



Universidad Nacional de Tucumán  
Facultad de Ciencias Económicas  
Instituto de Administración  
**VIII Muestra Académica de Trabajos de  
Investigación de la Licenciatura en  
Administración**



# “VALIDACIÓN DE MODELO DE NEGOCIO CON EL MÉTODO LEAN STARTUP”

Alumno: Bautista Garzón.  
DNI: 41.060.261.

[Bautistagarzon98@gmail.com](mailto:Bautistagarzon98@gmail.com)

Tutor: Esteban Mulki,  
DNI: 25.923.337

[emulki@face.unt.edu.ar](mailto:emulki@face.unt.edu.ar)



---

## INDICE

RESUMEN	3
ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN	5
PROBLEMA	6
OBJETIVOS	6
MARCO TEORICO	6
METODOLOGÍA	8
DESARROLLO	9
RESULTADOS	11
CONCLUSIONES PARCIALES	15
BIBLIOGRAFÍA	16
APÉNDICE	17



## RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo validar el modelo de negocios planteado por la startup Circclo, un servicio novedoso, basándose en la metodología Lean Startup. El método Lean Startup es una nueva forma de ver al desarrollo de los productos innovadores que enfatiza en la rápida iteración con los consumidores y la comprensión de las necesidades de los mismos. Un dato relevante es que la principal causa por la cual mueren las startups es por su falta de mercado. La metodología se base en un circuito de tres pasos que se deben recorrer en el menor tiempo posible y con la mínima inversión: Crear-Medir-Aprender. La secuencia se inicia con el primer elemento indispensable en el planteamiento del negocio: las hipótesis de valor, que no son sino suposiciones sobre las que el emprendedor fundamenta la viabilidad de su idea.

El producto en cuestión consiste en un sistema de plataforma que permite a consumidores comprar el producto y no el packaging, circclo permite a los consumidores comprar productos de primera necesidad a través de experiencias de comercio electrónico. Los productos se entregan y se reponen en la puerta de las casas de las personas a través de un sistema de suscripción automático y personalizado.

Bajo una metodología de investigación mixta concurrente, se plantearon los objetivos de experimentar con un producto mínimo viable para poder recabar información y analizarla para así poder validar o no las hipótesis de valor. De esta manera mediante una oferta real del servicio con funcionalidades básicas se interactuó con hogares de una manera iterativa, siempre con el fin de conocer sus necesidades en profundidad. El objetivo principal de esta metodología fue obtener aprendizaje validado, saber que elementos funcionan y cuales valoran los clientes, a fin de transformar ese conocimiento en modificaciones del producto. Así es como se logró conocer el interés de los usuarios de circclo, la tasa de reutilización del servicio y los diferentes motivos de la tasa de no reutilización. En conclusión, se logró aprender de los usuarios objetivos mediante contacto directo con los mismos.

**Palabras Clave:** STARTUP – HIPÓTESIS – EXPERIMENTO – FEEDBACK

## ABSTRACT

The present work is carried out in order to apply the lean startup method to validate the business model about Circclo.

Circclo it's a platforms technology enables consumers to buy the product not the packaging. It's a platform system that allows consumers to buy any product, at the lowest price point, in the most convenient location, with zero waste.



Universidad Nacional de Tucumán  
Facultad de Ciencias Económicas  
Instituto de Administración  
**VIII Muestra Académica de Trabajos de  
Investigación de la Licenciatura en  
Administración**



---

In order to carry out the work, with a minimum viable product it tests the critical assumptions about the business model to validate the market. The results produced by the method demonstrate that it can be work with some modifications.

**Key words:** Startup – Assumptions - Minimum Viable Experiment – Feedback.



## INTRODUCCIÓN

Un startup es una institución humana diseñada para crear un nuevo producto o servicio bajo condiciones de incertidumbre extrema. Es una organización provisional cuyo objetivo es diseñar un modelo de negocio que sea replicable y escalable. Al contrario de lo que ocurre en una empresa ya consolidada, una StartUp todavía no tiene validado su modelo de negocio.

Para entrar en contexto en el mercado actual hoy en día la gran mayoría de modelos de negocios están bajo un concepto de economía lineal que significa tomar un recurso, usarlo y desperdiciarlo. Esta ruta en el mediano plazo se acaba y actualmente el mundo está ofreciendo nuevas soluciones mediante economía circular, o más bien como se la llamó en el foro económico mundial de este año la nueva economía.

Las necesidades de los consumidores están cambiando, hoy en día existe una tendencia creciente hacia el cuidado del medio ambiente por lo que las empresas tendrán que adaptarse y reinventarse para satisfacer estas necesidades.

Así también existe una tendencia marcada en la preferencia de las personas a realizar sus compras vía online, actualmente más con el impacto de la pandemia mundial actual y por otra parte el creciente surgimiento de empresas de triple impacto, es decir que buscan generar algo positivo en la sociedad como en el medio ambiente.

Circclo surge porque se estudiaron los modelos de negocios actuales se observó que la gran mayoría están vinculados al concepto del descarte o a la generación plásticos de un solo uso, de los cuales solo un 9% se recicla, por lo que se surgió la incógnita ¿qué ocurría con todo el resto?

