



EREA+

FUNDACIÓN
**ARAGÓN
EMPRENDE**

EREA+

Herramientas digitales

**La encuesta como Método
de Investigación en el
contexto de la Innovación
Rural**

 **GOBIERNO
DE ARAGON**

 **GOBIERNO
DE ESPAÑA**
VICEPRESIDENCIA
TERCERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

 **R** 

Secretaría
General
para el Reto
Demográfico

Investigación de mercados vs emprendimiento rural



Usos de la investigación en emprendimiento rural

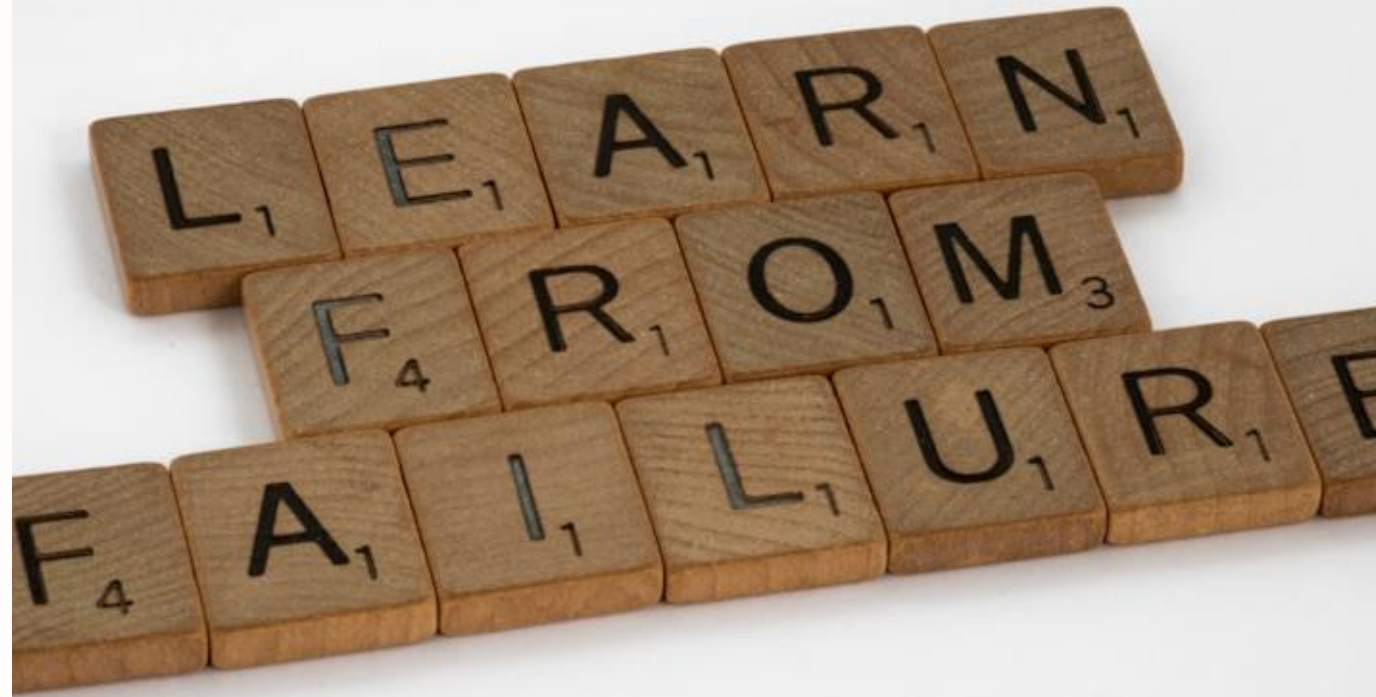
Conocer mejor a clientes y/o beneficiarios

- Entender en profundidad sus problemas y necesidades funcionales emocionales y/o sociales (WORKS)
- Entender cuáles son sus prioridades a la hora de solucionarlos (GAINS)
- Identificar cuáles son los frenos o riesgos a los que se enfrentan actualmente al intentar resolverlos (PAINS)
- Valorar en que grado nuestra propuesta satisface de forma efectiva todo ello.



Errores más comunes detectados a la hora de realizar encuestas

- Se lanzan a hacer el formulario sin definir qué información concreta quieren validar
- Saltan de un apartado a otro sin orden ni estructura
- Realizan preguntas que tienen sesgo, cargadas o que condicionan la respuesta a su propuesta.



