



Donde el dato converge en decisión

Manual de Campo del Explorador

Todo lo que las **2 personas** deben hacer, llenar y entregar en el trabajo de campo — paso a paso, al pie de la letra.

OPERATIVO: ECO CAJAMARCA · AV. HOYOS RUBIO

Este manual es la **fente única de verdad** del trabajo de campo. Las 2 personas siguen estas indicaciones al pie de la letra: qué hacer, cómo llenar cada insumo, qué entregar y cuándo. Si algo no está aquí, se consulta a Eduardo/VÉRTICE antes de improvisar.

01	El operativo — qué se estudia y la misión	08	Grabación: drone + 360 (nadie parado)
02	Las 2 personas — perfil y requisitos	09	Cuotas objetivo (metas medibles)
03	Los dos roles: A (Territorio) y B (Consumidor)	10	Cronograma minuto a minuto (2 días)
04	Capacitación previa — qué deben dominar	11	Los 10 insumos y cómo llenar cada uno
05	El kit de campo y la preparación	12	Cierre, entrega y seguridad
06	Reglas de oro en campo	A	Anexos: las 10 fichas en blanco para imprimir
07	Guion de abordaje y consentimiento		

LA REGLA DE ORO — INNEGOCIABLE

No se inventa **NADA**. Se observa, se pregunta y se fotografía (se **triangula**). Lo que no se logró levantar se escribe «**PENDIENTE / no obtenido**». Un solo dato inventado arruina la decisión de una inversión de millones.

01 El operativo — qué se estudia y la misión

Las 2 personas van a **Cajamarca** a levantar la información de campo del terreno de **Av. Hoyos Rubio**, donde Eco Plaza evalúa un proyecto comercial. Este es un **Sondeo Exploratorio de Viabilidad (SEV)**: rápido y honesto, para decidir **GO / NO-GO / AFINAR** — no es el estudio definitivo, es la evidencia de campo que le falta a VÉRTICE para cerrar la recomendación.

2

EXPLORADORES
(ROLES A Y B)

2

DÍAS DE CAMPO
≈ 7:50 AM – 10 PM

3,125_{m²}

TERRENO
AV. HOYOS RUBIO

100%

GRABADO
NADA SE PIERDE

EL PROYECTO (CONTEXTO)

UBICACIÓN

Av. Hoyos Rubio
S/N, Sector Barrio
Columbo, Cajamarca

TERRENO

3,125.51 m² ·
zonificación RDA (a
confirmar en
Municipalidad)

CONCEPTO

**Mercado de
abastos moderno**
de frescos +
gastronomía
regional (NO un
mall)

POR QUÉ AQUÍ

Ciudad en
crecimiento y sin
ningún mercado
moderno: hueco real
de fresco

LO QUE ESTE CAMPO DEBE RESOLVER

Tres cosas que **solo el campo** puede responder y que hoy están pendientes:

- **Intención B2B de comerciantes:** ¿comprarían o alquilarían un local en el nuevo mercado? (sostiene el modelo financiero).
- **Hábitos del consumidor:** dónde compran hoy el fresco, cada cuánto, cuánto gastan, qué les falta.
- **Realidad del entorno:** flujo, competencia, accesos, seguridad y percepción de la zona.

⚠ Sobre el lenguaje del concepto

Los formatos hablan a veces de «centro comercial» por ser el estándar. En Cajamarca, el concepto a evaluar es un **MERCADO DE ABASTOS MODERNO** (frescos + gastronomía regional). Donde el formato diga «centro comercial», el explorador dice «el nuevo mercado moderno» y **muestra la Lámina del Concepto (Ficha 09)** con los datos reales del proyecto.

Dos personas, dos días, del amanecer al cierre. Su misión: **recopilar con rigor y grabar todo** lo que la dupla necesita para armar el estudio. No analizan — recopilan bien. **El análisis es de Eduardo + VÉRTICE.**

- **Son los OJOS y OÍDOS en el terreno:** observan, cuentan, conversan, fotografían y graban.
- Trabajan la **jornada completa** del lugar (≈ 7:50 am a 10:00 pm) para capturar todos los momentos: apertura, mediodía, pico de la tarde y cierre nocturno.
- **TODO SE GRABA:** la visita entera queda en video (celular, Osmo 360 y drone) para que VÉRTICE y Eduardo la revisen y compilen. Nada se pierde.
- Se reparten en **2 roles** (Territorio y Consumidor) y cruzan hallazgos en cada pausa.
- Al cierre de cada día **ENTREGAN el material** a VÉRTICE (fichas, fotos, videos) para procesarlo esa misma noche.
- **Plan B:** si una persona o un equipo falla, se prioriza lo esencial (sondeo, conteo, entrevistas, 360), se avisa a Eduardo y el drone se omite.
- **Regla de oro:** no se inventa nada. Lo que no se obtuvo se marca «no obtenido / PENDIENTE».

La triangulación (el método del explorador)

Ningún dato se toma de una sola fuente. Se **TRIANGULA:** lo que se **observa** con los ojos + lo que la gente **dice** en entrevistas/sondeos + lo que queda en la **foto/video**. Cuando las tres coinciden, el dato es sólido.

02 Las 2 personas — perfil y requisitos

La jornada es larga, social y exige criterio. Ambas personas deben cumplir este perfil; no es un paseo, es un levantamiento profesional.

REQUISITO	POR QUÉ IMPORTA
Mayor de edad, disponibilidad total los 2 días	La jornada es larga y continua (≈ 14 h/día)
Don de gente, facilidad para abordar desconocidos	Todo el día conversa con gente que no conoce
Ambos pilotan el drone y saben grabar en 360	Se turnan; el equipo nunca depende de una sola persona
Maneja smartphone (fotos, GPS, grabación, apps)	Registra y graba todo con el celular y el Osmo 360
Observador, ordenado y con buena memoria	Debe registrar detalles sin perder nada
Puntual y con resistencia física	Caminata constante y franjas de conteo a hora fija
HONESTO y riguroso	La regla de oro: cero datos inventados
Discreto y con sentido de seguridad	Sabe leer situaciones de riesgo y cuidar el equipo
Deseable: experiencia en campo/encuestas o estudiante de marketing, sociología o economía	Aterrizaje rápido; ideal si conoce Cajamarca

Antes de aceptar el encargo

Cada persona confirma que puede cumplir los **2 días completos**, que sabe (o aprenderá en la capacitación) a pilotar el drone y grabar en 360, y que entiende la regla de oro. Si algo de esto no se cumple, se avisa a Eduardo **antes** de viajar, no en campo.

03 Los dos roles: A (Territorio) y B (Consumidor)

Se reparten para cubrir más en menos tiempo. El drone, el Osmo 360 y el conteo son de **ambos**: se turnan. En los picos de gente, los dos hacen mini-sondeo.

Explorador A

TERRITORIO

- > Observación del terreno — **Ficha 01**
- > Conteo de flujo — **Ficha 02**
- > Censo de competencia — **Ficha 05**
- > Fotos y drone — **Ficha 06**
- > Recorridos del entorno

Explorador B

CONSUMIDOR

- > Entrevistas a informantes — **Ficha 03**
- > Mini-sondeo de intercepción — **Ficha 04**
- > La voz del consumidor + verbatims
- > Registro Osmo 360
- > Apoyo en conteo en su turno

COMPARTIDO POR LOS DOS

Pilotar el **drone** y grabar el **360** (se turnan), el **conteo** por franja, y la **Hoja Memoria (Ficha 08)**. Se cruzan hallazgos en cada pausa. En los picos de gente, ambos hacen mini-sondeo para sumar respuestas.

