Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Comunicación Área de Síntesis y Evaluación

El valor de tus sueños

Ricardez Pérez, Leticia

2017-05-12

http://hdl.handle.net/20.500.11777/3376

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

BAKUZA

artesanías

Índice

Descripción y contexto	1
Objetivos	2
Justificación	3
Diseño de investigación	4
Análisis de encuestas	7
Productos desarrollados	19
Conclusión	23
Anexos	24
Referencias	25

Descripción y contexto

Al hacer nuestro servicio social en Oaxaca nos surge la inquietud de crear un puente intercultural entre el ritmo rural y el ritmo urbano. Por esta razón, decidimos fundar una tienda digital en la que se promueva, reconozca y distribuya el trabajo artesanal de pueblos de México. Es así como nace Bakuza.

Buscamos dignificar el trabajo artesanal creando productos de calidad a un precio asequible, con diseños innovadores y funcionales. Creemos que Bakuza es una oportunidad de preservar tradiciones y técnicas ancestrales de tejido. Por lo tanto, nos basamos en la hibridación cultural, que alude a un proceso natural en el que se toman elementos pasados, pero estos se reinventan generando nuevas ideas. Estamos interesadas en acercarle a nuestros clientes la realidad que se vive actualmente en pueblos de México.

El nombre Bakuza está inspirado en el significado de partículas de fuego, pedacería de leño ardiendo o chispas de fuego. Su raíz viene de la palabra bacuza en lengua zapoteca istmeña y precisamente es lo que buscamos, ser la chispa del inicio de un sueño.

Objetivos

Objetivo general

Promover el trabajo artesanal de pueblos de México a través de la creación de una tienda en línea donde se vendan los productos desarrollados.

Objetivos específicos

- Vincular el trabajo artesanal con el target establecido.
- Diseñar una tienda en línea en la que se promueva el trabajo artesanal.
- Posicionar el producto y la marca en el mercado.

Justificación

Creemos que nuestro proyecto es importante ya que estamos atravesando por un momento crítico en el país debido al proteccionismo comercial y medidas anti migratorias efectuadas por el actual presidente de los Estados Unidos. Por esta razón los mexicanos están creando conciencia de los productos que consumen, lo hecho en México está tomando fuerza.

Bakuza puede posicionarse correctamente en el mercado. Es una oportunidad de preservar tradiciones, contar las historias de las familias dedicadas a esta labor, y también innovar en el diseño para que cada objeto no sólo sea un elemento decorativo; sino de uso cotidiano. Donde cada producto cuente la cosmovisión de pueblos mexicanos.

Nos distinguimos por ser una marca fresca e innovadora, con excelente diseño. En nuestra página el lenguaje que utilizamos es cotidiano porque buscamos tener un acercamiento y una comunicación eficiente con el cliente.

El corazón de Bakuza son las artesanas por esta razón contamos con una sección formativa en la tienda, en la que compartimos pequeñas historias de las familias, con el fin de propiciar un impacto positivo y de reflexión en el consumidor para acercarlo a la realidad que se vive actualmente en los pueblos mexicanos.

Misión

Dignificar e impulsar el trabajo artesanal de comunidades mexicanas a través de la construcción de una tienda en línea.

Visión

Ampliar nuestros servicios y estar en contacto con un mayor número de grupos indígenas para crear una cooperativa que fortalezca lazos entre las comunidades.

Diseño de investigación

Delimitación geográfica

La técnica de investigación se realizará en la ciudad Puebla y municipios como: San Andrés Cholula, San Pedro Cholula y Reserva Territorial Atlixcáyotl.

En su mayoría, los encuestados fueron estudiantes de la Universidad iberoamericana Puebla, ya que podemos tener un mayor acercamiento a ellos y son parte importante del mercado meta.

El perfil del cliente es una mujer de 27 años, mexicana, tez apiñonada, estudió algo relacionado a diseño o tiene interés por ello, es soltera, cuida su alimentación, se interesa por conocer el proceso de los productos que consume, hace compras en línea, utiliza Instagram y otras redes sociales, le gusta la naturaleza y la aventura.

Delimitación temporal

El estudio de mercado se aplicó durante el periodo primavera- verano 2017

Método

La técnica de investigación a utilizar serán los cuestionarios. Este método permite obtener datos primarios al preguntar a las personas acerca de sus conocimientos, actitudes, preferencias y comportamiento, menciona *Kotler y Armstrong* (2012). Este tipo de instrumento tiene la ventaja de ser flexible, porque se obtiene información descriptiva y precisa, se logra saber cuáles son las preferencias, comportamientos, actitudes y conocimientos del individuo.

Hay que tomar en cuenta que también existen desafíos al momento de aplicar el cuestionario. Las instrucciones y preguntas tienen que ser claras y concisas para evitar confusión del encuestado y favorecer la obtención de datos fidedignos.

Instrumento

Este instrumento ha sido diseñado para conocer tu opinión para el posicionamiento de una tienda en línea de productos artesanales. Tus respuestas serán confidenciales y se usarán con fines de investigación para la asignatura de Proyecto Profesional Integrador III. Te pido respondas o marques con una "x" en las casillas que mejor respondan tu propia experiencia, percepción

1. Edad

2. Ocupación

3.Género	
Masculino	Femenino

4.¿haz comprado en línea?	
Sí	No

5.¿Cuentas con tarjeta de crédito o débito?	
Sí	No

6.¿Sabes qué es el telar de cintura?	
Sí	No

7.¿Comprarías una funda para computadora hecha de telar de cintura? (mostrar fotografía)	
Sí	No

8.¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?					
Menos de $100	$200-400	$400-600	$600-800	$800-1000	Más de 1000

9. ¿En que colores comprarías las fundas?		
Neutros	Llamativos	Los de moda

10.¿Comprarías una bolsa/mochila de palma? (mostrar fotografía)	
Sí	No

11. ¿Para qué la utilizarías?		
Uso diario	Playa	Excursión

12. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?					
Menos de $100	$200-400	$400-600	$600-800	$800-1000	Más de 1000

13. ¿Compras productos hechos en México?	
Sí	No

14. ¿Cada cuando comprarías una funda ?			
1 a 3 meses	Cada 6 meses	Cada año	Más de un año

15. ¿Cada cuando comprarías una bolsa de palma?			
1 a 3 meses	Cada 6 meses	Cada año	Más de un año

Análisis de encuestas

Para sustentar nuestro proyecto realizamos 385 encuestas con el 95 % de certidumbre. El total de población perteneciente al target establecido es de 525 mil 096 mujeres. A continuación, se anexa la tabla 1. que explica el tamaño de la muestra.

