



**CURSO DE INTEGRACIÓN A LA VIDA
UNIVERSITARIA**



Curso propedéutico para el aprendizaje autogestivo en un ambiente virtual 2019-2

Unidad 3. Gestión de información para la gestión.

Sesión 7. Actividad 2. Aplicación de encuesta y análisis de resultados.

Nombre del aspirante: Mayra Teresa Mendoza Pinacho

División: División de Ciencias Administrativas (DCA)

Grupo:

[PROPE_1902-DCA-050](#)

Nombre del Monitor:

Raquel Santiago Cruz

Dirección del blog

<https://maytere30.wordpress.com/>

Fecha: 24/05/2019

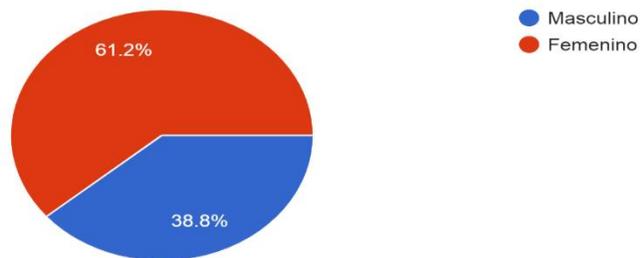
SESIÓN 7 ACTIVIDAD 2. APLICACIÓN DE ENCUESTA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Gustos y preferencias de Perfumes

Conocer los gustos y preferencias en cuanto al consumos de artículos de perfumería

1. Género

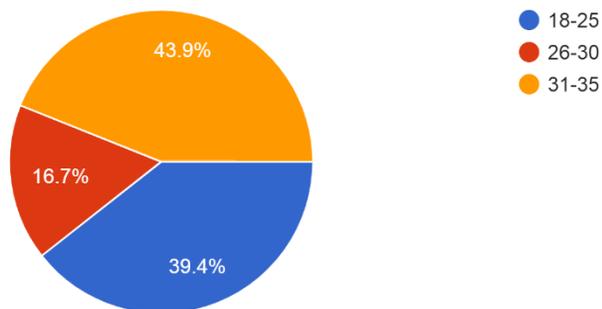
- a) Masculino
- b) Femenino



Del total de la población encuestada el 61.2% corresponde al género femenino y el restante al género masculino, predominando el género femenino en el consumo de fragancias.

2. ¿Cuál es tu edad?

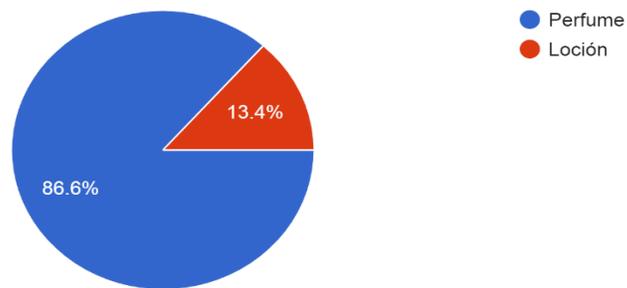
- a) 18-25
- b) 26-30
- c) 31-35



La encuesta se realizó haciendo una segmentación demográfica en relación a la edad haciendo rangos de diferentes edades, obteniendo como resultado que el mayor porcentaje correspondió a los encuestados entre los 31 y 35 años.

3. Utilizas perfume o loción

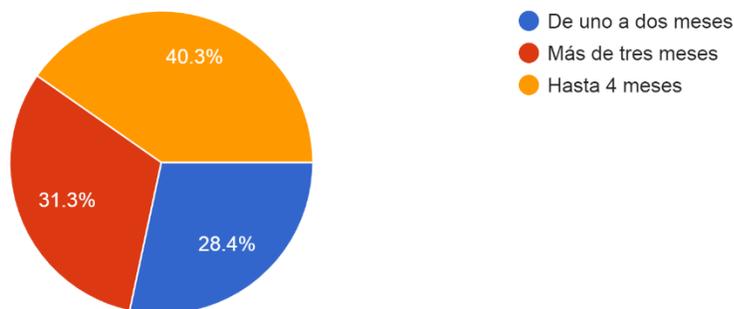
- a) Perfume
- b) Loción



Esta pregunta se realizó con el fin de conocer que es lo que utilizan más los encuestados, si loción o perfume y el 86.6% utilizan perfume ya que la esencia tiene mayor concentración por lo cual el aroma tendrá mayor durabilidad.

4. ¿Cuánto te dura un perfume aproximadamente?

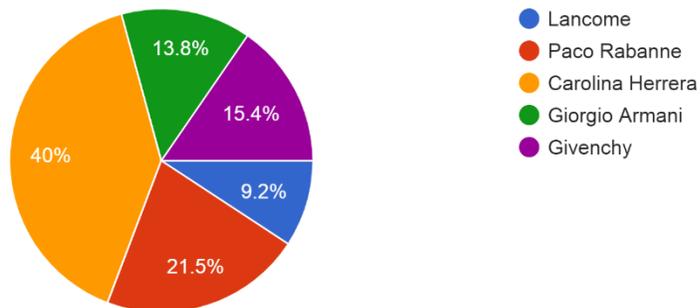
- a) De uno a dos meses
- b) Más de tres meses
- c) Hasta 4 meses



En cuanto a la duración de su perfume el 40.3% respondió que la duración es de hasta 4 meses.

5. ¿Cuál de las siguientes marcas consideras que tiene mejor posición en el mercado de la perfumería?

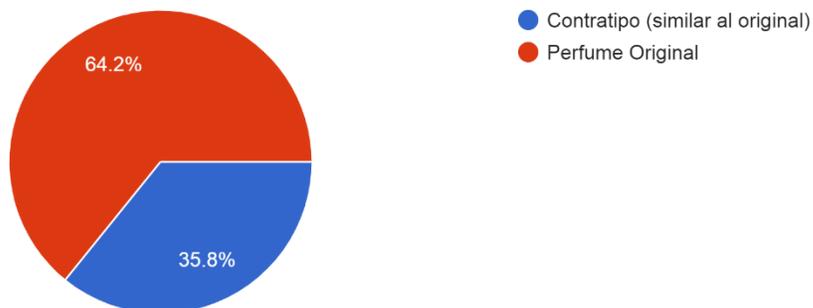
- a) Lancome
- b) Paco Rabanne
- c) Carolina Herrera
- d) Giorgio Armani
- e) Givenchy



El 40% de los encuestados considera que la marca de Carolina Herrera es la que tiene mayor predominancia y preferencia en el mercado.

6. ¿Qué tipo de perfumes adquieres más?

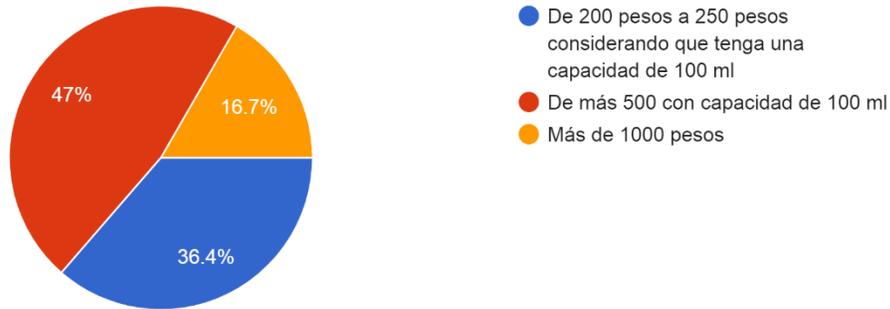
- a) Contratipo (similar al original)
- b) Perfume Original



El 64.2% de los encuestados prefieren adquirir un perfume original que un similar.

7. ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por un perfume?

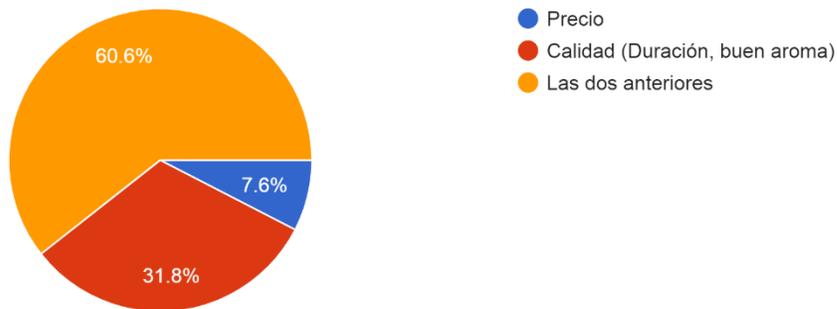
- a) De 200 pesos a 250 pesos considerando que tenga una capacidad de 100 ml
- b) De más 500 con capacidad de 100 ml
- c) Más de 1000 pesos



El 47% responde que solo están dispuestos a pagar 500 pesos para adquirir un perfume.

8. ¿Que buscas en un perfume?

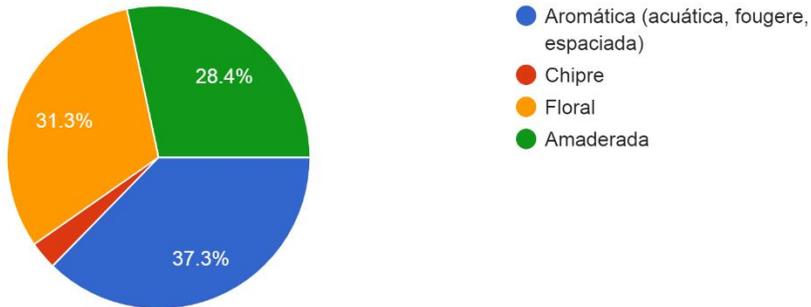
- a) Precio
- b) Calidad (Duración, buen aroma)
- c) Las dos anteriores



El 60.6 % de lapoblación encuestada busca tanto calidad como precio en la adquisición de sus fragancias.

9. ¿Qué tipo de familia olfativa te gusta más?

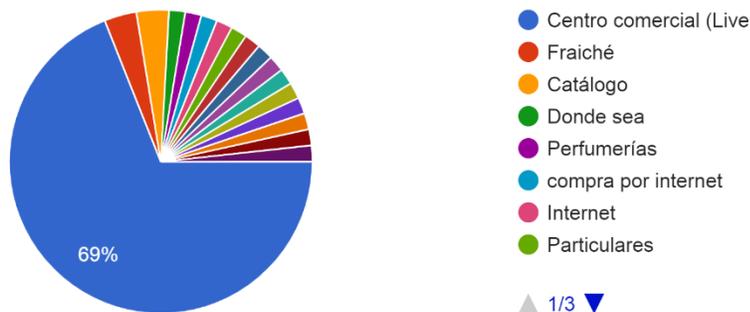
- a) Aromática (acuática, fougere, espaciada)
- b) Chipre
- c) Floral
- d) Amaderada



Esta pregunta se realizó con la finalidad de conocer que esencias son las que más le agradan al consumidor y con ello poder evaluar que perfumes se seleccionaran para la venta.

10. Donde adquieres tus perfumes

- a) Centro comercial (Liverpool, Fábricas de Francia, Palacio de Hierro, Sears, Sephora)
- b) Fraiché
- c) Otros:



La finalidad de esta pregunta era conocer en que sitios los consumidores realizan sus compras de perfume y el 69% lo realiza en centros comerciales, información que servirá de referencia para realizar un análisis acerca de en qué lugar se podrá posicionar nuestro producto.

Conclusiones:

Esta encuesta sirvió para recabar información referente al comportamiento del mercado, aplicando la segmentación demográfica en términos de edad y género y posteriormente obtener datos significativos en cuanto a gustos de consumo y preferencia de perfume para realizar un estudio de mercado y establecer cuáles serán las fragancias que tienen mayor preferencia, el precio que se establecerá, el lugar donde se establecerá el negocio y cómo será la promoción y distribución del producto.