



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

ESTADISTICA

PROYECTO P1

NRC 13899

INTEGRANTES

GUAMAN VINICIO
MOYANO MATHIUS
ORTIZ ANDRES
REVELO ANDRES
ZAMBRANO JOSUE

FECHA

21 DE JUNIO DEL 2024

Tabla de contenido

Introducción:.....	3
Objetivo Principal.....	3
Objetivos Específicos:	3
Desarrollo:.....	4
Conclusiones.....	9
Recomendaciones	10

Introducción:

En la presente investigación se realiza un análisis detallado sobre el consumo de helados Polito entre los estudiantes de una universidad. Los helados Polito, producidos por la marca Pinguino, son conocidos por su deliciosa variedad de sabores y su atractivo precio. Pinguino es una marca líder en el mercado ecuatoriano de helados, reconocida por su compromiso con la calidad y la innovación. Los helados Polito se destacan por su presentación en paletas individuales, lo que los hace prácticos y accesibles para el consumo en cualquier momento y lugar.

Pinguino ha logrado posicionarse en el mercado gracias a su enfoque en satisfacer las preferencias de los consumidores con productos que combinan sabor, calidad y conveniencia. Con una presencia significativa en tiendas de barrio, supermercados y quioscos, los helados Polito se han convertido en una opción popular entre los jóvenes y adultos. Este análisis se enfoca en entender el comportamiento de consumo de los estudiantes universitarios, un segmento de mercado clave para la marca, con el objetivo de proporcionar datos útiles para futuras estrategias de marketing y expansión.

Objetivo Principal

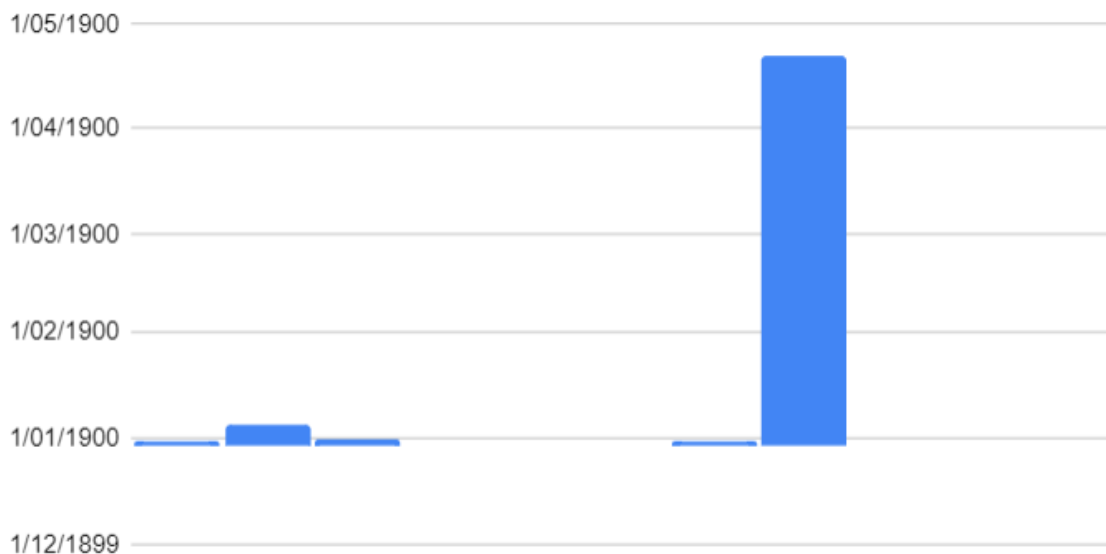
El objetivo principal de este informe es resumir y analizar los datos recolectados sobre el consumo de helados Polito entre los estudiantes universitarios, utilizando herramientas estadísticas para identificar tendencias, variabilidad y probabilidades asociadas al consumo de helados en tres grupos diferentes de la población estudiantil.

