

FASE 3.1.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO



INVESTIGACIÓN DE MERCADO



Una vez llegamos a este punto, decidimos realizar una investigación de mercado para responder a una serie de preguntas:

¿Dónde ofreceremos nuestros productos?

¿Cómo ofreceremos nuestros productos?

¿A quién ofreceremos nuestros productos?

La **investigación de mercado** es una herramienta fundamental para cualquier ejercicio de marketing y de iniciativa empresarial.

Este tipo de investigación es parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. La investigación de mercado también es un instrumento que permite a las empresas conocer donde pueden ofrecer sus productos o servicios.



FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA

Las fuentes de información primaria son aquellas que realiza un investigador para poder obtener la **información de primera mano**. Dicho investigador expone informes o artículos por primera vez.

Para poder realizar una investigación de mercado se utilizan **técnicas cualitativas y técnicas cuantitativas**.










TÉCNICAS CUALITATIVAS

Las técnicas cualitativas nos permite rescatar de la persona (cliente/ consumidor) su experiencia, su sentir, su opinión con respecto a lo que se investiga, **conocer** sobre sus hábitos, costumbres, cultura, maneras de pensar y proceder.



TIPOS DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVAS:

-  Entrevistas en profundidad.
-  Reuniones de grupo.
-  Técnicas proyectivas.
-  Observación.
-  Experimentación.
-  Técnicas de creatividad.
-  Investigación motivacional.

LAS TÉCNICAS CUANTITATIVAS

Las **técnicas cuantitativas** son las que más se utilizan para recoger información. Con ellas se obtienen datos numéricos y estadísticas. Estas técnicas permiten realizar estudios de tipo descriptivo, causal, predictivo; partiendo del análisis estadístico de las variables de una muestra representativa.

Los principales tipos de técnicas cuantitativas son los paneles y las encuestas.







Nosotros, en nuestra investigación de mercado, nos vamos a centrar en la técnica cuantitativa de la **encuesta**.

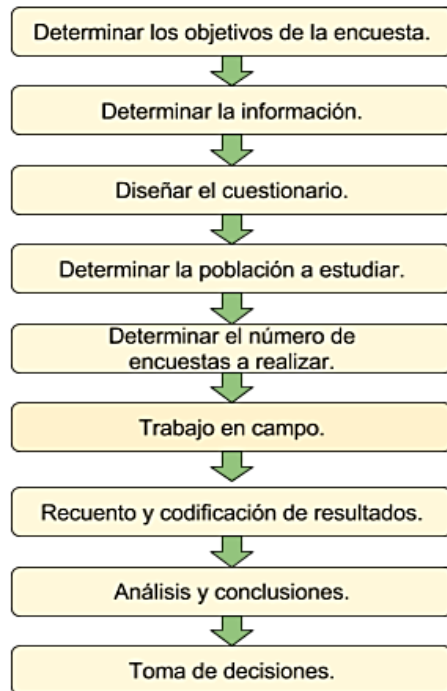


LA ENCUESTA

La encuesta es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una **muestra** de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

Unas de las **ventajas** de la encuesta son:

-  La muestra puede ser grande.
-  Reúne opiniones grupales.
-  Hay variedad de opiniones.
-  El tiempo de recolección de la información es corto.



NUESTRA ENCUESTA

Buenos días/Buenas tardes, desde Espígol, restaurante bio & Escuela, de la Vall d'Uixó, estamos realizando un estudio sobre la comida saludable y la importancia de este tipo de negocio en nuestra localidad y nos gustaría contar con su amable colaboración.

1. ¿Conoce los productos ecológicos?



SI (pasa a la pregunta 3)



NO (pasa a la pregunta 2)



ALGUNOS

2. ¿Estaría interesado/a en consumir productos ecológicos?



SI



NO (fin de la encuesta)

3. ¿Cree que los productos ecológicos tienen beneficios en la salud?



SI



NO



NO LOSÉ

4. ¿Consumes algún producto ecológico?



SI



NO (fin de la encuesta)

5. ¿Qué tipo de alimentos ecológicos consumes?



FRUTAS



VERDURAS, HORTALIZAS Y LEGUMBRES



LÁCTEOS Y DERIVADOS



FRUTOS SECOS



PRODUCTOS ELABORADOS



PAN Y DERIVADOS



CARNES



PESCADOS



VINOS



OTROS (especifique)



FASE 3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

6. ¿Suele comer fuera de casa?



SI



NO



ALGUNA VEZ

7. ¿Irías a comer a un restaurante de productos saludables?



SI



NO



ALGUNA VEZ

8. ¿Le gustaría que hubiera un restaurante saludable en su ciudad?



SI



NO



ALGUNA VEZ



PUEDE SER

9. ¿Qué le parece el concepto “al peso”, es decir, pagar lo que pesa su plato?
Valore del 1 al 5.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú de comida saludable al peso?



