

PROPÓSITO:

Aprender a recolectar datos e información relevante que le permitan tomar decisiones sobre la viabilidad de su Proyecto.

DBA 10. Interpreta información estadística presentada en diversas fuentes de información, la analiza y la usa para plantear y resolver preguntas que sean de su interés. (MATEMATICAS GRADO 6)

MOTIVACIÓN:

Recolección de información.

Para crear un proyecto productivo exitoso es importante decidir sobre qué producto o servicio se va desarrollar la idea de negocio, además es necesario conocer cuál y cómo es el mercado en el que se encuentra tal producto o servicio, así como la competencia que tendría. En la sesión anterior usted aprendió el concepto de idea de negocio, ahora aprenderá cómo obtener información que le permita decidir si su idea de negocio es o no viable.

**Estadística es el arte de
torturar los números hasta
que confiesen lo que uno
desea...**

EXPLICACIÓN:

La recopilación de información es un proceso en el cual se buscan datos que permitan responder preguntas relacionadas con el producto o servicio. Por ejemplo, cuando alguien va al mercado a comprar leche, primero busca información sobre los precios, tamaños y marcas de leche antes de tomar la decisión de comprar. La información se puede tomar de diferentes lugares o personas y a eso se le llama fuentes primarias y secundarias. Las primarias se refieren a información que se puede obtener de otras personas y las secundarias son las que se encuentran en libros, periódicos, Internet, entre otros.

Existen diferentes formas de obtener información a partir de fuentes primarias, se pueden hacer entrevistas, encuestas, cuestionarios o simplemente observaciones.



OBSERVACIÓN

La observación es una técnica que permite obtener información de forma directa a partir de indagaciones de sitios, lugares, procesos y comportamientos. Un ejemplo puede ser una visita a otras empresas o lugares donde se ofrezca el producto o servicio de su interés u observar el comportamiento o reacción del consumidor ante determinado producto.

Cuando una persona tiene una idea de negocio, debe planear visitar los lugares donde fabrican o se ofrecen los productos que eligió para su negocio y observar aspectos como: a) cómo es el lugar (extensión, disposición, ubicación, etc.); b) cuántas personas trabajan en la producción del bien o cuántas personas atienden el servicio; c) cómo fabrican el producto en esos lugares o cómo ofrecen en servicio; entre otros. Los resultados de la observación le ayudan a tener una idea de cómo quiere que sea su negocio; además, le permiten construir su propia opinión y conclusiones acerca de lo que observó.

Por ejemplo, Andrea planea montar un negocio de siembra y recolección de arroz, por lo que después de investigar sobre ese mercado, decidió visitar diferentes empresas dedicadas a él. Una de ellas es "Arroces Tolima" donde planeó en su visita atender a los siguientes aspectos:

Fecha de la observación	Marzo 18 2021
Lugar de la observación	Arroces Tolima
Persona de contacto	Marina Cáceres
Aspectos para tener en cuenta	Resultados de la observación
Lugar	El lugar es grande, tiene en total 245 hectáreas. El terreno está cercado con estacas y alambre de púas. La siembra se logra a partir de tractores de cosecha, que depositan las semillas en una distancia aproximada de 18 cm, para un total de 80 Kg de semillas por hectárea.
Personas	En el cultivo trabajan 50 personas aproximadamente.
Productos o servicios	La empresa se dedica a la siembra, pero están asociados con otras empresas y ofrecen asesoría para pequeños cultivadores de arroz. El arroz producido es de muy buena calidad.
Tecnología	La empresa tiene todas las máquinas para cosechar el arroz. Una de ellas es un GPS que ayuda a identificar las hectáreas adecuadas para la siembra. Cuenta también con tractores para la siembra (máquina de surco); para el riego de las semillas se utiliza recurso humano. Para evaluar la humedad de la semilla se emplea un molino; en la recolección se utiliza una máquina llamada combinada.

En caso de que la idea de negocio sea un servicio, también se puede hacer su observación, indicando el lugar donde se presta el servicio, el personal dispuesto para ofrecer el servicio, las características del servicio y las herramientas utilizadas para brindarlo.

