

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“ESTUDIO MERCADOLÓGICO DE POSICIONAMIENTO DE LAS
ARTESANÍAS DE LA CONVENCIÓN DEL 45 EN LOS ALMACENES Y
COMERCIANTES DE ARTESANÍAS”**

**TRABAJO PRÁCTICO
CORRESPONDIENTE
AL CICLO DE GRADUACIÓN,
PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ALUMNA:
VERÓNICA AGUILERA A.**

**DIRECTORA:
LCDA: CECILIA UGALDE**

**CUENCA – ECUADOR
2002**



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Manuel e Isabel, con quienes sin su esfuerzo no hubiera podido llegar a este momento, les agradezco por su apoyo no sólo durante mi vida universitaria sino también por todo el tiempo, el cariño y la comprensión que han tenido conmigo durante mis años de vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a toda la familia de la Universidad del Azuay, quienes han aportado mucho a mi carrera universitaria. A la licenciada Cecilia Ugalde Sánchez, amiga y directora, por sus enseñanzas no sólo durante la realización de este trabajo sino también durante las horas de estudio. A aquellos, con quienes compartí muchas vivencias dentro de la Universidad como fuera de ella, los que demostraron un gran compañerismo fusionado con una invencible amistad, mis compañeros.

ABTRACT

El presente estudio, se basa en un trabajo de campo, encaminado al aporte comunitario, en cuanto se refiere a la labor manufacturera.

La Convención de Artesanos del 45, han colaborado, por muchos años la desarrollo de la región, elaborando productos que han dejado en alto, la calidad de artistas que la ciudad de Cuenca posee.

Lamentablemente los artesanos, poco a poco han ido disminuyendo, muchos de ellos por la edad, otros que por la situación económica han tenido que dejar sus raíces, destinados a vivir una cultura diferente.

El objetivo primordial de este proyecto, es aportar a quienes todavía se dedican a dar forma al barro y arcilla, formas que denotan nuestras raíces, una nueva concepción para el comercio y elaboración de figuras de barro y arcilla. Figuras que llevan el sustento a muchos hogares cuencanos.

INDICE

INTRODUCCION.....	1
ANTECEDENTES.....	2
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	3
-Top of mind.....	3
-Tabla calificativa en porcentajes	4
-Información sobre las diferencias entre las artesanías de la convención del 45 y las demás.....	4
-Preferencias de artesanías y el ¿por qué?.....	5
¿Incide el rasgo cultural como factor de venta?.....	6
ACCIONES DESARROLLADAS.....	6
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	7
-Conclusiones.....	7
-Recomendaciones.....	10
ANEXOS.....	11

INTRODUCCIÓN

La Convención del 45 es conocida también con el nombre de "Barrio de las Ollerías". En épocas pasadas fue el lugar donde vivían y trabajaban la mayoría de alfareros y, aunque si bien es cierto que en la actualidad quedan pocos artesanos esta tradición aún se mantiene.

Uno de ellos es Juan Arias Reino, alfarero de años que vive y trabaja en el sector, comento que el tuvo sus inicios en este oficio a la edad de 7 años, cuando entró como aprendiz del maestro José Jimbo en un taller ubicado en esta convención.

Este maestro artesano fabrica en su mayoría utensilios de cocina como ollas, platos, tazas etc. Y que los vende en su local o en las diferentes ferias de la ciudad y el país, dice que la alfarería es una habilidad ya que no hay un método a seguir para secar piezas iguales.

La mayoría de artesanos coinciden en señalar que traen la materia prima {tierra} en Sinincay, Santa Ana, Chordeleg y que venden sus productos en los mercados, en las ferias populares a lo largo de la provincia y en la feria anual que se desarrolla en Ambato durante el mes de noviembre. (tomado de Diario El Mercurio)

1. ANTECEDENTES

ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE LAS ARTESANIAS DE LA CONVENCION DEL 45 DENTRO DE ALMACENES Y COMERCIANTES DE ARTESANIAS DE LA CIUDAD DE CUENCA.

El presente trabajo forma parte del proyecto que se realizará por parte de la Universidad de Azuay.

Este proyecto se enfoca en tres puntos:

1.- INVESTIGACIÓN ANTROPOLÓGICA.- Esta investigación esta dirigida por dos expertos en el tema de la investigación antropológica, ellos son los doctores Alemida y Balarezo, los cuales contarán con un equipo de apoyo.

