

Módulo III. Diseño de estudios de mercado y levantamiento de datos

PRODUCTO DESTACADO:

Estudio de mercado sobre la percepción y consideraciones de individuos de la Región Central venezolana sobre el desplazamiento de las empresas internacionales del mercado nacional.



Autores:

Kristel Abraham, Joxy Materan, Vladimir Sánchez, Yudersy Villegas y María García.

El objetivo es elaborar e implementar un instrumento de recolección de datos que permita obtener una aproximación e información valiosa sobre la percepción de los consumidores de la Región Central de Venezuela sobre la ausencia de marcas y productos internacionales en el mercado venezolano en los últimos 10 años.

El propósito del instrumento es determinar el nivel de conocimiento con respecto a las marcas internacionales que han salido de Venezuela, así como la percepción de los consumidores sobre los motivos o causas detrás de su partida. De igual manera, se pretende indagar sobre la percepción, incidencia o efectos que ha generado la ausencia de productos internacionales en la sociedad según la apreciación o juicio de los encuestados.

Ahora bien, la interrogante planteada a fin de cumplir con el objetivo descrito es: ¿Conocen los venezolanos las marcas y productos internacionales que han desaparecido del mercado en los últimos 10 años? ¿Esto les afecta de alguna manera?

Entonces, el cuestionamiento pretende abordar distintas variables, tales como: percepción / conocimiento; impacto en la población y en el tiempo; sociodemográfica. A fin de caracterizar o conceptualizar las variables, se presentan los indicadores por variables:

1. Percepción y conocimiento: número de personas que afirman estar conscientes de los productos desaparecidos, así como el porcentaje de la muestra que efectivamente conoce o tiene una aproximación sobre aquellos productos extranjeros desaparecidos del mercado nacional.
2. Impacto en la población y en el tiempo: cifras y tendencias en el impacto de acuerdo a la progresiva desaparición de productos del mercado nacional.
3. Sociodemográfica: rango de edad; distribución por municipios de Caracas y otros puntos geográficos de la Región Central venezolana; género; lugar y tipo de establecimiento al que recurre al momento de hacer las compras.

En consideración de esas variables y en búsqueda de una respuesta a la interrogante planteada, se propone una **investigación de mercado** implementada a través de una encuesta virtual, de 16 interrogantes, que contempla la indagación de datos cualitativos y cuantitativos. De igual manera, la fuente de información es primaria, al ser recolectada la información por los investigadores. Es importante destacar que se procura recolectar datos de individuos de la Región Central venezolana, de distintas edades y niveles educativos.

Ahora bien, el instrumento de recolección de datos es el siguiente:

Te invitamos a completar el siguiente formulario que será parte de un levantamiento de datos sobre un estudio de mercado para conocer tu opinión acerca de las marcas y productos de empresas privadas en el mercado venezolano que se han ausentado, en el marco de los últimos 10 años.

1. Por favor indica ¿a cuál municipio perteneces?:

Libertador

Sucre

Chacao

Baruta

El Hatillo

Otro (por favor, especifique)

2. Indica tu edad:

3. Indica tu sexo:

Hombre

Mujer

Intersexual

Prefiero no decirlo

4. ¿Has oído hablar de empresas privadas que dejaron el mercado venezolano en los últimos 10 años?

Sí, muchas

Sí, algunas

No, nunca escuché hablar de ello

Bifurcación c

4.1. ¿Cuál es tu opinión como consumidor sobre las marcas y productos durante los últimos 10 años?

Bifurcación a y b

5. ¿Cuál cree usted que es el porcentaje aproximado de empresas privadas que han salido del mercado venezolano en los últimos 10 años?

Más del 75%

Entre el 51% y 75%

Entre el 25% y 50%

Menos del 25%

6. ¿Cuáles cree usted que son algunas de las principales razones por las que las empresas privadas han salido del mercado venezolano?

Dificultades económicas

Cambios en las políticas gubernamentales

Competencia extranjera

Otras (por favor especifique)

7. ¿Tiene conocimiento de empresas privadas específicas que dejaron el mercado

venezolano en los últimos 10 años?

Sí, mencione algunas

No, no conozco ninguna

8. ¿En su opinión, qué medidas podrían tomar el gobierno para ayudar a mantener a las empresas privadas en el mercado venezolano?

Mejora en la política económica

Estabilidad política

Apoyo financiero y técnico

Otras (por favor especifique)

9. ¿Considera importante estar informado sobre las marcas y productos que han dejado de estar presentes en el mercado venezolano?

