

LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS COMO SOPORTE EN EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA ECUATORIANA

AUTOR: Paola Quinche Villón **CO AUTOR:** Ing. Washington Armas C.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

La investigación de mercados es una herramienta muy utilizada para dar apoyo a la toma de decisiones. El proceso a través del cual es planeado y ejecutado un proyecto de investigación de mercados consiste en diferentes fases o pasos que guían el proyecto desde su concepción hasta la presentación de los resultados finales y sus respectivas recomendaciones. Lo importante en el desarrollo de las fases es mantener siempre una consistencia entre ellos. El proceso debe ayudar a establecer una consistencia entre el diseño e implantación de la investigación.

En el enfoque de la investigación se deberá elegir que tipo de investigación se usará para poder medir los objetivos planteados en el diseño de la misma.

Para poder realizar un proyecto de investigación de mercados hay que analizar muchos factores que intervienen en el mercado, ya que éstos varían dependiendo del tipo de segmento o nicho que se quiera atacar, por ejemplo si se quisiera realizar un estudio para introducir una nueva marca de cigarrillos seguro será diferente el diseño de que si se tratara de introducir una nueva marca de leche en polvo.

Cada estudio tiene su forma de enfocarse y esto dependerá del medio dentro del cual se analice el objeto estudio de la investigación ya que no será lo mismo realizar un estudio de mercado en el Ecuador que en Italia, debido a que hay factores influyentes como la cultura, el gobierno, la gente, etc., que incidirán en la forma como se diseñe y enfoque el estudio.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo trata acerca de la “INVESTIGACIÓN DE MERCADOS COMO SOPORTE EN EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA ECUATORIANA”, el cual muestra los pasos que se sigue para realizar una investigación de mercados, un

análisis de lo que involucra el Ecuador y su ambiente

Para observar como se lleva a cabo una investigación de mercados en nuestro país, se ha incorporado dos estudios, el primero es una aplicación de datos primarios en la investigación de mercado dentro de la industria manufacturera en el sector de la producción, el segundo

estudio es una aplicación de datos secundarios, específicamente una base de datos dentro de la industria de los servicios en el sector bancario.

En el primer estudio se utilizó técnicas de muestreo con sus respectivas estimaciones en base a proporciones, el segundo estudio también utilizó la misma técnica pero además se adicionó el uso de tablas de contingencia para probar independencia de algunas variables que formaban el cuestionario que dio origen a la base de datos proporcionada por el banco.

2. PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Existen varios pasos en el proceso para diseñar e implementar un estudio de investigación. Estos son:

1. Llegar a un acuerdo sobre el propósito de la investigación. Esto implica determinar las decisiones que deben ser apoyadas, los problemas u oportunidades que deben

estudiarse, o la tarea de análisis de mercado que exista.

2. Convertir el propósito de la investigación en objetivos específicos de investigación.
3. Estimar el valor de la información de la investigación.
4. Diseñar el estudio de investigación. El diseño de investigación, implica generalmente la selección de un enfoque de investigación (por ejemplo una encuesta vs un experimento vs el uso de datos secundarios) y la especificación de los aspectos del estudio, como el cuestionario y el plan de muestreo.
5. Implantación del diseño – recolectar y analizar los datos, y preparar un reporte


3. ESTUDIO DEL PERFIL DE LOS CLIENTES QUE POSEEN CUENTAS DE AHORROS EN EL BANCO DE GUAYAQUIL

Propósito de la Investigación


El propósito del estudio es establecer IDENTIFICAR Y ANALIZAR EL PERFIL DE LOS CLIENTES QUE TIENEN CUENTA DE AHORRO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, es decir, su nivel social, cultural, económico, patrones de conducta como diversiones, salidas, etc., este estudio se basará en la utilización de datos secundarios, debido a que la información que se va a procesar será de una base de datos ya existente, cuya información ha sido recolectada en base a una encuesta diseñada para estudios anteriores.


Objetivos de la Investigación


Objetivo General


 ¿Cuál es el perfil de los clientes que tienen cuenta de ahorros del Banco de Guayaquil?


Objetivos Específicos

 ¿Cuál es el nivel cultural de los clientes?


 ¿Cuáles son los factores que diferencian al máximo a los clientes entre sí?


