

FACULTAD DE
**ECONOMÍA Y
NEGOCIOS**
UNIVERSIDAD DE CHILE

CUTARNAS

-Confort Moderno-

PLAN DE MARKETING PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN MARKETING

Parte I

Alumnos:

Cyndhel Rivera

Profesor: Eduardo Torres

TABLA DE CONTENIDO

Resumen Ejecutivo.....	3
Análisis Situacional.....	4
Político-legal.....	4
Económico.....	5
Social-Cultural.....	7
Tecnológico.....	9
Industria	10
Análisis De La Competencia.....	11
Posicionamiento.....	19
Mercado.....	20
Análisis Del Consumidor.....	21
Foda.....	23
Plan A Futuro.....	24
Propuesta De Valor.....	25
Mercado Objetivo.....	26
Objetivos Y Estrategia De Marketing.....	26
Estrategias De Posicionamiento.....	27
Marca.....	28
Posicionamiento Deseado.....	28
Mezcla De Marketing.....	29
Producto.....	29
Precio.....	30
Plaza.....	31
Promoción.....	34

RESUMEN EJECUTIVO

Cutarnas, Confort Moderno es una mejora de un producto ya existente como lo es la cutarra panameña la cual a través de los años se han mantenido con un mismo diseño y en dos tonos de colores como el chocolate y amarillo. Mencionado esto cabe resaltar que en la actualidad están presentando un cambio en sus diseños siendo más atractivos, llamativos y modernos.

La cutarra se remonta al tiempo de cristo, en donde utilizaban sandalias de cuero tejidas y se ha ido adaptando a través de la historia, los materiales para su confección se han mantenido intactos siendo el cuero de ganado para conseguir un color chocolate o cuero de caballo para conseguir un color amarillo, así como también la utilización del mangle.

Cutarnas busca satisfacer a los diferentes nichos de mercado con sus modelos de sandalias modernas de buen diseño, a su vez con sus mejores atributos como lo son comodidad y precio. Se han creado tres diseños para satisfacer estas necesidades de nuestro mercado objetivo el cual es mujeres de 18 a 45 años de edad, del segmento moderno y tradicional.

Los colores que tendrán las sandalias de cutarnas serán en tonos tierras como: chocolate, marrón y beige, también en tonos metálicos como: plateado, dorado, cobre, plomo. Utilizando la misma materia prima, pero adaptándolos a una nueva tendencia en el uso del calzado tradicional.

La estructura de este plan es dar a conocer el entorno dentro del análisis situacional, industria del calzado, análisis completo de sus principales competencias como lo son: Sante Cutarras, Cutarrizate, Molala, Cutarra Creations, Roxy y Boltio. Cada una de estas marcas con atributos diferentes las cuales a algunas de ellas las hace atractivas para el consumidor, así como también pueden ser mal percibidas, se presentará el posicionamiento actual de las marcas antes mencionadas, análisis del consumidor y el FODA según estos resultados.

La siguiente parte de este plan es el marketing mix, posicionamiento deseado para la marca de Cutarnas, también se presentarán presupuesto, implementación y control.

ANÁLISIS SITUACIONAL

Político-legal:

En referencia al entorno legal, podemos mencionar que, la Ley Núm. 27 de 24 de julio de 1977 busca promover la actividad artesanal dentro de la República de Panamá, así como también salvaguardar las costumbres y tradiciones dentro del territorio nacional. No obstante, dicha ley no permite la importación de los productos artesanales que imiten o no sean confeccionados con materiales que se consideren reemplazos de la materia prima original (cuero). Los artesanos se acogerán a la exoneración del pago del 5% en las compras de sus materias primas, en los establecimientos comerciales que tengan un acuerdo con el Ministerio de Comercio e Industrias a través de la Dirección General de Artesanías Nacionales.

En la actualidad el entorno político para este año 2019 se enfrenta a grandes retos, ya que los ciudadanos tienen grandes expectativas sobre lo que ha prometido el nuevo gobierno que empezó a regir en Julio de 2019. Debido a los bajos resultados obtenidos en el gobierno pasado liderado por Juan Carlos Varela del partido Panameñista, los votantes decidieron regresar a un partido que no había sido electo desde hace 10 años atrás.

Desde el cambio de gobierno, Panamá ha estado involucrado en muchos escándalos de corrupción. Según el Capítulo Panameño de Transparencia Internacional, Panamá es uno de los países en América Latina, percibido con un alto nivel de corrupción ya que más de un 56% de la población considera que es un problema latente del país y uno de los mayores factores que hace aumentar este porcentaje es la desconfianza política. En 2017 este porcentaje era del 38% lo que significa un aumento del 18% en los últimos 2 años.

Tabla 1

Fuente: Ministerio de Economía

CORRUPCIÓN EN EL GOBIERNO POR PAÍS

Porcentaje de personas que piensan que la corrupción en el Gobierno es un problema grave¹⁾

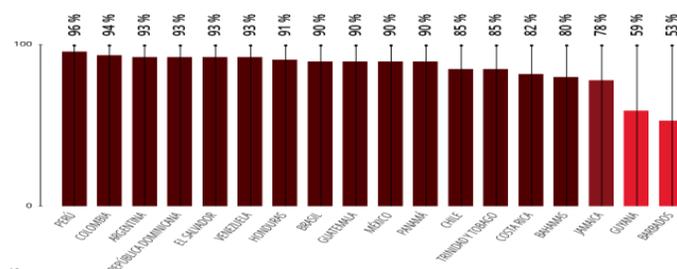


Tabla 2 Fuente: IPSOS

Esperanza nueva Presidencia

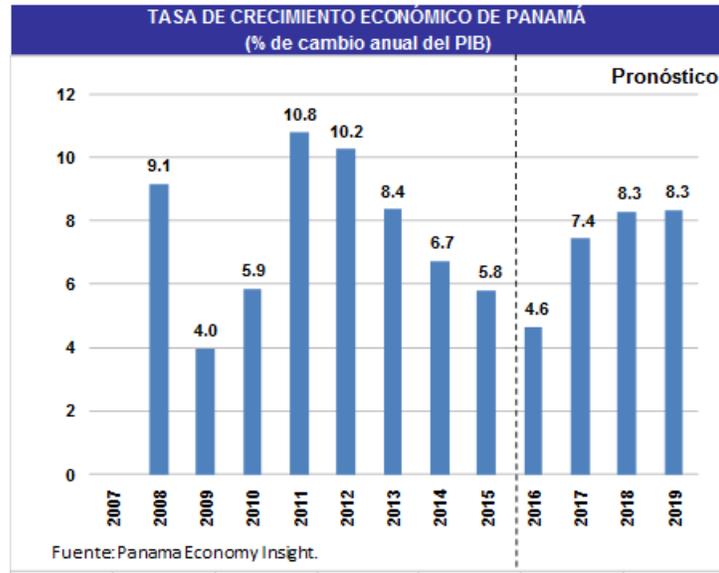
SENSACIÓN QUE PRODUCE LA PRÓXIMA TOMA DE MANDO DE LAURENTINO CORTIZO A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA



Económico:

La economía panameña ha evolucionado a través del tiempo, sin duda se ha caracterizado por su constante crecimiento y el 2019 no es la excepción ya que según el Fondo Monetario Internacional estima un crecimiento del 6.3% el cual nos mantiene en una buena posición. Cabe resaltar que una de las fortalezas que nos ayuda a este crecimiento económico es la inversión extranjera dentro del país y el mismo ocupa la posición #9 en el índice de competitividad global. Entre las principales actividades están: los servicios financieros, turísticos y comercial, así como también el Canal de Panamá los cuales representan el 75 % del PIB en Centroamérica. Para el año 2018 tuvo un crecimiento de 3,7 % respecto al 2017. La economía de Panamá se encuentra de No. 76 en el ranking de 196 países que se toman en cuenta para publicar el PIB, para el 2018 la cifra fue de 65.055 M.\$, el cual cayó respecto al 2017 en 2.771 M.\$.

