

Facultad de Comunicación

Paola Navarrete-Katherine López
Maestría en Marketing y Publicidad Digital
Trabajo Fin de Máster



Joyas de la Villa

Trabajo Fin de Master

TFM/TFG



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Katherine Paulina López Torres

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 1085280119 de Pasto

Nombre Completo Paola Marcela Navarrete Puentes

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 52969206 de Bogotá

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

E commerce: JOYAS DE LA VILLA :Joyas elaboradas en plata-oro en Mompox con la técnica de la filigrana

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

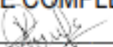
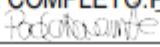
Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Katherine Paulina López Torres</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Paola Marcela Navarrete Puentes</u>
FIRMA: 	FIRMA: 
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1085280119 de Pasto</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>52969206 de Bogotá</u>
FACULTAD: <u>Administración Finanzas y Ciencias Económicas</u>	FACULTAD: <u>Administración Finanzas y Ciencias Económicas</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Maestría en Marketing Digital</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Maestría en Marketing Digital</u>

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 07 de agosto de 2019



Permiso de lectura de TFM

1 DATOS DEL ALUMNO (rellénese en letras mayúsculas)

Nombre Katherine Paulina

Apellidos López Torres

Correo electrónico ktloptor.kl@hotmail.com

Teléfono de contacto 3213122603

Director del TFM

Representante de la empresa (si procede)

Teléfono 3213122603

2 TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

TÍTULO E commerce: JOYAS DE LA VILLA :Joyas elaboradas en plata-oro en Mompox con la técnica de la filigrana

TFM en

PRESIDENTE

VOCAL

SECRETARIO

El director autoriza la lectura del Trabajo Fin de Máster:

El director del TFM y el alumno autorizan su depósito en el repositorio de documentos digitales de la Universidad Nebrija.

El director del TFM y el alumno no autorizan el acceso abierto al mismo.

Fundación Antonio de Nebrija 11 de mayo de 2019

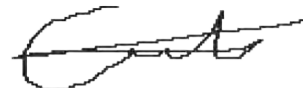
Fundación Antonio de Nebrija 11 de mayo de 20 19

Atentamente,

Atentamente,



El Alumno



El Director

Permiso de lectura de TFM

1 DATOS DEL ALUMNO (rellénese en letras mayúsculas)

Nombre Paola Marcela Apellidos Navarrete
Correo electrónico paolanavarretep@gmail.com Teléfono de contacto 3107710435
Director del TFM
Representante de la empresa (si procede) Teléfono 3107710435

2 TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

TÍTULO E commerce: JOYAS DE LA VILLA :Joyas elaboradas en plata-oro en Mompox con la técnica de la filigrana

TFM en _____

PRESIDENTE _____

VOCAL _____

SECRETARIO _____

El director autoriza la lectura del Trabajo Fin de Máster:

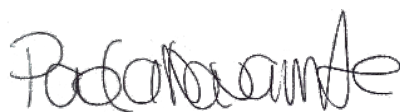
El director del TFM y el alumno autorizan su depósito en el repositorio de documentos digitales de la Universidad Nebrija.

El director del TFM y el alumno no autorizan el acceso abierto al mismo.

Fundación Antonio de Nebrija 11 de mayo de 20 19

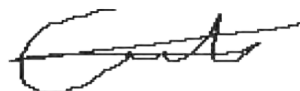
Fundación Antonio de Nebrija 11 de mayo de 20 19

Atentamente,



El Alumno

Atentamente,



El Director

ANEXOS

ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA

Esta encuesta ha sido elaborada con el propósito de realizar una investigación de mercados orientada a identificar las necesidades y preferencias del mercado objetivo para Joyas de la Villa, empresa encargada de la comercialización y distribución en la ciudad de Bogotá de joyería artesanal elaborada con la técnica de la filigrana por los artesanos en Mompox- Colombia.

PREGUNTAS:

1. Rango de edad

- a.25-30
- b.31-35
- c.36-40
- d.41-45
- e.46-50

2.Nivel de estudios

- a. Bachiller
- b. Pregrado
- c. Posgrado

3.Nivel de ingresos mensuales:

- a.\$1'000.000 - \$2'000.000
- b.\$2'000.000 - 4'000.000
- c.\$4'000.000 -\$6.000.000
- d. Más de \$6.000.000

4. ¿Conoce en qué consiste la técnica de la filigrana?