Objetivos Específicos:

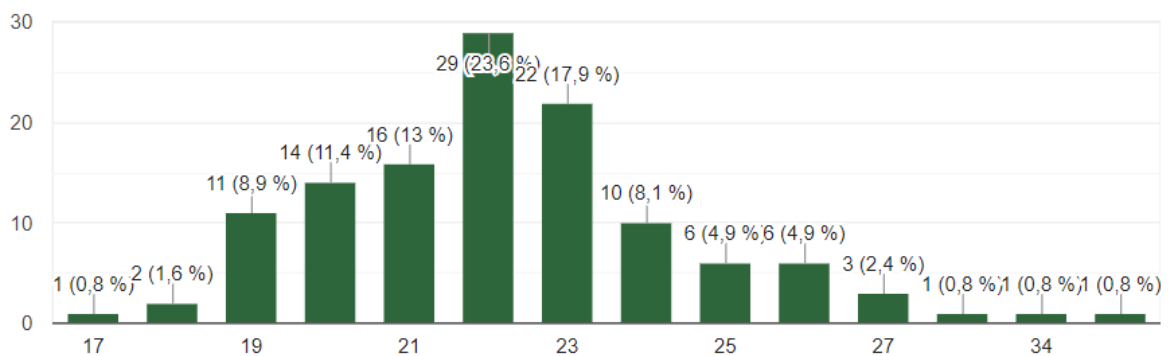
- Calcular y analizar la media, mediana y moda del consumo de helados Polito en cada uno de los tres grupos estudiados, proporcionando una visión clara de la tendencia general del consumo.
- Evaluar la variabilidad del consumo de helados entre los grupos mediante la desviación estándar, varianza y rango, permitiendo entender la consistencia o variabilidad en las preferencias de los estudiantes.
- Aplicar distribuciones de probabilidad tanto discretas como continuas para determinar la probabilidad de ciertos niveles de consumo de helados Polito en la población estudiada. Esto incluirá el uso de distribuciones específicas, como la distribución binomial y la distribución normal, para modelar y prever comportamientos de consumo.

Desarrollo:

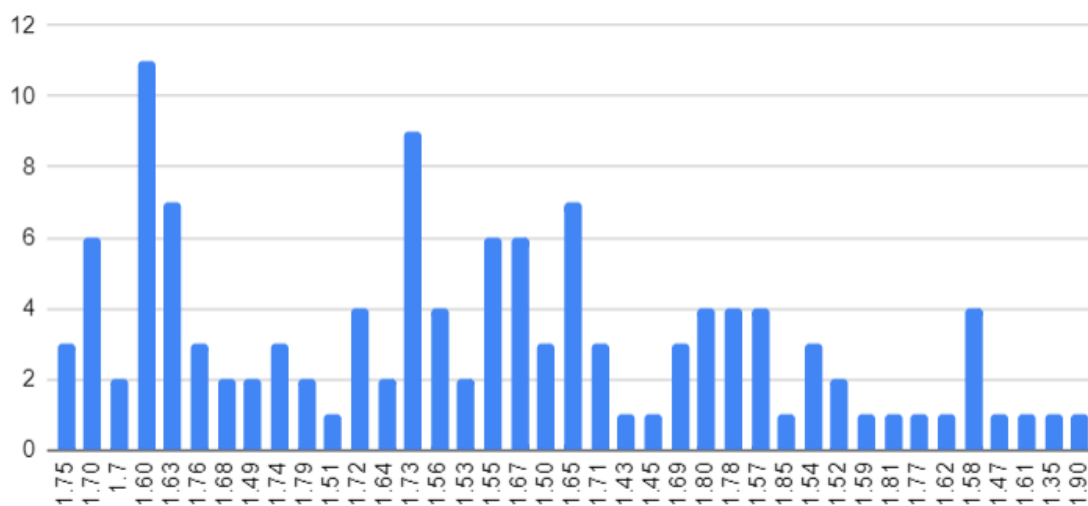
Fecha en la que llena la encuesta



Indique su edad (Ej:20)