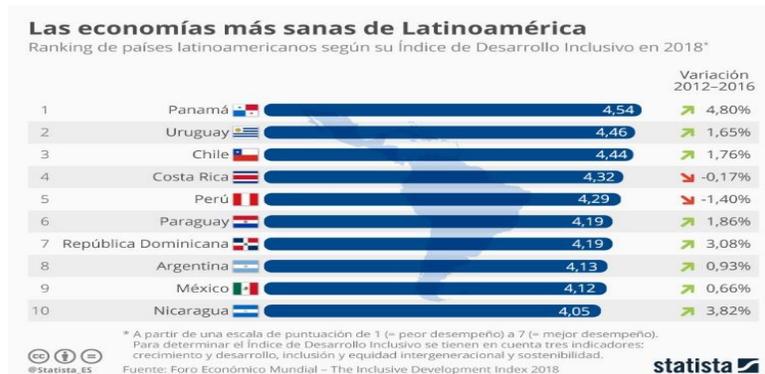
Tabla 3 Fuente: Panama Economy Insight



Es importante recalcar que según el IDI – Índice de Desarrollo Inclusivo del Foro Económico Mundial Panamá se encuentra posicionada como una de las economías más sanas de Latinoamérica con un 4.54 sobre 7. Así como también un mayor crecimiento medio de un 4.8 entre los años 2012 y 2016.

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Panamá, en 2018, fue de US\$15.643 dólares, con el que se sitúa en el puesto 58 del ranking y sus habitantes tienen un bajo nivel de vida en relación al resto de los 196 países del ranking de PIB per cápita. En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los panameños se encuentran en el puesto 66.

Tabla 4 Fuente: Statista



Actualmente el cuero a nivel mundial se está tornando más escaso lo cual se refleja con un alza de precio en zapatos de este material volviéndolo cada vez más un producto que va dirigido a un segmento de consumidores más exclusivos.

El alto costo del cuero como materia prima para la confección masiva de calzado es una práctica que día a día empieza a desaparecer. Muchas empresas han cambiado sus modelos de negocio para no desaparecer o han optado por volverse a materiales sustitos del cuero.

Social-cultural:

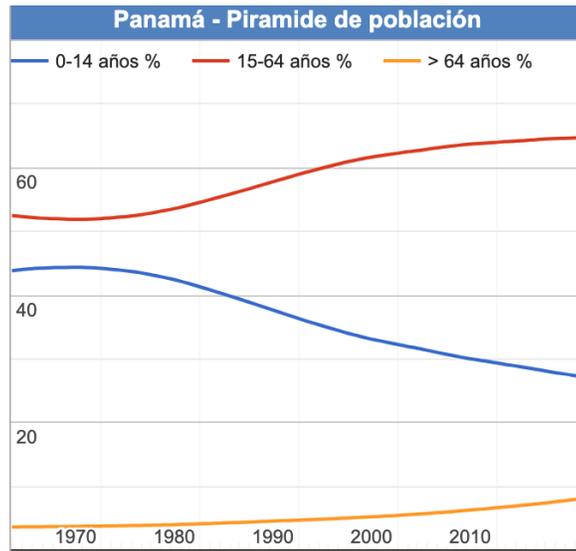
En la culminación del año 2018 Panamá termino con una población de 4,159 habitantes, del total de esta población las mujeres representan el 49.91% y los hombres 50.09%. Es importante resaltar que un 4,65% de la población son inmigrantes, el cual según investigación por la ONU Panamá ocupa el número 88 por porcentaje de inmigración.

Tabla 5 Fuentes: Datos Macro

Panamá - Población				
Fecha	Densidad	Hombres	Mujeres	Población
2018	55	2.092.347	2.084.526	4.159.000
2017	54	2.057.842	2.048.929	4.098.000
2016	54	2.023.555	2.013.523	4.037.000
2015	53	1.989.839	1.978.648	3.975.000
2014	52	1.956.850	1.944.465	3.913.000
2013	51	1.924.518	1.910.919	3.851.000
2012	50	1.892.716	1.877.908	3.788.000
2011	49	1.861.238	1.845.245	3.724.000
2010	49	1.829.898	1.812.789	3.662.000
2009	48	1.798.689	1.780.526	3.600.000
2008	47	1.767.668	1.748.536	3.538.000

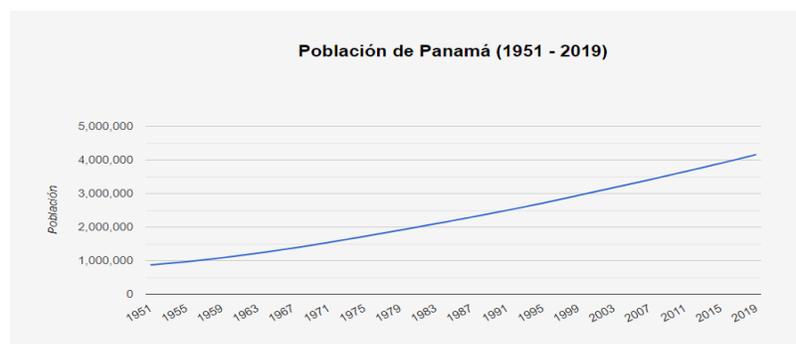
Para el 2018, el 64.76% de la población panameña es representada por personas con edades entre los 15 a 64 años, seguido con las edades de 0 a 14 años representadas por el 27.13% y por último la edad de 64 años en adelante representada por un 8.12%.

Tabla 6 Fuentes: Datos Macro



La clase social de Panamá se divide en 4 segmentos: AB es la clase alta, C + es la clase media alta, C es la clase media y D+ es clase media baja. Los diferenciadores de los segmentos mencionados anteriormente son: la calidad de vida, nivel de educación, ingreso familiar, tecnología, transporte, área geográfica. Según el censo del 2010, el mayor porcentaje es la clase media compuesta por habitantes de ingresos medios con ingresos entre \$800.00 a \$1,499.00 lo cual representa un 32 % de la población.

Tabla 7 Fuentes: Contraloría de Panamá



En el marco cultural las cutarras se remontan a muchos siglos atrás y su adaptación a través de la historia; ha llevado a evolucionar constantemente el diseño en diferentes etapas de la historia que llevamos como República. La versatilidad y comodidad de las cutarras es un claro

ejemplo de cómo las mismas se han ido adaptando a procesos mucho más estilizados y personalizables que aumentan su valor.

El negocio de las cutarras comenzó en colaboración con 13 familias que estaban situadas en el área de Santiago, específicamente Las Tablas y Los Santos. Actualmente solo dos familias continúan con el legado de la fabricación de las cutarras. Esto es debido a las restricciones del Ministerio de Ambiente (Mi Ambiente) por la tala de manglares; ya que estos son de gran utilidad al momento de la elaboración de las cutarras para así darle el color al cuero de las cutarras.

La historia de la cutarra se remonta a muchos siglos, ya que Jesucristo utilizó sandalias tejidas de cuero. El nombre proviene de la tribu indígena Antataura, que habitó en la región de Parita antes de la llegada de los colonizadores españoles. Estos últimos introdujeron el ganado a la región y aprovecharon el cuero para confeccionar estas sandalias, que los nativos bautizaron con el nombre de cutarra.

La primera cutarra que se confeccionó se hizo de cuero crudo, y no fue hasta con la aparición de las curtiembres, cuando las cutarras cambiaron su estética. Ahora tenemos cutarras con fijador o frenillo, gorgorera, sostén de lujo, entre otras que se han introducido con el correr de los años. Como parte de la herencia folklórica, el saber tradicional que involucra la elaboración de las cutarras ha sido transmitido de una generación a otra.

Tecnológico:

En cuanto al entorno tecnológico se refiere encontramos que este tipo de calzado a base de cuero es hecho a mano por los artesanos en los diferentes puntos del país, por lo que no hay una industria desarrollada en sí. Para los artesanos este es un gran reto ya que las máquinas para corte de cuero no se encuentran en Panamá y las mismas se deben adquirir en Colombia a un precio muy elevado, alrededor de 15,000. Estas máquinas facilitan el trabajo de los artesanos ya que corta la horma, las tiras y estandariza el tamaño de la plantilla. Muchos artesanos no cuentan con esta inversión de capital ya que las cutarras no son un producto que se venda como pan caliente por lo que para poder generarle un ingreso sustancial deben venderlas en grandes cantidades o a precios exorbitantes.