Otros errores...

Antes de recurrir a generar una investigación propia, debemos de buscar, exprimir y agotar las fuentes existentes previas.
(Fuentes secundarias):

Censos, estudios de mercado, informes, documentación sobre casos de éxito...



Fases



Fases

De cara a diseñar y lanzar una encuesta



Definición de objetivos

Es crucial tener claridad acerca de cuáles son los objetivos generales y específicos de la encuesta



Selección de la muestra

Debemos definir en base a nuestra segmentación a quién irá dirigida nuestra encuesta



Diseño del cuestionario

Creación de la estructura y preguntas del cuestionario en base a los objetivos



Testeo y envío

Pretest para detectar errores y definición de la estrategia de muestreo.

Desagrega lo general en lo específico

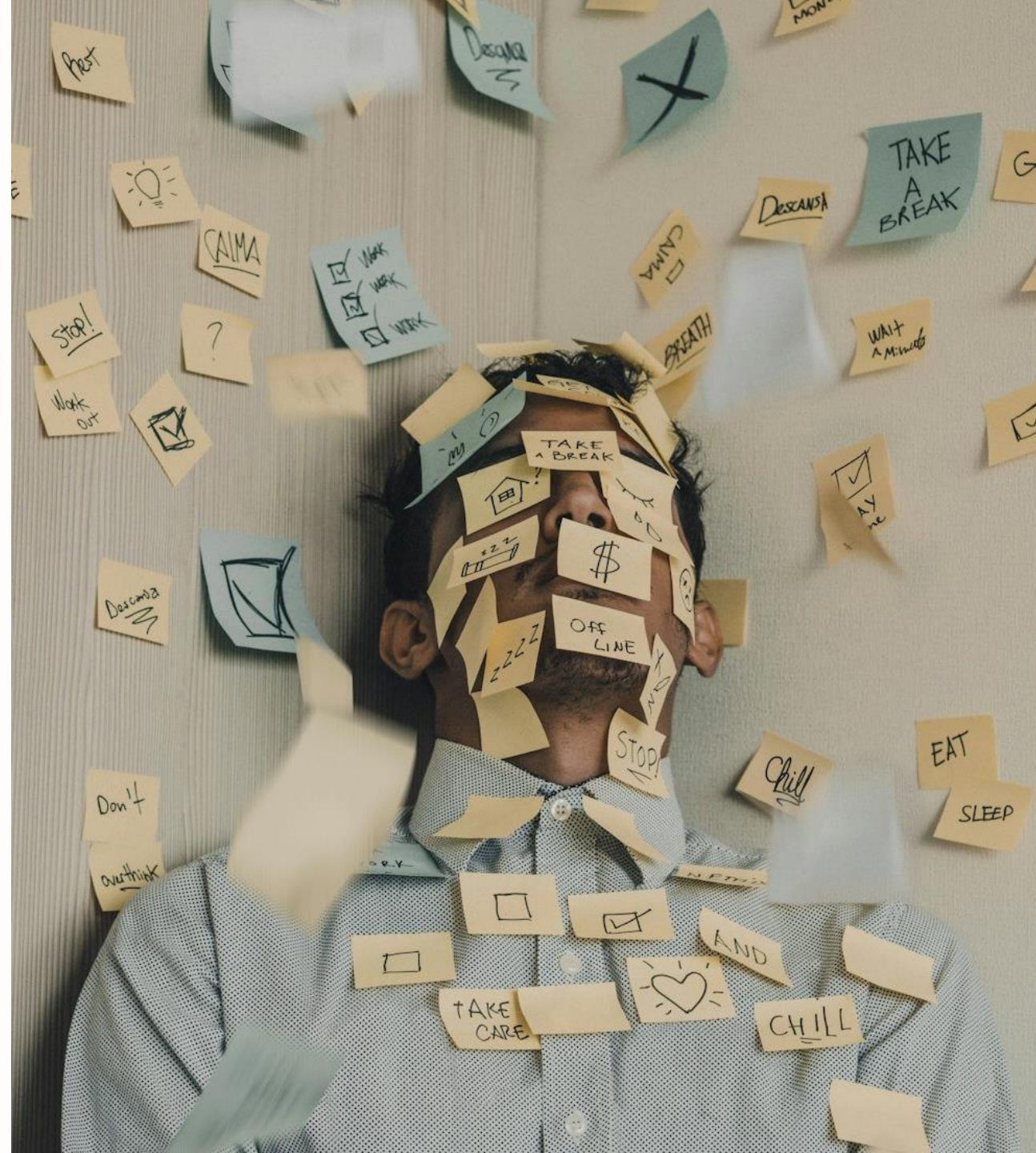
Objetivos de la investigación



Objetivos e hipótesis

Primer paso en cualquier investigación es definir:

- **Objetivos de la investigación**
- **Hipótesis a contrastar**



Hipótesis:

Existe un vínculo positivo en los visitantes del territorio procedentes de Madrid, Zaragoza, País Vasco, Navarra y Cataluña, derivada del consumo de productos agroalimentarios artesanos durante los periodos de descanso y vacaciones.



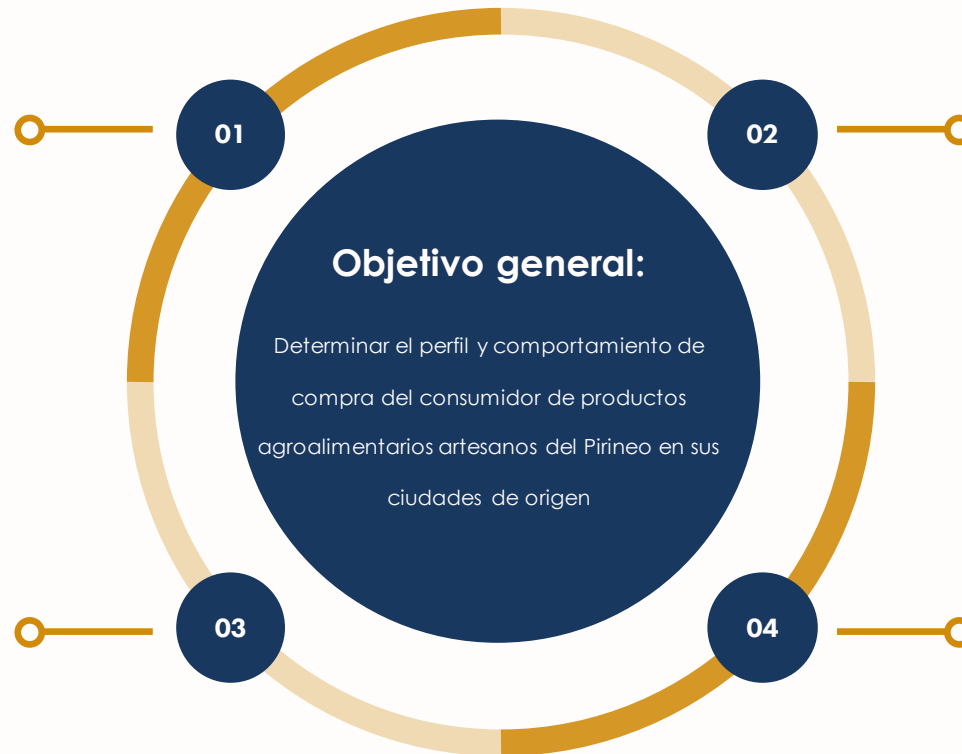
Durante sus visitas al territorio

1. Percepción hacia los productos

- Razones de consumo
- Atributos clave a la hora de elegir los productos

2. Comportamiento de compra

- Momento de consumo
- Tipología de productos consumidos
- Centros de compra



En sus ciudades de residencia

3. Analizar hábitos de consumo

- Situaciones de consumo
- Frecuencia de consumo
- Gasto medio
- Lugares de compra físicos y digitales

4. Perfil del consumidor/visitante:

- Edad, sexo, estado civil, ciudad
- Asiduidad, alojamiento
- Actividades de ocio, intereses

¿A quién va y a quién no va dirigida nuestra investigación?

