



# Aspectos de calidad que influyen en la decisión de compra de canastas elaboradas a partir de papel periódico



Expositores: John Sebastian Avella, Javier Plata

Estudiantes VII semestre

Contacto: [liberoavella@gmail.com](mailto:liberoavella@gmail.com)

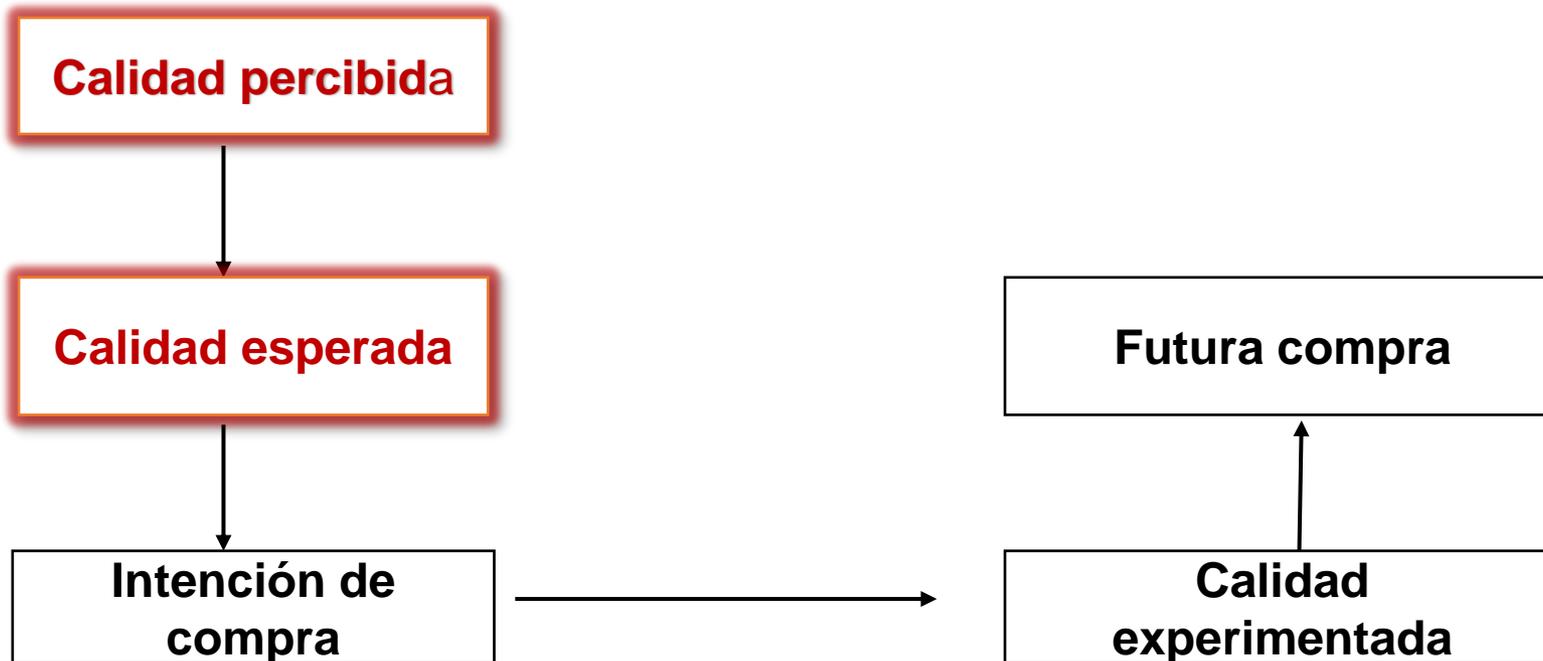


# Planteamiento del problema

- Cerca del 86 % de los consumidores en el mundo esperan que las empresas se involucren en la solución de los problemas ambientales, Cifra que se incrementa al 96 % cuando se trata de Colombia. (Portafolio, 2012).
- Los problemas mas importantes del sector artesanal son:
  - ✓ Deficiencia de calidad.
  - ✓ Falta de innovación de productos.
  - ✓ Abundancia de productos similares a menor precio. (Exporartesanias, 2010)



# Modelo de calidad



Fuente: Sepulveda,w(2014), fundamentos de mercadeo.