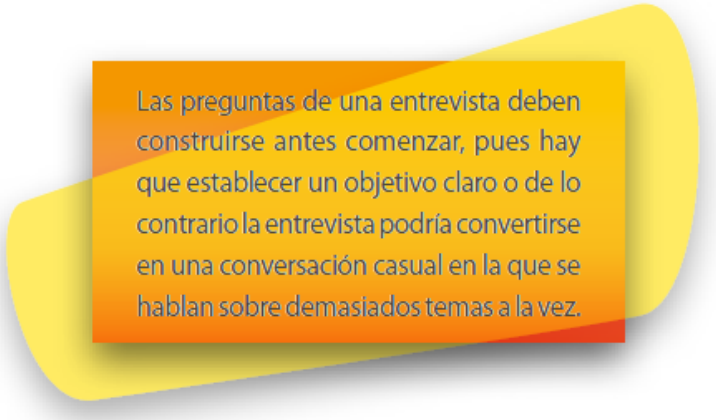
ENTREVISTA

La entrevista, por su parte, es un método en el que se formulan preguntas a diferentes personas acerca de un determinado tema; por medio de esta herramienta se pueden conocer las ideas, opiniones y gustos de los posibles compradores del producto o servicio, así como opiniones de

expertos acerca del negocio. Las personas pueden dar respuestas con muchos detalles.

Por ejemplo, imagine que usted va a comprar una casa y quiere que sea grande, que esté bien ubicada y tenga buenos vecinos. Además de ir a observar la casa, usted tiene la posibilidad de hablar con algunas de las vecinas y preguntarles cómo es la vereda, qué mercados o tiendas quedan cerca, qué tan fácil es el transporte, cómo es la vida vecinal, etc.

Las respuestas le servirán para tomar una decisión más informada sobre su compra. Cuando se tiene una idea de negocio es importante preguntar a personas que se dedican al mismo negocio. Estas preguntas deben ser abiertas; es decir, deben permitir que la persona brinde toda la información posible. Las respuestas a esas preguntas le deben permitir evaluar si su idea de negocio es o no viable.



Las preguntas de una entrevista deben construirse antes comenzar, pues hay que establecer un objetivo claro o de lo contrario la entrevista podría convertirse en una conversación casual en la que se hablan sobre demasiados temas a la vez.

Por ejemplo, Lucía y Juan deciden emprender una idea de negocio uniendo la habilidad de Lucía para preparar postres y la pericia en el cultivo de arroz de Juan. Juntos escribieron varias preguntas y llevaron a cabo algunas entrevistas a diferentes personas dedicadas al negocio de los postres; entre ellas incluyeron:

- »» ¿Qué tipo de postres hacen?
- »» ¿Cuáles son las presentaciones de los postres?
- »» ¿Cuáles son los contenidos nutricionales de los postres?
- »» ¿A quiénes están dirigidos los postres?

Pero no entrevistaron únicamente a los dueños de negocio, también lo hicieron con los clientes para conocer cuáles serían los intereses y necesidades del público objetivo en los que deberían enfocarse.

Así que, entre otras cosas les preguntaron:

- »» ¿Qué tipo de postres consume?
- »» ¿Cuáles son los sabores que más le gustan?
- »» ¿Qué presentación de postres le gustan?
- »» ¿Compra postres por fuera o los hace en su casa?

ENCUESTA

Finalmente, la encuesta es un método que permite obtener información relacionada con el conocimiento que tienen un grupo de personas sobre cierto tema. A diferencia de la entrevista, la persona tiene opciones de respuesta que pueden ser “sí” o “no”, o de selección múltiple (cuando se dan diferentes alternativas de respuesta a las preguntas); también existen pruebas de diferencial

semántico, en las que se le presenta al encuestado una escala numérica (generalmente de 1 a 5) en la que debe ubicar su respuesta.

Un aspecto que debe ser tenido en cuenta a la hora de evaluar la viabilidad de una idea de negocio, es saber si éste es atractivo para otras personas y qué tipo de productos o servicios esperan encontrar en el negocio.

Cuando se quiere conocer la opinión de muchas personas sobre algo, se puede aplicar una encuesta, pues se trata de un instrumento que permite aplicación masiva para obtener resultados que se pueden analizar estadísticamente. Para hacer la encuesta, se debe comenzar por formular una lista de preguntas que se entregará a cada encuestado, a cada pregunta se deben seguir diferentes opciones de respuesta. En la encuesta no hay opción de contestar algo diferente a lo que presenta el formato, a diferencia de la entrevista, donde la respuesta es abierta.