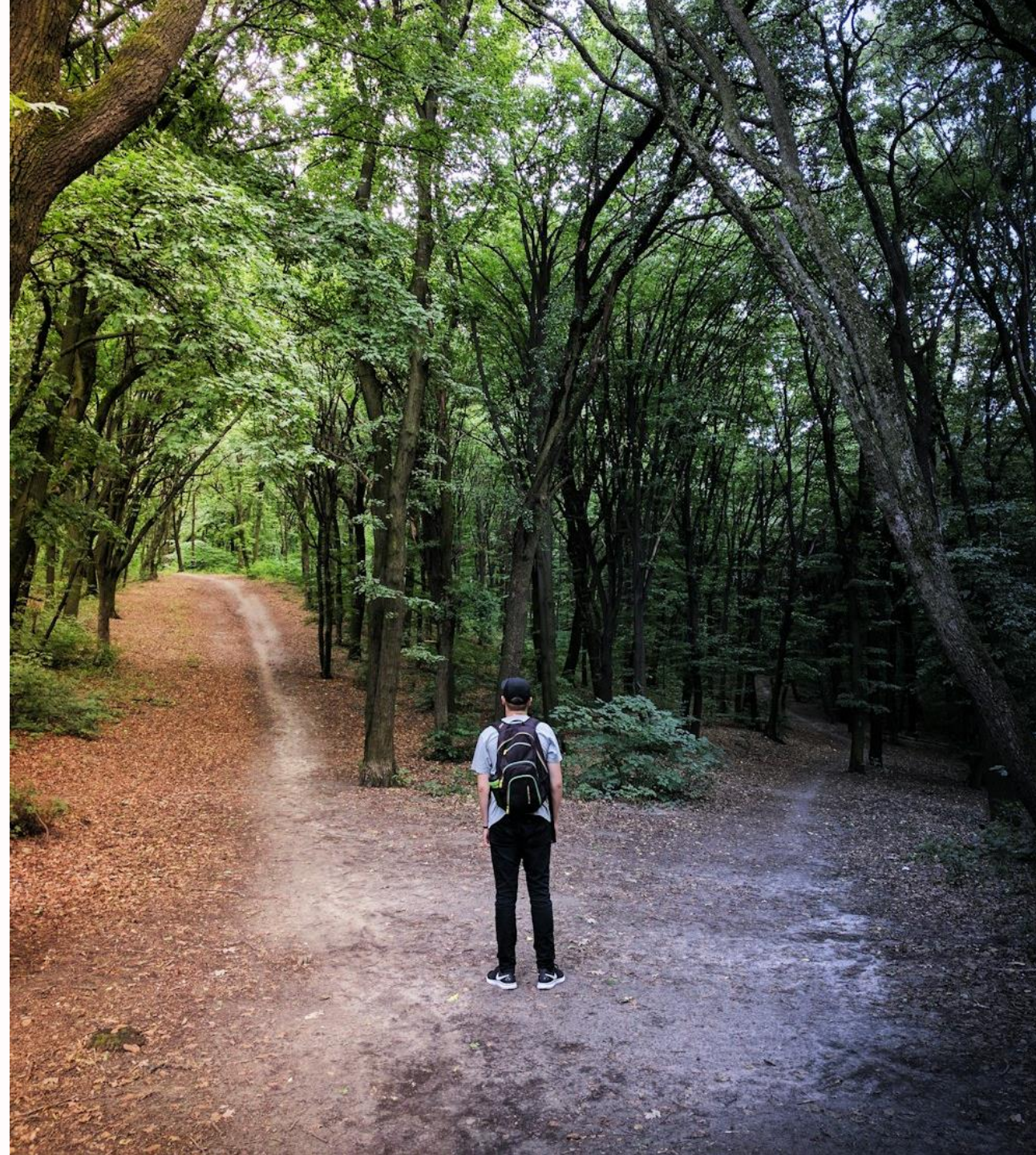
Selección de la muestra



Selección de la muestra

Consiste en **delimitar sobre quién se realizará la recolección de los datos.**
(grupo de la población objeto de muestreo)

En caso de **proyectos de innovación y emprendimiento** puede venir determinado por criterios sociodemográficos y psicográficos de los segmentos objetivo.



Preguntas de filtro

Filtrar a aquellas personas a las que no va dirigida la encuesta

- **¿Visita usted habitualmente el Pirineo? (una o más veces al año)**
 - Si (pasa a la pregunta 2)
 - No (texto de despedida y se detiene el cuestionario)

Despedida:

Estimado encuestado, debido a que el marco de estudio de esta investigación se centra en los visitantes habituales del Pirineo, la encuesta ha finalizado. Muchas gracias por su tiempo y colaboración.



