

QUE VENEN MÉS

ELS ANUNCIS

O ELS PRODUCTES?

NOMS: Ariadna Teruel Ripoll

Clàudia Rius Giménez

Noemí Bernal Martín

Sandra Pueyo Hurtado

QUÉ VENEN MÉS, ELS ANUNCIS O ELS PRODUCTES?

Introducció :

La publicitat d'avui en dia influeix molt a la societat .Normalment quan preguntes a la gent per algun producte alimentari, sempre coneixen abans les marques anunciades a la televisió que no pas les marques blanques de qualsevol supermercat, de fet, n'hi ha molts productes que són coneguts més pel nom comercial que pel propi nom del que son. Per exemple, poques persones parlen de batut de xocolata y moltes diuen "cacaolat" en el seu lloc, això influeix el consum, i així , sempre es venen més les marques conegudes encara que tinguin un preu molt més elevat que les marques blanques.

Amb aquest treball volem intentar que la gent s'en adoni de que hi ha productes que estan més bons i tenen millor qualitat que potser no surten anunciats a la televisió.

El nostre tema de investigació tracta sobre el que la gent escull quan mira un producte alimentari (el seu envàs) o quan tasta el producte, perquè creiem que la societat d'avui en dia es deixa convèncer molt fàcilment per un anunci atractiu i no valoren realment el més important , la qualitat i la confiança dels productes a consumir.

Amb aquest treball el nostre objectiu és saber si realment la gent compra els productes pel seu atractiu embolcall i o per l'anunci que han vist als medis de comunicació.

Disseny de l'experiment :

Per realitzar l'estudi, hem escollit 4 tipus de productes alimentaris diferents, i de cadascú 4 marques per avaluar:

- El primer producte són les galetes de xocolata amb crema de llet dins, i les marques escollides són les següents : les Oreos originals

normals, les de la marca Eroski, les de la marca Mercadona i les de la marca Bon Area (les tres últimes marques blanques).

- El segon producte és el cacau soluble, i en aquest cas hem escollit: el Colacao; el Nesquik (com a marques originals) i el cacau soluble marca Carrefour i de l' Hacendado (com a marques blanques).
- El tercer producte és la crema de xocolata evaluarem: Nocilla, Nutella (marques originals) i crema de cacau marca Eroski i Carrefour (marques blanques).
- El quart producte és el suc de préssec que són: Juver, Granini, Don Simón (com a marques originals) i el de la marca Carrefour (com a marca blanca).

Projecte de desenvolupament de l'experiment:

Abans de fer tota la feina, vam pensar quina seria la forma de realitzar l'experiment. Finalment vam decidir seguir els següents passos:

Posarem una taula amb tots els productes. A un costat col·locarem els envasos buits de cada marca i a l'altre els plats per fer la degustació dels productes.

Cada plat tindrà un número, sense que la gent pugui així identificar quina es la marca de cada plat, només nosaltres sabrem a quin envàs correspon cada plat.

Primer donarem a escollir entre els quatre productes sense provar-lo, només veient l'envàs i d'aquesta manera podrem saber quines són les marques preferides; i després donarem a provar el contingut dels plats, així sabrem quins productes són més apreciats segons el gust, es a dir, primer de tot veurem quin elegirien per l'atractiu de l'embolcall, i després provant-lo quin li semblaria més bo.

De les respostes que ens donin es farà la estadística. Intentarem aconseguir al menys 100 enquestes de tots els productes.

Com que volem una representació de totes les edats possibles la nostra població d'estudi seria persones de 1 a 99 anys, i la mostra escollida dependrà de la gent a la qual tenim accés proper, es a dir, família, amics, companys i personal de l'escola.

També intentarem que hi hagin el mateix nombre de homes que de dones que per poder fer les comparacions respecte al sexe.

Planificació temporal:

Varem decidir també en aquest moment quines serien les dates per desenvolupar tot el projecte i tenir-ho preparat per la data màxima d'entrega.

El calendari previst va ser el següent:

- ✓ Es prendran les dades del 1 d'abril fins el 15 d'abril.
- ✓ Es faran l'anàlisi de les dades i les conclusions del 15 d'abril fins el 10 de maig.
- ✓ El 10 de maig farem una primera correcció del treball.
- ✓ Durant la resta de dies anirem millorant tot el que calgui per fer l'entrega el 20 de maig .

Realització final del projecte

En un principi les proves les vam començar a fer per separat a les nostres famílies i amics, ja que cadascuna tenia les seves possibilitats: familiars, gent del càmping,... Vam aconseguir algunes enquestes però en total no arribaven al nostre primer objectiu.

Com que no teníem moltes persones de la nostra edat vam pensar que potser podríem fer també algunes enquestes als nostres companys, així que vam demanar permís al nostre tutor i vam fer l'experiment a la classe de tutoria amb el seu permís. Tot va anar molt bé mentre el professor va ser amb nosaltres, però després volíem continuar i va ser un veritable desastre ja que els companys no van respectar la forma de fer l'experiment i finalment vam haver de suspendre el procés.

Un cop totes ajuntades, vam veure que ens en faltaven unes 40 enquestes i vam decidir parlar amb la professora de matemàtiques per veure que podíem fer, al final, vam col·locar-nos en dos despatxos de l'escola en els quals vam fer les enquestes que ens faltaven al professorat. Per poder fer-li les proves als professors vam haver d'anar a buscar-los a la sala de professors i en el camí els vam anar explicant de que tractaven les enquestes per orientar-los una mica.

Abans de començar les vacances de Setmana Santa, es a dir, el 8 d'abril ja teníem totes les enquestes fetes. Finalment van aconseguir gent de la nostra edat amb companys i amics del càmping (de 1 a 19 anys) ,els nostres professors i familiars, on la edat és més ample (de 20 fins a 64 anys), i un grup de gent gran amics de l'avia d'una de les components del grup (de 65 fins a 99 anys).

Després de les vacances, la nostra professora de matemàtiques ens va explicar com podem introduir els resultats de les enquestes a un full de càlcul Excel, per després poder fer percentatges, gràfics i donar conclusions.

Quan vam posar les dades al full de càlcul, vam fer servir uns codis per després poder identificar les respostes. Per cada producte vam fer una variable que es deia vista i una altra que es deia tast, cadascuna tenia 4 possibles resultats depenen de la marca escollida; i després vam fer una tercera variable que es deia coincidència que només tenia dos possibles resultats: Si, si la persona havia coincidit el que escollia amb la vista i amb el tast o No, si no hi havia coincidència.

Després de tot això vam fer l'anàlisi de totes les dades i vam arribar a les següents conclusions.

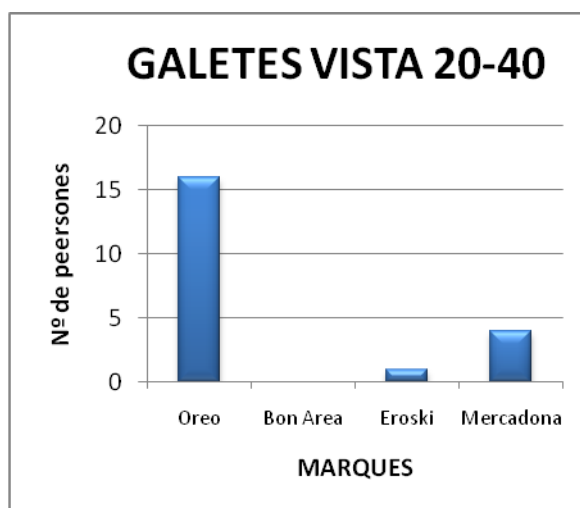
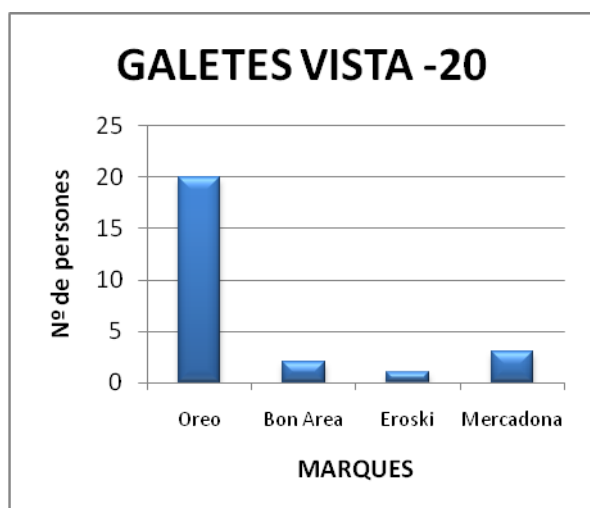
Gràfics i conclusions:

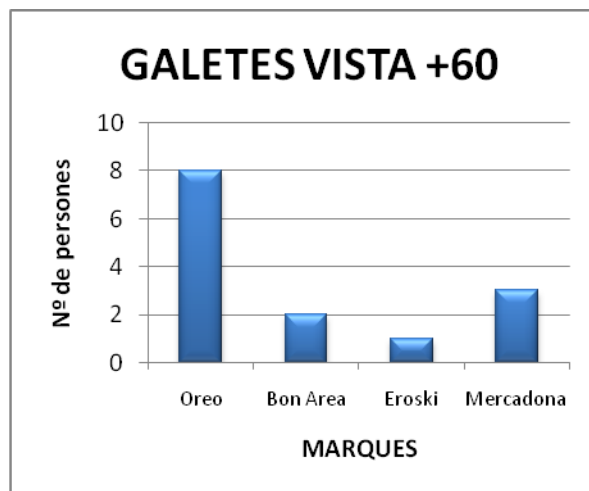
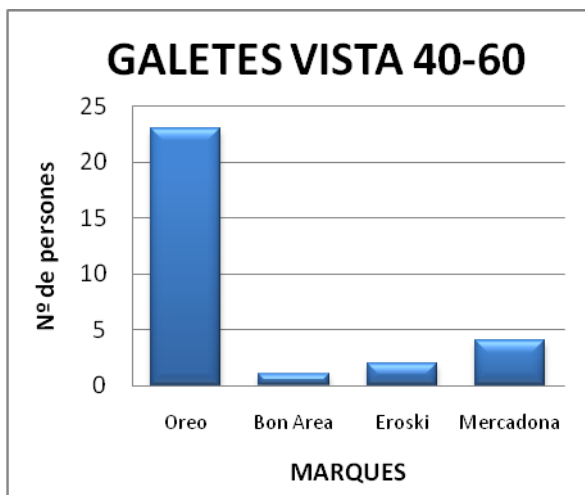
Vam agrupar els resultats per grups d'edat i després per sexe.

