tratarse de procesos de producción arraigados en su propia historia; además, permiten fortalecer las artesanías adquieren un papel protagónico en la vida cotidiana, debido a que contribuyen a reforzar la actividad cultural de un país por

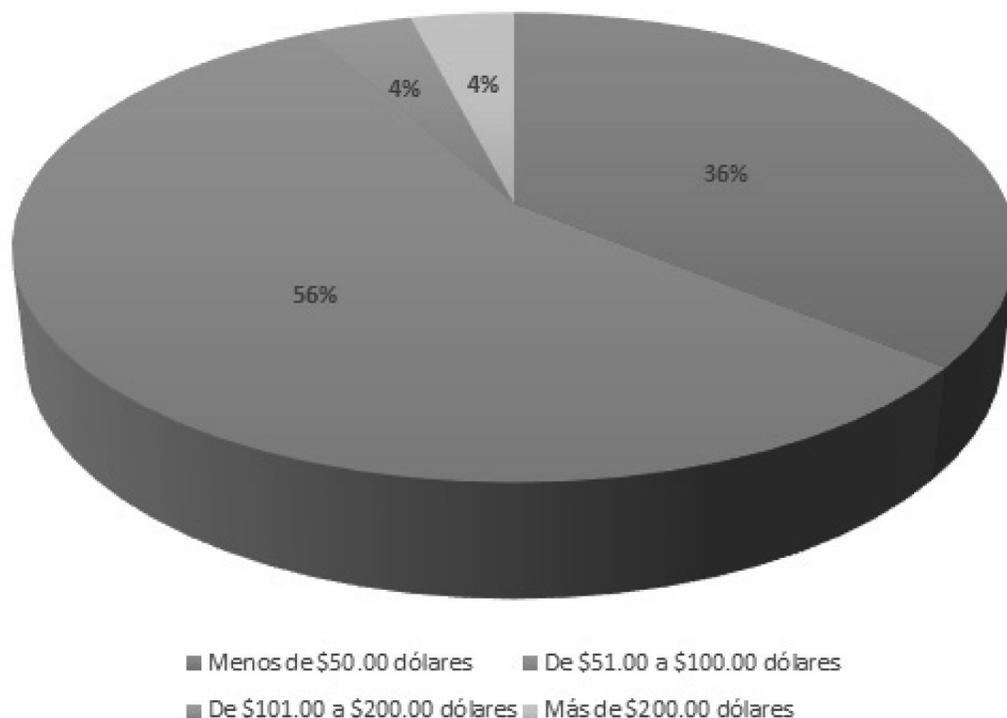


Figura 4. Montos invertidos en la compra de artesanías.

tratarse de procesos de producción arraigados en su propia historia; además, permiten fortalecer la relación familiar, ya que la producción de estas piezas casi siempre se realiza dentro del ámbito del grupo doméstico, combinándose con la realización de otras actividades.

En general, los productos artesanales son manifestaciones culturales y económicas que se heredan de generación en generación, ya que algo resaltado por los entrevistados fueron los recuerdos en cuanto a cómo sus padres fueron quienes les enseñaron a producir artesanías de barro. Una práctica que con el tiempo han ido perfeccionando; aplicando nuevas técnicas e innovando en cuanto a la variedad de productos a ofrecer, con la finalidad de brindar lo mejor a clientes y turistas.

Las artesanías pasan de un uso práctico a otro simbólico o estético; es decir existe una significación funcional, ya que están presentes no solo por fines utilitarios domésticos, sino también como signo de celebración en festividades religiosas, como piezas de arte popular en las salas de los museos y como adorno en algún espacio de la oficina o del hogar.

Apoyo e innovación

Como parte del programa institucional “Pueblos Vivos”, impulsado por el Ministerio de Turismo de El Salvador, se pretende ubicar en el valor turístico el patrimonio de los distintos municipios, siendo Ilobasco un ejemplo. Dentro de este proyecto se realizan acciones de apoyo a los municipios, fortaleciendo la

parte organizativa con Comités de Desarrollo Turístico, capacitando a los emprendedores en atención al cliente, marketing, instalación de stands, boutiques, etc. Asimismo, se realiza un acompañamiento técnico que promueve la implementación de festivales para dar a conocer y comercializar los distintos productos. Uno de esos festivales es el Festival del Barro, que se celebra todos los años durante el mes de julio, y al cual acuden tanto turistas nacionales como extranjeros con el fin de conocer las artesanías, costumbres y tradiciones del municipio de Ilobasco.

Entre las instituciones de la zona responsables de organizar dichos eventos se encuentran: Universidad Católica de El Salvador, a través de la Facultad Multidisciplinaria de Ilobasco; Movimiento de Jóvenes Encuentristas (MOJE); Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART), Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas de la Universidad Católica de El Salvador, sede Ilobasco; la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y artesanos locales.

A nivel interno, organizaciones locales gestionan proyectos que les permiten capacitar a jóvenes en el tema artesanal, a fin de que puedan diversificar productos o implementar otras técnicas de elaboración. Todo ello con el objetivo que los artesanos puedan adaptarse a los nuevos gustos y exigencias de los compradores. Por su parte, los artesanos de la ciudad de Ilobasco están muy conscientes del tema de innovación, ya

que estos comentan que se adaptan a las nuevas tendencias sociales, sin dejar de lado su esencia y lo característico de las artesanías, las cuales son consideradas un producto muy conocido a nivel nacional e internacional y, a la vez, un producto nostálgico del país.