Y así también se analizó la cadena de distribución tradicional de los productos que empieza en una fábrica después pasa al distribuidor después al mayorista al minorista y todas estas etapas agregan costos al producto (ya que todos esos intermediarios van agregando sus márgenes) pero no necesariamente valor, ya que el producto sigue siendo el mismo desde que salió de la fábrica y de la misma calidad.

Por lo que las personas hoy en día no están teniendo la posibilidad de pagar solo por el producto (que es aquello que realmente buscan) y sumado a esto, un detalle no menor que es el de no dañar el medio ambiente. A modo de ejemplo cuando una persona compra detergente, su necesidad está basada en el líquido y no en la botella de plástico de un solo uso que probablemente la termine descartando.

Por ende, circclo ofrece a los clientes la posibilidad de optar por un modelo de negocio que elimine los plásticos de un solo uso. Así también le permite pagar un precio justo, es decir únicamente la recarga, tener la posibilidad de recibir los productos de manera cómoda en su casa y reemplazar la cultura del descarte por la del reuso. Y por otro lado a las marcas la posibilidad de reinventarse y adaptarse al mercado que se viene.

Se busca aplicar este modelo de negocio en el mercado de productos que se consumen en un hogar y en primera instancia los productos de limpieza del mismo.



Circclo es aplicación y/o ecommerce que actúa de intermediario entre marcas y consumidores, dando la posibilidad a las marcas de comercializar sus productos en envases retornables, reinventando su packaging y a los clientes de un consumo sustentable, reinventando su manera de consumir. Circclo busca ponerle fin a todos los plásticos de un solo uso que se consumen en un hogar, presentando una forma completamente nueva de comprar de manera sostenible y online. Su visión es una plataforma global que ayude a las personas a comprar todo (alimentos, productos de aseo personal, productos de limpieza para el hogar, etc.) en envases reutilizables y de manera cómoda. Quiere ofrecer todo lo que necesitan, 100% libre de desperdicios.

## PROBLEMA

Al estar el proyecto de negocio basado en intuiciones del equipo y al tratarse de una startup, es decir se presenta el problema de necesidad de validación del modelo de negocio, ya que el principal motivo de fracaso de este tipo de empresas es su falta de mercado. Es necesario saber **¿Existe mercado para esta propuesta?**

## OBJETIVOS

El objetivo general será obtener aprendizaje validado y así poder validar el modelo de negocio planteado para la startup circclo.

Para poder cumplir con el objetivo general se plantean algunos objetivos específicos:

- Determinar las hipótesis de valor.
- Determinar un Producto mínimo viable que tenga las funcionalidades básicas para poder validar el modelo de negocio.
- Experimentar con el producto mínimo viable del modelo de negocio planteado.
- Recibir feedback del cliente, medir cómo reaccionan ante las hipótesis.
- Realizar contabilidad de innovación, mediante métricas para obtener aprendizaje validado.
- Analizar la necesidad de Pivotar o perseverar.

## MARCO TEORICO

¿Cómo funciona el método Lean Startup planteado por Eric Ries en su libro?

En Primera instancia Eric Ries expresa las fases por las que pasa un startup, las cuales se mencionan a continuación:

1. Fase inicial: buscar, descubrir, validar y pivotar. Fase de descubrimiento de clientes, de determinar las hipótesis, de validar el problema, de decidir si pivotar o continuar y de validar las soluciones.
2. Fase secundaria: ejecutar, crear, construir el proyecto.



El autor hace énfasis en que la gran mayoría de los startups fracasan por problemas de falta de clientes y no por fallas en el desarrollo de productos. Señala que el objetivo de un startup es averiguar qué debe producirse, aquello que los consumidores quieren y por lo que pagarán, tan rápidamente como sea posible. La importancia de saber qué es lo que los consumidores quieren, no lo que ellos dicen que quieren o lo que los emprendedores piensan que deberían querer.

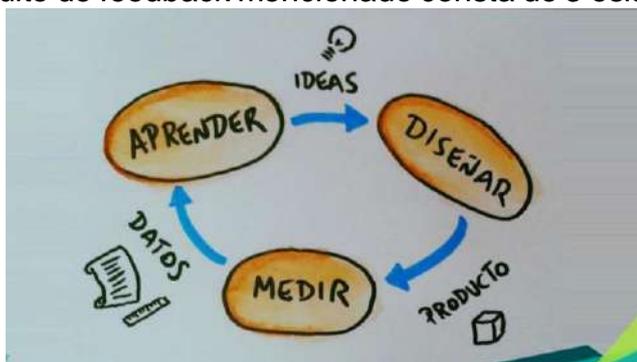
En cuanto al método planteado en su libro este inicia mediante la fijación de hipótesis que son meramente las intuiciones o suposiciones de los emprendedores acerca de su proyecto. Dos conceptos importantes que menciona son:

- Hipótesis de Valor: Prueba si un producto o servicio proporciona valor a los clientes cuando lo usan.
- Hipótesis de crecimiento: Prueba cómo los nuevos clientes descubren un producto o servicio. ¿Cómo se expande desde los primeros usuarios hasta la adopción masiva?

El autor cree que la cuestión no es encontrar al consumidor medio sino encontrar a los primeros usuarios: los consumidores que sienten una mayor necesidad de usar el producto. Estos consumidores tienden a perdonar los errores y están dispuestos a proporcionar feedback.

