



ESTUDIO DE MERCADO

TRABAJO DE CAMPO

A fin de determinar la posible aceptación que el producto pudiera tener en el mercado duranguense, se efectuó un estudio de campo basado en la aplicación de encuestas. Se manejó una muestra poblacional de 150 individuos, elegidos al azar en varios puntos de la ciudad. La encuesta que se les pidió respondieran contenía las siguientes preguntas:

1. Datos generales: edad y sexo.
2. ¿Son molestos para usted los mosquitos?
3. ¿Compraría usted un producto para repelerlos, mejor y más barato que los que existen en el mercado?
4. ¿Qué presentación preferiría para este producto?
5. ¿Con qué frecuencia compraría este producto?

Las características de la población encuestada, así como la información reunida de las respuestas a las restantes cuatro preguntas se resume en los siguientes gráficos:



Población Encuestada

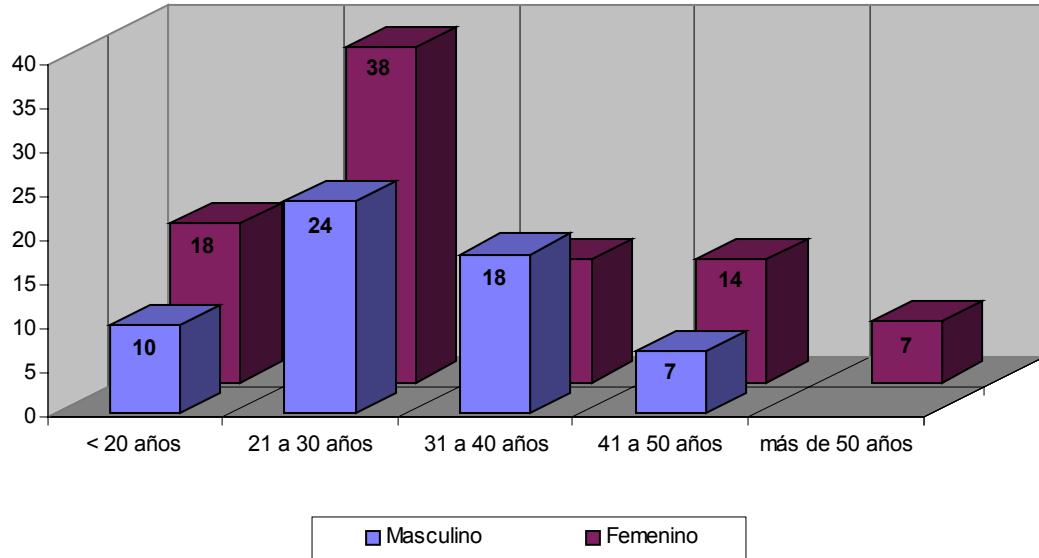


FIGURA 1

¿Son molestos para usted los mosquitos?

