



Compradores de productos colombianos: ¿Qué buscan y cuáles son sus necesidades?

Investigación y Desarrollo

Junio 2023



AGENDA



OBJETIVOS DEL ESTUDIO

01



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS CONSUMIDORES

02



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DISTRIBUIDORES

03

Antes de comenzar...

El propósito de realizar esta investigación se enfocó en orientar las acciones para lograr el posicionamiento en De Mis Manos a nivel nacional, a través del conocimiento de los compradores colombianos.

Queremos compartir con ustedes los hallazgos porque consideramos que la información puede ser de utilidad para sus emprendimientos y empresas.

Esperamos que este conocimiento les permita comprender mejor el entorno, para que sus negocios se mantengan competitivos en un mercado que constantemente está evolucionando.



Objetivo general

Realizar un reconocimiento de los compradores y distribuidores actuales y potenciales de productos colombianos, que incluya sus características y estilos de vida, para diseñar una estrategia de posicionamiento de la marca a nivel regional y nacional.



Objetivos específicos - Compradores

- ✓ Generar un perfil sociodemográfico y psicográfico de los consumidores de productos Colombianos, entendiendo sus comportamientos, gustos y preferencias.
- ✓ Analizar la composición familiar, momento de vida y entorno sociocultural de los consumidores. Explorando momentos y lugares de preferencia de compra, comunicación y cómo se enteran de la oferta disponible del mercado.
- ✓ Comprender los motivadores e inhibidores en la toma de decisión de productos colombianos, conociendo el nivel de satisfacción acorde con los valores agregados al momento de comprar un producto.



Objetivos específicos – Distribuidores

- ✓ Conocer los hábitos de compra de los distribuidores, explorando sus preferencias de negociación.
- ✓ Entender los comportamientos, gustos y preferencias de los distribuidores.
- ✓ Comprender los motivadores e inhibidores en la toma de decisión para efectuar un negocio y qué les gustaría que les ofrecieran



AGENDA



OBJETIVOS DEL ESTUDIO

01



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS CONSUMIDORES

02



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DISTRIBUIDORES

03



RESULTADOS DE LOS CONSUMIDORES

Ficha técnica – Encuesta Online



Proyecto: Consumidor de productos artesanales



Técnica empleada: Encuesta Interactiva Online



Target: Compradores de productos Artesanales a nivel nacional

Tamaño muestral: 484 de 480



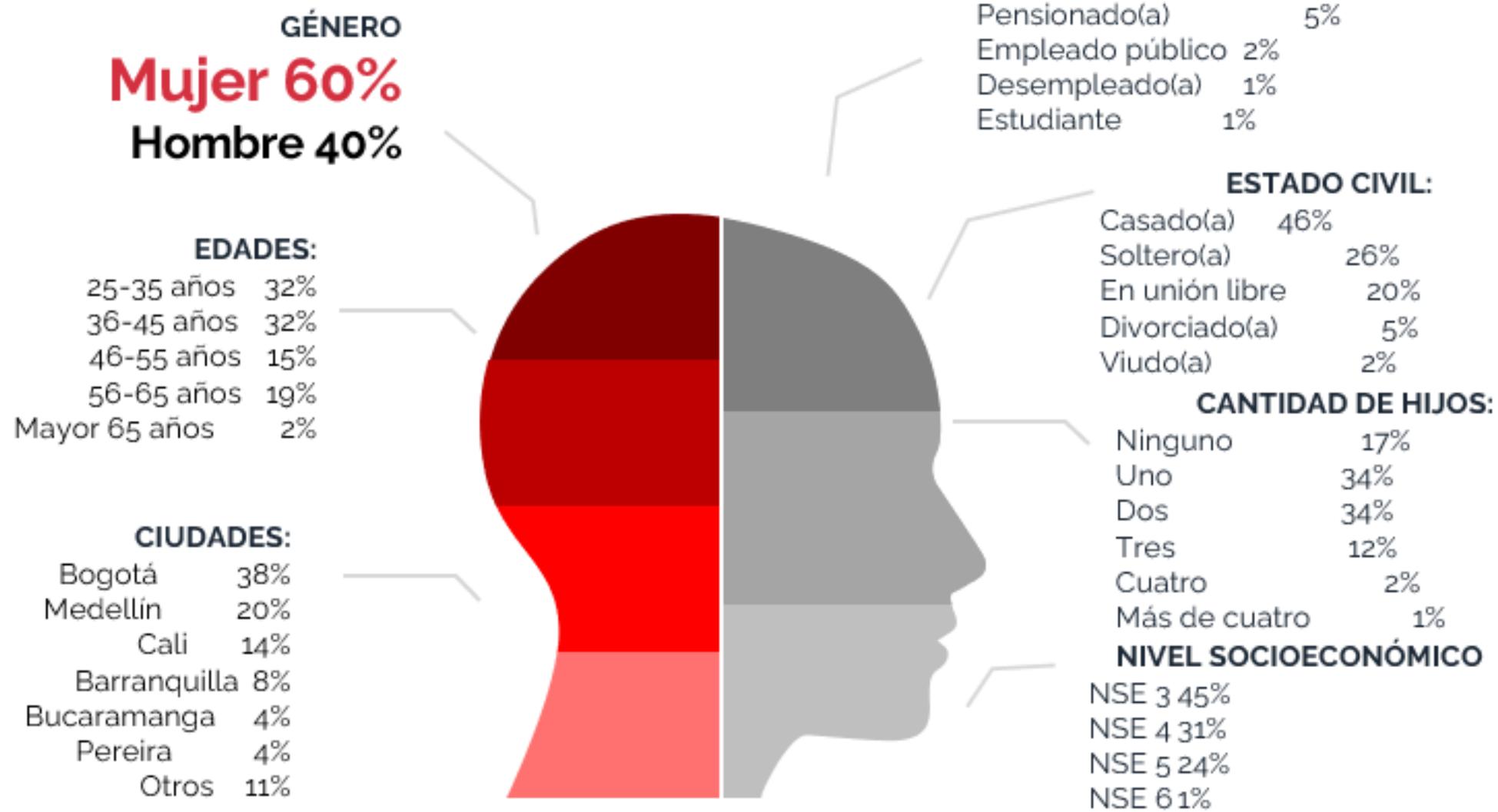
Nivel de Confianza: 95%

Margen de error: +/- 5%

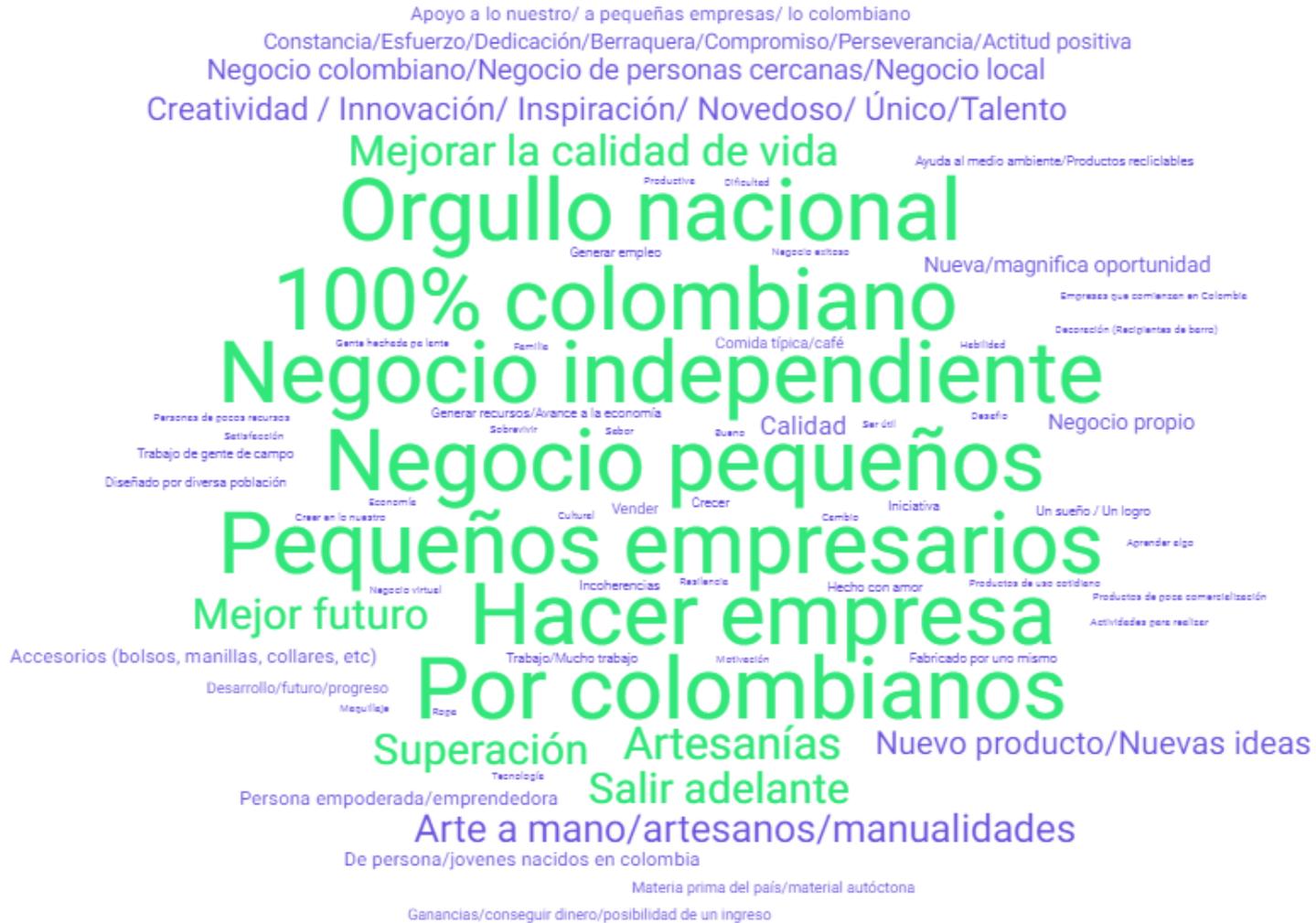


Fechas de campo: 2 de Noviembre al 2 de Diciembre de 2022

Perfil de los Encuestados

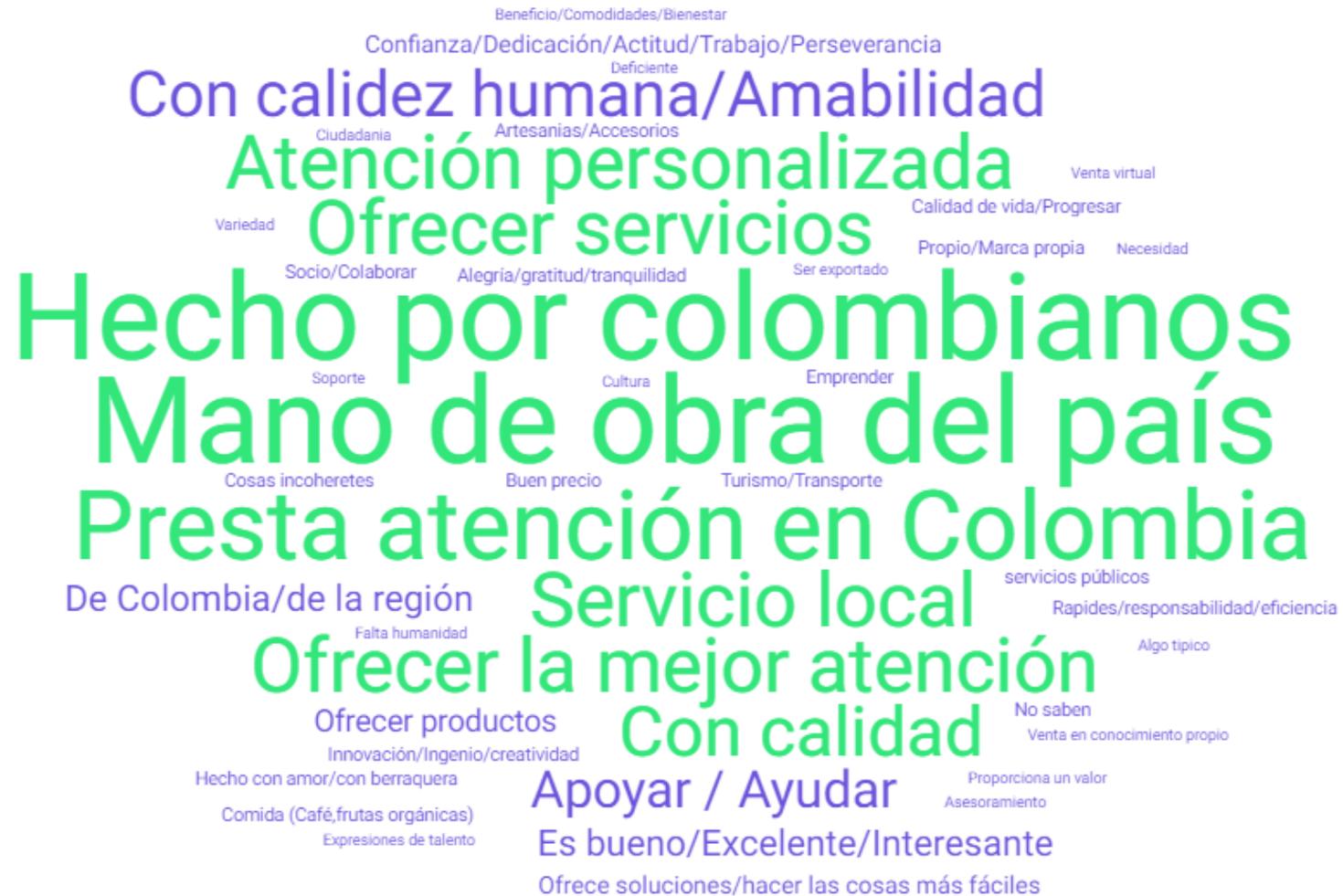


“Emprendimiento Colombiano”



¿Qué es lo primero que piensas al escuchar la palabra “emprendimiento colombiano”?

“Servicio Colombiano”



¿Qué es lo primero que piensas al escuchar la palabra “servicio colombiano”?

“Producto Colombiano”

Hecho por colombianos Mano de obra colombiana



Nacional
Fino Calidad



¿Qué es lo primero que piensas al escuchar la palabra “producto colombiano”?

Conocimiento de marcas de emprendimiento

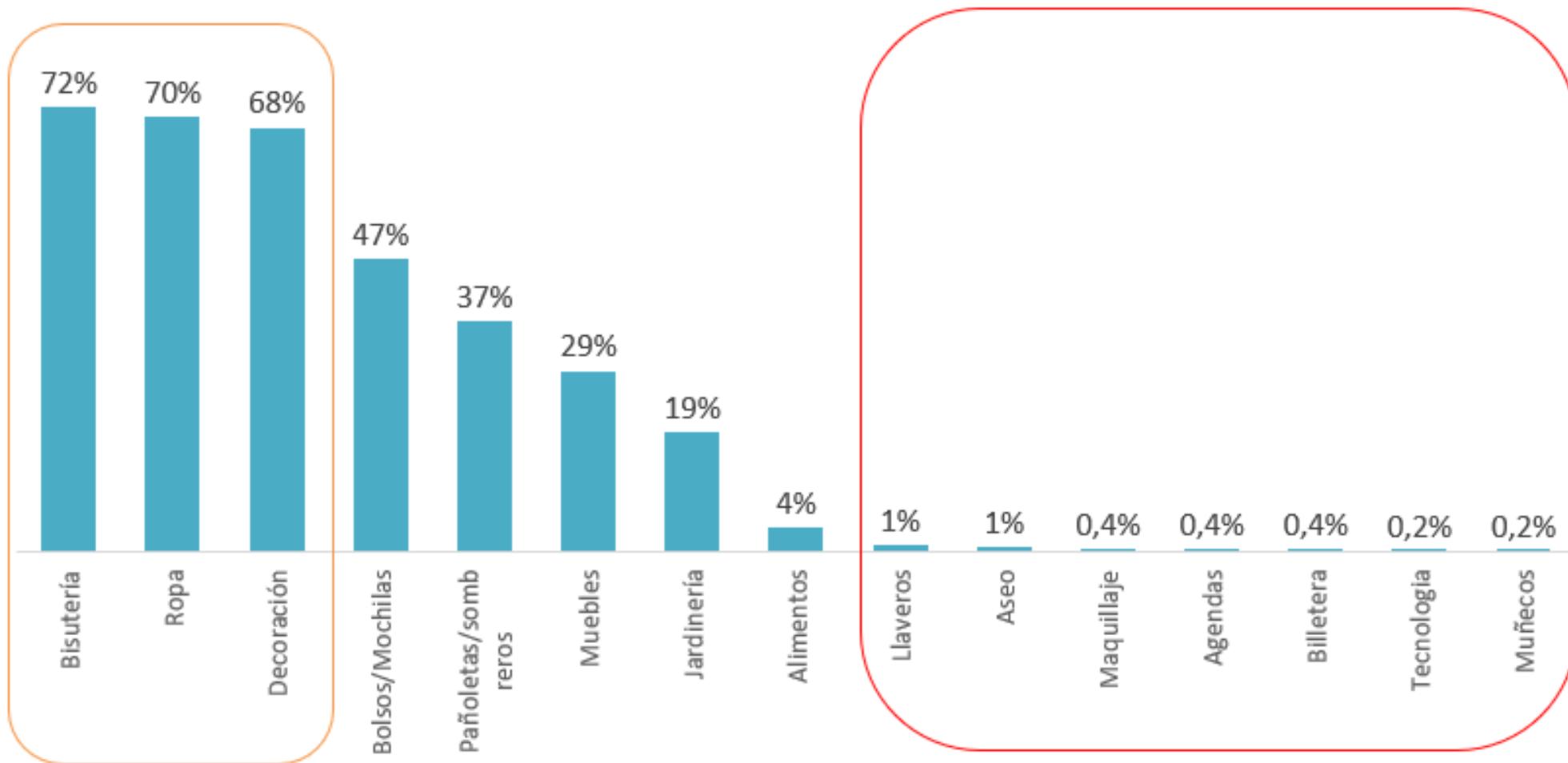


¿Qué marcas conoces de emprendimientos colombianos?



PROCESOS DE COMPRA

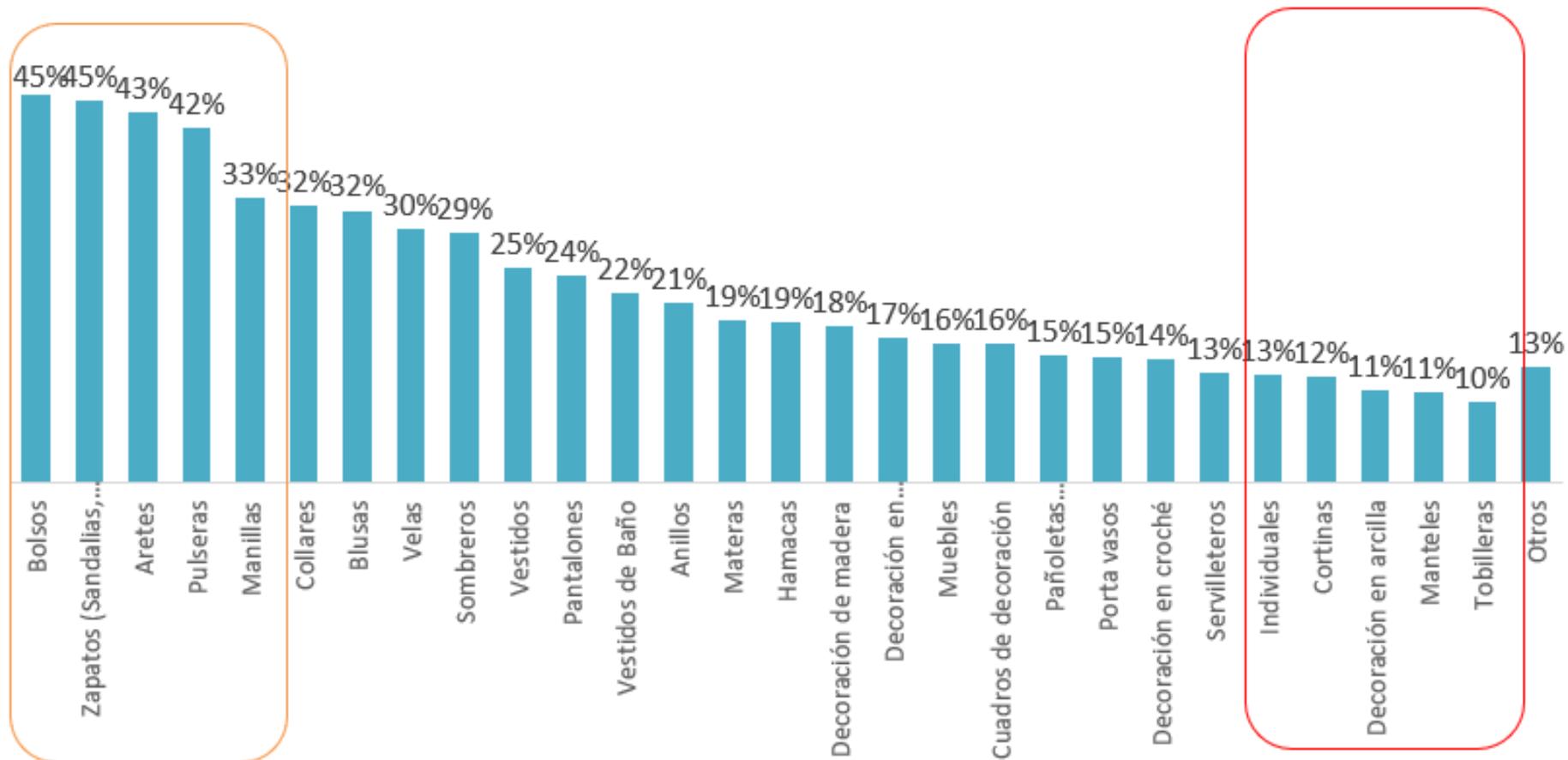
Productos que han comprado por categoría



Base = 484

De la siguiente lista de artículos, ¿Qué productos de emprendimientos colombianos has comprado en el último año?

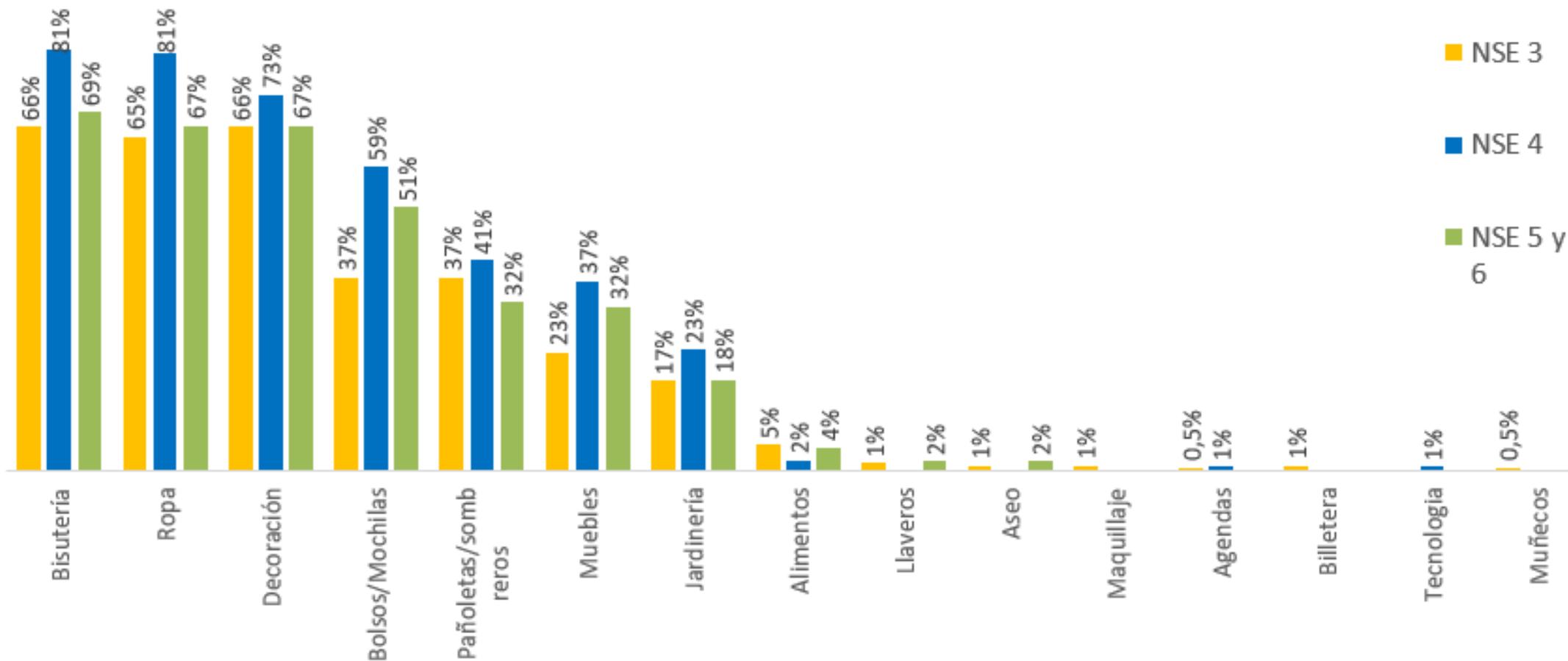
Productos que han comprado por producto



Base = 484

De la siguiente lista de artículos, ¿Qué productos de emprendimientos colombianos has comprado en el último año?