Una vez definidas las hipótesis de valor y crecimiento, se continúa a preparar el PMV - Producto mínimo viable-, que es aquella versión del producto que permite entrar al circuito de feedback. (Algo con mínimo esfuerzo y mínimo tiempo de desarrollo. Al pmv le faltan muchos elementos que pueden ser esenciales más adelante. No es un prototipo o una prueba de concepto ya que no está diseñado para responder a cuestiones técnicas o de diseño. Su objetivo es probar las hipótesis fundamentales del negocio y es de suma importancia ser capaces de medir su impacto)

El circuito de feedback mencionado consta de 3 eslabones: Crear, Medir, Aprender.



Fuente: Clase Lean Startup- Sistemas de información 2.

- **Crear:** Un PMV para obtener aprendizaje validado a partir del feedback con el cliente.
- **Medir:** Eric Ries utiliza un concepto llamado la “contabilidad de la innovación”, que es un enfoque disciplinado y sistemático para saber si se está progresando y descubrir si se está obteniendo aprendizaje validado.



- **Aprender:** En este paso se puede ir testeando las hipótesis previamente planteadas. Una vez que acabemos el circuito nos enfrentamos a la coyuntura más difícil que tiene que superar un emprendedor: si pivotar de la estrategia inicial o perseverar. Si la empresa está haciendo un buen progreso hacia el ideal, significa que está aprendiendo y usando apropiadamente ese aprendizaje, en cuyo caso tiene sentido continuar e ir añadiendo versiones incrementales del producto, es decir perseverar. Si el emprendedor descubre que la hipótesis de valor es falsa, ha llegado la hora de hacer un cambio hacia otra hipótesis estratégica. (Los cambios de diseño deben modificar la tasa de activación de nuevos clientes. Si no lo hace, el nuevo diseño debe juzgarse como un fracaso)

Para concluir el objetivo de este método es obtener un aprendizaje validado y poder conocer qué es lo que quiere el consumidor y poder validar el modelo de negocio.

## METODOLOGÍA

Debido a la necesidad de recolección y análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, y su interpretación conjunta, este trabajo se realizó a través de un enfoque de investigación Mixto concurrente, a fin de obtener una perspectiva más amplia, datos más ricos y variados, para así lograr un profundo entendimiento del fenómeno. La triangulación y el incremento de evidencia mediante la utilización de los diferentes métodos proporcionara más seguridad y certeza a la hora de realizar conclusiones científicas con respecto al nuevo modelo de negocio.

En cuanto al enfoque cualitativo le permitirá al investigador, estudiar el contexto de las nuevas y crecientes tendencias por el cuidado del medio ambiente y el crecimiento tanto de empresas de economía circular y/o de tipo B como del consumo online, y Por su parte, con el enfoque cuantitativo podrá determinar frecuencias e iteraciones con la finalidad de validar las hipótesis planteadas para poder determinar la validación del modelo de negocio planteado.

Este diseño planteado tuvo 4 fases:

Primero, en una *fase conceptual*, donde se establecieron asunciones sobre las cuales se fundamenta el modelo de negocio, es decir las hipótesis de valor.

Luego, en una *fase empírica*, para validar dichas hipótesis se realizó experimento con un producto mínimo viable. Este comenzó con una oferta del servicio en una plaza reducida de la ciudad de Yerba Buena, mediante difusión de la propuesta a través de red directas y base de datos de tres barrios privados, donde se buscó que los usuarios acepten la propuesta y realicen un pedido.

Luego de la presentación, se realizó un seguimiento de los clientes activos del servicio por un tiempo previamente establecido, información que complementa con los métodos de observación y entrevistas cara a cara sumado a vía WhatsApp business.

Como tercer paso, en la *fase empírica analítica*, se analizaron los datos obtenidos tanto cualitativos como cuantitativos. Allí, por un lado, se buscó establecer los



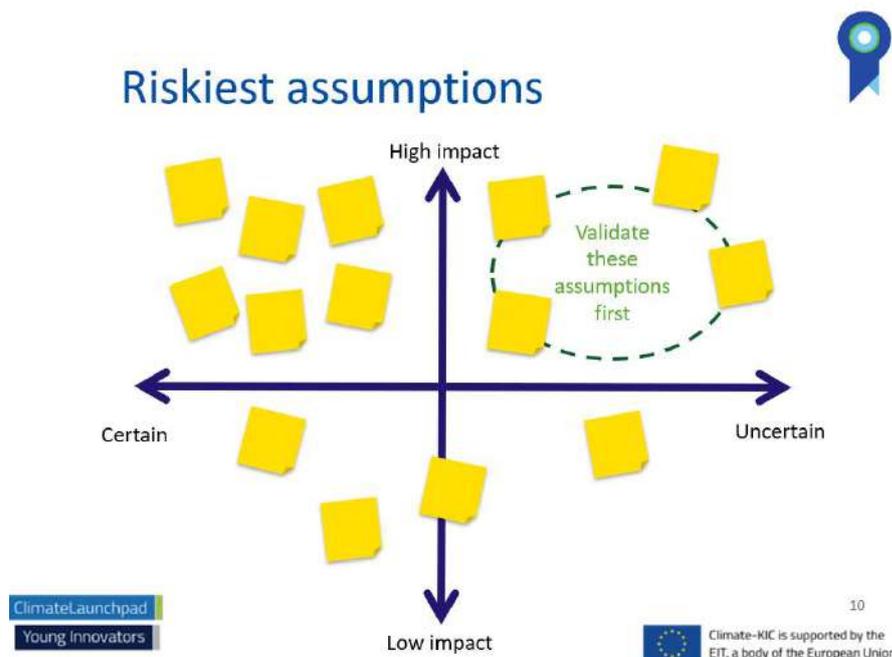
porcentajes de interés sobre el servicio, el uso del mismo, y el re uso del mismo. Por el otro, el objetivo fue conocer el porqué de estos porcentajes, a fin de lograr una mejor comprensión de los datos recolectados.