INDUSTRIA

La industria del calzado en Panamá se ha visto afectada significativamente dado a la alta importación de calzados en el mercado local de países como China y Korea, afectando los precios a niveles muy bajos, lo que ha causado que grandes empresas del país se ven obligadas a cerrar.

El cuero es el principal material para la elaboración de las cutarras y sus variantes, cuyos precios oscilan entre 20 y 70 dólares, según sus especificaciones y personalización.

Explican los expertos que la hoja de cuero no es barata. “Antes la libra de cuero costaba un poco más de 5 dólares, pero ahora el cuero lo venden por hoja y cada una oscila entre 60 a 65 dólares”, describe Fernández, quien debe desplazarse hasta la ciudad de Chitré para adquirirlo.

Según informe de la Contraloría, el curtido y adobo de cuero para la fabricación de calzados ha bajado su precio, volumen y valor de un 28.8% al 22.4%. En la actualidad solo pequeñas empresas y artesanos son quienes fabrican zapatos que verdaderamente son 100% hecho en Panamá. Estas personas suelen cobrar por el diseño y confección del calzado a la medida.

Tabla 8 Fuente: La Prensa

Productos	2016	2017	2018
Elaboración de productos alimenticios			
Leche evaporada, en polvo y condensada	10.7	2.3	21.3
Leche natural para producción de alimentos	-0.9	-1.2	1.9
Leche pasteurizada	5.0	-0.8	1.9
Carne de pollo	8.6	2.4	5.8
Sacrificio de ganado (en cabezas)			
Vacuno	-10.4	-6.4	-3.4
Porcino	8.4	5.5	3.9
Elaboración de bebidas alcohólicas			
Derivados del tomate.....	-9.9	12.1	2.6
Alcohol rectificado	-12.6	0.1	6.5
Alcohol rectificado	13.7	2.9	-8.5
Exportaciones			
Harina y Aceite de Pescado	38.8	190.6	-50.2
Pieles y Cueros	-15.4	-31.1	-66.6
Carne de ganado bovino	-26.4	1.4	29.0

El cuero es el principal material para la elaboración de las cutarras y sus variantes, cuyos precios oscilan entre 20 y 70 dólares, según sus especificaciones y personalización.

Explican los expertos que la hoja de cuero no es barata. “Antes la libra de cuero costaba un poco más de 5 dólares, pero ahora el cuero lo venden por hoja y cada una oscila entre 60 a 65 dólares”, describe Fernández, quien debe desplazarse hasta la ciudad de Chitré para adquirirlo.

Debemos resaltar que la industria del calzado en Panamá se ha visto afectada dado a la dificultad para obtener la materia prima, así como también los costos de producción y nuevas regulaciones de esta industria. Por esta razón hemos visto como través de los años mas de 20 empresas han perdido sus negocios y han cesado la producción de productos derivados del cuero.

Según informe de la Contraloría, el curtido y adobo de cuero para la fabricación de calzados ha bajado su precio, volumen y valor de un 28.8% al 22.4%. En la actualidad solo pequeñas empresas y artesanos son quienes fabrican zapatos que verdaderamente son 100% hecho en Panamá. Estas personas suelen cobrar por el diseño y confección del calzado a la medida.

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Actualmente en Panamá contamos con distintas marcas de cutarras y sandalias modernas, que buscan darle valor a su producto, sin embargo, la mayoría de ellas ofrece la misma diferenciación. A continuación, mencionamos la competencia más relevante para el segmento.

SANTE CUTARRAS



Marca de cutarras de Panamá que resalta la tradición panameña por medio de la confección de cutarras estilizadas con un toque moderno y a su vez busca rescatar este tipo de calzados con las famosas "Cutarras de Colores" que lanzó en 2015. ES por esto que se preocupa por ofrecerlo al mercado local e internacional como un producto innovador. Dicha marca es un

emprendimiento social que brinda mejores oportunidades y mejora la calidad de vida de los artesanos panameños con los que trabaja.

Producto y precio

Las cutarras son confeccionadas con cuero de ganado, manteniendo las tradiciones con el diseño tradicional. Las mismas son hechas por manos de artesanos panameños, han innovado en algunas de sus características, tales como el tipo de material, colores y estampados de diseño propio que utilizan para los tejidos.



Los precios se encuentran en un rango de US\$50.00 a US\$90.00 y cuentan con una línea premium que puede llegar hasta los US\$500.00.

Promoción y Plaza



Sante cutarras tienen una promoción a través de Instagram, la cual consiste en enviar una foto usando unas cutarras viejas o ya usadas de su línea y con esta foto se hace merecedor a un porcentaje de descuento. La publicidad se centra en sus redes sociales como Facebook, Instagram y Página Web. Para poder adquirir las cutarras debes realizar los pedidos desde su página web o redes sociales (principalmente Instagram).

CUTARRIZATE



Inició su trayectoria en el año 2016, se enfoca en resaltar y mantener el estilo del calzado campesino como una cutarras cómodas y livianas. Ofrecen una gran variedad de estilos en donde encontrarás desde cutarras tradicionales, pintadas, cutarras de plataformas y de telas artesanales. Su nombre significa que debes tener cutarras.

Precio y producto



Para la confección utilizan el cuero del ganado ya que son más resistentes, pero también utilizan cuero de caballo para conseguir un color amarillo y así sea más llamativo para sus consumidores. Por ello, queriendo llegar a todos los panameños, la cutarra evoluciona en cuanto diseño y colores para combinarlos con la vestimenta.

El precio se encuentra en un rango de US\$ 25.00 a US\$ 110.00

Promoción y Plaza



Cutarrizate cuenta con una gran variedad de promociones, todas ellas dependiendo del modelo y el método de pago. La publicidad se centra post orgánicos en Instagram y Facebook. Para adquirir las cutarras, puede hacerlo desde su única sucursal ubicados en Vía España o por medio de sus redes sociales (Instagram y Facebook).

MOLALA (MANOS CREATIVAS)



Manos Creativas by Tzaddy Daleth es una empresa que se dedica al diseño y creación de joyería artesanal, así como también la confección de cutarras y sandalias artesanales desde el año 2004.

Precio y producto



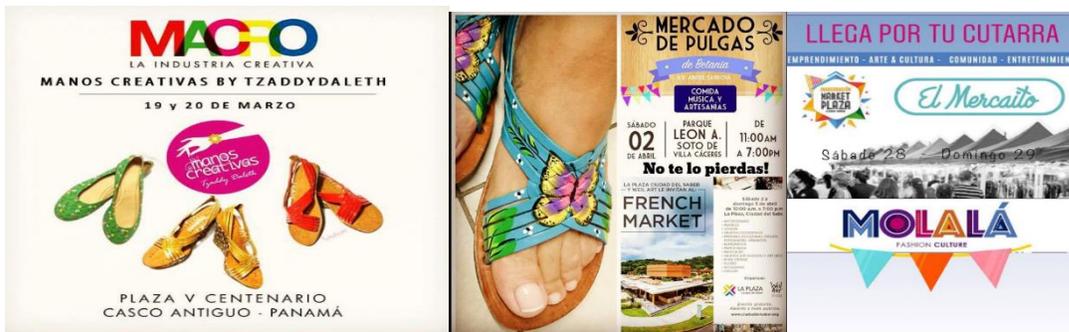
Utilizan diferentes clases de elementos como: cuero de vaca, gualla, hilo de oro enchapado envolviéndolos con piedras semi preciosas, cristales, cuarzo, madera, entre otros materiales. utilizan diversas técnicas que dan como resultado una pieza auténtica y diferente.

Los precios se encuentran en un rango de US\$35.00 a US\$150.00

Promoción y Plaza



Las promociones se realizan en fechas o meses especiales, en la cual se aplica un porcentaje de descuento por la compra de cutarras tradicionales en los tonos que aplican dentro de la promoción. La publicidad de Molala, básicamente se enfoca en la presencia de eventos, feria de artesanías y post orgánicos en redes.