Nadie parado

Nunca hay una persona parada mientras la otra graba o vuela: siempre hacen tareas en paralelo que quedan documentadas. Si A vuela el drone, B vigila el aire y graba el 360 a nivel de piso. Ver §08 (grabación).

04 Capacitación previa — qué deben dominar

Media jornada de capacitación antes del viaje (la da Eduardo/VÉRTICE)

Nadie sale a campo sin dominar esto. Al terminar la capacitación, cada persona debe poder explicar el objetivo con sus palabras, llenar una ficha de prueba y hacer una toma de prueba con cada equipo.

- El **OBJETIVO del estudio**: qué buscamos en la zona y por qué (para no perder el foco). En Cajamarca: validar la **intención B2B** de comerciantes y los **hábitos de compra de fresco**.
- Cómo llenar **CADA ficha (00 a 09)** y cómo **MOSTRAR la Lámina del Concepto (Ficha 09)** al evaluar el concepto.
- Cómo **pilotar el drone** y cómo **grabar con el Osmo 360** (y cuándo dejarlo en continuo).
- Técnica de **abordaje e intercepción** con el guion: cómo presentarse y **NO inducir** respuestas.
- Cómo pedir **CONSENTIMIENTO** para grabar/anotar y cómo manejar un rechazo.
- Cómo hacer el **CONTEO de flujo**: qué se cuenta, en qué franjas y por cuánto tiempo.
- **La regla de oro (no inventar), «todo se graba» y el protocolo de seguridad.**

SABE

Explica el objetivo y qué decide cada ficha.

PUEDE

Llena una ficha de prueba y aborda a alguien con el guion.

GRABA

Hace una toma de prueba con celular, 360 y drone.

05 El kit de campo y la preparación

El kit queda listo la NOCHE ANTERIOR

Con todo cargado y probado. Lo que falte en campo, ya no se consigue. Cajamarca está lejos: un cable o una batería olvidada cuesta un día de trabajo.

Documentos e instrumentos

- Las **10 fichas (00–09)** impresas, incluida la **Lámina del Concepto (09)** que se muestra a la gente; copias de sobra del sondeo (04) y la entrevista (03).
- Portapapeles/tablero + 2 lapiceros + resaltador.
- Credencial / carta de presentación de Eco Plaza; chaleco o gorra.
- Mapa del **área de influencia** (lo entrega VÉRTICE) para ubicarse.
- El **permiso del drone** a la mano, si se va a volar.

Equipos y logística

- 2 smartphones cargados + power bank + cables.
- DJI Osmo 360 + palo/soporte + tarjeta con espacio.
- Drone + control (ambos lo manejan).
- **Baterías de repuesto** (Osmo y drone) + **tarjetas SD extra**.
- Agua, gorra de sol, bloqueador; **poncho por si llueve** (sierra).
- Dinero menudo (movilidad + pequeño incentivo para el sondeo).

CHECKLIST DE LA NOCHE ANTERIOR (ANTES DE SALIR)

- Baterías al **100%** (con repuestos)
- Tarjetas SD **vacías** y con espacio
- GPS **activado** en ambos celulares
- Apps de cámara/grabación **abiertas y probadas**
- Una **toma de prueba** hecha en cada equipo
- Fichas impresas y contadas; kit completo

06 Reglas de oro en campo

LA REGLA QUE MANDA SOBRE TODAS

No se inventa **NADA**. Si no se obtuvo, se escribe «**no obtenido / PENDIENTE**». Un dato inventado destruye todo el estudio.

- **TODO SE GRABA y se rotula** (día / hora / lugar). El 360 puede ir en continuo.
- **GPS siempre activo:** cada foto, video y sondeo debe quedar georreferenciado.
- **Consentimiento:** pedir permiso para grabar/anotar; si dicen que no, no se graba su cara ni su voz.
- **No inducir** respuestas; anotar los **verbatim** (frases textuales) tal cual, entre comillas.
- **Respalda el material a la nube CADA día** (no arriesgar todo en un solo equipo).
- **Puntualidad en las franjas de conteo:** son horas fijas y no se repiten.
- Si una franja cae en un **evento atípico** (feria, paro, lluvia fuerte), anotarlo: no se compara con una franja normal.
- **Seguridad primero:** si algo se siente mal, se retira. Ningún dato vale un riesgo.

Sobre la Hoja Memoria (Ficha 08)

Todo lo valioso que no encaje en ningún formato —un dato suelto, un rumor, algo raro, una corazonada— va a la **Hoja Memoria**. Si dudas dónde va, va ahí. Nada se pierde: Eduardo y VÉRTICE lo revisan y lo colocan. Detalle en §11 (Ficha 08).

07 Guion de abordaje y consentimiento

Un mismo guion para los dos = respuestas **comparables**. Presentarse, pedir permiso, ser breve y agradecer. No se induce ni se sugiere la respuesta.

A • Mini-sondeo (intercepción a transeúntes)

Apertura: «Buenos días, hacemos un estudio de Eco Plaza sobre la zona. ¿Me regala unos 10 minutitos? Es anónimo.»

Permiso: «¿Le molesta si anoto/grabo? Es solo para el estudio.» — si dice no, no se graba su cara ni su voz (pero sí se puede anotar).

Rechazo: si dicen que no, **agradecer y seguir** (NO insistir). Registrar el rechazo (sirve para la tasa de respuesta).

B • Entrevista a informante clave (comerciante, vecino, autoridad)

- Presentarse y explicar el objetivo; pedir permiso para **grabar** y para **citar** lo que diga.
- Dejar **HABLAR**; repreguntar «¿por qué?», «¿un ejemplo?»; no interrumpir.
- Cerrar agradeciendo y preguntando: «¿algo más que deba saber de la zona?»

✓ Sí

- ✓ Presentarse como estudio de Eco Plaza; ser breve.
- ✓ Anotar las frases textuales, entre comillas.
- ✓ Aceptar el «no» con una sonrisa y seguir.

✗ No

- ✗ Sugerir la respuesta («¿verdad que haría falta un mercado?»).
- ✗ Insistir a quien no quiere participar.
- ✗ Grabar rostros o voces sin permiso.

08 Grabación: drone + 360 (nadie parado)

Regla: **TODO SE GRABA**

Nunca hay una persona parada mientras la otra graba o vuela. Siempre hacen tareas en paralelo que quedan documentadas.

Cuando **UNO** vuela el **DRONE** (ambos saben, se turnan)

- **Piloto:** vuela y sigue el plan de tomas (terreno, accesos, entorno, competencia y flujo desde arriba).
- **El otro (observador):** vigila el espacio aéreo y a las personas (**seguridad**), anota QUÉ se está grabando y por qué (para que VÉRTICE lo entienda) y graba el 360/celular a nivel de piso en simultáneo.

Cuando **UNO** graba con el **OSMO 360**

- **El que graba:** recorre **narrando en voz alta** lo relevante (el 360 graba audio): «este es el acceso, ahí el paradero, ese es el competidor X».
- **El otro:** hace su tarea (entrevista / observación / conteo) que queda documentada, o toma **fotos de detalle** que el 360 no capta bien (carteles, precios, letra chica).

