



**CAPITULO 2**  
**INVESTIGACIÓN DE**  
**MERCADO**

## **2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO**

El objetivo es concientizar a las personas del problema que enfrenta el mundo ante la contaminación y lo que se puede hacer para desarrollar soluciones fáciles, viables y sin mayor valor agregado para la humanidad, todo esto con un solo fin de preservar y mejorar el ecosistema.

Los datos que arrojo el estudio de mercado nos muestran en valores y proyecciones anuales que es un proyecto factible para el mediano y largo plazo teniendo mucha mayor aceptación por los consumidores por su gran ayuda al medio ambiente

El proyecto se realiza antes de lanzar un producto nuevo a los consumidores, este proceso se basa en demostrar que el producto va a tener una buena aceptación por un mercado potencial antes definido.

En este proceso existen varias etapas que es la definición de las 4ps, en base a estos puntos se mide el desempeño a futuro que puede tener el producto para afianzarse en los consumidores. Todo se inicia por encuestas o recolección de datos sea vía telefónica, internet, etc.

Después de tener estos datos se inicia con el proceso de tabulación, digitación. Estos datos nos darán la tendencia aproximada de nuestro producto y lo podemos llevar a valores expresados en dinero para la empresa que serian sus ganancias o flujo de efectivo.

Si en un flujo de efectivo sale negativo o no es consistente con la inversión del proyecto no es factible el producto. En este punto se toma la decisión de seguir adelante o desecharlo.

## **2.1 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN**

Podemos definir a la investigación como el proceso que intenta captar, tratar y analizar la información que se necesitara para comprender los problemas y necesidades de los consumidores y establecer acciones para resolverlos y satisfacerlos.

Para lo cual se aplicará la investigación a través de un proceso compuesto por las siguientes fases.

### **Delimitación de la investigación**

Se refiere a establecer donde estará nuestro mercado potencial como son hombre y mujeres de la clase media de todas las edades.

### **Obtención de la información**

Esto se puede realizar mediante encuestas personales, por internet o telefónicamente.

### **Estudio y análisis de la información obtenida**

Aquí todos los datos obtenidos se reflejaran en tablas dinámicas.

### **Obtención de conclusiones.**

Se realizara la definición del proyecto con el fin de saber si es factible o no.

## **2.2 PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA**

La población mundial ha crecido en forma abismante en estos últimos 40 a 50 años. Este aumento demográfico exige al hombre una utilización más intensiva de los suelos, con el fin de obtener un mayor rendimiento agrícola<sup>1</sup>. Pero esto lleva a que también utilicen distintos productos químicos con el intento de controlar las plagas en sus cosechas.

El cultivo convencional de algodón es unas de las causas de contaminación, por el elevado número de pesticidas que se utilizan. En el campo se pagan casi 2,6 mil millones de dólares (1,8 mil millones de euros) anuales por ellos. Según la Pesticide Action Network<sup>2</sup>, esta cifra equivale a más del 10% de los plaguicidas y el 25% de los

---

<sup>1</sup>Publicación *Contaminación del suelo, Ecología y Medio Ambiente. Véase en Anexo 6.*

<sup>2</sup>Red de acción que promueve la eliminación de pesticidas altamente peligrosos y ofrece las soluciones que protegen a la gente y el ambiente.

insecticidas a nivel global<sup>3</sup>. Esto nos lleva a recordar que no hay que olvidar de lavar la ropa nueva antes de ponérsela por primera vez y mirar en el etiquetado de la prenda, si está hecha de algodón u otra tela que no sea orgánica. Sin embargo, aún así, están echando esos químicos por el acueducto, y finalmente terminan contaminando nuestros cuerpos de agua.

La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)<sup>4</sup> detectó la presencia de productos químicos que pueden provocar alergias e irritaciones al contacto con la piel, a través de la boca o la nariz.