Para adquirir las cutarras lo puede hacer por medio de su única tienda física ubicadas en Dorado Mall o a través de sus redes sociales (Instagram y Facebook).

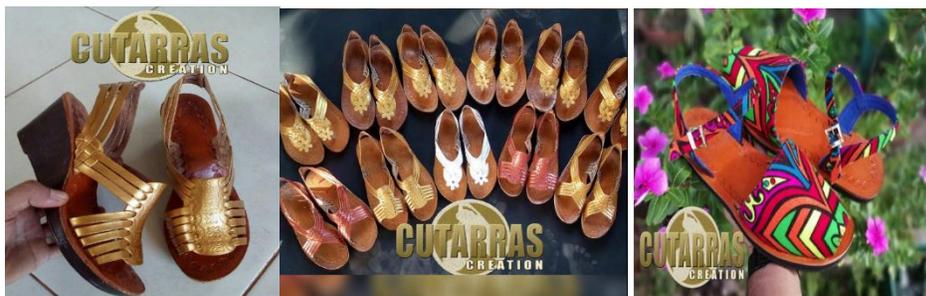
CUTARRAS CREATION



Están en el mercado desde 2015 y su enfoque radica en mantener vivo lo tradicional. Tratan siempre de mantener el mismo estilo estándar de cutarra, pero se enfocan en variar sus colores y acabados. Cuentan con una tienda física en Chitré, provincia de Los Santos y su principal forma de comunicación con los clientes es por medio de redes sociales y Whatsapp.

Precio y producto

Cutarras Creation, utiliza diferente estilo de cutarras en las cuales se pueden observar desde una cutarra tradicional, tradicional pintada o cutarra de plataforma (en colores tradicionales y pintados). Realizan otro tipo de sandalias con telas tradicionales panameñas en representación de diferentes pueblos indígenas.



Los precios de las cutarras se encuentran en un rango de US\$ 30.00 a US\$ 120.00

Promoción y plaza

Las promociones de Cutarras Creation van dependiendo del modelo y la temporada, suelen dar descuentos al momento de la compra o en estilos de cutarras seleccionados a mitad de precio.



ROXY



Existe en el mercado desde 1993, su logo es una forma de corazón que es una adaptación del logo de Quiksilver, es una compañía muy reconocida y exclusiva para mujeres, no solo se dedican a la fabricación de sandalias sino también de accesorios, artículos de hogar, surf, entre otros.

Precio y Producto

Roxy cuenta con una gran variedad de calzados dentro de su catálogo en el cual se puede encontrar variedad de modelos, tipos y colores de sandalias que se ajustan a la mujer de hoy.



Los precios se encuentran en un rango de US\$ 15.99 a US\$ 70.00

Promoción y Plaza

En fechas especiales como carnavales, fiestas patrias, semana santa y black friday realizan promociones con descuentos en la compra de los diferentes modelos de calzado, así como

también realizan concursos por medio de redes sociales. Se pueden adquirir en tiendas como Super Deportes, Felix B. Maduro, Planetarium, Conway, Stevens.



BOLTIO



Existe en el mercado desde 1974, es de origen brasileño fue producida por una pareja de enamorados y las llamaron sandalias Bolt-Gio, su marca es el reflejo del alma joven, aventurera y de espíritu libre. Luego de 20 años fue adquirida por Elbros Internacional. Por estrategia de proyección global, las sandalias Bolt-Gio se transformaron en Boltio, junto con su reconocido logotipo.

Producto y Precio

Confeccionadas por una técnica secreta llamada “spongee Feeling”, se caracterizan por ser suaves como una ola pero a su vez con mucho estilo y versatilidad, poseen una amplia gama de colores y diseños.



Los precios se encuentran en un rango de US\$20.00 a US\$50.00

Promoción y Plaza



Aplican descuentos para fechas especiales como carnavales, fiestas patrias, feriados, así como también en revistas y eventos regalan cupones de descuentos. Se pueden adquirir en los diferentes centros comerciales del país en tiendas como: Conway, Stevens, BBB, Madisson Store.

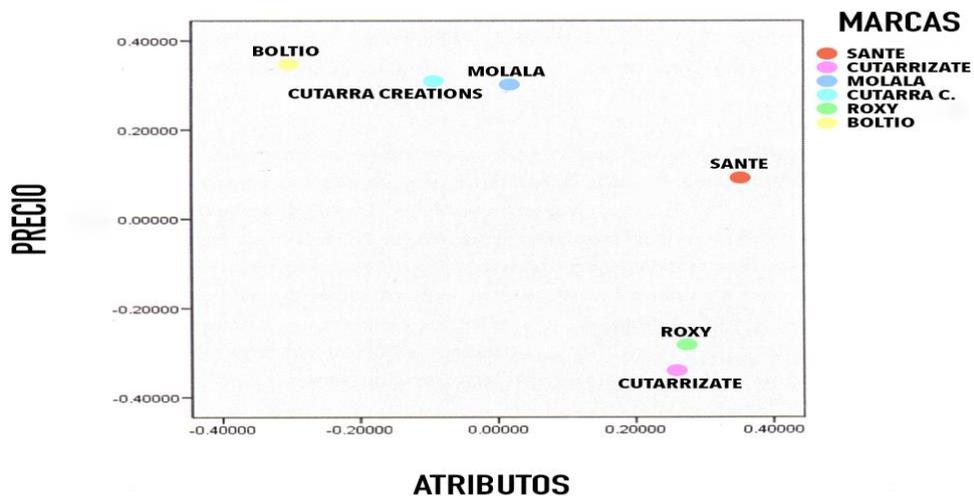
POSICIONAMIENTO

Las dimensiones a utilizar en los ejes son:

Atributos: Buen diseño, precio, comodidad, tradición, popularidad.

Precio: Se define como la cantidad necesaria a pagar para adquirir un bien o servicio que se ofrecen en el mercado y este pago suele ser en cantidad monetaria.

Tabla 9 Fuente Propia



De acuerdo a las encuestas realizadas se definió para el mapa de posicionamiento, lo siguiente:

Los precios son muy parecidos con las marcas Boltio, Cutarra Creation, Mólala siendo esto lo único atractivo que encuentran de la marca ya que los otros atributos no lo consideran. Encontramos a Sante como la mejor percibida de las demás marcas porque es la única que los consumidores valoran tanto en precio como por sus atributos. Finalmente se encuentran Roxy y Cutarrizate al final del eje de atributos porque sus sandalias son de mayor valoración en cuanto atributos se refiere.

MERCADO

En el mercado panameño se identificó los siguientes segmentos para las sandalias modernas estilo cutarras.

TRADICIONAL: Personas que viven en el área geográfica de Panamá, específicamente mujeres entre los 28 y 45 años de edad que pertenecen a un NSE Medio y Medio Alto con un estilo de vida muy tradicional y apegado a las costumbres y nuevas tendencias de moda en el mercado del calzado, son personas que valoran atributos como el buen diseño, y la comodidad y que disfrutan de ir a tiendas especializadas en centros comerciales o a mercados de artesanía donde pueden conseguir artículos folclóricos con un toque fashionista para estar en la vanguardia de hoy y que su frecuencia de compras en estos productos es de 1 a 3 veces al año.

EXCLUSIVO: mujeres de 45 a 60+ años amas de casa, con un NSE Alto que pertenecen a la alta sociedad y que se identifica con comprar unas buenas sandalias sin fijarse mucho en el precio a pagar.

MODERNO: mujeres entre los 18 y 27 años de edad principalmente chicas jóvenes que valoran el producto y lo utilizan constantemente porque les gusta sentirse cómodas y confiadas.

BOHEMIO: mujeres que le gustan los materiales rústicos, como el corcho y la lona, los colores tierra relajados que evocan el verano más auténtico. Generalmente son independientes que valora su libertad al momento de vestir, su personalidad es relajada, pacífica y le gusta la comodidad. Usa sandalias abiertas con frecuencia además que le gusta lucir en ocasiones diferentes algo que no implique solamente eventos tradicionales. Valora más la comodidad que el diseño, pero le gusta probar nuevos estilos en cuanto a calzado se refiere.