CALCULADORA PARA OBTENER EL TAMAÑO DE UNA MUESTRA

¿Qué porcentage de error quiere aceptar? 5% es lo más común	5 %	Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentage se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%	95 %	El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra requerida
¿Cual es el tamaño de la población? Si no lo sabe use 20.000	525096	¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20,000.
¿Cual es la distribución de las respuestas ? La elección más conservadora es 50%	50 %	Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.
La muestra recomendada es de	**384**	Este el es monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado. Abajo se entregan escenarios alternativos para su comparación

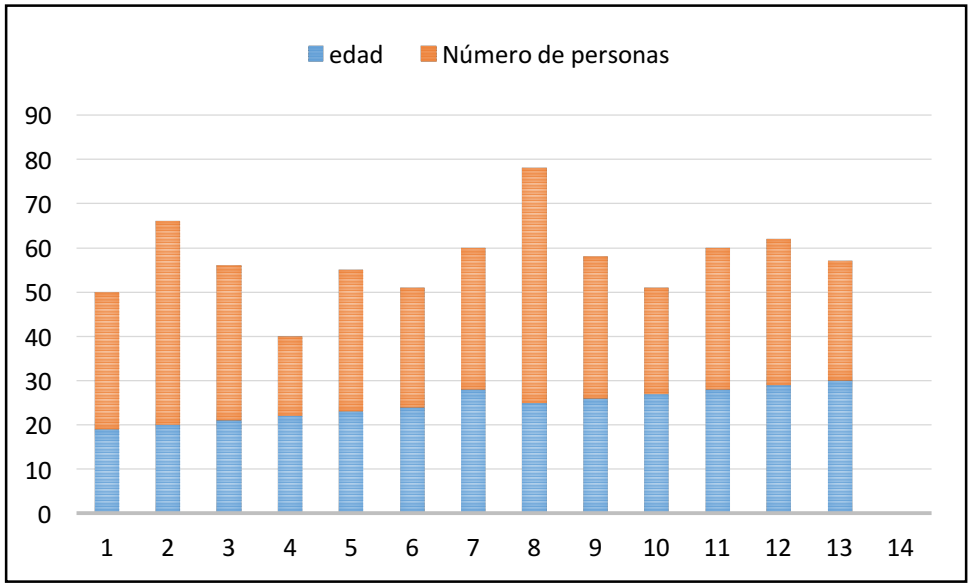
Escenarios alternativos para su muestra

Con una muestra de	100	200	300	Con un nivel de confianza de	90	95	99
Su margen de error sería	**9.80%**	**6.93%**	**5.66%**	Su muestra debería ser de	**271**	**384**	**663**

Tabla 1. Explicación de la muestra

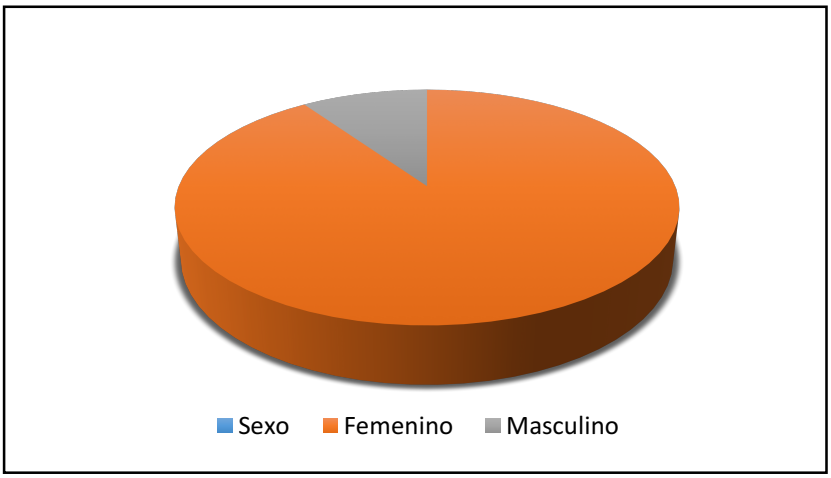
Las siguientes gráficas muestran los resultados obtenidos. En las respuestas se podrá encontrar información acerca de hábitos de consumo, gustos, edad y ocupación. Este tipo de instrumento permite contemplar aspectos que son de gran relevancia y utilidad para impulsar el posicionamiento de la tienda en línea llamada Bakuza.