Como cuarta fase, en una *fase inferencial* de discusión, se buscó:

Transformar todos los datos en información útil para la toma de decisiones correspondientes y hacer las modificaciones necesarias al producto en base al aprendizaje validado

## DESARROLLO

Primero, en una **fase conceptual**, se utilizó una herramienta aprendida en un curso de startups del *European Institute Of Technology & Innovation* en donde a modo brainstorming se generaban las hipótesis del negocio y luego se las clasificaba por su impacto y su certeza.



En conclusión, se determinaron 4 hipótesis fundamentales. Por un lado, a nivel general de la propuesta y después con respecto a las 3 dimensiones de la propuesta de circclo para poder determinar donde encuentran el valor los clientes.

**HIPOTESIS UNO:** “Los hogares están dispuestos a aceptar esta nueva modalidad de consumo”

**HIPOTESIS DOS:** “La propuesta de valor acerca de un consumo sustentable sin descarte es por lo que la gente optó el servicio Circclo”



HIPOTESIS TRES: “La propuesta de valor acerca de un consumo online, recibiendo cómodamente en casa, es por lo que la gente optó el servicio Circclo”

HIPOTESIS CUATRO: “La propuesta de valor acerca de un precio justo, sin pagar por el packaging, es por lo que la gente optó el servicio Circclo”

Luego, en una **fase empírica**, para validar dichas hipótesis se realizó experimento con un producto mínimo viable. Este comenzó con una oferta del servicio en una plaza reducida de la ciudad de Tucumán, mediante difusión de la propuesta a través de red directas y base de datos de tres barrios privados, donde se buscó que los usuarios acepten la propuesta y realicen un pedido. (Puede verse la propuesta en el apéndice del documento).

Luego se le tomaba el pedido y se les enviaba a sus hogares, pasada una semana se les preguntaba a los clientes si estaban en necesidad de recargar.

Cuando el cliente solicitaba la recarga se llevaba la reposición del pedido a sus hogares y se retiraba los envases vacíos para volverlos a insertar en el ciclo (eran lavados y enviados a los productores locales que trabajaban en alianza con Circclo, reinsertándolos nuevamente en el ciclo)

Luego de la presentación, se realizó un seguimiento de los clientes activos del servicio por un tiempo previamente establecido.

Como tercer paso, en la **fase empírica analítica**, se analizaron los datos obtenidos tanto cualitativos como cuantitativos. Allí, por un lado, se buscó establecer los porcentajes de interés sobre el servicio, el uso del mismo, y el re uso del mismo. A través de un embudo de conversión. Por el otro, el objetivo fue conocer el porqué de estos porcentajes, a fin de lograr una mejor comprensión de los datos recolectados. (Para lo que se utilizó herramientas como observación y encuestas) Así también se establecieron criterios de éxito de las métricas, es decir porcentajes ideales a conseguir en esta primera vuelta al circuito de feedback.

- Del total de los clientes obtenidos se estableció como métrica objetivo que el **60% de los mismos realicen su primera compra**.
- Del total de las conversiones **más** de un **50% convertirlas en recargas**.