# Justificación

- La huella ecológica que estamos dejando es superior a la capacidad del planeta, Nuestro consumo de recursos naturales es hoy del 125%, y para el 2040 podría llegar a 170% (SOYECOLOMBIANO, 2013). Hay que tener en cuenta que el papel es carbono que viene de los arboles, hay dióxido de carbono capturado en ese papel, por eso es importante que se recicle. (Leer un periódico consume 20% menos carbono que la web, 2015).
- La intención del proyecto es aprovechar el papel periódico, con el fin de reducir la contaminación del medio ambiente y medir el nivel intención de compra de canasta elaboradas a partir de papel periódico de acuerdo al nivel educativo en el municipio del Socorro.

# Objetivo general

- Identificar los atributos de calidad percibidos por los segmentos de nivel de formación académica ( técnica - tecnológica, pregrado y posgrados) al momento de evaluar la intensidad de compra de canastas hechas con papel periódico en el municipio del Socorro.





# Objetivos específicos

1. Determinar los atributos que más valoran las personas al momento de comprar un producto elaborado con material reciclado y amigable con el medio ambiente.
2. Analizar la calidad percibida por parte de los segmentos en el momento de comprar canastas elaboradas con papel periódico.
3. Determinar los precios adecuado para cada una de las nuevas líneas de canastas hechas en papel periódico.
4. Identificar la frecuencia de compra de canastas hechas con papel periódico.
5. Examinar nivel de calidad experimentada que tiene los clientes de canastas hechas con papel periódico en el municipio del Socorro y la implementación de una estrategia de marketing olfativo.



## Referente teórico

- **Calidad:** es el conjunto de características que satisfacen las Necesidades del consumidor. (Juran, 1986, teoría de la calidad]. **Calidad percibida:** "la opinión del consumidor sobre la superioridad o excelencia de un producto" (Zeithaml, 1998). **Calidad esperada:** se refiere aquellos atributos del bien que complementan los atributos indispensables. **Calidad experimentada:** resulta de una evaluación de un conjunto de atributos, algunos de ellos de carácter técnico y otro funcional (Grönroos, 1990) modelo de calidad total). **Intención de compra:** Declaración de la preferencia por una marca o producto por encima del resto de las opciones competidoras. (Marketing directo e interactivo, 2013)