1. Edad



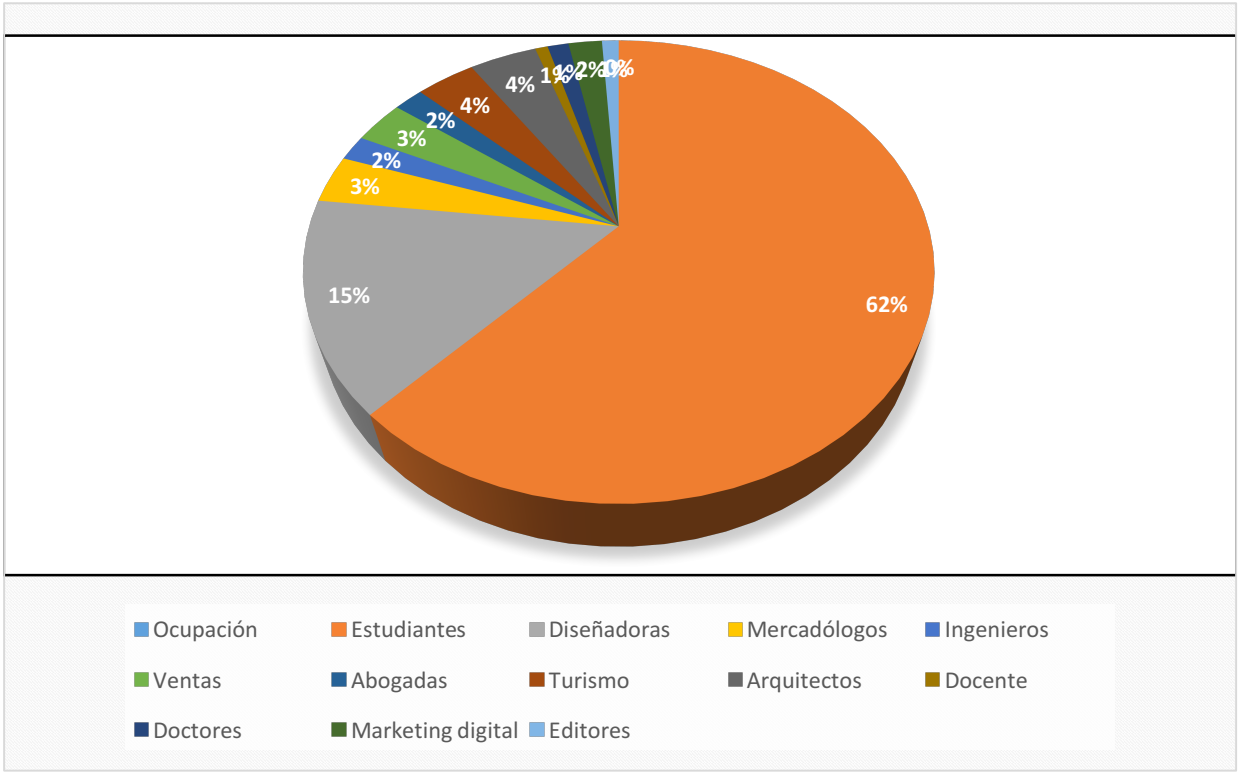
La edad promedio de nuestro Target será entre 18 y 30 años, por esta razón debemos utilizar las redes sociales pertinentes para la promoción y distribución de nuestros productos.

2. Género



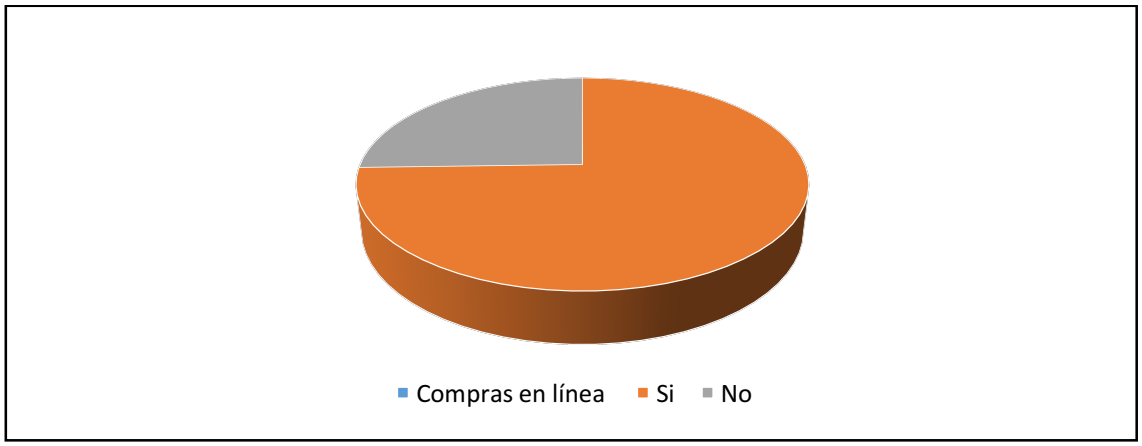
La mayoría de las personas encuestadas fueron mujeres debido a que es nuestro público meta. Sin embargo, obtener retroalimentación masculina del 10% es una herramienta que nos permitirá en un futuro desarrollar productos enfocados a este género.

3. Ocupación



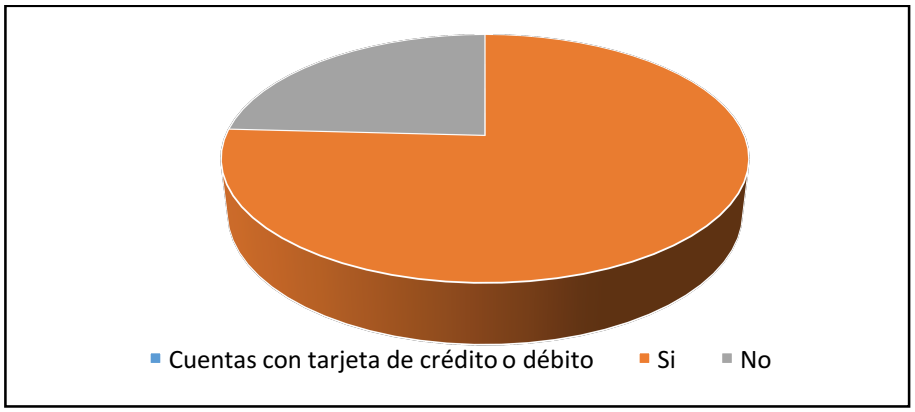
La mayoría de los encuestados fueron jóvenes universitarios. Sin embargo, también existe una amplia gama de ocupaciones entre las que destacan: diseñadores, mercadólogos, arquitectos y editores. Fue importante conocer diferentes puntos de vista de personas que se encuentran inmersas en el mundo del diseño y ver que les agradaron los productos de la tienda en línea.