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Según las encuestas realizadas podemos destacar que los consumidores en Panamá valoran los siguientes atributos al momento de comprar una sandalia moderna estilo cutarra:

El 50% valora la comodidad de las sandalias.

El 26.04% valora la tradición de las sandalias.

El 22.92% valora diseño más que otra cosa.

El 1.04% valora popularidad.

Tabla 10 Fuente Propia: Encuestas Aplicadas

4. ¿Que te motivaría a comprar unas cutarras modernas estilo sandalias ? *

Número de participantes:

96

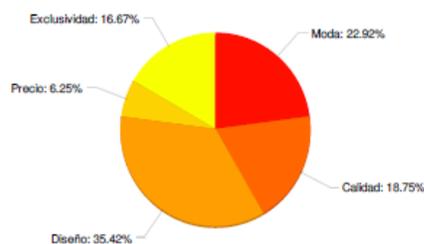
22 (22.9%): Moda

18 (18.8%): Calidad

34 (35.4%): Diseño

6 (6.3%): Precio

16 (16.7%): Exclusividad



Algunos de los eventos que salieron a relucir durante las encuestas podemos mencionar que los consumidores utilizan sandalias modernas estilo cutarras en ocasiones como, Fiestas tradicionales (50%), Uso Diario (29.2%), Ocasión Especial (14.6%), Eventos (6.3%).

El diseño es el principal atributo por el cual compran este tipo de calzados, seguidos por la calidad, exclusividad, moda y precio. El 82.8% de los consumidores suelen adquirir este tipo

de calzado en los diferentes mercados de artesanías, seguido de tiendas específicas dentro del mall y por último en las redes sociales. El rango que están dispuestos a pagar es entre US\$31.00 a US\$60.00. Los colores de su preferencia son colores tierras (chocolate, marrón y beige) seguido de los colores metalizados (dorado, plateado, cromo y cobre), con una frecuencia de compra de hasta tres veces al año.

Según el índice de confianza al consumidor que es el que captura la percepción de los consumidores en la economía actual y futura del país podemos ver reflejado lo siguiente:

Tabla 11 Fuente: IPSOS

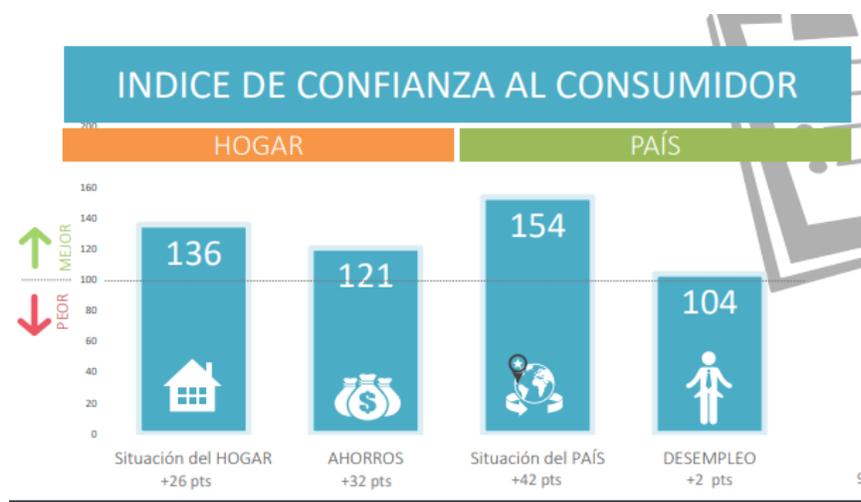


Tabla 12 Fuente: IPSOS

Índice de confianza del consumidor (ICC)

Mes de julio del 2018

El índice de confianza del consumidor revierte su tendencia bajista y registra un significativo incremento de 26 puntos respecto a la lectura de julio del año pasado. Ubicándose en niveles similares a los alcanzados a principios del 2016, el cambio de gobierno imprime en la población un nuevo clima de confianza.



El índice nos muestra 26 puntos de incremento respecto a los resultados del 2018 con 103 puntos.

Dicho esto, podemos demostrar que los consumidores en este caso mujer de 18 a 35 años, están dispuesta a obtener unas sandalias modernas estilo cutarras en su día a día y valoran principalmente el atributo buen diseño el cual es uno mayo puntaje obtuvo en la encuesta.

FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mano de obra 100% panameña - Materia prima nacional - El producto no se limita a eventos tradicionales - Precios competitivos - Flexibilidad de distribución 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alto Nivel de interés de los consumidores - Llegar a un mercado de personas no tan exigente en moda y Tendencia - Aumento de la demanda de Sandalias - Alto poder adquisitivo del segmento objetivo - Mejoramiento de diseño y forma del producto existente - Alto consumo en el comercio al por menor - Estabilidad Económica del País
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alta Competencia de precios - Baja tecnología - Marcas más reconocidas en el mercado - Producto puede verse visto como un commodity 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercado con una Alta Competencia - Facilidad de imitación en el Producto - Amplia oferta de productos sustitutos - Importación de calzados más económicos - Escasez de la materia prima - Marca no es conocida



FACULTAD DE
**ECONOMÍA Y
NEGOCIOS**
UNIVERSIDAD DE CHILE

CUTARNAS

-Confort Moderno-

PLAN DE MARKETING PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN MARKETING

Parte II

Alumnos:

Gilberto Yañez

Profesor: Eduardo Torres

PLAN A FUTURO

PRODUCTO

Cutarnas es una mejora de las cutarras de origen panameño, impactando la moda femenina gracias a su buen diseño, precio y comodidad. Los materiales utilizados como lo son cuero de ganado y el mangle hacen que esta línea de sandalias se mantenga dentro de lo que son consideradas cutarras, pero de manera modernas y a la vanguardia. Te brinda una sensación de comodidad debido a que son hechas a tu medida, el diseño y colores de su preferencia se verán plasmados en este calzado. No obstante, el diseño permite que el pie esté ventilado creando una sensación mucho más agradable para el usuario, las mismas son resistentes a sol, agua y tienden a ser muy duraderas por los materiales que se utilizan.

Podemos asegurar que este producto ha sido aprobado por los consumidores dentro del territorio nacional.



PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor de Cutarnas Confort Moderno, consiste en tener los mejores diseños en base a lo tradicional ofreciendo diseños atractivos para que la mujer de hoy se sienta cómoda y a la vanguardia en todo tipo de ambiente.

OBJETIVO DE VENTA

Ofrecer 3 modelos de sandalias modernas estilos cutarras, a un precio de US\$50.00 cada una, se proyecta vender un total de 30 pares por modelos lo que equivale un total de 90pares mensuales, para este volumen de ventas el ingreso mensual sería de US\$4,500.00 y anualmente sería de US\$54,000.00 alcanzando un 10% en la participación de mercado.

MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo está compuesto por mujeres entre 18 a 45 años, con un nivel socioeconómico medio alto ABC+ que representan 13.4% del total de la población, ellas usan cutarras o sandalias con frecuencia ya que les gusta para diferentes ocasiones. Los atributos que son más valorados por las mujeres son, buen diseño, precio y comodidad.

Mia Vittoria es una mujer nacida en la provincia de Herrera que vive con pasión el autóctono folclore panameño. Tiene 25 años de edad y es de clase social media alta que actualmente está haciendo su último año de licenciatura. Ella participa de las diferentes festividades tradicionales en los diferentes puntos del país como el festival de la mejorana, festival de la pollera. Disfruta de carnavales y fiestas patrias siempre acompañada con unas sandalias que reflejen sus creencias y costumbres con un buen diseño y de una manera que es distinta a todas las demás.

OBJETIVOS Y ESTRATEGIA DE MARKETING

- Al final del primer año tener presencia en los siguientes puntos de venta:
 1. MiniDiabloRosso
 2. Bellini
 3. Shoebox de Albrook
 4. BBB de Multiplaza o Altaplaza
- Al final del primer año el 15% por ciento del mercado objetivo perciba las sandalias xx como sandalias como de buen diseño.
- Ser el Top of Mind de nuestro mercado objetivo, que piensen en las Cutarnas de confort moderno en vez de cutarras.
- Aumentar la presencia en mercados artesanales, ferias culturales y eventos de promoción.