Sí

No

10. ¿Ha experimentado usted algún impacto personal debido a la salida de empresas privadas del mercado venezolano?

Sí, de manera directa (Especificar) Pudo quedar desempleado por ejemplo

Sí, de manera indirecta

No, no ha afectado mi vida

11. ¿Cree usted que la salida de estas empresas privadas del mercado venezolano ha tenido un impacto en los precios de productos y servicios disponibles para la población actualmente?

Sí, un impacto significativo

No, no ha cambiado mucho los precios

No tengo suficiente información para responder

12. ¿Cree usted que las empresas privadas que abandonaron el mercado venezolano podrían haber adoptado estrategias alternativas para enfrentar los desafíos que enfrentaron en lugar de salir del mercado?

Sí, seguramente hubieran podido

No, creo que sus salidas fueron ineludibles

No tengo suficiente información para responder

13. ¿Cuál, a su juicio, es el sector económico más afectado por la salida de empresas privadas del mercado venezolano?

Industria manufacturera

Comercio minorista

Servicios

Otro sector (por favor especifique)

14. ¿En su opinión, qué aspectos del entorno empresarial en Venezuela podrían ser mejorados para evitar la salida de empresas privadas en el futuro?

Mejora en la infraestructura

Estabilidad política y económica

Reformas en la legislación laboral y tributaria

Otras (por favor especifique)

15. Desde que varias empresas del sector privado se han ido del país, la calidad de los productos venezolanos:

Ha disminuido

Se han mantenido igual

Ha mejorado

No lo sé

16. ¿Dónde suele realizar la mayor parte de sus compras de productos importados?

Supermercados (Unicasa, Gama, Central Madeirense, Plaza 's, Excelsior Gama, Rio Supermarket)

Farmatodo/Locatel/Redvital

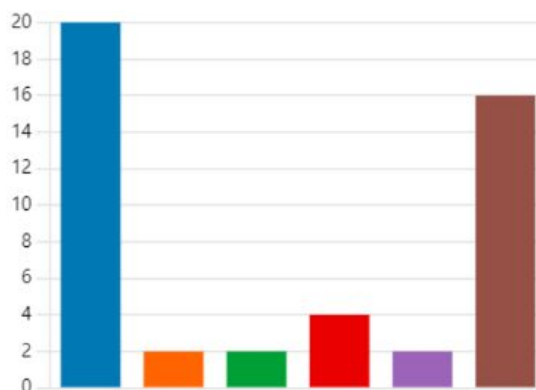
Tiendas especializadas (bodegones físicos)

Tiendas en línea

Mercados informales

Resultados.

Población



Tendencia en los resultados por muestreo aleatorio simple. 46 respuestas, que se acercan en un 68% una muestra representativa¹ de la población en la Gran Caracas². En este caso, con predominancia en mayor proporción de mujeres, y de habitantes mayormente del Municipio Libertador. Las edades halladas fueron desde los 16 años de edad, hasta los 64, con una mayor aparición del rango de edad 18 a 24: jóvenes.

Percepción de las marcas y empresas ausentes en el mercado

Se evidencia una tendencia mayoritaria en la noción de ausencia de la empresa privada en los últimos 10 años, donde al menos el 65% de los encuestados consideran que al menos la mitad de las empresas privadas extranjeras, han salido del mercado; atribuido a dificultades económicas, según casi la mitad de los encuestados. Para el 85% de los encuestados, esta es una situación que gana su atención.^{3 4}

● Sí, muchas	23
● Sí, algunas	21
● No, nunca escuché hablar de ello	2



¿Ha oído hablar de empresas privadas que dejaron el mercado venezolano en los últimos 10 años?

● Más del 75%	5
● Entre el 51% y 75%	25
● Entre el 25% y 50%	13
● Menos del 25%	1



¹ Considerando un margen de error del 10%, y un nivel de confianza de 90%

²<https://www.caf.com/es/temas/o/observatorio-de-movilidad-urbana/ciudades/caracas/#:~:text=Su%20poblaci%C3%B3n%20es%20de%20cerca,2%2C26%25%20en%20Chacao.>

³<https://runrun.es/nacional/inbox/192637/450-mil-empresas-han-desaparecido-en-venezuela-en-los-ultimos-16-anos/>

⁴<https://elucabista.com/2023/06/12/sin-la-formacion-de-jovenes-talentos-que-alimenten-la-industria-no-sera-posible-el-desarrollo-de-la-empresa-privada/>

¿Cuál cree usted que es el porcentaje aproximado de empresas privadas que han salido del mercado venezolano en los últimos 10 años?

● Dificultades económicas	22
● Cambios en las políticas gubern...	18
● Competencia extranjera	2
● Otras	2



¿Cuáles cree usted que son algunas de las principales razones por las que las empresas privadas han salido del mercado venezolano?

● Sí	39
● No	5



¿Cuáles cree usted que son algunas de las principales razones por las que las empresas privadas han salido del mercado venezolano?

● Sí	39
● No	5

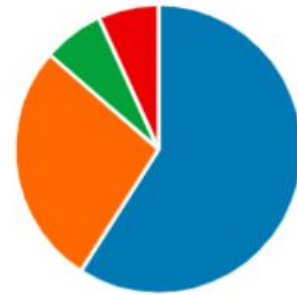
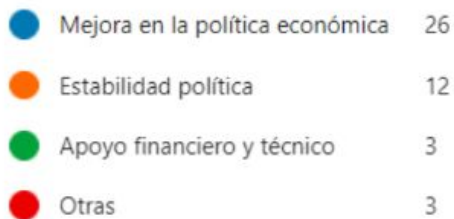


¿Considera importante estar informado sobre las marcas y productos que han dejado de estar presentes en el mercado venezolano?

● Sí	39
● No	5



¿En su opinión, qué medidas podrían tomar el gobierno para ayudar a mantener a las empresas privadas en el mercado venezolano?



En términos de percepción, la principal acción para mitigar el caso, está implicado en el gobierno por tomar acciones en la política económica

Impacto en la población

Al evaluar el impacto de la salida de empresas internacionales del mercado venezolano en el casco central de Caracas durante los últimos años, se encontró que aproximadamente el 77% de los encuestados han experimentado un impacto personal debido a esta situación, mientras que el 76% indicó que la salida de estas empresas ha tenido un impacto significativo en los precios de los productos y servicios disponibles en la zona. Estos hallazgos sugieren que la salida de empresas internacionales ha tenido repercusiones tanto a nivel personal como económico en la comunidad del casco central de Caracas, destacando la importancia de comprender y abordar las implicaciones de este fenómeno para el bienestar y la estabilidad económica de la región.

- Sí, de manera indirecta 34
- No, no ha afectado mi vida 10



¿Ha experimentado usted algún impacto personal debido a la salida de empresas privadas del mercado venezolano?

- Sí, un impacto significativo 32
- No, no ha cambiado mucho los ... 3
- No tengo suficiente información... 9



¿Cree usted que la salida de estas empresas privadas del mercado venezolano ha tenido un impacto en los precios de productos y servicios disponibles para la población actualmente?

Percepción de la población del abandono de empresas internacionales en el mercado venezolano

Se llevó a cabo un estudio para evaluar la percepción de la población sobre el abandono de empresas internacionales en el mercado venezolano. Se encontró que el 27% de los encuestados considera que estas empresas podrían haber adoptado estrategias alternativas para enfrentar los desafíos en lugar de salir, mientras que el 43% no está de acuerdo. En cuanto al sector económico más afectado, el 56% señaló a la industria manufacturera, seguida por el comercio minorista con un 22%, y los servicios con un 20%.

Respecto a los aspectos del entorno empresarial que podrían ser mejorados para evitar futuras salidas de empresas privadas, el 64% destacó la necesidad de mejorar la estabilidad política y económica del país, seguido por un 18% que sugirió reformas en la legislación laboral y un 9% que mencionó la mejora de la infraestructura. Estos resultados muestran una diversidad de opiniones, pero coinciden en la importancia de abordar la estabilidad política y económica como un factor clave para evitar futuras salidas de empresas privadas del mercado venezolano.

- Sí, seguramente hubieran podido 12
- No, creo que sus salidas fueron ... 19
- No tengo suficiente información... 13



¿Cree usted que las empresas privadas que abandonaron el mercado venezolano podrían haber adoptado estrategias alternativas para enfrentar los desafíos que enfrentaron en lugar de salir del mercado?

- Industria manufacturera 25
- Comercio minorista 10
- Servicios 9
- Otro sector 0



¿Cuál, a su juicio, es el sector económico más afectado por la salida de empresas privadas del mercado venezolano?