4. Compra en línea



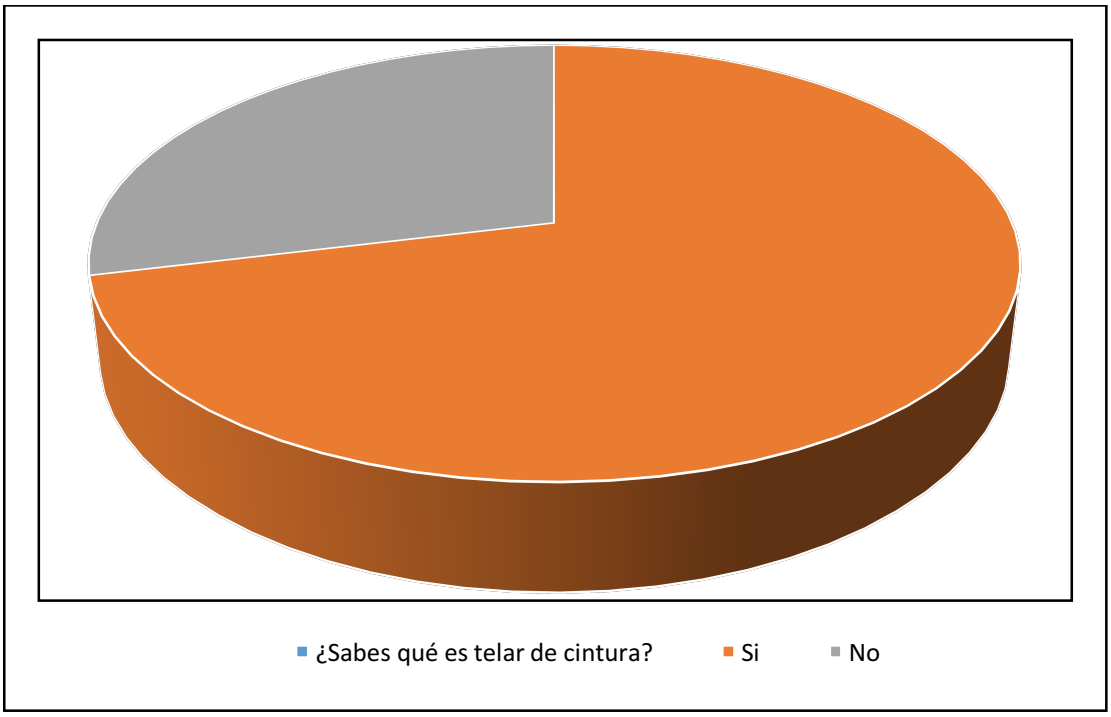
75% de las personas encuestadas han realizado compras en línea. Este dato es importante ya que nos dimos cuenta que el hábito de compras por internet cada vez es más común, sobre todo en generaciones más jóvenes. Por esta razón la creación de una tienda en línea es pertinente ya que queremos acercarnos a los universitarios.

5. Uso de tarjeta de crédito o débito



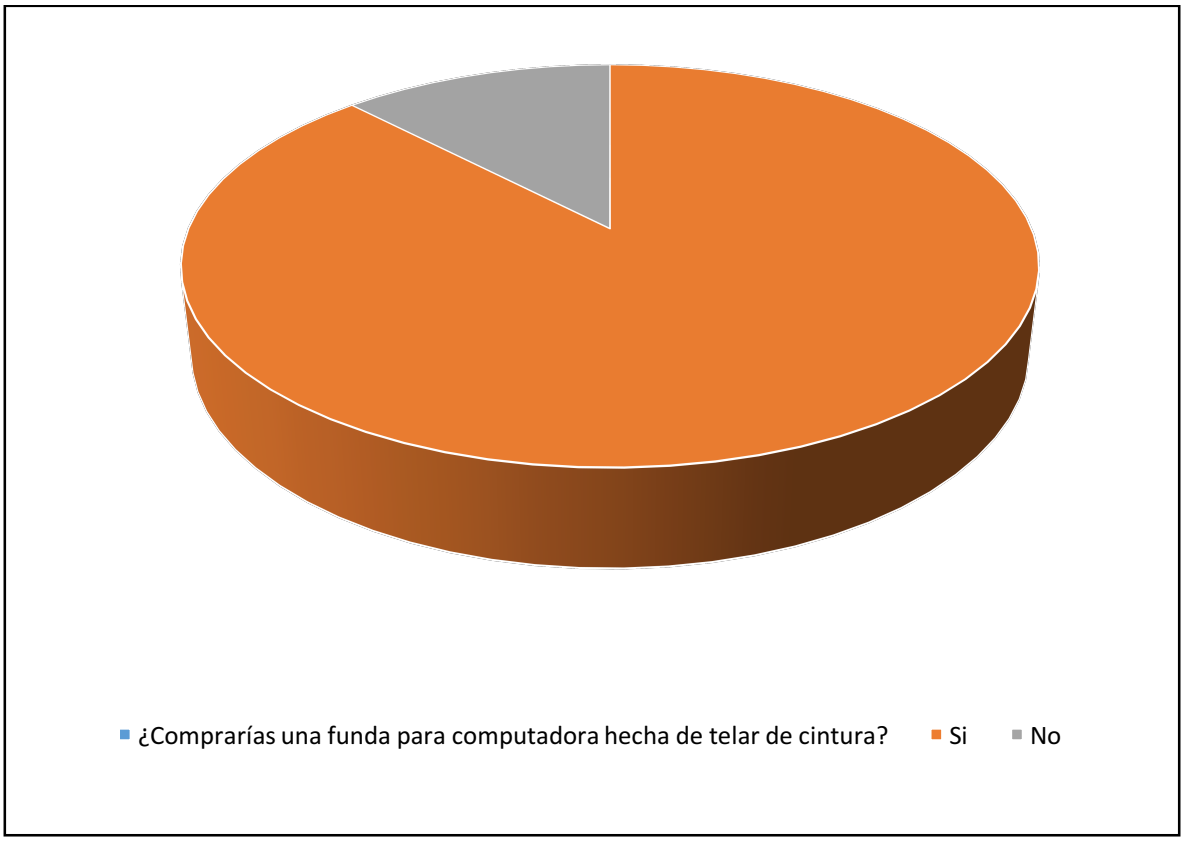
76% de las personas encuestadas respondieron que tienen tarjeta de crédito o débito. Este dato es relevante porque si las personas del *target* establecido no contaran con tarjeta de crédito o débito la creación de una tienda en línea sería un fracaso.

