INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN PRODUCTOS ARTESANALES OFERTADOS POR BELLEZA LATINA

Lic. Annibis Corzo Febles[1]

1 Servicios Generales EMCE, Zona Industrial km 1, Matanzas, Cuba.

CD de Monografías 2016
(c) 2016, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"
ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

Resumen

Este es un trabajo investigativo de mercado en nuestro país que tiene como objeto de estudio un punto de venta artesanal en la ciudad de Matanzas que se llama: Belleza Latina, y oferta varios productos, entre ellos diferentes modelos de zapatos en los que se va a centrar el estudio. Estos se confeccionan con el objetivo de satisfacer las necesidades del pueblo en precio, confort, durabilidad, moda y entre otras variables acorde a las diferentes edades. Esta investigación tiene como objetivo general: Diversificar esta cartera de productos artesanales en Belleza Latina con enfoque al cliente, se usa la encuesta como técnica eficiente para arrojar resultados concretos sobre la opinión de la población y finalmente conocer en se debe trabajar para acercarse más a la expectativa del cliente que es la razón de ser de todo negocio.

Palabras claves*: Oferta artesanal, mercado artesanal*

Introducción

Un artesano es una persona que realiza labores de artesanía. Contrariamente a los comerciantes, no se dedica a la reventa de artículos sino que los hace él mismo o les agrega algún valor estético y/o utilitario, por lo que en general también se le considera como artista. En varios países es considerado como pequeño empresario, ya sea que él mismo comercialice o no lo que produce en forma directa al público.

Los artesanos se caracterizan por usar materiales típicos de su zona de origen para fabricar sus productos, o por inspirarse en motivos tradicionalmente lugareños. Cada cual suele tener sus materiales preferentes, que en muchos casos imprimen un estilo especial a sus creaciones; entre los materiales que utilizan se incluyen: conchas marinas, maderas específicas, piedras, huesos, u otros elementos que el propio artesano recoge y elige en playas o campos, también usan mucho la materia prima importada que es de mayor calidad, en la confección de zapatos, de la cual el país carece.

En Cuba las artesanías deben competir con los productos empresariales que, muchas veces, incluso tratan de imitar el aspecto de éstas; los artesanos ofertan en calidad y en precio lo que no se encuentra en la tienda. La comercialización de las artesanías suele realizarse de manera directa (del artesano al comprador) o a través de pequeños mercados o cooperativas. Al desarrollar cada pieza de manera manual, resulta difícil conseguir el nivel de producción necesario para llegar a grandes tiendas o cadenas de supermercados.

Los artesanos se han acostumbrado a unos ingresos superiores al salario devengado por los trabajadores estatales. Realizan la mayoría de sus transacciones en pesos convertibles de

(c) 2016, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"
ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

manera autorizada y, a pesar de los impuestos que tienen que pagar al Estado cada mes, sus negocios resultan provechosos.

Esta investigación toma como objeto de estudio un punto de venta que se llama: Belleza Latina, se encuentra en la Calle Milanés entre Matanzas y Magdalena, allí se venden diferentes productos, pero este estudio sólo se va a centrar en los zapatos artesanales que allí se ofertan, dicho negocio comenzó en junio del 2013.

Un artesano es una persona que realiza labores de artesanía. Contrariamente a los comerciantes, no se dedica a la reventa de artículos sino que los hace él mismo o les agrega algún valor estético y/o utilitario, por lo que en general también se le considera como artista. En varios países es considerado como pequeño empresario, ya sea que él mismo comercialice o no lo que produce en forma directa al público.

Los artesanos se caracterizan por usar materiales típicos de su zona de origen para fabricar sus productos, o por inspirarse en motivos tradicionalmente lugareños. Cada cual suele tener sus materiales preferentes, que en muchos casos imprimen un estilo especial a sus creaciones; entre los materiales que utilizan se incluyen: conchas marinas, maderas específicas, piedras, huesos, u otros elementos que el propio artesano recoge y elige en playas o campos, también usan mucho la materia prima importada que es de mayor calidad, en la confección de zapatos, de la cual el país carece.

En Cuba las artesanías deben competir con los productos empresariales que, muchas veces, incluso tratan de imitar el aspecto de éstas; los artesanos ofertan en calidad y en precio lo que no se encuentra en la tienda. La comercialización de las artesanías suele realizarse de manera directa (del artesano al comprador) o a través de pequeños mercados o cooperativas. Al desarrollar cada pieza de manera manual, resulta difícil conseguir el nivel de producción necesario para llegar a grandes tiendas o cadenas de supermercados.

Los artesanos se han acostumbrado a unos ingresos superiores al salario devengado por los trabajadores estatales. Realizan la mayoría de sus transacciones en pesos convertibles de manera autorizada y, a pesar de los impuestos que tienen que pagar al Estado cada mes, sus negocios resultan provechosos.

Esta investigación toma como objeto de estudio un punto de venta que se llama: Belleza Latina, se encuentra en la Calle Milanés entre Matanzas y Magdalena, allí se venden diferentes productos, pero este estudio sólo se va a centrar en los zapatos artesanales que allí se ofertan, dicho negocio comenzó en junio del 2013.

(c) 2016, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"
ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

Desarrollo

Oportunidad de Belleza Latina en su sección de zapatos artesanales.

Oferta zapatos con mayor calidad en durabilidad y precios más asequibles al nivel adquisitivo del mercado.

Hipótesis:

Si Belleza Latina en su sección de zapatos artesanales logra diversificar esta cartera de productos enfocado en la satisfacción del cliente, entonces la ventaja competitiva que posee se hará más fuerte con respecto a otros puntos de ventas artesanales.