2.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO.- Estará a cargo de la escuela de Comunicación Social. Esta investigación se la realizará en dos públicos diferentes y esta a cargo por dos grupos de estudiantes:

2.1. Clientes finales.- El primer grupo esta dedicado al estudio de los clientes finales activos.

2.2. Almacenes intermediarios de Artesanías.- El presente proyecto está enfocado a este público de estudio. Consta de estudio a los almacenes que se dedican a la venta de artesanías, sus gustos y percepciones.

3. VALORACIÓN DE DISEÑO.- Una aportación a la escuela de Diseño que valorará las artesanías para mejorar sus diseños.

2.RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 TOP OF MIND: (anexo1)

¿Dígame tres proveedores de artesanías que le venga a la mente?

	Primera mención	Segunda mención.	Tercera mención
1er. lugar	Madera:18	Madera y Mármol: 13	Madera:10
2do. lugar	Cerámica:13	Cerámica: 8	Mármol:9
3er. lugar	Mármol:6	Hierro forjado: 4	Metal y Hierro forjado:6

2.1.1 Posicionamiento.- Es el esfuerzo que se realiza para que una marca u producto ocupe un lugar definido en la mente del consumidor. Este busca transmitir ordenadamente los atributos del producto o servicio para que sean percibidos con claridad por el público y conseguir estar más cerca de sus clientes actuales y potenciales. El posicionamiento se mide mediante la realización del TOP Of. Mind. (*Imagen y Posicionamiento, Las claves para una publicidad efectiva. Sebastián Romero Buj. Editorial Grijalbo*)

Nota. En este caso las respuestas corresponden a proveedores personales. Cada material indica la clase de proveedor que es.

2.2 TABLA CALIFICATIVA EN PORCENTAJES

	.+3	.+2	.+1	0	.+1	.+2	.+3	
Barata			35%	32%		45%		Costosa
Bonita		33.3%	30%	51.6%				Fea
Durable	53.30%	35%	33%					No dura
Buena Calidad	53.30%	33.3	35%					Mala calidad
Buen Acabados	68.30%		32%	22%				Mal acabado
Resistente	76.60%	21.6%	35%					No Resistente

Artesanías de San Joaquín.
 Artesanías de la Convención del 45
 Artesanías de proveedores privados o personales.

2.3 INFORMACIÓN SOBRE LAS DIFERENCIAS ENTRE LAS ARTESANÍAS DE LA CONVENCION DEL 45 Y LAS DEMÁS.
 PREFERENCIAS DE ARTESANÍAS Y EL PORQUE
 ¿INCIDE EL RASGO CULTURAL COMO FACTOR DE VENTA?

2.3.1 RESULTADOS

2.3.1.1 DIFERENCIAS ENTRE LAS ARTESANÍAS DE LA CONVENCION Y LAS DEMÁS

Más económicas: 19
 Mal acabado: 18
 No son decorativas: 16
 No comerciables: 4
 Gran tamaño: 2

2.3.1.2 PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES

2.3.1.2.1 Características

Decorativas:	16
Tamaño pequeño:	6
Tradicionales:	3
Baratas:	2
Resistentes:	1

2.3.1. 2.2 Diferencias de materiales

Madera:	11
Bordados	5
Cerámica:	5
Mármol	4
Hierro y metal:	2
Plástico:	1
Arte repujado:	1

2.3.1.3 INCIDENCIA DE RASGOS CULTURALES COMO FACTOR DE VENTA

si:	34
no:	19
más o menos:	1

2.3.1.3.1 ¿Por qué?

Sí	No
Hace de las artesanías algo nuestro	Incide el precio
Hace artesanías típicas, novedosas y originales	
Al poseer rasgos las hace considerarlas recuerdos de nuestro país	

3. ACCIONES DESARROLLADAS

Para la realización del presente proyecto se procedió a determinar una muestra de 60 almacenes en los que se efectuaría la encuesta (**anexo 1**) que ayudaría para la obtención de la información requerida sobre las artesanías de la Convención del 45.

Una vez desarrolladas las encuestas en los 60 establecimientos, en las que se pedía nombrar a tres proveedores de artesanías, se procedieron a tabular los datos requeridos, a revisar las frecuencias con que se repetía las respuestas para poder obtener los datos correspondientes al Top Of Mind.

