



# INFORME COMERCIAL

## PROYECTO CREÁGORA

Participantes:

**Aarón Bravo Pinilla**

**Mónica Borrallo Pino**

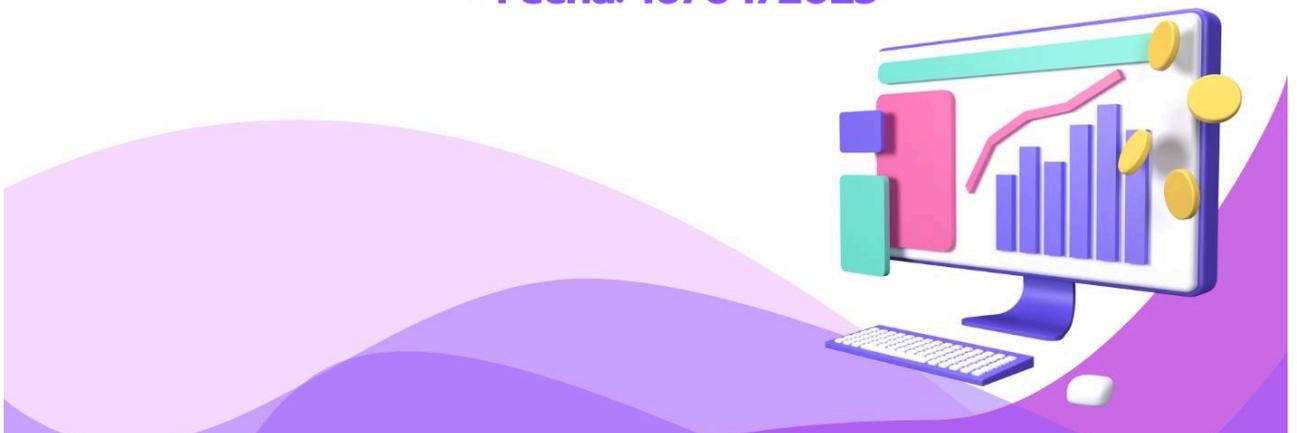
**María Fernández Calurano**

**Alba Jaramillo Blanco**

**Curso: 1º KV Marketing y Publicidad**

**• Módulo: Investigación Comercial**

**• Fecha: 10/04/2025**



<b>1. Introducción</b>	<b>4</b>
<b>2. Objetivos del informe</b>	<b>4</b>
<b>3. Análisis de resultados</b>	<b>4</b>
Resultados del gráfico:	4
Conclusiones sobre la visibilidad del proyecto:	5
Resultados del gráfico:	5
Conclusiones sobre la utilidad percibida:	5
<b>4. Conclusiones finales</b>	<b>7</b>
<b>5. Propuestas de mejora</b>	<b>7</b>
<b>6. Cierre</b>	<b>8</b>

## 1. Introducción

Este informe está hecho con la intención de analizar los datos obtenidos de aquellas personas participantes del formulario del proyecto CreÁgora, cuya finalidad es mejorar más este proyecto, ofreciendo actualizaciones adaptadas a las respuestas registradas en dicho formulario, creado por la clase de Marketing y Publicidad de grado superior.

## 2. Objetivos del informe

Los objetivos de este proyecto son los siguientes:

- Descubrir si el proyecto CreÁgora es conocido por las personas.
- Saber si se prefieren comprar en tienda física u online para adaptarse a las preferencias de las personas.
- Analizar qué tipo de detalles o estilo llaman más la atención para crear productos enfocados a la preferencia del cliente.
- Descubrir cuánto estaría dispuesto a pagar las personas por cada producto.
- Recoger ideas que nos ayuden a realizar campañas de manera llamativa y creativa.
- Conocer los gustos y hábitos de los participantes y ofrecer productos personalizados a dichos datos.
- Detectar oportunidades para mejorar el proyecto CreÁgora.