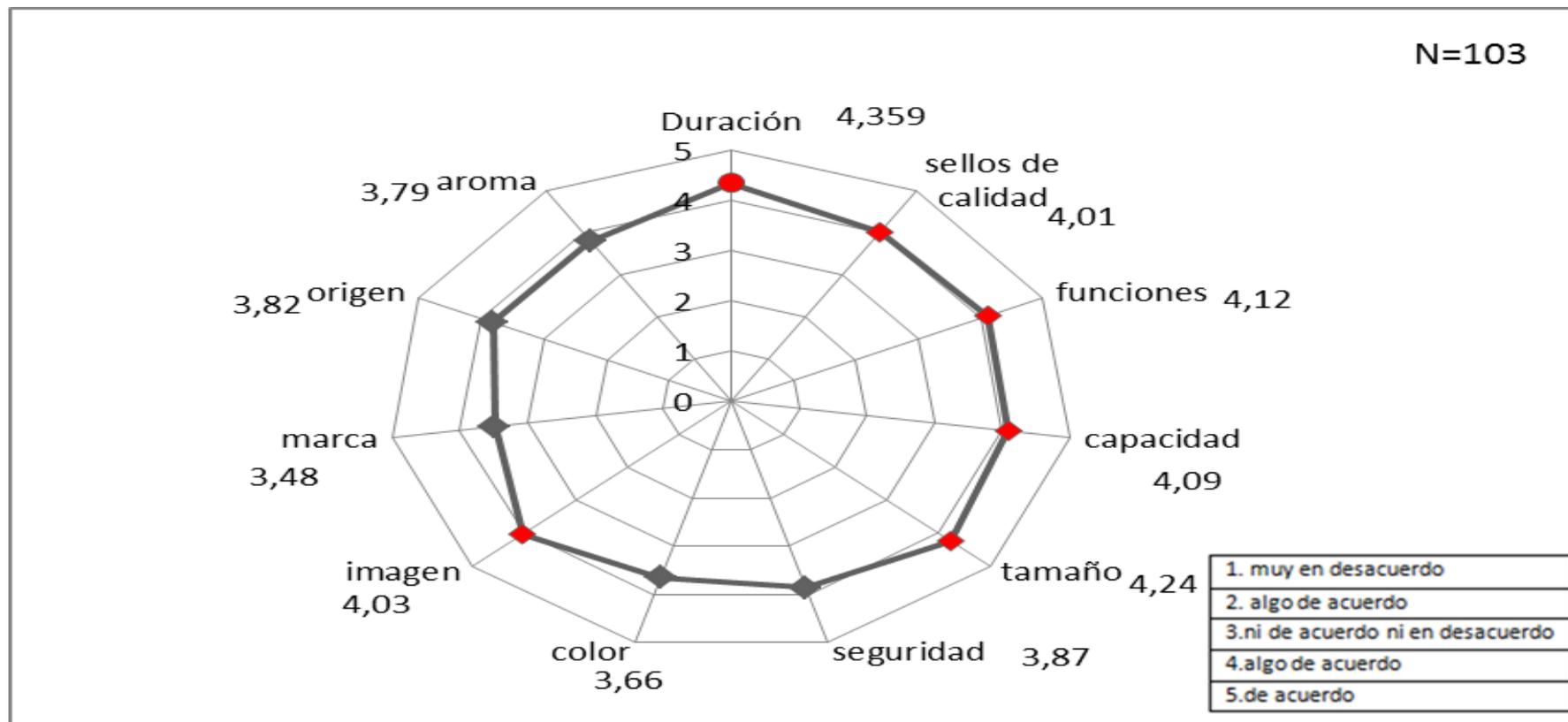
# Metodología

Característica	Encuesta
Tipo de investigación	Descriptiva
Diseño de investigación	Investigación cuantitativa
Población	29840 (censo 2010)
Muestra	Conveniencia: calidad experimentada conglomerados Estudiantes de Pregrado, técnicos o tecnólogos, posgrado.
Técnica de recolección de datos	Entrevista personalizada, encuesta y observación del producto
Tamaño de la muestra	$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2} = 103$