Se pidió calificar a las artesanías de la Convención, a las artesanías de la parroquia San Joaquín y a las artesanías de los proveedores personales que poseen los almacenes, para obtener los datos correspondientes a la manera de cómo era percibido nuestro objeto de estudio por parte de los comerciantes de artesanías de la ciudad. Para esto se elaboró una "Tabla Calificativa por Porcentajes", y de ahí desarrollar la Telaraña de Berstein, la misma que nos permite ver las ventajas de las otras artesanías y las cualidades de las nuestras.

Por último se preguntó sobre las preferencias de los clientes, los rasgos que incidan como factor de venta y las características de las artesanías más vendidas con el propósito de determinar el tipo de artesanías que son más apreciadas por los compradores.

Obtenidos todos los datos que permitirán cubrir con los requerimientos investigativos de los objetivos de la investigación se procede a determinar las conclusiones, recomendaciones y planteamiento de estrategias que permitan mejorar el nivel, tanto de ventas como calidad de las artesanías de la Convención del 45.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

Al haber efectuado las acciones antes mencionadas se llegó a las siguientes conclusiones:

4.1.1 Posicionamiento: (anexo 2) La Convención del 45 no posee posicionamiento dentro de los comercios de artesanías, puesto que no llega a ocupar ningún lugar en la tabla de resultados, no siendo así los proveedores personales privados de artesanías, los cuales han ocupado todos los sitios de la tabla del Top of Mind.

(en nuestro caso los materiales corresponden a proveedores personales)

4.1.2 Calificativos: (anexo 3) Sobre la manera en como son percibidas las artesanías de la Convención del 45, con las artesanías de San Joaquín y las de los artesanos privados se podría decir que estas no son consideradas como objetos costosos puesto que obtuvo el precio más económico en comparación con las demás.

En cuanto a la apreciación estética estas ocupan el segundo sitio hacia lo más bonitos al igual que las Artesanías de San Joaquín y Artesanías de proveedores Personales, pero con la diferencia de que poseen el porcentaje más bajo.

Sobre la calidad de las artesanías, las de los proveedores personales se ubicaron en un mejor sitio y con un alto porcentaje. Empatán en segundo lugar las otras dos.

La durabilidad, los buenos acabados y la resistencia de las artesanías de los proveedores personales ocupan, en los tres casos, el mejor lugar y con un porcentaje alto.

Las artesanías de la Convención se colocan en el segundo sitio sobre las características de durabilidad, y resistencia, pero ocupa el último lugar en cuanto a buenos acabados.

Sobre la durabilidad, resistencia y acabados, artesanías de San Joaquín ocupan el segundo sitio.

4.1.3 Telaraña de Berstein.- (anexo 3.1) Con el propósito de un mejor entendimiento del estado actual de nuestras artesanías en comparación con las otras se realizó un esquema gráfico y que representa lo siguiente:

a) Esta compuesto de tres circunferencias, cada una indica un valor, la del centro vale: 0 lo que es equivalente a que no se conoce sobre tal aspecto, cuando una de las artesanías ocupa este sitio se la anula al momento de realizar el mapa perceptual. Las siguientes equivalen a 1 a 2 y a 3 de acuerdo a la puntuación y el cuadrante de esta la característica iría de lo menos a lo más. Es decir, si una artesanía es muy barata su punto en este cuadrante estaría colocado en la línea 3.

b) Los radios cogen cada uno de los atributos que han sido calificados.

(*Integración de la Identidad y la Imagen de la Empresa. Luis Angel Zans de la Tajada Ediciones Gestión*).

En base a este preámbulo se diría que nuestras artesanías no están con una mala opinión en cuanto a calidad, durabilidad, estética y precio. No siendo así en acabados y resistencia, radios en los que se encuentran en las posiciones negativas o en con un bajo porcentaje.

4.1.4 Preferencias (anexo 3)

Otro punto importante en cuanto dentro de la investigación fue la determinación de las diferencias entre nuestro objeto de estudio con las otras artesanías antes mencionadas, de lo cual resulta que:

Las artesanías de la Convención del 45 son más económicas, tienen un acabado que no es el adecuado, no se las considera como objetos decorativos. Son más difíciles de vender y sus tamaños no son los apropiados para este tipo de negocio.

La preferencia de los clientes es otro de los puntos de investigación, los resultados fueron los siguientes:

Sobre las características que debe cumplir una artesanía tenemos que en primer lugar debe ser decorativa, debe tener un tamaño menor, ser objetos que denoten nuestra tradición, nuestras raíces.