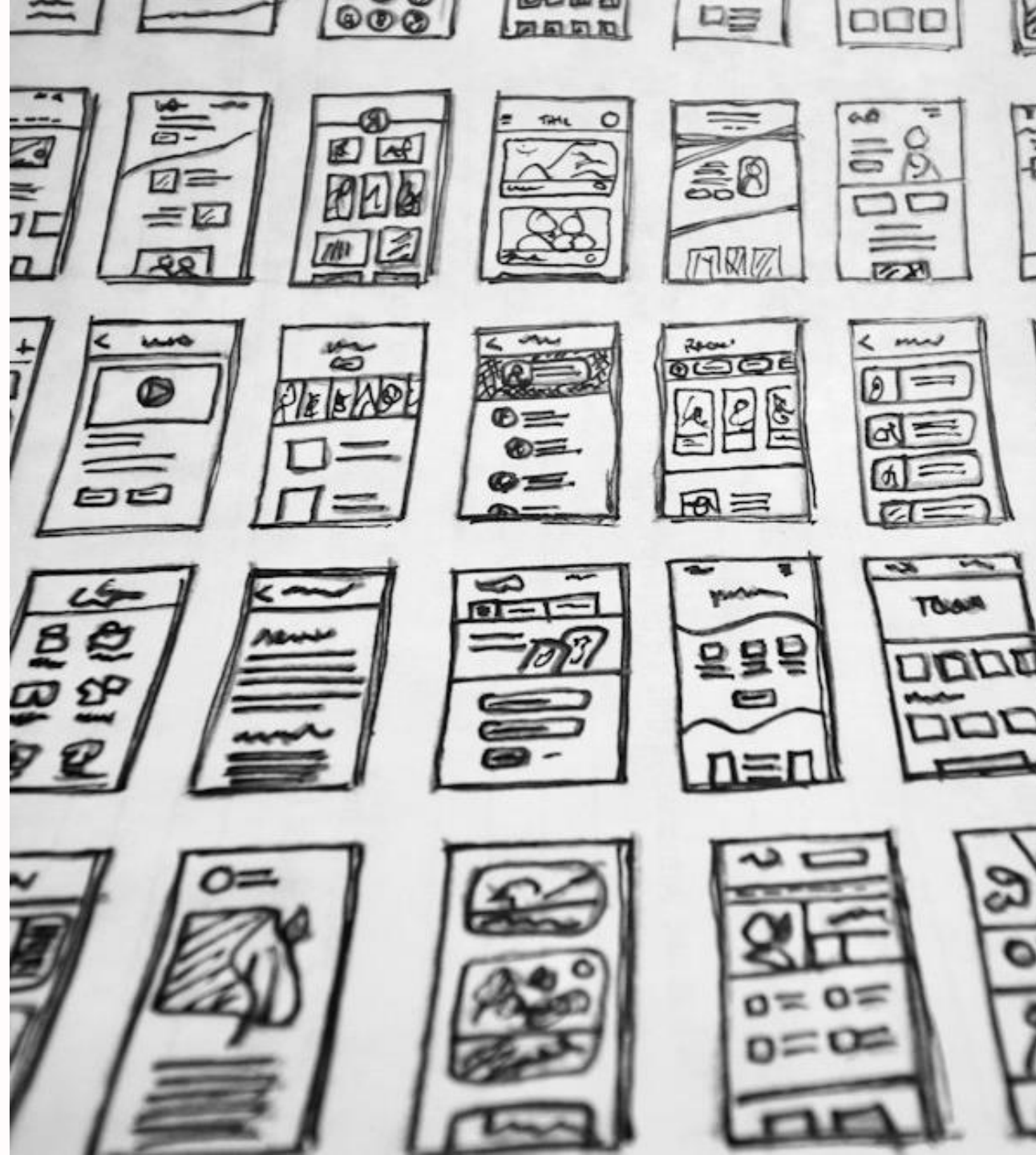
El arma secreta de la encuesta

Diseño del cuestionario



La encuesta y el cuestionario...

Un conjunto de preguntas ordenadas de manera coherente para obtener información de cara a poder tomar decisiones...



Estructura de un cuestionario de encuesta

Partes y orden lógico



1. INTRODUCCIÓN CONTEXTO

Saludamos, nos presentamos y decimos cual es el objetivo de la encuesta.



CUERPO DEL CUESTIONARIO

Aquí planteamos todas las preguntas en bloques en base a nuestros objetivos



DATOS DE CLASIFICACIÓN

Preguntas sobre el perfil sociodemográfico para clasificar posteriormente las respuestas



DESPEDIDA Y AGRADECIMIENTO

Agradecemos y nos despedimos asegurándonos de que se envía el formulario.

1. Introducción y contexto

Un texto corto y cercano que cumpla con el objetivo de...