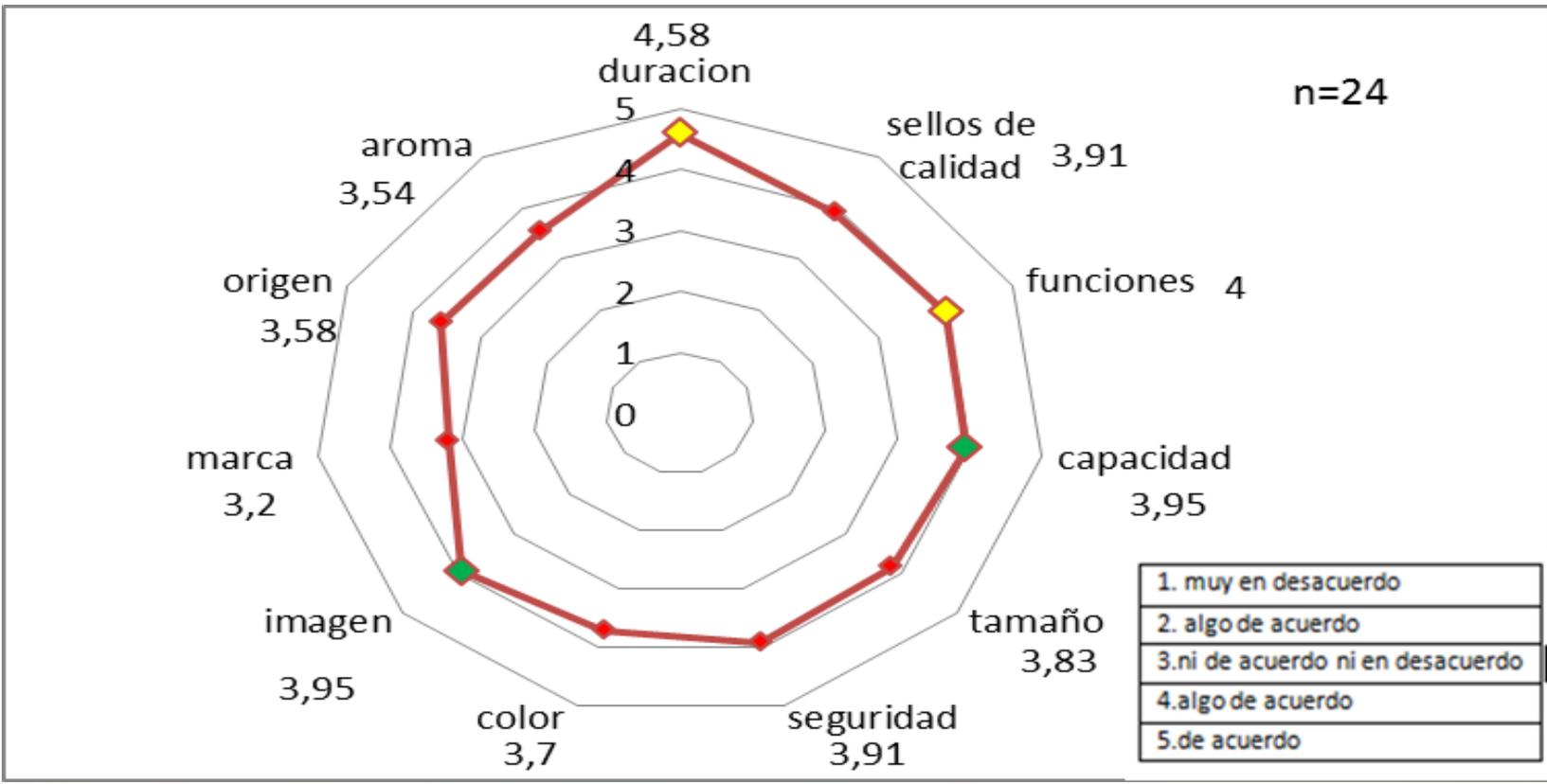


### Atributos que mas perciben las personas al momento de comprar productos amigables con el medio ambiente



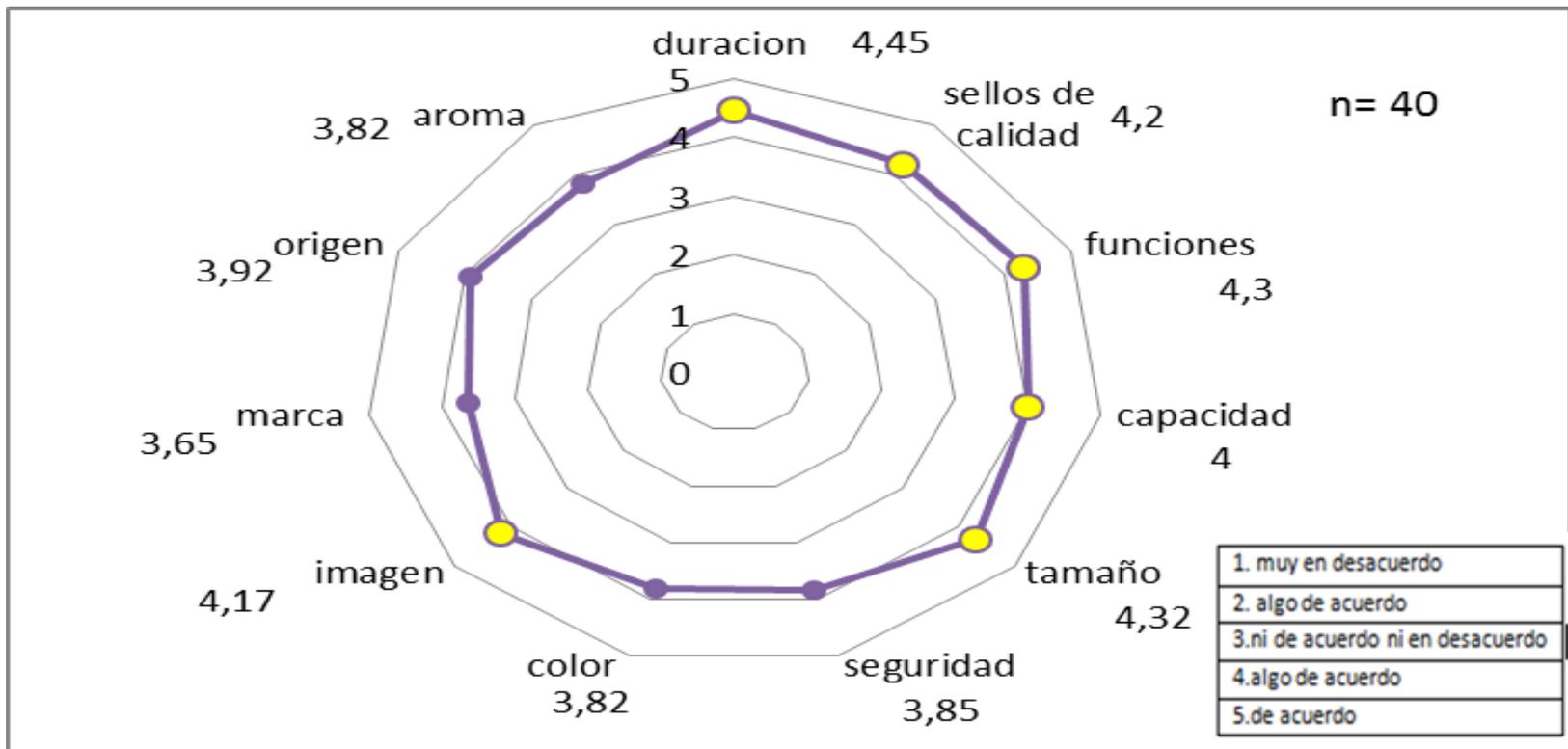


### Calidad esperada en el segmento de pregrado