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

Implementar una estrategia comparativa, debido a que se hará una mejora de la cutarra que se está vendiendo hoy en día, estaremos dándole un modelo más atractivo una sandalia más cómoda que no deje de ser percibido en parte de su diseño con una cutarra por eso comparamos ambos productos.

Atributos

- Buen diseño.
- Variedad de colores.
- Cómodas al momento del uso.
- Sensación de descanso en las pisadas.
- Confeccionada por artesanos, 100% a mano.
- Evita transpiración de los pies por ser sandalias abiertas.
- Hechas con cuero y mangle, lo cual las hace más resistentes.
- Sentimiento de apego a lo tradicional.

País de origen

Las Cutarnas Confort Moderno, son de origen panameño.

Personalidad de la marca

- Modernas
- Frescas
- Originales
- Innovadoras
- Emocionantes
- Exclusivas
- Cómodas

MARCA

CUTARNAS

Logo y lema

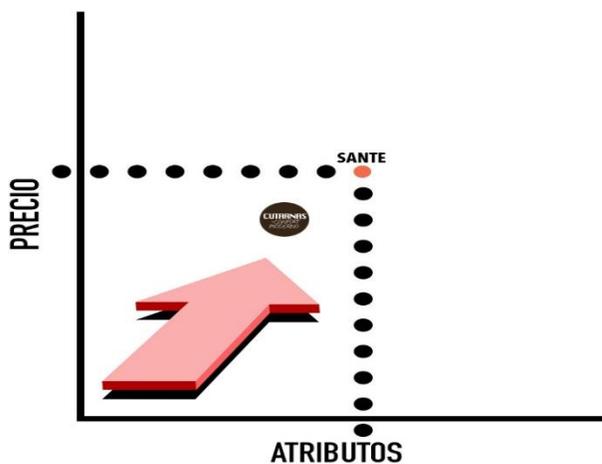


Colores de Sandalias

Los colores principales de la marca serán principalmente los colores tierras (chocolate, marrón, beige), seguido de los metalizados (dorado, plateado, cobre, plomo).

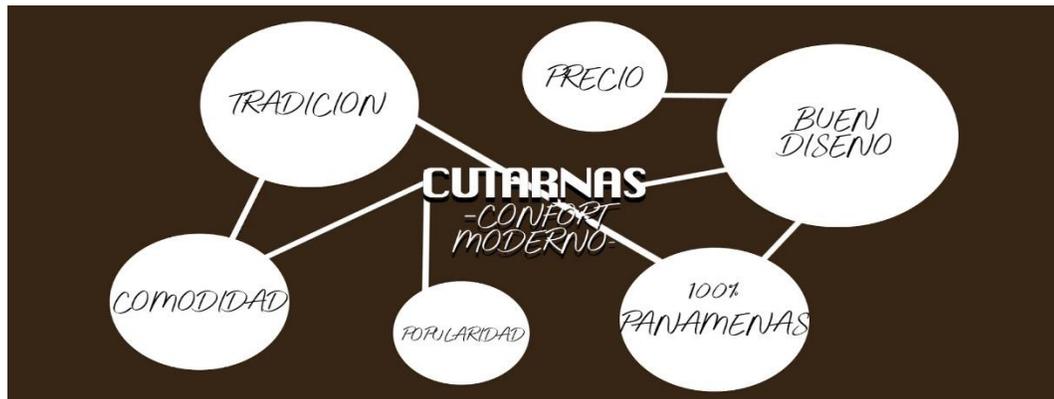


POSICIONAMIENTO DESEADO



Como nos dimos cuenta en la tabla de posicionamiento anterior buscamos que la marca Cutarnas sea lo más cercana a la marca de mejor percepción en cuanto a atributos y precios.

MAPA DE ASOCIACIONES



MEZCLA DE MARKETING

Producto

Cutarnas: Son cutarras modernas por eso su nombre Cutarnas. En este proyecto buscamos mejorar el producto ya existente para llegarle a distintos segmentos.

Características

- Es un tipo de Sandalias hechas en cuero de origen panameño para damas.
- Variedad de colores tradicionales por los distintos diseños y colores que se consiguen junto con el cuero.
- Aumento en la respirabilidad del pie por ser un calzado abierto.
- Versatilidad en cuanto a los distintos usos que se le pueden dar.
- El tejido se cambia para alejarnos de lo tradicional y modernizar el calzado.
- Calzado ligero y fresco.
- Las suelas de cuero se adaptan mejor a las temperaturas veraniegas.

Material

Cuero: piel tratada mediante curtido, la piel utilizada para la confección de estas sandalias es el cuero de ganado en dónde el mismo es secado y luego rasurado utilizando agua caliente y algún material filoso para luego introducirlo a una tina con agua y cal logrando la eliminación de malos olores.

Colores

Para estas sandalias estamos manejando distintos tipos de colores como:

- Chocolate
- Marrón
- Beige
- Dorado
- Plateado
- Cromo
- Cobre

Modelos



Empaque

Por motivo de regulación en cuanto a bolsas plásticas por las leyes panameñas, el empaque será en bolsas biodegradables con el logo de la marca.

PRECIO

Los precios para Cutarnas van de acuerdo con sus atributos más importantes como lo son: buen diseño, comodidad y precio. Tomando en cuenta el ingreso de nuestro mercado objetivo el precio de las sandalias será de US\$50.00 al público. Estos precios ya tienen contemplados, temporadas especiales, participación de eventos, fechas especiales, eventos de moda para dar a conocer sus productos. Se manejará pedidos especiales que pueden ir de US\$ 50.00 hasta US\$150.00

PLAZA

En la distribución utilizaremos medio de transporte terrestre, desde las casas artesanales en el interior del país hasta llegar a los diferentes puntos de ventas en la ciudad. los locales comerciales tienen la responsabilidad de mantenerse en comunicación con el que le supe de los productos para que puedan mantener una buena rotación de inventario y no quedarse sin sandalias.



- La casa artesanal de Cutarnas estará ubicada en Las Tablas provincia de Los Santos, los artesanos empaclaron las sandalias en cajas por tallas y diseños, para facilitar la distribución con sus respectivas facturas.
- Una vez empacada las sandalias, se enviará por medio de transporte terrestre, con una duración aproximada de 48 horas de entrega.

- Cutarnas contará con un depósito para guardar las mercancías que no puedan estar en su totalidad para los minoristas ya que no cuenta con el espacio suficiente (aplica para los mercados artesanales).
- Los precios y cantidad de inventario serán negociados directamente con los representantes de la marca.

En Panamá los diferentes canales de distribución para este tipo de mercado se hacen a través de mercados artesanales, seguidos de tiendas de calzados ubicados en los diferentes centros comerciales del País.

Cutarnas se podrá encontrar en la siguiente tienda minorista:

Mercado de Artesanías Panamá Viejo



Este mercado cuenta con alrededor de 49 artesanos, todos con un puesto de venta contribuyendo al mejoramiento de este sector significativamente. Este edificio fue construido por la Autoridad de Turismo de Panamá, ubicado en el sector de Panamá Viejo.

SuperMini DiabloRosso



Es una Tienda Boutique, ubicada en el lobby del Hotel Sortis que se especializa en la venta de artículos tipo suvenires como ropa, zapatos, joyas, calcomanías, obras de arte y manualidades de artesanos que combinan influencias tradicionales con lo moderno.

Bellini



Almacén de calzado con más de 20 años en el mercado panameño, ofrecen una gama de Calzados, Zapatillas, Sandalias, Carteras y Accesorios. Ubicado en Albrook Mall, westland mall y Multiplaza.

Shoebox



Almacén de calzado que maneja una diversidad de marcas, estilo de calzado para toda la familia. Ubicadas Albrook Mall, El Dorado Mall, Westland Mall.

BBB Shoes & Boots



Tienda con una gran variedad de calzado para damas, caballeros y niños., cuenta con una trayectoria de más de 50 años en la industria del calzado en Panamá. Ubicada en Albrook Mall, El Dorado Mall, Westland Mall, Multiplaza Pacific.