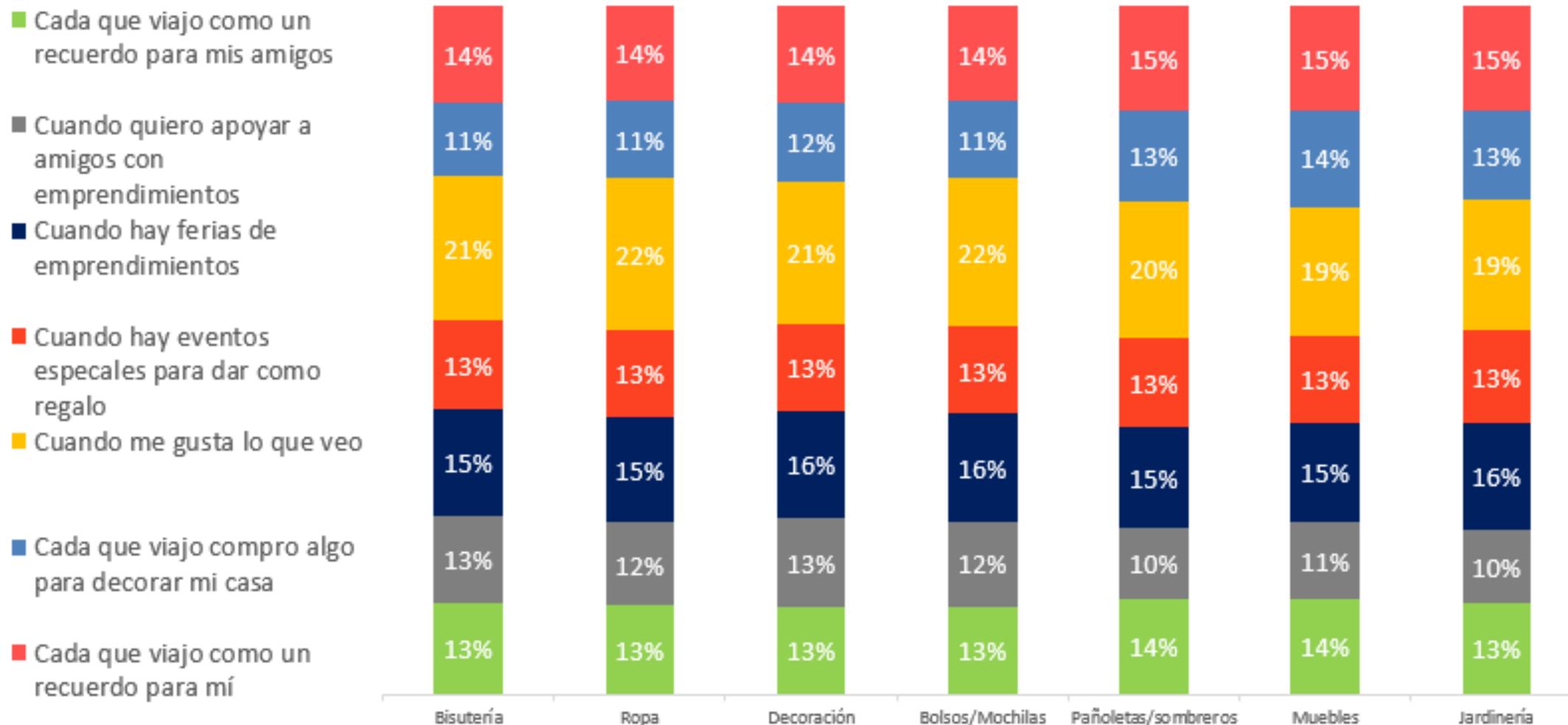
Productos que han comprado por categoría y NSE



NSE 3 = 220
 NSE 4 = 150
 NSE 5 y 6 = 114

De la siguiente lista de artículos, ¿Qué productos de emprendimientos colombianos has comprado en el último año?

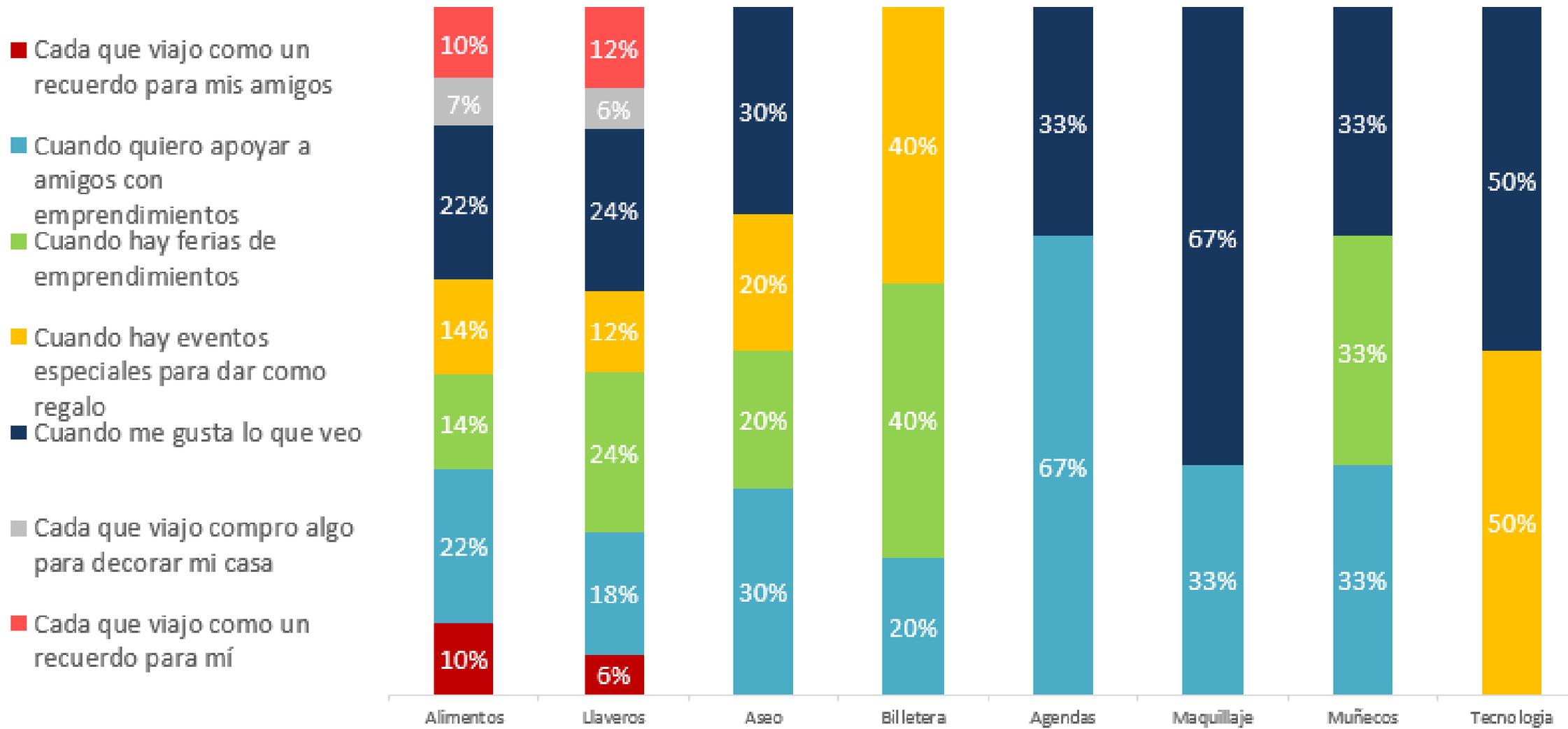
Momentos de compra por categoría



¿En qué momento sueles comprar estos productos? (puedes seleccionar más de una casilla)

Base = 484

Momentos de compra por categoría

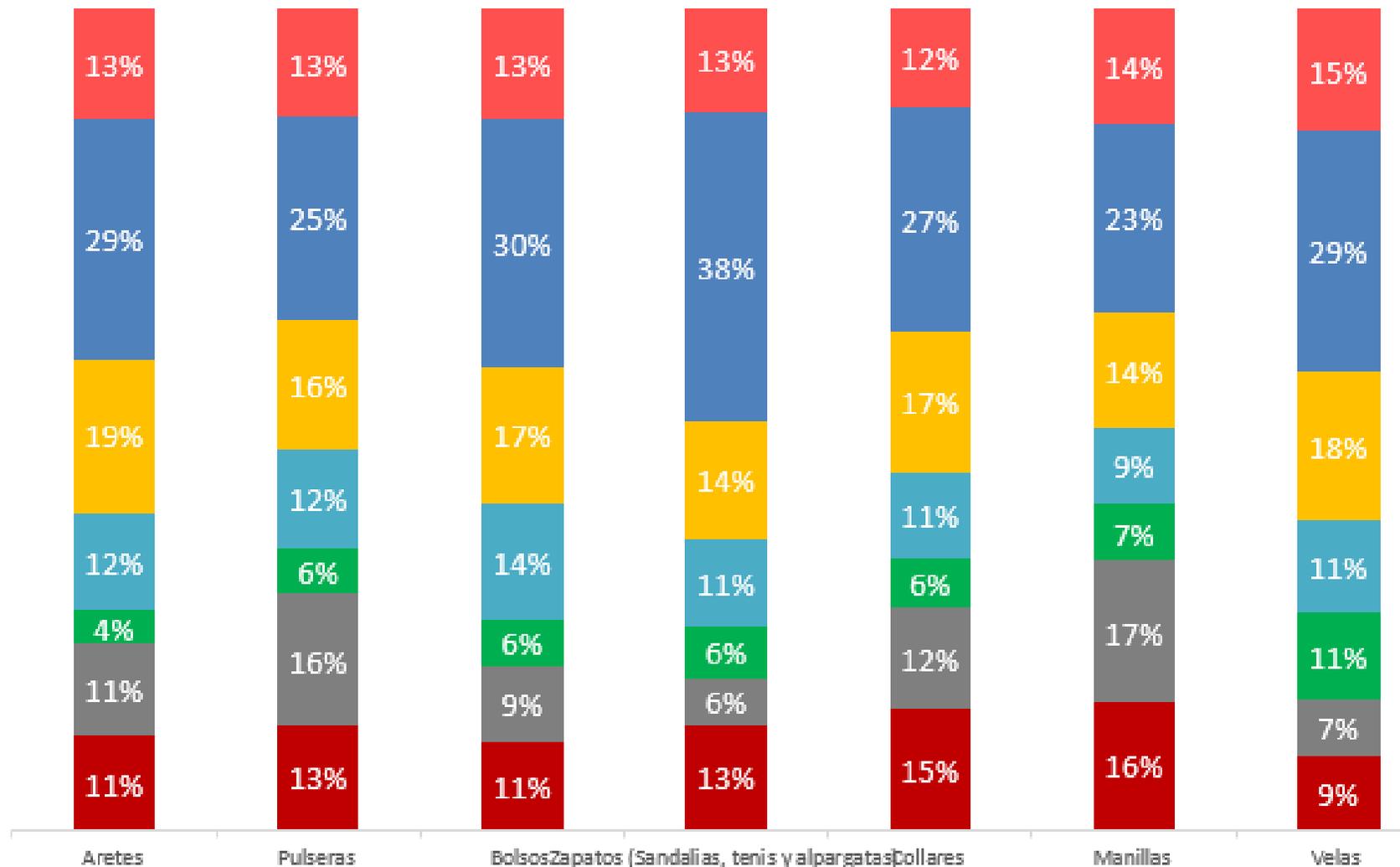


¿En qué momento sueles comprar estos productos? (puedes seleccionar más de una casilla)

Base = 484

Momentos de compra por producto

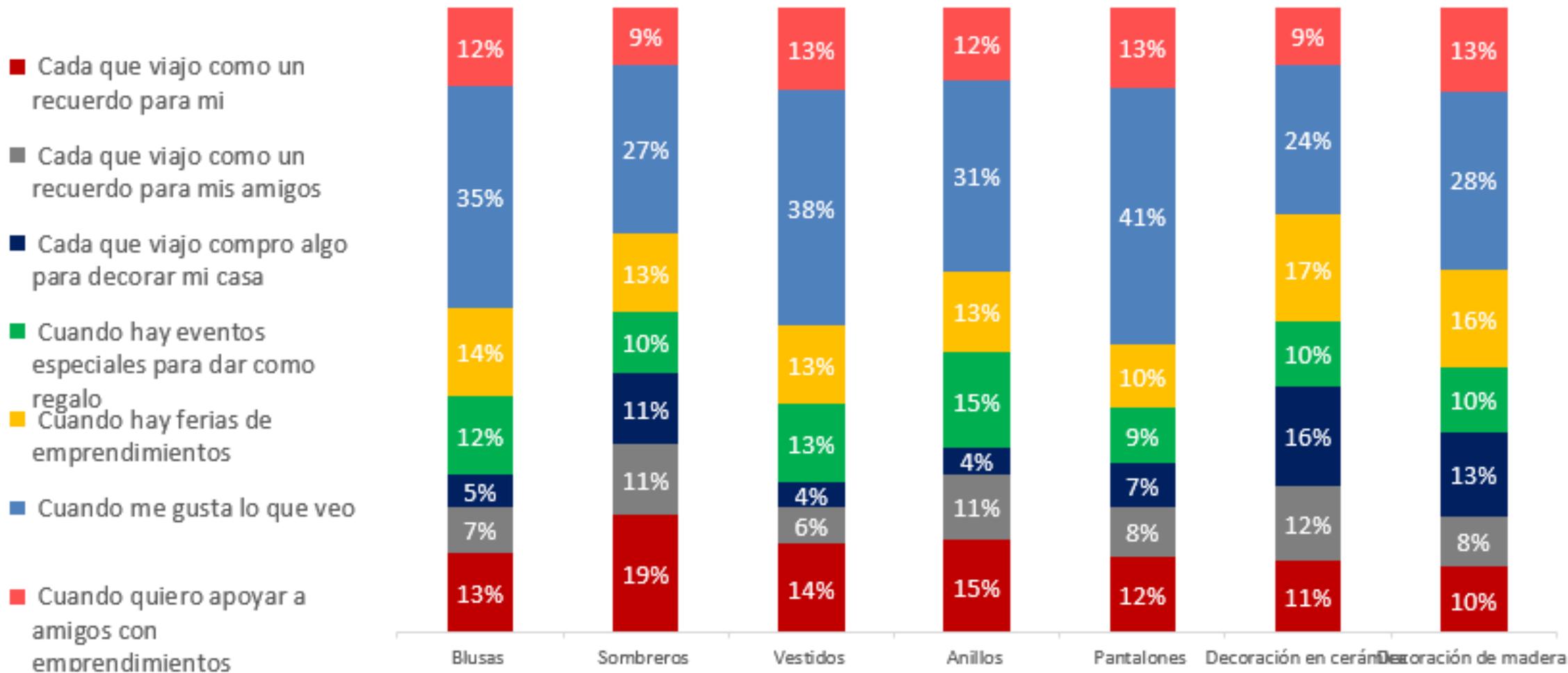
- Cada que viajo como un recuerdo para mi
- Cada que viajo como un recuerdo para mis amigos
- Cada que viajo compro algo para decorar mi casa
- Cuando hay eventos especiales para dar como regalo
- Cuando hay ferias de emprendimientos
- Cuando me gusta lo que veo
- Cuando quiero apoyar a amigos con emprendimientos



¿En qué momento sueles comprar estos productos? (puedes seleccionar más de una casilla)

Base = 484

Momentos de compra por producto

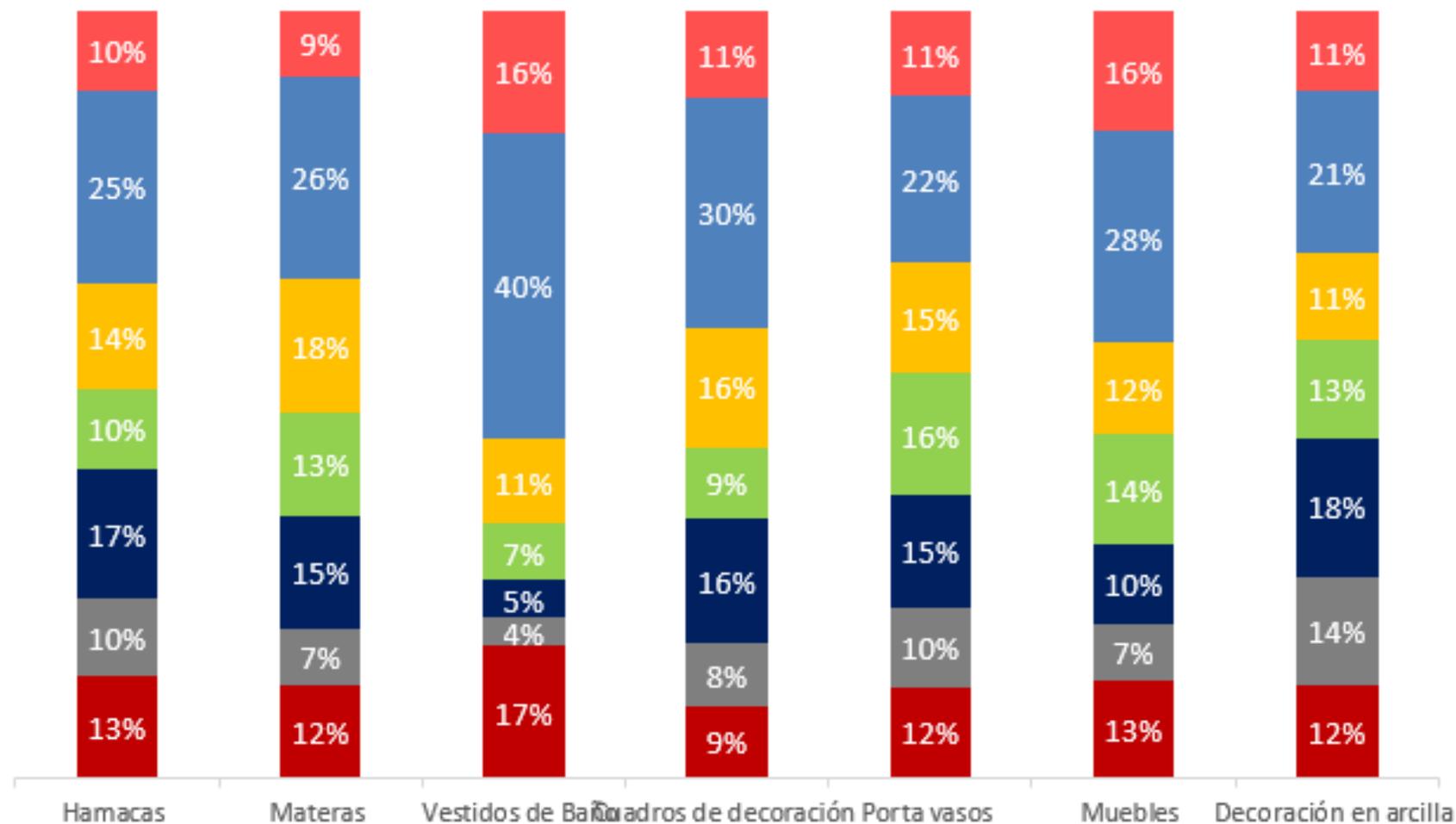


¿En qué momento sueles comprar estos productos? (puedes seleccionar más de una casilla)

Base = 484

Momentos de compra por producto

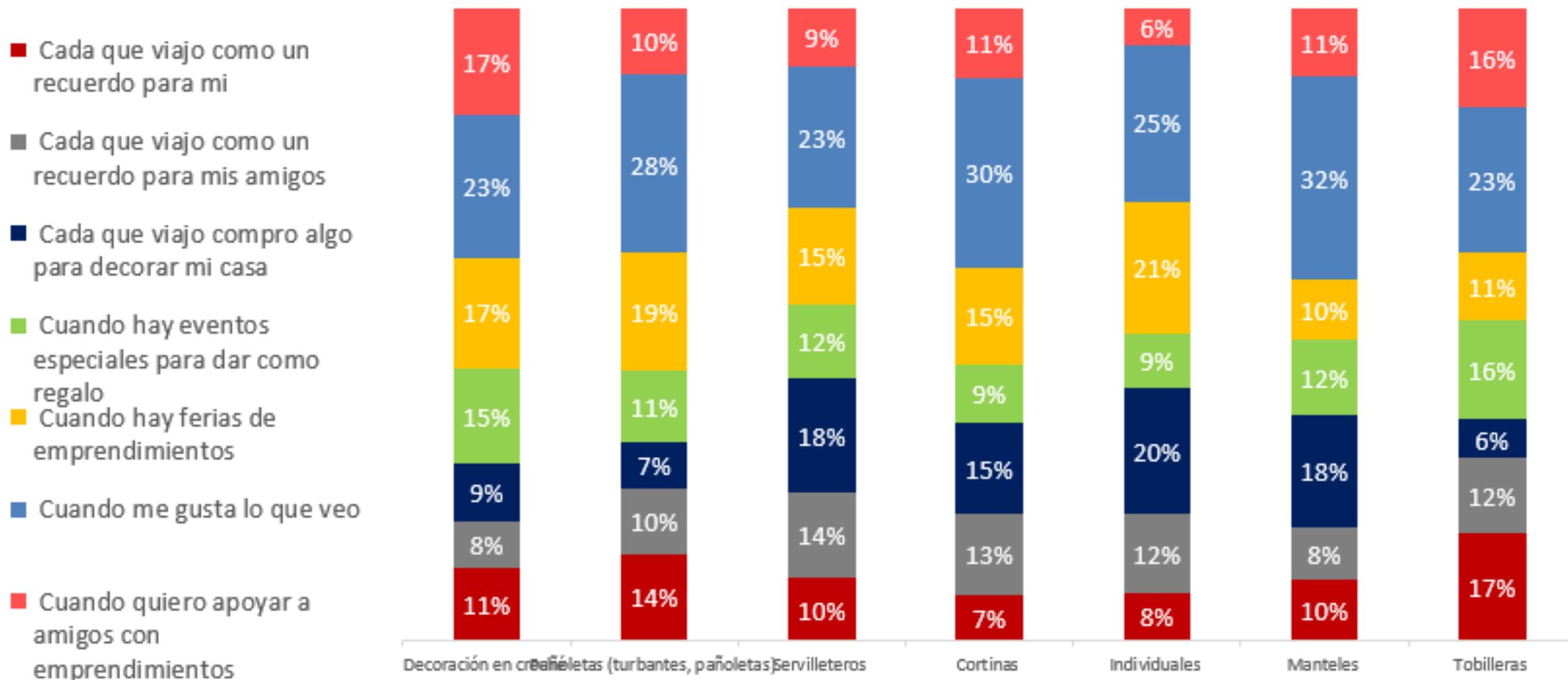
- Cada que viajo como un recuerdo para mi
- Cada que viajo como un recuerdo para mis amigos
- Cada que viajo compro algo para decorar mi casa
- Cuando hay eventos especiales para dar como regalo
- Cuando hay ferias de emprendimientos
- Cuando me gusta lo que veo
- Cuando quiero apoyar a amigos con emprendimientos



¿En qué momento sueles comprar estos productos? (puedes seleccionar más de una casilla)

Base = 484

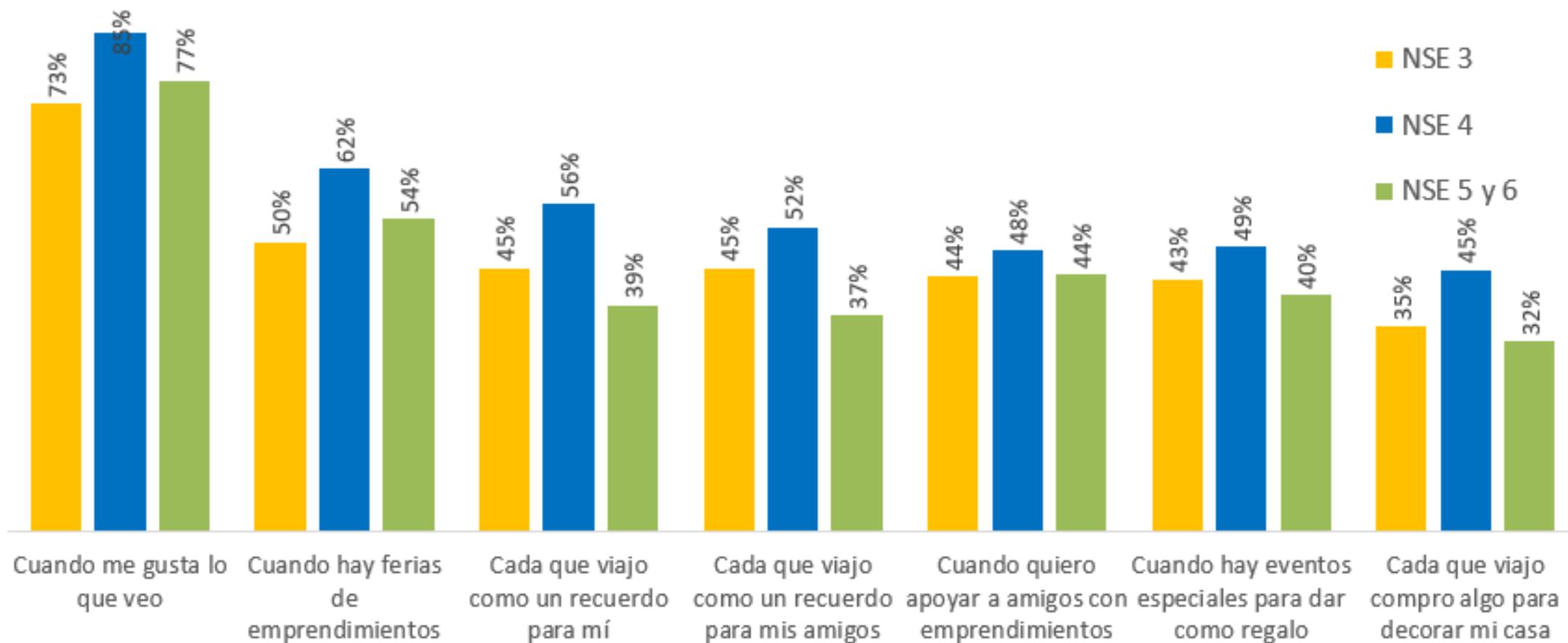
Momentos de compra por producto



¿En qué momento sueles comprar estos productos? (puedes seleccionar más de una casilla)

Base = 484

Momentos en los que compran por NSE



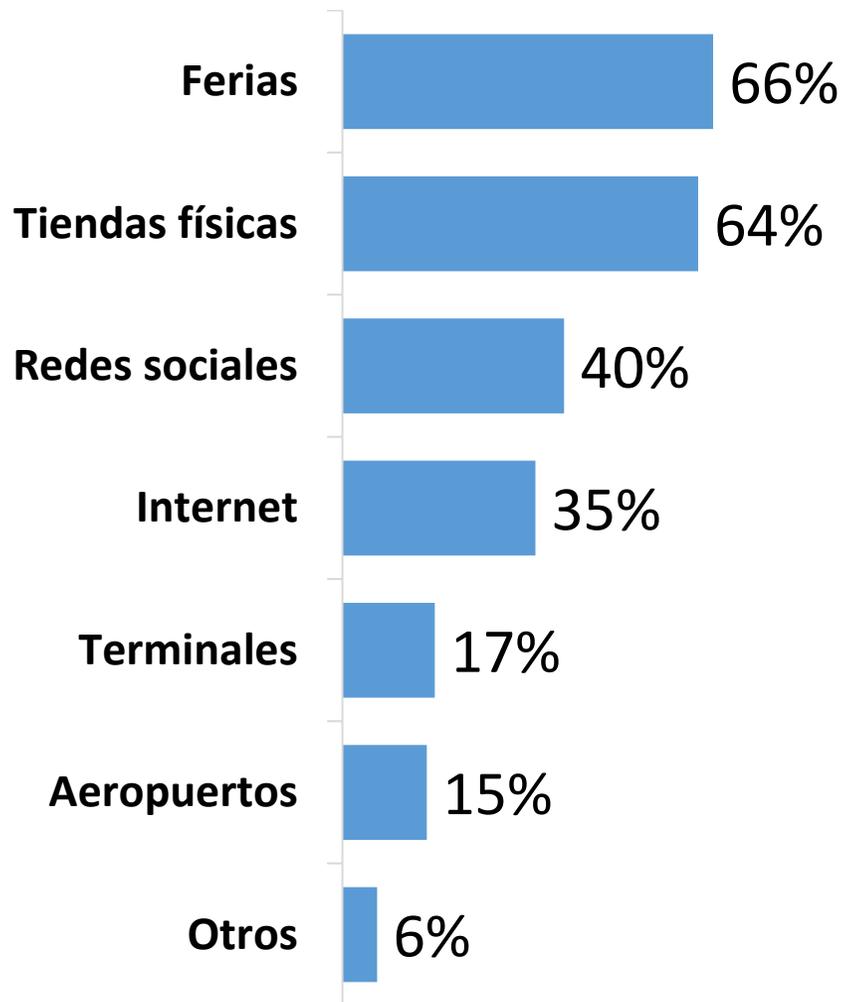
NSE 3 = 220

NSE 4 = 150

NSE 5 y 6 = 114

¿En qué momento sueles comprar estos productos? (puedes seleccionar más de una casilla)

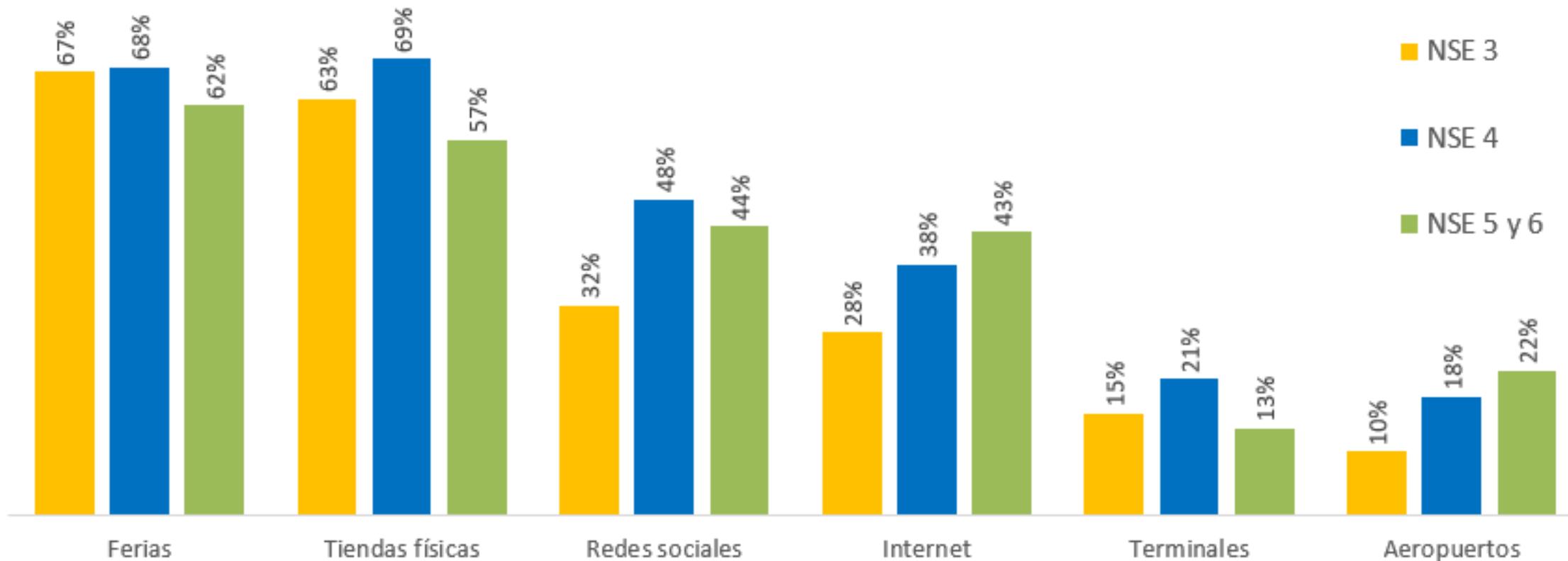
Lugares de Compra



¿Dónde sueles comprar estos productos de emprendimientos colombianos?

Base = 484

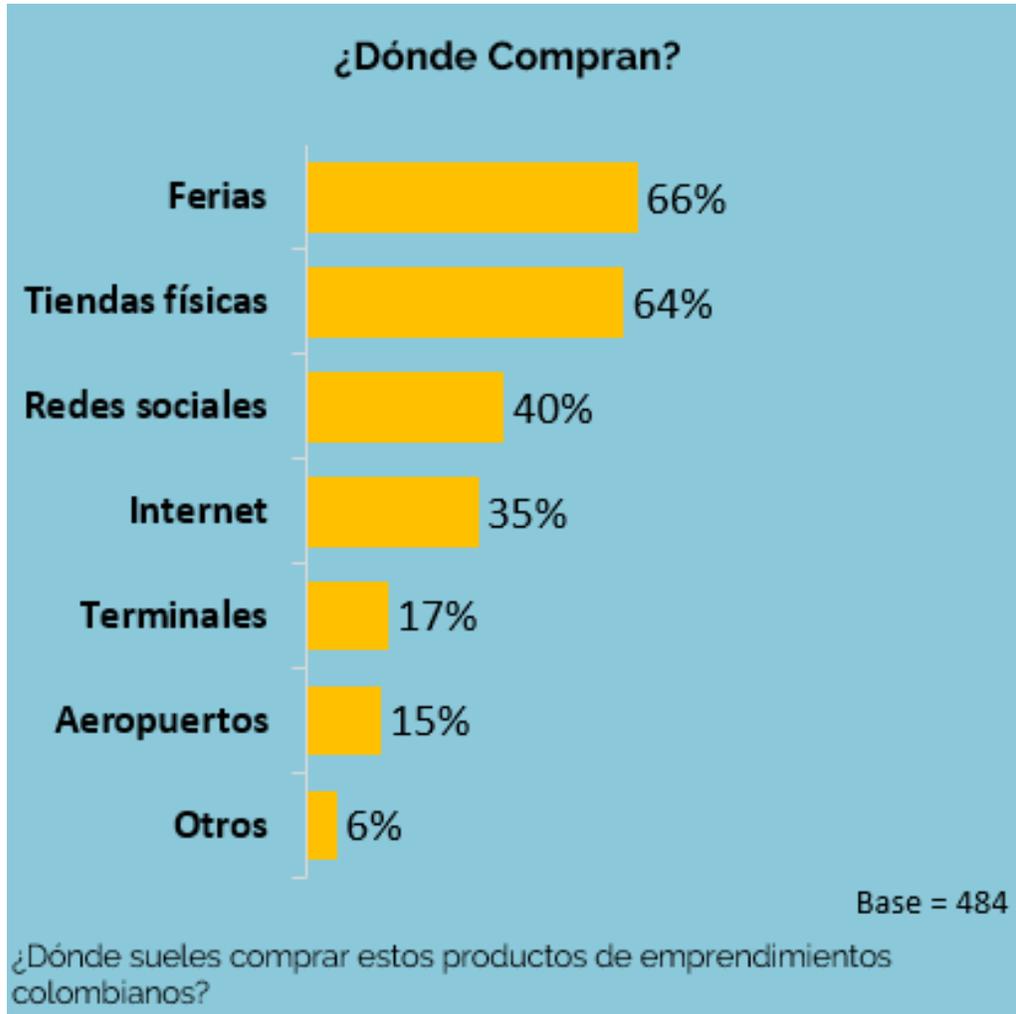
Dónde suelen comprar por NSE



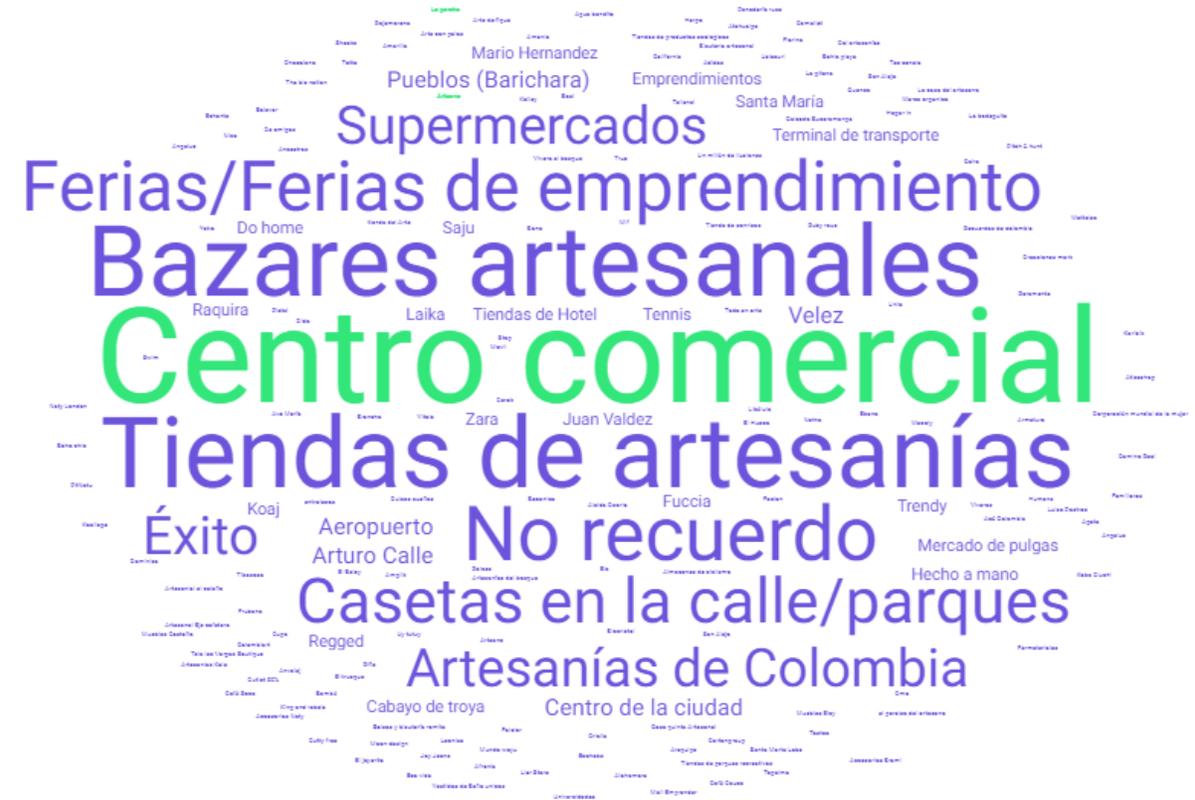
NSE 3 = 220
 NSE 4 = 150
 NSE 5 y 6 = 114

¿Dónde sueles comprar estos productos de emprendimientos colombianos?

Compras en tiendas físicas



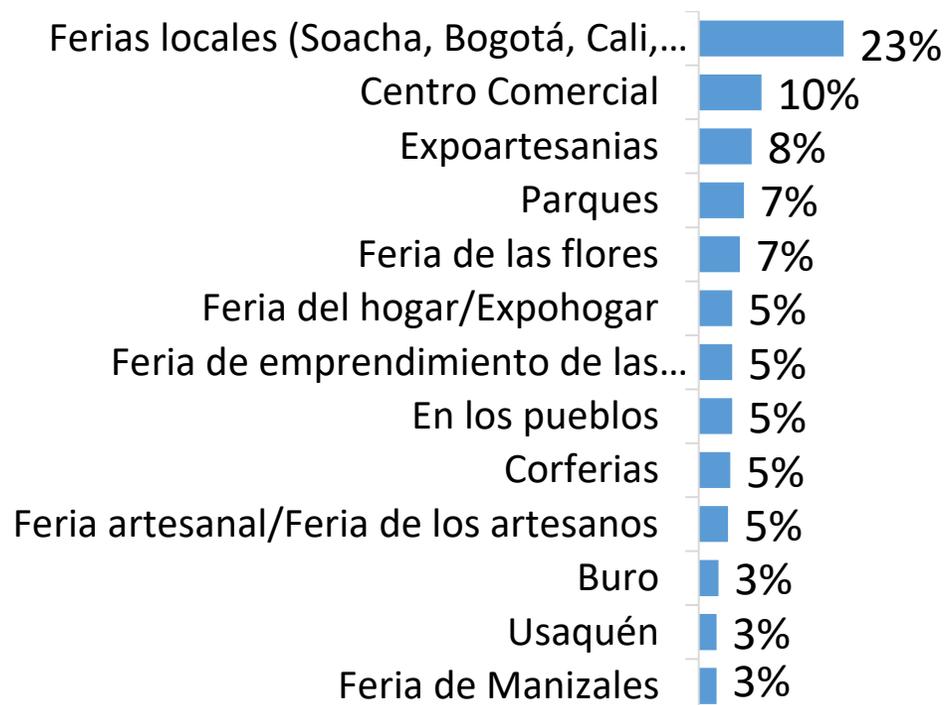
¿Cuáles son las tiendas físicas?



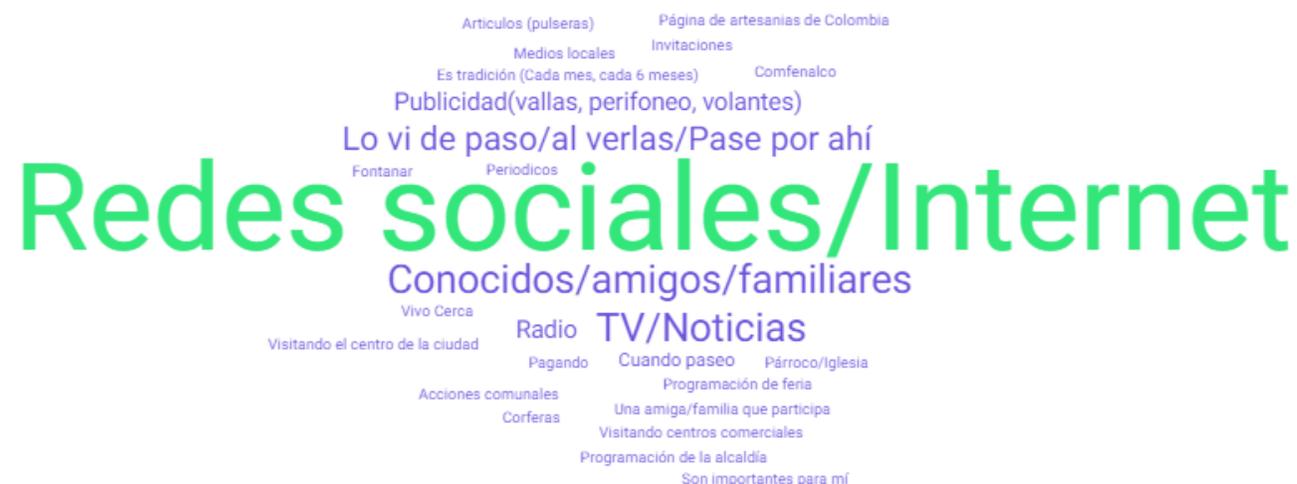
¿Cuáles son las tiendas físicas en las que has comprado?

Compras en ferias

¿Cuáles son las ferias a las que asisten?



¿Cómo se enteran de las ferias?



Cómo se enteran de las ferias por NSE

NSE 3



Base = 148

NSE 4



Base = 102

NSE 5 Y 6



Base = 71

Compras en redes sociales

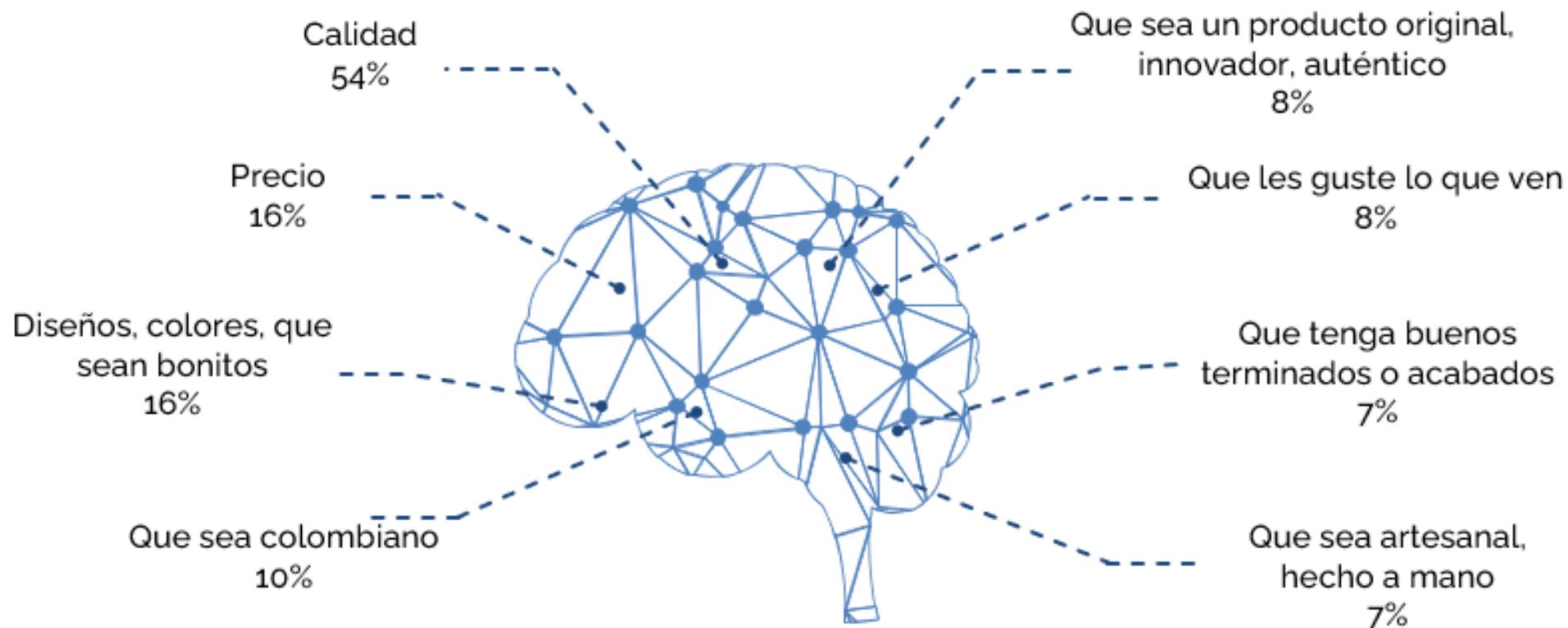


¿Cuáles son las marcas donde compras por redes sociales?