ROTULADO (PARA QUE VÉRTICE UBIQUE CADA TOMA)

El Osmo 360 puede ir grabando en **CONTINUO** (en el cuerpo o en un palo) mientras ambos trabajan. **Rotular cada video** con **día, hora y lugar** para que VÉRTICE lo ubique. Al respaldar a la nube, organizar por carpetas (terreno / entorno / competencia / flujo / noche).

09 Cuotas objetivo (metas medibles)

Al cierre del **Día 2**, esto debe estar cumplido (o justificado el faltante). Son las metas contra las que se mide el trabajo.

INSUMO	META (2 DÍAS)	NOTA
Entrevistas a informantes clave	12 – 16	vecinos, comerciantes, trabajadores, administrador / autoridad
Mini-sondeos de intercepción	30 – 60 válidos	≈ 10-12 min c/u; se aborda a más gente (no todos aceptan)
Franjas de conteo de flujo	8 (4 / día)	mañana, mediodía, pico tarde y noche
Competidores censados	8 – 10	mercados, supermercados, malls, galerías
Fotos georreferenciadas	40 +	terreno, entorno, competencia, flujo, noche
Video 360 y celular	visita completa	en continuo, rotulado por día / hora / lugar
Sobrevuelo con drone	2 – 3 (si hay permiso)	terreno, entorno y flujo desde arriba
Hoja Memoria (Ficha 08)	en uso todo el día	todo lo que no encaje en otro formato
Síntesis (Ficha 07)	1 por día	lectura PROMETE / NO / AFINAR

Diseño de los 2 días (importante para poder comparar)

Los 2 días deben ser del **mismo tipo** (ambos laborables o ambos de fin de semana) para comparar y sumar. Si se cubre un día típico y uno pico (p. ej. martes y sábado), los conteos se leen **por separado**, no se comparan.

El plan hora por hora de los 2 días, repartido entre **Explorador A (Territorio)** y **Explorador B (Consumidor)**.
Ajústalo a la realidad del lugar, pero **las franjas de conteo son a hora fija** y no se repiten. «xN» = abordajes/intentos (no todos aceptan).

Día 1 — mañana (7:50 a.m. – 1:30 p.m.)

HORA	EXPLORADOR A — TERRITORIO	EXPLORADOR B — CONSUMIDOR
7:50	Llegada. Briefing (10'): repasar el plan, repartir fichas, ACTIVAR GPS, sincronizar relojes, chaleco.	(conjunto con A)
8:00	Reconocimiento conjunto (30') + 1.er VUELO de DRONE: A pilota; B observa/seguridad y graba el 360 a nivel de piso. Foto panorámica.	(conjunto: B graba 360 y cuida el aire mientras A pilota)
8:30	Ficha 01 – Observación del terreno: límites, fachadas, uso de suelo, hitos, riesgos. Fotos con GPS.	Ficha 02 – Conteo FRANJA 1 (matutina), acceso principal, 20'.
9:00	Recorrido del entorno (3-4 cuadras): comercios, servicios, paraderos. Fotos.	Ficha 03 – Entrevistas a comerciantes que abren x2.
9:45	Ficha 05 – Competencia #1: 2-3 competidores cercanos. Anclas, rubros, estado.	Ficha 04 – Mini-sondeo x8 abordajes (media mañana).
10:30	Pausa (15') + cruce de hallazgos. Volcar lo suelto a la Hoja Memoria.	Pausa + cruce + Hoja Memoria.
10:45	Ficha 05 – Competencia #2: 2-3 competidores más. Precios visibles, horarios.	Mini-sondeo x10 abordajes.
11:45	Registro OSMO 360 del entorno (narrando) + fotos del flujo peatonal.	Ficha 03 – 1 informante clave (junta de comerciantes / vecino antiguo).
12:15	Fotos del pico de mediodía. Apoya el conteo.	Ficha 02 – Conteo FRANJA 2 (mediodía), 20'.
12:45	Almuerzo escalonado + RESPALDO de material a la nube.	Almuerzo + respaldo.

Meta VÁLIDOS: 30-60 sondeos (≈10-12 min c/u) y 12-16 entrevistas en los 2 días. El Osmo 360 puede ir grabando en CONTINUO: nada se pierde.

Cronograma · Día 1 — tarde y noche (1:30 – 10:00 p.m.)

HORA	EXPLORADOR A — TERRITORIO	EXPLORADOR B — CONSUMIDOR
13:30	Ficha 03 – Entrevistas a trabajadores de la zona (su hora libre) ×2.	Mini-sondeo ×10 abordajes (tarde).
14:30	Observación de dinámica: transporte, paraderos, tipo de gente. Fotos + 360.	Ficha 03 – Entrevistas a vecinos / amas de casa ×2.
15:30	Pausa (15') + cruce + Hoja Memoria.	Pausa + cruce.
15:45	Ficha 05 – Competencia #3: cómo lucen en la tarde (afluencia, colas).	Mini-sondeo ×12 abordajes (tarde alta).
17:00	Registro OSMO 360 del inicio del pico (narrando) + fotos.	Mini-sondeo ×10 + observa el perfil de la gente.
18:00	Ficha 02 – Conteo FRANJA 3 (pico de salida del trabajo), 20'.	Mini-sondeo en el pico ×10 abordajes.
18:45	2.º VUELO de DRONE (luz de tarde): B pilota; A observa/seguridad y graba 360.	(B pilota; A cuida el aire y graba 360)
19:30	Cena rápida escalonada.	Cena.
20:00	Observación NOCTURNA: iluminación, seguridad percibida, qué abre, serenazgo. Fotos + 360.	Mini-sondeo nocturno ×6 + entrevista a quien circula de noche.
21:00	Ficha 02 – Conteo FRANJA 4 (noche/cierre), 20'. Foto de cierre.	Últimos sondeos + verbatims del día.
21:40	CIERRE DÍA 1 (20'): Ficha 07 parcial + Hoja Memoria, contar logros vs cuota, RESPALDAR/ENVIAR a VÉRTICE, ajustar Día 2.	(conjunto con A)

Cronograma · Día 2 — mañana (7:50 a.m. – 1:30 p.m.)

HORA	EXPLORADOR A — TERRITORIO	EXPLORADOR B — CONSUMIDOR
7:50	Briefing Día 2 (10'): ajustes según el Día 1, cuotas pendientes, a quién falta entrevistar.	(conjunto con A)
8:00	3.er VUELO de DRONE temprano (poca gente, buena luz): A PILOTA el terreno, accesos y entorno.	Observa el aire/seguridad y graba el 360 a nivel de piso; luego ubica el punto de conteo.
8:30	Ficha 05 – 2.ª pasada de competencia: precios, horarios, mix de tiendas.	Ficha 02 – Conteo FRANJA 1 réplica — MISMA hora que el Día 1.
9:15	Recorrido de VERIFICACIÓN: dudas del Día 1, fotos faltantes, distancias a hitos.	Ficha 03 – Entrevistas a comerciantes que faltaron ×3.
10:30	Pausa (15') + cruce + Hoja Memoria.	Pausa + cruce.
10:45	Registro 360 de detalles + fotos que faltaron del checklist.	Mini-sondeo ×12 abordajes (segmentos faltantes: mayores, jóvenes).
11:30	Ficha 03 – Entrevista al ADMINISTRADOR del mercado/CC vecino o autoridad (con cita).	Mini-sondeo ×10 abordajes.
12:15	Registro 360 del mediodía + apoyo al conteo.	Ficha 02 – Conteo FRANJA 2 réplica — MISMA hora que el Día 1.
12:45	Almuerzo + respaldo de material.	Almuerzo + respaldo.