Se podría decir que el costo no influye tanto en la artesanía puesto que ocupa esta característica el cuarto lugar. Una última característica en las artesanías es la resistencia de estas.

Sobre el tipo de artesanías respecto al material en que esta hecha, el primer lugar es para la madera.

Le siguen los bordados, la cerámica, el mármol.

El quinto lugar es para el mármol, le sigue con un empate el hierro forjado y el metal.

Y en último sitio se encuentra el plástico.

4.1.5 Rasgos. (anexo3)

Para la mayoría de los comerciantes es importante que las artesanías posean rasgos culturales ya que si influyen al momento de la venta.

La segunda mayoría opina que no es un atributo de las artesanías la manifestación cultural que estas posean, sino que es el precio al que es vendida dicha pieza.

4.2 RECOMENDACIONES

En primer lugar se podría empezar una campaña dirigida a dar a conocer la existencia de este grupo de artesanos como proveedores de artesanías puesto que no son considerados como tales.

En segundo lugar se debería realizar una acción instructiva a los artesanos de la Convención del 45 sobre la percepción que tiene la gente común sobre sus productos. Darles a conocer los atributos que estos buscan en las artesanías, atributos tales como que sean decorativas, de un tamaño pequeño y que sobre todo posean detalles que las hagan objetos tradicionales.

Se recomienda entonces elaborar nuevos diseños, en cuanto a tamaño y utilidad, que posean también rasgos de nuestra cultura.

Según las preferencias de los clientes estos buscan que las artesanías sean de cerámica y económicas, atributos que nuestras artesanías poseen. Razón por la cual se trabajaría el posicionamiento por atributos:

4.2.1 “Posicionamiento por atributos: *Los atributos, que muchas veces van mezcladas con beneficios para el consumidor, permiten un posicionamiento que varía con el tipo de producto.”* (Imagen y Posicionamiento, Las claves para una publicidad efectiva. Sebastián Romero Buj. Editorial Grijalbo).

En nuestro caso se daría a conocer a las artesanías de la Convención como objetos de cerámica a un precio económico.

Que dado el material que se utiliza este se puede transformar en cualquier tipo de objeto, no solamente ollas o macetas como son percibidas, si no también objetos de decoración, o que simplemente sean “artesanías realmente tradicionales”.

ANEXOS

1) Es usted vendedor de artesanías

si..... no.....

2) Por favor, dígame tres proveedores de artesanías que le vengan a la mente

ANEXO 1

1.....

2.....

3.....

3) Según su criterio y tomando en cuenta que "+3" significa en los dos casos lo máximo califique a: Artesanías de la Convención del 45"

	"+3	2	1	0	1	2	"+3	
Barata								Costosa
Bonita								Fea
Durable								No dura
Buena Calidad								Mala calidad
Buen acabado								Mal acabado
Resistente								No resistente

califique a: Artesanías de san Joaquín

	"+3	2	1	0	1	2	"+3	
Barata								Costosa
Bonita								Fea
Durable								No dura
Buena Calidad								Mala calidad
Buen acabado								Mal acabado
Resistente								No resistente

califique a: Artesanías de proveedores personales

	"+3	2	1	0	1	2	"+3	
Barata								Costosa
Bonita								Fea
Durable								No dura
Buena Calidad								Mala calidad
Buen acabado								Mal acabado
Resistente								No resistente

4) Que diferencias encuentra entre las artesanías de la Convención del 45 y las demás?

.....

5) Que tipo de artesanías prefieren sus clientes y porque?

.....

6) Cree que los rasgos culturales inciden como factor de venta y porque?

.....