6. Telar de cintura



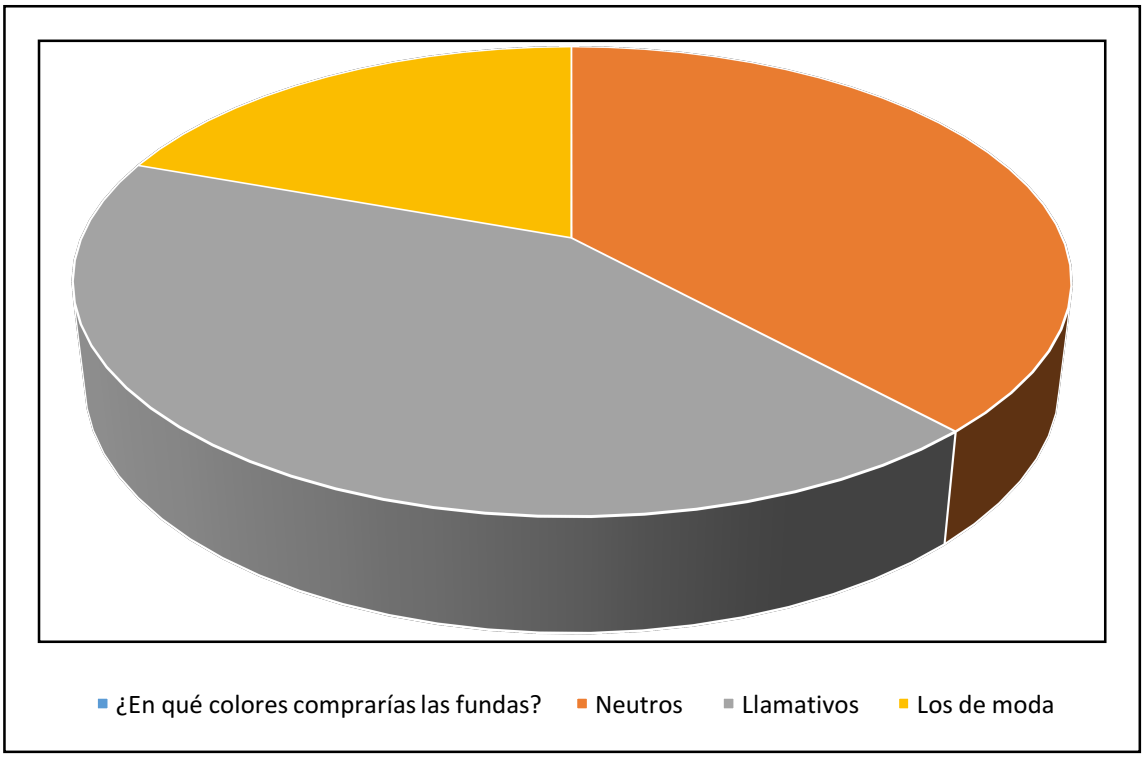
La respuesta a esta pregunta es alentadora. Más de la mitad de los encuestados tenía conocimiento de que era el telar de cintura. Resulta positivo que los jóvenes y adultos jóvenes se encuentren familiarizados con las técnicas ancestrales de tejido ya que valoran el esfuerzo y el tiempo que toman las artesanas en producir las fundas de computadora y las bolsas de palma.

7. **Compra de funda para laptop hecha en telar de cintura (se mostró fotografía del producto)**



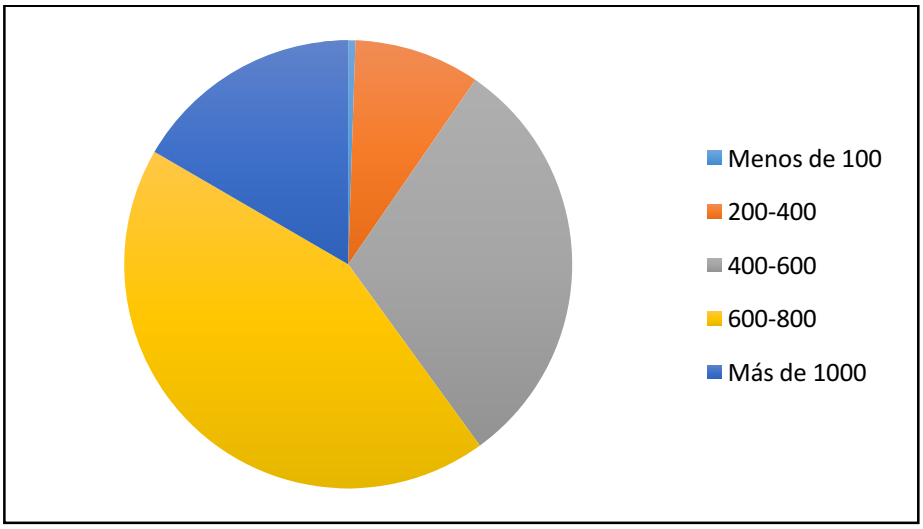
Después de mostrar fotografías de los productos se preguntó ¿Comprarían una funda hecha en telar de cintura? El 88 % de los encuestados respondieron que sí la comprarían, fue un número muy alto de personas. Esto quiere decir que estuvieron conformes con el diseño y los colores que nuestra marca ofrece para satisfacer las necesidades de consumo. Después de analizar el resultado, nos parece pertinente mantener la línea de diseño que hemos establecido hasta ahora.