El estudio, advierte que las sustancias encontradas son ftalatos, formaldehído, tintes peligrosos, benceno y metales pesados, los mismos que fueron detectados en los relieves de prendas como H&M, Benetton, entre otras. Cuatro de las pijamas, los químicos fueron calificados como potencialmente peligrosos.<sup>5</sup>

Solo con el simple roce de la ropa un tejido ocasiona una mancha roja, y si se eleva sobre la superficie de la piel ocasiona picazón, infectándose con el rascado. O con un elástico demasiado ajustado puede dejar en la piel una marca roja similar a un cordón que puede permanecer horas y hasta días de acuerdo a la piel.

El algodón orgánico es básicamente como cualquier otro producto orgánico que podemos encontrar en las tiendas. Este algodón (no modificado genéticamente) crece de forma natural sin pesticidas o fertilizantes químicos, y que es procesado más adelante sin usar tintes tóxicos, lo cual significa que tiene menos impacto ecológico negativo en el planeta y continúa con la fertilidad natural de la tierra.

La pregunta que surge es por qué no se ha popularizado más este tipo de consumo responsable. La clave está en la falta de una buena comercialización y especialmente en el precio, como señalan los fabricantes. A la hora de ir a comprar ropa, el precio puede duplicarse de una prenda ecológica a otra que no lo es.

---

<sup>3</sup> Según *Laura Schweiger* autora del artículo *Aumenta demanda de moda ecológica*, para *DW-WORLD.DE Deutsche Welle*. Véase en Anexo 7.

<sup>4</sup> *Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)* Su objetivo es de proporcionar información y asesoramiento a los consumidores y trabajar en defensa de sus intereses.

<sup>5</sup> Artículo publicado el 26 de marzo del 2008 en la sección de *Salud de EcoDiario* de la ciudad de Madrid. Véase en Anexo 8.

## **2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

El estudio de mercado incidirá concretamente en las siguientes cuestiones:

### **Análisis del consumidor**

- Sexo
- Edad
- Actividad
- Presupuesto de consumo
- Frecuencia de consumo

### **Análisis del producto**

- Formal
- Casual
- Informal
- Religioso

### **Análisis del mercado**

- Indispensable
- Necesario
- Ocasional

## **2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR**

- **SEXO**  
Femenino  
Masculino
- **EDAD**  
Todas las edades.
- **ACTIVIDAD**  
Estudiantes, Profesionales, Amas de Casa.

## 2.5 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

La población es definida como el conjunto que representa todas las mediciones de interés para el estudio de mercado. Mientras que la muestra es un subconjunto de unidades del total, que permite inferir la conducta del universo en su conjunto.

La población que se ha considerado para la realización del presente estudio de mercado se concentra a la ciudad de Guayaquil.

Para determinar el tamaño de la muestra, hemos tomado la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador INEC, basándonos en las Proyecciones de Población 2001 – 2009 del Censo de Población y Vivienda.

### *Población Año 2009*

Población Cantón Guayaquil	2'278.738
Población Área Urbana Cantón Guayaquil	2'253.987
Población Área Rural Cantón Guayaquil	24.751

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.  
Tabla 2-1: Población del cantón Guayaquil área urbana y rural.

## 2.6 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Dado que se van a realizar encuestas en la ciudad de Guayaquil, se ha decidido utilizar un tipo de muestreo por selección intencionada, dirigido a los sectores que se puede considerar más interesados en el tema, es decir todas las edades.

### *Muestra Año 2009*

Población Área Urbana – Rural del Cantón Guayaquil	2'278.738
--	-----------

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.  
Tabla 2-2: PROYECCIONES DE POBLACION 2001-2010.