paja toquilla	cerámica	mármol
mármol	madera	cerámica
cerámica	hierro forjado	madera
paja toquilla	yeso molido	duda
madera	hierro forjado	cerámica
acrílico	mármol	paja toquilla
arcilla	madera	madera
madera	mármol	paja toquilla
tagua	cerámica	madera
cerámica	madera	hierro forjado
cerámica	mármol	arcilla
hierro forjado	madera	tagua
cerámica	madera	hierro forjado
duda	cerámica	hierro forjado
duda	bordado	madera
madera	mármol	cuerina
madera	mármol	hierro forjado
mármol	latón	muñecas de trapo
plástico	bambú	madera
metal	madera	bordados
madera	cerámica	cuero
bambú	cuero	mármol
madera	cerámica	vidrio
cerámica	yeso molido	mármol
madera	metal	mármol
madera	bordado	mazapán
madera	metal	cerámica
metal	arcilla	mármol
madera	paja toquilla	mazapán
bordados	mármol	mármol
hierro forjado	madera	madera
duda	bordado	bronce
yeso molido	hierro forjado	metal
cerámica	madera	hierro forjado
mármol	cerámica	cuerina
paja toquilla	mármol	hierro forjado
madera	cerámica	duda
madera	mármol	mármol
cerámica	arcilla-Pujilí	chordeleg
arcilla tejar	convencion45	cuero
madera	lana	Convención 45
latón	madera	metal
madera	tela	metal
tagua	mármol	metal
madera	paja toquilla	cuero
madera	mármol	metal
mármol	cerámica tejar	cerámica
cerámica	arcilla	madera
Convección 45	duda	latón
cerámica	madera	bordados
cerámica	madera	madera
Convección 45	duda	mármol
paja toquilla	cerámica	cerámica
mármol	madera	paja toquilla
acrílico	mármol	paja toquilla
madera	mármol	madera

cerámica	hierro forjado	madera
mármol	paja toquilla	metal
cerámica	mármol	arte repujado
madera	cerámica	mármol
cerámica	madera	mármol

Posiciones en primer lugar

Paja toquilla: 4
 Acrílico:2
 Arcilla:1
 Arcilla tejar:1
 Cerámica:13
 Convención 45 :2
 Mármol:6
 Madera:18
 Tagua:2
 Duda: 3
 Hierro forjado:2
 Latón 1
 Metal: 2
 Plástico 1
 Yeso molido:1
 Bambú:1

Segundo lugar

Arcilla:2
 Arcilla Pujilí:1
 bambú:1
 Bordado:3
 Cerámica:8
 Cerámica tejar:1
 Convención del 45:1
 Cuero:1
 Duda:2
 Hierro forjado:4
 Lana:1
 Latón:1
 Madera:13
 Mármol:13
 Metal:2
 Paja toquilla:3
 Yeso molido:2
 Bordados:1

Tercer lugar

Arcilla:1
 Repujado:1
 Bordados:2
 Bronce:1
 Cerámica:5
 Convención:1
 Cuerina:2
 Cuero:3
 Chordeleg:1
 Duda:2
 Hierro forjado:6
 latón:1
 Madera:10
 Mármol:9
 mazapán:2
 Metal:6
 Muñecas:1
 Paja toquilla:4
 Tagua:1
 Vidrio:1

TOTALES:

	Primera mención	Segunda mención.	Tercera mención	
Primer lugar	Madera:18	Madera y Mármol: 13	Madera:10	
Segundo lugar	Cerámica:13	Cerámica: 8	Mármol:9	
Tercer lugar	Mármol:6	Hierro forjado: 4	Metal y Hierro forjado:6	

