**OPINIÓN GENERAL**

Teniendo en cuenta la importancia de realizar estudios de mercado para recopilar información acertada acerca de productos y servicios que están o estarán ofertados y disponibles al público, se hace de vital importancia ser hábiles y precisos en las conclusiones que los datos obtenidos arrojen.

En el estudio planteado para definir las características de una nueva variedad de galletas de chocolate como me dio recolector de datos se realizó una encuesta a una muestra que ya fueran consumidores del producto, en la cual se evidencia atención al detalle y datos perfectamente recopilados, los cuales generan una información completa, clara y precisa. Gracias a esta información, es posible sacar conclusiones realistas que permitan la toma de decisiones en pro a la organización y conlleven a la satisfacción del usuario final.

La metodología utilizada en el estudio fue de vital importancia para la obtención de los datos, utilizando programas y modelos que minimizaran en gran medida posibles errores y se enfocaran en el objetivo de la encuesta, un ejemplo claro es el programa CAPI o el modelo de sensibilidad al precio creado en 1970 por el economista Peter Van Westendorp.

Entonces, puedo decir que tentativamente que la encuesta acoge todas las bases necesarias para realizar un buen lanzamiento, poniendo a prueba adecuadamente la necesidad, satisfacción y calidad de los productos asegurándose de la fiabilidad de sus resultados.

**OPNIÓN ESPECIFICA**

**POBLACIÓN**

Considero que hubo asertividad al momento de escoger la población encuestada y las razones dadas para captar dicha población, ya que se tuvo en cuenta a niños pequeños y preadolescentes, esta última es una población clave y fundamental que se interesa por el consumo de alimentos que son considerados un “gusto”. Teniendo en cuenta que los niños en general disfrutan de gran perspectiva para juzgar no sólo el sabor, sino también la estética y presentación de este producto.

Ahora bien, el estudio logró manejar un equilibrio al momento de recortar la población, aunque fueron condiciones ajenas a la empresa, se nota el interés y precisión en la cantidad de muestra escogida.

**INTERPRETACION DE LOS DATOS OBTENIDOS**

En cuanto a la interpretación de los datos puedo decir que es concreta y resumida, ya que las variables, posibilidades y porcentajes obtenidos se analizaron juntándolos y generando nuevas cifras que permitieron las diversas perspectivas del producto a lanzar.

Se nota en las graficas la limpieza y representación de la información, brindando interpretaciones fáciles e invitando la deducción de posibles nuevos datos.

**PRECIOS**

Aunque en el modelo utilizado hay preguntas específicas, siento que algunas pueden interpretarse de diversas maneras, rozando la ambigüedad y dejando espacio para que el usuario responda a su interpretación. Hay que tener en cuenta que, en este tipo de estudio lo que se busca son respuestas concretas para obtener resultados precisos (o lo más cercano a la precisión).

Un ejemplo que considero puede ser ambiguo es la pregunta: ¿A qué precio considera que este producto es demasiado barato, y **no puede ser bueno?** Automáticamente y haciendo un análisis detallado el usuario podría preguntarse **¿el producto o el precio?,** haciendo referencia a ese punto especifico donde se cuestiona **el “qué no puede ser bueno”.**

Para un **conocedor** de la información que se quiere tomar, esta pregunta podría interpretarse de manera inmediata, pero debemos tener en cuenta la aleatoriedad que se aplicó al momento de realizar el estudio.

**CONCLUSIONES**

* El estudio es preciso y se presta para realizar el análisis de otras variables y otorgar nuevas interpretaciones.
* Considero que la posibilidad y viabilidad de introducir un nuevo producto de mercado que acoja a la población en general se puede obtener con las cifras establecidas, dando información inicial acerca del mismo.
* La población y cantidad de muestra de producto se redujo (tengamos en cuenta que sólo se probaron dos galletas) por lo que es fácil deducir que en caso de tomar el total de las muestras en ambos casos (población y galleta) el resultado podría ser inevitablemente diferente.