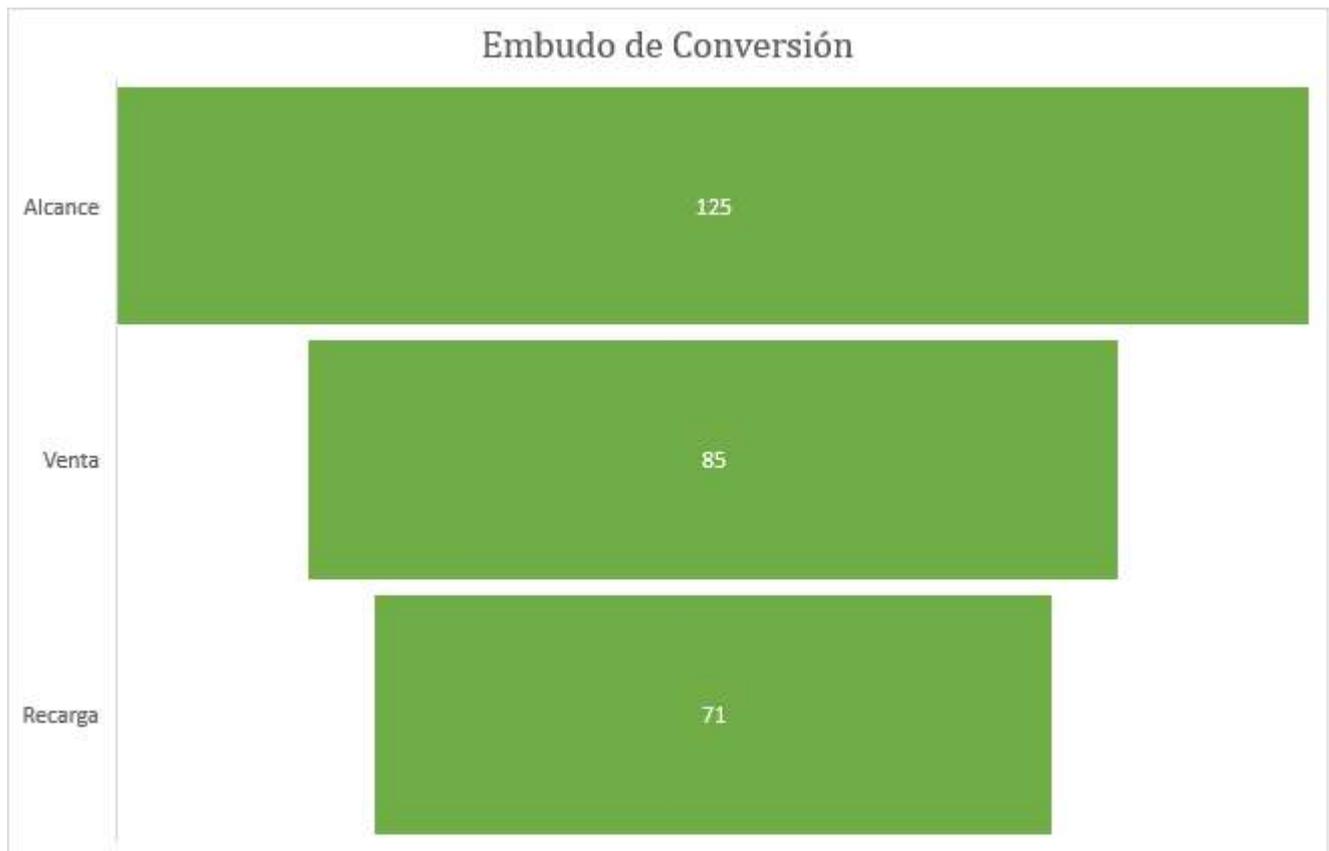
Como cuarta fase, en una **fase inferencial de discusión**, se buscará:

Transformar todos los datos en información útil para la toma de decisiones correspondientes y hacer las modificaciones necesarias al producto en base al aprendizaje validado.



## RESULTADOS

Durante el proceso de experimentación los resultados se fueron volcando en una planilla de Excel en donde se armó un embudo de conversión para determinar la efectividad de la propuesta.



De la totalidad de los usuarios a los que se le ofertó (125), un 68% demostró interés y decidido adquirir el servicio por primera vez. El 32% restante no demostró interés.

El embudo de conversión demuestra que, de las 125 personas contactadas, 85 que concretaron una compra, efectivamente 71 terminaron realizando sus recargas. Es decir, un 83% recargó luego de su compra.

Cabe destacar que por naturaleza del servicio la conversión no es necesariamente la venta en sí sino es la recarga y reutilización por lo que el indicador más relevante es la **tasa de reutilización** del servicio, lo que se plasma en el embudo como "Recarga".

Luego se procedió a recolectar datos tanto de los clientes activos del servicio como de los que dejaron de comprar para lograr entender a profundidad el porqué de los filtros del embudo de conversión.



---

**Con respecto a los clientes activos:**

Se logró encuestar 48 clientes para entender cuál fue su experiencia con circclo y qué valoraron. En base a su experiencia del servicio se pudo definir **categorías** acerca de las propuestas de valor:

1) Experiencia en relación al servicio:

Aspectos Positivos:

- Buen trato con el cliente
- Atención personalizada
- Rapidez
- Puntualidad
- Comodidad de recibir en casa
- Amabilidad y educación para el trato
- Pronta entrega
- Comunicación con el cliente, recordatorios.

2) Experiencia en relación a la sustentabilidad

Aspectos Positivos:

- Mensaje de cuidar al planeta
- Envases recargables y reciclables
- Envases estéticamente lindos
- Disminuir la basura
- Presentación del envase

3) Experiencia en relación al precio/productos

Aspectos Positivos:

- Mejor precio que el supermercado
- Productos de calidad a buen precio
- Garantía del producto
- Productos para la ropa muy buenos
- Consumo económico