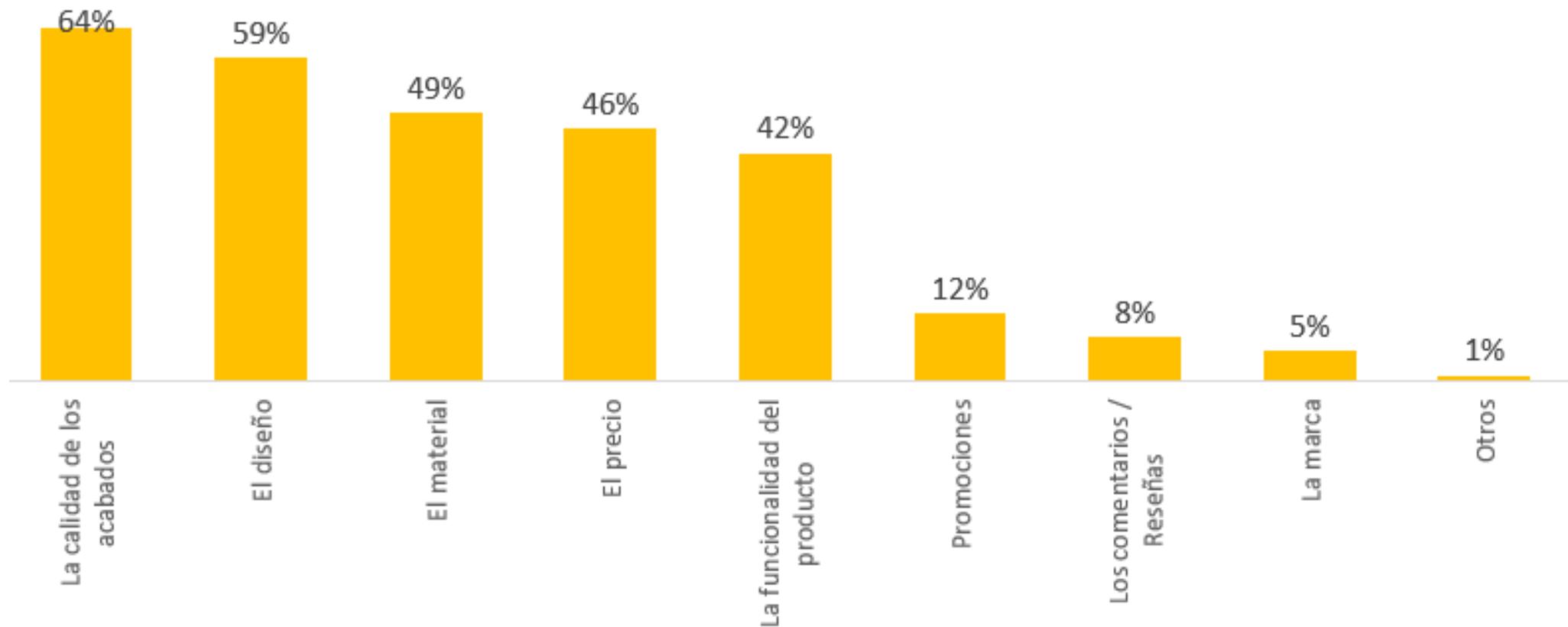
Base = 192

Lo importante al momento de comprar un producto de emprendimiento

Espontáneo



Lo importante al momento de comprar un producto de emprendimiento

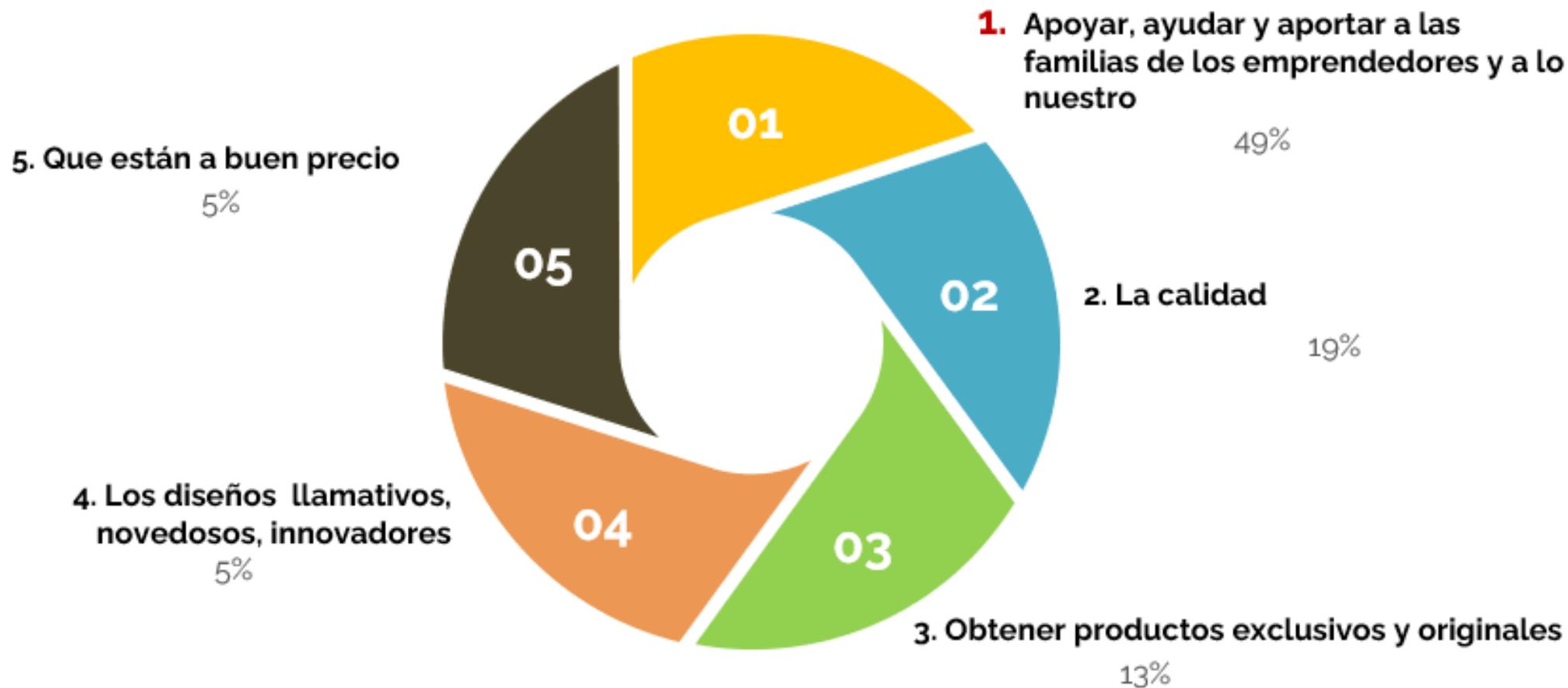


Base = 484

De las siguientes características, selecciona las 3 más importantes para ti al momento de comprar productos de emprendimientos colombianos

Qué gusta de comprar productos de emprendimiento

Espontáneo



Base = 484

¿Qué es lo que más te gusta de comprar productos de emprendimientos colombianos?

Características importantes al momento de comprar



01

La calidad de los acabados.

02

- La Marca
- El diseño
- El material

03

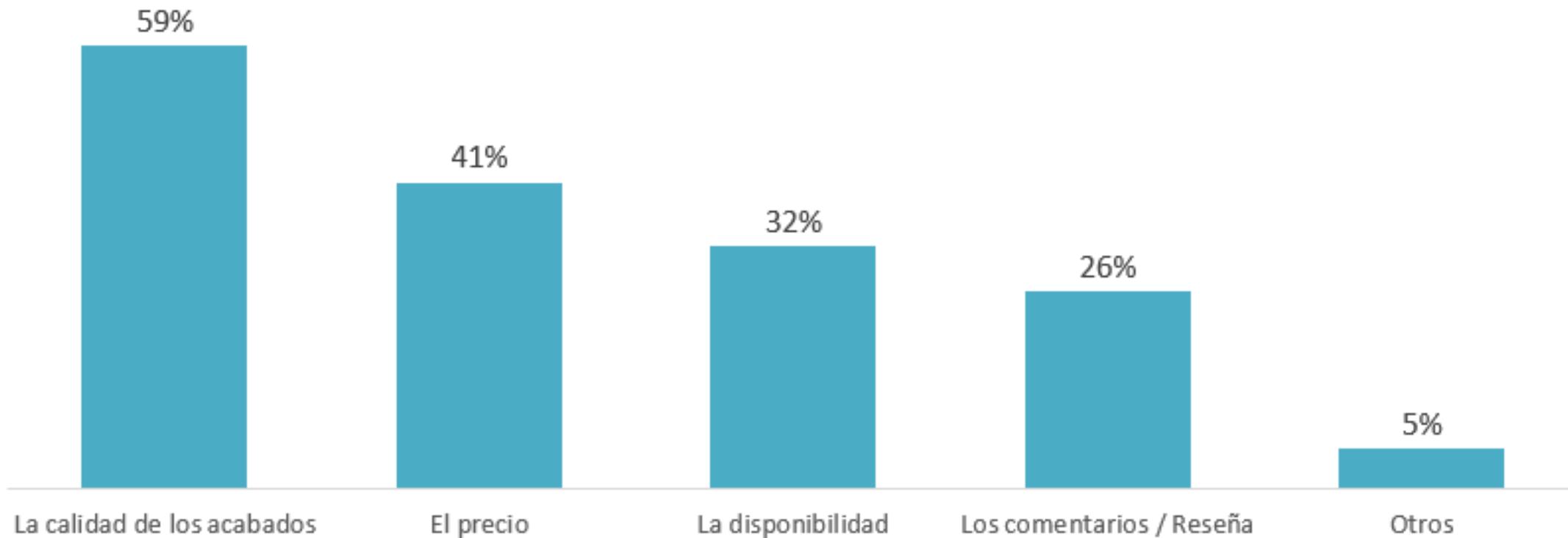
- Promociones
- Reseñas o comentarios
 - Precio
- Funcionalidad



Ordena del 1 al 3, donde 1 es la característica más importante para ti al momento de comprar algún producto de emprendimientos colombianos

Base = 484

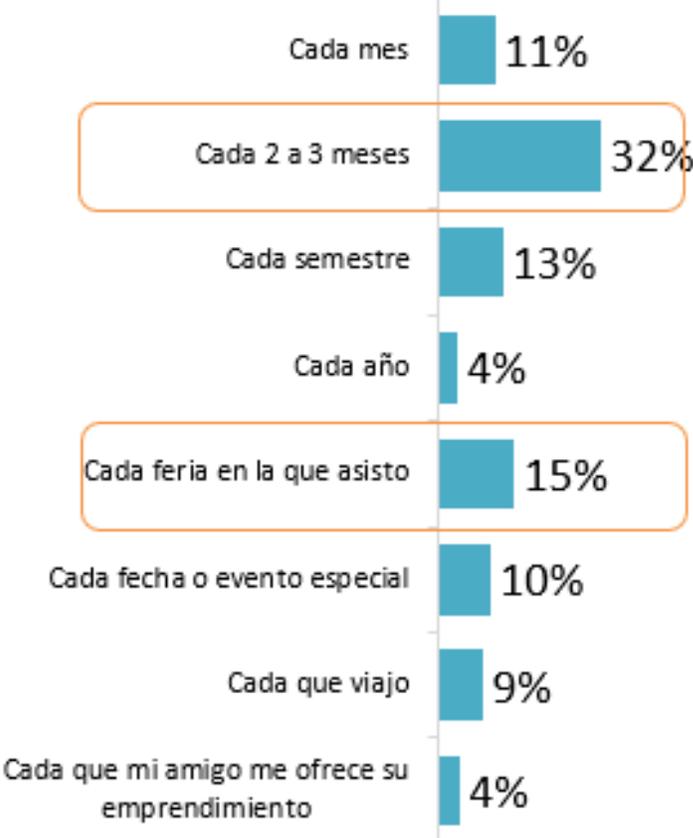
Motivos para no comprar productos de emprendimientos



¿Cuáles pueden llegar a ser los motivos principales por los cuales no comprarías productos de emprendimientos colombianos?

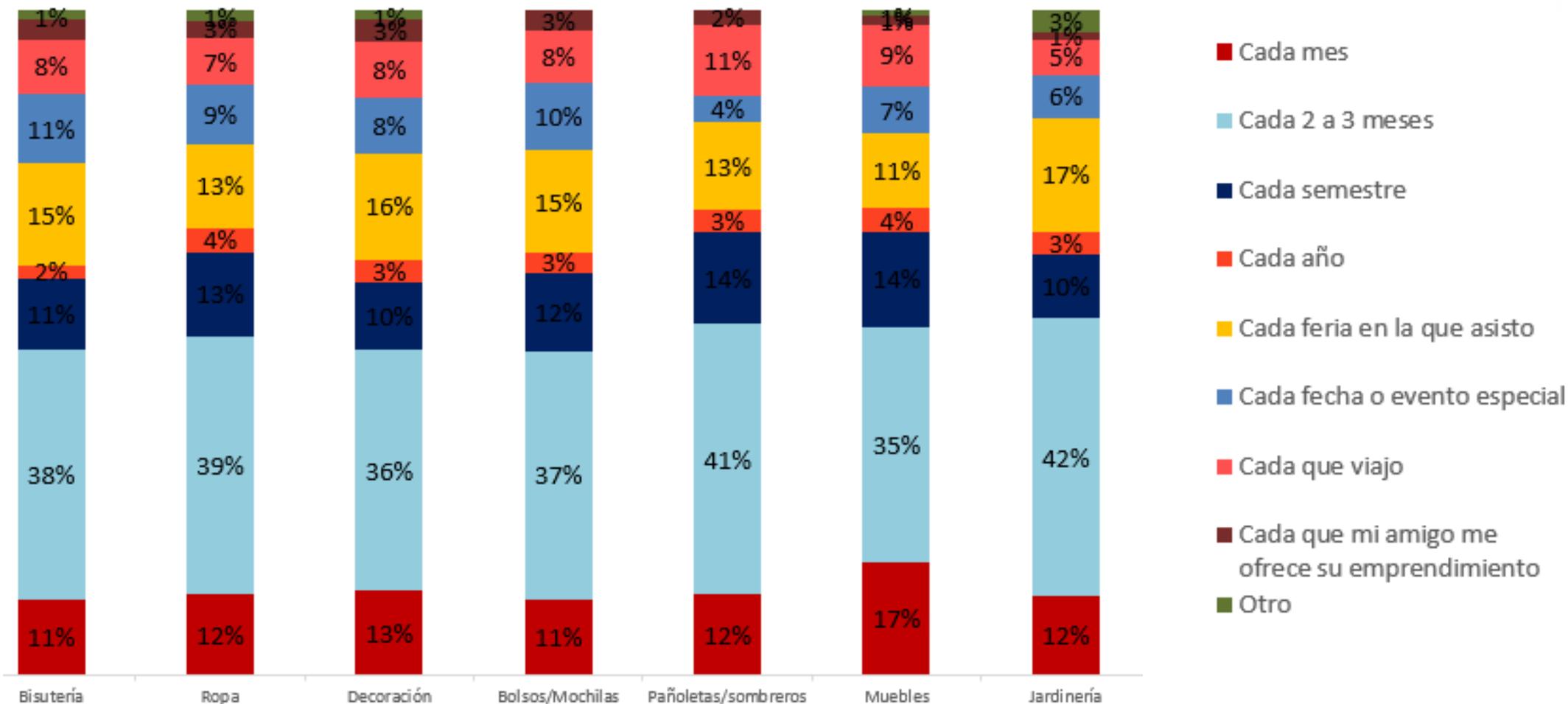
Base = 484

Frecuencia de compra de productos de emprendimientos



¿Con qué frecuencia compras estos productos de emprendimientos colombianos?

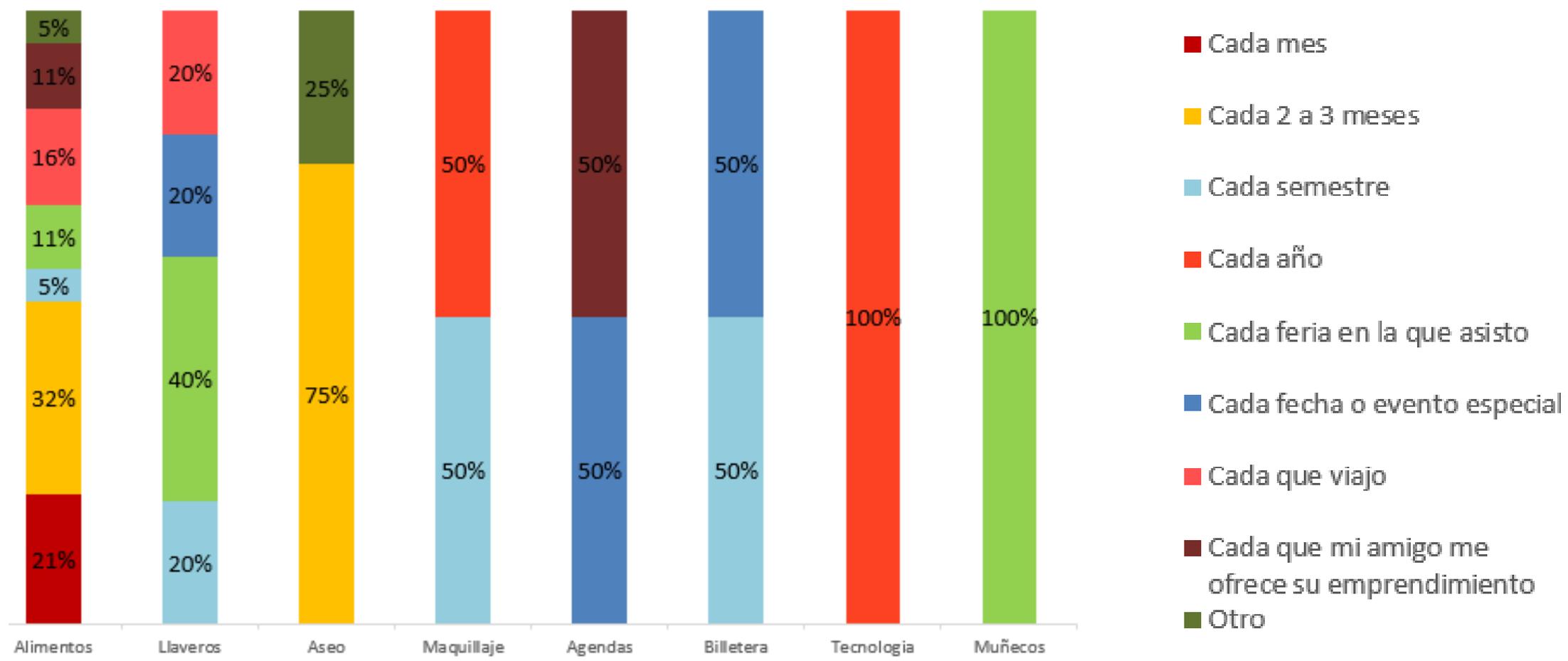
Frecuencia de compra por categoría



¿Con qué frecuencia compras estos productos de emprendimientos colombianos?

Base = 484

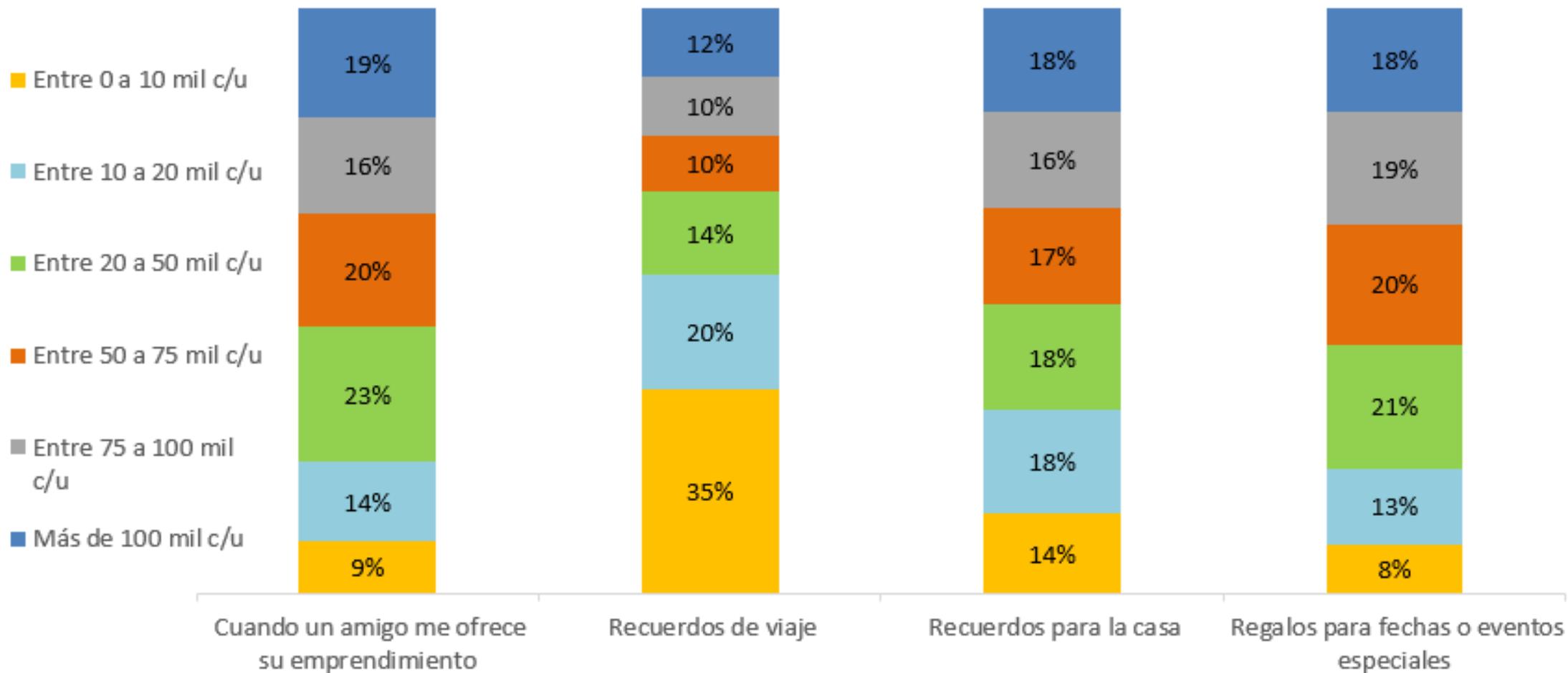
Frecuencia de compra por categoría



¿Con qué frecuencia compras estos productos de emprendimientos colombianos?