«Réplica — MISMA hora»: repetir el conteo a la misma hora que el Día 1 permite validar que el flujo es estable y no un golpe de suerte.

Cronograma · Día 2 — tarde y noche (1:30 – 10:00 p.m.)

HORA	EXPLORADOR A — TERRITORIO	EXPLORADOR B — CONSUMIDOR
13:30	Ficha 05 – CERRAR el censo de competencia (completar los 8-10).	Mini-sondeo ×12 abordajes (cerrar cuota).
15:00	Observación de pendientes: seguridad diurna, señalética, accesibilidad. Fotos.	Ficha 03 – Entrevistas de profundidad a 2 informantes «top» del Día 1.
16:00	Pausa + cruce + Hoja Memoria.	Pausa + cruce.
16:15	Verificación final del terreno; que no falte ninguna foto ni toma del checklist.	Mini-sondeo ×12 abordajes (tarde).
18:00	Ficha 02 – Conteo FRANJA 3 réplica — MISMA hora que el Día 1.	Mini-sondeo en el pico ×10 abordajes.
19:00	Registro OSMO 360 final del pico (narrando) + fotos de ambiente.	Cerrar sondeos + elegir verbatims destacados.
19:45	Cena.	Cena.
20:15	Observación nocturna comparada con el Día 1 (validar). Fotos de cierre.	Últimas entrevistas / sondeos faltantes.
21:00	Ficha 02 – Conteo FRANJA 4 réplica — MISMA hora que el Día 1.	Ficha 07 + Hoja Memoria – borrador de síntesis.
21:30	CIERRE FINAL (30'): Ficha 07 completa (PROMETE/NO/AFINAR) + Hoja Memoria, ORGANIZAR todo (fichas, fotos, videos 360/drone) por carpetas, ENVÍO final + checklist.	(conjunto con A)

11 Los 10 insumos y cómo llenar cada uno

Estas son las **10 fichas** que las 2 personas manejan. Cada una tiene su responsable, su momento y su forma de llenarse. En las páginas siguientes se explica **qué captura cada ficha** y **cómo llenarla al pie de la letra**. Las fichas en blanco están en los **Anexos**, listas para imprimir.

FICHA	QUÉ ES	QUIÉN LA LLENA	CUÁNDO
00	Protocolo de visita del explorador	Ambos (se cumple)	Se lee antes de empezar
01	Observación del terreno y entorno	A - Territorio	Día 1 mañana (+ verif. Día 2)
02	Conteo de flujo (aforo rápido)	B + apoyo de A	4 franjas fijas por día
03	Entrevista a informante clave	B - Consumidor	A lo largo de los 2 días
04	Mini-sondeo de intercepción	B (ambos en picos)	Todo el día
05	Censo express de competencia	A - Territorio	Días 1 y 2
06	Registro fotográfico	A (ambos aportan)	Todo el operativo
07	Cierre y síntesis del explorador	Ambos (consensuado)	Al cierre de cada día
08	Hoja Memoria / Bitácora (libre)	Ambos	Todo el día, en continuo
09	Lámina del concepto (se muestra)	La prepara VÉRTICE; se muestra	En la evaluación del concepto

Cómo leer las fichas que siguen

Cada bloque trae: **Qué captura** (para qué sirve el dato), **Quién / Cuándo / Meta**, y **Cómo llenarla** paso a paso. Ningún campo se deja vacío sin justificar: si no se obtuvo, se escribe «no obtenido».

QUIÉN
Ambos

CUÁNDO
Antes de empezar

META
Cumplirlo entero

Qué captura: es la portada operativa. No es un formulario; es el «léeme» que fija el rol, qué llevar, la agenda del día y cómo conversar. Recuerda que esto es un **Sondeo Exploratorio** para decidir GO / NO-GO / AFINAR.

Cómo cumplirlo

- 1 Antes de salir, tener el **kit completo** (celular con GPS, las fichas impresas, credencial, efectivo, mapa del área de influencia).
- 2 Seguir la **agenda sugerida** del día (mañana: observación + conteo; mediodía: sondeo; tarde: entrevistas + competencia), ajustándola a la realidad del lugar.
- 3 Al conversar: presentarse con sencillez, **escuchar más de lo que se habla**, anotar frases textuales, hablar con variedad de gente (vecinos, amas de casa, comerciantes, trabajadores, autoridad/administrador).
- 4 Cuidar la seguridad: zonas y horarios prudentes; si algo se siente inseguro, retirarse.

QUIÉN
A · Territorio

CUÁNDO
Día 1 mañana (verif. Día 2)

META
1 ficha completa

Qué captura: la lectura visual del terreno, la avenida/acceso y el entorno de 3-4 cuadras. Es la base para entender si la zona tiene vida comercial y si el terreno es apto.

Cómo llenarla

- 1 Encabezado: **fecha, hora, coordenada GPS** (lat, lon) y dirección exacta del terreno.
- 2 **El terreno:** medir a ojo frente y fondo (m aprox.), si es esquina; marcar estado (vacío / maleza / construcción / en uso), cerco/acceso, pendiente y **riesgo visible** (cerca de río/cauce, zona baja, desmonte). En Cajamarca, ojo con la **faja marginal del río**.
- 3 **La avenida/acceso:** tipo de vía, carriles, berma, estado, veredas, qué transporte pasa y con qué frecuencia.
- 4 **El entorno (3-4 cuadras):** uso predominante (residencial/comercial/mixto), nivel aparente de las viviendas, hitos cercanos (mercado, colegio, hospital, banco...), qué negocios abundan.
- 5 Cerrar con la **impresión general** del entorno y tomar fotos con GPS (van a la Ficha 06).

02 Conteo de flujo (aforo rápido)

Cuánta gente y autos pasan

QUIÉN

B + apoyo de A

CUÁNDO

4 franjas fijas / día

META

8 franjas (4/día)

Qué captura: una «foto» del movimiento de la zona por franja horaria. Es un dato **indicativo**, no exacto: sirve para comparar franjas y ver si la zona tiene vida comercial.

Cómo llenarla

- 1 Pararse en un **punto visible del frente** del terreno (o la esquina más cercana). Anotar el punto y la fecha.
- 2 Contar **10 minutos exactos** por franja (los ~20' del cronograma incluyen ubicarte y anotar). Registrar: peatones, autos, combis/micros, mototaxis y el **% que entra a algún negocio** (aprox.).
- 3 Hacerlo en las **4 franjas**: mañana, mediodía, pico de tarde y noche.
- 4 Lectura rápida: ¿cuándo hay más movimiento? ¿el flujo es de gente que **vive, trabaja o de paso**? Observaciones.
- 5 **Clave:** el Día 2 se replican las franjas a la **MISMA hora y el MISMO punto** para validar.

03 Entrevista a informante clave

Conversación guiada · 1 ficha por persona

QUIÉN

B · Consumidor

CUÁNDO

Los 2 días

META

12 – 16

Qué captura: la voz de quien conoce la zona (vecino, comerciante, trabajador, autoridad, administrador de mercado/CC). Deja que hable; guía con las fases y anota lo más jugoso (frases textuales).