al momento de comprar canastas hechas a base de papel periódico



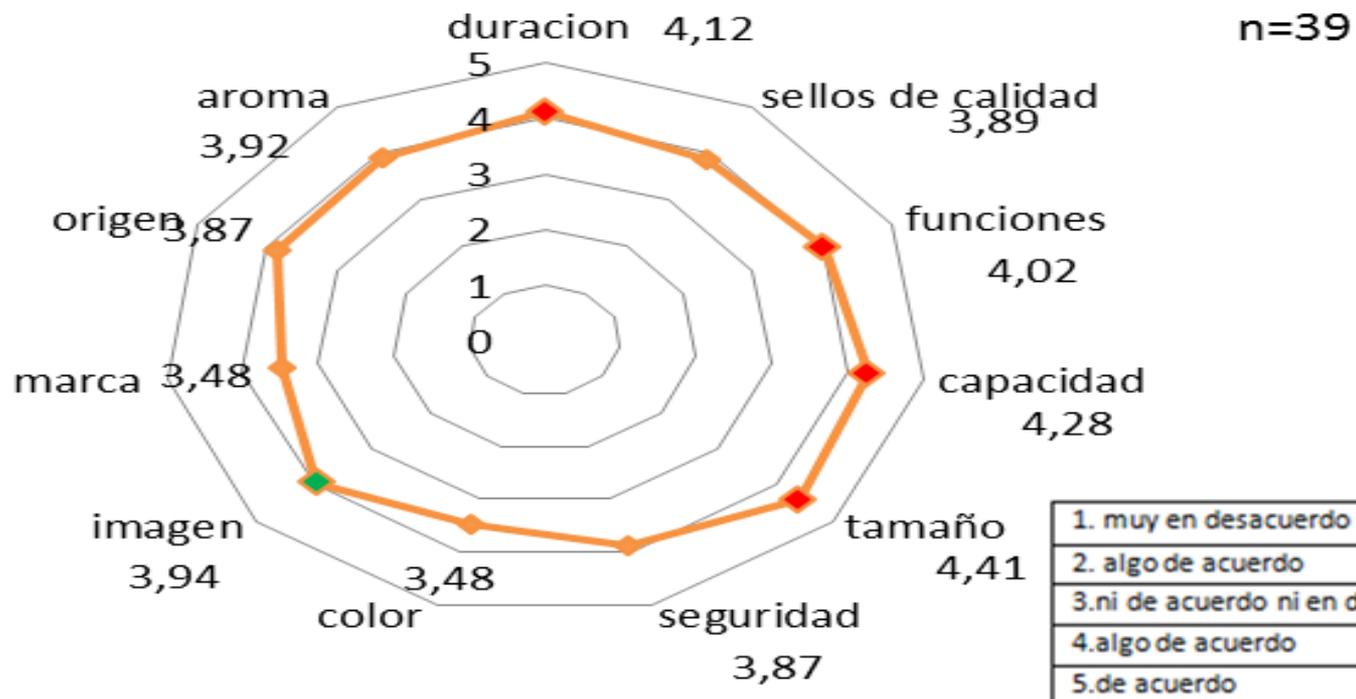


### Calidad esperada del segmento posgrados, referente a los atributos que mas influyen en la decisión de compra de canastas hechas a base de papel periódico





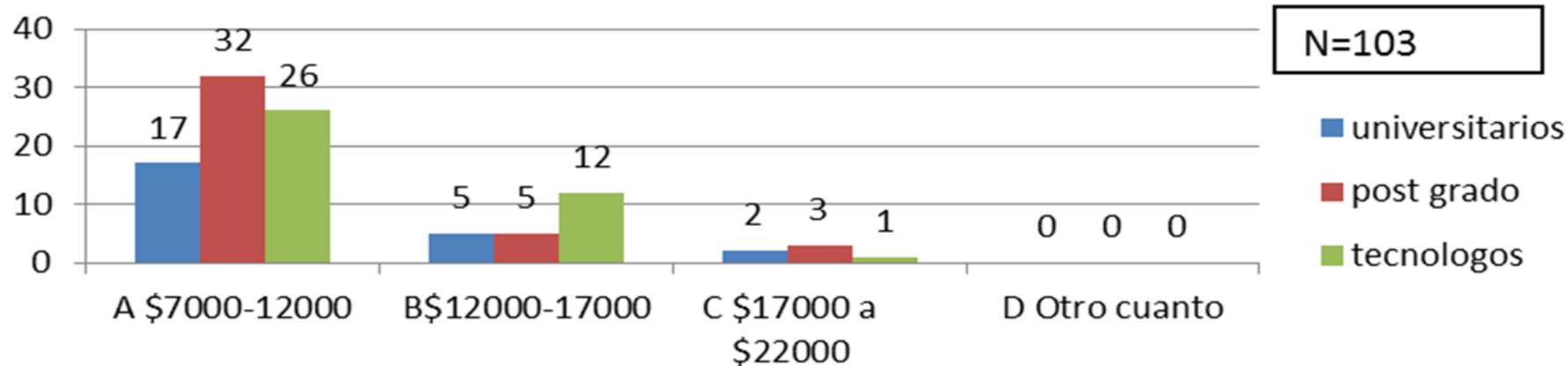
**Calidad esperada del segmento técnico o tecnólogo, referente a los atributos que mas influyen en la decisión de compra de canastas hechas a base de papel periódico**