Resultats obtinguts per edats:

Galetes de xocolata

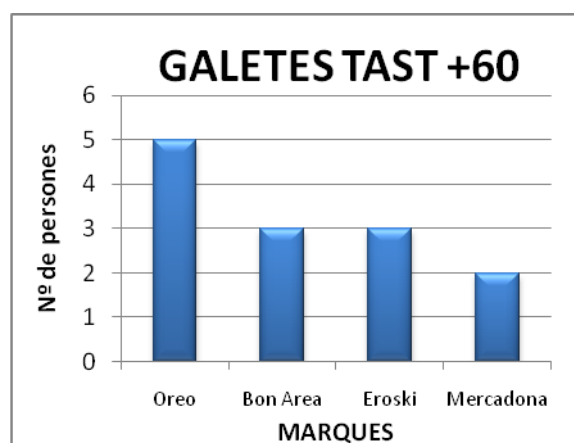
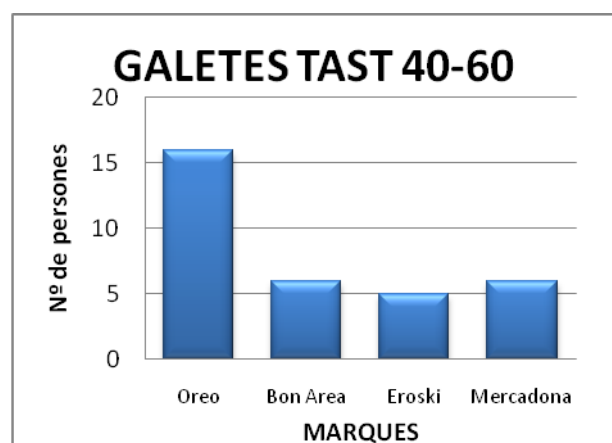
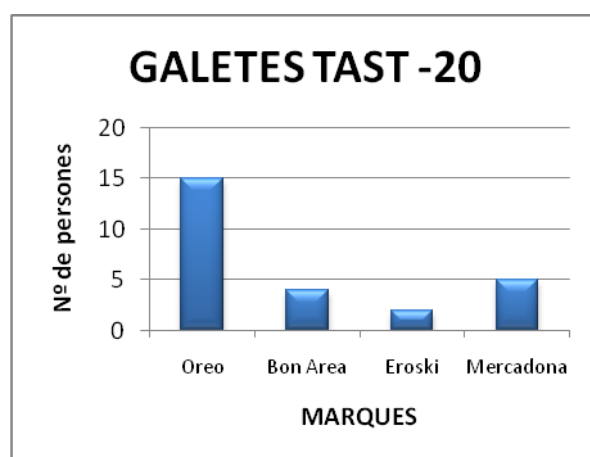
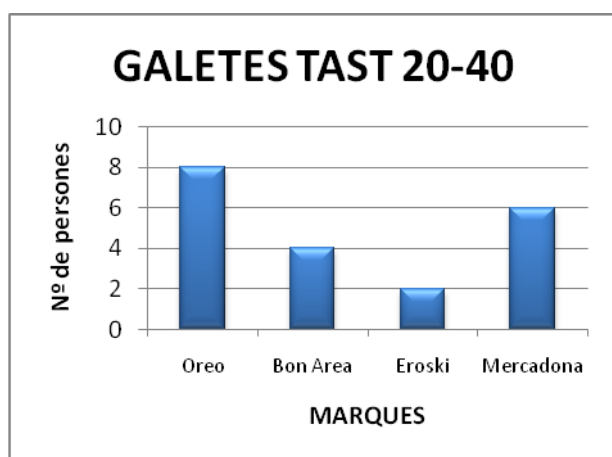
Veient l'envàs del producte:





A tots els grups d'edats podem observar que les Oreo has estat les més escollides.

Tastant el producte:

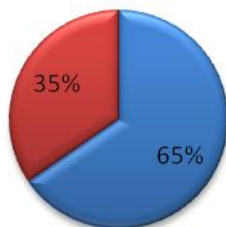


Malgrat que les Oreos continuen sent les més escollides, al no veure l'envàs i escollir només pel tast ha augmentat la quantitat de marques blanques que la gent ha preferit.

COINCIDÈNCIA:

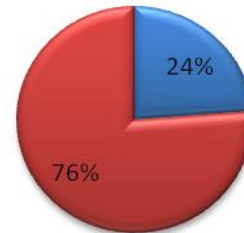
GALETES COINCIDENCIA - 20

■ si ■ no



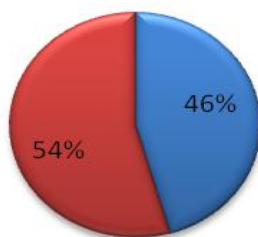
GALETES COINCIDENCIA 20-40

■ si ■ no



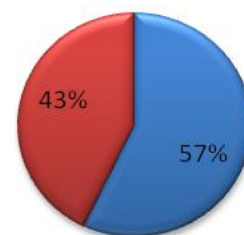
GALETAS COINCIDENCIA 40-60

■ si ■ no



GALETES COINCIDENCIA +60

■ Si ■ No

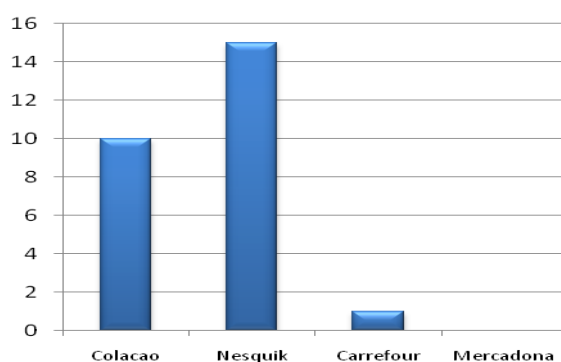


Al dos grups de més edat el grau de coincidència o no coincidència és molt similar, cal destacar el grup de 20 a 40 en el que el 76% de les persones no han coincidit.

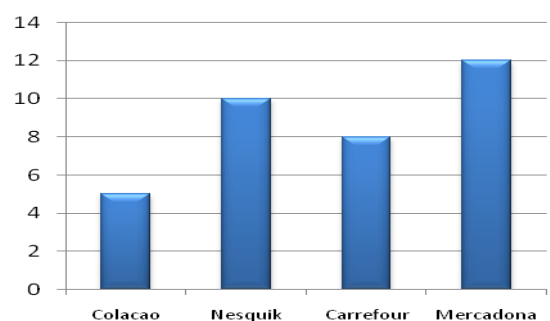
Llet amb cacau:

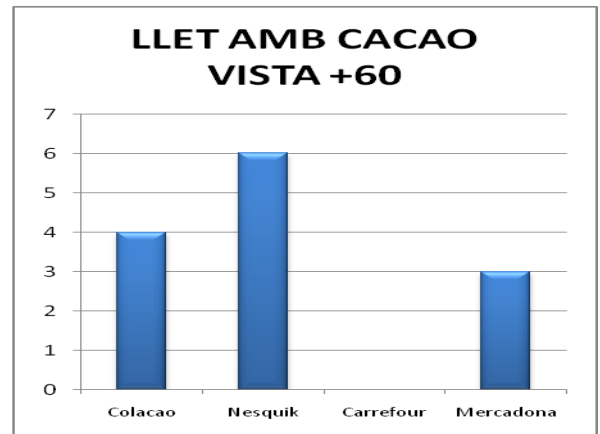
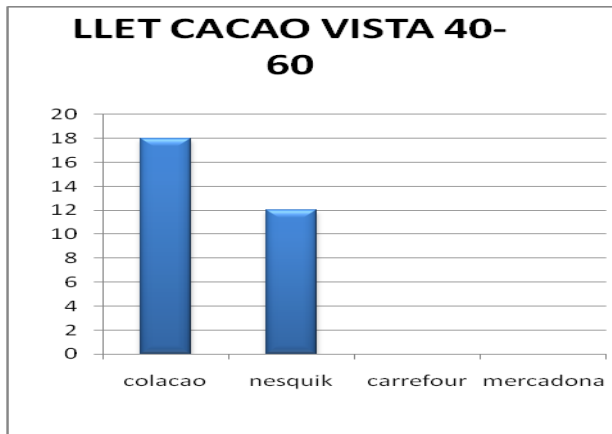
Veient l'envàs del producte