Para poder definir cuál es el total de encuestas que se deben realizar, utilizamos la siguiente fórmula de población finita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

**n** → es la incógnita

**N** → representa nuestro universo

**p** → representa las posibilidades de éxito

**q** → representa las posibilidades de fracaso

**Z** → representa la confiabilidad del proyecto

**e** → representa el margen de error

$$n = ?$$

$$N = 2'278.738$$

$$p = 60\%$$

$$q = 40\%$$

$$Z = 95\%$$

$$e = 5 \%$$

$$n = ?$$

$$N = 2'278.738$$

$$p = 0.6$$

$$q = 0.4$$

$$Z = 1.96$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.6 \cdot 0.4 \cdot 278738}{278738 \cdot 0.05^2 + (1.96)^2 \cdot 0.6 \cdot 0.4}$$

$$n = \frac{(1.8416) \cdot 0.24 \cdot 278738}{278738 \cdot 0.0025 + (1.8416) \cdot 0.24}$$

$$n = \frac{2100959,976192}{5696,845 + 0.921984}$$

$$n = \frac{2100959,976192}{5697,766984}$$

$$n = 368$$

## 2.7 DISEÑO DE LA ENCUESTA



### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)

Encuesta:

#### “CAMPAÑA DE INTRODUCCION DE NUEVA LINEA DE ROPA ECOLOGICA”

El propósito de esta encuesta es conocer el número de personas que tienen conocimientos sobre tipos de ropa ecológica, materiales de los cuales están fabricadas, así como su nivel de aceptación en utilizar dichas vestimentas a fin de no perjudicar el medio ambiente.

Agradecemos de antemano la información por usted proporcionada.

“¿Sabía usted que el algodón común de las prendas de vestir posee contaminantes para su salud y el medio ambiente?”<sup>1</sup>

“¿Sabía usted que al no lavar su prenda recién comprada puede tener problemas de la piel?”<sup>2</sup>

1: <http://ecodiario.economista.es/salud/noticias/434477/03/08/La-OCU-detecta-productos-quimicos-que-provocan-alergias-e-irritaciones-en-pijamas-infantiles.html>

2: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,4702747,00.html?maca=spa-aa-top-867-rdf>

Encuesta autorizada por:

ESPOL-EDCOM:

---

Realizada por:

Edmundo Córdova \_\_\_\_\_

Ivis Talledo A. \_\_\_\_\_

Max Pérez V. \_\_\_\_\_

**Marque con una X su respuesta en cada una de las siguientes preguntas:**

**1.- Al comprar ropa, ¿qué es lo que más llama su atención?**

(Puede seleccionar uno o dos alternativas)

- Calidad
- Precio
- Material
- Marca
- Otros: \_\_\_\_\_

**2.- ¿De qué material prefiere comprar su ropa?**

(Puede seleccionar uno o dos alternativas)

- Ceda
- Algodón
- Poliéster
- Lana
- Látex

**3.- ¿Sabía usted que existe ropa elaborada a base de materiales orgánicos?**

- Si.
- No

¿Cómo obtuvo dicha información? : \_\_\_\_\_

**4.- Si respuesta anterior fue afirmativa, indique los materiales que usted conoce**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**5.- ¿Compraría usted ropa hecha a base de materiales orgánicos?**

- Si.
- No

¿Por qué?: \_\_\_\_\_

**6.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de ropa?**

- Menos de 20 USD
- Entre 20 y 35 USD
- Entre 35 y 45 USD
- 45 USD
- Otro valor, favor especifique: \_\_\_\_\_

**7.- ¿Si se estaría lanzando una campaña en protección del medio ambiente, estaría dispuesto usted a apoyarla?**

- Si
- No

¿Por qué?: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**8.- Si usted escuchara el nombre de “ORGANIC CLOTHES”, que es lo primero que viene a su mente?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**9.- ¿Estaría dispuesto usted a unirse a esta campaña a favor del medio ambiente?**

- Si
- No

¿Por qué?: \_\_\_\_\_

**Encuestado**

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_

## 2.8 TABULACIÓN, RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

### 1.- Al comprar ropa, ¿qué es lo que más llama su atención? (Puede seleccionar uno o dos alternativas)

Precio	45
Calidad	156
Material	36
Marca	30
Otros	33

Tabla 2-3: Resultado de lo que más ven las personas al comprar.