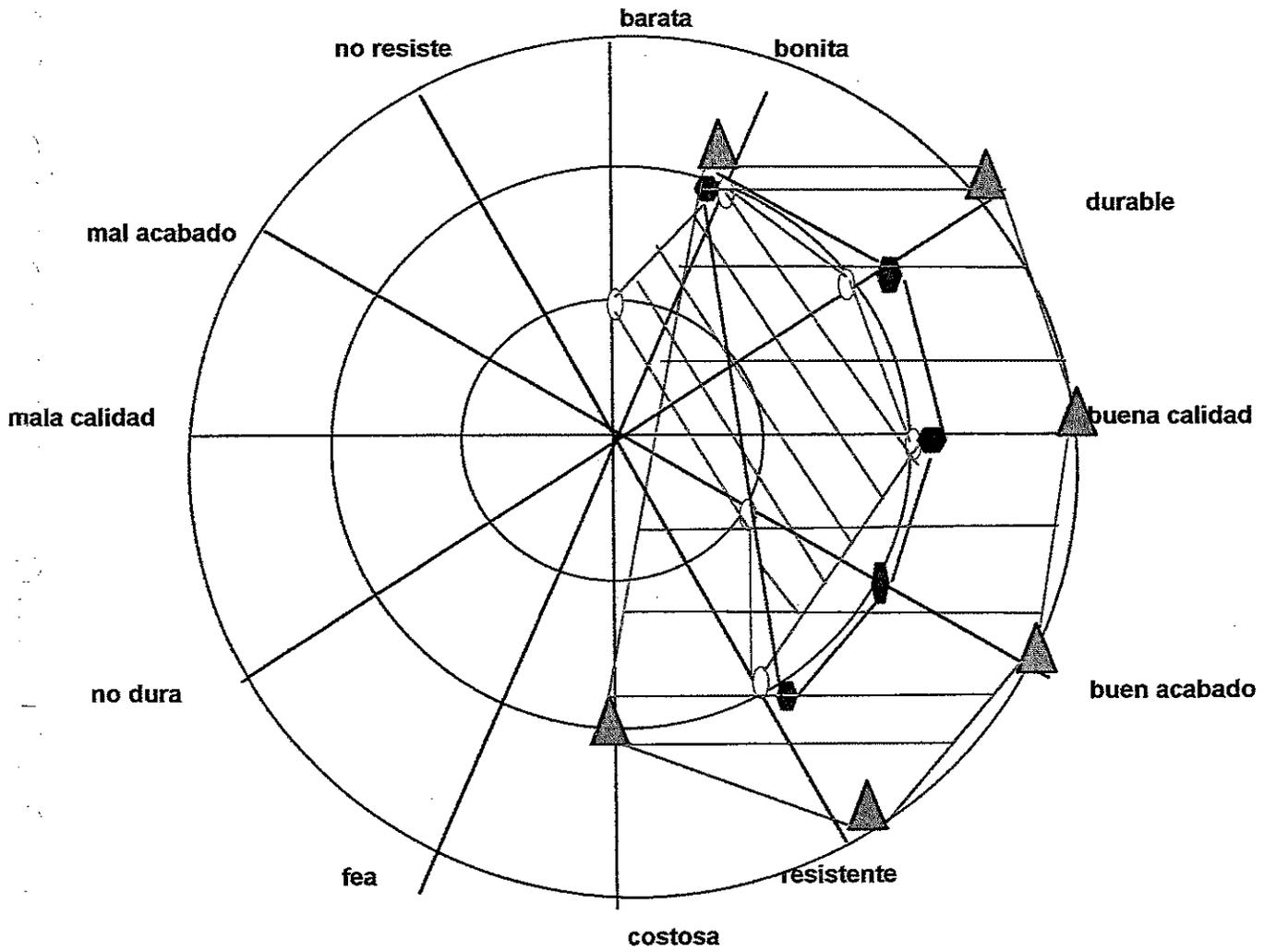
CARACTERISTICAS	PREFERENCIAS	INCIDENCIA
tradicional	bambu	si
no detalles	ceramica pequeña	si
toscas	ceramica pequeña	mas o menos
menos comerciables	bordados	si
no conoce mucho	madera	si
baratas	marmol	no
mal acabado	pequeñas	si
precio	madera	si
acabado	madera	si
mal acabado	madera	si
toscas	madera	si
feas	hierro	si
precio	madera	no
menos comerciables	pequeñas	si
precio	resistentes	si
no conoce	tradicional	no
son muy grandes	bordados	no
difíciles de llevar	plástico	no
calidad	bordados	si
no conoce	madera	no
menos detalles	mármol	si
precio baratas	decorativas	si
malos acabados	baratas	no
precio baratas	decorativas	si
no conoce	madera	no
precio baratas	bordados	si
toscas	fácil de llevar	si
precio baratas	metal	si
menos detalles	moda	si
no conoce	cerámicas	no
utilitarias	baratas	no
mal acabado	mármol	no
no decoran	cerámicas	si
rústicas	mazapán	si
menos comerciables	cerámicas	no
no originales	hierro	si
no decoran	decorativas	si
baratas	metal	no
utilitarias	bordados	no
precio	madera	si
utilitarias	madera	si
precio	lo ecuatoriano	si
precio	macetas	si
precio	macetas	no
utilitarias	madera	no
rústicas	elegantes	no
no decoran	decorativas	si
no decoran	decorativas	si
precio	pequeñas	no
utilitarias	decorativas	si
no decoran	decorativas	si
precio	decorativas	si
no decoran	decorativas	no
menos comerciables	pequeñas	si
rústicas	decorativas	si
utilitarias	lo ecuatoriano	

no decoran	buenos acabados
precio	decorativas
precio	mármol
precio	buenos acabados
precio	buenos acabados
precio	pequeñas
toscas	repujado
rústicas	
ordinarias	
precio	
mal acabado	
utilitarias	