Cómo llenarla (4 fases)

- 1 Anotar **quién es** (tipo, sexo/edad aprox., ocupación/negocio).
- 2 **Fase 1 – Perfil y tiempo libre** (rompehielo): cómo es su día, cómo se mueve, cuánto gasta al salir.
- 3 **Fase 2 – Hábitos de compra** por rubro: dónde compra y por qué, cada cuánto, qué marcas; qué le **FALTA** a la zona.
- 4 **Fase 3 – El «mercado/CC de sus sueños»** (proyectiva): qué es imprescindible y qué lo haría especial.
- 5 **Fase 4 – Evaluación del concepto: MOSTRAR la Lámina (Ficha 09)**; reacción, si iría, qué espera, qué nombre le pondría. **Con comerciantes, la pregunta de oro: ¿alquilaría o compraría un local?** (intención B2B).
- 6 Registrar **verbatim** (frases textuales entre comillas) y la lectura del entrevistador.

QUIÉN

B (ambos en picos)

CUÁNDO

Todo el día

META

30 – 60 válidos

Qué captura: la voz del consumidor de a pie: perfil, movilidad, hábitos de compra, conocimiento de la competencia, reacción al concepto y estilos de vida. Muestra pequeña no probabilística → da una **IDEA (indicativo)**, no un porcentaje exacto.

Cómo llenarlo

- 1 Antes de salir:** llenar la lista de **centros comerciales / mercados de la ciudad** en la pregunta 13 (para que todos evalúen los mismos).
- 2** Abordar con el **guion** (§07) a la mayor **variedad** de personas (residentes y trabajadores). Apuntar a **30-60 respuestas válidas**.
- 3** Recorrer las secciones: **A** Control (vive/trabaja, sexo/edad, NSE aparente, tiempo a casa = anillo isócrono) · **B** Movilidad y esparcimiento · **C** Hábitos de compra · **D** Si trabaja en la zona · **E** Conocimiento y valoración de CC (los 15 atributos: 3 más y 1 menos importante).
- 4 F · Evaluación del concepto: MOSTRAR la Lámina (Ficha 09)** y registrar gusto, qué agrada/no, ubicación, intención de ir, seguridad, tiendas/marcas deseadas y el **nombre** que le pondría.
- 5 G · Estilos de Vida:** 3 indicadores (probar cosas nuevas / planificar y comparar / ahorrar antes que gastar).
- 6 Al cierre del día:** contar cuántas respuestas hubo de cada opción (**conteo simple**). Con eso VÉRTICE arma los gráficos.

Honestidad

No se completan encuestas «a la fuerza»: mejor 30 bien hechas que 60 infladas. El marco de Estilos de Vida es del Dr. Rolando Arellano; VÉRTICE estima el estilo cruzando estos indicadores con el NSE y la zona.

QUIÉN
A · Territorio

CUÁNDO
Días 1 y 2

META
8 – 10

Qué captura: el mapa de la competencia real de la zona (mercados, supermercados, malls, galerías) y el hueco que nadie cubre — el argumento central del proyecto en Cajamarca.

Cómo llenarla

- 1 Recorrer la zona y registrar cada competidor con: **nombre, tipo** (mercado de abastos / supermercado / centro comercial / galería / otro), **distancia aprox.** al terreno, **anclas / qué vende, afluencia** a ojo (Alta / Media / Baja) y el **N.º de foto** (Ficha 06).
- 2 En la 2.ª pasada (Día 2), añadir **precios visibles y horarios**.
- 3 Cerrar con dos lecturas: ¿cuál es el **competidor más fuerte** y por qué? y ¿qué **NO ofrece ninguno** (hueco de mercado)?

QUIÉN
A (ambos aportan)

CUÁNDO
Todo el operativo

META
40+ (mín. 8 tipificadas)

Qué captura: la prueba visual de todo lo que se afirma. Cada foto con su descripción y, si se puede, la coordenada.

Las 8 fotos mínimas obligatorias

- 1 Frontis del terreno (desde la avenida) · 2. El terreno por dentro · 3. La avenida hacia un lado · 4. La avenida hacia el otro lado.
- 2 El entorno comercial (negocios cercanos) · 6. El flujo de gente / transporte · 7. El competidor más cercano · 8. Algo que te llamó la atención.
- 3 Cada foto: **descripción + coordenada/hora**. GPS siempre activo. Meta total: **40+ fotos** (terreno, entorno, competencia, flujo, noche).

07 Cierre y síntesis del explorador

Tu lectura al terminar el día

QUIÉN

Ambos (consensuado)

CUÁNDO

Al cierre de cada día

META

1 por día

Qué captura: la lectura «en caliente» del explorador. Es lo **más valioso** para VÉRTICE: lo que las fichas no dicen pero tú viste con tus ojos.

Cómo llenarla

- 1 Los **5 hallazgos** que más te marcaron ese día.
- 2 **Banderas:** ● a favor (lo que hace pensar que Sí funcionaría) y ● en contra (riesgos / lo que preocupa).
- 3 **Lectura preliminar:** si decidieras hoy con lo que viste → **Promete (GO) / Dudoso (AFINAR) / No conviene (NO-GO)**, y por qué.
- 4 **Pendientes / dudas para VÉRTICE:** lo que no pudiste levantar o quedó en duda.

08 Hoja Memoria / Bitácora

Todo lo valioso que no supiste dónde poner

QUIÉN

Ambos

CUÁNDO

Todo el día, en continuo

META

En uso permanente

Qué captura: lo que ningún formato pedía pero te llamó la atención: un dato suelto, un rumor, algo raro, una idea tuya. La regla: **si dudas, escríbelo aquí** — nada se pierde.

Cómo llenarla

- 1 **Hallazgos libres** en el momento: hora + lugar + qué observaste/escuchaste + por qué te llamó la atención.
- 2 **Rumores y frases sueltas** de la gente: anótalas entre comillas, aunque no vengan al caso.
- 3 **Ideas y corazonadas** tuyas (lo que TÚ crees).
- 4 Al cerrar el día, marca ★ **lo MÁS importante**. Si grabaste algo relevante, anota la **hora** para ubicarlo.

No filtros

Lo que a ti te parezca poco importante, a VÉRTICE le puede servir. Mejor de más que de menos.

QUIÉN

La prepara VÉRTICE · se muestra

CUÁNDO

En fichas 03 y 04

META

Misma lámina a todos

Qué captura: es la imagen/plano del proyecto que el explorador **MUESTRA** al evaluar el concepto. Sin ella la evaluación **no es válida**: todos deben ver EXACTAMENTE lo mismo.

Cómo se usa

- 1 VÉRTICE la completa e imprime **antes** de salir: nombre del proyecto, ubicación, inversión aprox., área arrendable, N.º de tiendas, anclas y servicios, con el render/plano pegado.
- 2 El explorador la **muestra** en la Fase 4 de la entrevista (03) y en la sección F del sondeo (04).
- 3 Regla: **mostrar la MISMA lámina a todos**. Si no hay render, basta un plano o una descripción clara con esos datos.

Para Cajamarca

El concepto es un **mercado de abastos moderno de frescos + gastronomía regional** en Av. Hoyos Rubio (no un mall). La lámina lista para imprimir está en el **Anexo 09** con los datos reales del proyecto.

12 Cierre, entrega y paquete a VÉRTICE

El día no cuenta hasta que el material está respaldado, organizado y enviado

El trabajo no termina con la última entrevista: termina cuando VÉRTICE tiene el material en la nube para procesarlo esa noche.

Al cierre de CADA día

- Completar la **síntesis (Ficha 07)** y la **Hoja Memoria**; contar logros vs cuota.
- **Respaldar a la nube** fotos, videos (360/drone/celular) y fichas escaneadas.
- **Enviar el paquete del día** a VÉRTICE para procesarlo esa noche.