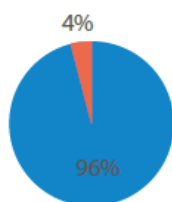
Siguiendo el ejemplo de Lucía y Juan, ellos quieren saber cuántas personas comprarían sus postres, de qué tamaño los prefieren, cuánto pagarían por ellos y cuáles son sus gustos en cuanto a sabores y presentación. Para conocer el comportamiento del mercado formularon la siguiente encuesta:

- »» Usted consume postres?
- »» ¿Con qué frecuencia consume postres?
- »» ¿Cuál es el tamaño de porción que más le gusta para un postre?
- »» ¿Qué tipo de postre consume normalmente?
- »» ¿Hasta cuánto dinero invierte en un postre?
- »» ¿Por qué le gustan los postres de este negocio?

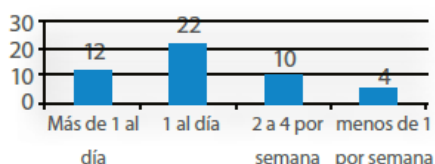
No basta con hacer las encuestas y recolectar la información. Una parte vital del proceso de conocimiento del mercado es el análisis de las encuestas, en donde se aplican los conocimientos de diversas áreas como las matemáticas. Lo primero que debe hacerse es centralizar la información y la mejor herramienta para hacerlo es un cuadro o diagrama estadístico, como el diagrama de barras, de torta, etc.

Para el ejemplo anterior Lucía y Juan centralizaron la información recolectada en las encuestas que aplicaron a 50 personas en los siguientes diagramas que muestran el gusto de los posibles consumidores de sus postres.

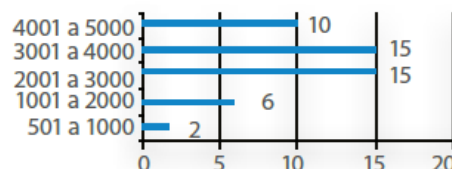
¿Consumes postres?



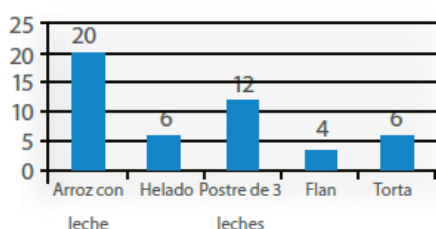
Frecuencia de consumo de postres



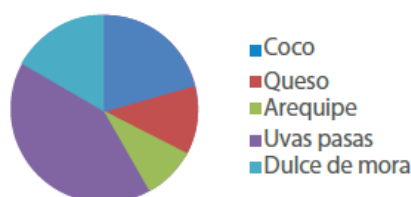
Precio que pagaría por un postre



Postre favorito



Acompañamiento para el arroz con leche



De esta forma la información es más fácil de analizar y así se pueden sacar mejores conclusiones.

EJERCICIOS:

A continuación se muestran los resultados de una encuesta hecha a 100 personas acerca de sus gustos por las artesanías; con base en la información aquí presentada:

Tabulación de resultados de la encuesta.

<p>I. ¿Usa artesanías?</p> <p>a. (90) Sí</p> <p>b. (10) No</p>	<p>III. ¿Qué colores prefiere en las artesanías?</p> <p>a. (30) Tonos tierra</p> <p>b. (35) Colores vivos</p> <p>c. (15) Blancos y negros</p> <p>d. (10) Otros</p>
<p>II. ¿Qué tipo de artesanías prefiere?</p> <p>a. (40) manillas</p> <p>b. (20) collares</p> <p>c. (20) aretes</p> <p>d. (10) otros</p>	<p>IV. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una manilla artesanal?</p> <p>a. (5) \$ 2000</p> <p>b. (25) \$ 4000</p> <p>c. (45) \$ 6000</p> <p>d. (15) \$ 8000</p>

1. Haga la gráfica de al menos dos de las preguntas de la encuesta.
2. Saque 3 conclusiones acerca del tipo de producto que debería fabricar.

EVALUACIÓN:

1. Piense en un producto o servicio que le gustaría producir, como un postre, una prenda de vestir, etc. Visite una tienda donde lo vendan y por 30 minutos observe cuántos clientes lo compran y qué opiniones le dan acerca del mismo (los 30 minutos pueden no ser seguidos, puede observar 3 veces por periodos de 10 minutos por ejemplo)
2. Construya una encuesta de 5 preguntas que indaguen por aspectos de su proyecto. Aplique la encuesta a al menos 10 personas y grafique la información que pueda para analizarla mejor.
3. Saque una lista de por lo menos 4 conclusiones que deduzca de la observación y la encuesta.
4. ¿Cómo fue su desempeño en la elaboración de la actividad? Indique fortalezas y debilidades y justifíquelas.

BIBLIOGRAFÍA: