

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

ENCUESTAS:

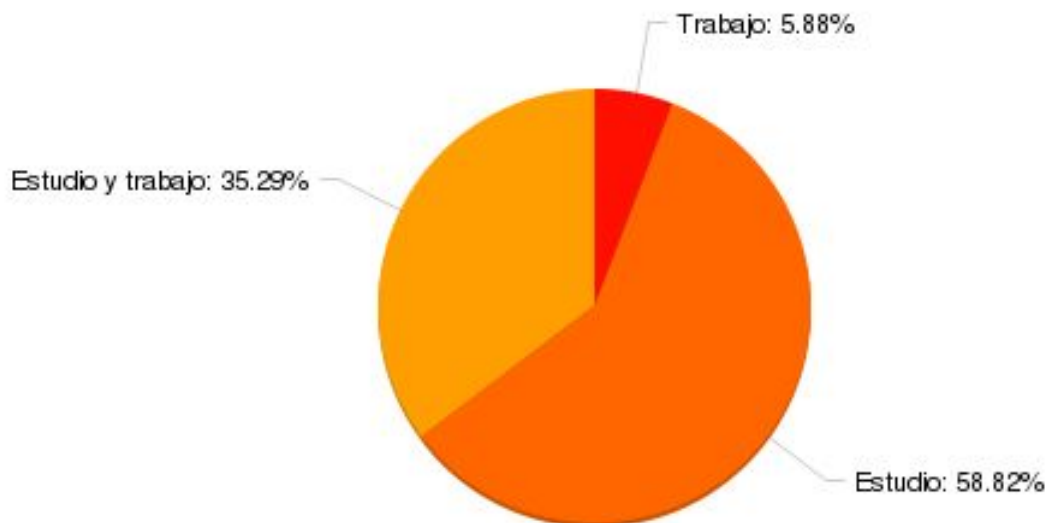
Cada pregunta de la encuesta ha sido creada con un fin específico a la hora de determinar el target y sus principales prioridades a la hora de escoger donde, cuando y que almorzar.

(*Determinar el target*)

1- ¿A qué se dedica actualmente?

- Trabajo
- Estudio
- Estudio y trabajo
- Desempleado y sin plata para estudios

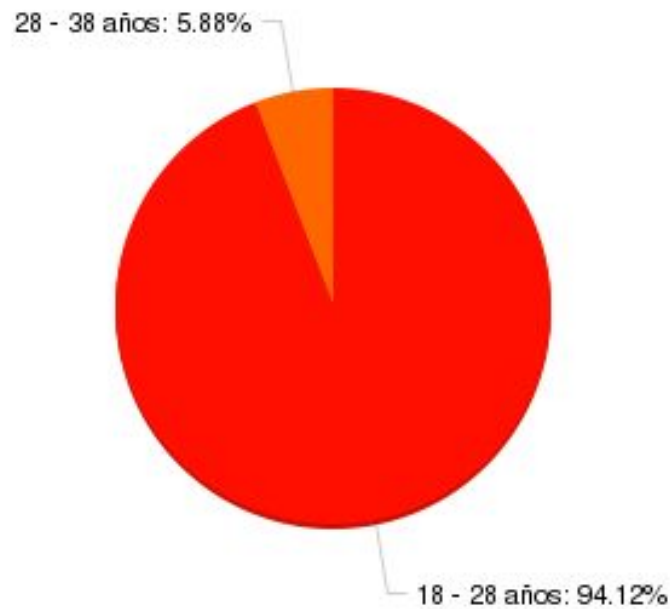
Resultados:



2- ¿Cuál es su edad?

- 18 - 28 años
- 28 - 38 años
- 38 - 48 años
- 48 - 58 años
- De 58 en adelante

Resultados:



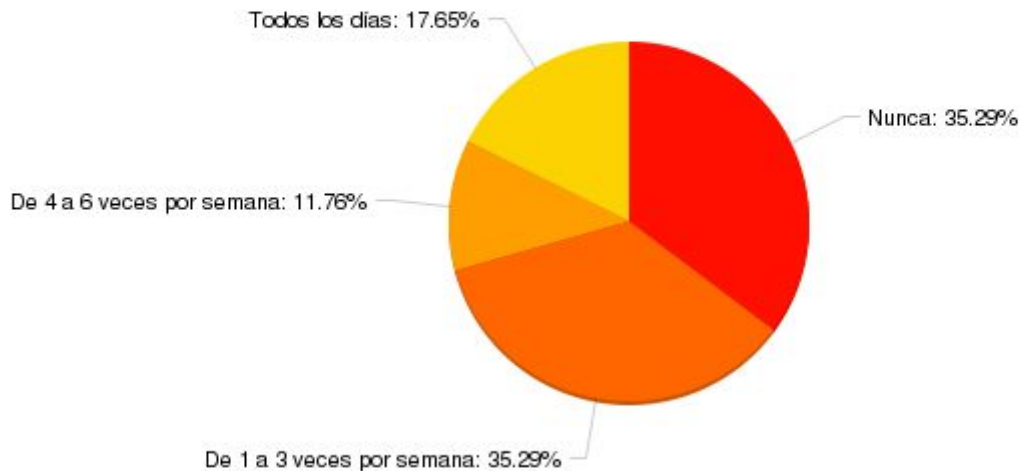
Análisis:

Más de la mitad de nuestros encuestados (58,82%) son estudiantes, cuyos ingresos no son provenientes del trabajo propio, en consecuencia, con ingresos limitados por sus padres, el dinero no será tan abundante para los almuerzos de “corrientazos”, reduciendo las probabilidades de uso del aplicativo, sin embargo el porcentaje restante (41,18%) PUEDE obtener una serie de ingresos lo suficientemente buenos para hacer necesario el uso del aplicativo. Para preparar adecuadamente estéticas visuales adecuadas para nuestro *target* la edad resulta un factor extremadamente importante, ya que su capacidad de recepción a ciertos símbolos, conceptos o colores. Con una aplastante cantidad de jóvenes entre los 18-28 años (94.12%) determinamos que en conjunto a la anterior pregunta, nuestro target son : Universitarios entre los 18-28 años que estudian y/o trabajan.

3- ¿Con qué frecuencia almuerza fuera de casa? (Ver si vale la pena crear la app para la utilice con frecuencia)

- Nunca
- De 1 a 3 veces por semana
- De 4 a 6 veces por semana
- Todos los días

Resultados:



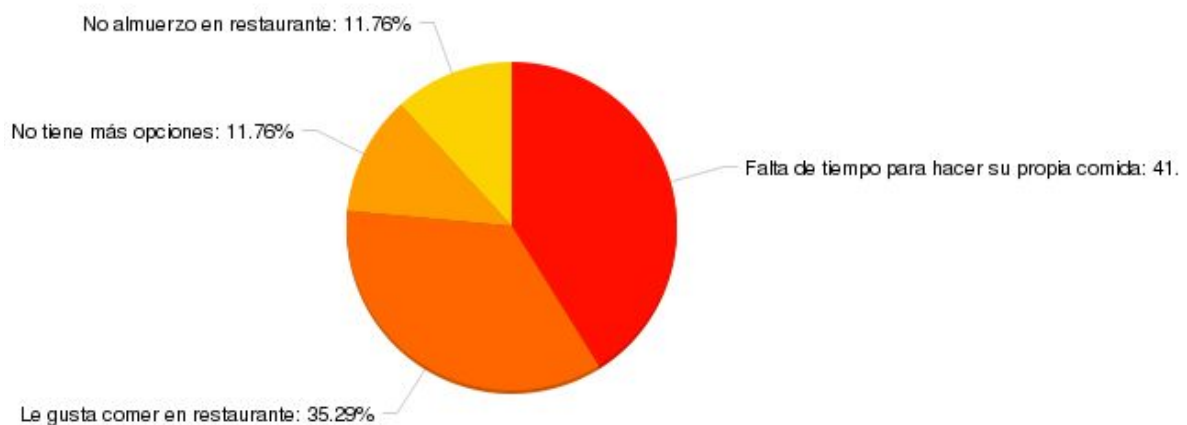
Análisis:

A pesar de que el porcentaje de la opción “*Nunca*” es equivalente a un 35.29%, la suma de las opciones restantes (64.71%) genera una alta expectativa de que existe una recurrente búsqueda de establecimientos de restaurantes a diario, en consecuencia demuestra que si vale la pena la creación de esta aplicación.

4- Si almuerza en restaurantes ¿Cuál es la principal razón por la que almuerza ahí? (Determinar cuál podría ser la motivación de nuestro target, para usar la app)

- Falta de tiempo para hacer su propia comida
- No sabe cocinar
- Le gusta comer en restaurante
- No tiene más opciones
- No almuerzo en restaurante

Resultados:



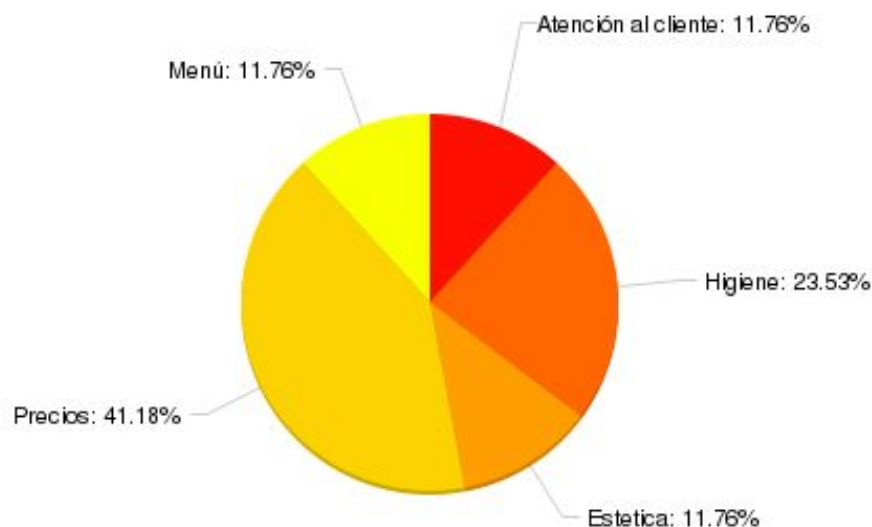
Análisis:

Con una amplia diferencia, *“la falta de tiempo para hacer su propia comida”* demuestra que es la principal razón por la cual eligen a los restaurantes como opción para satisfacer dicha necesidad, preferirían utilizar nuestra aplicación debido a que esta genera un ahorro en el tiempo al tener toda la información respecto a los establecimientos cercanos.

**5-¿Qué aspectos determinan su decisión de ingreso a un establecimiento de comida?
(Determinar cuál es la información que los usuarios asimilaran o pondrán mayor atención más en la aplicación)**

- Atención al cliente
- Higiene
- Estética
- Precios
- Menú

Resultados:



Análisis:

Considerando la cultura colombiana, donde el precio es uno de los principales factores que siempre han influenciado a la hora de elegir un producto o no, con esta encuesta queda demostrado que es cierto que casi la mitad de los encuestados (41.18%) observa el precio de lo que van a consumir como primer estimulante a la hora de elegir donde comer.

6-¿Qué factores lo influncian más a la hora de elegir dónde almorzar? (Cuales son los datos que deben ir en la app y en qué orden de prioridad)

- Tiempo
- Ubicación
- Costo
- Calidad
- No salgo a comer fuera de casa

Resultados:



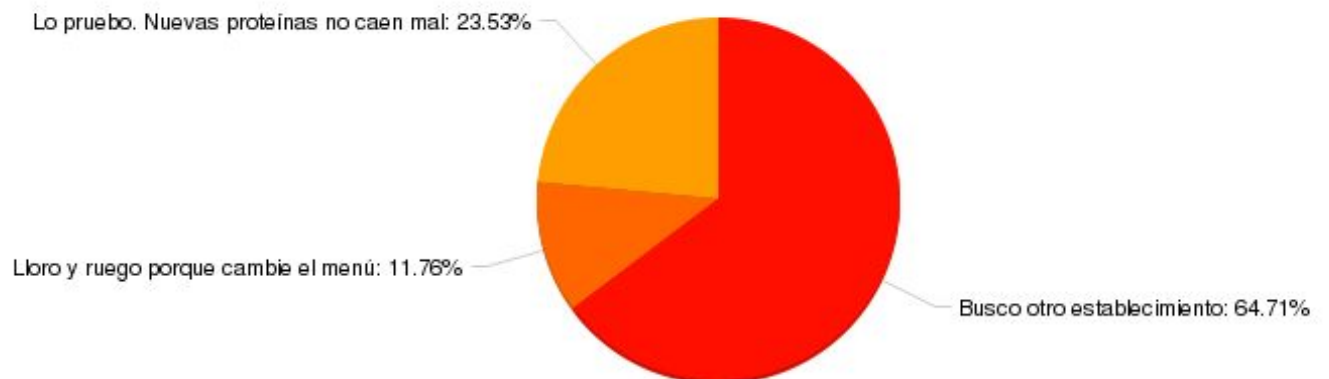
Análisis:

Como una reafirmación de la pregunta 5, el costo es el factor número 1 a la hora de elegir donde almorzar, esto afecta a la creación de nuestra aplicación a la hora de crear filtros de búsqueda adecuados para los usuarios.