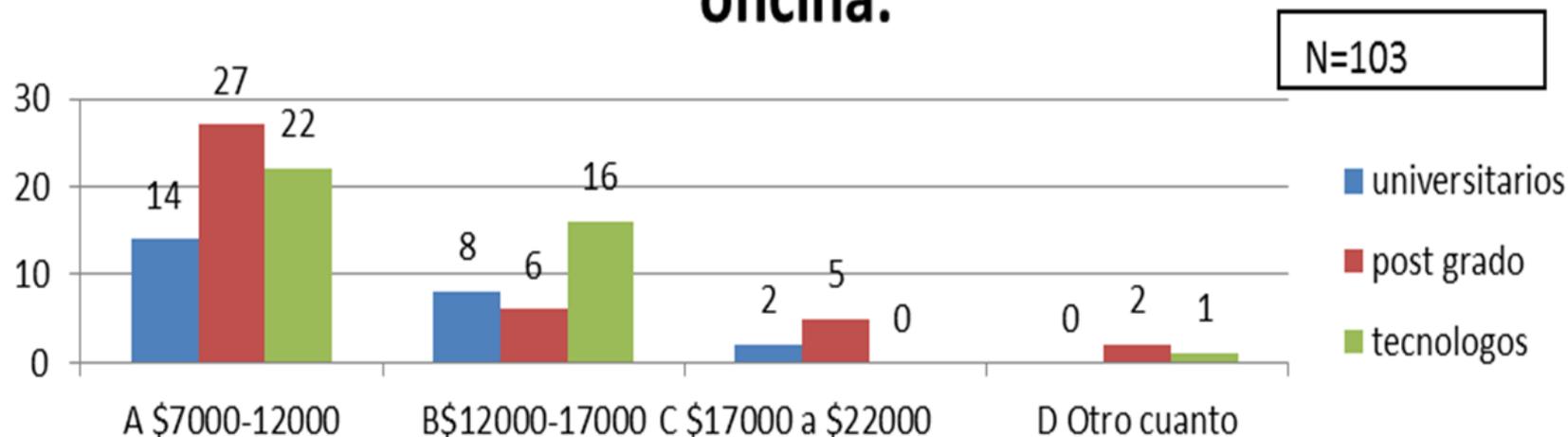
1. muy en desacuerdo
2. algo de acuerdo
3. ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. algo de acuerdo
5. de acuerdo



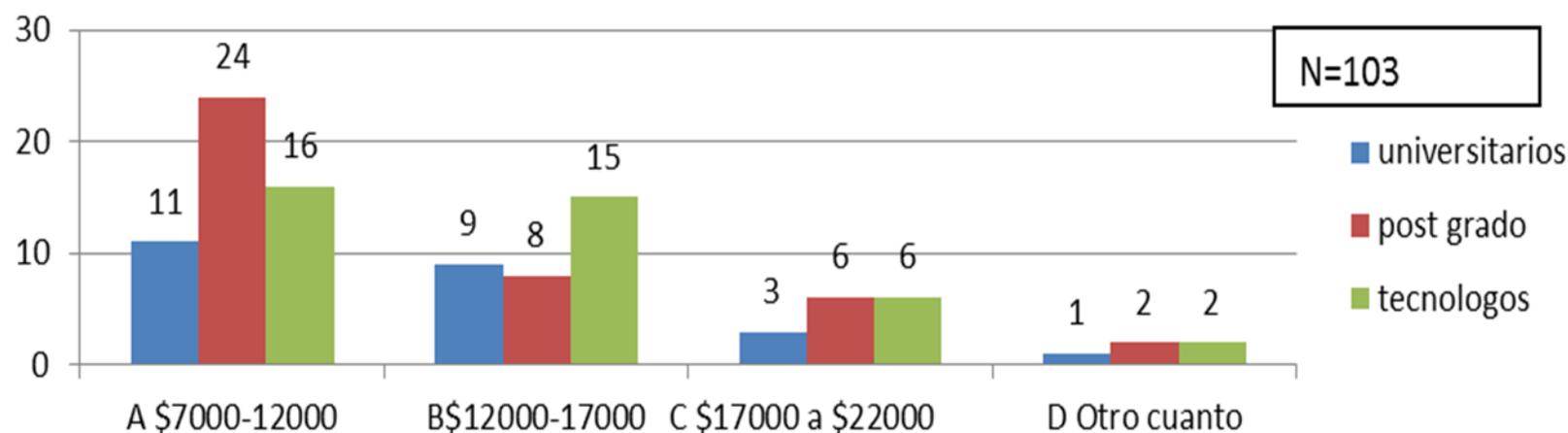
**Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por una canasta de tamaño pequeña hecha con papel periódico diseñadas para su hogar u oficina.**



**Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por canasta tamaño mediano hecha con papel periódico diseñadas para su hogar u oficina.**



**Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por una canasta de tamaño grande hechas con papel periódico diseñadas para su hogar u oficina.**





# Conclusiones previas

- El análisis de resultados evidencia que a mayor nivel de ingresos las personas están dispuestas a pagar un precio menor, y a medida que disminuye el nivel de formación académica las personas perciben el tamaño como una variable importante al momento de ofrecer un precio por cada una de las canastas elaboradas a partir de papel periódico.
- Se encontró que la variable duración juega un papel importante al momento de evaluar la intención de compra tanto en productos amigables con el medioambiente como en canastas elaboradas a partir de papel periódico se hace necesario indagar en la vida útil que prefiera el consumidor para este producto.
- Se encontró que existe una relación entre nivel de ingresos, y la calidad esperada de atributos, ya que a mayor nivel de académico existe una tendencia por exigir mayor número de atributos en canastas hechas a base de papel periódico.