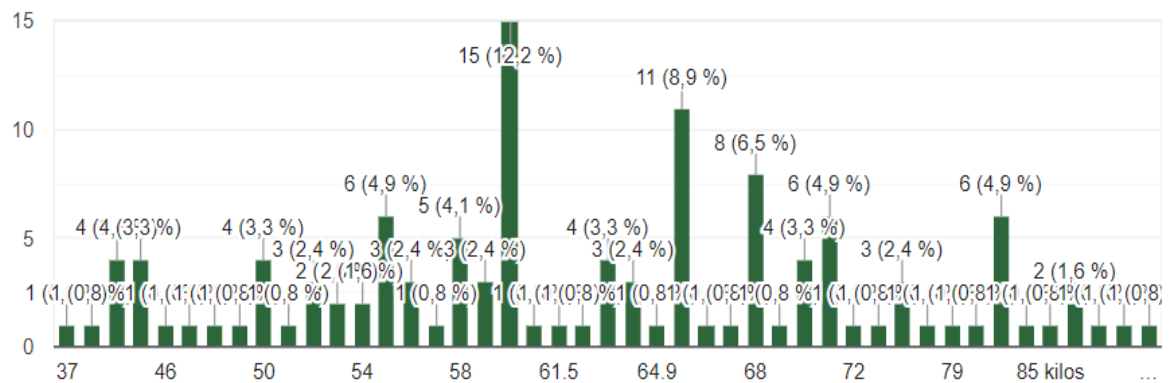


Indique su estatura en metros y centímetros (Ej:1.65)

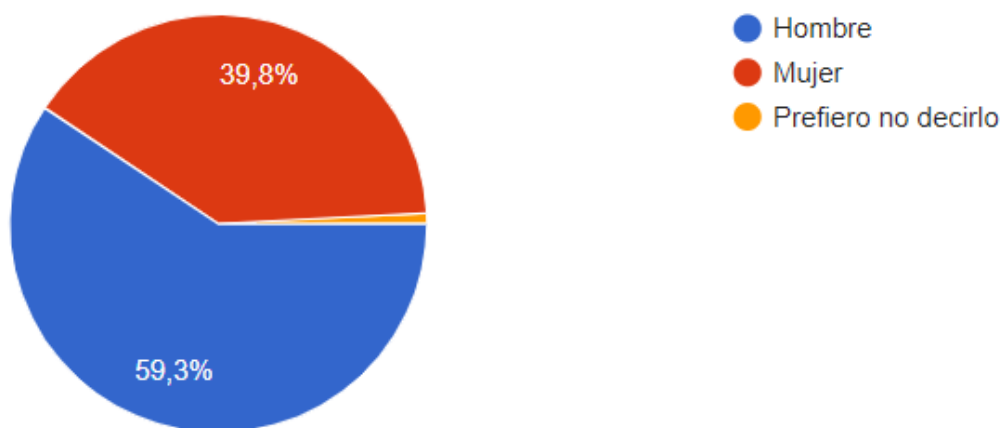


Recuento de Indique su estatura en metros y centímetros (Ej:1.65)

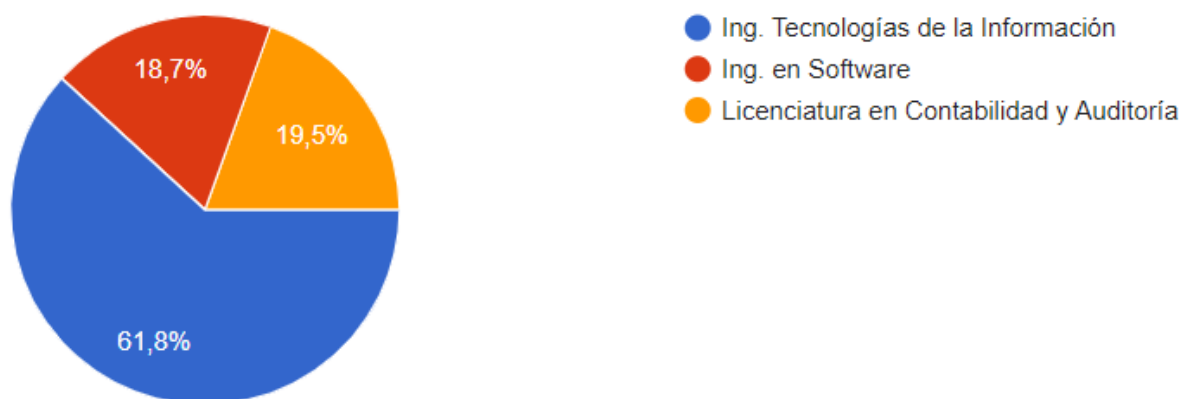
Especifique ¿Cuál es su peso? (Kilos) (Ej: 60)