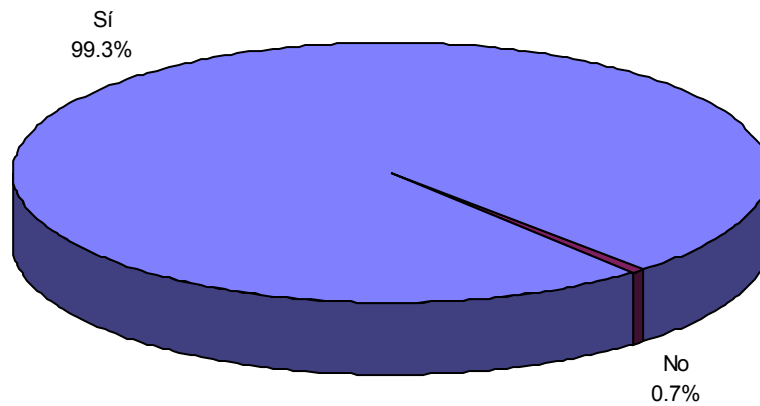


FIGURA 2



**¿Compraría usted un producto para repelerlos,
mejor y más barato que los que existen en el mercado?**

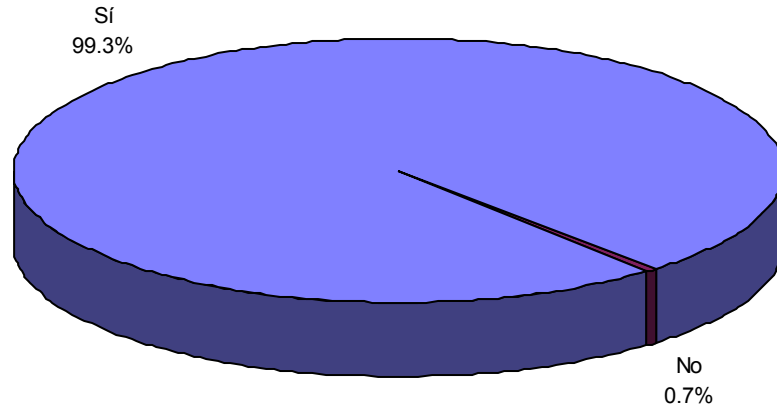


FIGURA 3

¿Qué presentación preferiría para este producto?

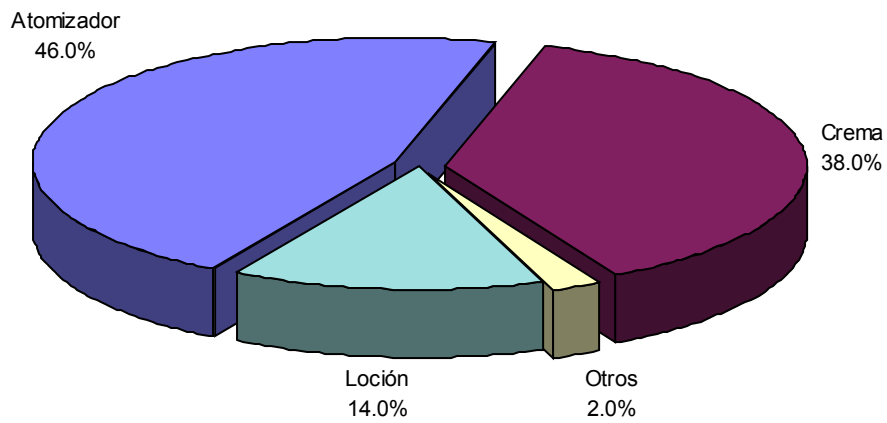


FIGURA 4

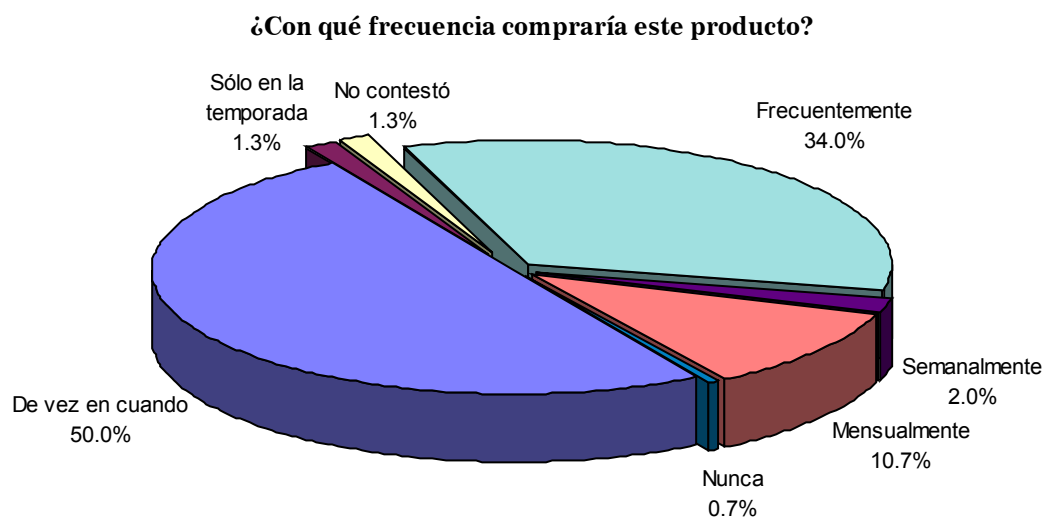


FIGURA 5



TAMAÑO DEL PROYECTO

La determinación del tamaño del proyecto se realizará basándose en la información contenida en la Figura 4 y en la Figura 5. Las opciones de respuesta para la pregunta 5, y sus correspondientes equivalentes en tiempo, se muestran a continuación en la Tabla 1:

TABLA 1: POSIBLES RESPUESTAS A LA PREGUNTA 5

<i>Respuesta</i>	<i>Equivale a una compra cada:</i>	<i>Número de compras al mes:</i>
De vez en cuando	60 días	0.5
Mensualmente	30 días	1
Frecuentemente	15 días	2
Semanalmente	7 días	4
Otras respuestas	nunca	0

Según el número de personas que eligieron cada una de las respuestas, es posible hacer una estimación del número de unidades del producto que serán compradas por la muestra de 150 personas, durante un periodo de un mes, como se muestra en la tabla siguiente:



TABLA 2: COMPRAS TOTALES AL MES PARA 150 INDIVIDUOS

<i>Respuesta</i>	<i>Número de personas</i>	<i>Compras al mes</i>	<i>Compras totales</i>
De vez en cuando	75	0.5	37.5
Mensualmente	16	1	16
Frecuentemente	51	2	102
Semanalmente	3	4	12
Total de compras al mes:			167.5

Esto significa que, de la muestra poblacional de 150 personas, se puede esperar que se vendan 167.5 unidades del producto durante un periodo de un mes, siempre y cuando éste cumpla con las características de ser mejor y más barato que aquéllos ya existentes en el mercado, y ofreciéndolo en la presentación deseada por el consumidor.

La presentación que la mayoría de los consumidores potenciales desean que tenga el producto es como atomizador (46%). De este modo, al trabajar únicamente con la presentación en atomizador, es de esperarse que las ventas potenciales del producto descendan al 46%. Esto es, para la misma muestra poblacional de 150 personas, se esperarían ventas de 77 unidades del producto al mes, en vez de las 167.5 esperadas si se les ofreciera en la presentación que desearan.[†]

[†] Si bien es posible que algunas de las personas que hubiesen deseado una presentación diferente (digamos, como crema) adquirieran el producto como atomizador, la información proporcionada por el estudio de campo efectuado no es lo suficientemente detallada como para estimar la magnitud de esta “migración de preferencias”. Por ello, se supondrá que las personas que habían seleccionado



La población total de la ciudad de Durango es de 397,687 personas[‡], de las cuales el 64.39% corresponde a individuos de 15 años o más, que serán considerados como compradores potenciales. Esto corresponde a una población de 256,101 personas. Entonces, el número de unidades de producto necesarias será:

$$\frac{256,101 \text{ personas}}{77 \text{ unidades/mes}} \bigg| \frac{150 \text{ personas}}{150 \text{ personas}} = 131,465 \text{ unidades/mes}$$

Sin embargo, no todo el año existe demanda del producto. La temporada de mosquitos comprende principalmente los meses de junio, julio y agosto (véase Marco Teórico, a partir de la página 17), por lo que la demanda total será:

$$(131,465 \text{ unidades/mes})(3 \text{ meses}) = 394,395 \text{ unidades}$$

Esta es la producción total que debe alcanzarse en un año.

El tamaño del frasco atomizador, fue determinado por criterio basándose en suposiciones respecto a la mercadotecnia del producto. Un frasco demasiado grande genera problemas en su manipulación, presenta mayores riesgos en caso de caída, resulta económicamente más difícil su adquisición por parte del consumidor, además de presentar una menor estética. Un frasco demasiado pequeño se acaba más pronto, generando en el consumidor la impresión de que el producto no es duradero, se extravía con mayor facilidad y los costos de producción son mayores. Por estas razones, se optó por un tamaño intermedio, en atomizador de 100 ml.

alguna otra posible presentación para el producto no lo adquirirán al ofrecérselos como atomizador.

[‡] INEGI, “Censo de Población y Vivienda, Resultados Definitivos – Estado de Durango”, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, CD-ROM, 1995.



Ya que deben producirse 394,395 unidades del producto, conteniendo cada una 100 ml (0.1 l), el volumen total de producción anual es:

$$(394,395 \text{ unidades})(0.1 \text{ l/unidad}) = 39,439.5 \text{ l}$$