Checklist de ENTREGA FINAL (Día 2)

- ✓ Ficha 00 cumplida; fichas 01-09 llenas, escaneadas y legibles.
- ✓ Fotos en carpeta rotulada (terreno/entorno/competencia/flujo/noche).
- ✓ Videos 360, celular y drone subidos y ROTULADOS (día/hora/lugar).
- ✓ Hoja Memoria (08) con lo destacado marcado.
- ✓ Planilla de cuotas alcanzadas.
- ✓ Ficha 07 final con la lectura PROMETE / NO / AFINAR y los verbatims destacados.

ESTRUCTURA SUGERIDA DEL PAQUETE (PARA QUE VÉRTICE UBIQUE TODO)

- | | |
|---|---|
| ■ SEV-CAJ-2026/ | ■ 04_SINTESIS/ (Ficha 07 D1 · D2 + planilla cuotas) |
| ■ 01_FICHAS_ESCANEADAS/ | ■ 05_HOJA_MEMORIA/ |
| ■ 02_FOTOS/ (terreno · entorno · competencia · flujo · noche) | |
| ■ 03_VIDEOS/ (360 · drone · celular) | |
- Cada archivo rotulado:
día_hora_lugar_qué-es

La **seguridad de las personas** está por encima de cualquier cuota. Ante cualquier duda, se prioriza el bienestar del equipo.

- **Avisar** a la administración del mercado/CC y, si aplica, a la autoridad local, que se hará el levantamiento.
- **Drone:** volar solo con permiso **DGAC/MTC** (registro del drone + piloto acreditado + permiso de sobrevuelo urbano); no volar sobre personas; el observador vigila el aire. Sin permiso, el drone se omite (Plan B).
- **Consentimiento:** no grabar rostros ni voces de cerca sin permiso; respetar a quien no quiera participar.
- Trabajar **a la vista** de gente; evitar callejones y zonas solitarias.
- De **noche**, moverse los dos juntos; no exhibir el Osmo, el drone ni el smartphone.
- **Check-in por WhatsApp con Eduardo** cada 2-3 horas y al cerrar el día.
- Llevar identificación y la carta de presentación; ubicar la **comisaría/serenazgo** más cercano al llegar.
- **Ante cualquier hostilidad, RETIRARSE** (no discutir). Guardar copia del material en la nube el mismo día.

Ley de Protección de Datos (Ley 29733)

Los datos que se recogen son anónimos y para uso interno del estudio. No se difunden rostros ni nombres sin permiso. Si alguien pide no ser grabado o que se borre su registro, se respeta de inmediato.



Anexos

Las 10 fichas en blanco, listas para imprimir y llenar en campo. Imprimir copias de sobra del **sondeo (04)** y la **entrevista (03)**.

A00 Protocolo • A01 Terreno • A02 Conteo • A03 Entrevista • A04 Mini-sondeo

A05 Competencia • A06 Fotográfico • A07 Síntesis • A08 Hoja Memoria • A09 Lámina del concepto

Eres el **EXPLORADOR**. En **2 días completos** (≈ 14 h/día, de 7:50 a.m. a 10:00 p.m.) levantarás, de forma rigurosa y honesta, la información para que VÉRTICE evalúe si un mercado/centro comercial tendría acogida en este lugar. No es un estudio definitivo: es un **SONDEO EXPLORATORIO** para decidir **GO / NO-GO / AFINAR**. El detalle hora por hora está en el **Cronograma (\$10)**; aquí va la agenda-resumen.

❶ **Regla de oro:** TRIANGULA (observa + pregunta + fotografía) y NO inventes. Lo que no puedas levantar, escríbelo como «PENDIENTE». Un dato inventado arruina la decisión.

Qué llevar

- ☐ Celular cargado con GPS y cámara (+ batería/power bank).
- ☐ Los formatos (impresos o en tablet/web) y libreta.
- ☐ Credencial/identificación. Efectivo para movilidad y un pequeño incentivo a quien te dé su tiempo.
- ☐ Mapa del área de influencia (te lo da VÉRTICE) para ubicarte.

Agenda sugerida — 2 días completos, 4 franjas de conteo por día (detalle en \$10)

MOMENTO	QUÉ HACES	FORMATO
Día 1 – mañana	Observación del terreno y entorno + 1.er vuelo de drone + conteo FRANJA 1 (matutina)	01, 02, 06
Día 1 – mediodía	Conteo FRANJA 2 + mini-sondeo + entrevistas a comerciantes	02, 03, 04
Día 1 – tarde	Censo de competencia + mini-sondeo + conteo FRANJA 3 (pico) + 2.º vuelo	05, 04, 02
Día 1 – noche	Observación nocturna + conteo FRANJA 4 (cierre) + cierre y respaldo del día	02, 07, 08
Día 2 – mañana	3.er vuelo + réplica FRANJAS 1 y 2 (misma hora) + entrevistas (autoridad / administrador del mercado)	02, 03, 05
Día 2 – tarde y noche	Cerrar competencia y sondeos + réplica FRANJAS 3 y 4 + registro fotográfico final + síntesis	05, 04, 02, 06, 07

Cómo conversar con la gente

- Preséntate con sencillez: «estamos viendo mejorar el comercio de la zona, ¿me regala unos minutos?».
- Escucha más de lo que hablas. Anota frases textuales (sirven mucho).
- Habla con variedad: vecinos, amas de casa, comerciantes, trabajadores, y si puedes una autoridad o el administrador del mercado cercano.
- Cuida tu seguridad: zonas y horarios prudentes; si algo se siente inseguro, retírate.

01 • Observación del terreno y entorno

Lo que ves con tus propios ojos

Explorador A
Territorio

Fecha: _____ Hora: _____

Coordenada GPS (lat, lon): _____

Dirección exacta del terreno: _____

El terreno

Frente (m aprox.): _____ Fondo (m aprox.): _____ ¿Esquina? ☐ Sí ☐ No
Estado: ☐ Vacío/limpio ☐ Con maleza ☐ Construcción antigua ☐ En uso ☐ Otro: _____
Cerca/acceso: ☐ Cercado ☐ Abierto ☐ Portón Pendiente: ☐ Plano ☐ Ligera ☐ Pronunciada
Riesgo visible: ☐ Cerca de río/cauce ☐ Zona baja (anegamiento) ☐ Desmonte/basura ☐ Ninguno

Notas del terreno: _____

La avenida / acceso

Tipo de vía: ☐ Avenida principal ☐ Calle secundaria Carriles: _____ Berma central: ☐ Sí ☐ No
Estado de la vía: ☐ Asfaltada buena ☐ Regular ☐ Mala/trocha Veredas: ☐ Sí ☐ No
Transporte que pasa: ☐ Combi/micro ☐ Colectivo ☐ Mototaxi ☐ Taxi ☐ Bus Frecuencia: ☐ Alta ☐ Media ☐ Baja

El entorno (3-4 cuadras a la redonda)

Uso predominante: ☐ Residencial ☐ Comercial ☐ Mixto ☐ Industrial
Nivel de las viviendas (aparente): ☐ Alto ☐ Medio ☐ Medio-bajo ☐ Bajo
Hitos cercanos: ☐ Mercado ☐ Colegio ☐ Universidad/instituto ☐ Hospital/posta ☐ Iglesia ☐ Estadio/parque ☐ Banco/agente ☐ Grifo
¿Qué negocios abundan alrededor?: _____

Impresión general del entorno: _____

02 · Conteo de flujo (aforo rápido)

Cuánta gente y autos pasan

Explorador B (+ A)

4 franjas / día

INSTRUCCIÓN: párate en un punto visible del frente del terreno (o la esquina más cercana). Cuenta durante **10 minutos exactos** por franja. Hazlo en las **4 franjas del día** (mañana, mediodía, pico de tarde y noche). Es un dato **INDICATIVO**, no exacto. **Usa una hoja por día.**

Punto de conteo: _____ Día: ☐ 1 ☐ 2 Fecha: _____

VARIABLE	F1 · MAÑANA	F2 · MEDIODÍA	F3 · PICO TARDE	F4 · NOCHE
Hora (ej. 8-9 am)				
Peatones (en 10 min)				
Autos (en 10 min)				
Combis/micros (en 10 min)				
Mototaxis (en 10 min)				
% que entra a algún negocio (aprox.)				