● Mejora en la infraestructura	2
● Estabilidad política y económica	33
● Reformas en la legislación labor...	9
● Otras	0

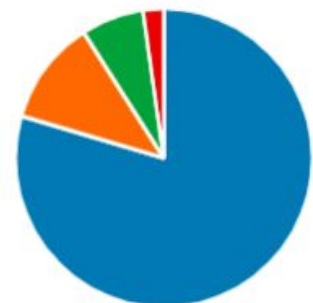


¿En su opinión, qué aspectos del entorno empresarial en Venezuela podrían ser mejorados para evitar la salida de empresas privadas en el futuro?

Percepción de la Calidad de los Productos Venezolanos

Se indagó sobre la percepción de la calidad de los productos venezolanos desde que varias empresas del sector privado se han ido del país. Los resultados mostraron una variada percepción entre los encuestados, siendo que el 70% expresó que la calidad ha disminuido, mientras que un 10% consideró que se ha mantenido igual y un 7% piensa que ha mejorado. Solo un 3% declaró no estar seguro de cómo ha cambiado la calidad de los productos venezolanos en este contexto.

● Ha disminuido	35
● Se han mantenido igual	5
● Ha mejorado	3
● No lo sé	1



Desde que varias empresas del sector privado se han ido del país, la calidad de los productos venezolanos:

Preferencia de Compras de Productos Importados

Se investigó dónde suele realizar la mayor parte de sus compras de productos importados la población. Los resultados indicaron que el 46% de los encuestados prefiere hacer sus compras en supermercados, seguido por un 20% que elige Farmatodos, un 7% que opta por los bodegones y un 7% que prefiere realizar sus compras en tiendas en línea. Un 13% mencionó los mercados informales como su lugar preferido para adquirir productos importados.

● Supermercados (Unicasa, Gama,...	23
● Farmatodo/Locatel/Redvital	10
● Tiendas especializadas (bodego...	3
● Tiendas en línea	3
● Mercados informales	5



¿Dónde suele realizar la mayor parte de sus compras de productos importados?

Los datos recopilados revelan una percepción mayoritaria entre los encuestados de que la calidad de los productos venezolanos ha disminuido desde la salida de empresas del sector privado del país. Además, las preferencias de compra de productos importados varían, destacando la importancia de entender las dinámicas del mercado local y las necesidades de los consumidores para informar decisiones futuras en políticas comerciales y estrategias empresariales.

Tipo de investigación: Investigación de Mercado.

Estudio del conocimiento y percepción sobre las empresas privadas que se han ausentado del mercado venezolano en los últimos 10 años.

En consideración de la encuesta presentada, la investigación implementada es de mercado, ya que los datos recolectados priorizan la percepción que tienen los ciudadanos de la Región Central con respecto al desplazamiento de las empresas privadas en el mercado venezolano.

El tipo de datos recogidos para la investigación, como es mencionado anteriormente, es cualitativo y cuantitativo. Ello se debe a la utilización de palabras y significados; así como también el uso de porcentajes y estimaciones numéricas. Para difundir la investigación se utilizó una herramienta de recolección virtual, el cual fue difundido por redes sociales mediante un enlace que conduce al usuario a la encuesta.

El estudio de mercado a desarrollar tiene como propósito ofrecer una aproximación a la percepción de los consumidores de la Región Central de Venezuela con respecto a la ausencia de marcas y productos internacionales en el mercado venezolano en los últimos 10 años. En ese sentido, un estudio de mercado constituye una herramienta provechosa para acceder al perfilamiento de los consumidores, así como su percepción sobre las marcas presentes en el mercado.

En esta oportunidad, más allá de profundizar en las consideraciones de los consumidores con respecto al mercado y sus bienes y servicios; se pretende indagar sobre cómo percibe el consumidor la ausencia o el progresivo abandono de distintas marcas internacionales del mercado venezolano.

La relevancia de esta propuesta yace en que resulta un instrumento útil para adquirir información valiosa sobre el mercado venezolano. Por ejemplo:

- Identificar oportunidades de negocio: Permite la detección de nichos de mercados que puedan ser aprovechados por empresas locales o extranjeras que deseen incorporarse al mercado venezolano. Así, presenta la oportunidad de poder incluir bienes o servicios que carecen de oferta o con una demanda in crescendo. Si bien la incursión o abordaje de nichos en el mercado puede implicar una tarea compleja, al estar sujeta a distintas variables, un estudio de mercado para identificar puntos débiles es un buen punto de partida.
- Evaluar competencia: Permite tener un acercamiento a los competidores locales e internacionales y, especialmente, a la percepción de los consumidores sobre la oferta disponible en el mercado. De tal manera, es conveniente analizar su desempeño y distintas estrategias de mercado; como resultado, es más fácil para los competidores adaptarse e ir un paso más allá. En alguna medida, la satisfacción de los consumidores es más probable en un mercado competitivo.