Base = 484

Presupuesto promedio



Base = 484

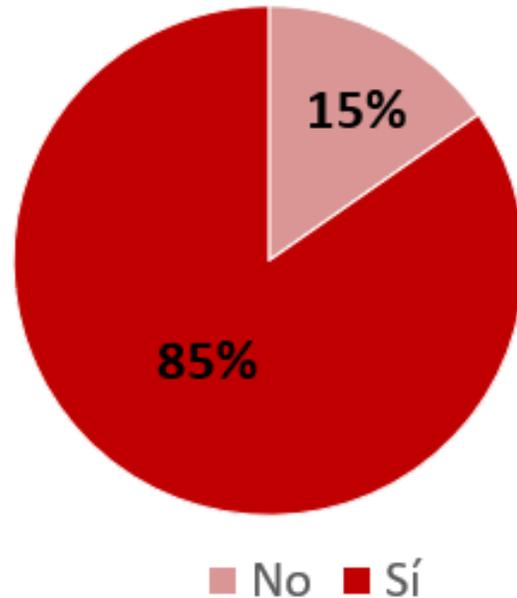
En promedio ¿cuánto es el presupuesto al momento de comprar productos de emprendimientos colombianos para las siguientes situaciones? (puedes seleccionar más de una casilla)



ALIMENTOS ARTESANALES

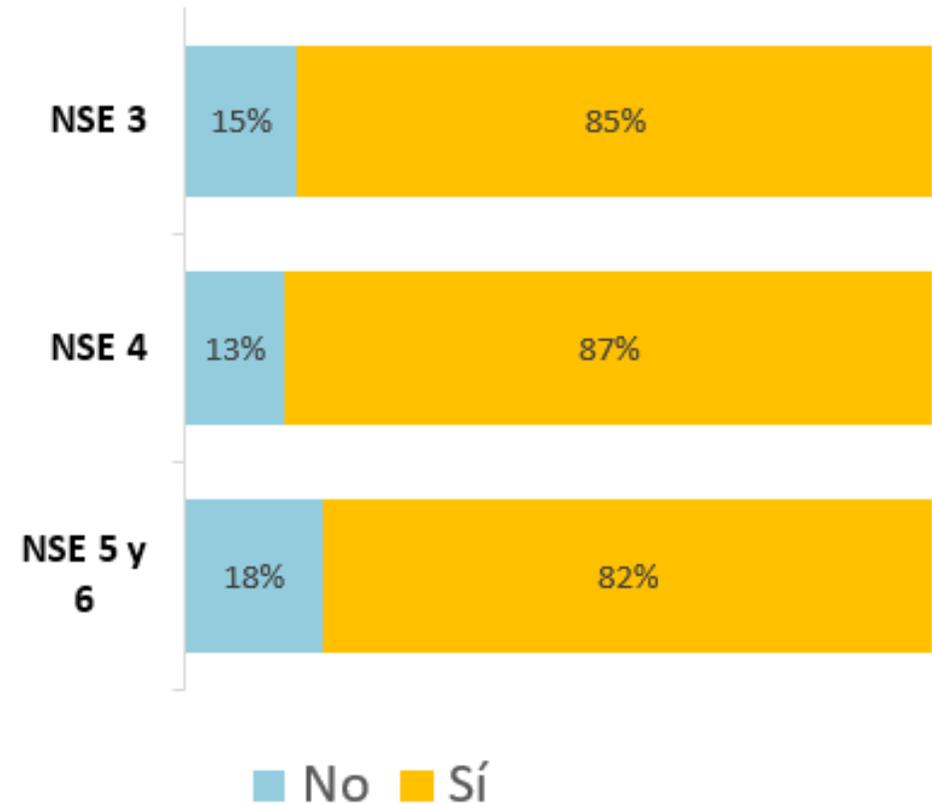
Compra de alimentos artesanales y colombianos

HAN COMPRADO ALIMENTOS ARTESANALES



Base: 484

¿Has comprado alimentos artesanales y producidos en Colombia en el último año?



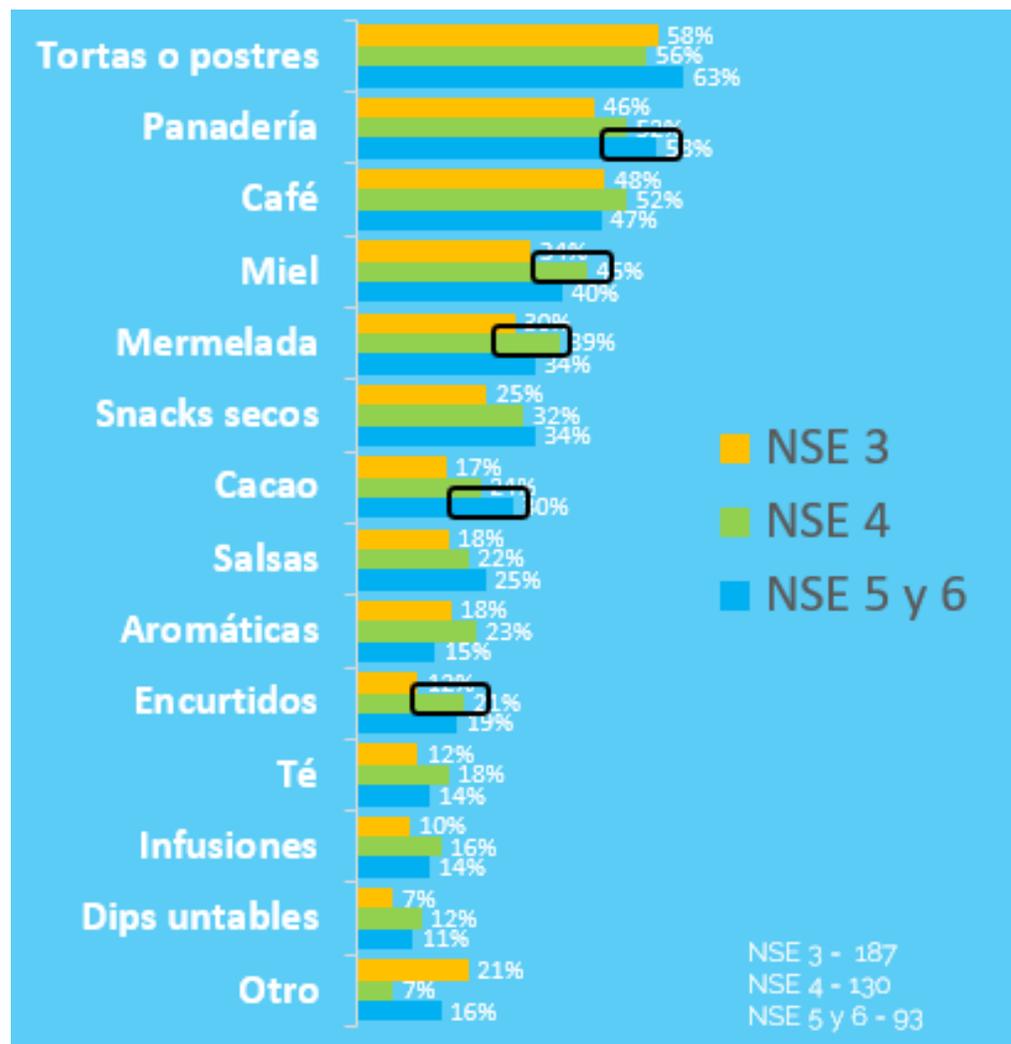
NSE 3 = 220
 NSE 4 = 150
 NSE 5 y 6 = 114

Compra de alimentos artesanales y colombianos

QUÉ ALIMENTOS HAN COMPRADO

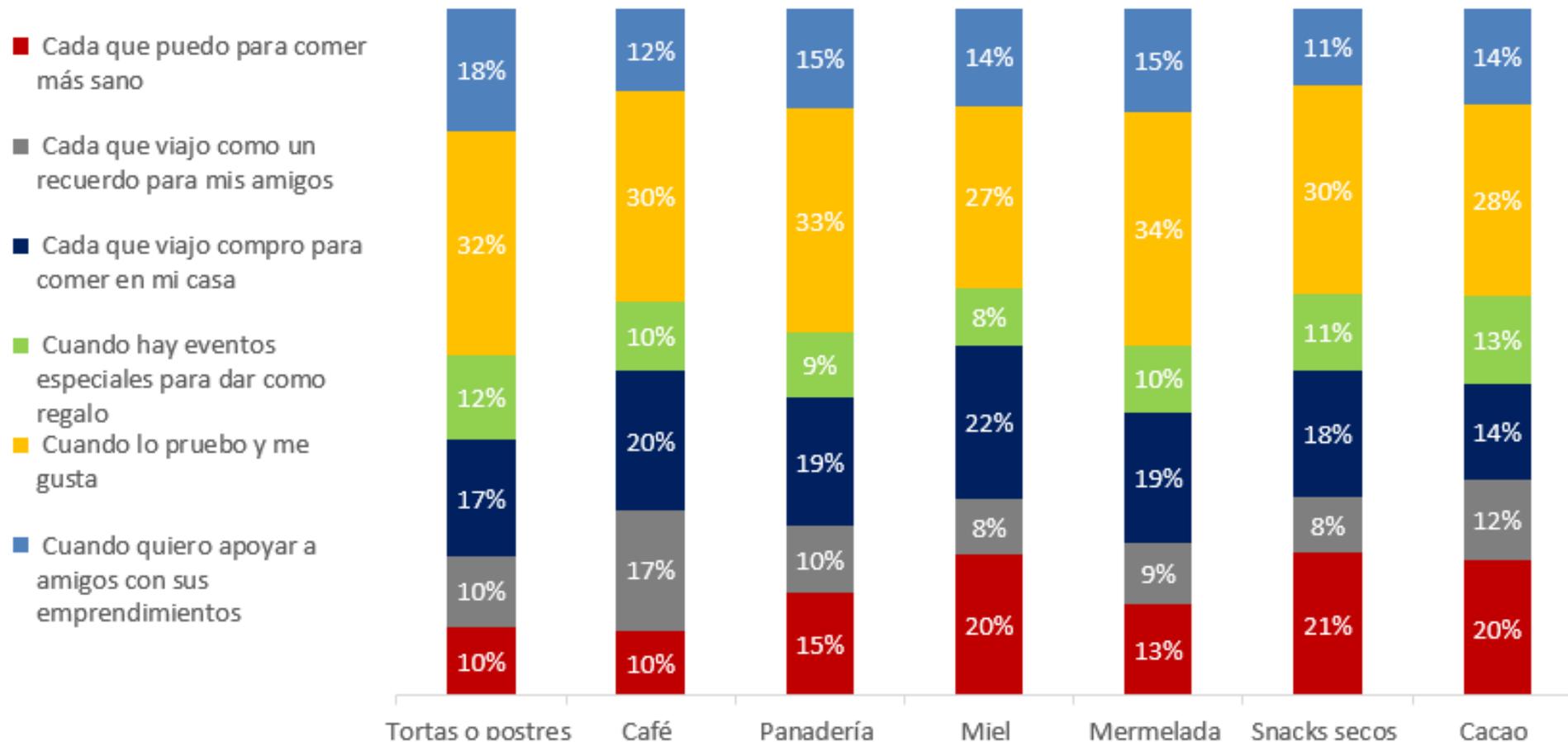


Base: 410



¿Qué alimentos has comprado?

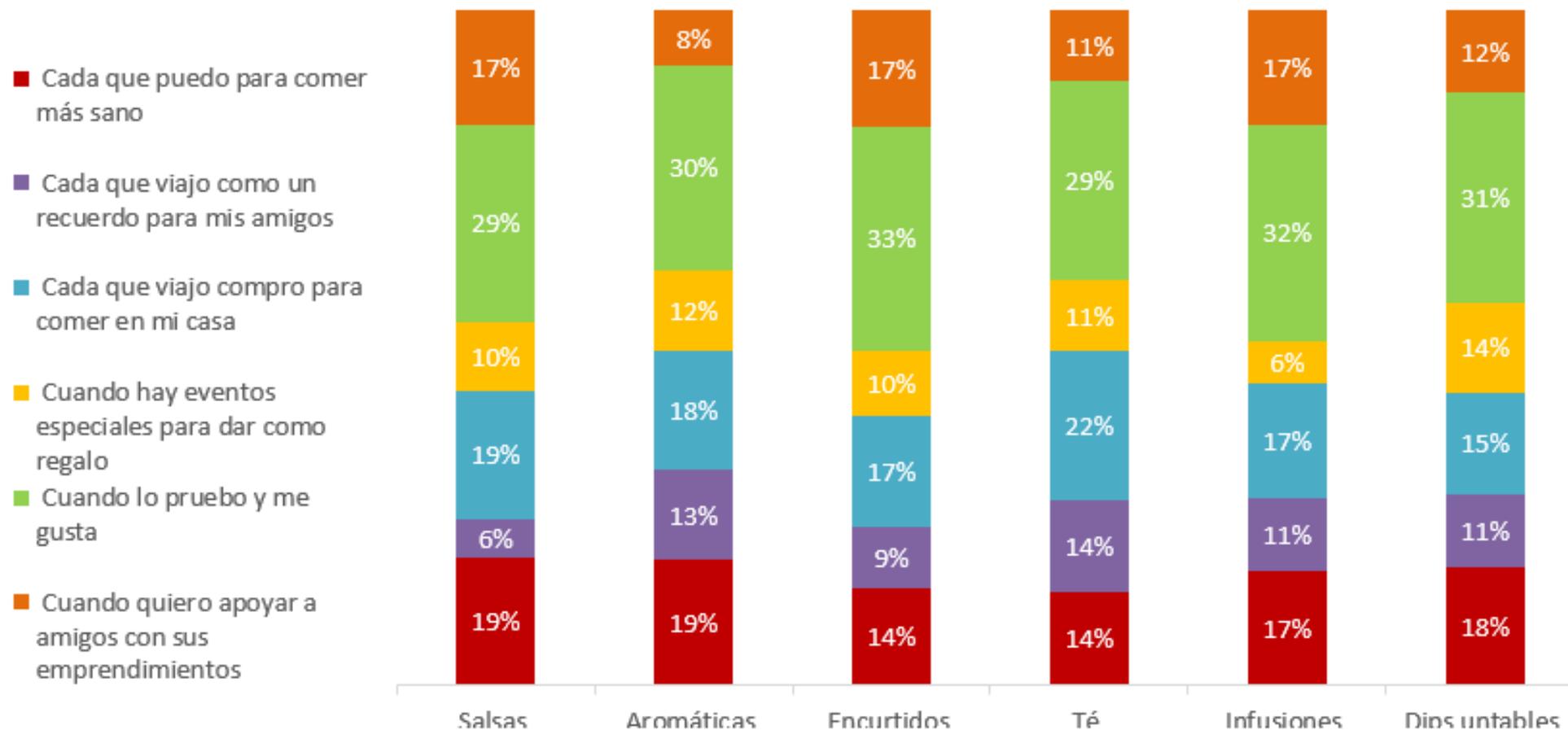
Momento de compra de alimentos artesanales y colombianos



¿En qué momento sueles comprar estos productos? (puedes seleccionar más de una casilla)

Base = 484

Momento de compra de alimentos artesanales y colombianos

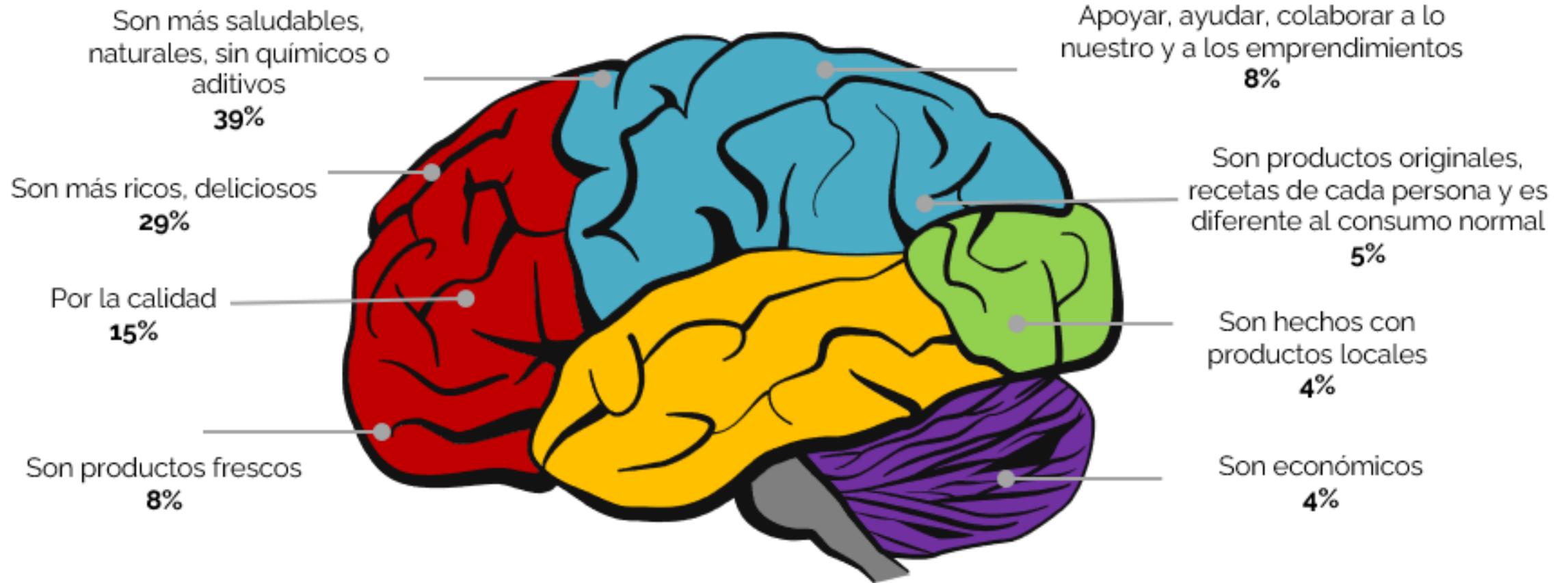


¿En qué momento sueles comprar estos productos? (puedes seleccionar más de una casilla)

Base = 484

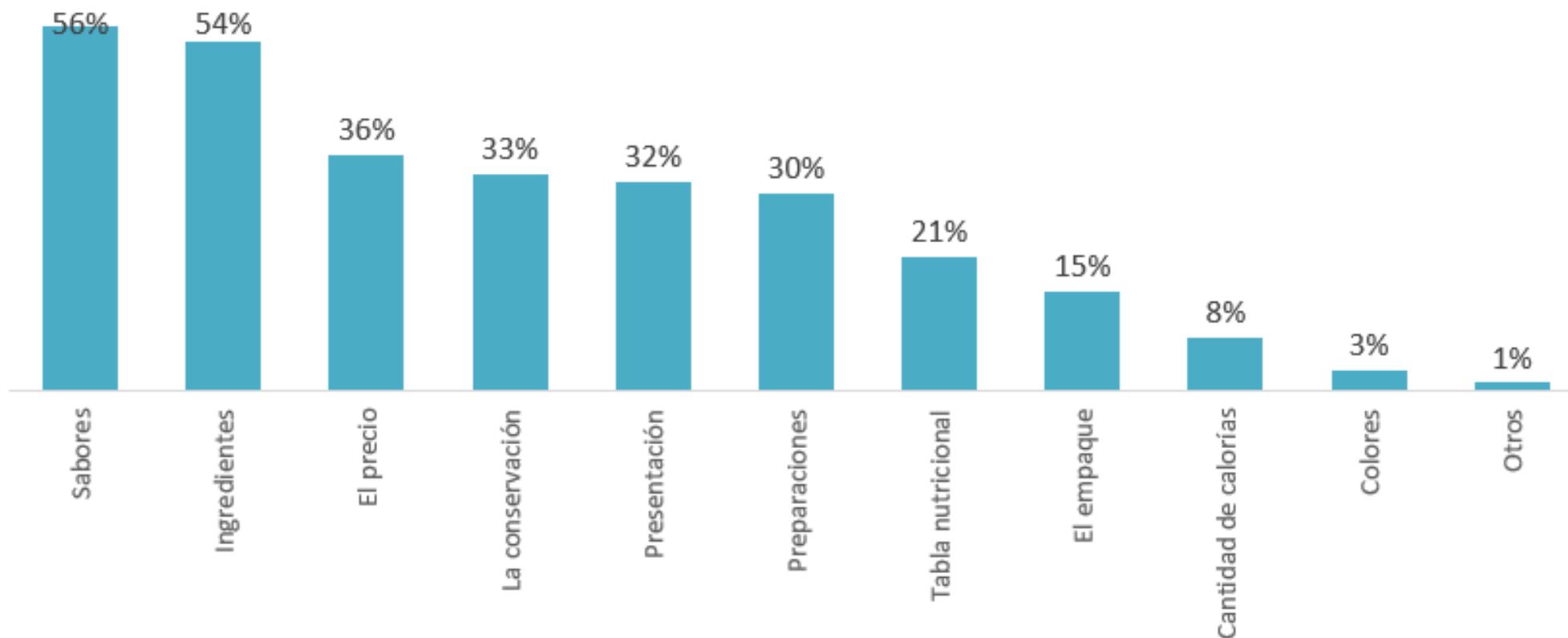
¿Qué es lo que más gusta de comprar alimentos artesanales y colombianos?

Espontáneo



¿Qué es lo que más gusta de comprar alimentos artesanales y colombianos?

Ayudado

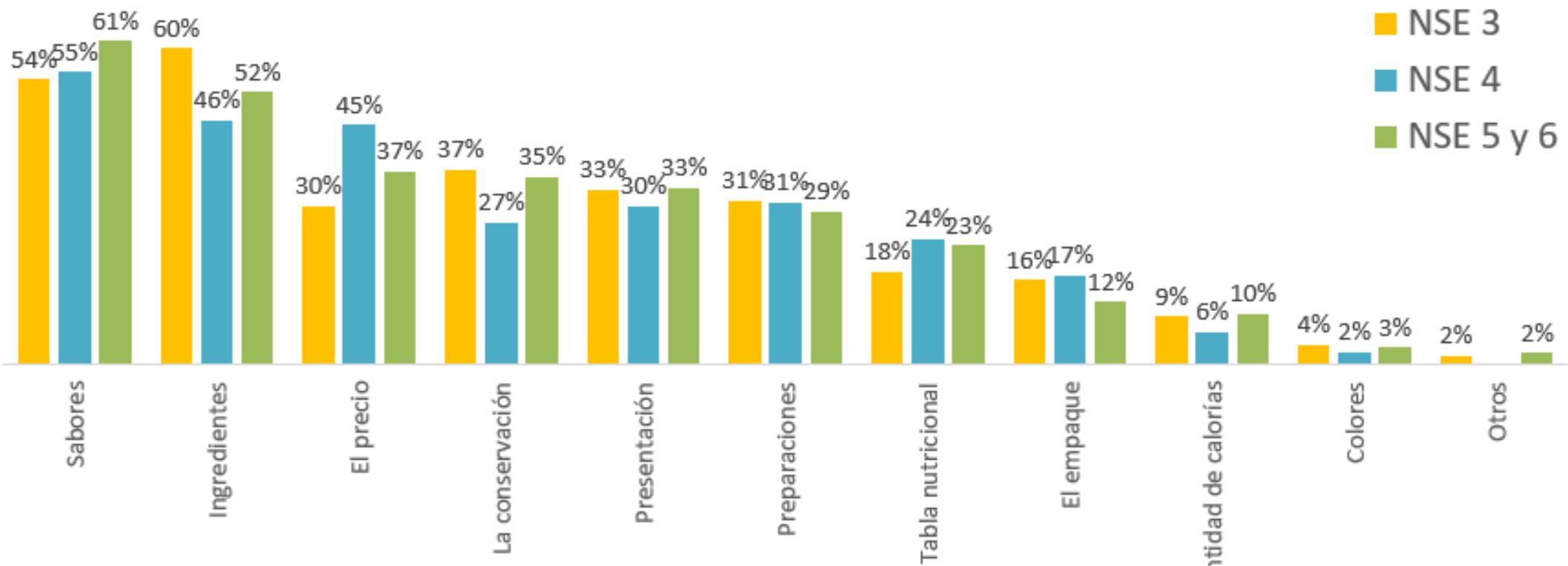


Base = 410

De las siguientes características, selecciona las 3 más importantes al momento de comprar un alimento artesanal/ producido en Colombia

¿Qué es lo que más gusta de comprar alimentos artesanales y colombianos por NSE?