8. Colores de fundas para laptop



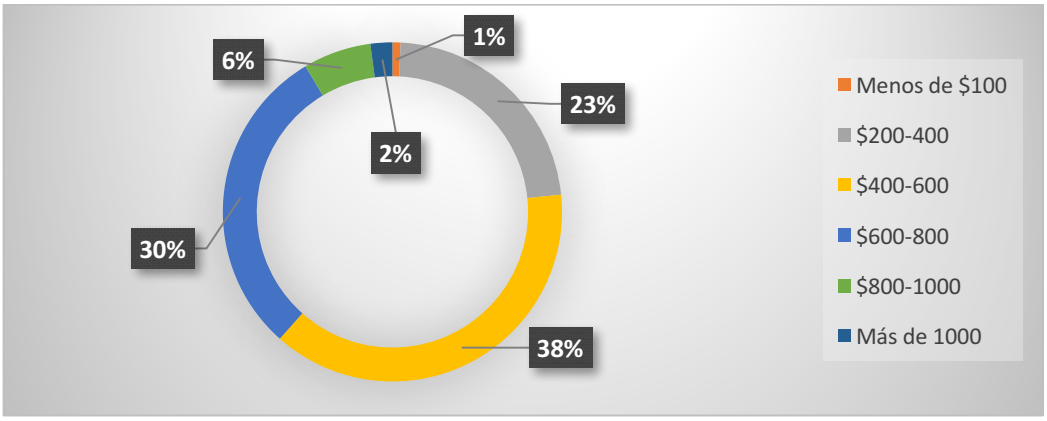
En cuanto a los colores, existe cierta cercanía en el porcentaje de respuestas, pues 42 % de los encuestados preferirían colores llamativos y 38 % colores neutros como negro, gris, azul y café. Sólo el 19 % de la personas contestó que preferia colores de moda. Por esta razón debe existir una amplia gama de colores que satisfaga los gustos de diferentes clientes.

9. Precio de funda para computadora portátil



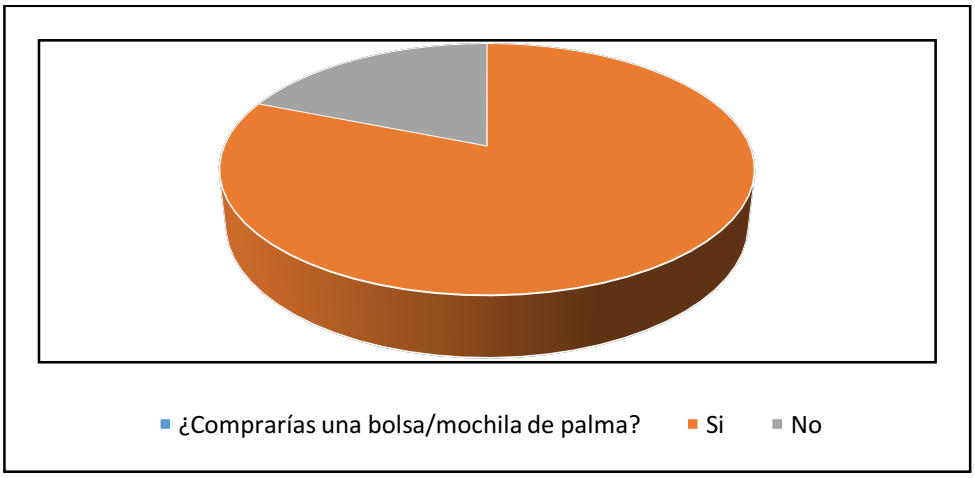
El precio que debemos establecer en las fundas, debe rondar entre los 400 y 800 pesos para su mayor venta y distribución, ya que por arriba de los mil pesos las personas lo consideran muy caro y menos de 100 pesos muy barato.

10. Precio de bolsa de palma



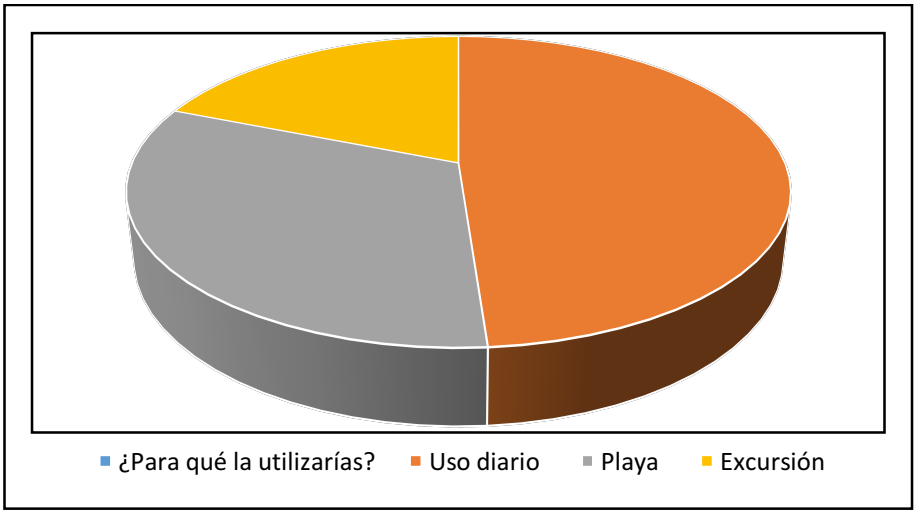
Respecto al precio que los encuestados estarían dispuestos a pagar, el 38% de la población pagaría entre 400 y 600 pesos. Al 30% de las personas les parece un precio razonable entre 600 y 800 pesos y tan sólo un 6% estaría dispuesto a pagar entre 800 y 1000 pesos. Por esta razón los precios que debemos establecer deben rondar entre los 400 y 800 pesos para tener una mayor venta y distribución del producto.

11. Compra de bolsa de palma (se mostró fotografía del producto)



El resultado obtenido es alentador. El 81 % de los encuestados estaría dispuesto a comprar una mochila y/o bolsa hecha de palma. Por esta razón, ingresar este producto en la tienda en línea es pertinente.