PROMOCIÓN

Comunicación

Para la comunicación vamos a estar enfocándonos en tres atributos importantes para nuestras sandalias modernas: el buen diseño, la comodidad y el precio. Creemos relevantes estos puntos porque son los atributos que valora el mercado objetivo. Es de suma relevancia tener presente que nuestro mercado objetivo son las mujeres de 18 a 45 años con un nivel económico ABC+ que usan este tipo de sandalias en diferentes ocasiones y que valoran el buen diseño. En base a lo mencionado anteriormente se plantea el siguiente plan de comunicación:

Objetivos de la Comunicación

- Comunicar el buen diseño, comodidad y precio que tienen la marca Cutarnas, logrando que alrededor del 55% del mercado objetivo tenga presente estos atributos al finalizar el año.
- Implementar más pantallas digitales y gigantografías cerca de mercados artesanales y centros comerciales para posicionarnos como una marca diferente que piensa fuera de la caja.

Publicidad



Campañas que aparecen en las diferentes revistas y gigantografía dentro del territorio nacional.

- **Revistas**



Ellas: Es una revista semanal que se inserta cada viernes como suplemento de La Prensa. Esta cuenta con la mayor circulación del país y es leída por más de 771 mil 971 personas como guía en temas de actualidad para la mujer panameña, la misma se ha convertido en un referente de moda, tendencias, promociones y compras.



Mia: Es una revista semanal femenina que brinda las últimas tendencias de moda, consejos de belleza, destinos excitantes, personajes reconocidos de la sociedad panameña y notas de actualidad



Debut: Revista de Luxury LifeStyle que refleja de manera única el sofisticado estilo de vida del panameño de hoy. Este cuenta con distribución gratuita en Panamá.



Selecta: Considerada la revista elegida entre los hispanos exclusivos, ya que ofrece informes de calidad y constantes durante más de tres décadas. Con una trayectoria de 22 años, llevando lo mejor del mundo social y empresarial de Panamá. SELECTA se ha convertido en la puerta de entrada entre el mercado de lujo de alta gama y sus consumidores, presentando las mejores cosas de la vida: lo último en moda de alta gama, tecnología, automoción, navegación, relojes, joyas, viajes y los eventos sociales más exclusivos del mundo están todos dentro de sus páginas.



Pauta: Fue publicada por primera vez en el año de 1991 siendo pionera en su categoría, al abordar temas corporativos, especializados en negocios, economía y empresas vinculando siempre los sectores más activos del desarrollo de Panamá. Su público es de 50% hombres, 50% mujeres que sean profesionales estudiantes de maestrías, entre 21 y 30 años. Distribuyen alrededor de 11 mil ejemplares de los cuales 7 mil son entregados a sus respectivos suscriptores.



Mundo Social: Es la revista posicionada como #1 de eventos sociales y empresariales dentro del país, desde 1997 Pioneros de la Industria Editorial de Panamá.



Lobby: Es una revista de alto impacto con contenido nacional e internacional, un estilo propio, exclusivo y una visión original del estilo de vida. Es un referente en cuanto a: alta moda, lifestyle, gastronomía, belleza, autos y accesorios de lujo; complementados con información del acontecer artístico y cultural contemporáneo.

- **Televisión**

Entrevistas tipo reportaje en los programas con mayor audiencia y de mayor popularidad, para dar a conocer el producto y sus atributos.



Jelou! (TVN): Jelou es un programa revista con expertos en los temas que te interesan. Seremos #LoPrimeroEnTuVida con contenido de variedad y entretenimiento.



Tu Mañana (Telemetro): La mejor compañía del día, con temas de salud, familia, nutrición, entretenimiento, mascotas, psicología, legal, decoración, moda, limpieza y belleza. En vivo, de lunes a viernes a las 9:00 a.m., para llenar tu mañana y estar en la mejor compañía con Michelle Simons, Alex Medela, Karen Chalmers, Carolina Fabrega, Richie Goldoni y la chef Delyanne Arjona.



Ellas y Tu (TVN): Luego de sus casi 19 años al aire, “Ellas y tú” es el programa de moda más visto en la televisión local y uno de los pioneros en la televisión panameña.



El Ají de tu Vida (NexTV): Programa de información y entretenimiento, temas de alto interés para un público que le gusta mantenerse informado. Cuentan con variados segmentos de salud, psicología, farándula, moda; los últimos acontecimientos nacionales e internacionales en los segmentos de debate noticioso y el sabor original de la cocina, todo esto acompañado de la divertida personalidad de presentadores como: Sara Bello, Amael Candanedo, Marcela Amor Barnes.



Panama Street Style (OyeTV): La moda es efímera, el estilo es para siempre! Es un blog de moda y estilo presentado por Debbie Kuzniecky desde mayo 2017, también cuentan con una versión de radio que se puede sintonizar los días miércoles 1 a 2 pm por power 92.1 FM



A lo panameño (Telemetro): El mejor programa de tv que resalta las costumbre y tradiciones de Panamá.



Hecho en Panamá (TVN): programa de televisión panameño basado en nuestro folclore y la música típica, emitido los sábados a las 7:00 PM. Es uno de los programas de televisión más antiguos del país con 32 años en el aire desde 1987 conducido históricamente por su creador Óscar Poveda.

INTERNET

Implementar estrategias de posicionamiento SEO y SEM por medio de Google Ads así como la compra programática de publicidad en Redes Sociales como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Con estos medios logramos tener un alto control sobre el awareness, la venta, y el control del mensaje, aparte que los píxeles de seguimiento con los que cuentan la mayoría de estas plataformas, nos permite volver a impactar a los consumidores una vez haga clic en nuestra publicidad o contenido pagado.

MARKETING DIRECTO

Entrega de cupones de descuento en las ferias y mercados artesanales.

RELACIONES PÚBLICAS

Envío de paquete personalizado con las sandalias a líderes de opinión e influencers para que den a conocer nuestros productos mediante sus principales medios de comunicación y redes sociales, se le enviara a figuras públicas como:



Carolina Dementiev, ex miss panamá universo, modelo, asesora de imagen, presentadora de televisión del programa Jelou.



Alexa Chacón, experta en moda, modelo, presentadora de televisión y también embajadora e imagen de diferentes marcas en el país,



Roseta Bordanea: modelo, cantante, presentadora de televisión.



Stepahnie de Roux: ex miss panamá, modelo, asesora de imagen, presentadora de televisión.



Ana Gabriela Moreno: presentadora y dueña del programa de Ellas y Tu con Ana Gabriela, asesora de imagen, empresaria y modelo.



Ingrid de Ycaza: presentadora de televisión, modelo, cantante, compositora y actriz.

- **FERIA Y EVENTOS**

Expo Mujer: feria en donde se exponen diferentes temas de interés para la mujer actual, se presentan las últimas tendencias y tips para mejorar la calidad de vida y ofrecerle productos o servicios para su día a día.

Fashion Week Panamá: evento realizado en el mes de octubre, es uno de los más concurridos a nivel nacional ya que se presentan los diseñadores más reconocidos y a su vez se monta una exhibición de diferentes productos para darlos a conocer a los consumidores dándoles la oportunidad de adquirirlos a los mejores precios del mercado.

Ferias Artesanales en Panamá: evento con más de 30 años de trayectoria organizada por el MICI en donde podemos encontrar los más reconocidos artesanos en el cual se les ofrece la facilidad a los consumidores de adquirir diferentes tipos de artesanías a precios accesibles en un solo lugar.

Mercaditos Artesanales: ubicados en los diferentes centros comerciales en fechas específicas, donde se reúnen artesanos y diseñadores para ofertar sus productos a los consumidores que se encuentren en el punto de referencia.

BRIEF DE LA CAMPANA

Objetivos de marketing:

- Al final del primer año tener presencia en los siguientes puntos de venta:
 5. MiniDiabloRosso

6. Bellini
7. Shoebox de Albrook
8. BBB de Multiplaza o Altaplaza

- Al final del primer año el 15% por ciento del mercado objetivo perciba las sandalias xx como sandalias como de buen diseño.
- Ser el Top of Mind de nuestro mercado objetivo, que piensen en las Cutarnas de confort moderno en vez de cutarras.
- Aumentar la presencia en mercados artesanales, ferias culturales y eventos de promoción.