## 3. Análisis de resultados

- **Gráfico 1: ¿Conocías el proyecto CreÁgora antes de esta encuesta?**



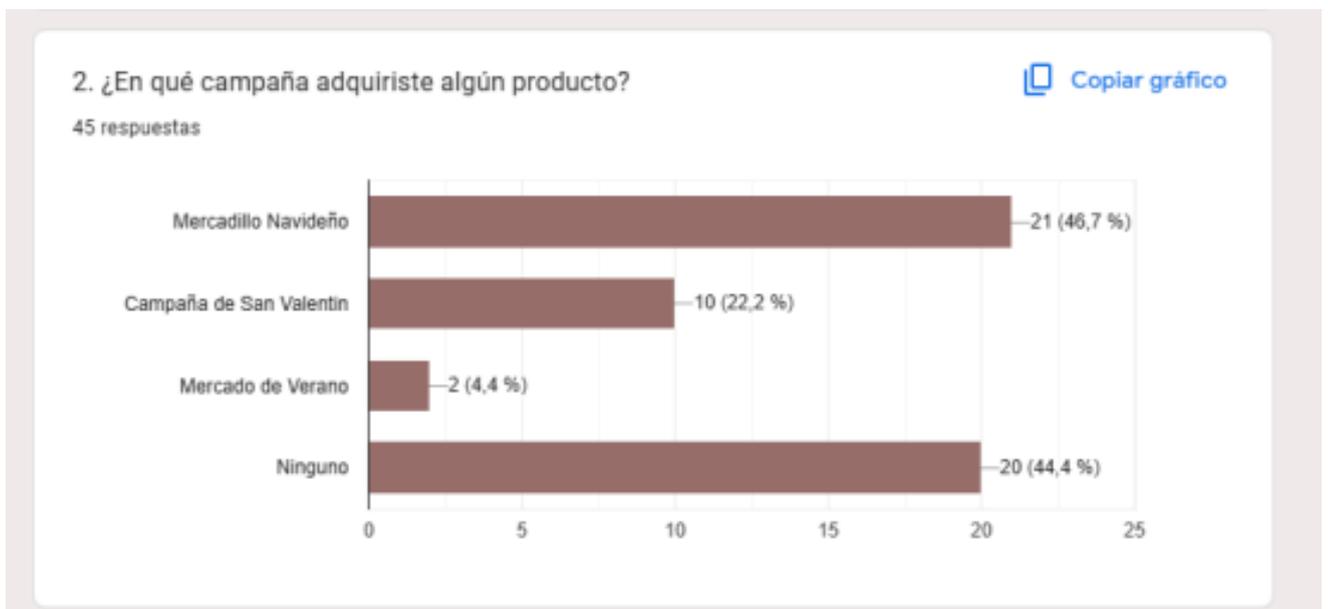
Resultados del gráfico:

- Sí: 38,1%
- No: 61,9%

Conclusiones sobre la visibilidad del proyecto:

- Una clara mayoría de los encuestados (61,9%) no conocía el proyecto antes de la encuesta, lo que indica que la visibilidad y difusión del proyecto CreÁgora es actualmente limitada.
- Solo un 38,1% respondió que sí lo conocía, lo cual refleja una necesidad de reforzar la comunicación y las estrategias de marketing para alcanzar a un público más amplio.
- Esto también muestra que el proyecto aún puede darse a conocer mucho más, lo cual puede ser una oportunidad para ciertas campañas y posicionamiento del proyecto.

● **Gráfico 2: ¿Preferencias en la compra (física / online)?**



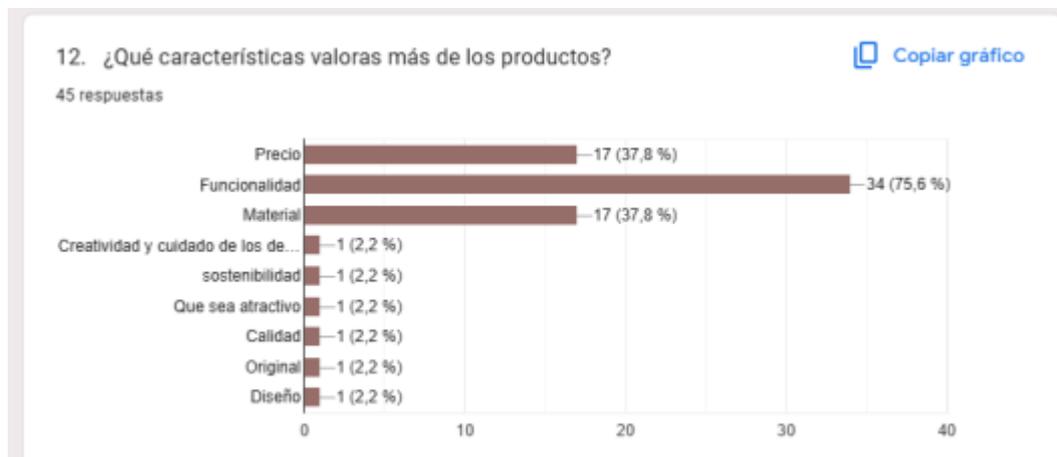
Resultados del gráfico:

- Sí: 85,7%
- No: 14,3%

Conclusiones sobre la utilidad percibida:

- Una amplia mayoría (85,7%) considera que el proyecto CreÁgora puede ser útil para los alumnos, lo que refleja una percepción muy positiva sobre su impacto potencial.
- Solo un 14,3% opinó que no, lo cual indica que hay un pequeño margen para mejorar, quizás aclarando más el objetivo y beneficios del proyecto.
- En general, estos datos reflejan que el proyecto está bien enfocado a las necesidades de los alumnos y que sería bien recibido si se implementa o comunica mejor.

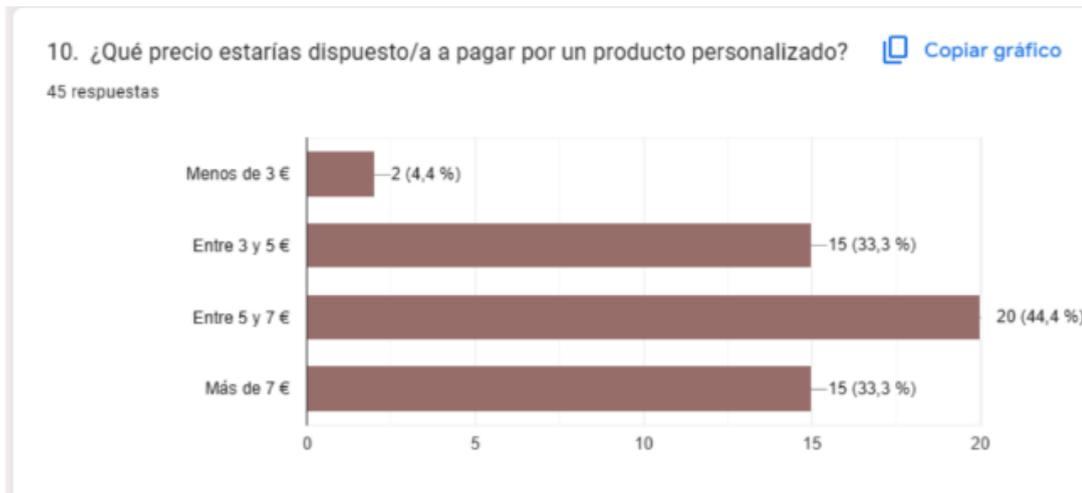
• **Gráfico 3: ¿Qué características valoras más de los productos?**



Los resultados de este gráfico nos muestran lo que los clientes valoran más de un producto, en este caso vemos que lo que nuestros clientes valoran principalmente es la funcionalidad, contando con 34 votos (75,6%), la siguiente característica más importante es el precio que cuesta ese producto con 17 votos (37,8%) y en tercer lugar tienen en cuenta el material del que está fabricado con 17 votos (37,8%).

A estas características principales les siguen la creatividad, sostenibilidad, que sea atractivo, calidad, originalidad y diseño, contando cada una de ellas con un voto (2,2%).

#### Gráfico 4: ¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar?



En el caso de productos personalizados:

El precio que todo el mundo está dispuesto a pagar es entre 5€ y 7€ ,es decir, un 44% (20 personas participantes en el cuestionario).

El segundo precio dispuesto a pagar sería entre 3-5€, es decir, un 33,3% (15 personas participantes en el cuestionario).



Por otro lado, en el caso de productos no personalizados:

El precio que los participantes del cuestionarios estarían dispuestos a pagar sería entre 3 y 5€, es decir, un 44,4%.