LLET CACAO VISTA -20



LLET CACAO VISTA 20-40

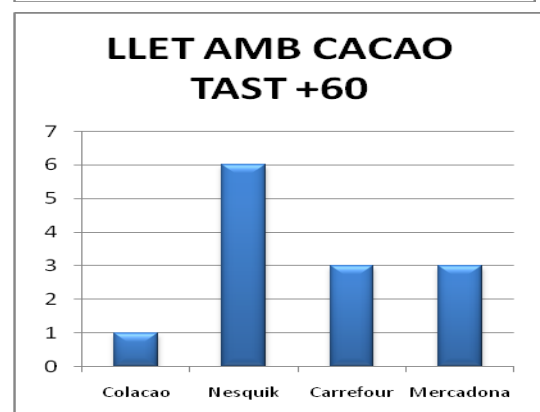
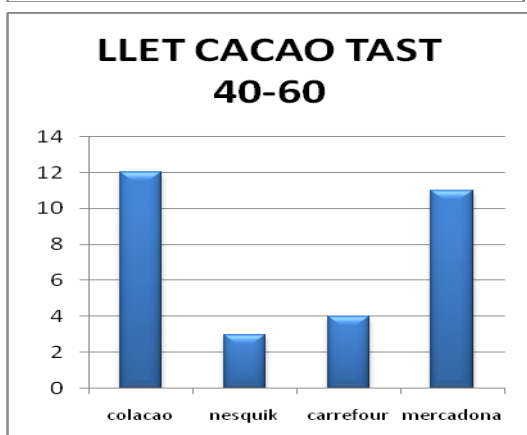
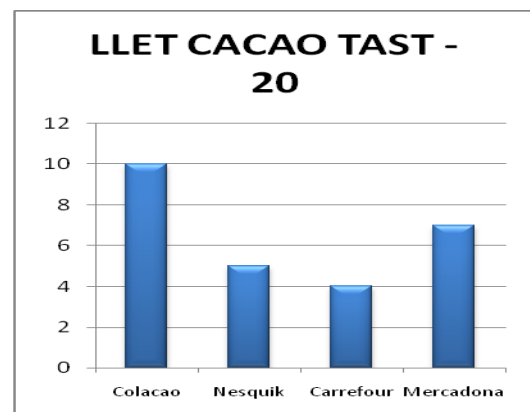
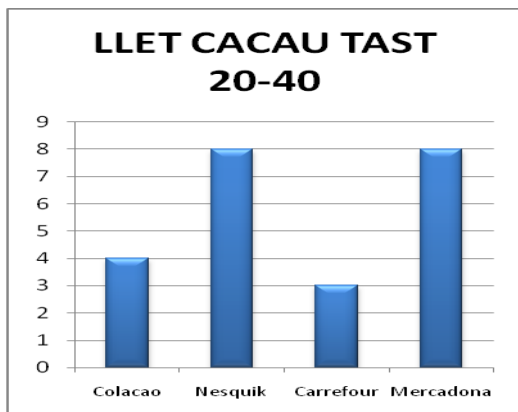




En tot els casos la marca més escollida pel seu envàs va ser el Nesquik, excepte el grup de 40 a 60 anys que han escollit Cola-Cao.

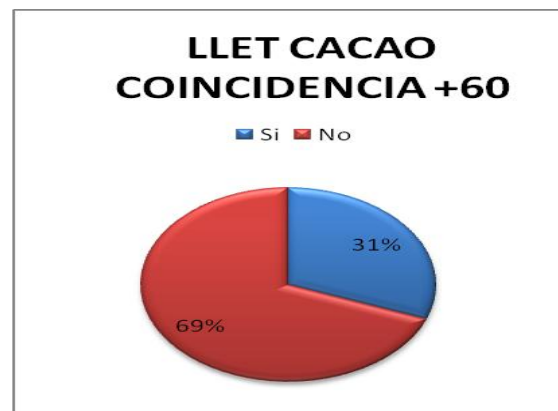
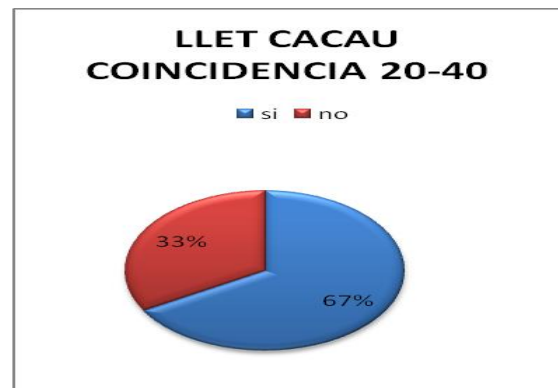
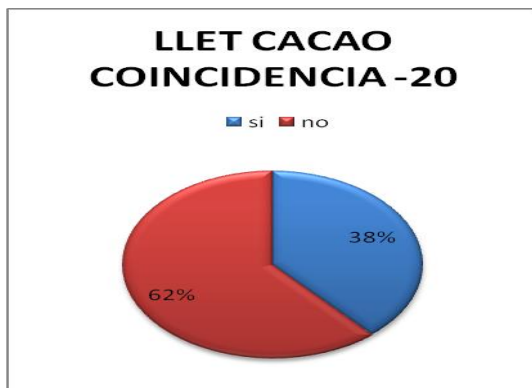
Està clar que aquestes són les dues marques preferides, només les persones de 20 a 40 anys escollen també marques blanques, potser el preu és una cosa a tenir en compte a l'hora d'escollir

Tastant el producte



En el tast les eleccions han variat segons l'edat, els de 20 anys han estat més o menys igualat, però amb una mica més de demanda en el Nesquik i el Colacao. En canvi en els de 20-40 les més escollides han estat Nesquik i Mercadona. En l'edat dels 40-60 les més escollides han sigut el Colacao i el Mercadona, en canvi les persones de majors de 60 anys han escollit el Nesquik, i Carrefour i Mercadona han tingut la mateixa demanda.

Coincidència:

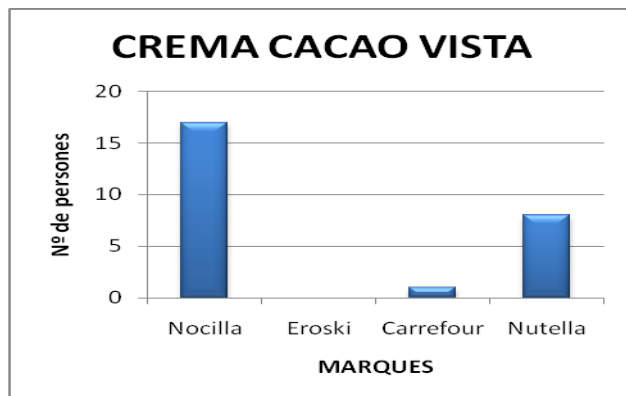


Podem observar que al moment d'escollir sense conèixer la marca, ja no hi ha tanta diferència entre marques blanques i marques més conegudes, de fet la marca Mercadona ha estat molt bé valorada per tots els grups.

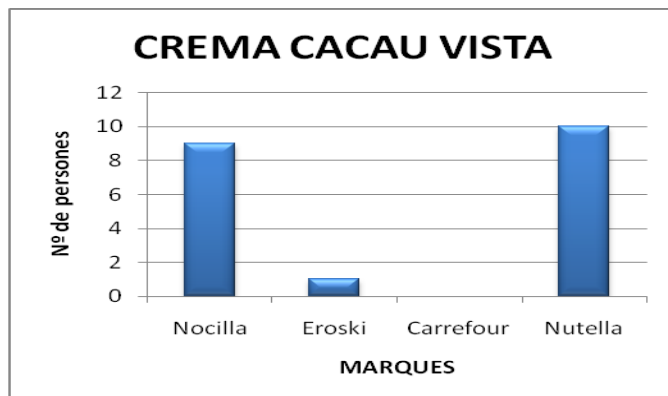
Crema de cacau:

Veient l'envàs del producte

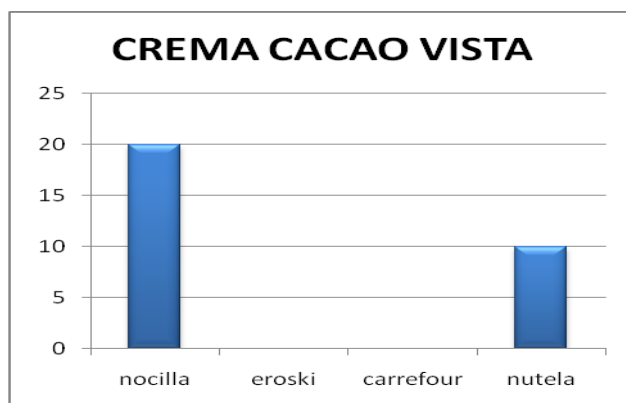
-20



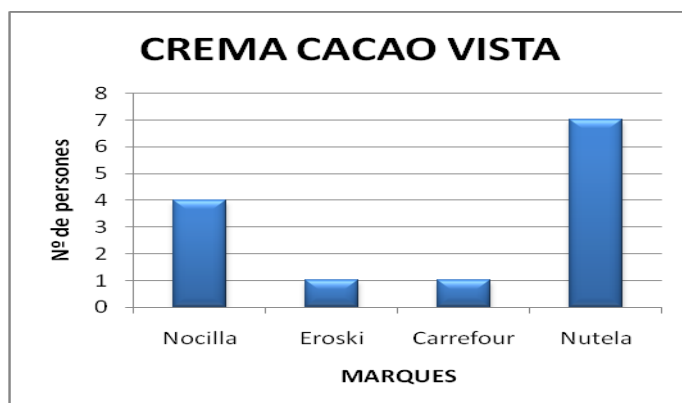
20-40



40-60:

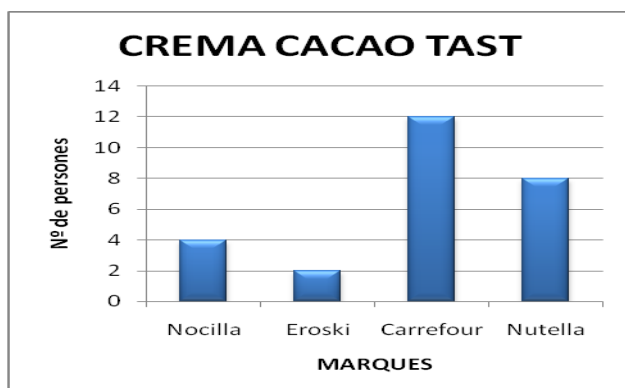


+60:

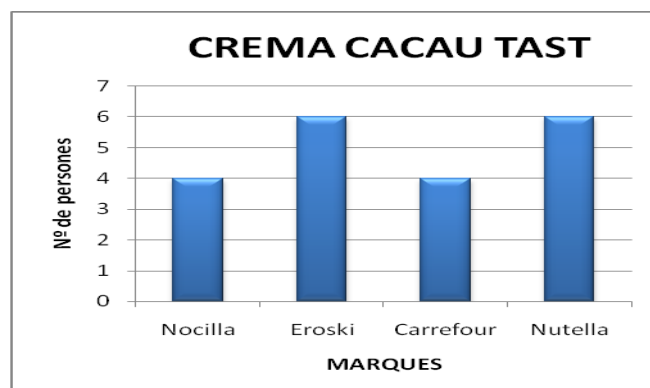


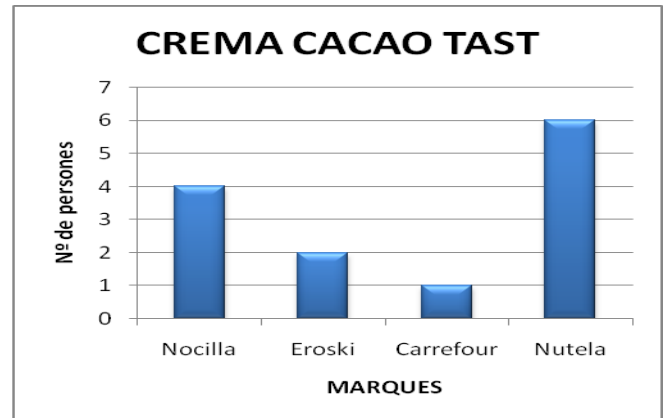
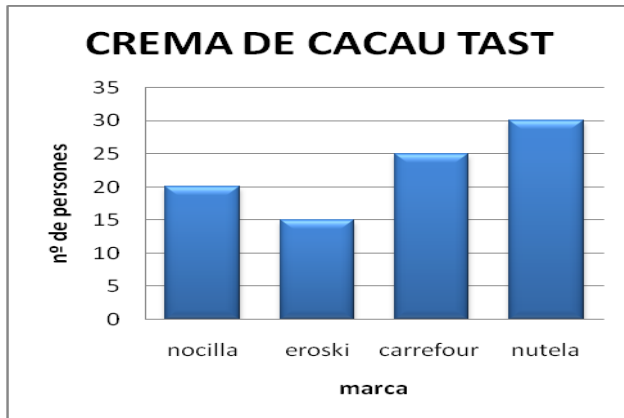
Tastant el producte

-20



20-40





40-60

+60:

Als gràfics podem veure que quan la gent va veure els envasos escollia només Nocilla o Nutela, però quan ho van tastar a les marques blanques ha augmentat el nombre de persones que ho van escollir.

Coincidència:

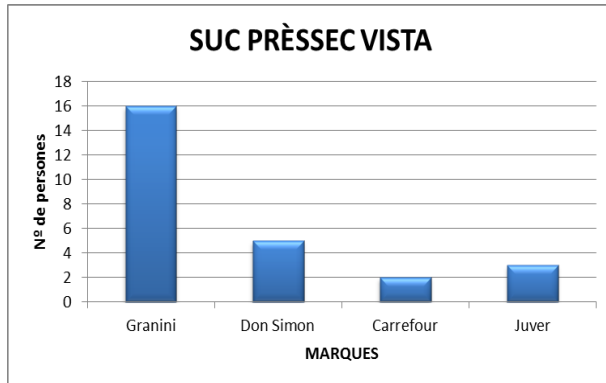


En tots els casos la major part no coincideix en la selecció.

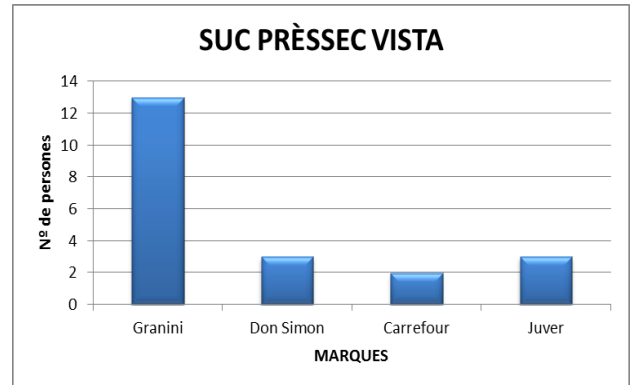
Suc de préssec:

Veient l'envàs del producte

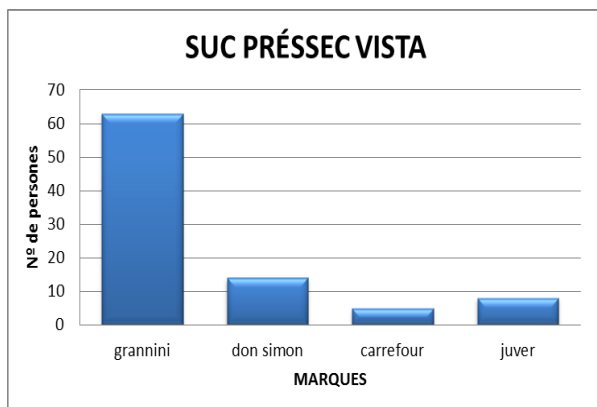
-20 anys



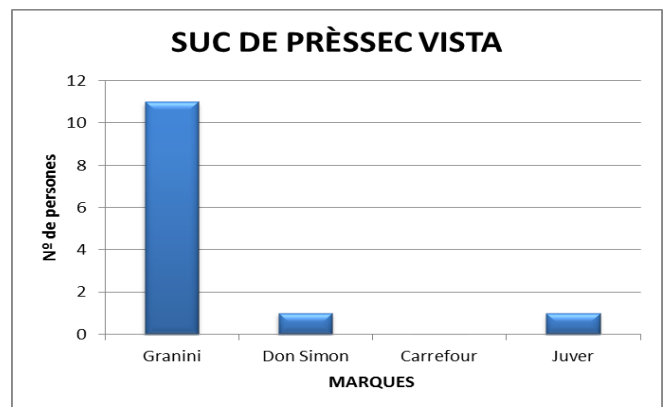
20-40



40-60 anys

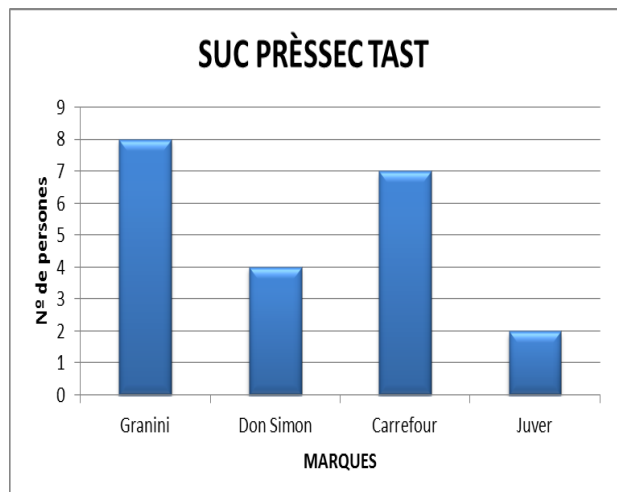
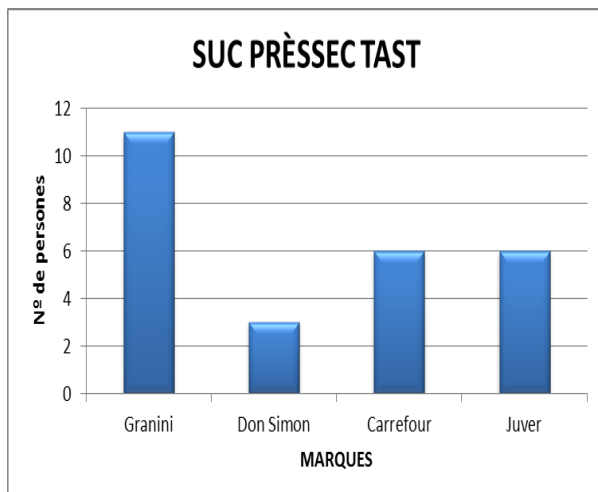


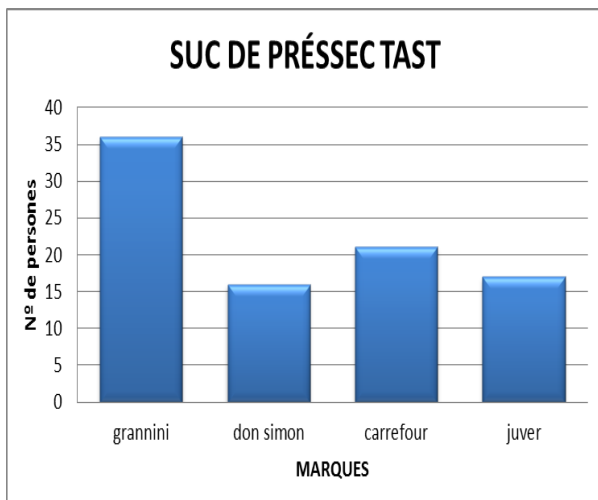
+60 anys



Granini ha estat el més elegit. I les altres marques han tingut una demanda més petita.