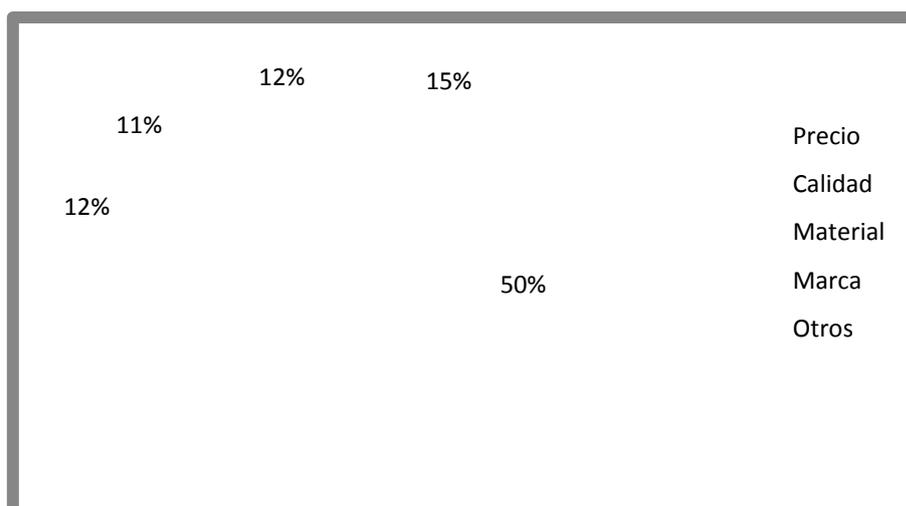
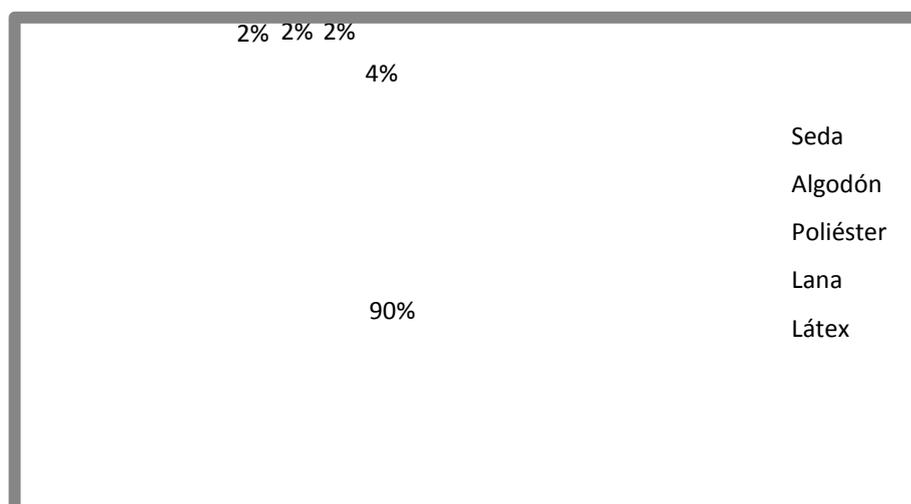


Figura 2-1: Representación porcentual de lo que más ven las personas al comprar.

El 15% de las 300 personas encuestadas al comprar se fijan en el Precio, en el 50% se fijan en la Calidad, el 12% en el Material el 11% en la Marca y el 12% se fijan en otros aspectos.