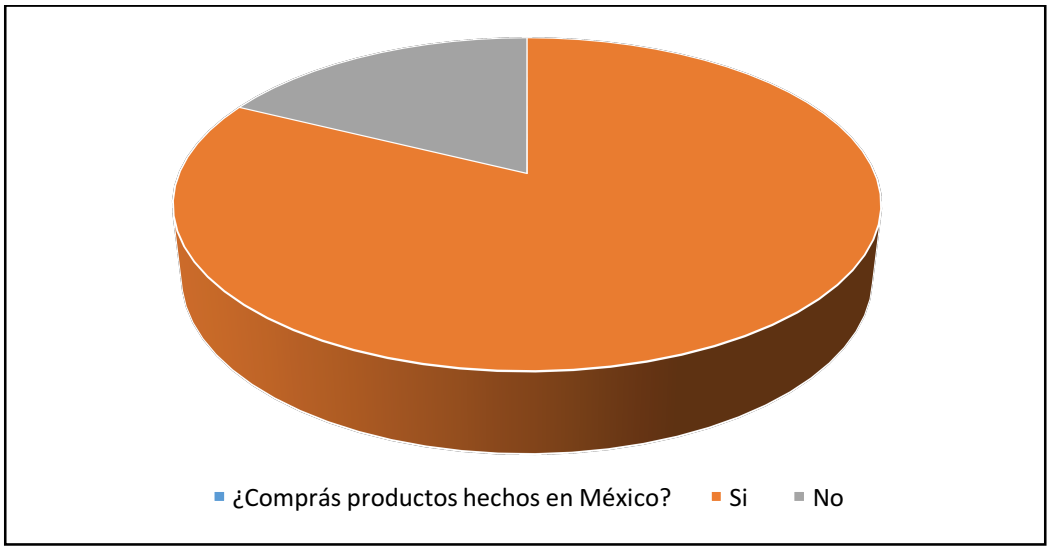
12. Uso de Bolsa de Palma



Respecto a la pregunta anterior este resultado permite obtener información acerca del uso que se le daría a la bolsa y/o mochila de palma. El 49 % de los encuestados menciona que

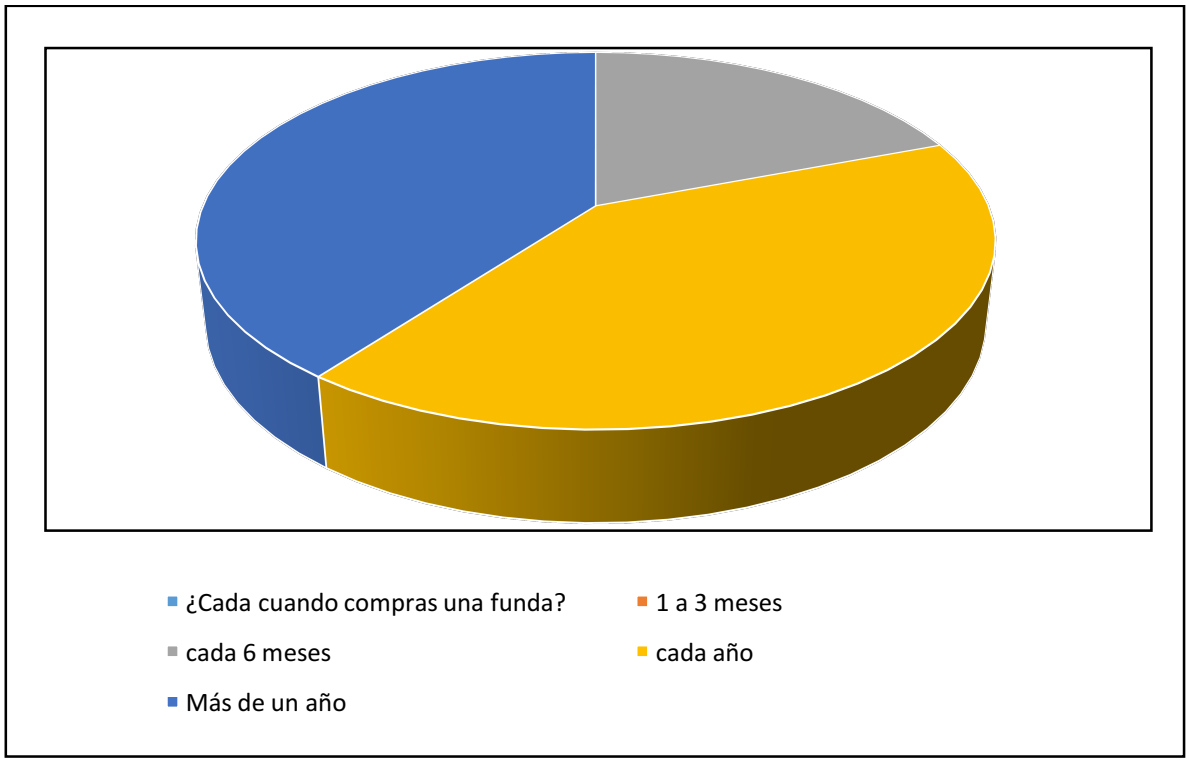
utilizaría el producto para uso diario, mientras que el 32 % de las personas lo usarían para la playa y tan sólo el 19% para alguna excursión. El resultado es positivo considerando que al ser de uso diario nos brinda una mayor posibilidad de venta.

13. Productos hechos en México



Es estimulante saber que 317 personas encuestadas compran productos hechos en México y sólo 68 no. Nos dimos cuenta que lo hecho en nuestro país está tomando fuerza y se están eliminando diversos prejuicios que se tenía sobre los productos mexicanos, dado que durante mucho tiempo se asociaban las cosas mexicanas con lo mal hecho, falsificado o sin un buen diseño.