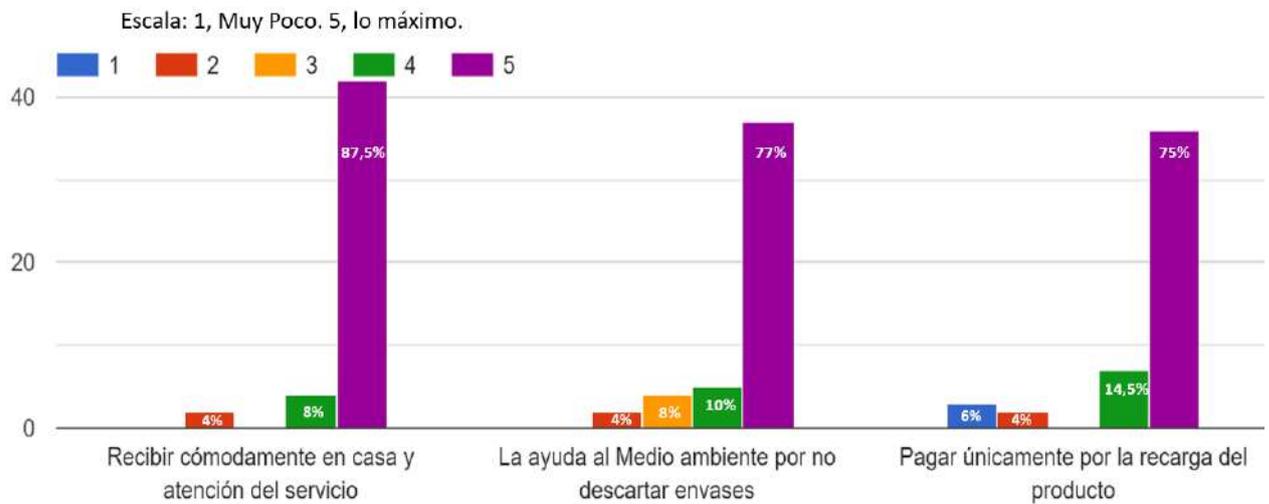


### Nube de Palabras



### Dimensiones de la propuesta

¿Cuánto valoras de las propuestas de circulo?



Se puede observar que la gran mayoría de las 48 personas encuestadas valoraron con el valor más alto a las tres categorías. En comparación entre las mismas se ve una leve ventaja de la comodidad por encima de las otras dos. Por ende, emerge el dato que la propuesta si fue entendida con triple impacto.

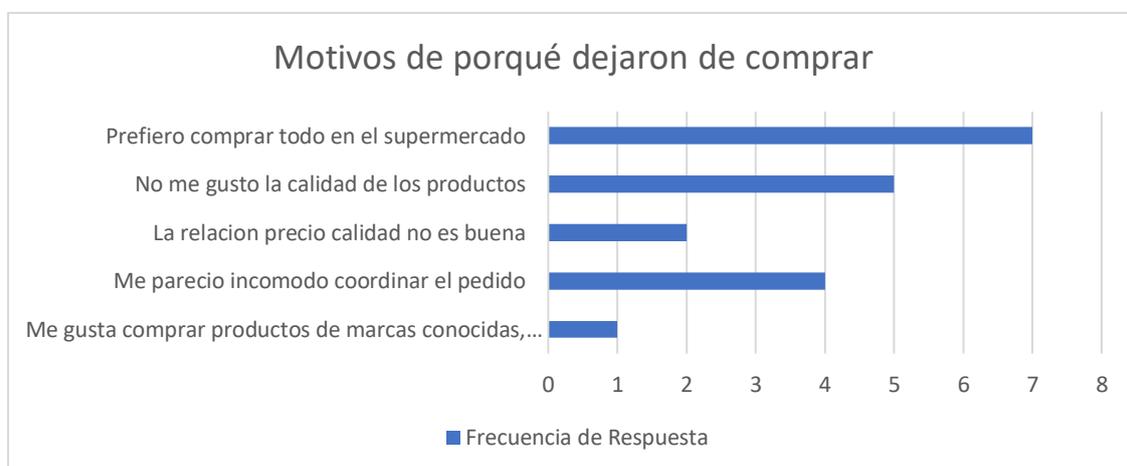


### **Comentarios opcionales**

El 100% fue destinado a la calidad de los productos. Específicamente el Detergente, ya que al existir un producto líder en el mercado como el magistral fue algo que marco evidentemente una percepción baja en la calidad.

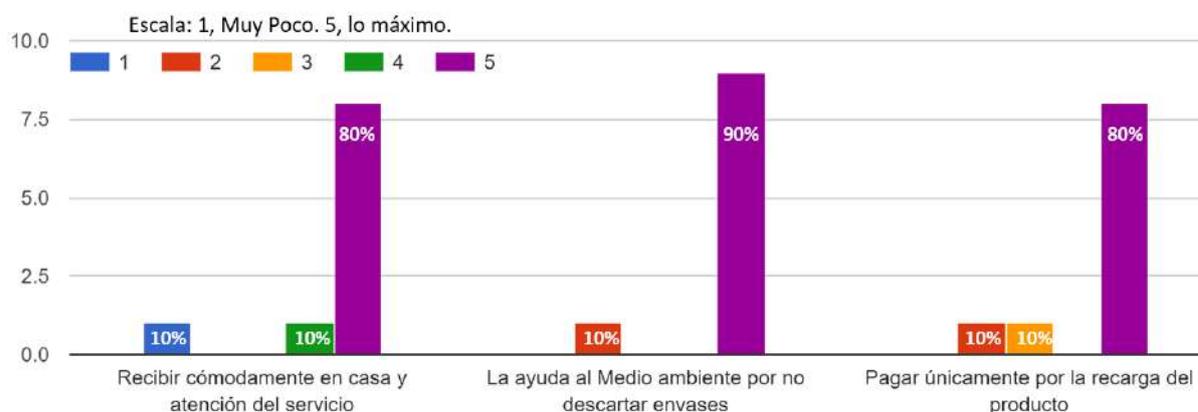
### **Con respecto a clientes que dejaron de adquirir el servicio:**

Por otra parte, se encuestó a 11 clientes que compraron al menos una vez y luego con el paso del tiempo dejaron de adquirir el servicio. En primer lugar, se presentan algunas de las repuestas acerca de porqué dejaron de comprar



Luego se les preguntó acerca si valoraban las dimensiones de la propuesta de circclo.