Ayudado



NSE 3 - 187
 NSE 4 - 130
 NSE 5 y 6 - 93

De las siguientes características, selecciona las 3 más importantes al momento de comprar un alimento artesanal/ producido en Colombia

Características importantes al momento de comprar alimentos artesanales

01

- Sabores
- Ingredientes



02

- Preparaciones
- Tabla nutricional



03

- Precio
- La conservación
- La presentación

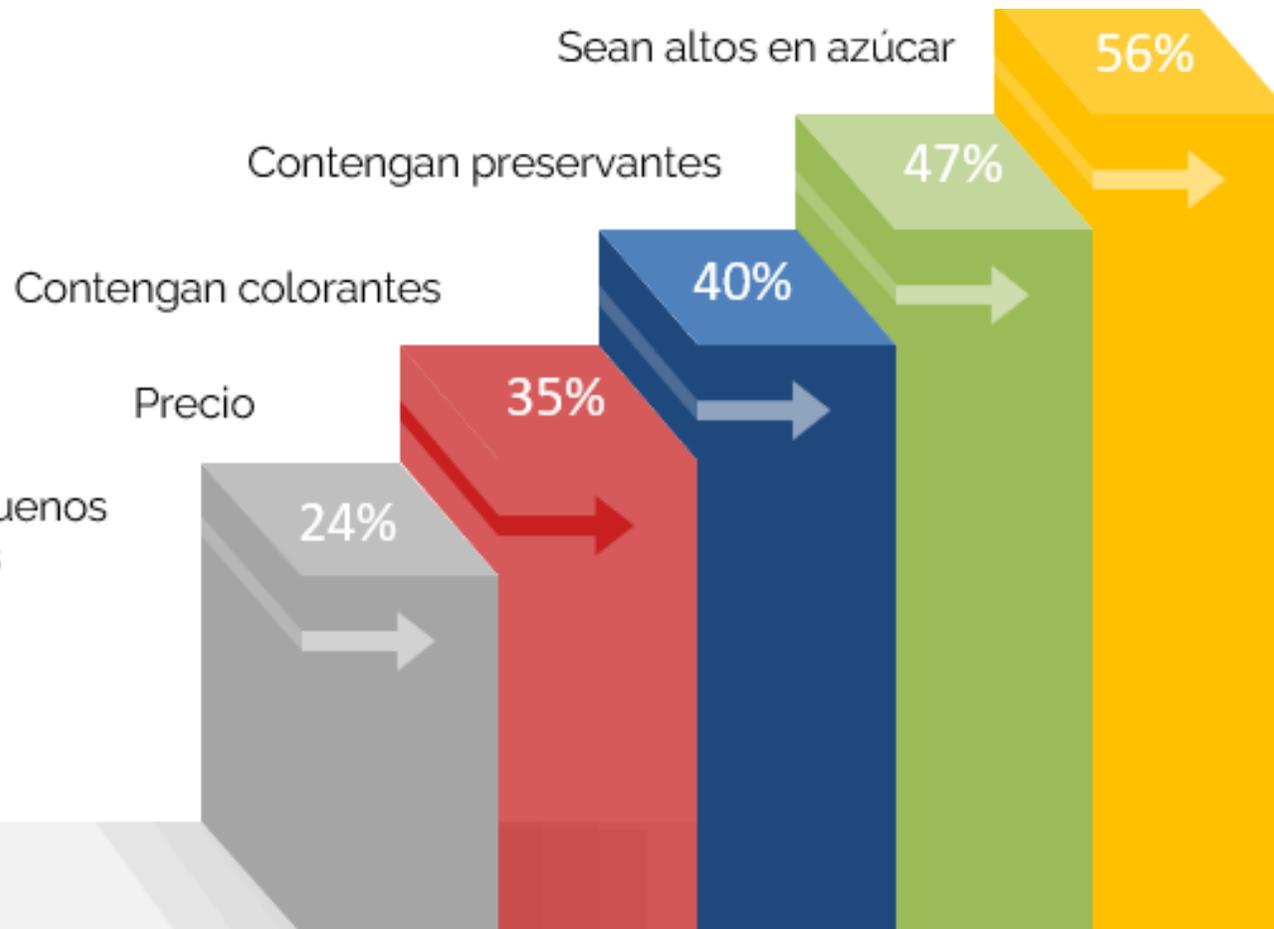


Ordena del 1 al 3, donde 1 es la característica más importante para ti al momento de comprar un alimento artesanal.

Motivos para no comprar alimentos artesanales



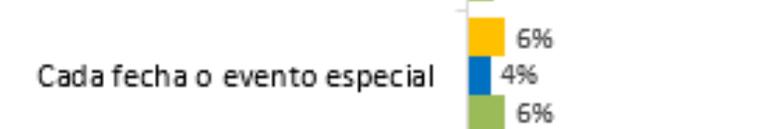
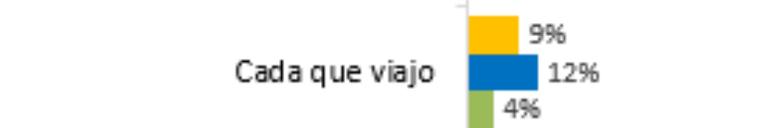
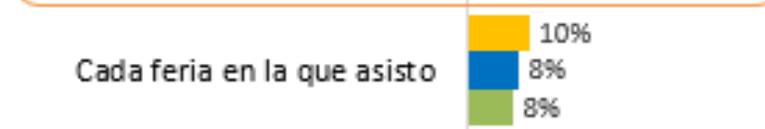
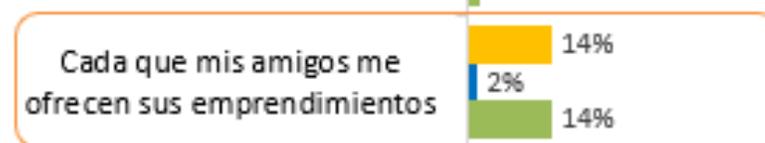
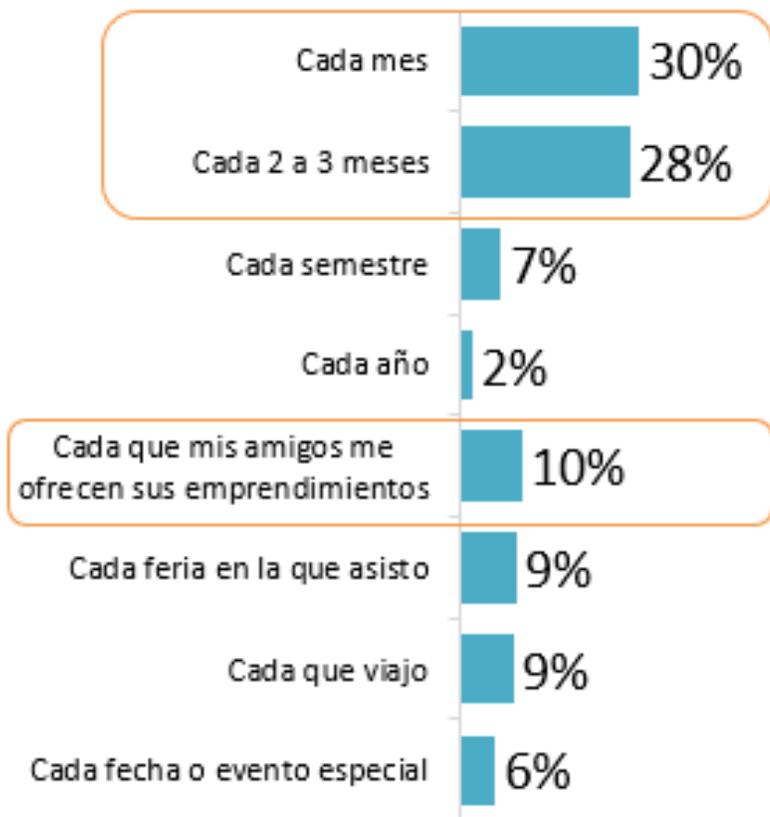
No maneje buenos sabores



¿Cuáles pueden llegar a ser los 3 motivos principales por los cuales no comprarías un producto artesanal/producido en Colombia?

Frecuencia de compra de alimentos artesanales

FRECUENCIA DE COMPRA



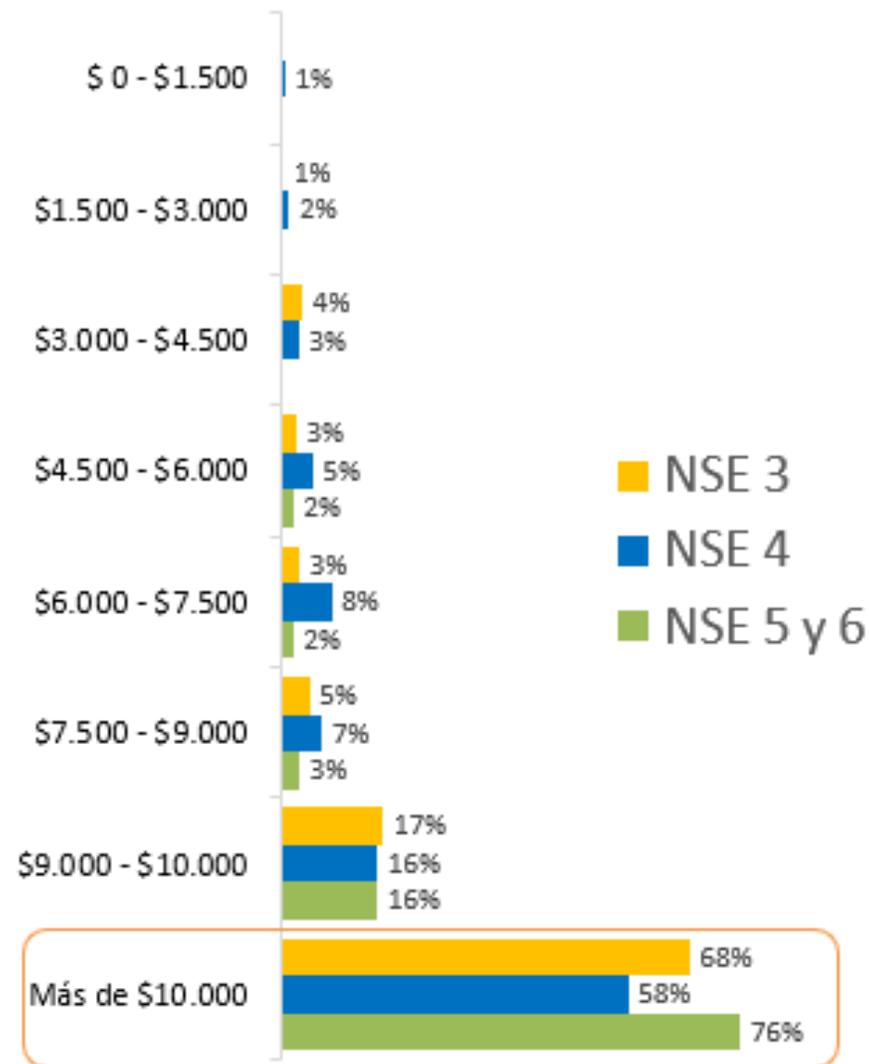
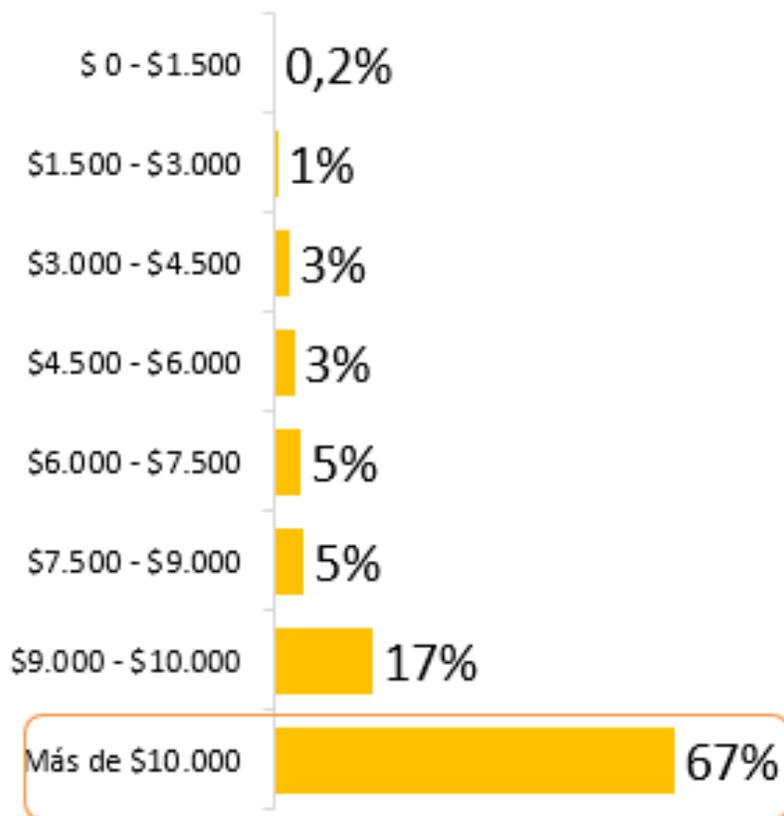
■ NSE 3
 ■ NSE 4
 ■ NSE 5 y 6

NSE 3 - 187
 NSE 4 - 130
 NSE 5 y 6 - 93

¿Con qué frecuencia compras estos alimentos artesanales y producidos en Colombia?

Presupuesto de compra de alimentos artesanales

PRESUPUESTO DE COMPRA



NSE 3 - 187
 NSE 4 - 130
 NSE 5 y 6 - 93

En promedio ¿cuánto es el presupuesto que estás dispuesto a pagar al comprar estos productos o alimentos colombianos?



ACTIVIDADES DEL CONSUMIDOR

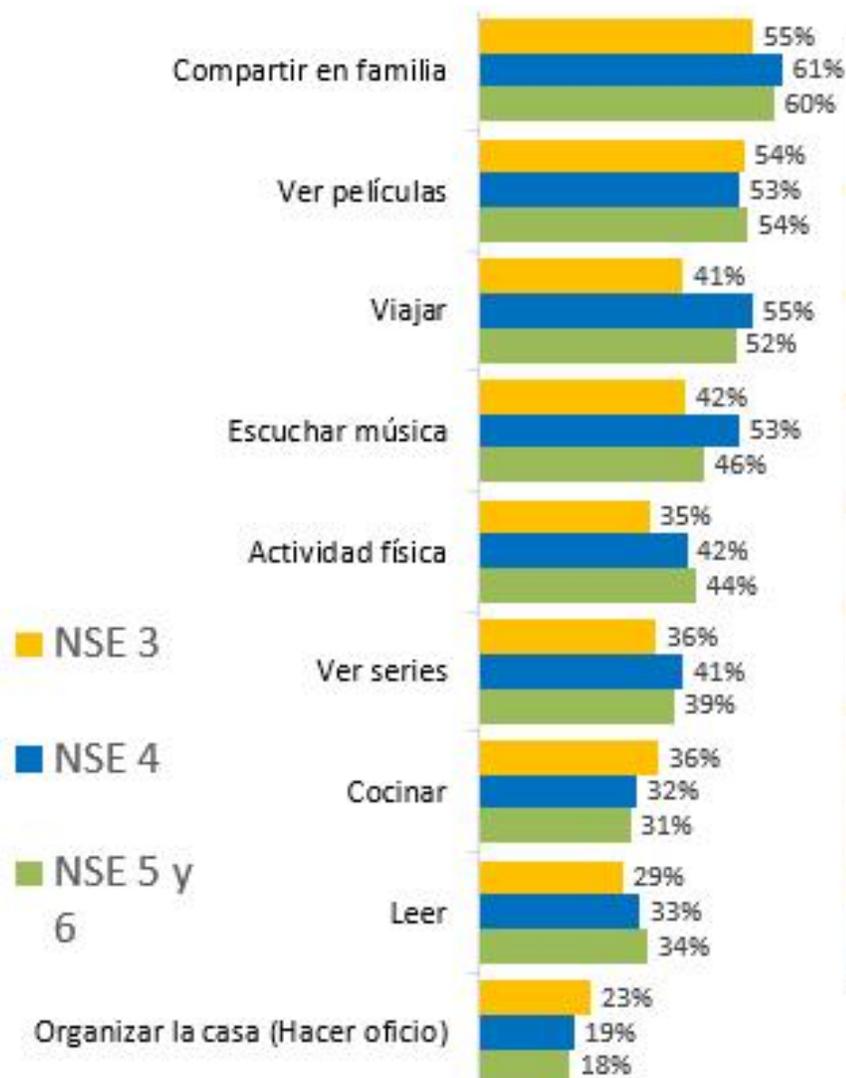
Hobbies de los usuarios



¿Qué es lo que más disfrutas hacer en tu tiempo libre?

Base = 484

Hobbies de los usuarios por NSE

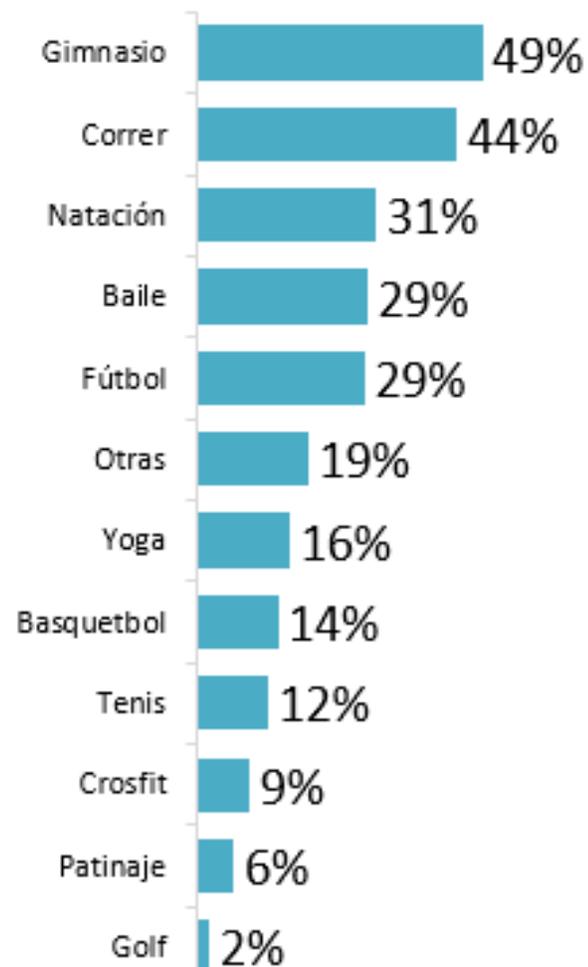


¿Qué es lo que más disfrutas hacer en tu tiempo libre?

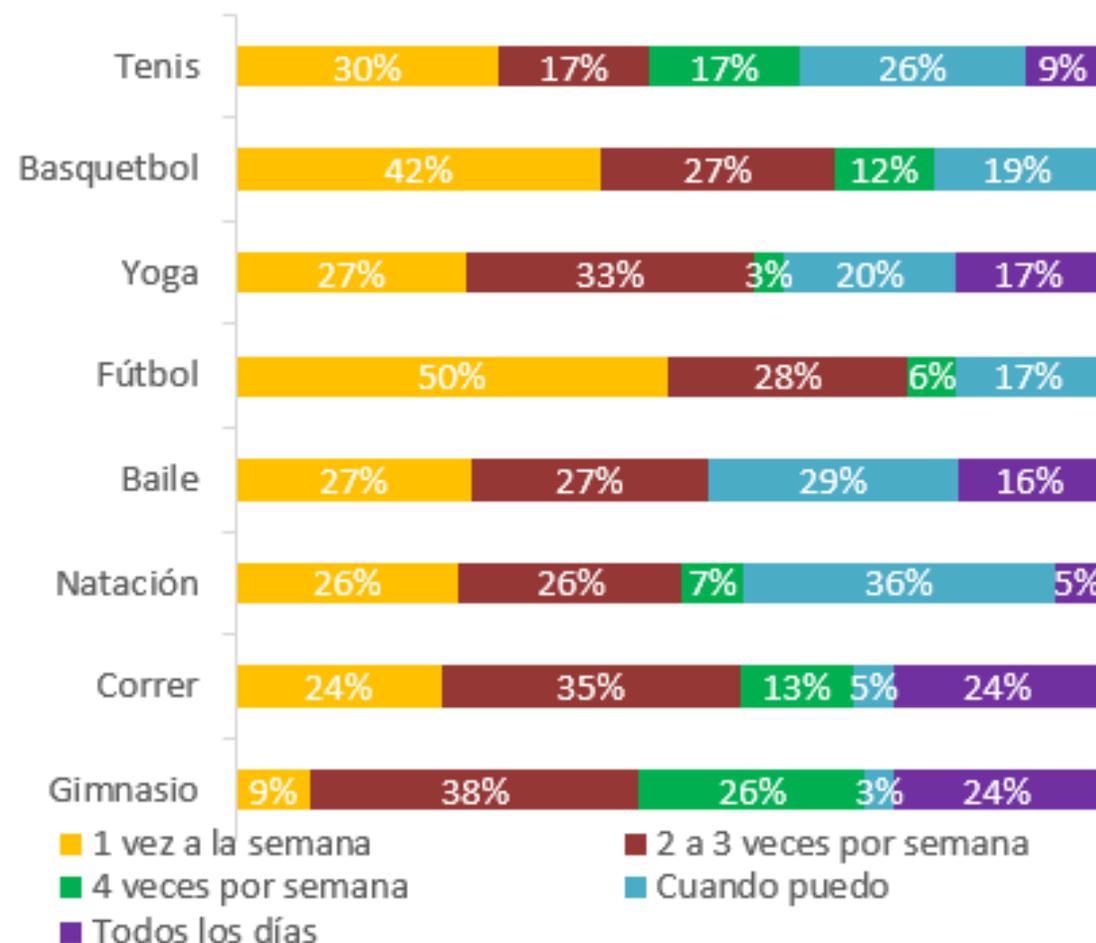
NSE 3 - 220
NSE 4 - 150
NSE 5 y 6 - 114

Hobbies de los usuarios

Actividad física



FRECUENCIA DE LA ACTIVIDAD FÍSICA

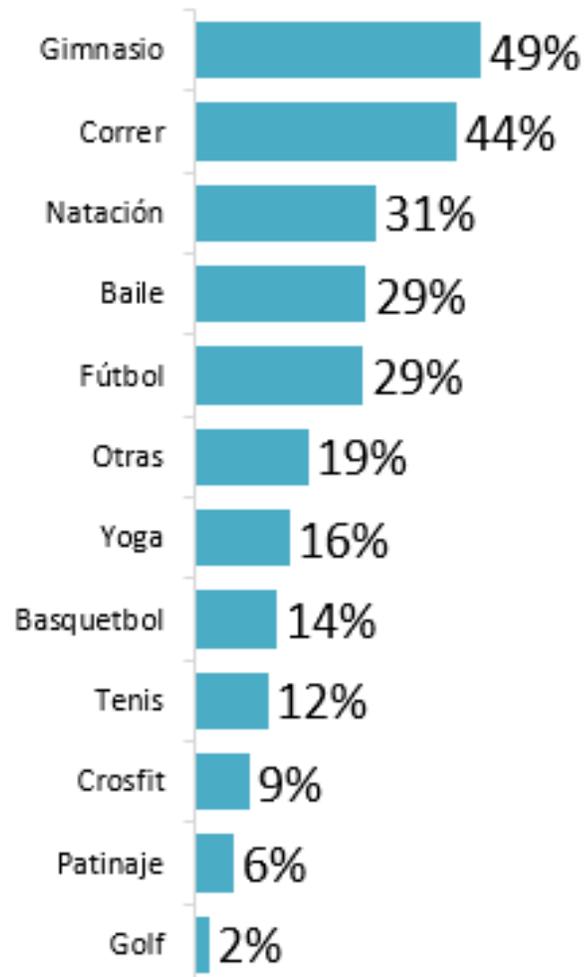


¿Qué tipo de actividad física te gusta hacer?
 ¿Con qué frecuencia lo practicas ...?