**2.- ¿De qué material prefiere comprar su ropa?****(Puede seleccionar uno o dos alternativas)**

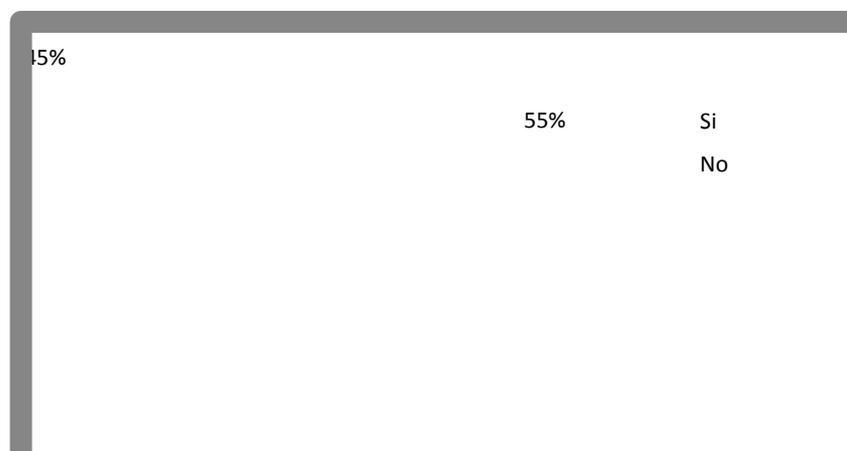
Ceda	12
Algodón	270
Poliéster	6
Lana	6
Látex	6

**Tabla 2-4: Tipos de material que las personas prefieren en su ropa.****Figura 2-2: Representación porcentual del tipo de material en su ropa.**

El 90% de las 300 personas encuestadas al comprar prefieren el algodón, el 4% eligen la seda y la minoría correspondiente al 2% optan por el Poliéster, Lana y Látex.

**3.- ¿Sabía usted que existe ropa elaborada a base de materiales orgánicos?**

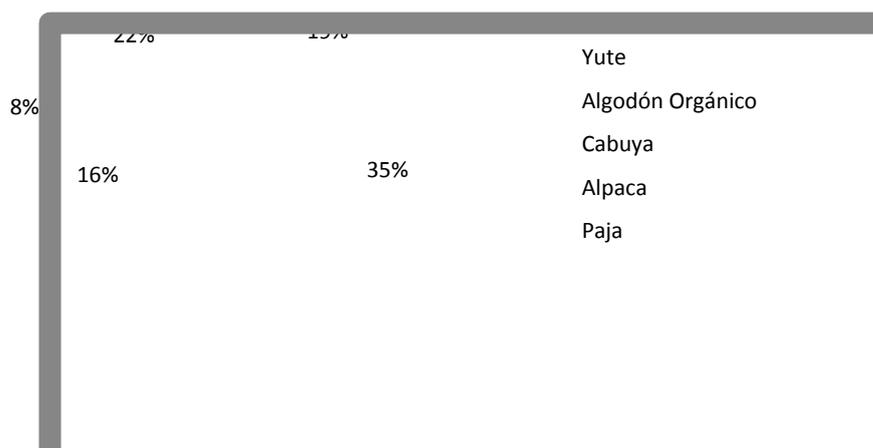
Si	165
No	135

**Tabla 2-5: Resultados de las personas que conocen de la elaboración de ropa orgánica.****Figura 2-3: Representación porcentual del conocimiento de la elaboración de ropa orgánica.**

El 55% de las 300 personas encuestadas conocen de la elaboración de ropa orgánica y el 45% desconocían de la elaboración.

**4.- Si respuesta anterior fue afirmativa, indique los materiales que usted conoce**

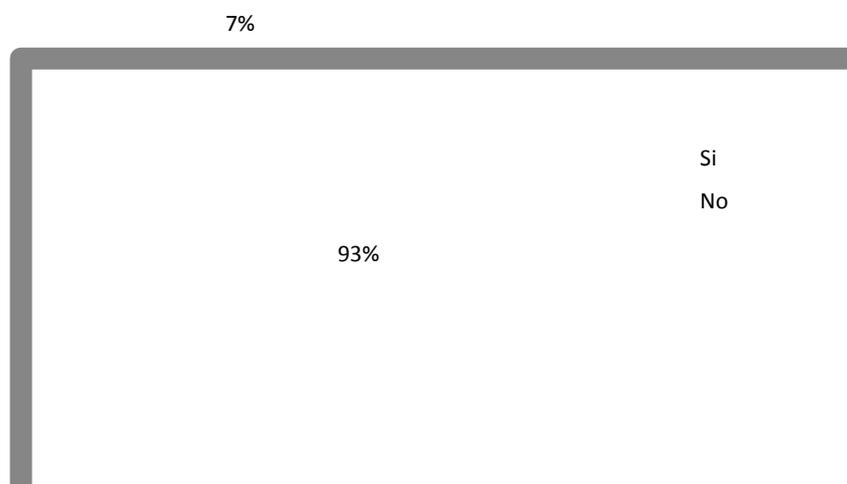
Yute	32
Algodón Orgánico	57
Cabuya	26
Alpaca	14
Paja	36

**Tabla 2-6: Tipos de material orgánico que las personas conocen.****Figura 2-4: Representación porcentual de los tipos de material orgánico que conocen.**

De las 165 personas que afirmaron conocer materiales orgánicos, los más nombrados fueron: el 19% Yute, el 35% Algodón Orgánico, el 16% Cabuya, el 8% Alpaca y el 22% Paja.

**5.- ¿Compraría usted ropa hecha a base de materiales orgánicos?**

Si	279
No	21

**Tabla 2-7: Resultados de las personas que comprarían ropa orgánica.****Figura 2-5: Representación porcentual de las personas que comprarían ropa orgánica.**

El 55% de las 300 personas encuestadas conocen de la elaboración de ropa orgánica y el 45% desconocían de la elaboración.

## 6.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de ropa?

Menos de 20 USD	111
Entre 20 y 35 USD	153
Entre 35 y 45 USD	24
45 USD	9
Mas	3

Tabla 2-8: Resultado del presupuesto que pagarían por este tipo de ropa.

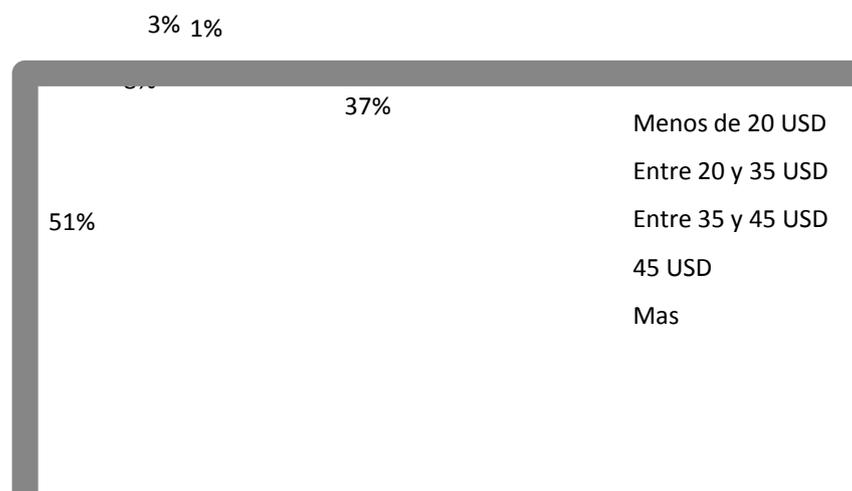


Figura 2-6: Representación porcentual del presupuesto que pagarían por este tipo de ropa.

El 37% de las 300 personas estarían dispuestas a pagar 20 USD por este tipo de ropa, el 51% gastarían entre 20 y 35 USD, el 8% entre 35 y 45 USD, el 3% 45 USD y el 1% más.

7.- ¿Si se estaría lanzando una campaña en protección del medio ambiente, estaría dispuesto usted a apoyarla?

Si	285
No	15

Tabla 2-9: Resultados de las personas que apoyarían a la protección al medio ambiente.