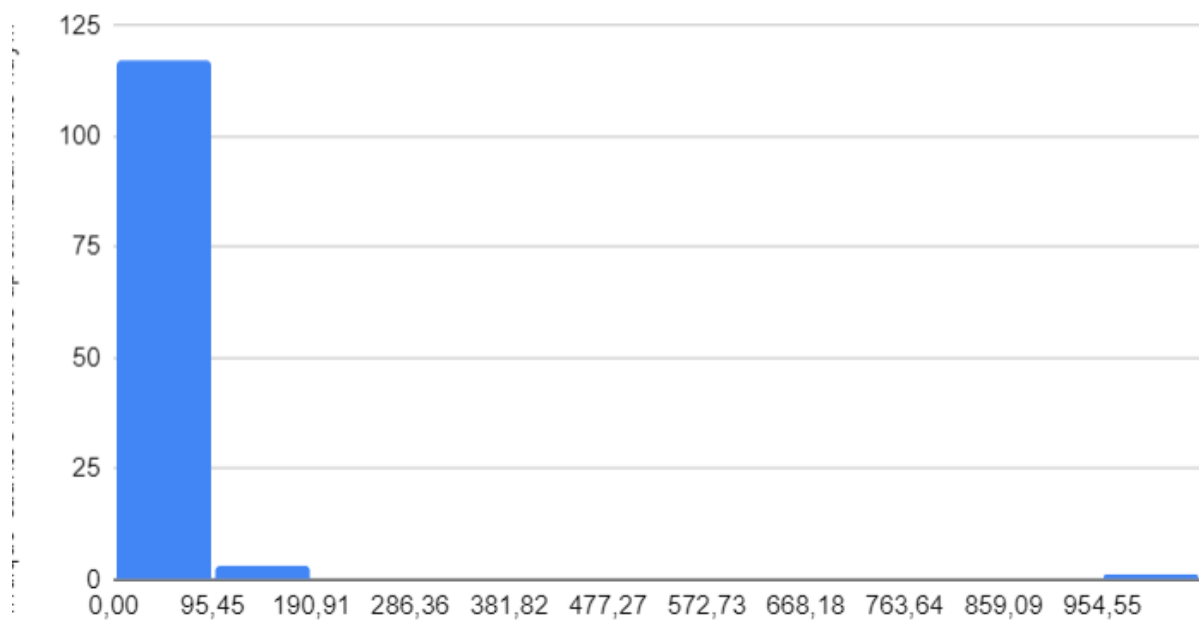
Indique ¿cuál es su género?



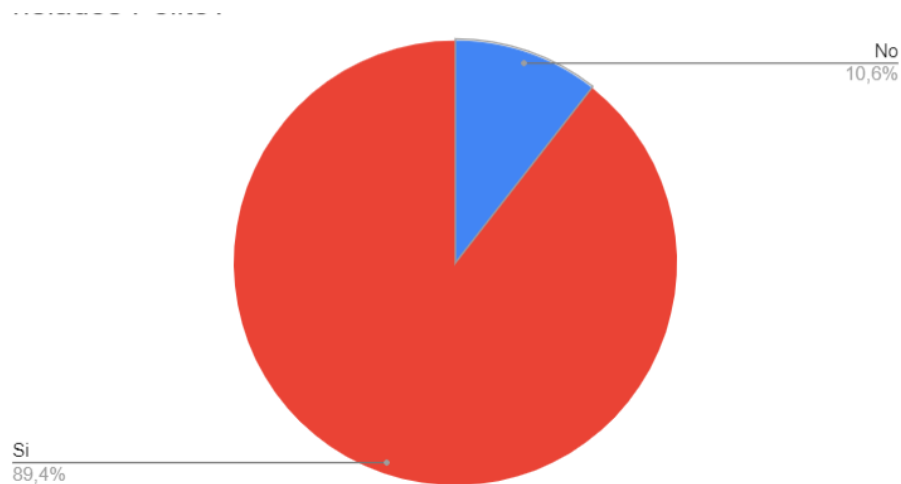
Indique a ¿qué carrera pertenece?



Indique cuántos kilómetros aproximadamente hay de su casa a la universidad? (valor entero Ej: 60)