ENTRE 5 Y 10€



ENTRE 10 Y 15€



MÁS DE 15€

11. Edad



MENOS DE 20 AÑOS



ENTRE 20 Y 30 AÑOS



ENTRE 30 Y 40 AÑOS



ENTRE 40 Y 50 AÑOS



MÁS DE 50 AÑOS

12. Sexo



FEMENINO



MASCULINO

¡MUCHAS GRACIAS!



RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA

Tabulado los resultados, podemos analizar las carencias y las ventajas e inconvenientes generales de los entrevistados para intentar trabajar con los resultados aplicándolos a nuestro negocio.

1. ¿Conoce los productos ecológicos?

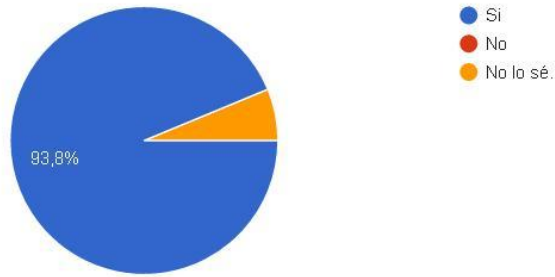


2. ¿Estaría interesado/a en consumir productos ecológicos?



FASE 3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

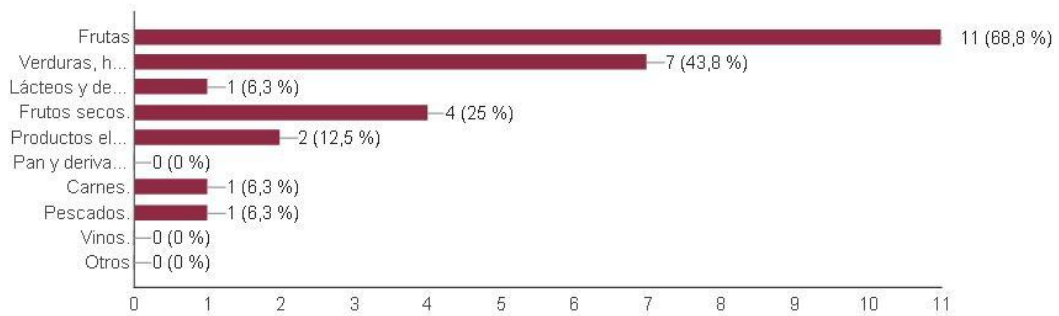
3. ¿Cree que los productos ecológicos tienen beneficios en la salud?



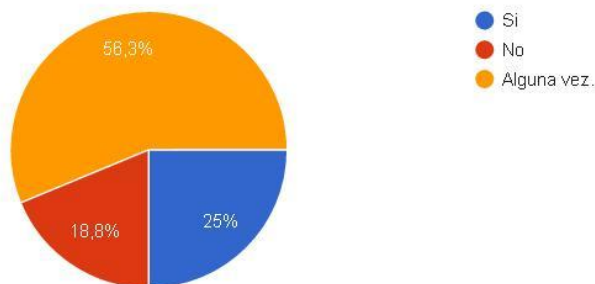
4. ¿Consume algún producto ecológico?



5. ¿Qué tipo de alimentos ecológicos consume?

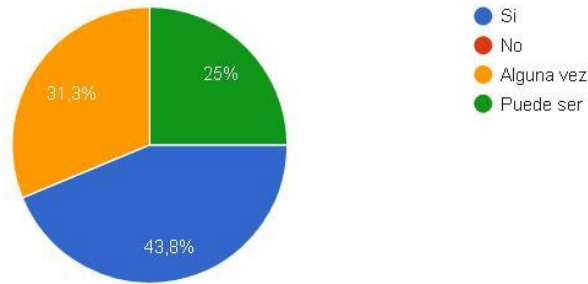


6. ¿Suele comer fuera de casa?

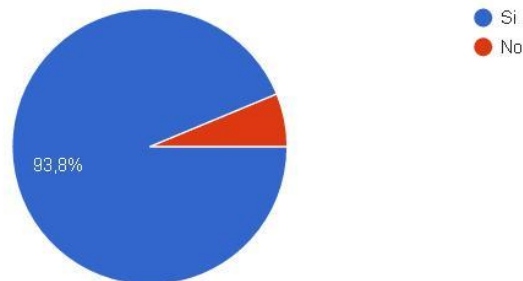


FASE 3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

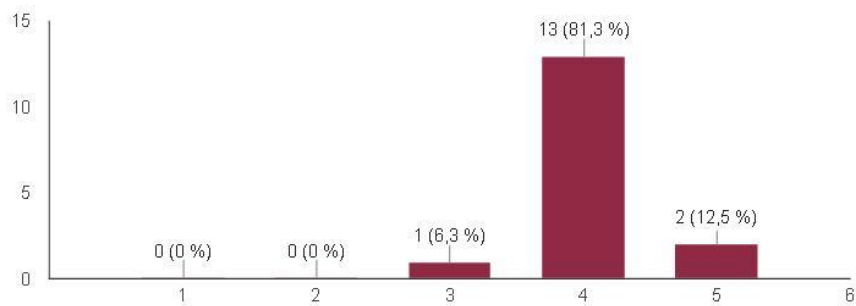
7. ¿Irías a comer a un restaurante de productos saludables?



8. ¿Le gustaría que hubiera un restaurante saludable en su ciudad?

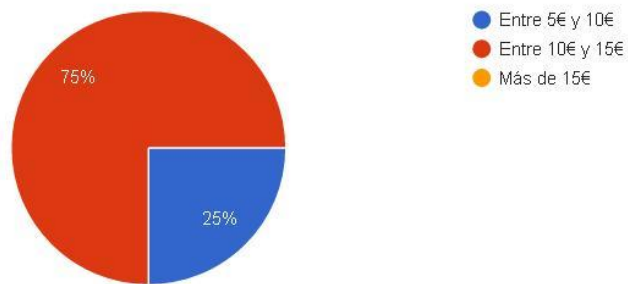


9. ¿Qué le parece el concepto "al peso"? Es decir, pagar por lo que pesa su plato. Valore del 1 al 5.

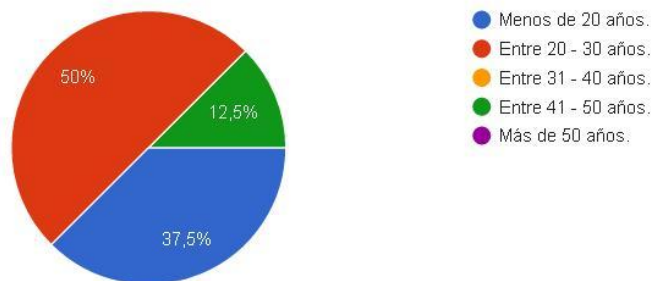


FASE 3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

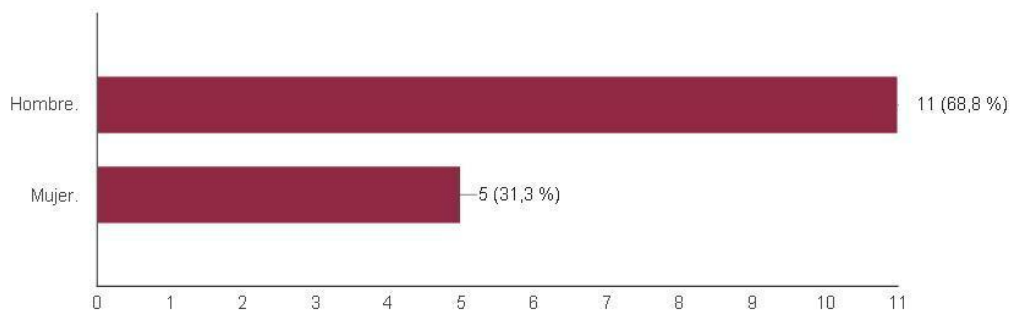
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú de comida saludable al peso?



Edad.



Sexo.



TOMA DE DECISIONES, ANÁLISIS DATOS.

Tabulando los resultados de estas gráficas, podemos analizar las ventajas e inconvenientes generales sobre nuestro restaurante, además de conocer más a fondo nuestro tipo de cliente de nuestra zona.

Se puede ver que la mayoría de las personas sí que **conocen los productos ecológicos** y estarían muy **interesados** en probar estos productos y comerlos de forma habitual, además saben que son muy **beneficiosos** y **saludables** para las personas y los ingredientes ecológicos que consumen son las frutas y verduras.



Una cuarta parte de la población come **habitualmente** fuera de sus casas y más de la mitad consume de vez en cuando fuera de sus casas. Este es un **porcentaje bastante alto** a pesar de la mala situación económica de las familias de nuestro país.

El **93%** de la población les gustaría que en nuestro pueblo hubiese un **restaurante vegetariano y ecológico** y casi la mitad de la población estaría dispuesto a consumir productos ecológicos en este tipo de restaurantes.

Un porcentaje bastante alto estarían dispuestos a **consumir** y a **pagar** los platos al peso, siendo más barata su compra. Dispuesto a pagar por un plato ecológico y vegano entre los 10 y 15 euros.



Por estos motivos decidimos crear nuestro restaurante **especializándonos** en la **salud**, el **bienestar** de las personas y del medioambiente.