- a. Si
- b. No

5. ¿Con qué frecuencia compra joyas?

- a. Semanal
- b. Quincenal
- c. Mensual
- d. Bimestral Otro (especifique)

6.Cuál es la marca de los accesorios de joyería que usted compra?

7. ¿Cuándo compra accesorios de joyería, prefiere? (marque todas las opciones que apliquen para usted)

- a. Collares
- b. Manillas
- c. Anillos
- d. Aretes

8. ¿Qué es lo que más tiene en cuenta a la hora de comprar joyas?

- a. Diseño
- b. Material
- c. Precio
- d. Marca
- e. Exclusividad
- f. Funcionalidad
- g. Tendencia
- h. Otro.

Cuál? _____

9. La mayoría de accesorios que posee actualmente:

- a. Fueron un regalo
- b. Comprados
- c. Elaborados por usted
- d. Otro.

Cuál? _____

10. ¿Generalmente que la motiva a comprar sus accesorios?

- a. Evento especial
- b. Lo ve y se antoja
- c. Se quiere consentir
- d. Para un regalo

11. ¿En qué material prefiere sus joyas?

- a. Oro
- b. Plata
- c. Fantasía

12. ¿Compraría joyas hechas en Filigrana?

- a. Si
- b. No

13. Por lo general compra sus joyas en:

- a. Tiendas de departamentos
- b. Tiendas de diseñadores
- c. Tiendas especializadas
- d. En Internet
- e. En la calle
- f. Le es indiferente Otra (especifique)

14. ¿Ha comprado joyas por internet?

- a. Si
- b. No

15. Si su respuesta es SI ¿dónde lo ha hecho?

Si su respuesta a la anterior pregunta fue si, responda las siguientes preguntas

16. ¿Qué es lo que más valoras a la hora de comprar en una tienda online?

17. Qué es lo que más le gustaría de comprar accesorios/joyería en Internet?

- a. Es rápido
- b. Es cómodo
- c. Es económico
- d. Todas las anteriores
- e. N/S, N/R

18 ¿Que forma de pago es la que más le gusta?

- a. Tarjetas de crédito
- b. Contra entrega
- c. Transferencia Bancaria
- d. Paypal
- e. Efecty
- f. Nequi

19. ¿compraría joyas por facebook o instagram sin que la marca tenga página web?

- a. si

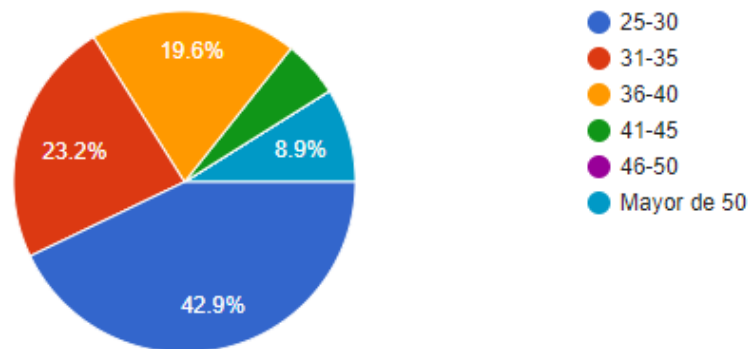
b. no

¿por qué?

Agradecemos su colaboración y tiempo dedicado a responder esta encuesta.