## Conclusiones previas

- El análisis de resultados evidencia que a mayor nivel de ingresos las personas están dispuestas a pagar un precio menor, y a medida que disminuye el nivel de formación académica las personas perciben el tamaño como una variable importante al momento de ofrecer.
- Se determinó que los atributos que perciben las personas al momento de evaluar la intención de compra de productos amigables con el medio ambiente se encuentran los siguientes: duración sellos de calidad, funciones, capacidad, tamaño e imagen.
- Según la calidad percibida por cada uno de los segmentos afirman que los atributos intrínsecos y extrínsecos que más influirán en la decisión de compra son: segmento universitarios (estudiantes): funciones, imagen, duración. Segmento b (posgrado, doctorado, maestría, especialización): sellos de calidad, funciones, capacidad, tamaño, duración e imagen. Segmento c técnicos o tecnólogos: funciones, tamaño, duración, capacidad



# bibliografía

- Artesanías de Colombia. (27 de octubre de 2010). Artesanías de Colombia. Obtenido de [Artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=727](http://Artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=727)
- Bélgica, P., Blanco, D., Ruíz, M., Ceca, S., Capuz & Rizo. (2009). ¿Es importante la información ambiental de los productos para el consumidor de la base de la organización y dirección de empresas?
- Deming, E., (julio de 1982). Gestipolis. Obtenido de <http://www.gestipolis.com/una-definicion-de-calidad/>
- Echeverry, C. (21 de julio de 2010). Revista Luna Azul. Obtenido de <http://lunazul.ucaldas.edu.co/index.php?option=content&task=view&id=574>
- MarketingDirecto. (s.f.). Obtenido de <http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/intencion-de-compra-2/>
- Orozco, A., (18 de agosto de 2003). AEIPRO. Recuperado el 18 de febrero de 2015, de [http://aeipro.com/index.php/es/repository/congresos/congresos\\_pamplona2003/congresos\\_pamplona2003\\_05/MERCADOTECNIA-ECOLOGICA-ACTITUD-DEL-CONSUMIDOR-ANTE-LOS-PRODUCTOS-ECOLOGICOS.-/](http://aeipro.com/index.php/es/repository/congresos/congresos_pamplona2003/congresos_pamplona2003_05/MERCADOTECNIA-ECOLOGICA-ACTITUD-DEL-CONSUMIDOR-ANTE-LOS-PRODUCTOS-ECOLOGICOS.-/)



# Bibliografía

- *Exporartesanias*. (27 de octubre de 2010). Recuperado el 07 de octubre de 2014, de <http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=727>
- Grönroos, C. (1990). *Marketing y gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Leer un periódico consume 20% menos carbono que la web. (07 de mayo de 2015). *La Republica*, págs. 14-15.
- *Marketing Directo*. (s.f.). Recuperado el 25 de octubre de 2015, de <http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/intencion-de-compra-2/>
- *Portafolio*. (07 de diciembre de 2012). Recuperado el 16 de septiembre de 2014, de <http://www.portafolio.co/negocios/cuidado-del-medio-ambiente>
- *SOYECOLOMBIANO*. (2013). Recuperado el 16 de octubre de 2014, de [http://www.soyecolombiano.com/site/Portals/0/documents/biblioteca/A\\_PUBLICACIONES/I\\_FASCICULOS\\_COLECCIONABLES\\_EL\\_ESPECTADOR/Fasciculo\\_10\\_Soy%20Ecolombiano\\_FINAL\\_73-80\\_BAJA.pdf](http://www.soyecolombiano.com/site/Portals/0/documents/biblioteca/A_PUBLICACIONES/I_FASCICULOS_COLECCIONABLES_EL_ESPECTADOR/Fasciculo_10_Soy%20Ecolombiano_FINAL_73-80_BAJA.pdf)