¿Valoras estas propuestas de circclo?



Mediante este gráfico se puede observar que las personas adquirieron el servicio y luego dejaron de comprar si valoraron las dimensiones de la propuesta de circclo.

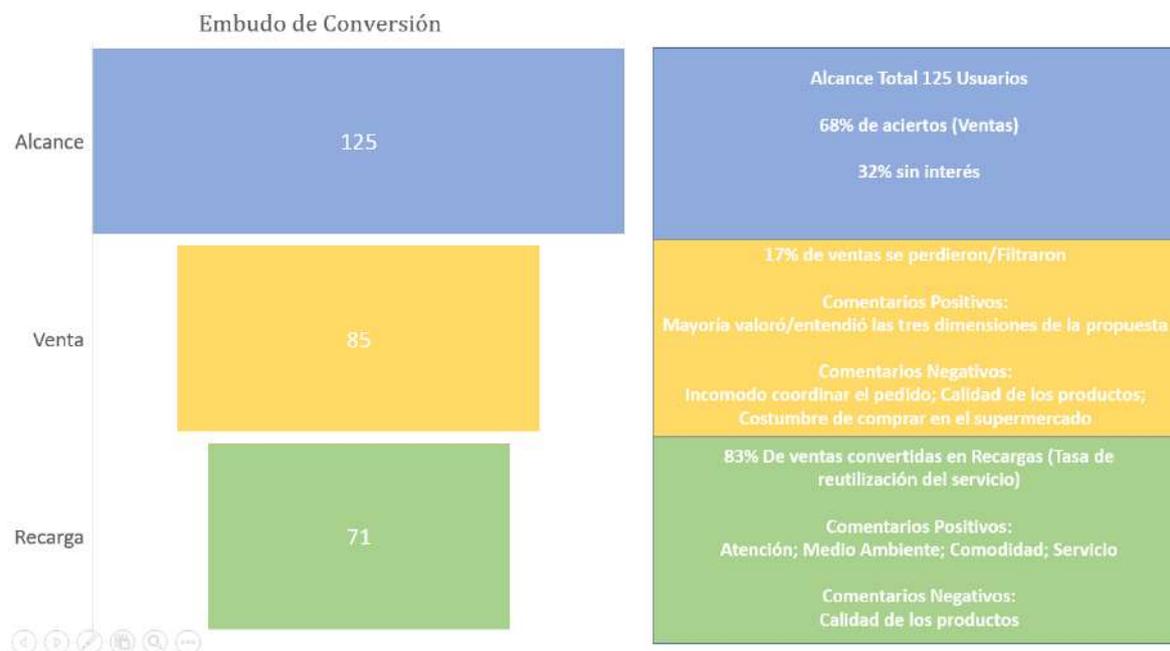


Pero que claramente queda sujeto a análisis para determinar cuál fue la variable que explique el motivo de por qué no volvió a comprar.

### Comentarios extras

En este caso los comentarios extras fueron destinados a la calidad del producto, específicamente hablando del Detergente.

A continuación, se presenta un resumen de los datos recolectados con las encuestas:



### CONCLUSIONES PARCIALES

La investigación aún continua, pero es de suma relevancia destacar hasta el momento la importancia del método lean startup para el éxito de las mismas. Actualmente según investigaciones el 42% de las startups falla por falta de mercado, por lo que es sumamente valioso entender el sentido del método planteado por el autor Eric Ries y tomarlo como un marco de referencia para el desarrollo inicial de este tipo de emprendimientos.



---

## BIBLIOGRAFÍA

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES.
- Olsen, D. (2015). The Lean Product Playbook. Nueva York: John Wiley & Sons Inc.
- Ries, E. (2019). El camino hacia el lean startup. (C. L. Fatur, Trans.) Florida, Provincia de Buenos Aires: Valletta Ediciones.
- Ries, E. (2012). El método lean startup. Madrid: Ediciones Deusto.



## APÉNDICE

### PRODUCTO MÍNIMO VIABLE.

#### Propuesta

**HEY!**  
**SOMOS**

# CIRCCL

**Y TENEMOS UNA NUEVA PROPUESTA PARA JUNTOS PODER REINVENTARNOS**

**¿QUIÉNES SOMOS?**  
Un proyecto que busca terminar con el desecho de envases plásticos de un solo uso. ¿Cómo? A través de la economía circular, implementando envases recargables en aquellos productos con los que limpias tu hogar y a futuro poder agregar otros productos a la cartera. Creemos que en conjunto podemos generar impacto para poder vivir en un lugar más limpio y libre de tanto desperdicio.

**¿QUÉ OFRECEMOS?**  
Un servicio que te permita consumir con comodidad y sin generar desechos:

- Compartido desde tu casa y recibidos en la misma.
- Pagado sólo por el contenido y no el packaging.
- Evitando descartar envases a tener que apilarlos en tu hogar.
- También podrás sincronizar tu pedido y recibirlo automáticamente.