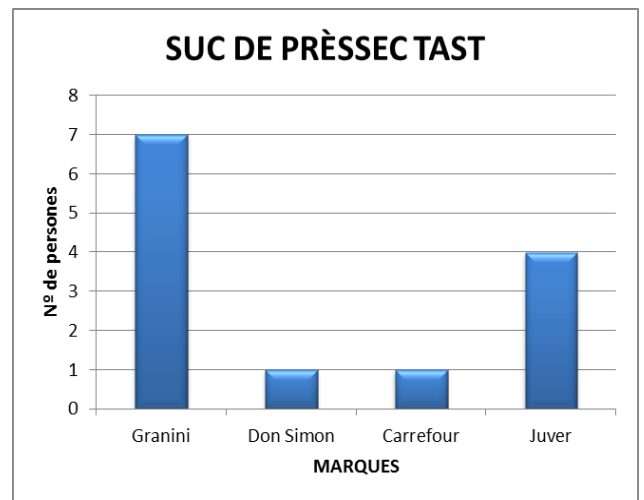
Tastant el producte





-20 anys

40-60 anys



20-40

+60

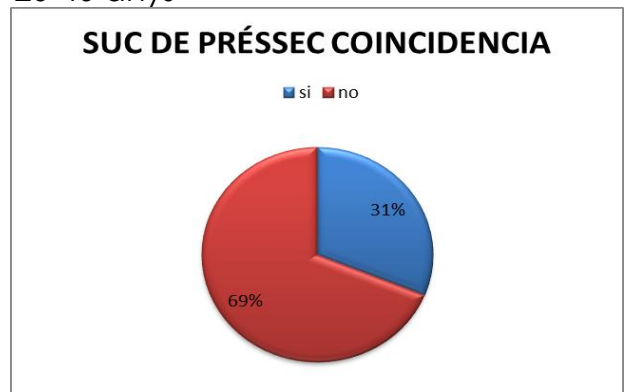
El Grannini ha continuat sen el més escollit, però en tot i així les marques blanques han augmentat

Coincidència:

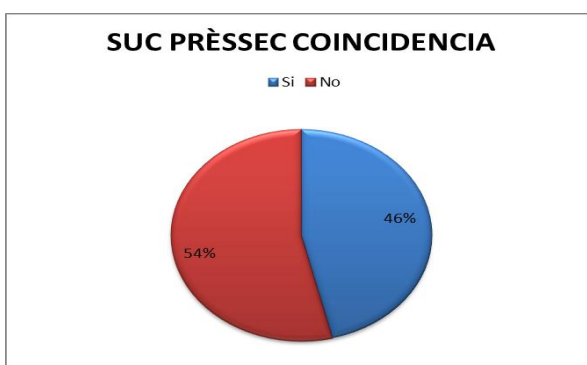
-20



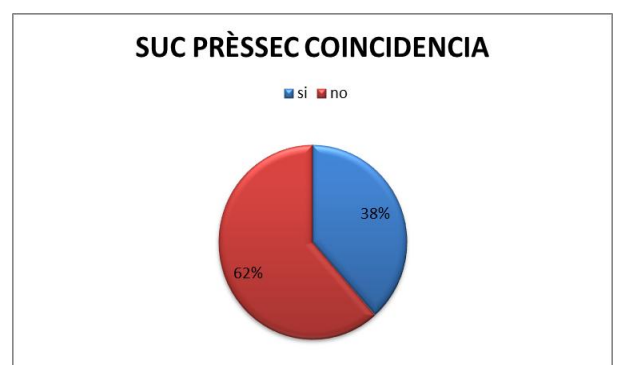
20-40 anys



40-60 anys



+60 anys

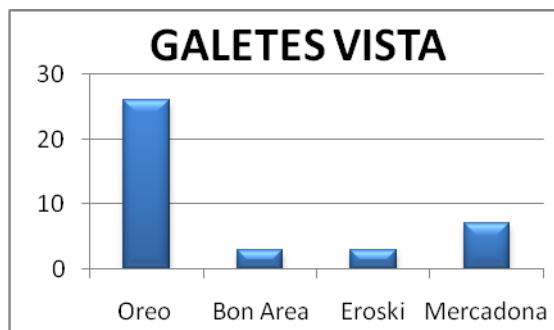
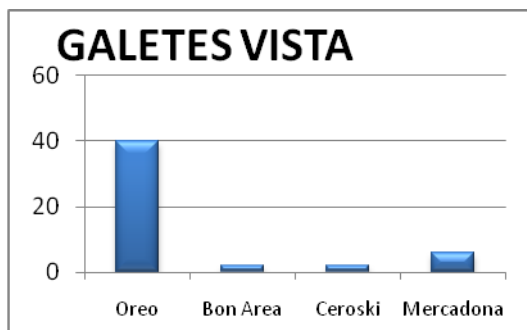


En

En tots el casos més de la meitat no han estat fidels a la seva elecció.

Resultats per sexe:

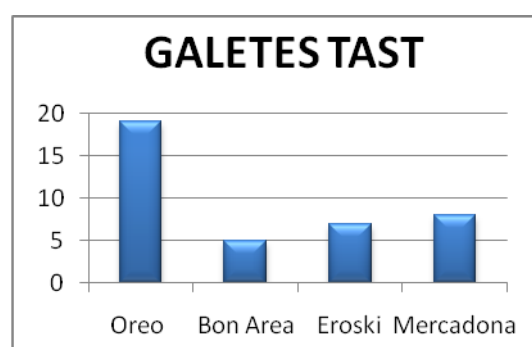
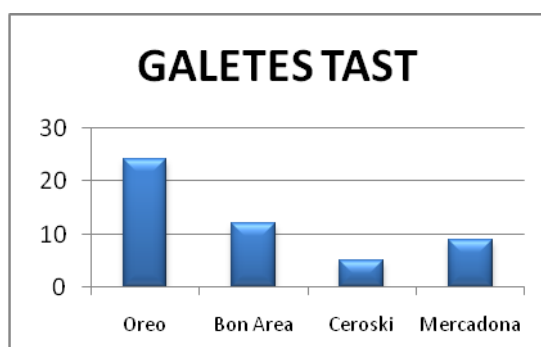
GALETES: Veient l'envàs del producte



Les Oreó han estat les més elegides, les marques blanques han estat menys escollides.

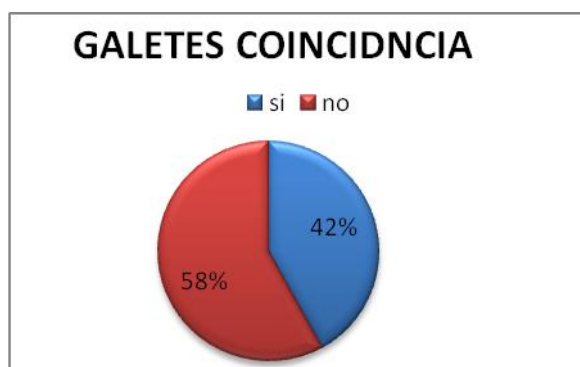
Les Oreó han estat molt demandades, en canvi, la resta de marques han tingut poca demanda.

Tastant el producte



Les Oreó han disminuït i han augmentat considerablement les marques blanques. Les Oreó han disminuït una mica i les altres marques han augmentat considerablement.

Coincidència:

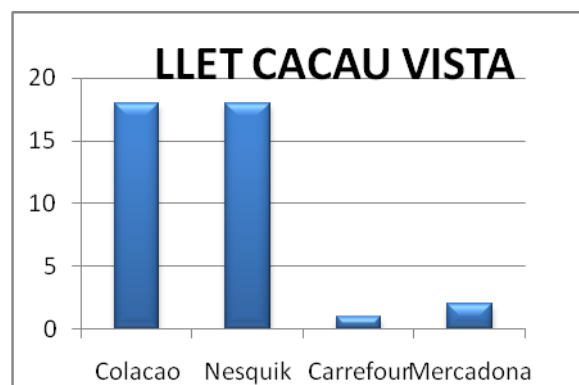
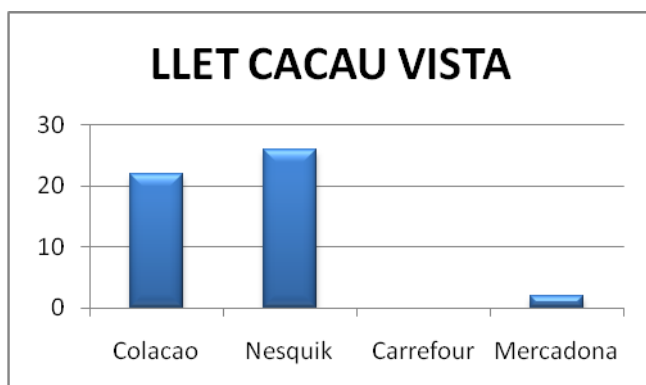


Un 58% no ha coincidit en la elecció.
Un 49% no han coincidit i un 51% si.