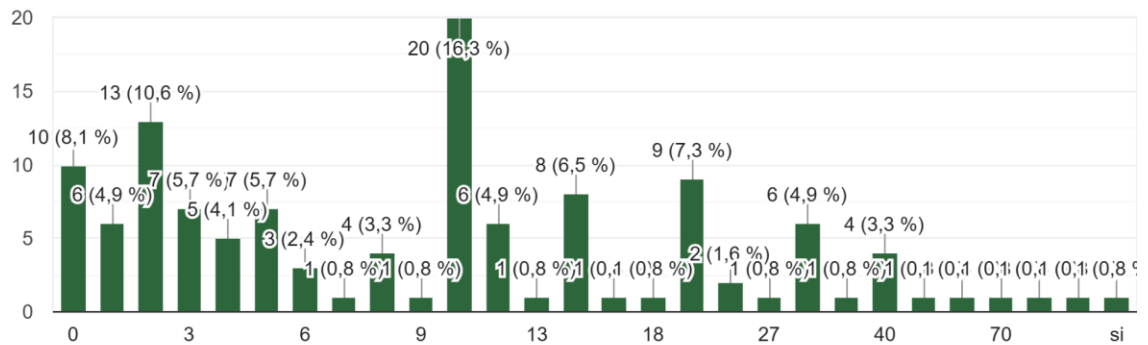
1.-¿Compra frecuentemente helados Polito?



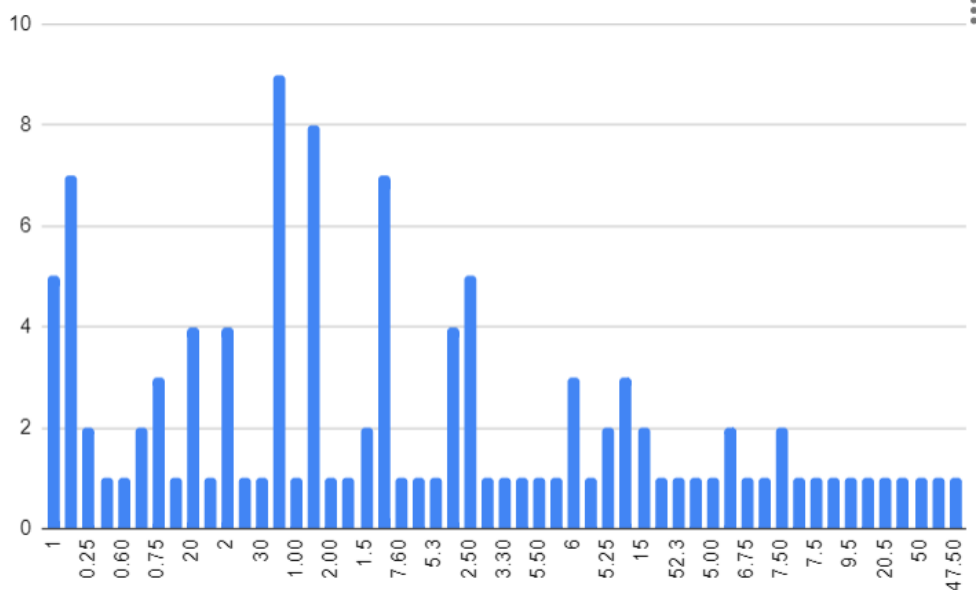
2.-En los últimos seis meses cuántas veces aproximadamente ha consumido helados Polito?(valor entero Ej: 20)

2.-En los últimos seis meses cuántas veces aproximadamente ha consumido helados Polito?(valor entero Ej: 20)

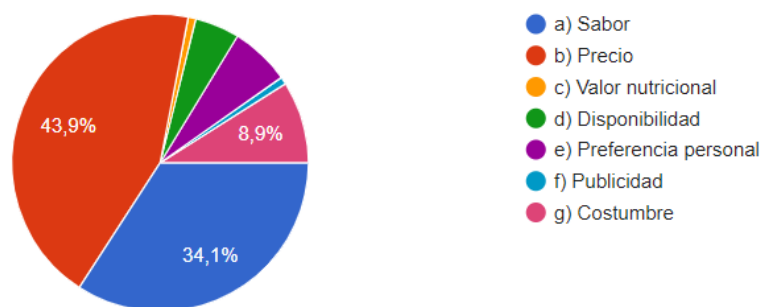
123 respuestas



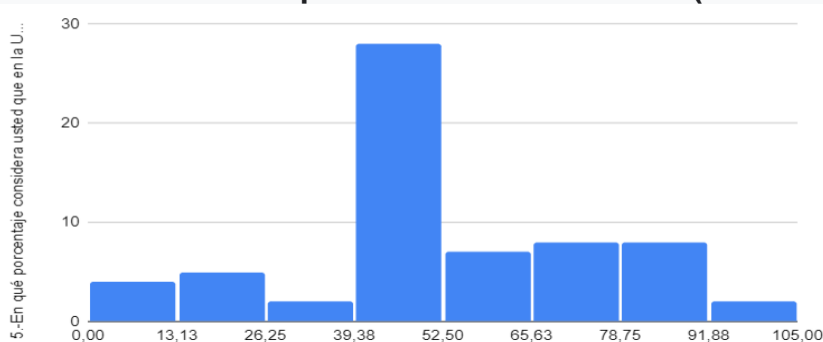
3.-En los últimos seis meses cuánto dinero aproximadamente ha gastado en la compra de helados Polito?(valor decimal Ej: 40.3)



