Per què comprem els iogurts que comprem?

Escola Sta. Teresa de Lisieux

Autoria : Julia Calonge Comas
Tutoria : José Vicente Clemente i Francisco Gris

Idea Inicial

El treball pretén identificar els factors més importants que intervenen en el procés de compra de iogurts i analitzar quins resulten més influents en el consumidor, com a subjecte. També tracta d'avaluar si el consumidor n'és conscient o no dels factors que el determinen en les seves compres rutinàries de iogurts.

El procés d'elaboració

El procés d'elaboració d'aquest treball es divideix en tres parts fonamentals. La primera part ha estat la part de cerca i documentació de vocabulari i conceptes fonamentals en l'àmbit. Consisteix en una recerca a través de llibres i mitjançant la xarxa d'internet amb la finalitat de trobar, de manera sintètica, les bases teòriques per a fer una correcta investigació del tema escollit. La segona part, centrada en la part pràctica del treball, ha estat la realització d'una enquesta dirigida a els consumidors habituals de iogurts del barri de Les Corts i un anàlisi comparatiu entre quatre supermercats de la zona. Les preguntes establertes a l'enquesta han estat creades a partir dels coneixements adquirits en la primera part, en la cerca d'informació, a fi d'investigar quins factors afecten més al consumidor i d'averiguar la consciència del consumidor sobre l'efecte de dits factors. Un cop realitzada l'enquesta a 100 persones, s'han recollit els resultats i la informació obtinguda per aquests i analitzat cautelosament els factors investigats. En la comparació entre els supermercats, s'ha analitzat la situació del producte per tal d'afirmar o negar la importància de tal factor en el consumidor. A partir d'aquests anàlisis, tant en l'enquesta com en l'observació, s'ha realitzat la tercera part del treball, basada en l'extracció de les conclusions principals i més rellevants. Finalment es remarquen quins han estat els factors més influents en el consumidor i s'ordenen els factors investigats. d'una manera qualitativa, segons el seu grau d'influència.

Conclusions, resultats de la recerca

Encara que són molts els factors que intervenen en la nostre decisió d'elecció d'un iogurt determinat envers d'un altre, dos són els factors més influents: el preu i l'aspecte. Mentre que el preu ens influeix de manera conscient i respon a la part racional de la nostre ment, l'aspecte ho fa de manera inconscient. Queda demostrat doncs, que molts dels factors afecten en nosaltres de manera inconscient, i que, per tant, mai podem saber realment el perquè de les nostres decisions.