 ¿Cuáles son las características causantes del parecido entre sí de los clientes o cuáles son las que los que lo diferencian?

 ¿Cuál es el nivel social de los clientes?

 ¿Cuál es el nivel económico?

Hipótesis

 La mayor parte de los clientes poseen estudios universitarios

 La mayor parte de los clientes obtienen ingresos superiores a los cuatro millones de sucres

Alcance de la Investigación

El estudio se lo realizará sólo al nivel de Guayaquil, debido a la disponibilidad de recursos y tiempo.

Enfoque de la Investigación

La investigación se basará en fuentes secundarias, en este caso la fuente será la base de datos existentes de los clientes que tienen cuenta de ahorro.

El tipo de investigación a usar será la investigación DESCRIPTIVA, ya que se proporcionará las características económicas, sociales y culturales de los clientes del Banco de Guayaquil que poseen cuenta de ahorro.

Se realizará un análisis univariado descriptivo de las preguntas que conforman el cuestionario que da origen a la base de datos esto servirá para tener una idea del comportamiento de las variables cuando se las considera independientemente, se obtendrá los respectivos intervalos de confianza para las proporciones de mayor interés en el estudio con tablas de contingencia para verificar si existe independencia entre ellas, después se realizará el respectivo análisis multivariado para obtener el perfil de los clientes con el fin de obtener una estructura que permita

condensar e interpretar la información.

De ahora en adelante cuando se hable de *CLIENTES* se entenderá por ellos a los clientes del Banco de Guayaquil que poseen cuenta de ahorro en la ciudad de Guayaquil

4. ANÁLISIS UNIVARIADO Y MULTIVARIADO DE LAS VARIABLES

Dentro del análisis univariado de las variables se realizó los siguientes cálculos:

- Estadística Descriptiva de cada una de las variables
- Intervalo de hipótesis para las proporciones de mayor interés
- Tablas de Contingencia para probar la independencia de algunas variables

En el análisis multivariado se hizo uso de componentes principales también denominado análisis de factor común para obtener los factores principales y después se realizó un rotación varimax de los mismos para darle mayor significancia y comprensión a los factores.

Los resultados dentro del análisis multivariado fueron los siguientes:

FACTOR 1

USO DE TARJETAS DE CRÉDITO

- $x_1 =$ Viaje al exterior
- $x_2 =$ Vacaciones
- $x_3 =$ Teléfonos celulares
- $x_4 =$ Tarjetas de crédito
- $x_5 =$ Posee televisión por cable

$$F_1 = 0.834 x_1 + 0.821 x_2 + 0.368 x_3 + 0.485 x_4 + 0.419 x_5$$

FACTOR 2

CAJEROS AUTOMÁTICOS

- $x_6 =$ Acude a cajeros automáticos
- $x_7 =$ Tarjetas de cajero
- $x_8 =$ Uso de cajeros automáticos

$$F_2 = 0.904 x_6 + 0.900 x_7 + 0.878 x_8$$

FACTOR 3

NIVEL SOCIAL

- $x_9 =$ Tipo de Vivienda
- $x_{10} =$ Posee Vivienda propia
- $x_{11} =$ Número de hijos

$$F_3 = -0.896 x_9 + 0.886 x_{10} + 0.518 x_{11}$$

FACTOR 4

ESTATUS DEL CLIENTE

- $x_{12} =$ Ingreso Mensual
- $x_{13} =$ Categoría de trabajo
- $x_{14} =$ Número de vehículos

$$F_4 = 0.723 x_{12} - 0.608 x_{13} + 0.472 x_{14}$$

FACTOR 5

DIVERSIÓN

- x_{15} = Acude a la playa
- x_{16} = Playas que visita
- x_{17} = Acude al cine
- x_{18} = Cena fuera de casa

$$F_5 = 0.648 x_{15} + 0.583 x_{16} + 0.579 x_{17} + -0.427 x_{18}$$

FACTOR 6

COMODIDADES

- x_{19} = Club
- x_{20} = Socios de Club
- x_{21} = Nivel de estudios

$$F_6 = 0.855 x_{19} + 0.839 x_{20} + 0.351 x_{21}$$

FACTOR 7

REFERENCIAS FINANCIERAS

- x_{22} = Inversiones

- x_{23} = Seguros

$$F_7 = 0.614 x_{22} + 0.350 x_{23}$$

FACTOR 8

GUSTOS

- x_{24} = Hora que escucha radio
- x_{25} = Sexo
- x_{26} = Programa de televisión que gusta ver
- x_{27} = Tipo de música que prefiere oír.