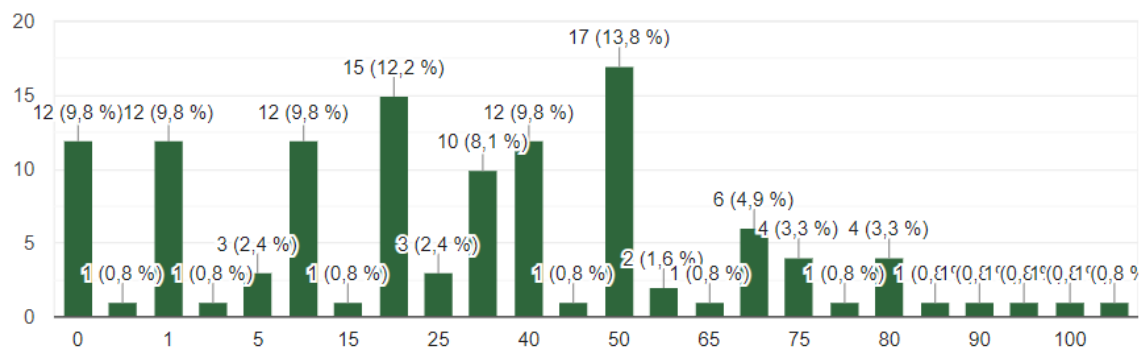
4.-¿Qué factor influyen más en su elección para la compra de helados Polito? (elige una sola)



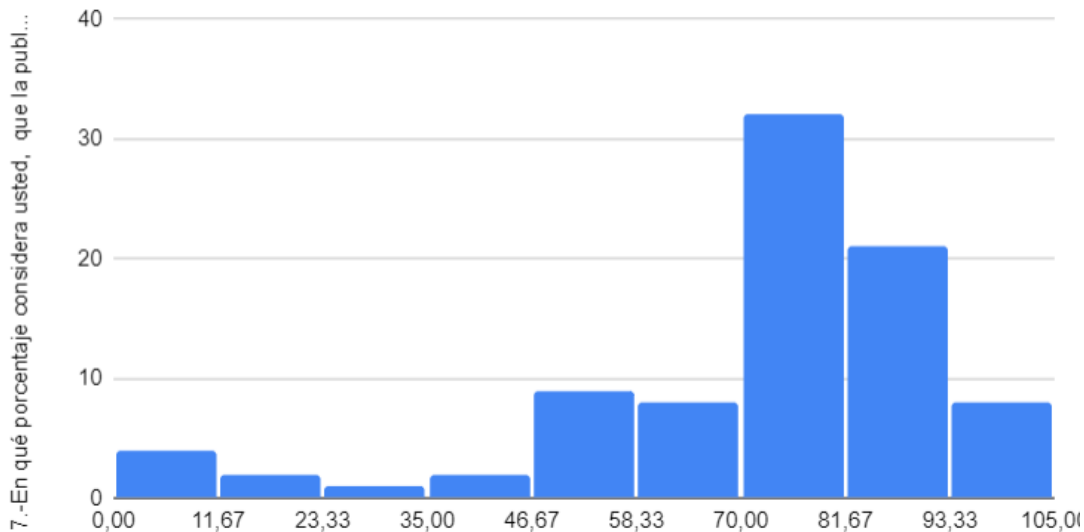
5.-En qué porcentaje considera usted que en la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE se prefiere el helado Polito? (valor decimal Ej: 67.5)