Objetivo general:

Diversificar esta cartera de productos artesanales en Belleza Latina con enfoque al cliente.

Objetivos específicos:

1. Añadir a la cartera de productos otros modelos de zapatos artesanales que se acerquen más a la expectativa de sus clientes.
2. Seguir trabajando en que el tamaño del zapato sea el adecuado para los diferentes tipos de pies.

Variables:

-modelo del zapato

-tamaño del zapato

-calidad

-confort

-precio

-ubicación de Belleza Latina

-promoción del producto

La investigación es del tipo descriptiva porque el mercado es desconocido, pero el producto es conocido, y una de las técnicas para desarrollar este estudio cuantitativo es la encuesta,

(c) 2016, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"
ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

la cual tuvo un uso eficaz con una tamaño de muestra de 12 personas, por tanto no fue necesario usar ninguna de las técnicas de muestreo, dada la pequeñez de la muestra.

Información que necesito del mercado:

- Ingreso económico que posee
- Opinión sobre el precio en que se comercializa el zapato artesanal en Belleza Latina
- Principales preferencias en el modelo del zapato artesanal
- Tamaño
- Confort
- Calidad en durabilidad
- Grupos de edad más potenciales.
- Criterio acerca de la ubicación de Belleza Latina
- Opinión sobre la promoción del producto

Resultados de la Encuesta:

El nivel adquisitivo del mercado con respecto al precio ofertado del zapato se caracteriza por ser medio, ya que la mayoría de los clientes son trabajadores que se sustentan del salario, sólo unos pocos son del criterio de que su ingreso económico es alto, y para confirmar esta realidad, a continuación hago alusión a la opinión expuesta por un cliente.

Opinión del cliente:

El grado de influencia alto es aquella persona que aparte del salario se busca el dinero por ejemplo en Varadero o remesa del exterior. La mayoría de la población con lo que cuenta es con su salario, el precio de los zapatos ofertados esta bien en comparación al que tienen en otros puntos artesanales y muy buenos en su confección.

Con respecto al tamaño del zapato, si es adecuado o no para el número del pie, los clientes lo clasificaron como alto en su mayoría.

El confort del zapato es alto de manera general para los clientes.

La durabilidad del zapato la mayoría no la conocía, pero los que sí y aún algunos atrevidos, la clasifican como alta.

El grupo de clientes más potenciales se encuentra en el rango de edad entre los 26 y 35 años, donde el zapato más consumido fue el sport clasificado por ellos como de grado

(c) 2016, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"
ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

medio, pero entre los 36 y 50 años de edad, el criterio sobre el zapato sport es alto en su uso. De forma general abarcando todos los grupos de edades en este estudio del mercado, el criterio que prevalece es que el calzado sport es catalogado de grado medio en su consumo, por tanto este grupo de artesanos de Belleza Latina debe continuar trabajando para todos sus clientes, sobre todo para el grupo más potencial cuya opinión del zapato sport es de grado medio como bien se dijo anteriormente, y necesita alcanzar su expectativa que responde a ese zapato que sería de consumo alto para ellos.

Para los clientes la Ubicación de Belleza Latina es alta de manera general, es decir, para ellos se encuentra en un buen lugar de la ciudad de Matanzas.

La autora opinaba que la ubicación que tiene este local de ventas era una desventaja para la competencia, pero cambió al conocer que este mismo grupo de artesanos cuenta con una mesa de zapatos en la Calle del Medio, tienen así dos puntos de ventas al mismo tiempo, promociona su producto, y por tanto las posibilidades de ingresar son mayores y también de minar la competencia con la ventaja competitiva que poseen: precios módicos y calidad en la confección del calzado.

Por lo cual considero que la promoción por este grupo de artesanos en su producto, no es alta pero tampoco es baja, es media, que coincide con el criterio de los clientes reflejado en la encuesta, y destaco que ellos están promocionando un nuevo modelo, ampliando así su cartera de producto con los llamados palitos, los cuales están a prueba de aceptación del mercado, hasta ahora el criterio emitido por el mismo es positivo y la autora opina que están muy finos y lindos, cuya confección esta enfocada en guardar la salud del cliente y en su confort.

Agregar a todo este trabajo de campo realizado, que Belleza Latina en su sección de zapatos artesanales al venderlos lo hace con un valor agregado: te regala una jabita de nylon para que guardes el par de zapatos que le compraste, jabita que en cualquier esquina y punto de venta te cuesta $1.00.

Conclusiones

Belleza Latina en su sección de zapatos artesanales tiene la ventaja en la competencia de que el precio en que los comercializa con respecto a otros puntos de ventas, está más asequible a las posibilidades económicas del mercado. El resultado de la encuesta arrojó que el zapato más consumido en los diferentes grupos de edades es el sport, y dicho mercado lo clasificó de grado medio. Belleza Latina hace promoción de su producto artesanal y lo vende con un valor agregado. El resto de los indicadores reflejados en la encuesta fueron evaluados de forma general por el mercado con resultados aceptables. Los artesanos de Belleza Latina deben continuar ampliando su cartera de producto a fin de lograr el zapato que merece ser clasificado como alto por parte de los clientes, sobre todo por los que son potenciales.

(c) 2016, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"
ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

Bibliografía

ALBACETE A. Artesanos. Artesano.html, 2011.

GÓMEZ, L. De artesanos a cuenta propistas ,1387758917_6444.html, 2013.

GONZÁLEZ DANIEL.; FERNÁNDEZ CÉSAR. Curso Investigación de mercado en productos de calidad, 2002.

(c) 2016, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"
ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X