7- Si el menú no es de su agrado diario ¿Que hace? (Determinar qué hace un usuario cuando da la negativa hacia un establecimiento)

- Me agunto porque es mi establecimiento favorito
- Busco otro establecimiento
- Lloro y ruego porque cambie el menú
- Lo pruebo. Nuevas proteínas no caen mal

Resultados:



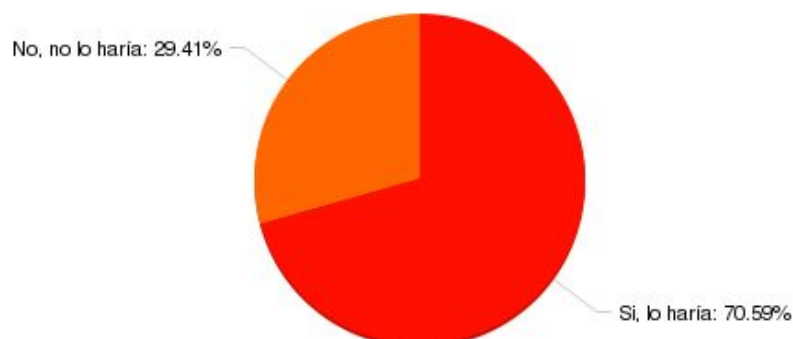
Análisis:

Basados en la encuesta, al dar la negativa a un establecimiento, el usuario tiende a buscar otro para satisfacer su necesidad (por supuesto esto está sujeto a patrones psicológicos y situacionales) pero con el resultado de un 64.71% podemos dar luz verde a generar una serie de sugerencias alrededor de un restaurante “corrientazo” en específico para que se maneje constantemente dentro de la aplicación .

8- Si pudiera encontrar la manera de poder elegir un *corrientazo* (refiriéndose al almuerzo típico colombiano) a través de su smartphone ¿Usted lo utilizaría? (Observar si el target responde a la necesidad de la app)

- Si, lo haría
- No, no lo haría
- No sabe / No responde

Resultados:



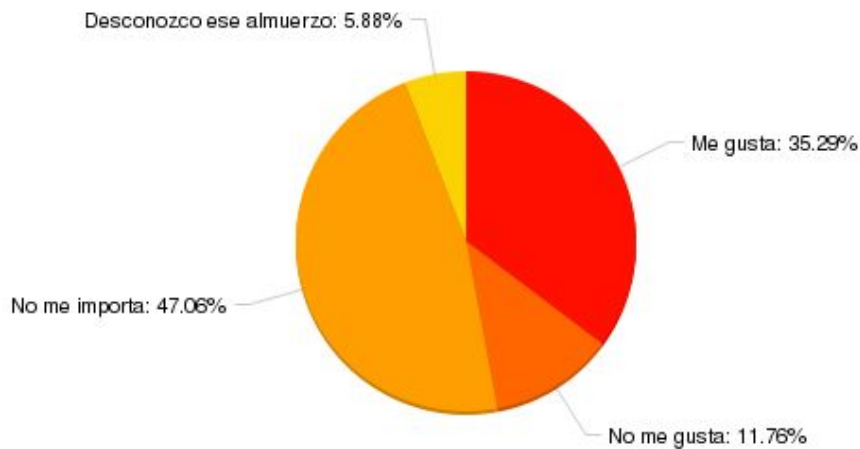
Análisis:

Esta pregunta no requiere mayor análisis que hacer la pregunta directa al consumidor acerca de que si desea la existencia de la aplicación. Y por la encuesta su respuesta es positiva

9- ¿Qué piensa sobre la palabra *corrientazo* (refiriéndose al almuerzo típico colombiano)? (Conocimiento de cultura general del target)

- Me gusta
- No me gusta
- No me importa
- Desconozco ese almuerzo

Resultados:



Análisis:

Esta pregunta surge solamente con la intención de cerciorarse acerca de que el concepto “corrientazo” siga en vigencia. Claramente el nombre que se le da a este almuerzo típico, no es de gran importancia o influencia para las personas que lo consumen, sin embargo, puede contemplarse la opción de cambio para darle cierta exclusividad a la aplicación.