$$F_8 = 0.518 x_{24} -$$

$$0.512 x_{25} + 0.484 x_{26} + 0.426 x_{27}$$

El porcentaje de la varianza total explicada por los componentes rotados es 44.508%

5. ESTUDIO DE LA PARTICIPACIÓN DEL CARBONATO DE CALCIO CON RECUBRIMIENTO DE ÁCIDO ESTEÁRICO EN LA INDUSTRIA DEL PLÁSTICO

Propósito de la Investigación

El propósito de la investigación es evaluar que porcentaje empresas en el sector utilizan el carbonato con recubrimiento de ácido esteárico dentro para sus procesos de producción de la industria del plástico y si es que este se lo utiliza dentro de otros sectores industriales, así como conocer características del mercado en cuanto al producto (tales como entrega, precios, embalaje, cumplimiento de normas de calidad) para atraer la atención del cliente y motivar la compra

Objetivos de la Investigación

- ¿Qué porcentaje de empresas dentro de la industria del plástico utilizan el carbonato como materia prima en sus procesos?
- ¿Cuál es la demanda que tiene actualmente el producto en el mercado?

- ¿Cuál es la competencia y su ubicación dentro del mercado?
- ¿Cuánto pagan actualmente los usuarios por el producto?
- ¿Cuáles son las preferencias del usuario en cuanto al carbonato?
- ¿Qué usos le da el cliente al producto?
- ¿Con qué aspectos del servicio actual están mas satisfechos los clientes y con cuáles no están satisfechos?
- ¿Qué beneficios del servicio busca el cliente?

Alcance de la Investigación

Los límites para realizar el estudio del porcentaje de participación del carbonato de calcio con recubrimiento de ácido esteárico, así como también la información necesaria para satisfacer la demanda total o parcial del mercado y a la vez conocer las características que requiere el mercado en cuanto al producto (tales como entrega, precios, embalaje, cumplimiento de normas de calidad) se limitará a la industria, lo que se refiere al sector industrial del plástico.

Enfoque de la Investigación

Primeramente cabe especificar que en lo que resta del estudio, sólo se hablará de carbonato, entendiéndose por ello al carbonato de calcio con recubrimiento de ácido esteárico.

Los conocimientos obtenidos acerca del sector industrial donde se usa el carbonato, de la demanda, de los usos que se le da al producto, fue estrictamente la necesaria, para lo cual tuve algunas reuniones con el ingeniero de la planta y con los administradores de la empresa. Ellos indicaron que el carbonato se utilizaba bastante en la industria del plástico, especialmente para fabricar plástico que necesite gran presión.

Debido a los antecedentes anteriormente descritos, primeramente se usará un sondeo por teléfono para asegurarse de que a la empresa que se llame utiliza el carbonato, si no lo utiliza se pregunta ¿Por qué no lo utiliza?.

Ahora si la empresa a la que se llame utiliza el producto, se realiza una cita con la persona que tenga conocimientos acerca de los materiales, adquisiciones o

producción de la empresa para hacerle una entrevista.

La entrevista que se le realizará son dos principalmente: una entrevista personal y otra de profundidad, la primera servirá para medir los objetivos descritos anteriormente, y la segunda para obtener más información del carbonato como sectores en donde se lo aplica, que otras empresas que ellos conocen utilizan el producto, etc.

Se usará la investigación exploratoria ya que se está buscando indicios acerca de la naturaleza general del problema, las posibles alternativas de decisión, las variables relevantes que necesitan ser consideradas y existe poco conocimiento anterior sobre los cuales se puede edificar

Dentro de la investigación cualitativa, en este caso la exploratoria, está el método de orientación, ya que uno de sus objetivos es la educación del investigador hacia un medio ambiente no familiar; en este caso el medio ambiente que rodea al carbonato en cuanto a porcentaje de empresas que utilizan del producto como materia prima en sus

procesos dentro de la industria del plástico.