Base = 189

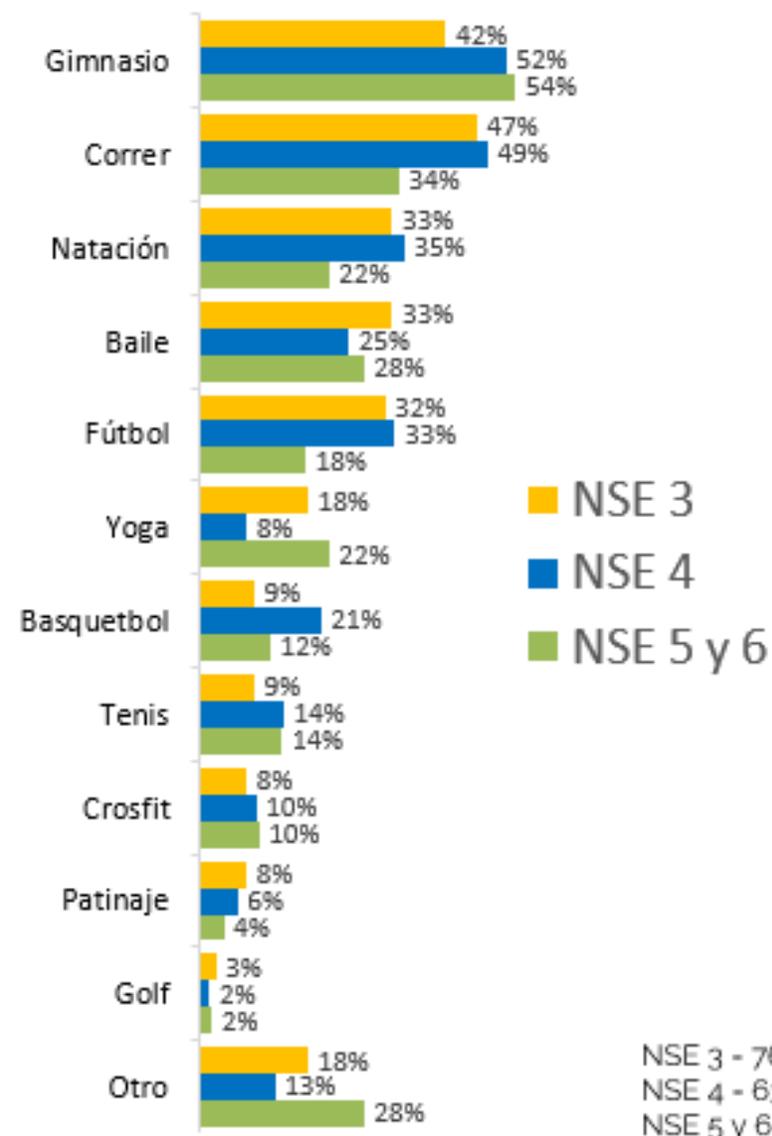
Hobbies de los usuarios por NSE

Actividad física



¿Qué tipo de actividad física te gusta hacer?

Base = 189



NSE 3 - 76
 NSE 4 - 63
 NSE 5 y 6 - 50

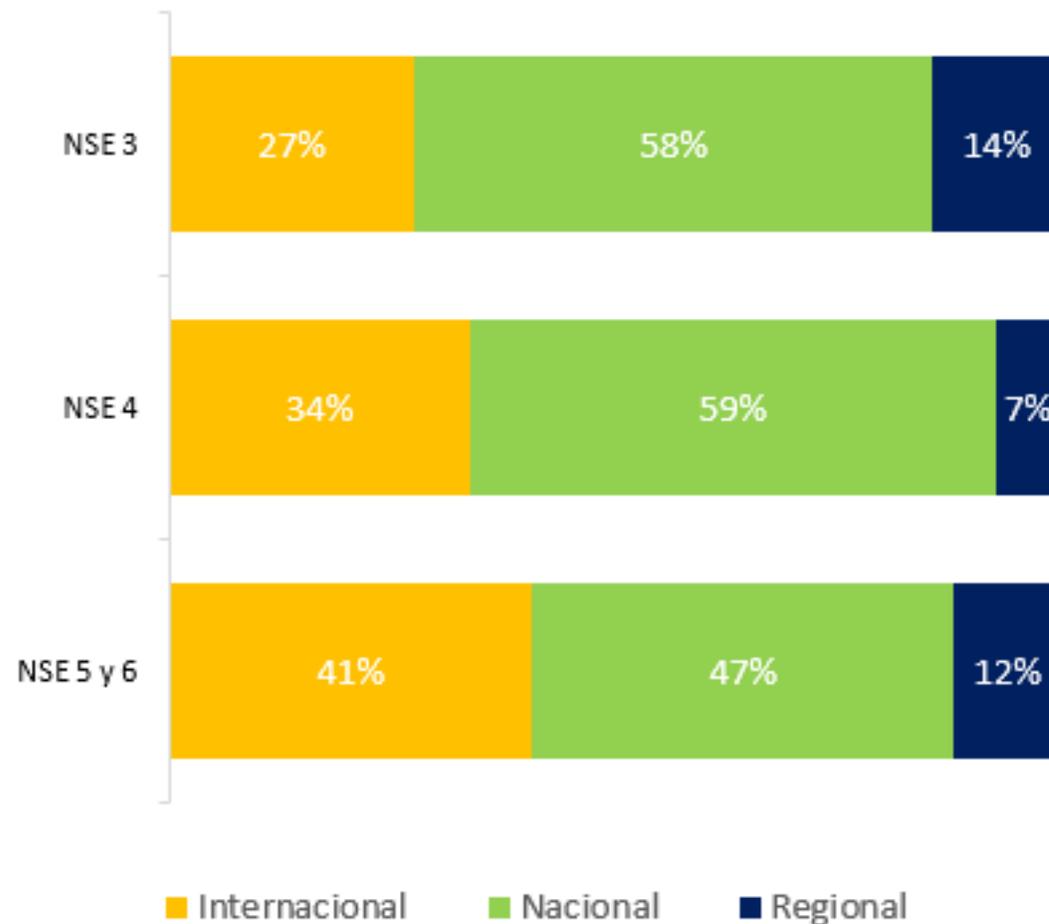
Hobbies de los usuarios

Viajes

¿DÓNDE LES GUSTA VIAJAR?



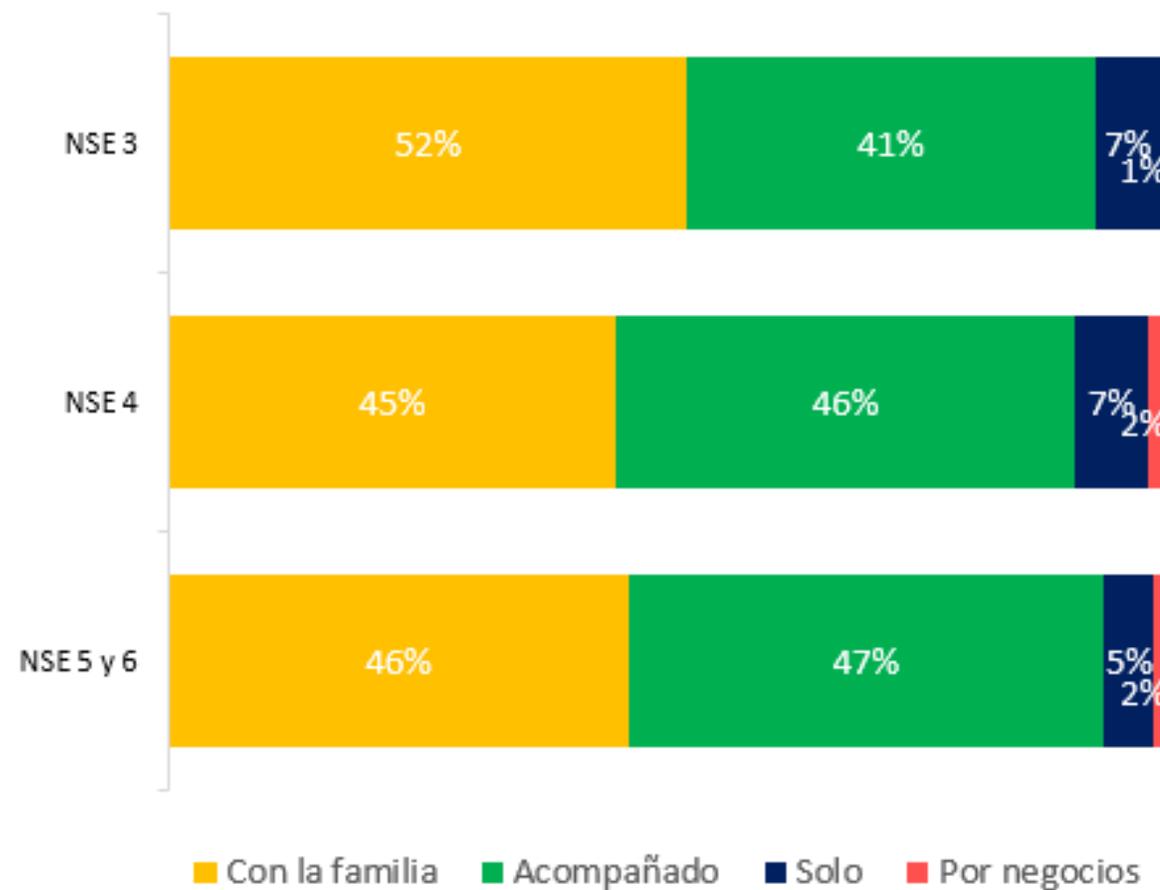
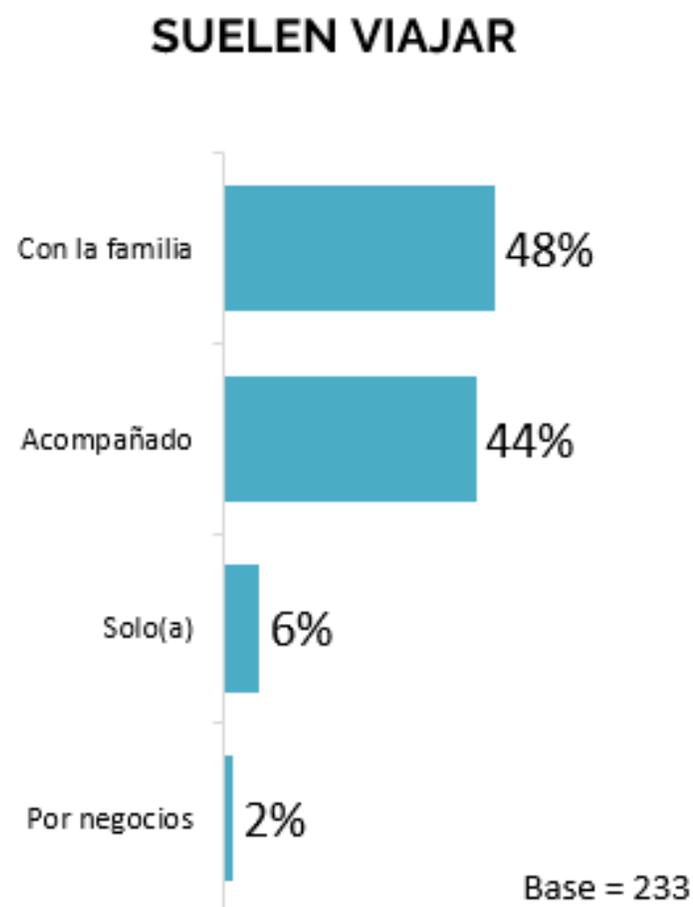
Base = 233



NSE 3 - 91
NSE 4 - 83
NSE 5 y 6 - 59

Hobbies de los usuarios - Viajes

Viajes

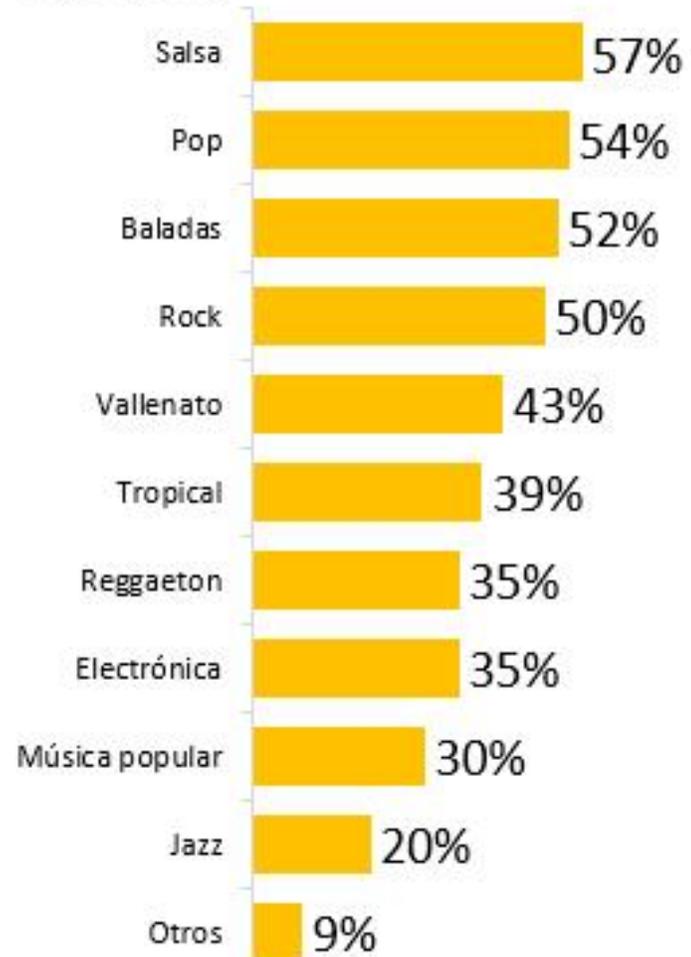


Mayormente sueles viajar ..

NSE 3 - 91
NSE 4 - 83
NSE 5 y 6 - 59

Hobbies de los usuarios

Música



¿Qué tipo de música escuchas?

Base = 223

Batería actitudinal del usuario



En la escala del 1 al 5, donde 1 es no me identifico, 5 me identifico mucho, califica cada afirmación con las que más te identificas.

Base = 484



SEGMENTO DE LOS COMPRADORES

MULTICANAL 38%

Compran por todos los medios siempre y cuando les guste lo que ven.



ESCÉPTICO (37%)

Suele comprar principalmente en tiendas físicas, además de ser indiferente a temas de medio ambiente, temas de animales y temas de su salud.

PERFILES

RIGUROSO (14%)

Se fijan en la alta calidad de los productos que adquieren



VIAJERO (11%)

Compran principalmente en físico y en los momentos en los que viajan.



MULTICANAL (38%)

NSE 4
Edad 25-35 años
El 71% tiene máximo 2 hijos

- Son personas que, si han comprado alimentos artesanales y lo compran cada mes o cada 2 a 3 meses, máximo cada semestre. Con un presupuesto superior a \$7.500
- Los productos artesanales que compran lo hacen cada mes o cada 2 a 3 meses. Suelen comprar por todos los medios, redes sociales, internet, terminales, Aeropuertos o tiendas físicas.
- Cuando compran recuerdos de viajes el 64% tiene un presupuesto aproximado de \$50.000, en cambio cuando compran un recuerdo para la casa el 44% tienen un presupuesto superior a los 100 mil pesos y un 14% un presupuesto entre los 20 a 50 mil, para los regalos en fechas especiales el 79% tiene un presupuesto superior a los 50 mil y cuando un amigo ofrece sus productos el 54% tiene un presupuesto superior a los 75 mil y el 21% entre los 20 a 50 mil.

3 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES AL MOMENTO DE COMPRAR

- El diseño 62%
- La calidad de los acabados 54%
- El material 50%

PRODUCTOS QUE SUELEN COMPRAR

- Zapatos (Sandalias, tenis y alpargatas) 63%
- Pulseras 59%
- Aretes 56%
- Bolsos 53%
- Blusas 45%
- Manillas 45%
- Sombreros 43%
- Velas 43%
- Collares 42%
- Vestidos 38%

ALIMENTOS QUE SUELEN COMPRAR

- Panadería 59%
- Tortas o postres 59%
- Café 57%
- Miel 48%
- Mermelada 38%
- Snacks secos 35%
- Cacao 29%

GUSTOS MUSICALES

- Pop 63%
- Salsa 61%
- Rock 60%



ACTITUDINAL

- Son personas que les gusta asistir a conciertos
- Les gusta los animales, si se les acerca uno lo acarician
- Son personas familiares, ya que su familia es importante y cada que les pagan compran cosas para la familia
- Se preocupan por sí mismos y cuidan de su piel
- A su vez se preocupan por los demás.



ESCÉPTICO (37%)

NSE 5
Edad 46-55 años
El 72% tienen como máximo 2 hijos

- El 37% NO han comprado alimentos artesanales, pero el 63% Sí y suelen comprarlo cuando asisten a ferias o cada 2 a 3 meses o cada año. Con un presupuesto superior a \$9.000
- Los productos artesanales que compran Entre cada semestre o cada año, además cada que asisten a ferias y en fechas o eventos especiales. Suelen comprar los productos de manera física en tiendas o en ferias y en redes sociales.
- Cuando compran recuerdos de viajes el 56% tiene un presupuesto aproximado de \$20.000, en cambio cuando compran un recuerdo para la casa el 61% tienen un presupuesto entre los 50 a más de 100 mil pesos, para los regalos en fechas especiales el 51% tiene un presupuesto superior a los 75 mil y el 22% un presupuesto entre los 20 a 50 mil y cuando un amigo ofrece sus productos el 28% tiene un presupuesto superior a los 100 mil y el 45% entre los 20 a 75 mil.

3 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES AL MOMENTO DE COMPRAR

- La calidad de los acabados 68%
- El diseño 58%
- El material 53%

PRODUCTOS QUE SUELEN COMPRAR

- Bolsos 43%
- Aretes 36%
- Zapatos (Sandalias, tenis y alpargatas) 34%
- Pulseras 29%
- Collares 27%
- Manillas 26%
- Sombreros 23%
- Velas 23%
- Blusas 22%
- Pantalones 21%

ALIMENTOS QUE SUELEN COMPRAR

- Tortas o postres 41%
- Café 29%
- Panadería 28%
- Miel 23%
- Mermelada 21%
- Snacks secos 19%
- Cacao 14%

GUSTOS MUSICALES

- Salsa 51%
- Pop 50%
- Rock 41%
- Vallenato 41%



ACTITUDINAL

- Son un poco sociables, hablan con ciertas personas de cualquier tema
- No son personas emprendedoras
- Se preocupan poco por su salud (No hacen ejercicio todos los días, si se enferman no van al médico)
- No les gusta los animales
- Son despreocupados con el medio ambiente (No recogen la basura de otros)
- No son personas aventureras.



RIGUROSO (14%)

NSE 3
Edad 56 a 65 años
El 84% tienen como máximo 3 hijos

- Son personas que sí han comprado alimentos artesanales y se los compran a los amigos cada que les ofrecen sus productos. Con un presupuesto superior a \$10.000.
- Los productos artesanales que compran lo compran cada que un amigo se los ofrece, en cada feria que asisten y en fechas o eventos especiales. Suelen comprar estos productos de manera física ya sea en tiendas o en ferias.
- Cuando compran recuerdos de viajes el 45% tiene un presupuesto aproximado de \$10.000, en cambio cuando compran un recuerdo para la casa el 65% tienen un presupuesto entre los 75 a más de 100 mil pesos, para los regalos en fechas especiales el 37% tiene un presupuesto superior a los 100 mil y el 28% un presupuesto entre los 20 a 50 mil y cuando un amigo ofrece sus productos el 42% tiene un presupuesto superior a los 100 mil y el 19% entre los 20 a 50 mil.

3 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES AL MOMENTO DE COMPRAR

- La calidad de los acabados 81%
- La funcionalidad del producto 62%
- El diseño 54%

PRODUCTOS QUE SUELEN COMPRAR

- Zapatos (Sandalias, tenis y alpargatas) 31%
- Aretes 29%
- Bolsos 28%
- Pulseras 25%
- Manillas 22%
- Velas 21%
- Collares 21%
- Blusas 15%
- Pantalones 12%
- Vestidos 12%
- Decoración de madera 12%

ALIMENTOS QUE SUELEN COMPRAR

- Tortas o postres 51%
- Panadería 32%
- Café 29%
- Mermelada 19%
- Miel 16%
- Snacks secos 12%
- Cacao 9%
- Encurtidos 9%

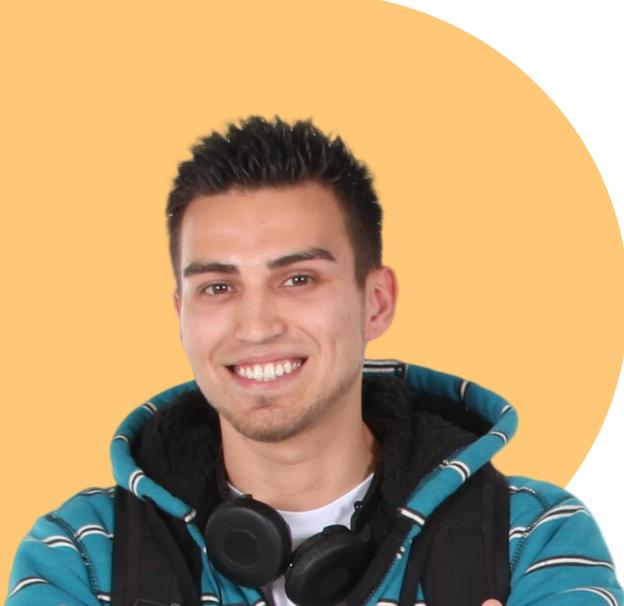
GUSTOS MUSICALES

- Baladas 88%
- Tropical 47%
- Salsa 41%



ACTITUDINAL

- Son muy sociables, hablan con personas de cualquier tema
- Son muy ecológicos (recogen la basura de otros, separan los residuos)
- Son muy saludables (Son muy cumplidos con sus citas al control del médico, visitan al médico al instante que se enferman, realizan ejercicio todos los días)
- Cada que tienen la oportunidad donan cosas que no sirven
- Se consideran emprendedores, pueden vender lo que sea
- No les gusta ir a conciertos y no les gusta viajar constantemente.



VIAJERO (11%)

NSE 3
 Edad 25 a 45 años
 El 25% no tiene hijos y el 64% tiene máximo 2 hijos

- Son personas que si han comprado alimentos artesanales y lo compran cada que viajan. Con un presupuesto superior a \$10.000
- Los productos artesanales que compran lo hacen cada que viajan. Por lo que suelen comprar normalmente estos productos en tiendas físicas o ferias artesanales.
- Cuando compran recuerdos de viajes el 53% tiene un presupuesto aproximado de \$20.000 y un 23% un presupuesto superior a los 100 mil, en cambio cuando compran un recuerdo para la casa el 48% tienen un presupuesto entre los 75 a más de 100 mil pesos, para los regalos en fechas especiales el 52% tiene un presupuesto superior a los 75 mil y el 19% un presupuesto entre los 20 a 50 mil y cuando un amigo ofrece sus productos el 28% tiene un presupuesto superior a los 100 mil y el 47% entre los 20 a 75 mil.

3 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES AL MOMENTO DE COMPRAR

- La calidad de los acabados 68%
- El diseño 60%
- El material 43%
- El precio 43%

PRODUCTOS QUE SUELEN COMPRAR

- Bolsos 47%
- Pulseras 45%
- Aretes 43%
- Blusas 40%
- Zapatos (Sandalias, tenis y alpargatas) 36%
- Collares 32%
- Manillas 32%
- Vestidos 28%
- Sombreros 25%
- Anillos 25%
- Pañoletas (turbantes, pañoletas) 25%
- Decoración en cerámica 25%

ALIMENTOS QUE SUELEN COMPRAR

- Café 49%
- Panadería 49%
- Tortas o postres 45%
- Mermelada 38%
- Miel 34%
- Snacks secos 26%
- Salsas 21%

GUSTOS MUSICALES

- Salsa 64%
- Baladas 57%
- Rock 54%



ACTITUDINAL

- Son personas que les gusta salir de viaje de manera constante y les gusta la aventura, por eso practican diferentes deportes.
- Les gusta viajar mayormente a nivel nacional e internacional y suelen viajar acompañados y con la familia
- Son personas orientadas a los objetivos



DISTRIBUIDORES

GUSTOS DEL CONSUMIDOR

- » Con relación a la moda, identifican un consumidor cada vez más interesado por los productos locales y que reconoce la calidad de los mismos

"La gente siempre ha preferido lo importado sobre lo nacional, esto ha ido cambiando, ya las personas se fijan en los productos nacionales, tienen sus marcas preferidas y ha aprendido a apreciar lo hecho en Colombia"

- » Un consumidor de productos artesanales, que valora el proceso tradicional o manual.

"Hay marcas que se han expandido tanto que el producto final se descuida, producimos en cantidades pequeñas para que todo se venda fresco."