TOTALES

Diferencias		
con las demás		
artesánias:		
	Precio más económico:	19
	Mal acabado:	18
	No son decorativas:	16
	No son comerciables:	4
	Gran tamaño:	2
Preferencias de clientes:		
Características		
	Decorativas:	16
	Tamaño pequeño:	6
	Tradicionales:	3
	Baratas:	2
	Resistentes:	1
Materiales		
	Madera:	11
	Bordados	5
	Cerámica:	5
	Mármol	4
	Hierro y metal:	2
	Plástico:	1
	Arte repujado:	1
Incidencia rasgos		
culturales como		
factor de venta		
	si:	34
	no:	19
	más o menos:	1

Telaraña de Berstein.



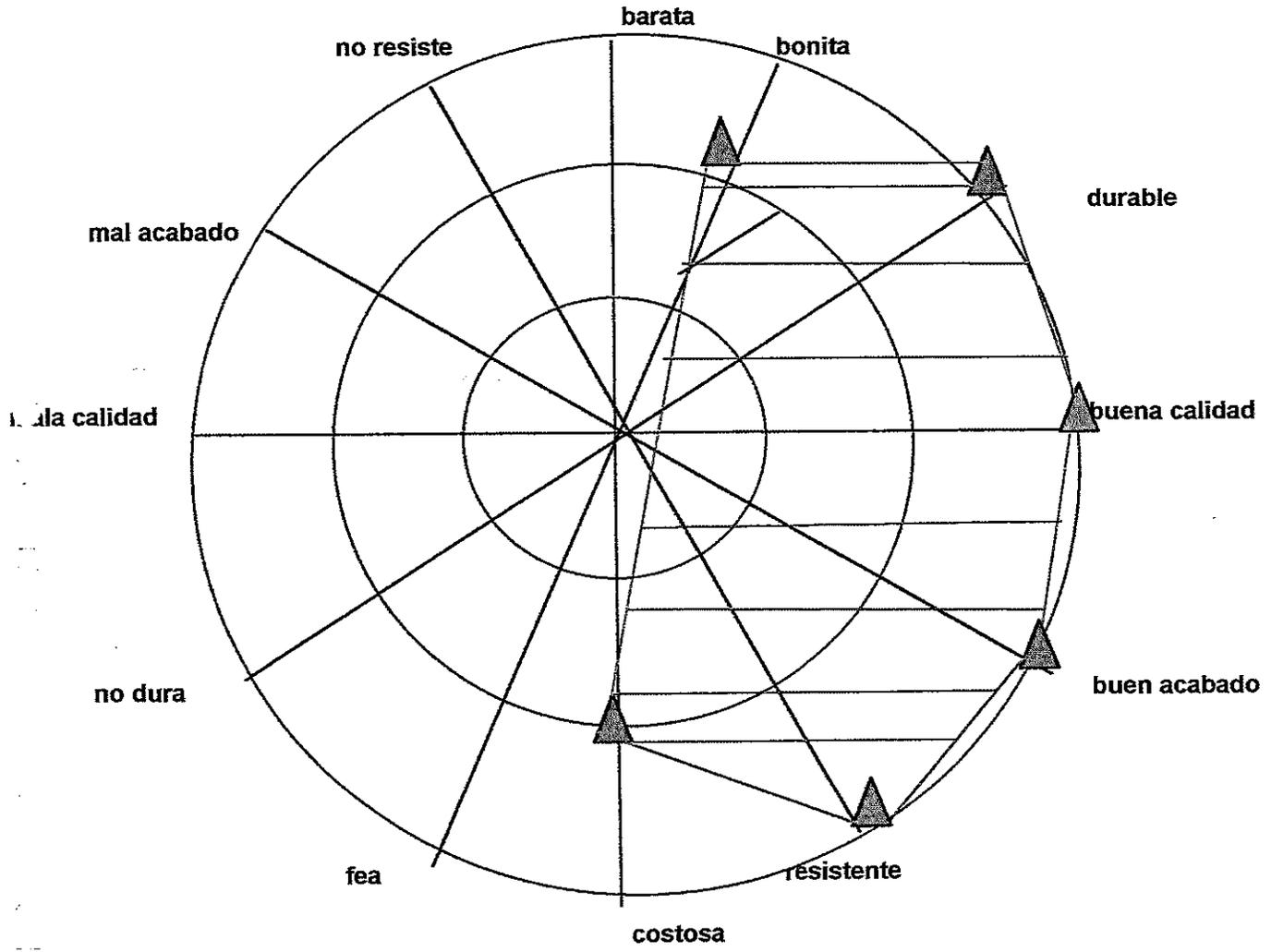
Área lila: ocupa las artesanías de la Convención del 45

