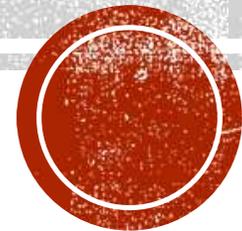


# ORGANIZACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS



*50 Aniversario*



SEGUNDO BÁSICO

CATEDRÁTICO: BR IND. ROGER VILLEGAS

# EL CLIENTE EN EL ESTUDIO DE MERCADO

- ¡Los **Cientes** son la base fundamental en un negocio!

↳ ▪ ¿Por qué?

Las personas que compran nuestros productos o servicios son los Clientes. Por lo tanto ellos son de suma importancia para nuestra empresa, ya que un cliente satisfecho recomienda la empresa.

Entonces, es recomendable que busquemos toda la información disponible acerca de ellos.



# EL CLIENTE EN EL ESTUDIO DE MERCADO



# EL CLIENTE EN EL ESTUDIO DE MERCADO

Y por supuesto, no debemos olvidar la competencia. Para esto, te sugiero unas preguntas...

¿Hay productos o servicios iguales a los que queremos vender en el mercado?

¿Cuántas empresas hay, que venden lo mismo en este lugar?

¿Qué porcentaje del mercado abarcaremos con nuestros productos o servicios?

¿Los precios que tiene la competencia están al alcance del bolsillo de tod@s?

¿Cuál es la calidad del producto o servicio que vende?

¿Qué tecnología usan, es decir, tienen maquinaria y equipo?

¿Qué tipo de mano de obra usan para producir y vender productos y servicios?

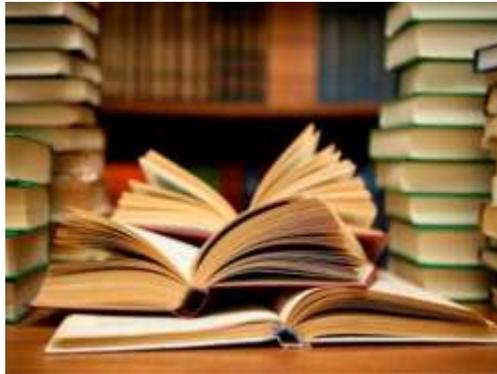


# RECOPILOCIÓN DE INFORMACIÓN PARA ELABORAR EL ESTUDIO DE MERCADO

- Debemos tener en cuenta que existe información primaria y secundaria, para poder trabajar nuestro plan de investigación o estudio de mercado.

## INFORMACIÓN PRIMARIA

Es la información que nos dan las personas entrevistadas, ya sean individuales o grupos. Pero las tenemos que buscar en el lugar donde se encuentran: puede ser en su casa, su negocio o reunir los grupos en un lugar determinado



## INFORMACIÓN SECUNDARIA

Es la información que encontramos en los periódicos, las estadísticas que publican las cámaras de comercio e industria, el Ministerio de economía, etc. Esta información se encuentra en bibliotecas, centros de documentación y en el Internet.



# RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN PARA ELABORAR EL ESTUDIO DE MERCADO

Antes de salir a buscar la información, debemos tener claro lo siguiente:

- El objetivo de mi investigación
- Qué información necesitas y qué personas vas a entrevistar
- Las preguntas deben estar en orden progresivo, es decir, de lo más fácil a lo difícil.
- Anotar un saludo introductorio de presentación al inicio del cuestionario.
- Hacer las preguntas lo más claras posible, adaptadas al lenguaje de las personas.
- Evitar el uso de preguntas que fuercen la memoria del entrevistado.
- Las preguntas deben ser cortas y que faciliten la reflexión.



# TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

**Entrevista Individual:** se da cuando tú le pides a una persona si te permite su tiempo para responder cierta cantidad de preguntas. Tienes que tomar en cuenta que no todos quieren y tienen el tiempo para atenderte.

## RECOMENDACIONES:

- Ir bien identificad@
- Saludar a las personas y solicitar su permiso para realizar una entrevista
- Explicar el objetivo de la entrevista
- Si la persona se niega, no se debe insistir.
- Prever más entrevistas, para sustituir a quienes no deseen ser entrevistados.
- Hacer las preguntas claras y sencillas; repetirlas, si es necesario.
- Al finalizar, agradecer la colaboración a quien has entrevistado.



# TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

**Entrevista Grupal:** la entrevista a grupos requiere de más tiempo, entre 40 y 60 minutos; la ventaja es que se obtienen respuestas desde diferentes puntos de vista.