LLET AMB CACAU

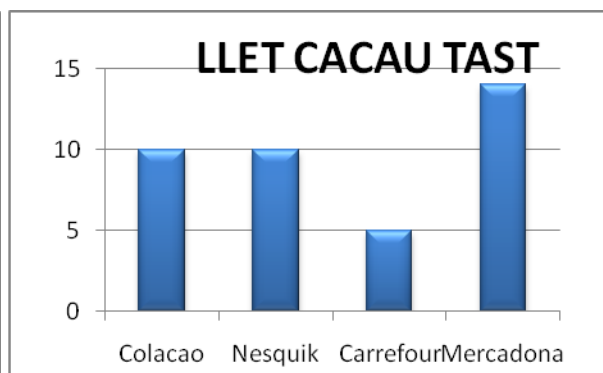
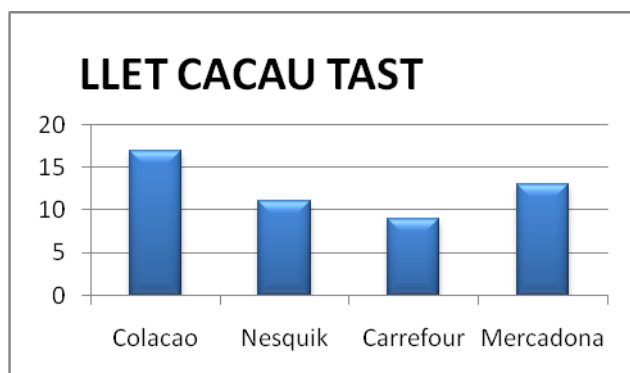
Veient l'envàs del producte



Les marques de Colacao i Nesquik han sigut molt més elegides que les marques blanques .

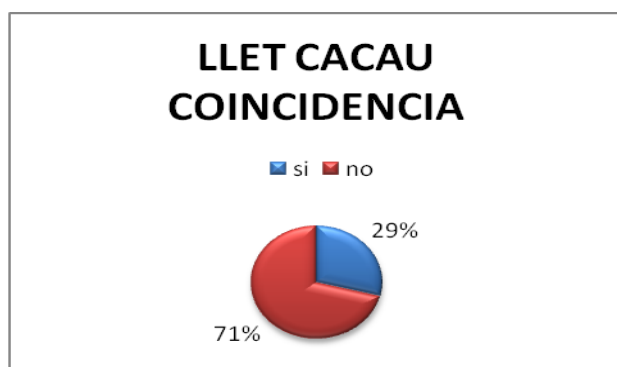
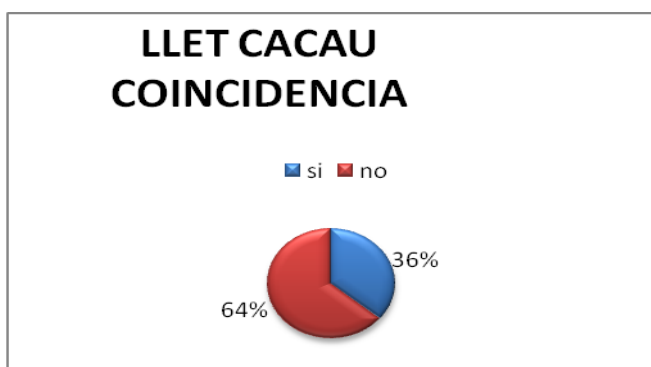
El Colacao i el Nesquik han sigut els que han estat més elegits

Tastant el producte



Les Oreo han disminuït i han augmentat considerablement les marques blanques. En el tast han disminuït bastant el Colacao i el Nesquik i han augmentat la marca Mercadona moltíssim i el Carrefour ha augmentant una mica.

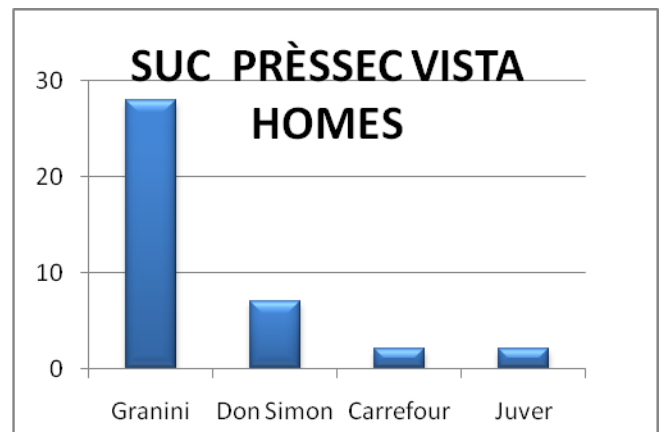
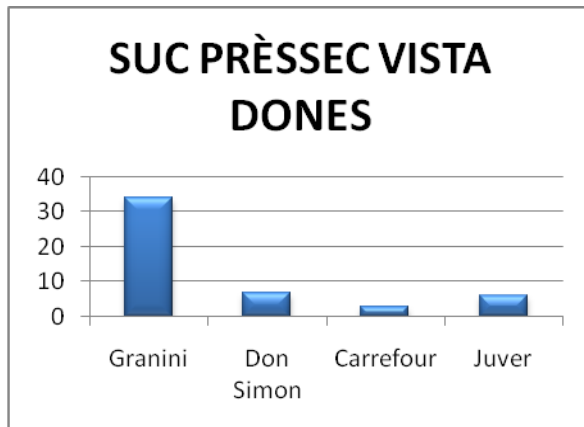
Coincidència:



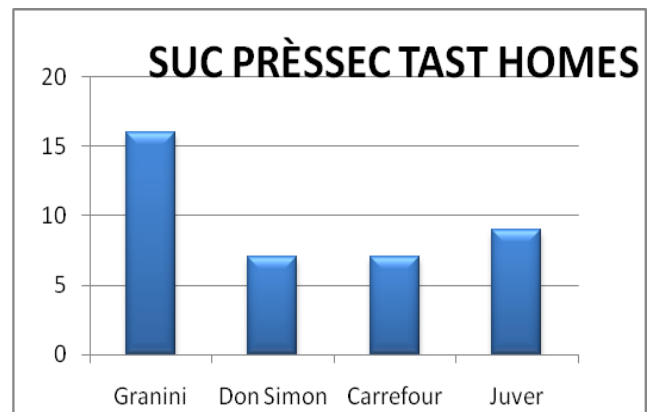
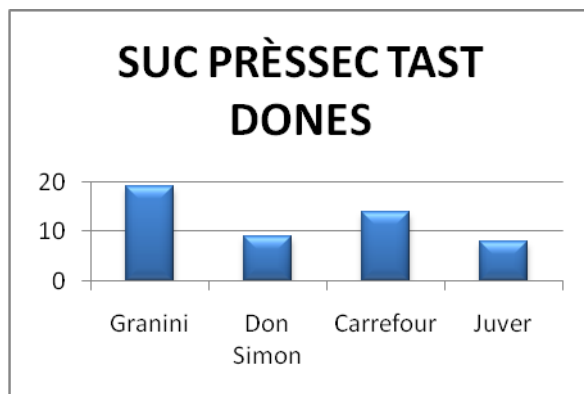
Un 64% no ha coincidit en la seva elecció El 71% no han coincidit i un 29% sí.

Suc de préssec:

Veient l'envàs del producte



Granini ha sigut molt més elegit que les altres marques sense diferència de marca original i marca blanca.



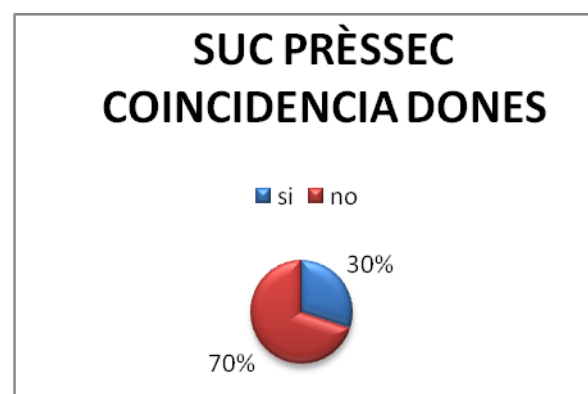
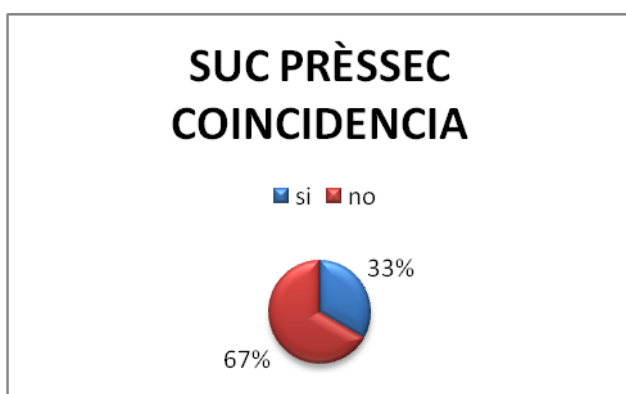
El Granini ha estat molt elegit i els

altres no han tingut molta demanda.

Tastant el producte

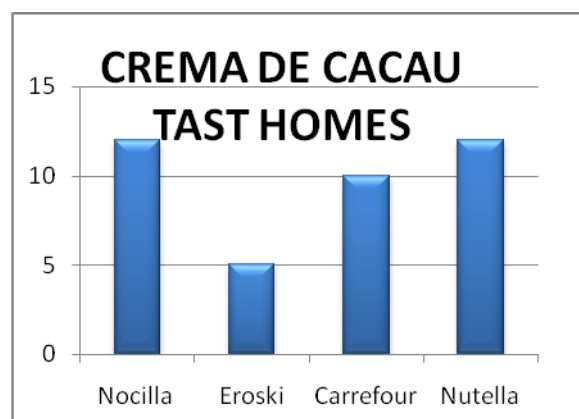
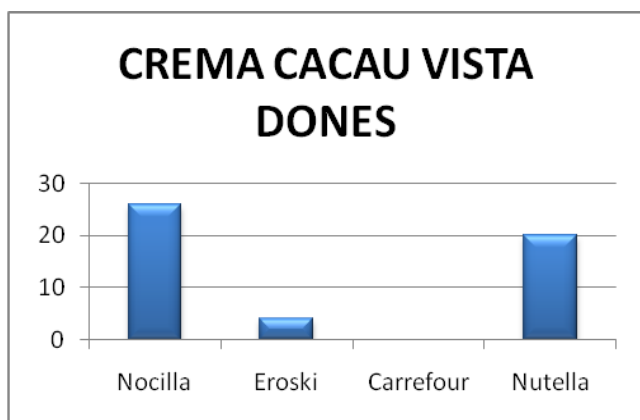
Granini ha disminuït molt i les altres marques han augmentat molt. El Granini ha disminuït i les altres marques han augmentat considerablement.