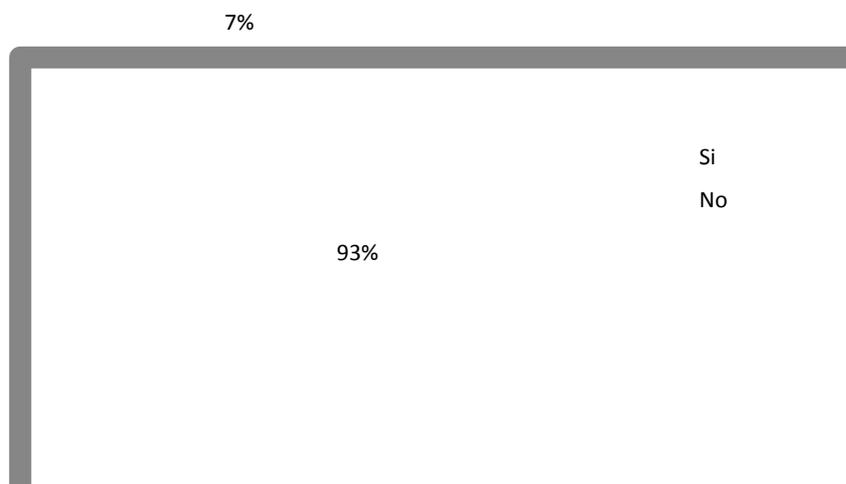


Figura 2-7: Representación porcentual de las personas que apoyarían a la protección al medio ambiente.

El 93% de las 300 personas están dispuestas apoyar a favor del medio ambiente y el 7% no lo están.

8.- Si usted escuchara el nombre de “ORGANIC CLOTHES”, ¿qué es lo primero que viene a su mente?

Fundación en protección del Medio Ambiente	84
Boutique	9
Ropa	69
Ropa Reciclable	129
Otros	9

Tabla 2-10: Resultado de lo que piensan de “ORGANIC CLOTHES”.

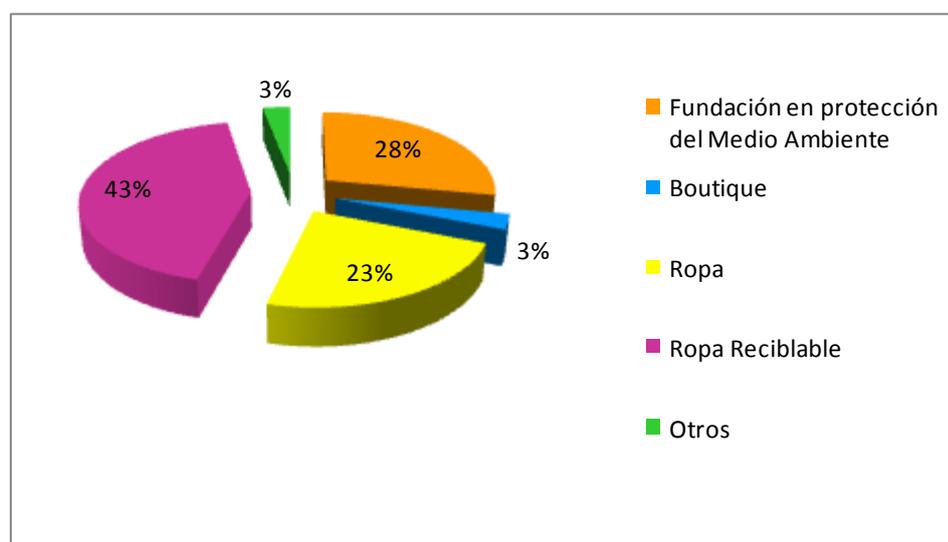


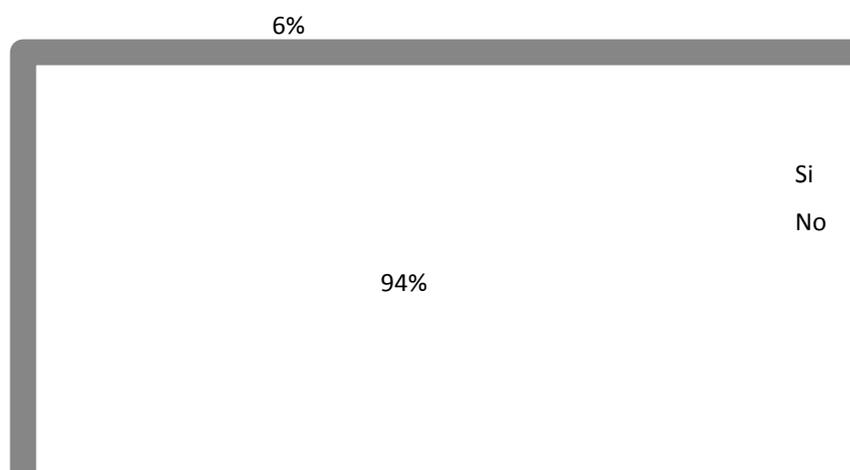
Figura 2-8: Representación porcentual de lo que piensan de “ORGANIC CLOTHES”.