El segundo precio que estarían dispuestos a pagar sería menos de 3€,es decir, 31,1%.

En conclusión,los resultados del cuestionario muestran que las personas están dispuestas a pagar más por productos personalizados ya que le dan más valor,la mayoría de participantes estarían dispuestos a pagar entre 5€ y 7€, mientras que en los productos no personalizados prefieren precios más bajos, entre 3€ y 5€.

## 4. Conclusiones finales

- **¿Qué aprendizajes generales se extraen de los datos?**

La mayoría ha calificado a CreÁgora como un espacio bien cuidado. Según las encuestas sabemos que un 53,3% conoce el proyecto, la mayoría ha visitado la web y un 93% valora la personalización de los productos, de este porcentaje sólo un 24,4% están dispuestos a pagar más de 7€ por ella.

Vemos que los clientes le dan importancia a la funcionalidad del producto y su personalización. Aunque muchos aún no han comprado, los que sí, califican esta experiencia como buena o excelente.

Una gran mayoría ha contestado que los precios puestos les parecen correctos para estos productos con una valoración de cuatro estrellas.

Por último, para el 88,9% que no pertenece al centro y está interesado en comprar, tendríamos que tener en cuenta un alcance mayor más allá de nuestra comunidad.

- **¿Qué tipo de cliente parece más interesado en CreÁgora?**

Por las respuestas vemos que el tipo de cliente más interesado en CreÁgora es una persona joven e interesada en productos personalizables como tazas, tote bags, etc., seguramente alumno del centro.

Estamos hablando de un cliente que valora antes la funcionalidad al precio, busca una buena relación calidad-precio en los productos promocionados.

Al ser un cliente joven, podemos intuir que principalmente se informa de las noticias y novedades mediante las redes sociales, además de la cartelería en el centro de la que sólo los alumnos del IES Ágora ven todos los días.

- **¿Cuáles son los puntos fuertes y qué habría que mejorar?**

CreÁgora destaca por su alta valoración en la que tiene una media de cuatro de cinco estrellas.

Uno de sus puntos fuertes será que aunque el 88,9% de los encuestados no pertenecen al centro, sí están dispuestos a comprar los productos y un 86,7% estarán dispuestos a ayudar en la promoción de los mismos fuera del centro.

Los aspectos a mejorar serían:

- El precio, sólo el 24,4% pagaría más de 7€ por personalización, lo que sugiere revisar precios.
- Tener más productos disponibles de los que más se compran y no tantos del resto si ya sabemos que a nuestros compradores no les interesan tanto estos accesorios como imanes, libretas, bolígrafos, etc., en comparación con los que más votos tienen.

- Hacer llegar la página web a muchas más personas porque aunque la mayoría de los encuestados la han visitado (66,7%), ese porcentaje debe subir, podemos conseguirlo promocionando más en redes sociales.

## 5. Propuestas de mejora

Teniendo en cuenta el contenido de este formulario, habiendo indagado en diferentes formas de mejorarlo, haciéndolo así más persuasivo y profesional, proponemos las siguientes ideas:

**Publicidad mediante docentes y alumnos:** Los docentes y alumnos pueden dar visibilidad al proyecto mediante el uso de sus redes sociales, aumentando así los clientes potenciales de la propia tienda.

**Mejorar la página web:** Corregir aquellos errores en la página web así como el apartado de “Botellas” ya que no aparecen las imágenes de dicho artículo y nadie puede ver el producto que le ha interesado, o que no aparezca al inicio de la página la “promoción” a wordpress.

**Ofertas y descuentos:** Aprovechar que al ser una tienda de un centro, puede convencer más vender en volumen a un precio inferior, añadiendo que dicho precio siga aportando beneficios a la tienda, y que mediante dichas ventas, se mejore el posicionamiento de los productos ofrecidos mostrando calidad.

## 6. Cierre

Este informe nos ha ayudado a entender mejor cómo mejorar y enfocar este proyecto y así hacerlo más útil para todos. Con las ideas recogidas, el proyecto puede seguir creciendo y llegando a más personas.

CreÁgora tiene mucho potencial, y con creatividad y trabajo en equipo, puede llevarse muy lejos.

**“CreÁgora no está aquí para encajar, está aquí para destacar”**