Coincidència: En cap dels dos sexes la gent ha coincidit en la seva elecció.



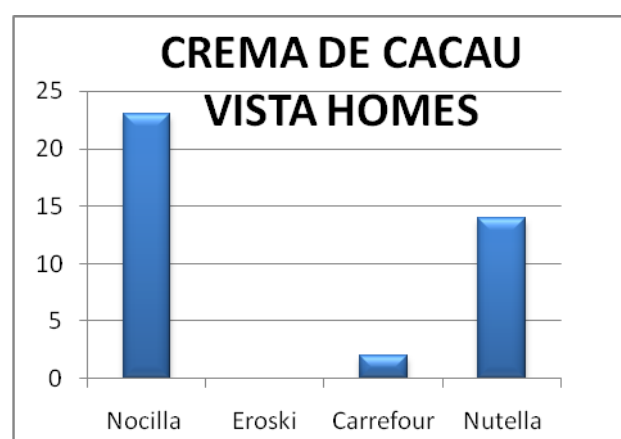
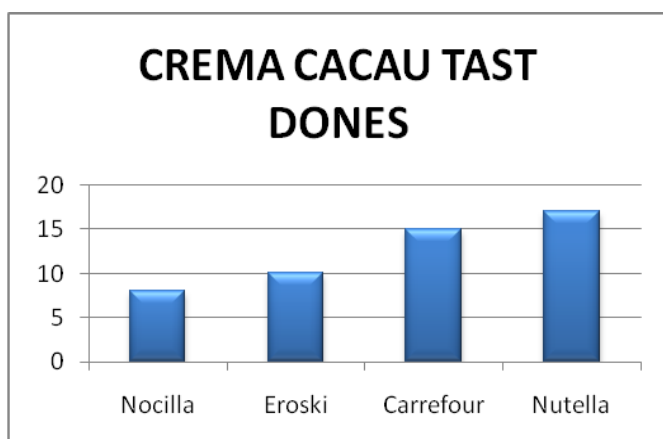
Crema de xocolata

Veient l'envàs del producte



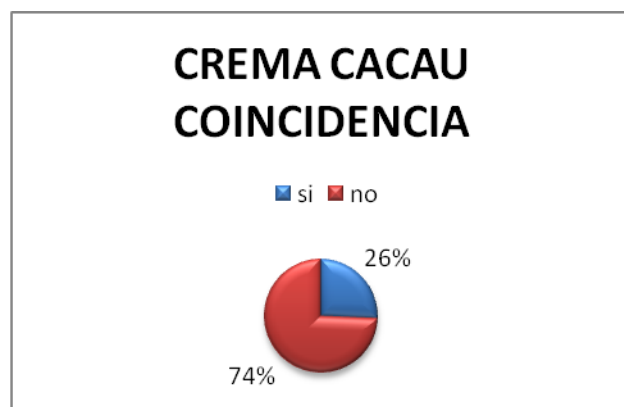
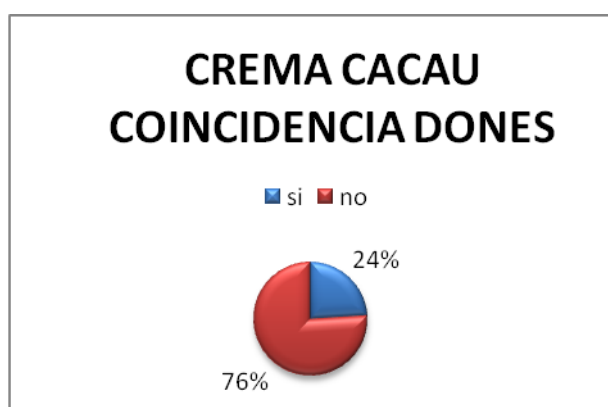
La Nocilla ha sigut el més elegit seguit de la Nutella. La Nocilla ha estat molt demandada, la segueix la Nutella i les altres marques no han tingut cap demanda.

Tastant el producte



La Nocilla ha disminuït moltíssim i les altres han tingut una pujada important. La Nocilla ha disminuït bastant i la Nutella s'ha mantingut i les altres marques han augmentat.

Coincidència:

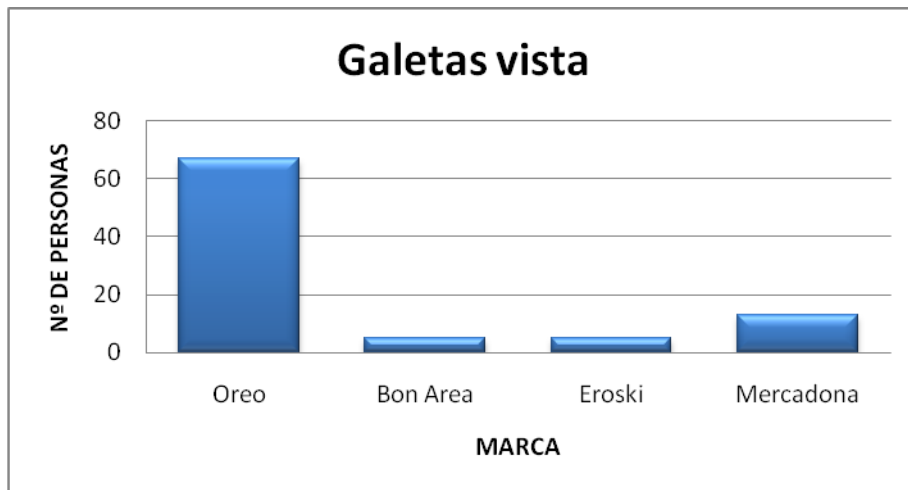


El 76% no ha coincidit en la seva elecció. Un 74% no han coincidit en la seva elecció i un 26% sí.

TOTAL:

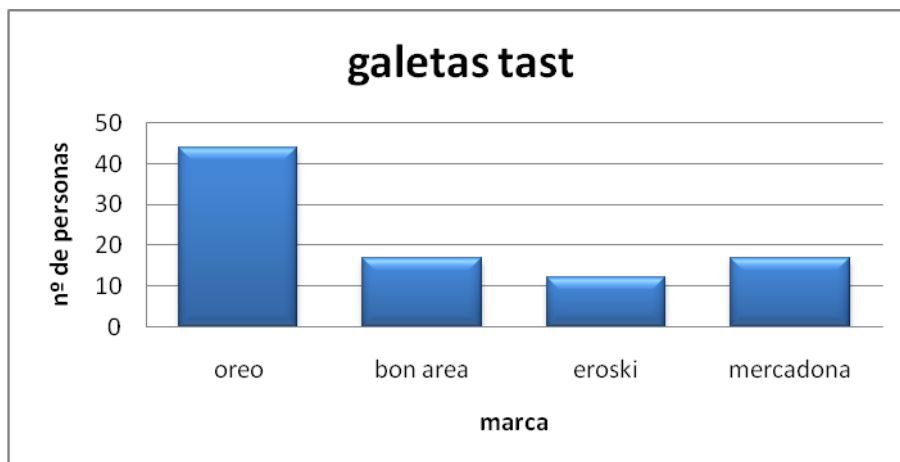
Galletas

Veient l'envàs del producte



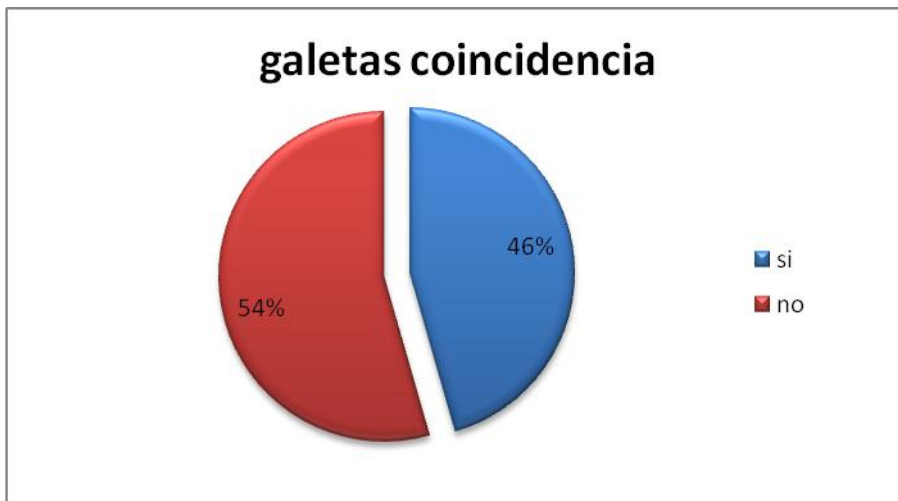
Les més escollides amb diferència han sigut les oreo originals.

Tastant el producte



Les oreo han disminuït i han augmentat les altres marques blanques.

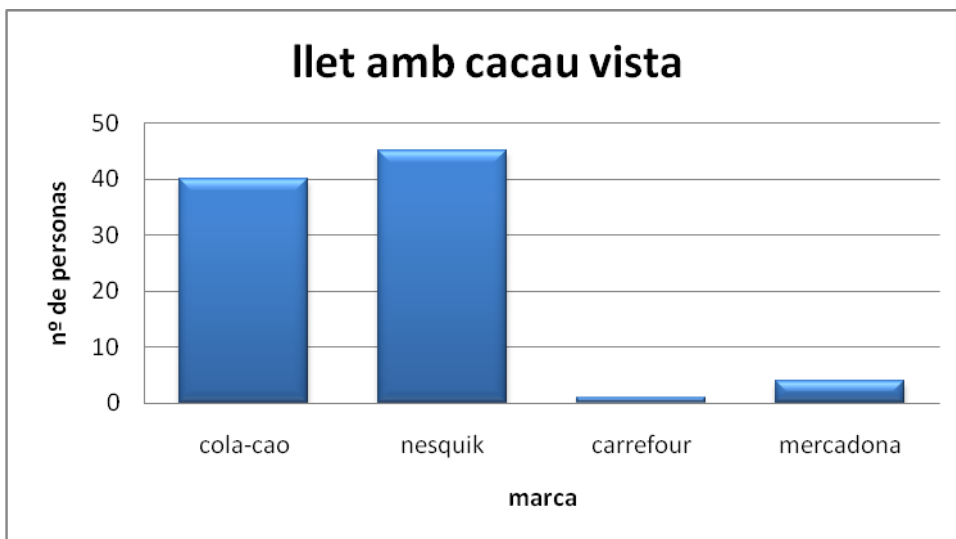
Coincidència:



Un 54% no han coincidit en la seva elecció.

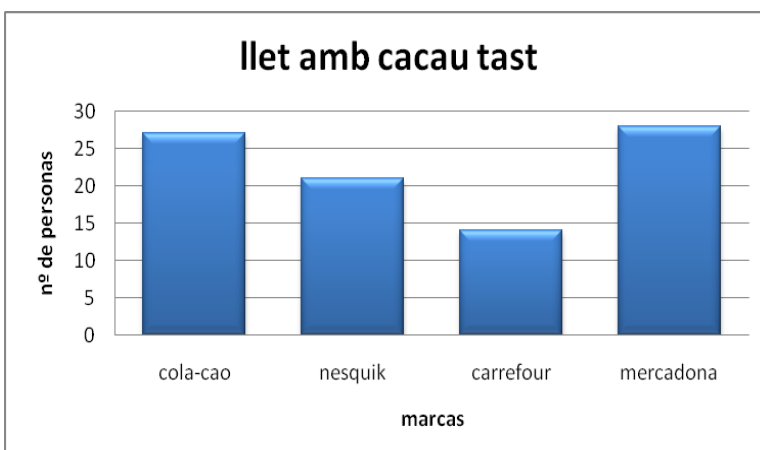
Llet amb cacau:

Veient l'envàs del producte

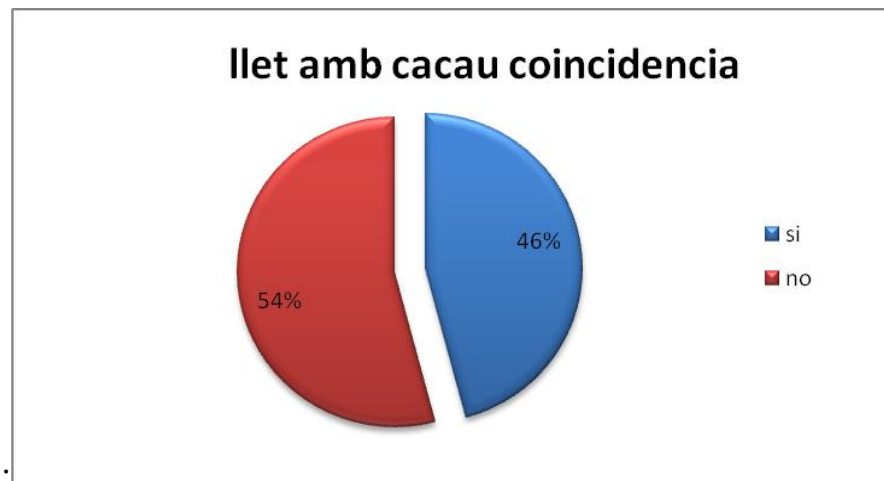


Les més escollides han estat les marques originals

Tastant el producte



En la marca que s'hanotat mes canvipoositivament ha estatmercadona

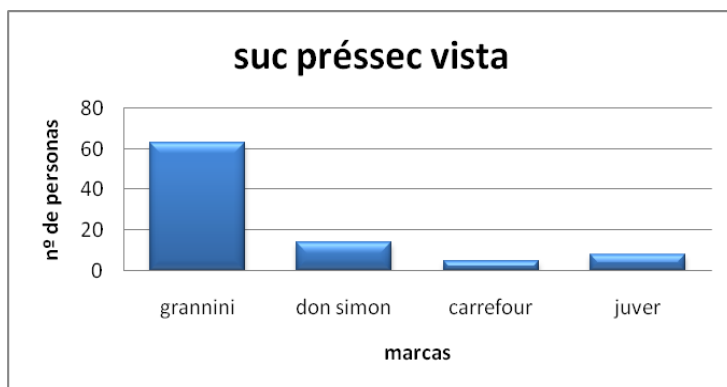


Coincidència:

Nomes han coincidit un 46% en la seva elecció.

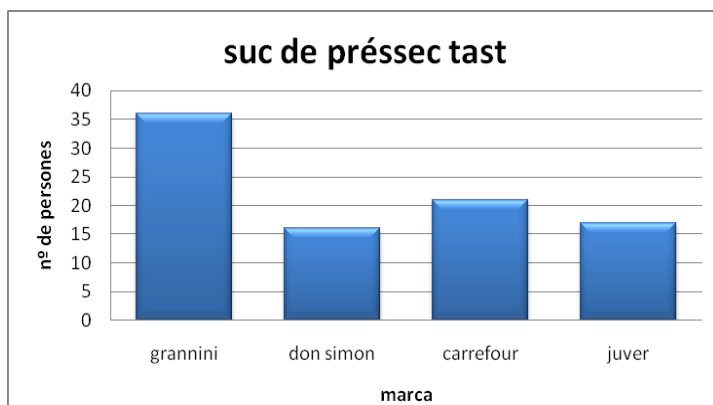
Suc de préssec:

Veient l'envàs del producte



La mes escollida ha estat grannini .

Tastant el producte



La marca Carrefour ha augmentat considerablement i la don Simón ha disminuït.

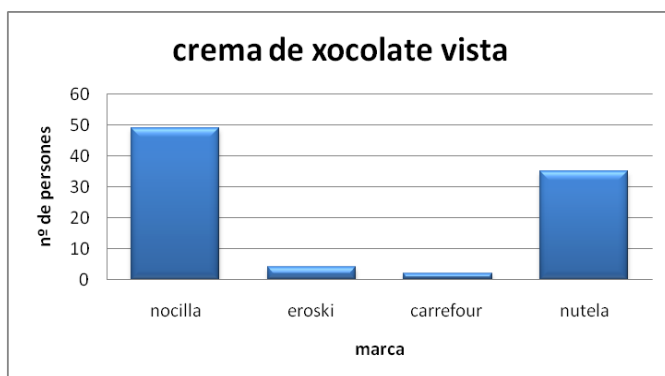
Coincidència:



Nomes un 31% ha coincidit en la seva elecció

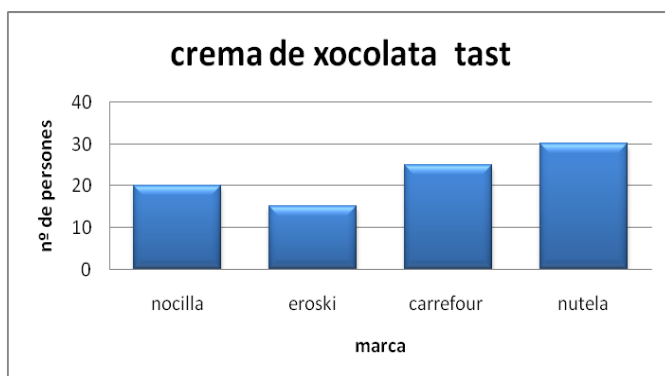
Crema de xocolata

Veient l'envàs del producte



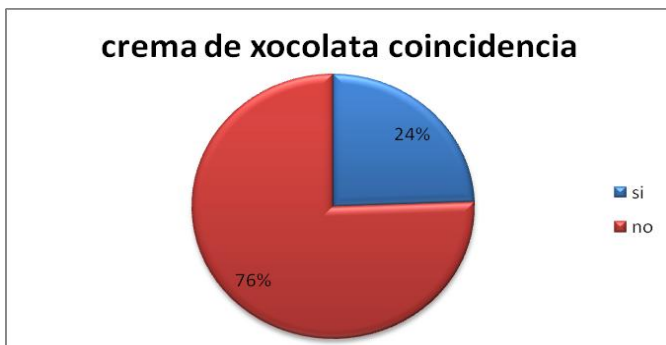
Les marques blanques gairebé no han estat escollides per la gent, en canvi les originals si.

Tastant el producte



Les marques blanques han augmentat considerablement.

Coincidència:



Un 76% no ha coincidit en la seva elecció.

Conclusions:

Segons les dades recopilades en les enquestes i les estadístiques procedents d'aquestes es pot afirmar que les persones realment comprem per l'aspecte del producte enlloc de parar-nos a veure la qualitat o beneficis que et pot oferir un producte de marca blanca o que no sigui tant conegut.

I per tant, podríem dir que vivim en una societat, en la qual es fàcil manipular i influir en la forma de pensar de les persones

Agraïments:

Agraïm la col·laboració a:

- Les nostres famílies per l'aportament econòmic per els utensilis necessaris per realitzar les enquestes.
- A la nostra professora de matemàtiques, l'Arantxa, per haver-nos orientat en com fer el treball.
- Al professorat i als alumnes de l'escola Sagrada Família, a les famílies, una altre vegada, i al grup d'Acampades Miramar per haver perdut el seu temps realitzant les enquestes.