Como método de recolección de datos en la investigación tenemos las entrevistas individuales semiestructuradas y dentro de las mismas se hará uso de un cuestionario donde se recolectará datos específicos especialmente para tratar los objetivos de la investigación para lo cual se confeccionará uno que permita medirlos, el tipo de muestreo a utilizar es el método aleatorio simple, luego para obtener más información de los entrevistados, que en este caso son personas especializadas en el área de producción, se realizará una entrevista no estructurada, por lo cual a la fusión del cuestionario como método estructurado y a la entrevista no estructurada se llama entrevista semiestructurada.

6. CONCLUSIONES

El carbonato de calcio con recubrimiento de ácido esteárico se lo utiliza en las siguientes áreas de producción:

- Tuberías y accesorios fabricados a base de plástico
- Cosméticos
- Pinturas
- Sillas y mesas para jardín; así como la elaboración de botas y materiales confeccionados a base de plástico que necesite resistencia.
- Dentífricos.

Dentro del sector de los plásticos las únicas empresas que utilizan el carbonato son: Plastigama, PYCA y Samedan, esto representa en base a una estimación, el 10.35% del total de las empresas que pertenecen al sector industrial del plástico los cuales utilizan el carbonato de calcio con recubrimiento de ácido esteárico.

Lo que a la mayoría de éstas empresas les interesa es que cumpla con las especificaciones de calidad y que los precios no sean tan altos y que sean puntuales en cuanto a la entrega. Todos utilizan al carbonato como materia prima en los procesos, los proveedores son extranjeros, la mayoría proveniente de los Estados Unidos.

Se puede afirmar, con un grado de confianza del 95% que el intervalo de 0 a 0.214290 contienen la proporción verdadera de fábricas de plástico que utilizan el carbonato en sus procesos

En el sector de los cosméticos ninguna de las empresas entrevistadas utilizan el carbonato en sus procesos debido a que no lo requieren, los cosméticos que se elaboran no requieren de mucha tecnología en cuanto a materia prima.

En el sector de los dentífricos no se utiliza el carbonato debido a que las fórmulas para fabricar pasta de dientes aquí en el Ecuador no son a base del carbonato con recubrimiento, esto se puede sentir en el sabor, ya que las pastas que lo utilizan producen una sensación terrosa, el carbonato con recubrimiento se lo utiliza mucho en Brasil para fabricar pasta de dientes, la mayoría de las pastas en este país son en base al carbonato con recubrimiento. Las pastas ecuatorianas son cremosas y no son terrosas.

De las 44 variables que se tomaron en cuenta para el análisis multivariado de las mismas, se

obtuvo que se puede representar al conjunto de variables en un total de ocho factores los cuales son:

FACTOR 1 USO DE TARJETAS DE CRÉDITO
FACTOR 2 CAJEROS AUTOMÁTICOS
FACTOR 3 NIVEL SOCIAL
FACTOR 4 ESTATUS DEL CLIENTE
FACTOR 5 DIVERSIÓN
FACTOR 6 COMODIDADES
FACTOR 7 REFERENCIAS FINANCIERAS
FACTOR 8 GUSTOS

El perfil del cliente se puede medir a través de estos factores que marcan la similitud o diferencia que puede existir entre los clientes del banco de Guayaquil que poseen cuenta de ahorros.

7. BIBLIOGRAFÍA

Aaker A. David y Day S. George, Investigación de Mercados, Mc Graw Hill, Carvajal S. A., julio de 1990

Hair F., Joseph, Anderson E. Rolph, Tatham L. Ronald y Black C. William, Multivariate Data Analysis, Prentice Hall, Upper Saddle River, Nex Jersey, 1995

Freund E. Jhon y Walpole E.
Ronald, Estadística Matemàtica
con Aplicaciones, Prentice Hall,
Editorial Zita de Schauenensee,
Mèxico 1990

Mitra Amitrava, Fundamentals of
Quality Control and Improvement,
Macmilan Publishing Company,
New York

Grande Idelfonso y Fernández
Elena, Métodos Multivariantes para
la Investigación Comercial,
Editorial Ariel S. A., Barcelona

PAOLA QUINCHE VILLÒN
AUTOR

ING. WASHINGTON ARMAS
CO - AUTOR