- Comprender al consumidor: El estudio de mercado arroja información valiosa sobre las preferencias, necesidades, inconformidades, percepciones y comportamientos de consumo de los clientes en Venezuela. Por lo tanto, la observación de tendencias permite el desarrollo de productos o soluciones coherentes con las condiciones y consideraciones de los consumidores.
- Toma de decisiones informadas: La toma de decisiones estratégicas, tácticas y coherentes es un elemento fundamental para comprender y atender efectivamente las demandas de un mercado. Es así que conocer la salida o progresivo abandono de marcas y empresas internacionales del mercado venezolano es útil para poder comprender la percepción de los consumidores y responder en consecuencia.

Por último, es importante destacar que la implementación de este instrumento de estudio de mercado será útil para revelar información valiosa y apropiada para determinar la percepción de los consumidores sobre el mercado venezolano. El rol del consumidor es esencial: es quien genera la demanda y, en última instancia, determina el éxito o fracaso de un producto o empresa en determinado mercado. Es preciso destacar que la progresiva salida de empresas internacionales del mercado venezolano responde a distintas razones.

Sin embargo, el presente estudio de mercado pretende abordar la percepción de los consumidores sobre la fuga de productos extranjeros y las razones que éstos atribuyen a la mencionada situación. Por lo tanto, se trata de un instrumento útil para determinar aquellas deficiencias o debilidades sistemáticas identificadas por los consumidores.

¿Cuál es el mensaje final?

La sociedad venezolana ha experimentado declives económicos en los últimos 10 años, y con esto se ha obligado a experimentar de igual manera cambios drásticos de acuerdo al uso de algunos productos muy utilizados y empresas muy reconocidas. Gracias a la percepción y tendencia que se observó en las respuestas, se puede justificar el hecho de que al Estado venezolano le afecta actualmente la ausencia de muchos de los productos o empresas en cuestión.

El mensaje final que se puede obtener con toda esta experiencia ha sido el logro de los objetivos específicos, ya que se percibe una magnitud considerable de la falta de estos productos/empresas hacia la sociedad venezolana, la afección de este cambio a la mayoría de la población participativa y, por último, se considera que muchas de las respuestas coinciden en que deben ser aplicadas medidas políticas y económicas para la restauración de un mercado amigable o receptivo con la inversión extranjera, como del que se gozaba hace varios años.

Los resultados de esta encuesta revelan que la mayoría de las personas se encuentran inconformes debido a la partida de empresas privadas, atribuida a declives económicos y políticos. Estos eventos han impactado negativamente en la calidad de vida de los ciudadanos, generando preocupación y descontento. Lo más relevante en las respuestas obtenidas para conseguir una solución para el regreso y permanencia de las empresas privadas en Venezuela es que sería fundamental que las autoridades gubernamentales tomaran medidas efectivas de orden político-económico, para revertir esta situación y promover un entorno favorable para la inversión y el desarrollo económico.

Historia que quisimos contar

Lo nuclear de esta investigación puede estar efectivamente relacionado a la percepción que tienen los venezolanos acerca de las políticas económicas, el deterioro del aparato industrial - empresarial; y su impacto en el mercado de consumo. Esto que pareciera seguirse comportando en una percepción bastante “compartida” o “generalizada” acerca del contexto del país; y sin duda se evidencia cómo a veces la “percepción”, pueda estar movida o reorientada por los medios de comunicación al servicio del Estado, o los aparatos de propaganda gubernamental.

Sin embargo, un hallazgo notorio puede estar al comenzar a mirar desde la población que va respondiendo; el rango de edad de los jóvenes, que aún no teniendo una participación de manera implicada o directa en el hecho público y/o político de los últimos 10 años, comprenden bien las consecuencias en el historial de acción gubernamental en el mercado de consumo; miran y perciben el Estado en el que viven... pues basta con ir al supermercado, tener la experiencia de consumir de manera cotidiana, según las necesidades del hogar y especialmente al mirar la calidad de los productos.

Si consideramos además, los beneficios que pueda traer el estar en la ciudad capital, cuna de la acción y control del Estado-Gobierno podemos ser muy severos en evaluar el impacto que van digiriendo los jóvenes, aún si el Municipio Libertador, por ejemplo, no escapa a la realidad de lo que muestran los anaqueles.



equilibrium
CenDE