ANALISIS DE DATOS

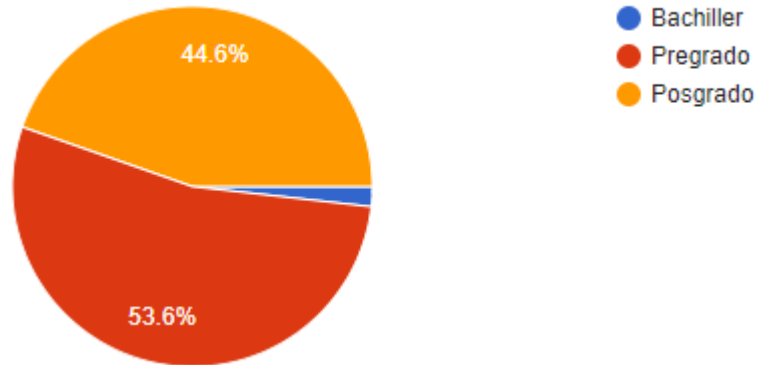
1. Rango de Edad



Gráfica 10. Encuesta, Rango de edad

Frente a la primera pregunta referente al rango de edad, se puede inferir que el mayor porcentaje de la población encuestada y representada con un 42.9% que corresponde a 165 personas, en la gráfica tiene entre 25-30 años de edad y el menor porcentaje de la población correspondiente al 8.9% correspondiente a 34 personas tiene más de 50 años. Por lo tanto, se puede concluir que las clientes potenciales están en un rango de edad entre los 25 a 40 años.

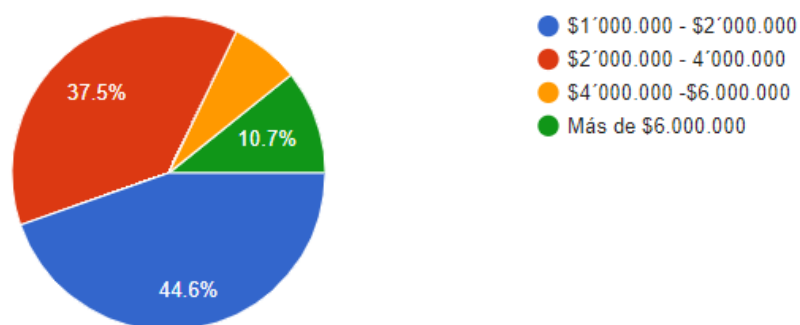
2. Nivel de estudios



Gráfica 11 . Encuesta, Nivel de estudios

Gracias a la gráfica 3 podemos observar que del 100% de la población el 53.6% correspondiente a 206 personas encuestadas, quienes compran joyas tienen un nivel educativo de pregrado, seguido por un 44.6% con estudio de posgrado. Es decir que son mujeres con alto nivel educativo que trabajan para alguna compañía y muchas veces ocupan cargos profesionales, de coordinadoras, directivas y/o de gerentes, por tanto, les gusta lucir elegantes y ejecutivas.

3. Nivel de ingresos mensuales:

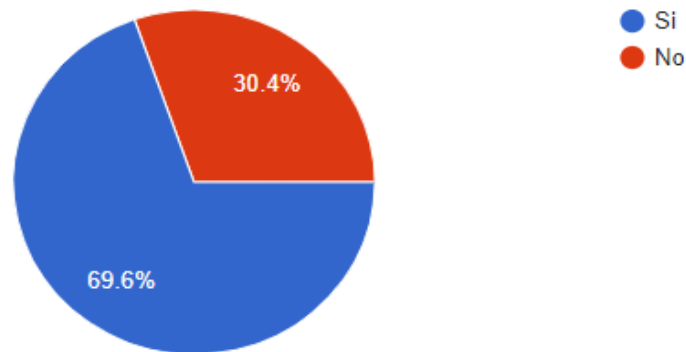


Gráfica 12 . Encuesta, Nivel de ingresos mensuales

La gráfica 4 refleja que del 100% de la población encuestada, el 44.6% de las personas correspondientes a 172 tiene ingresos mensuales entre \$1.000.000 y \$2.000.000, seguido por un 37.5% que ganan entre \$2.000.000 y \$4.000.000. Estos porcentajes confirman que son

personas profesionales que ganan más que un salario mínimo pero que aun así, sus ingresos todavía son limitados para destinar un rubro mensual en accesorios de lujo.

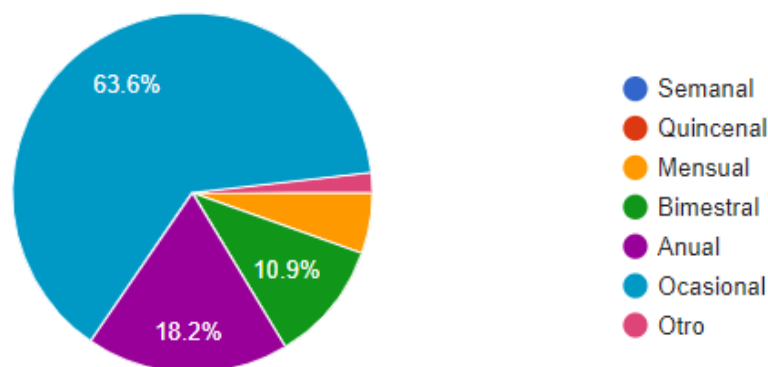
4. ¿ Conoce la técnica de la Filigrana?



Gráfica 13. Encuesta, ¿conoce la técnica de la filigrana?

Del 100% de la población encuestada el 69.6% correspondiente a 268 personas afirma conocer la técnica de la filigrana. Sin embargo, un 30,4% no sabe en qué consiste. Esto demuestra un gran desconocimiento de esta técnica, lo cual sería interesante que Joyas de la Villa lograra promover para darle el valor ancestral y artesanal de este tipo de arte.

5. ¿Con qué frecuencia compra joyas?

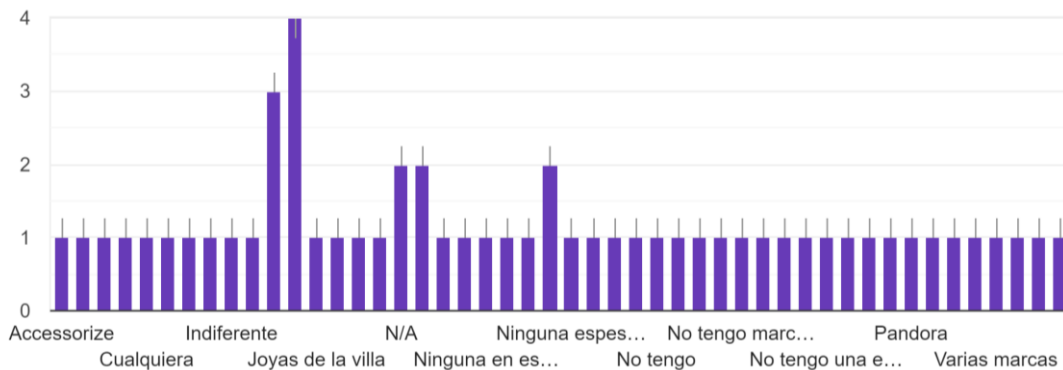


Gráfica 14. Encuesta, ¿con qué frecuencia compra joyas?

La gráfica 6 presenta que el 63.6% compra joyas de manera ocasional, seguida por un 18.2% que lo realiza de manera anual, lo cual ratifica que la compra de accesorios la realizan de manera

temporal y que el proceso de recompra pueden tardar un año. Por lo tanto, la joyería debe estar buscando constantemente nuevos clientes.

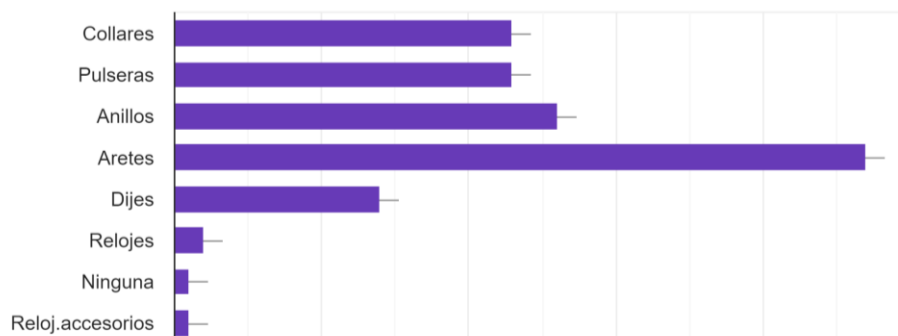
6. ¿Cuál es la marca de los accesorios de joyería que usted compra?



Gráfica 15. Encuesta, ¿cuál es la marca de los accesorios de joyería que usted compra?

Dentro de las respuestas dadas por la población encuestada podemos ver que la mayoría responde que le es indiferente o no tiene una marca de preferencia; sin embargo, marcas como Accessorize y Pandora aparecen como competencia para Joyas de la Villa, lo cual significa que la competencia no necesariamente es manejar el mismo tipo de técnica.

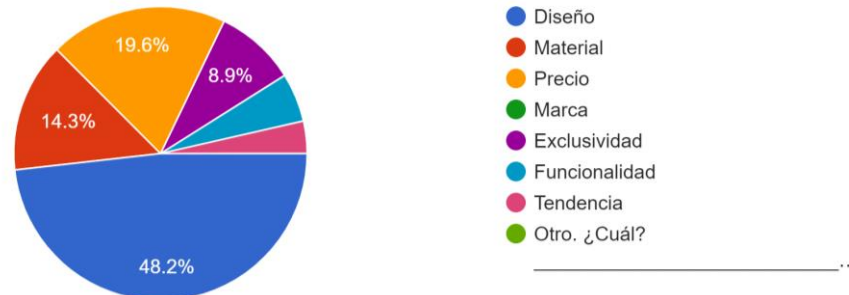
7. ¿Cuándo compra accesorios de joyería, prefiere? (marque todas las opciones que apliquen para usted)



Gráfica 16. Encuesta, ¿Cuándo compra accesorios de joyería, prefiere?
(marque todas las opciones que apliquen para usted)

Según el análisis representado en la gráfica se puede concluir que en su mayoría las mujeres encuestadas prefieren comprar en su orden Aretes, Anillos, pulseras, collares, dijes, relojes.

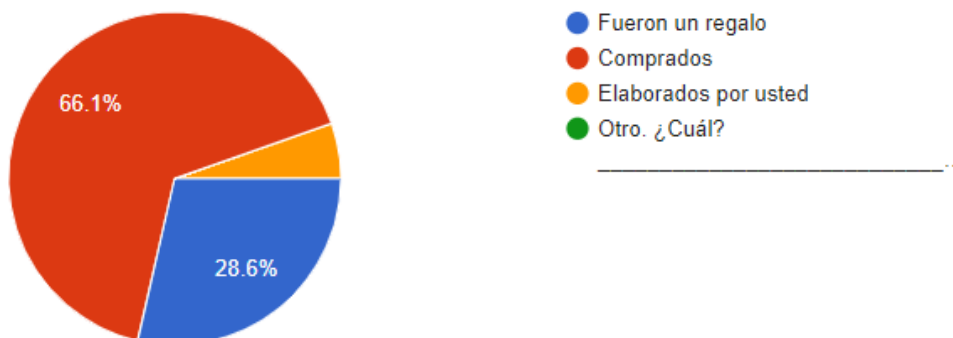
8. ¿Qué es lo que más tiene en cuenta a la hora de comprar joyas?



Gráfica 17. Encuesta, ¿Qué es lo que más tiene en cuenta a la hora de comprar joyas?

Como resultado de la gráfica 9 con el 48.2% correspondiente a 185 personas, se puede inferir que el diseño es el factor más relevante a la hora de comprar joyas, seguido en su orden, el material con el que está elaborada, el precio, la exclusividad, la funcionalidad y las tendencias.

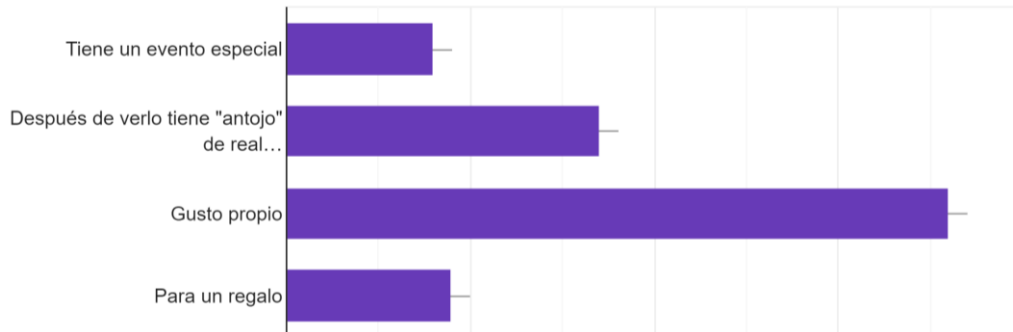
9. La mayoría de accesorios que posee actualmente



Gráfica 18. Encuesta, La mayoría de accesorios que posee actualmente

Gracias a la representación de la gráfica 10 se puede concluir que la mayoría de los accesorios que las personas poseen fueron comprados, con un porcentaje relevante del 66.1% correspondiente a 254 personas. Es decir que son mujeres que son capaces de satisfacer sus propios deseos y antojos.

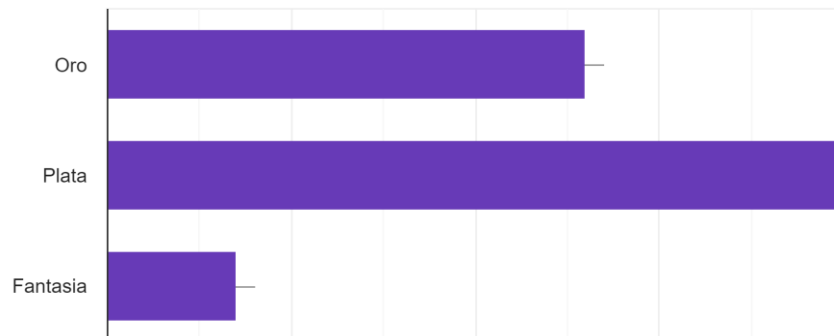
10. ¿Generalmente qué la motiva a comprar sus accesorios?



Gráfica 19. Encuesta, ¿Generalmente qué la motiva a comprar sus accesorios?

En la gráfica 11 se evidencia que el principal motivo por el cual la población encuestada compra joyas es por gusto propio, seguido en orden por Antojo real, porque tiene un evento especial y con motivo de regalo.

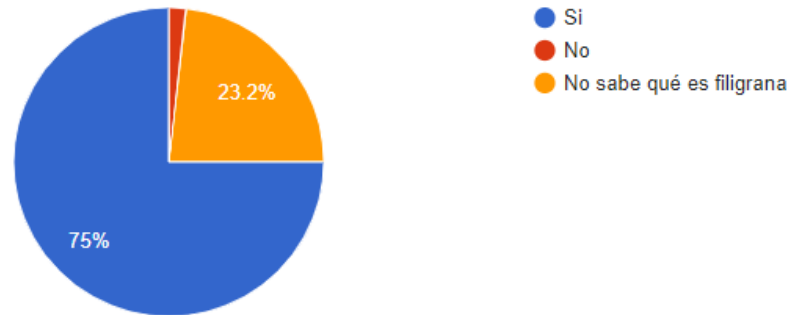
10. ¿En qué material prefiere sus joyas?



Gráfica 20. Encuesta, ¿En qué material prefiere sus joyas?

Se puede concluir gracias a la gráfica 12, el material para la elaboración de joyas que los consumidores prefieren a la hora de realizar su compra es plata, seguido por el oro y este a su vez por la fantasía. Las joyas en plata tienen un excelente acabado y precio asequible.

12. ¿Comprarías joyas hechas en Filigrana?



Gráfica 21. Encuesta, ¿Comprarías joyas hechas en Filigrana?

Se puede inferir gracias a la gráfica 13, la mayoría de la población encuestada correspondiente al 75% de la población conoce la técnica de la filigrana. Sin embargo, se sigue presentando un alto desconocimiento de la misma en el momento de la compra.

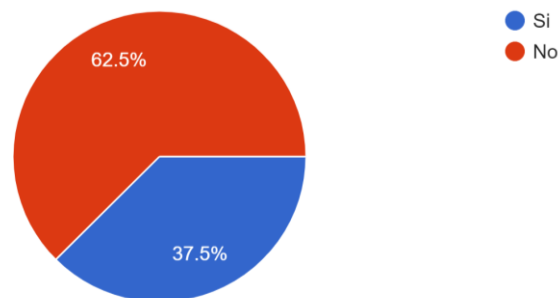
13. Por lo general. ¿Dónde compra sus joyas?



Gráfica 22. Encuesta, Por lo general. ¿Dónde compra sus joyas?