Lectura rápida

¿Cuándo hay más movimiento? ☐ Mañana ☐ Mediodía ☐ Tarde/noche ☐ Todo el día

¿El flujo es de gente que vive, que trabaja o de paso? ☐ Vive ☐ Trabaja ☐ De paso ☐ Mezcla

Observaciones del flujo: _____

① El conteo es una FOTO del momento, no la verdad absoluta. Sirve para comparar franjas y dar una idea de si la zona tiene vida comercial. **El Día 2, repetir a la MISMA hora y el MISMO punto.**

03 · Entrevista a informante clave

Conversación guiada (semiestructurada) · 1 ficha por persona

Explorador B
Consumidor

Deja que hable; guía con estas fases y anota lo más jugoso (frases textuales). Para la Fase 4, MUESTRA la lámina del concepto (Ficha 09).

Quién es

Tipo: ☐ Vecino/residente ☐ Comerciante ☐ Trabajador de la zona ☐ Autoridad/funcionario ☐ Administrador de mercado/CC cercano

Sexo / edad aprox.: _____ Ocupación / negocio: _____

Fase 1 — Perfil y tiempo libre (rompehielo)

- ¿Cómo es un día suyo? ¿Qué hace en su tiempo libre y con quién?
- ¿Cómo se mueve por la zona? ¿Cuánto gasta cuando sale a pasear/comer?

Fase 2 — Hábitos de compra (por rubro)

- Por cada rubro (abarrotes, ropa, calzado, comer fuera, entretenimiento): ¿dónde compra, por qué ahí, cada cuánto, qué marcas?
- ¿Qué tan satisfecho está con la oferta actual de la zona? ¿Qué le FALTA?

Fase 3 — El «mercado / centro comercial de sus sueños» (proyectiva)

(en Cajamarca, hablar del «nuevo mercado moderno»)

- Complete: «Un mercado / centro comercial es el lugar donde me gustaría...», «...no quisiera...», «...iría cuando...».
- ¿Qué es lo IMPRESCINDIBLE (higiénico) y qué lo haría ESPECIAL (diferencial)?
- ¿Qué mercado o centro comercial admira y por qué? (benchmark)

Fase 4 — Evaluación del concepto (MUESTRE la lámina — Ficha 09)

- Reacción espontánea: ¿qué le parece? ¿qué le gusta y qué no (y por qué)?
- ¿Le parece original o se parece a otro? ¿Iría? ¿Dejaría de ir a donde hoy va?
- ¿Qué tan seguro lo siente? ¿Qué tiendas y marcas espera encontrar (por rubro)?
- Si fuera el dueño, ¿qué agregaría o cambiaría? ¿Qué nombre le pondría?
- **(Comerciante) ¿Alquilaría o compraría un local aquí? ¿A qué precio?** → intención B2B

Respuestas y frases textuales (verbatim)

Lectura del entrevistador (¿qué te quedó?): _____

04 • Mini-sondeo de intercepción

Cuestionario a transeúntes (≈ 10-12 min) — versión profesional

Explorador B

30-60 válidos

Aplicalo a la mayor variedad de personas (residentes y trabajadores). Apunta a 30-60 respuestas VÁLIDAS. Muestra pequeña no probabilística → da una IDEA (indicativo), no un porcentaje exacto. Para la sección F, MUESTRA la lámina del concepto (Ficha 09).

N.º de sondeo: _____ Punto / hora: _____

A. Control

1. ¿Vive o trabaja en esta zona? ☐ Vive ☐ Trabaja ☐ Ambos ☐ De paso
2. Sexo: ☐ H ☐ M Edad: ☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-55 ☐ 56+ NSE aparente: ☐ A/B ☐ C ☐ D ☐ E
3. ¿Cuánto demora desde aquí a su casa/trabajo? ☐ <5' ☐ 5-10' ☐ 10-15' ☐ 15-20' ☐ >20' (anillo isócrono)

B. Movilidad y esparcimiento

4. ¿Cómo se moviliza? IDA: ☐ A pie ☐ Mototaxi ☐ Combi ☐ Auto ☐ Taxi · REGRESO: ☐ A pie ☐ Mototaxi ☐ Combi ☐ Auto ☐ Taxi
5. En su tiempo libre, ¿qué hace? (1-2) ☐ Casa/TV ☐ Pasear en familia ☐ Comer fuera ☐ Cine/CC ☐ Deporte ☐ Otro: _____
6. ¿Con quién suele salir? ☐ Familia ☐ Pareja ☐ Amigos ☐ Solo/a

C. Hábitos de compra

7. ¿Dónde compra abarrotes? ☐ Mercado ☐ Supermercado ☐ Bodega ☐ Mayorista ¿Cada cuánto? ☐ Diario ☐ Interdiario ☐ Semanal
8. ¿Dónde compra ropa/calzado? ☐ Galerías/mercado ☐ Tiendas ☐ Centro comercial ☐ Casi no compra
9. Gasto promedio por salida (S/): en familia _____ · con amigos _____ · en pareja _____
10. Ingreso familiar mensual aprox. (S/): ☐ <1,000 ☐ 1,000-2,000 ☐ 2,000-3,500 ☐ 3,500-6,000 ☐ >6,000

D. Solo si TRABAJA en la zona

11. Días que trabaja aquí: _____ · ¿Dónde almuerza? ☐ Menú/restaurante ☐ Trae de casa ☐ Cadena rápida · Al salir, ¿qué hace? _____

E. Conocimiento y valoración de centros comerciales

12. ¿Qué centros comerciales conoce? (espontáneo) _____

13. De esta lista, marque lo que corresponda (llenar con los CC de la ciudad ANTES de salir):

CENTRO COMERCIAL / MERCADO	LO CONOCE	LO HA VISITADO	ES SU FAVORITO

14. ¿Cada cuánto va a un CC? ☐ Semanal ☐ Mensual ☐ De vez en cuando ☐ Casi nunca

15. De estos 15, marque los 3 MÁS importantes (M) y el 1 MENOS importante (m) de un centro comercial:

- | | | |
|---|---|---|
| ☐ Limpieza | ☐ Estacionamiento amplio | ☐ Patio de comidas / restaurantes |
| ☐ Seguridad y vigilancia | ☐ Buena atención | ☐ Facilidades de pago |
| ☐ Variedad de tiendas | ☐ Amplitud y espacios | ☐ Productos frescos |
| ☐ Precios y ofertas | ☐ Iluminación | ☐ Modernidad de la infraestructura |
| ☐ Cercanía / fácil de llegar | ☐ Entretenimiento (cine, juegos) | ☐ Ventilación / aire acondicionado |