## **RECOMENDACIONES:**

- El entrevistador tiene que estar bien identificado.
- Moderar el tiempo de participación, permitiendo que todos respondan.
- Quien entrevista tiene que crear un ambiente de confianza
- El lugar tiene que ser adecuado, es decir, que tod@s escuchen las preguntas
- Los entrevistados deben estar sentados formando una U en el salón
- El entrevistador escucha y escribe las respuestas.
- El tiempo no debe ser muy largo



# TIPOS DE PREGUNTAS PARA ESTRUCTURAR LAS ENCUESTAS O ENTREVISTAS

## 1. Preguntas Introductorias (no se escriben en el cuestionario):

- Buenos días/buenas tardes, ¿me puede regalar unos minutos de su tiempo? (das tu nombre y explicas el objetivo del estudio).

## 2. Preguntas abiertas:

- ¿Qué opina de los productos o servicios, que le venden los negocios que usted visita?

## 3. Preguntas cerradas:

- ¿Acostumbra consumir refresco en alguna ocasión?
- a. si                      b. no                      c. A veces



# TIPOS DE PREGUNTAS PARA ESTRUCTURAR LAS ENCUESTAS O ENTREVISTAS

## 4. Preguntas de respuesta múltiple:

- ¿Cuáles productos consume alguna vez en su casa a la hora de la comida del mediodía?
- 1. Leche\_\_\_ 2. Café\_\_\_ 3. Jugo natural\_\_\_ 4. Agua\_\_\_ 5. Refrescos\_\_\_ 6. Otro \_\_\_

## 5. Preguntas filtro:

¿Qué bebidas de las siguientes le gustan más?

- a. Leche\_\_\_ b. Café\_\_\_ c. Jugo natural\_\_\_ d. Agua\_\_\_ e. Refrescos\_\_\_

## 6. Preguntas en batería:

¿Acostumbra consumir refrescos en alguna ocasión?

1. Sí\_\_\_ 2. No\_\_\_ Si la respuesta es “sí” ¿en cuál o en cuales ocasiones?\_\_\_ y ¿Por qué?



# TIPOS DE PREGUNTAS PARA ESTRUCTURAR LAS ENCUESTAS O ENTREVISTAS

## 7. Preguntas de evaluación:

¿Considera usted que los refrescos dietéticos son mucho mejores que los que no lo son?

Mucho mejores \_\_\_\_ Mejores \_\_\_\_ Iguales \_\_\_\_ Peores \_\_\_\_ Mucho peores \_\_\_\_

## 8. Preguntas ponderativas:

Mencione en orden de importancia, ¿Cuál prefiere en primer lugar? ¿Cuál en segundo?  
¿Cuál en tercero?

## 9. Otras formas de investigar:

Conversar con personas que llegan a comprar al negocio

Escuchar lo que opinan sobre la competencia

Averiguar ¿qué es lo que piden?



# EJEMPLO DE CUESTIONARIO

- **OBJETIVO:** Averiguar si las personas conocen qué es una lechuga hidropónica y si estarían dispuestas a comprarla.

- **Saludo:** Muy buenos días, mi nombre es: Juan Pérez, soy de la empresa Greenfarms, ¿tiene usted tiempo para responder unas preguntas?

- 1. ¿Sabe usted qué es la hidroponía?

- 2. Con qué frecuencia consumen lechuga en su casa

a. cada 3 días \_\_\_ b. cada semana\_\_\_ c. cada 15 días\_\_\_\_\_ d. cada mes\_\_\_\_\_

- 3. ¿Cuántas lechugas compran en su casa a la semana?

a. 1 \_\_\_ b. 2\_\_\_ c. 3\_\_\_\_\_ d. 4 \_\_\_\_\_

- 4. ¿Qué tipo de lechuga es el que a usted más le gusta?

Tipo romana\_\_\_\_\_ Tipo rizada\_\_\_\_\_ Tipo mantequilla\_\_\_\_\_



# EJEMPLO DE CUESTIONARIO

- 5. Considerando que una lechuga hidropónica es de mejor calidad que una cultivada con técnicas tradicionales de cultivo. ¿Estaría dispuesto a comprar este tipo de producto para mejorar su nutrición?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

- 6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una lechuga hidropónica, sabiendo que una lechuga normal cuesta Q5 en el mercado?

Q6 \_\_\_\_\_ Q7 \_\_\_\_\_ Q8 \_\_\_\_\_

- 7. ¿Que tanto le gustaría consumir Acelgas hidropónicas?

Mucho \_\_\_\_\_ Muy poco \_\_\_\_\_ Poco \_\_\_\_\_ Nada \_\_\_\_\_

- 8. ¿Estaría interesado en pagar un servicio de entrega a domicilio de hortalizas, para que consuma los productos lo más fresco posible?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Talvez \_\_\_\_\_

- Despedida: Muchas gracias por su tiempo!!!