La gráfica 14 muestra como a la mayoría de la población encuestada le es indiferente el lugar donde compra sus joyas, y que a su vez existe un gran favoritismo por la compra en internet, lo cual es una oportunidad para Joyas de la Villa porque ya cuenta con un e-commerce.

14. ¿Ha comprado joyas por internet?



Gráfica 23. Encuesta, ¿Ha comprado joyas por internet?

La gráfica 15 plantea que el 62.5% de la población encuestada no ha realizado compra de joyas por internet, frente a un 37.5% que, si lo ha hecho, evidenciando la reciente preponderancia hacia el universo online

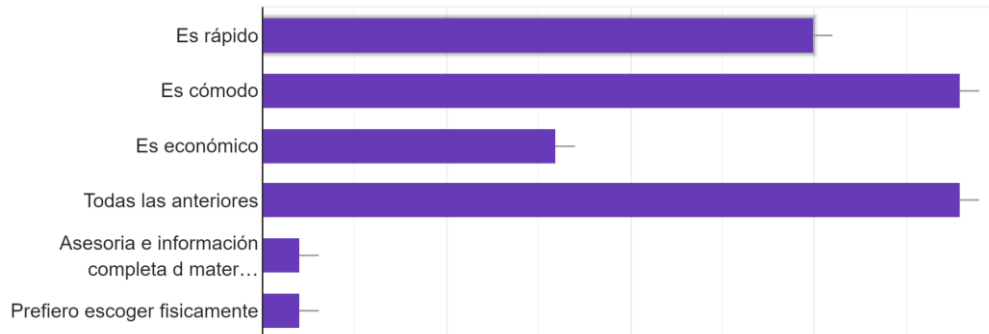
15. ¿Qué es lo que más valoras a la hora de comprar en una tienda online?

Tiempo
Precio
Seguridad
Tiempos de entrega
Tiempos de entrega y facilidades de pago
Que sea lo que pedi
Garantía
Seguridad y registro de marca
Que sea fácil
Las recomendaciones de personas q ya han comprado
Rapidez
El precio, el diseño

Gráfica 24. Encuesta, ¿Qué es lo que más valoras a la hora de comprar en una tienda online?

Entre las principales respuestas a esta pregunta encontramos que la población encuestada hace referencia al tiempo de entrega, precio, seguridad, facilidad, garantía como principales variables a tener en cuenta cuando se realiza una compra en línea.

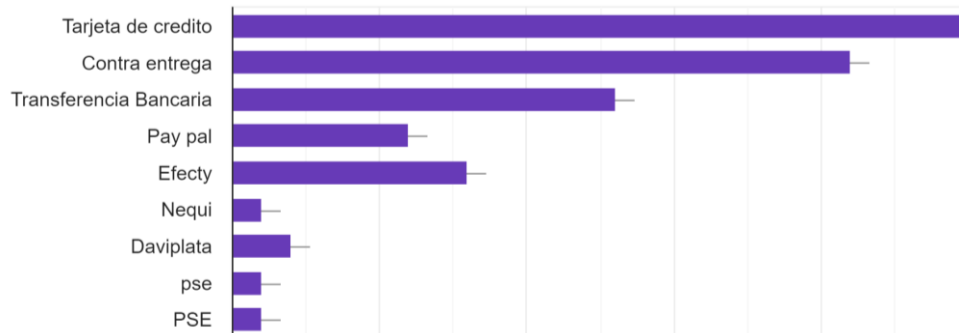
16. ¿Qué es lo que más le gustaría de comprar accesorios/joyería en Internet?



Gráfica 25. Encuesta, ¿Qué es lo que más le gustaría de comprar accesorios/joyería en Internet?

En esta gráfica 17 se evidencia que la comodidad de comprar online es el factor con más relevancia para el público encuestado a la hora de preferir realizar una compra por internet.

17. ¿Cuál es la forma de pago de su preferencia?



Gráfica 26. Encuesta, ¿Cuál es la forma de pago de su preferencia?

La mayoría de la población encuestada afirma que la forma de pago preferida para realizar una compra por internet es la tarjeta de crédito, ya que les facilita la compra y su financiación.