F. Evaluación del concepto (MUESTRE la lámina — Ficha 09)

16. ¿Cuánto le gusta la idea? ☐ Me gusta mucho ☐ Me gusta ☐ Ni/ni ☐ No me gusta ☐ No me gusta nada
17. ¿Qué es lo que MÁS le agrada? _____. ¿Lo que MENOS le agrada? _____
18. ¿Le parece bien o mal ubicado? ☐ Muy bien ☐ Bien ☐ Regular ☐ Mal ☐ Muy mal ubicado
19. ¿Iría a comprar/pasear ahí? ☐ Definitivamente sí ☐ Probablemente sí ☐ Tal vez ☐ Prob. no ☐ No ¿Por qué? _____
20. ¿Qué tan seguro sentiría visitarlo? ☐ Muy seguro ☐ Algo seguro ☐ Inseguro ¿Hasta qué hora es seguro andar por la zona? semana ____ fin de semana ____
21. ¿Qué tanto de acuerdo está? (A=de acuerdo / N=ni / D=desacuerdo): «Sería ideal para... hacer compras [] · pasarlo en familia [] · salir con amigos [] · comprar al paso []»
22. ¿Qué tiendas o marcas le gustaría que tenga? (por rubro): Súper ____ Ropa ____ Calzado ____ Comida ____ Entretenim. ____ Banco/farmacia ____

23. Si usted le pusiera un nombre a este centro comercial / mercado, ¿cuál sería? _____

G. Estilos de Vida (indicadores)

24. ¿Qué tan de acuerdo está? (1 nada ... 5 totalmente): «Me gusta probar cosas nuevas y modernas» ____ · «Planifico y comparo precios antes de comprar» ____ · «Prefiero ahorrar antes que darme gustos» ____

① El marco de Estilos de Vida es del Dr. Rolando Arellano Cueva; VÉRTICE estima el estilo cruzando estos indicadores con el NSE y la zona.

Al cierre del día: cuenta cuántas respuestas hubo de cada opción (conteo simple). Con eso VÉRTICE arma los gráficos del estudio.

05 · Censo express de competencia

Quién más vende cerca

Explorador A

8-10 competidores

Recorre la zona y registra los competidores: mercados, supermercados, centros comerciales, galerías. **Toma foto de cada uno** (anota el N.º en la Ficha 06).

NOMBRE	TIPO	DISTANCIA APROX.	ANCLAS / QUÉ VENDE	AFLUENCIA	FOTO N.º

① **Tipo:** mercado de abastos / supermercado / centro comercial / galería / otro. **Afluencia** (a ojo): Alta / Media / Baja.

¿Cuál es el competidor MÁS fuerte y por qué?: _____

¿Qué NO ofrece ninguno (hueco de mercado)?: _____

06 · Registro fotográfico

La evidencia visual del lugar · mínimo estas 8

Explorador A

40+ fotos

Toma y pega (o numera) las fotos. Cada una con su descripción y, si puedes, la coordenada. Mínimo estas 8.

Foto 1. Frontis del terreno (desde la avenida)

Descripción / N.º: _____ · Coord/hora: _____

Foto 2. El terreno por dentro

Descripción / N.º: _____ · Coord/hora: _____

Foto 3. La avenida hacia un lado

Descripción / N.º: _____ · Coord/hora: _____

Foto 4. La avenida hacia el otro lado

Descripción / N.º: _____ · Coord/hora: _____

Foto 5. El entorno comercial (negocios cercanos)

Descripción / N.º: _____ · Coord/hora: _____

Foto 6. El flujo de gente / transporte

Descripción / N.º: _____ · Coord/hora: _____

Foto 7. El competidor más cercano

Descripción / N.º: _____ · Coord/hora: _____

Foto 8. Algo que te llamó la atención

Descripción / N.º: _____ · Coord/hora: _____

07 · Cierre y síntesis del explorador

Tu lectura al terminar el día

Ambos

1 por día

Al final del/los día(s), antes de irte, llena esto en caliente. Es lo más valioso para VÉRTICE.

Explorador(es): _____ **Día:** ☐ 1 ☐ 2 **Fecha:** _____

Los 5 hallazgos que más te marcaron

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Banderas

☒ **A favor** (lo que hace pensar que Sí funcionaría):

☐ **En contra** (riesgos / lo que preocupa):

Tu lectura preliminar

Si tuvieras que decidir hoy con lo que viste: ☐ **Promete (GO)** ☐ **Dudoso (AFINAR)** ☐ **No conviene (NO-GO)**

¿Por qué?: _____

Pendientes / dudas para VÉRTICE

Lo que no pudiste levantar o quedó en duda:

Aquí va TODO lo valioso que no supiste dónde poner, o que ningún formato pedía pero te llamó la atención. La regla es simple: **si dudas, ESCRÍBELO AQUÍ** — nada se pierde. Al final del día, marca lo MÁS importante.

Explorador: _____ Día: ☐ 1 ☐ 2 Fecha: _____

Hallazgos libres (lo que sea, en el momento)

HORA	LUGAR	QUÉ OBSERVÉ / ESCUCHÉ / NOTÉ	¿POR QUÉ ME LLAMÓ LA ATENCIÓN?

Rumores, comentarios y frases sueltas de la gente (entre comillas, aunque no venga al caso)

Ideas y corazonadas del explorador (lo que TÚ crees)

★ Lo MÁS importante de hoy (márcalo al cerrar el día)

Recuerda: no filtres. Lo que a ti te parezca poco importante, a VÉRTICE le puede servir. Mejor de más que de menos. Si grabaste algo relevante (video/360/drone), anota la HORA para ubicarlo.

09 · Lámina del concepto

Lo que se le MUESTRA al entrevistado

La prepara VÉRTICE

Igual para todos

Esta es la lámina que el explorador MUESTRA al aplicar la evaluación del concepto (fichas 03 y 04). Complétala con los datos reales del proyecto y pega el render/plano ANTES de salir a campo. Sin ella, la evaluación no es válida: todos deben ver EXACTAMENTE lo mismo.

DATOS DEL PROYECTO (CAJAMARCA) — VERIFICADOS

Concepto: Mercado de abastos MODERNO de frescos + gastronomía regional (NO un mall)

Ubicación: Av. Hoyos Rubio S/N, Sector Barrio Columbo, Cajamarca

Terreno: 3,125.51 m²

Diferenciador: Cajamarca, una de las principales cuencas lecheras del Perú — queso mantecoso (mejor queso del Perú 2024)

A COMPLETAR POR VÉRTICE ANTES DE IMPRIMIR

Nombre del proyecto: _____

Inversión aprox. (US\$): _____ **Área arrendable (m²):** _____ **N.º aprox. de**
tiendas/puestos: _____

Anclas: ☐ Mercado de frescos ☐ Patio de comidas / gastronomía ☐ Supermercado ☐ Otra: _____

Otros servicios / atractivos: _____

Render / plano del proyecto (pegar imagen)

Espacio para pegar el render o plano del proyecto

Regla: mostrar la MISMA lámina a todos. Si no hay render, basta un plano o una descripción clara con estos datos.



VÉRTICE

Sigan estas indicaciones **al pie de la letra** y mantengan siempre la regla de oro: **no inventar un solo dato**. Lo que traigan de campo es lo que sostiene una decisión de millones.

Cualquier duda en campo → **Eduardo Villalta** · Inteligencia de Mercado · Eco Plaza

Manual de Campo del Explorador · Operativo SEV-CAJ-2026 · VÉRTICE 2.6.2 · Julio 2026