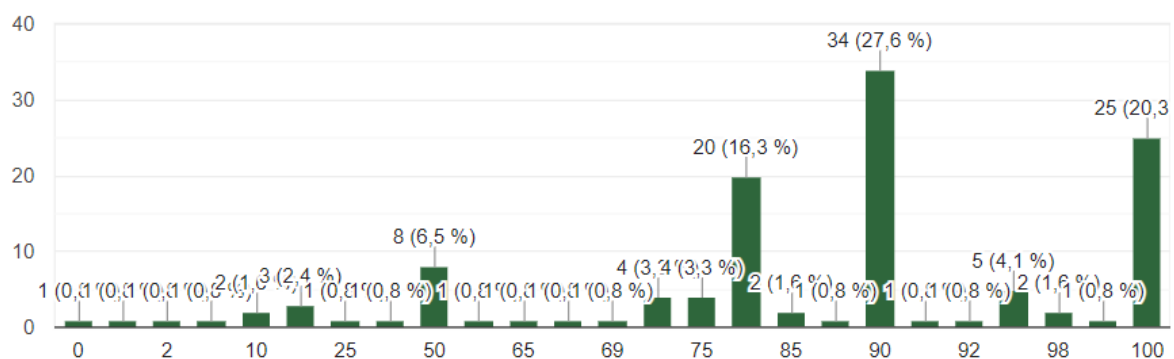
6.-Califique del 1 al 100 su conocimiento sobre los beneficios que tiene el consumir helado Polito? (valor entero Ej: 80)



7.-En qué porcentaje considera usted, que la publicidad influye en la mente del consumidor para la compra de helado Polito? (valor decimal Ej: 81.2)



8.-Califique de 1 a 100 la fácil adquisición de helado Polito en nuestro medio? (valor entero E): 80)



Conclusiones

- **Alta Frecuencia de Consumo**

La investigación muestra que una gran parte de los estudiantes consume helados Polito con frecuencia, lo que indica una fuerte aceptación del producto dentro de este segmento. Esto sugiere que los helados Polito son una opción popular y bien recibida entre los jóvenes universitarios.

- **Gasto Significativo en Helados**

Los datos revelan que los estudiantes han gastado una cantidad considerable en la compra de helados Polito en los últimos seis meses. Esto demuestra no solo la popularidad del producto, sino también su accesibilidad económica para los estudiantes.

- **Factores de Elección**

Entre los factores que influyen en la elección de los helados Polito, el sabor y el precio han sido los más destacados. Esto subraya la importancia de mantener y mejorar estos atributos para seguir capturando la preferencia del mercado.

- **Publicidad Efectiva**

Los resultados indican que la publicidad juega un papel crucial en la mente del consumidor al momento de elegir helados Polito. Una mayoría significativa de los encuestados considera que la publicidad tiene un impacto notable en sus decisiones de compra.

- **Conocimiento de Beneficios**

Aunque muchos estudiantes conocen los beneficios del consumo de helados Polito, aún hay margen para mejorar la comunicación de estos beneficios, lo que podría aumentar aún más el consumo y la lealtad hacia la marca.

- **Distribuciones de Probabilidad**

La aplicación de distribuciones de probabilidad, tanto discretas como continuas, ha permitido modelar y prever comportamientos de consumo, proporcionando una base sólida para futuras estrategias de marketing y expansión.

Recomendaciones

- **Fortalecer la Publicidad**

Continuar invirtiendo en campañas publicitarias que resalten los atributos clave del producto como el sabor, la calidad y el precio competitivo. Utilizar medios que lleguen efectivamente al público universitario, como redes sociales y eventos en campus.

- **Promociones y Descuentos**

Implementar estrategias de promociones y descuentos dirigidas específicamente a estudiantes universitarios podría aumentar aún más el consumo y fidelizar a este segmento de mercado.

- **Diversificación de Sabores**

Introducir nuevos sabores y ediciones limitadas puede mantener el interés y la emoción en torno a los helados Polito, incentivando tanto la prueba como la compra.

- **Educación sobre Beneficios**

Realizar campañas educativas que informen a los consumidores sobre los beneficios de los helados Polito, enfocándose en aspectos como ingredientes naturales, opciones bajas en azúcar y otros atributos saludables.

- **Optimización de la Distribución**

Asegurarse de que los helados Polito estén fácilmente disponibles en puntos de venta estratégicos dentro y alrededor del campus universitario, facilitando así su adquisición por parte de los estudiantes.

- **Investigaciones Continuas**

Realizar estudios periódicos sobre el comportamiento de consumo y preferencias de los estudiantes permitirá ajustar y mejorar las estrategias de marketing, asegurando así la continua relevancia y éxito del producto en el mercado universitario.