Tanto es así que, al visitar las tiendas de artesanías, ubicadas en la ciudad de Ilobasco, departamento de Cabañas, se puede observar que existe una amplia variedad de productos, dentro de los cuales se encuentra casi de todo. Sin embargo, existen figuras que, por tendencia actual se encuentran en demanda, pero que aún no han sido elaboradas por los artesanos; entre ellas: unicornios, tostadores para tortillas, floreros, una vajilla completa para servir en la mesa; miembros que representen a una familia en barro (padres e hijos; mamá e hijos, mamá e hijo, etc.).

Perfil del consumidor

Es interesante resaltar la conducta del comprador de artesanías, ya que en su mayoría son mujeres que oscilan entre los 35 a 44 años de edad, quienes prefieren realizar esta práctica en compañía de sus familiares, amigos o socios de trabajo. Por otro lado, el que un buen porcentaje de los compradores asegure estar comprando artesanías desde hace más de cuatro años, sugiere que estos se encuentran satisfechos con los productos que se venden, con su precio, su calidad y sus diferentes diseños. No obstante, es importante reconocer y tener claro que los gustos y preferencias de las personas son muy cambiantes; de ahí que los productores deben adaptarse a dichos cambios para mantener su cantidad de compradores.

A nivel general, el tipo de artesanías que mayormente compran los turistas es la Popular, se-



Figura 5. Muestra de Cerámica típica, específicamente Artesanías Miniatura.

Fuente: Ministerio de Turismo de El Salvador. Recuperado de <http://www.mitur.gob.sv/travel/artesantias-de-ilobasco/>

guida de la Decorativa, la Típica y la Tradicional, en ese orden. En relación a los precios, los compradores coinciden en que los precios de las artesanías son aceptables. Es importante resaltar que el precio de las artesanías varía según la cantidad de compra, la frecuencia con que se realiza esta actividad y el objetivo de la misma.

5. Referencias

- Alemán M., D. (2017). Especial: Ilobasco, “Cuna de la Artesanía de El Salvador”. El Planeta Boston Newspaper in Español. Recuperado de <http://elplaneta.com/news/2017/aug/30/especial-ilobasco-cuna-de-la-artesa>
- Bacon, M. (1996). Como Hacer marketing directo: secretos para la pequeña empresa. Barcelona, España: Ediciones Granica.
- Blackwell, R. y otros (2003). Comportamiento del Consumidor. México: Thomson, 9ª edición.
- Espina B., A. (1996). Manual de Antropología Cultural. Quito, Ecuador: Editorial Abya Yala, 1ª edición para Latinoamérica.
- Ferré, J. M. y Ferré N., J. (1997). La conducta del consumidor y del cliente. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Gómez V., M. del P. (2009). El consumidor de la neo artesanía. Recuperado de http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/663/Gomez_Villegas_Maria_del_Pilar_2009.pdf?sequence=1
- Gramsci, A. (2011). ¿Qué es la cultura popular? España: Universidad de Valencia.
- Grande E., I. (2006). Conducta real del consumidor y marketing efectivo. España: Esic Editorial.
- Guiltinan, J. P.; Paul, G. W. y Madden, T. J. (1998). Gerencia de Marketing, Estrategias y programas. México: McGraw Hill.
- Hernández-Díaz, Z. G. (2005). Artesanas y artesanos: creación, innovación y tradición en la producción de artesanías. Oaxaca. México: Universidad Autónoma Benito Juárez, 1ª edición, p. 14.
- INFOSERVI (2016). Análisis de los mercados de consumo y la conducta del comprador. INFOSERVI. Recuperado de <http://www.infoservi.com/index.php/marketing/14-analisis-de-los-mercados-de-consumo-y-la-conducta-del-comprador>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación, 6ª edición.

- Mesa Editorial (2015). 4 tipos de comprador que tienes que conocer para que tu producto tenga más éxito. Merca2.0. Recuperado de <https://www.merca20.com/4-tipos-de-comprador-que-tienes-que-conocer-para-que-tu-producto-tenga-mas-exito/>
- Mollá, A.; Berenguer, G.; Gómez, M. y Quintanilla, I. (2006). Comportamiento del consumidor. Barcelona: Editorial UOC
- Redacción Emprendedores (2016). Técnicas para conocer mucho mejor a tus clientes. Emprendedores. Recuperado de <http://www.emprendedores.es/gestion/tecnicas-conocer-investigar-mejora-a-tus-clientes>
- Salles, F. (s.f.). ¿Para qué nos sirve entender la conducta del consumidor? QuestionPro. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/importancia-conducta-del-consumidor/>
- Schiffman, L. y Lazar K., L. (2005). Comportamiento del Consumidor. México: Prentice Hall, 6ª edición.
- Vividor, G. (1 de junio de 2017). 5 destinos para los amantes de las artesanías. elsalvador.com. Recuperado de Obtenido 14 de octubre de 2018. <https://www.elsalvador.com/entretenimiento/turismo/357087/5-destinos-para-los-amantes-de-las-artesantias/>