**NUESTROS PRODUCTOS**

formato 1 litro

formato 5 litros

**¿QUÉ TE PARECE?**  
bueno ahora te contamos cómo funcionamos

1. Contactate con nosotros a través de WhatsApp para hacer tu pedido.
2. Nosotros lo llevamos los productos a tu casa.
3. Usalo y el utilizado hace que el otro vuelva a reciclarse.
4. Lo reciclamos y lo reconvertimos a nuevos envases de 1 litro más.
5. Preparamos y preparamos los envases para volver a reutilizarlos.

**LO MEJOR DE ESTO ES QUE**

- Estás ayudando a reducir los envases que terminan en la basura o el medio ambiente.
- Pagás solamente por el producto.
- Recibís el pedido sin moverte de casa.
- Podés sincronizar tu pedido de forma automática.



En caso de que el cliente aceptara se les enviaba a continuación el siguiente catálogo con los productos:

**CIRCCLO**  
¡JUNTOS PODEMOS REINVENTARNOS!  
ENVASES RECARGABLES  
COMPRÁ HOY TU ÚLTIMO ENVASE  
No te preocupes por las compras, te lo llevamos a casa.  
No pagues nunca más por envases que descartas.  
Podemos dejar de generar plástico con una simple acción/decisión.  
¿DE VERDAD NOS ENCANTARÍA QUE TE SUMES A ESTE CAMBIO!

**NUESTRO CATÁLOGO**  
¡PAGAS POR EL ENVASE POR ÚNICA VEZ Y ES TUYO!  
ENVASE LITRO \$50 | ENVASE 5 LITROS \$100  
DETERGENTE 1L. Primera compra \$190 | Segunda compra \$140  
LIMPIA PISOS 1L. Primera compra \$102 | Segunda compra \$52  
JABÓN ROPA 1L. Segunda compra por \$100  
LAVADERA 5L. Primera compra \$335 | Segunda compra \$235  
LIMPIA PISOS 5L. Primera compra \$310 | Segunda compra \$210  
JABÓN ROPA 5L. Primera compra \$630 | Segunda compra \$530  
SUAVIZANTE 5L. Primera compra \$569 | Segunda compra \$469  
¡COMBOS DISPONIBLES!  
COMBO 1: Primera compra \$649 | Segunda compra \$449  
COMBO 2: Primera compra \$853 | Segunda compra \$603  
¿TE TOMAMOS EL PEDIDO?  
agendanos, llamanos o whatsapeanos 3814620450  
si nos querés enviar un mail o conocernos más circclo.org@gmail.com www.circclo.com

## ENCUESTA A LOS CLIENTES ACTIVOS DEL SERVICIO

Circlo.l ☆

Preguntas Respuestas 40

¡HOLA! Te agradecemos por estos 3 minutos de tu tiempo! Esta encuesta es totalmente Anónima.

Descripción del formulario

Título de imagen

**CIRCCLO**

Describe a circlo en base a tu experiencia, lo que más valoraste y lo que más te gusto. \*

Texto de respuesta largo



Universidad Nacional de Tucumán  
Facultad de Ciencias Económicas  
Instituto de Administración  
**VIII Muestra Académica de Trabajos de  
Investigación de la Licenciatura en  
Administración**



¿Cuánto valoras de las propuestas de circulo? \*

Considera que 1 es muy poco y 5 mucho. Si estás en el celular desplázate con el dedo para que puedas seleccionar las columnas 4 y 5

	1	2	3	4	5
Recibir cómoda...	<input type="radio"/>				
La ayuda al Me...	<input type="radio"/>				
Pagar únicame...	<input type="radio"/>				

Si es que hay otra propuesta que valoraste y no estuvo incluida en las opciones anteriores puedes escribirla acá

Texto de respuesta largo

Comentario Extra (Opcional). TODO nos ayuda, aportes, ideas, quejas, todo lo que se le ocurra en que podemos Mejorar. ¡GRACIAS!

Texto de respuesta largo

**ENCUESTAS A LAS PERSONAS QUE CONCRETARON UNA COMPRA Y NO LO VOLVIERON A HACER:**

Circulo.0

Preguntas Respuestas 10

Descripción del formulario

Título de imagen

# CIRCULO

Seleccioná las razones por las que dejaste de comprar. \*

- Prefiero comprar todo junto en el supermercado
- No me gustaron la calidad de los productos.
- La relación precio-calidad no es buena.
- No tenía como contactarme con ustedes para re-pedirlos
- Me pareció incómodo coordinar el pedido
- Compró en lugares que venden productos de limpieza sueltos a precios más baratos.
- Me gusta comprar productos de marcas conocidas, ya los conozco y compró habitualmente
- No me gustó pagar por un envase retornable
- Otra...

¿Valoras estas propuestas de circulo? \*

Considera que 1 es muy poco y 5 mucho. Si estás en el celular desplázate con el dedo para que puedas seleccionar las columnas 4 y 5

	1	2	3	4	5
Recibir cómoda...	<input type="radio"/>				
La ayuda al Me...	<input type="radio"/>				
Pagar únicame...	<input type="radio"/>				

Comentario Extra (Opcional). TODO nos ayuda, aporte, ideas, quejas, etc. ¡GRACIAS!

Texto de respuesta largo