Objetivos de la comunicación:

- Comunicar el buen diseño, comodidad y precio que tienen la marca Cutarnas, logrando que alrededor del 55% del mercado objetivo tenga presente estos atributos al finalizar el año.
- Implementar más pantallas digitales y gigantografías cerca de mercados artesanales y centros comerciales para posicionarnos como una marca diferente que piensa fuera de la caja.

Concepto creativo del producto:

- Es una sandalia moderna estilo cutarra para dama que te permite estar cómoda en un calzado moderno, a muy buen precio sin olvidar que son 100% hechas en Panamá lo cual brinda un sentimiento de apego a una marca nacional.
- A nuestro público objetivo queremos incentivarlo a que utilice sus Cutarnas porque ofrecen una experiencia diferente en cada pisada.

- Queremos dar fe al mensaje: CUTARNAS, CONFORT MODERNO PARA LA MUJER DE HOY.
-

Estrategia de marketing

Producto: Cutarnas son sandalias modernas estilo cutarras, con un buen diseño 100% hechas en Panamá, que brindan comodidad y frescura gracias al diseño abierto de las cintas entrelazadas que dejan el pie al descubierto permitiendo su respirabilidad.

Plaza: la venta de las cutarnas se realiza mayormente por medio de los mercados artesanales y adicionalmente en ciertas tiendas seleccionadas dentro del mall, por ser un producto diferente.

Precio: Las cutarnas tendrán un precio aproximado de US\$50.00, pero esto no será mencionado en la campaña publicitaria, haremos énfasis en los atributos del producto principalmente buen diseño y comodidad.

Promoción: ferias artesanales y mercaditos para dar a conocer las cutarnas. En segundo lugar, queremos tener presencia en distintos puntos de la ciudad con vallas publicitarias digitales y gigantografía.

Situación del mercado y publicidad

Actualmente el mercado panameño cuenta con las cutarras como un producto que refleja las tradiciones panameñas, pero no se maneja con publicidad pagada todas las ventas que tienen los artesanos que las fabrican las obtienen de manera orgánica.

Comportamiento y actitud del público hacia el producto

Al enfocarnos en realizar un upgrade de producto nos damos cuenta que en la actualidad no hay una sandalia como la de nosotros. Según la encuesta realizada alrededor de un 80% de los encuestados manifestó que compraría las cutarnas.

Frases propuestas para utilizar

- CUTARNAS, CONFORT MODERNO PARA LA MUJER DE HOY.
- CUTARNAS A UN PASO DE LA COMODIDAD.
- LAS CUTARNAS SON PARTE DE TI.

- SIEMPRE TU, SIEMPRE FRESCA. CUTARNAS CONFORT MODERNO.
- CONFORT MODERNO CON LA TRADICION DE SIEMPRE, CUTARNAS.

IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL

Objetivo No.1

Al final del primer año tener presencia en los siguientes puntos de venta:

- MiniDiabloRosso
- Bellini
- Shoebox de Albrook
- BBB de Multiplaza o Altaplaza

Objetivo No.2

- Al final del primer año el 15% por ciento del mercado objetivo perciba las sandalias xx como sandalias como de buen diseño.

Objetivo No.3

- Ser el Top of Mind de nuestro mercado objetivo, que piensen en las Cutarnas de confort moderno en vez de cutarras.

Objetivo No.4

- Aumentar la presencia en mercados artesanales, ferias culturales y eventos de promoción.

Publicidad: Llegar a una meta quincenal de 50 escaneos publicitarios por persona y a una meta mensual de 100 personas como mínimo.

Posicionamiento Web: Realizar un chequeo semanal donde se audite el contenido comunicacional y de carácter orgánico de la página web y de las redes sociales para manejar un mensaje lo más uniforme posible.

Relaciones Publicas: Por mes, concretar 20 citas, entrevistas y/o video llamadas con influencers, líderes de opinión y testimonios de éxito para que sean embajadores de CUTARNAS.

PROYECCIÓN DE PRESUPUESTO (MENSUAL Y ANUAL)

Mes	Ventas	Costos	% costos	Ingresos	
				Mensuales	
Enero	\$ 4,500.00	\$ 2,542.50	57%	\$	1,957.50
febrero	\$ 5,250.00	\$ 2,861.25	55%	\$	2,388.75
Marzo	\$ 6,000.00	\$ 3,180.00	53%	\$	2,820.00
Abril	\$ 7,500.00	\$ 3,817.50	51%	\$	3,682.50
Mayo	\$ 4,500.00	\$ 2,542.50	57%	\$	1,957.50
junio	\$ 3,750.00	\$ 2,223.75	59%	\$	1,526.25
julio	\$ 6,750.00	\$ 3,498.75	52%	\$	3,251.25
agosto	\$ 7,500.00	\$ 3,817.50	51%	\$	3,682.50
Septiembre	\$ 10,500.00	\$ 5,092.50	49%	\$	5,407.50
Octubre	\$ 18,000.00	\$ 8,280.00	46%	\$	9,720.00
noviembre	\$ 30,000.00	\$ 13,380.00	45%	\$	16,620.00
Diciembre	\$ 3,750.00	\$ 2,223.75	59%	\$	1,526.25
TOTALES	\$ 108,000.00	\$ 53,460.00	50%	\$	54,540.00

FUENTES

Movimiento Otro Camino Panamá Emite Su Posición Sobre El Primer Trimestre Del Gobierno

TVN Noticias - https://www.tvn-2.com/nacionales/politica/Movimiento-Otro-Camino-posicion-trimestre-Gobierno-Laurentino-Cortizo_0_5419707997.html

Proyecciones De La Economía En Panamá Para 2019

Silvia Pellicer - <https://www.gogetit.com.pa/blog/economia-en-panama-para-2019/>
<http://www.contraloria.gob.pa/assets/informe-trimestral-al-30-sept-2018.pdf>

El Calzado De Cuero Ya Es Artículo De Lujo

https://www.centralamericadata.com/es/article/home/El_calzado_de_cuero_ya_es_articulo_de_lujo

Panamá - Población 2018

<https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/panama>

Población De Panamá

Countrymeters.info - <https://countrymeters.info/es/Panama>

Bayano Digital - <https://bayanodigital.com/cultura/las-cutarras-panamenas/>

ANEXOS

Página 1

Conoces las Cutarras? *

- sí
- no

Seleccione sus preferencias al momento de comprar unas cutarras modernas estilo sandalias: *

- Diseño
- Comodidad
- Forma
- Popularidad
- Tradición

En que ocasiones utilizaría unas cutarras modernas estilo sandalias: *

- Fiestas tradicionales
- Trabajo
- Eventos
- Ocasión especial
- Uso diario

¿Que te motivaría a comprar unas cutarras modernas estilo sandalias ? *

- Moda
- Calidad
- Diseño
- Precio
- Exclusividad

¿En donde suele adquirir cutarras?

- Tiendas
- Mercado de Artesanías
- Boutique
- Redes Sociales
- online (Pagina Web)

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por unas cutarras modernas estilo sandalias? *

- Entre \$10-\$20
- Entre \$21-\$30
- Entre \$31-\$40
- Entre \$41-\$50
- Entre \$51-\$60

¿Cuándo compra sandalias cuales son los colores acostumbra a comprar? *

- Colores Neutros (Blanco, gris y negro)
- Colores Tierra (Chocolate, marrón, beige)
- Colores fríos (verde, azul, morado)
- Colores Calidos (rojo, amarillo, naranja)
- Colores Metalizados (dorado, plateado, plomo, cobre)

¿Con que frecuencia compra Sandalias? *

- 1 mes
- 3 meses
- 6 meses
- 9 meses
- 1 año

¿La altura del tacón es un factor importante en la decisión de compra de sus sandalias? *

- sí
- no

Usa sandalias de tacón por: *

- Gusto
- Moda
- Necesidad
- Trabajo
- Estiliza

La idea de cutarras modernas con tacón intercambiable es? *

- Pésima idea
- Mala idea
- Ni en acuerdo / Ni en desacuerdo
- Buena idea
- Excelente idea