El 28% de las 300 personas relacionan “ORGANIC CLOTHES” con una Fundación en protección del Medio Ambiente, el 3% con una Boutique, el 23% con Ropa, el 43% con Ropa Reciclable y el 3% con otras cosas.

**9.- ¿Estaría dispuesto usted a unirse a esta campaña a favor del medio ambiente?**

Si	282
No	18

**Tabla 2-11: Resultados de las personas que se unirían a la campaña en protección del medio ambiente.**

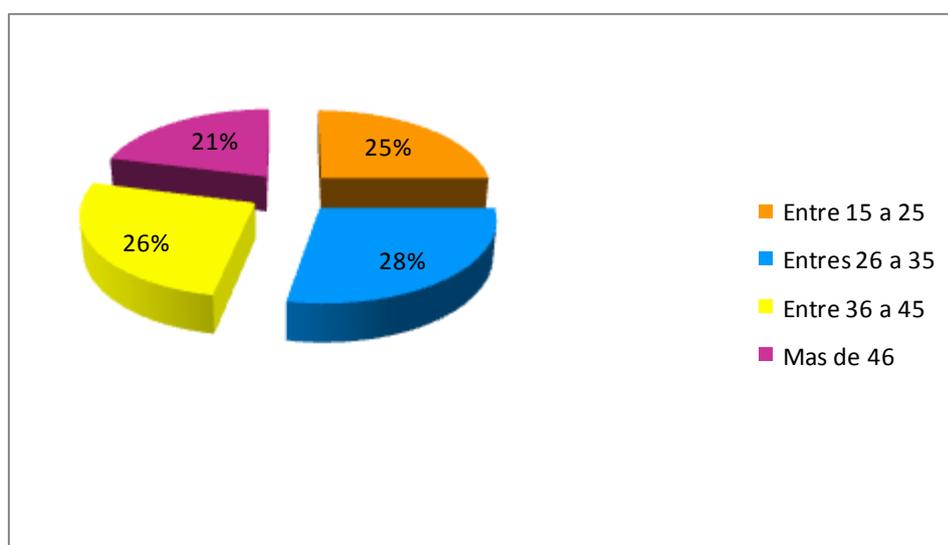


**Figura 2-9: Representación porcentual de las personas que se unirían a la campaña en protección del medio ambiente.**

El 94% de las 300 personas están dispuestas unirse a la campaña en protección al medio ambiente y el 6% no lo están.

**10.- Rangos de edades de las personas encuestadas**

Entre 15 a 25	75
Entre 26 a 35	84
Entre 36 a 45	78
Más de 46	63

**Tabla 2-12: Rango de edad de las personas encuestadas.****Figura 2-10: Representación porcentual del rango de edad de las personas encuestadas.**

El 25% de las 300 personas encuestadas se encuentran en el rango de edad entre 15 a 25 años, en el 28% se colocan las personas entre 26 a 35 años, el 26% entre 36 a 45 y el 21% más de 46.

## **2.9 CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Después de realizar la encuesta de la campaña del lanzamiento de la marca ORGANIC CLOTHES se llegó a la conclusión que más del 90% de los entrevistados entre su mayoría mujeres, correspondiendo al 50% estaban de acuerdo en el uso de este tipo de vestimenta por ayudar a conservar el medio ambiente y apoyar la campaña.