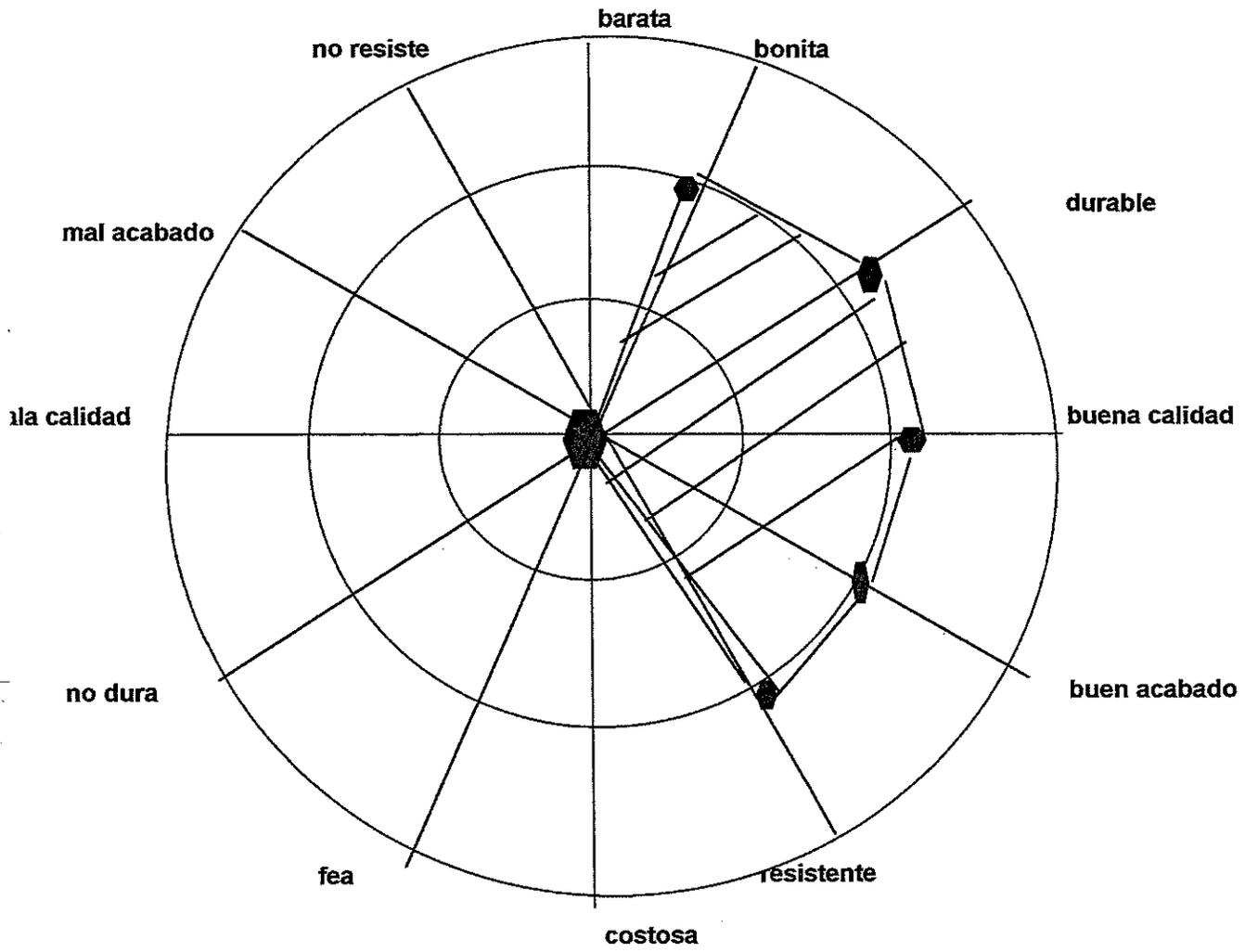
Área negra: ocupa las artesanías de San Joaquín

Área roja: ocupa las artesanías de proveedores personales sin pertenencia a agrupación.

Telaraña de Berstein.

PROVEEDORES PERSONALES





Telaraña de Berstein.

CONVENCION DEL45