14. Periodicidad de compra (fundas para computadora portátil)



El 41 % de los encuestados adquirirían una funda para computadora cada año, 40 % renovaría la funda en más de un año y tan sólo el 19% cada 6 meses. Debemos tener precaución con estos datos debido a que las personas tardarían mucho tiempo en adquirir otro producto. Por esta razón, debemos de ampliar la gama de productos como anillos y cosmetiqueras. Lo anterior brindará un ingreso constante para las artesanas y evitará el estancamiento de ventas.

15. Periodicidad de compra (Bolsa o mochila de palma)

La mayoría de los encuestados tardarían más de un año en comprar una bolsa de palma, un alto porcentaje respondió que compraría una cada año y sólo 75 personas contestaron que cada 6 meses. Después de ver este resultado podemos inferir que es necesario incluir productos de uso menos resistente.

A través de este instrumento, se puede constatar que la información arrojada es positiva. Los productos que ofrecemos serán aceptados por el target. Sin embargo, habría que desarrollar posteriormente productos como: monederos, cosmetiqueras, bolsas de noche, mochilas de tela, carteras, llaveros etc. Con el fin de ampliar y diversificar la oferta de productos. Respecto a la gama de colores, podría ir cambiando dependiendo la temporada, lo que permitiría contar con opciones distintas para nuestros compradores.

Al ser un producto artesanal, es prioritario contar con precios asequibles y de calidad. Respetando el proceso de hechura pues se trata de un ritmo rural y de resaltar la riqueza cultural que contiene cada artesanía.

Productos desarrollados

Los productos desarrollados van dirigidos a mujeres entre 18 y 35 años por la capacidad de compra, uso de tarjeta de crédito o débito, aparatos electrónicos y redes sociales. Son personas interesadas en la realidad que viven las artesanas de nuestro país, y que también buscan productos de calidad con un diseño innovador y funcional.

Debido al costo de los productos nos enfocaremos en el nivel socioeconómico C, C+ y B ya que sus decisiones están enfocadas a beneficios psicológicos, a valores, aspiraciones o estatus.

Los puntos fuertes de nuestros productos son la durabilidad y fácil limpieza. La propuesta de valor es calidad y precio asequible.

Los productos que contendrá la tienda en línea son:

- Fundas para computadora portátil: Hechas en telar de cintura en Santo Tomás Jalieza, Oaxaca. Cuentan con un diseño inspirado en la flora y fauna de la región de los Valles Centrales. Contamos con una diversa gama de colores para satisfacer diferentes gustos. Las dimensiones son 35 cm de ancho x 26 cm de largo y son ideales para proteger a la computadora de rayones y golpes.

- Bolsas de palma: Es un producto artesanal hecho de palma natural. Las artesanas utilizan técnicas ancestrales que se transmiten de generación en generación. Son elaboradas en la comunidad de San Mateo Sosola, Oaxaca, perteneciente a la región de los Valles Centrales.

Mochilas: 31.5 cm de ancho x 32 cm de alto. Pueden ser utilizadas para la universidad, excursiones o cualquier actividad de manos libres. Cuentan con gran capacidad de almacenamiento.

Mochila

Bolsas de mano con asa corta: 38 cm de ancho x 30.5 cm de alto. Pueden ser utilizadas para uso diario, para la playa o un día de campo.

Bolsa de asa corta

Bolsas de asa larga: 42 cm de ancho x 32 cm de alto. Ideales para un día de playa o amantes del yoga pues tienen un asa para sostener el *mat* o una toalla.

Bolsa de asa larga

- Bandoleras con pompones: Estas pequeñas bolsas son hechas a mano en Chipila, Tlaxcala. Son perfectas para el fin de semana. Están decoradas con pompones de colores alegres y sus medidas son 21.5 cm de ancho x 24.5 cm de largo.

Bandolera con pompones

- Anillos de cuarzo con base metálica ajustable: Estos accesorios son hechos en la ciudad de Oaxaca, Oaxaca por el artesano Francisco García. Son perfectos para complementar un guardarropa casual y darle un toque místico.

Anillos

Conclusión

Para finalizar creemos que el proceso del proyecto ha sido gratificante para nosotras como para las artesanas. Nos adentramos a una realidad que un principio parecía lejana pero que finalmente nos sentimos parte de ella. Hemos tenido la oportunidad de mirar con otros ojos y apreciar cosas que antes pasaban desapercibidas. Aprendimos a valorar la labor que realizan las artesanas en sus productos; ya que, además de ser algo material nos entregan historias familiares, aprendizajes y técnicas ancestrales de bordado, nos dan un pedacito de ellas.

Cuestionarnos de forma cotidiana es parte de nuestro crecimiento. Es lo que da rumbo al plan de vida y trabajo que cada una quiere vivir. La complejidad y dinamismo que caracteriza el contexto mundial permite reordenar las relaciones sociales. Es estar en constante interacción con diferentes actores de la sociedad y organizaciones sociales las que permiten construir un saber compartido.

El camino que hasta ahora hemos trazado, ha sido arduo. El balancear y poner en común el ritmo rural y el ritmo urbano es una labor donde nos hemos topado con diversas barreras de comunicación e ideología, por esta razón, la apertura y el saber escuchar distintas voces fue clave para llegar a un lugar en común y entregar este producto final.

Como alumnas de esta institución, nos sentimos orgullosas de estar en constante aprendizaje. Tener la habilidad de crear puentes humanizados con otras personas, nos ayuda a profundizar desde diferentes áreas de estudio y tratar de tener una visión efectiva en distintas dinámicas sociales con personas vulnerables y desprotegidas de la sociedad. Sin dejar de lado la existencia de sectores económicos y culturales que también afectan a nuestra región y de forma más amplia al mundo.

Anexos

Instrucciones para acceder al sitio web de Bakuza

1. Ingresar a internet
2. Pegar o teclear la siguiente dirección en la parte superior del buscador: artesaniasbakuza.com
3. Navegar en el sitio web

Referencias

Kotler, P y Armstrong, G. (2012). *Mercadotecnia.* México: Pearson