- » Agrado por lo genuino, por las piezas publicitarias que luzcan reales, espontáneas, pero con una comunicación sincera

"Al principio el contenido era muy básico y hasta feo, pero fui ajustando la página para que fuera más bonita, sin embargo, cuando llegué a poner fotos muy profesionales no tenían tanta acogida como cuando hago algo más informal"



PREFERENCIAS DE MEDIOS DIGITALES

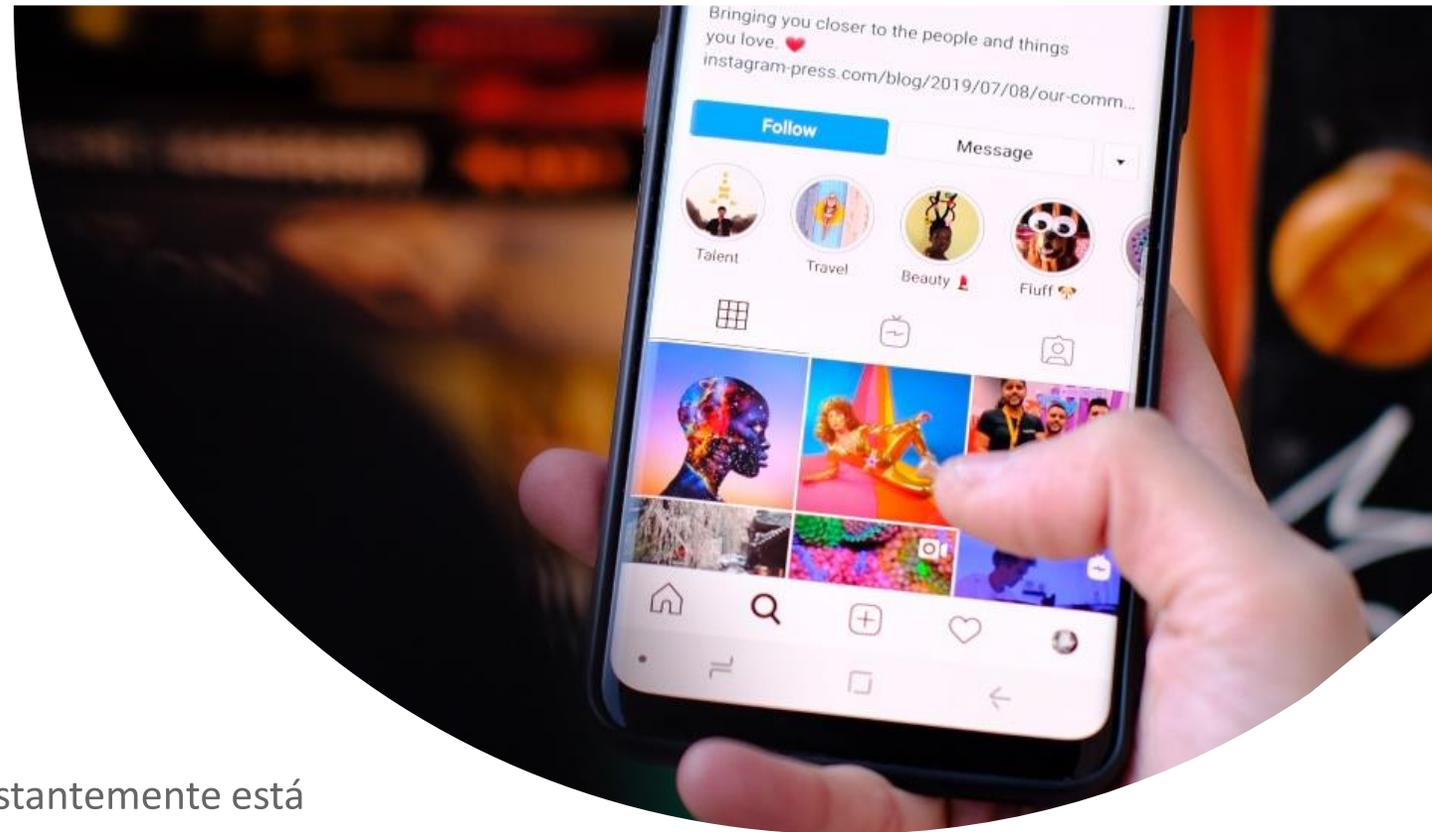
Instagram es la red social que más funciona para para transformar sus productos/servicios en ventas



Le apuestan a un consumidor digital, que constantemente está innovando en plataformas digitales como TikTok, y que utiliza confrecuencia Whatsapp o Facebook.



No obstante, no descartan al consumidor tradicional, a quien aún le gusta ver propagandas en "TeleAntioquia" o enterarse de productos por medio del voz a voz.



NECESIDADES DEL CONSUMIDOR

Son conscientes de estar frente a un cliente que le gusta ser escuchado, en donde su presencia y opinión son de gran importancia



Así mismo, es un consumidor que disfruta la compra de algún producto para ocasiones especiales: cumpleaños, aniversarios, bodas, etc.

"Muchas veces las personas y el mismo negocio te indican el camino a seguir, por ejemplo, uno vende un café y preguntan si vendemos ese café para llevarlo a la casa y allí uno ve la oportunidad"



CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR



Aunque al inicio siempre está la apuesta a un perfil de cliente en específico, esto puede cambiar en el transcurso del tiempo

- » Las características dependen principalmente del lugar en donde esté ubicado el punto de venta, aunque las redes sociales también hacen que, por ejemplo, el estrato, no sea algo invariable.
- » Si bien se trata de un mercado abierto, son conscientes que sus productos deben contemplar los incrementos del IVA y el trabajo artesanal, manual o diferencial, razón por la que apuntan a un público con capacidad adquisitiva.
- » Los productos/servicios ofrecidos son para cualquier edad, incluso para los adultos mayores que viven en la zona, o para los jóvenes que se enteran por medio de redes sociales.

"Al principio tenía mi mercado muy perdido, tenía un ideal equivocado, pensé que le iba a vender al estrato 6 y esto no es así"

"No somos clasistas pero nuestro producto es más dirigido a un estrato 3, 4 o 5, por el costo de nuestros productos comparado con un pan comercial"

CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR



- » Es un usuario que busca experiencias más que la compra en sí misma. Aprecian como valor añadido cuando se menciona la historia detrás de los productos.
- » Prefieren un abanico de opciones para contar con posibilidades de elegir, lo cual le brinda la sensación de autonomía.
- » A la mayoría le genera confianza los productos que de alta calidad, mayor durabilidad y que sea recomendado por otros consumidores
- » A Es un consumidor que expresa, tanto su inconformidad como su satisfacción con los productos/servicios. Las redes sociales de las tiendas son un medio para comunicar su nivel de satisfacción.

Distribuidor: "La persona puede venir por chocolate, miel, también tiene la opción de aprender de las mariposas, le damos una experiencia"

Distribuidor "Tratamos de tener variedad de marcas de café porque hay clientes que les gusta escoger"

HÁBITOS DE COMPRA

Actualmente son negocios que no tienen descuentos y por lo tanto, no se enfocan en un consumidor que busca este tipo de ofertas



Se trata de un consumidor que no busca cantidad sino calidad



"Solo cuando tenemos mucho producto y vemos que ya va siendo hora de cerrar, como no recalentamos nada, hacemos promociones de pastelería, para salir de ese inventario y que no quede nada."

Los entrevistados le apuestan a consumidores que buscan un producto fresco, genuino, y de buena calidad

"No manejamos descuentos, no lo tenemos como opción, no hacemos promociones, de pronto más adelante"



ASPECTOS MÁS IMPORTANTES PARA LOS CONSUMIDORES EN LA COMPRA

- Calidad del producto: relacionado con la resistencia de los materiales de fabricación.

"La calidad del producto, muchos preguntan si es fino, si es resistente"

"Hay que darle al cliente opciones pero no tantas que se confunda"

2. Servicio al cliente: un trato empático, rápido y proactivo hacia los consumidores.

"Siempre hay mejoras en el servicio al cliente", "Que así me pisa el café de mala manera yo lo reciba con cordialidad"

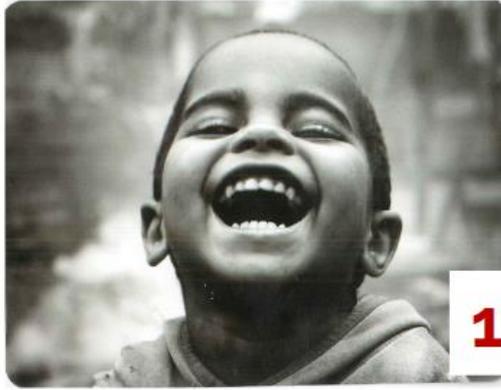
La variedad de los productos es un aspecto de importancia media, mientras que la publicidad física es uno de los elementos de menor relevancia.

7. Impacto Social: El negocio beneficia el desarrollo de poblaciones vulnerables o la preservación del medioambiente.

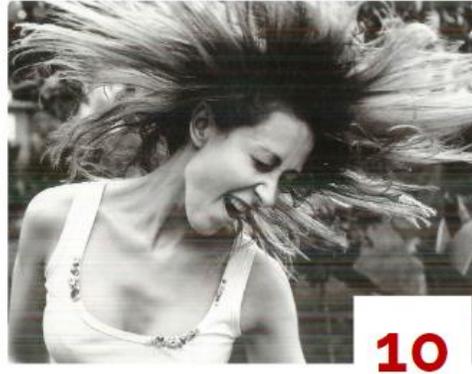
"Voy a comprar algo para qué? a quién estoy beneficiando" esto tiene que ir más allá, a la gente le importa saber que está comprando para contribuir en algo"

EMOCIONES ESPERADAS EN LA COMPRA

QUÉ GENERAN LOS PRODUCTOS/SERVICIOS EN LOS CLIENTES



Asociada con la satisfacción de los consumidores al obtener productos que suplen sus necesidades y reciben una atención al cliente cercana.



Es la alegría de comprar en un sitio que genera ganancias propias, pero también aporta en el desarrollo de comunidades vulnerables "doble beneficio".



Representa la sorpresa al obtener productos diferentes o variados en cada visita a la tienda.

PERCEPCIÓN DE LA MARCA

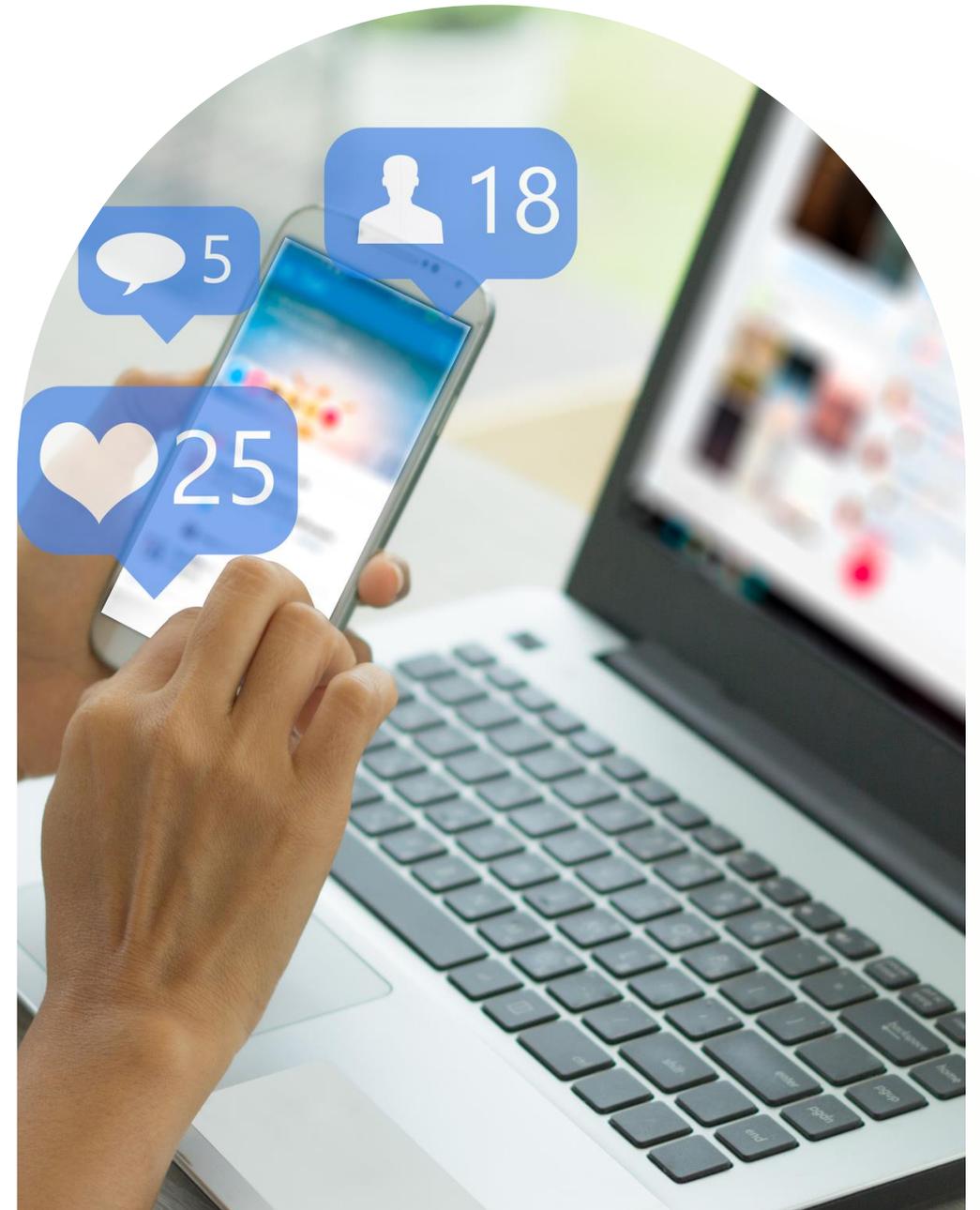


La mayoría ha escuchado de la marca, no obstante no se ha llegado a consolidar convenios por temas internos de los negocios o no hay una profundidad en el conocimiento de la marca



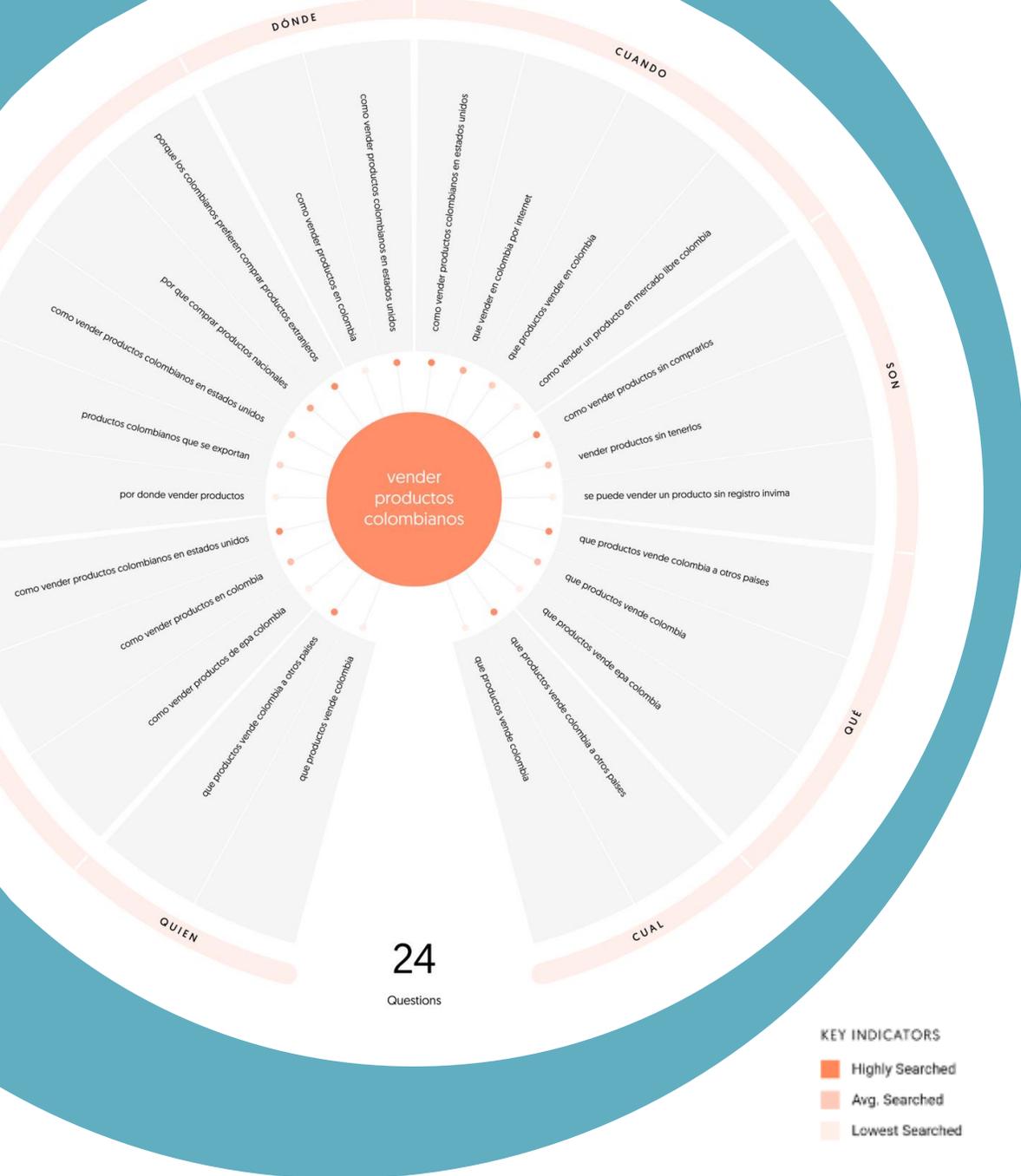
La reconocen como una marca que no solo ha ayudado a crecer a diferentes emprendedores, sino que también ha sido de gran apoyo para sus propios negocios.

PLUS: SOCIAL LISTENING



VENTA DE PRODUCTOS EN COLOMBIA

ANSWER THE PUBLIC



- La búsqueda de Keywords sobre “venta de productos en Colombia” focaliza los resultados en el **creciente uso de herramientas digitales para el aumento de venta de los emprendedores, por ejemplo, Redes sociales o plataformas como Mercado Libre.**
- También, resalta el **interés por la búsqueda de vender productos en el exterior**, por ejemplo “cómo vender productos colombianos hacia Estados Unidos” y “qué productos vende Colombia a otros países”

BARRERAS DE PERCEPCIÓN DE USUARIOS



- **Gran parte de los usuarios perciben que los productos Colombianos son costosos.** Esperarían valores asequibles para apoyar los productos nacionales.
- Algunos consideran que **los productos Colombianos no son de buena calidad** porque los construyen con materiales de poca duración.



Morita edición Navideña 🎄
@Morita_Soy



En respuesta a @HIGUERAQ

Yo le estoy bajando al consumo del fast fashion, pero es que uno va y pregunta una blusita en un emprendimiento colombiano y divinamente piden hasta 350 mil, muy difícil así.



VOTO EN BLANCO COLOMBIA
@votoenblacocol



En respuesta a @IvanCepedaCast

Lo mismo pueden pedir los otros países sobre Colombia, no compren productos colombianos, mejor compremos nacionales, los productos colombianos son pésimos. Se necesita ser muy cerrado para no darse cuenta que lo que mueve las economías es el libre mercado.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Conclusiones y Recomendaciones



Existen cuatro diferentes perfiles de consumidor de productos Colombianos, el mayor perfil es "Multicanal" el cual corresponde a un 38% de la población. Su principal característica se encuentra en comprar esos productos de una manera más impulsiva, comprando en todos los medios físicos y digitales. Son personas de nivel socio económico 4 con edades entre los 25 a 35 años y les gusta comprar todo lo que corresponde a moda o vestimenta.

El otro perfil que corresponde a un 37% de la población son aquellas personas "Escépticas" que se caracterizan por fijarse en todo el producto, su calidad y acabados. Suelen comprar únicamente en tiendas físicas, son personas de nivel socio económico 5 entre las edades de 46 a 55 años y sus principales productos para comprar son bolsos y bisutería

Los siguientes perfiles son en menor proporción, pero en un perfil para tener en cuenta en momentos de comunicación como los compradores "Rigurosos" (14%) y los viajeros (11%). Estos dos compradores corresponden a un nivel socioeconómico 3 pero se diferencian por sus momentos de vida, los primeros son personas entre los 56 a 65 años y se fijan mucho en el producto que van a adquirir y son más conscientes en todo lo que hacen, en cambio el segundo perfil son personas entre los 25 a 45 años, donde todo lo que compran es por adquirir recuerdos de sus aventuras en los diferentes lugares que visitan, por lo que siempre compran de manera física.

Estos perfiles son de gran importancia conocerlos, porque a través de ellos podemos implementar diferentes tonos de comunicación y promoción de nuestros productos. Por lo que recomendamos manejar medios digitales y ATL para poder llegar de diferentes formas a estos compradores colombianos.

Conclusiones y Recomendaciones



Los principales gustos de los usuarios se encuentran entre artículos de bisutería (72%), Ropa (70%) y decoración para el hogar (68%). Los bolsos y mochilas son de mayor interés para las personas con un nivel socio económico 4 en adelante, al igual que los gustos por comprar muebles. Por lo que recomendamos mostrar en la comunicación estos tipos de artículos para generar mayor engagement entre los consumidores.

Los productos de emprendedores que más se publicitan en digital son los textiles, artesanías, productos de belleza y accesorios personalizados.

Reciben mayor alcance en digital aquellos emprendimientos que promueven propósitos sociales como inclusión de género y juventudes.

Los usuarios que compran alimentos artesanales vemos que sus mayores gustos se encuentran en las tortas y postres (59%), panadería (51%), Café (49%), además de que el nivel socio económico 4 tiene un particular interés por la miel, mermelada y los encurtidos, en cambio el nivel socio económico 5 y 6 prefieren comprar alimentos de panadería y cacao, que pueden ser saludables para la salud dependiendo de sus ingredientes. Por lo que recomendamos que estos sean los alimentos que más se comuniquen al momento de ofrecer alimentos artesanales colombianos.



Los lugares donde más compran los colombianos son las ferias (66%). Ya sea en ferias que realicen los municipios como la Feria de las Flores, Carnaval de Barranquilla, la Feria de Cali o Manizales, o también en esas ferias que se realizan en las ciudades en los parques o centros comerciales. La mayoría se suelen enterar de estas ferias por redes sociales, publicidad en plataformas digitales. También se enteran por amigos o familiares (voz a voz) o cuando pasan y ven que en esos lugares se encuentran las ferias artesanales. El otro lugar donde suelen comprar los usuarios son las tiendas físicas (64%) de artesanías o recuerdos que se encuentran en centros comerciales, aeropuertos, bazares o supermercados. Y suelen comprar estos artículos cada 2 a 3 meses (32%). Por lo que sugerimos realizar ferias cada 2 o 3 meses para aumentar los tickets promedios de los emprendimientos y generar pautas en redes sociales teniendo en cuenta que lo que está en tendencia en estos momentos son videos cortos en formato vertical (Reels de Instagram, Shorts de YouTube y TikTok).

Conclusiones y Recomendaciones



La calidad de los productos es una de las características más importante y la que más toman en consideración al momento de comprar un producto colombiano y a su vez es la característica que al no cumplirse puede generar un abandono de la compra. La segunda característica es el precio, donde muchos prefieren pagar más dinero siempre y cuando se le garantice la calidad y durabilidad del producto. Lo que más motiva a los colombianos en comprar es el poder ayudar a emprendimientos porque de trasfondo ayudan a sus familias. Por lo que proponemos utilizar sellos de 100% a mano, hechos en Colombia o incluso sellos del aporte ambiental que este pueda tener, siempre haciendo fuerte énfasis del lugar de origen de dichos productos.

Encontramos que una de las actividades que más les gusta a los usuarios es poder ver películas o series (54% a 38%), escuchar música (46%) y realizar actividad física (39%). Por lo que recomendamos comenzar a pautar sobre los emprendimientos o ferias que se realicen en plataformas de streaming, YouTube, además de poder pautar en Spotify principalmente cuando escuchan salsa que es un género musical que todos tienen en común. Además de poder realizar micro ferias artesanales en esos lugares donde se puede hacer actividad física los fines de semana.





Promovemos la transformación de los emprendedores y empresarios colombianos



Sede Medellín

Cl. 49B # 65-65
Cel: 317 429 36 60

Sede Urabá

Cr. 105A #98A-22 Apartadó
Cel: 317 502 45 65

 www.demismanos.org

  @DeMisManosMedellín