- Saludar y presentarnos
- Explicar el objetivo de la encuesta
- Determinar el tiempo estimado para completar el cuestionario
- Gestión de los datos
- Recomendaciones (teléfono)
- Agradecer de antemano
- Sorteos incentivar respuesta



Ejemplos de introducción y contexto

Sección 1 de 15

Encuesta sobre el consumo de productos agro-alimentarios artesanos

¡Saludos!

Desde la Escuela de Negocios del Pirineo, estamos realizando un estudio de mercado con el objetivo de conocer el perfil y comportamiento de compra, de aquellos consumidores de productos agroalimentarios artesanos, residentes en Zaragoza y que visitan de manera habitual el Pirineo Aragonés.

Esta encuesta es totalmente anónima y completar el cuestionario no debería llevarle más de 5 minutos. Muchísimas gracias de antemano por su colaboración. Pulse "SIGUIENTE" para comenzar el cuestionario.

Ejemplos de introducción y contexto



Sección 1 de 7

Estudio visitantes Maestrazgo Turolense



¡Saludos! Desde la Comarca del Maestrazgo, estamos realizando un estudio dirigido a profundizar en el conocimiento de nuestros visitantes habituales.

El objetivo es aprovechar este momento de parón para mejorar nuestra propuesta como destino, así como entender y adaptarnos a los cambios derivados de la crisis del Covid-19.

Los datos personales recopilados, únicamente serán usados de cara a clasificar la muestra y de cara a la realización del sorteo de experiencias turísticas entre los participantes (nunca con fines comerciales).

¡Muchas gracias de antemano por su participación!

2. Cuerpo del cuestionario

Recoge las preguntas que se formulan a los encuestados.

Debemos diseñar una **estructura con diferentes bloques** para recopilar la información necesaria en base a cada objetivo específico a afrontar:

- De **sencillo a complicado**
- De **general a personal**
- **Sin forzar la memoria** del encuestado
- **Evitando sesgar** cargando las preguntas



Tipos de preguntas:

Abiertas:

Aporta libertad para contestar (mucha información, pero luego es difícil clasificarla)

- **¿Cuándo probó por primera vez un producto artesano?**
-

Tipos de preguntas:

Cerradas

Respuesta única

¿Ha comprado en alguna ocasión, en puntos de venta de su ciudad de residencia, productos agroalimentarios artesanos de los Pirineos?

- Sí
- No

Respuesta múltiple:

¿Podría decir, cuáles son las razones que le llevan a consumir productos agroalimentarios artesanos? (puede más de una respuesta)

- Me preocupo por mi salud y la de mi entorno y busco productos naturales y saludables
- Me gusta el mundo "Gourmet" y disfruto con la cultura gastronómica de mi entorno
- Consumo este tipo de productos por su sabor y calidad
- Prefiero consumir alimentos de elaboración artesana en vez masivos

Tipos de preguntas:

De escala:

A la hora de elegir un producto agroalimentario artesano, ¿En cuáles de los siguientes aspectos se informa?

	Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre
Presentación: packaging, etiqueta				
Sellos de Calidad o D.de Origen				
Premios obtenidos en certámenes				
Producto de cercanía Km0				
Producto "made in Aragón"				
Precio del producto				
Natural (sin conservantes)				
Producto de fama contrastada				

3. Datos de clasificación

Posteriormente nos servirán para poder clasificar las respuestas en base a criterios sociodemográficos

Al incluirlo al final de **sensación de cierre y genera menos desconfianza**



Ejemplos de preguntas de clasificación

- **Sexo**

- Hombre
- Mujer

- **Edad**

(_____)

- **Estado civil**

- Solter@s
- Parejas o matrimonios sin hijos
- Parejas, matrimonios o personas con hijos dependientes
- Parejas, matrimonios o personas con hijos mayores independientes

- **Formación**

- Estudios primarios
- Estudios secundarios (bachiller, formación profesional)
- Estudios superiores (Universidad, formación profesional superior)

- **Código postal**

(_____)

4. Despedida y cierre

“Es de bien nacid@, ser agradecid@
(asegurarte de que le dan a enviar el cuestionario)

¡La encuesta ha finalizado! muchas gracias por su colaboración. Por favor, **NO OLVIDE PULSAR EL BOTÓN DE "ENVIAR"** para registrar sus respuestas. ¡¡Gracias!!

Enviar



Prueba de errores y estrategia de muestreo

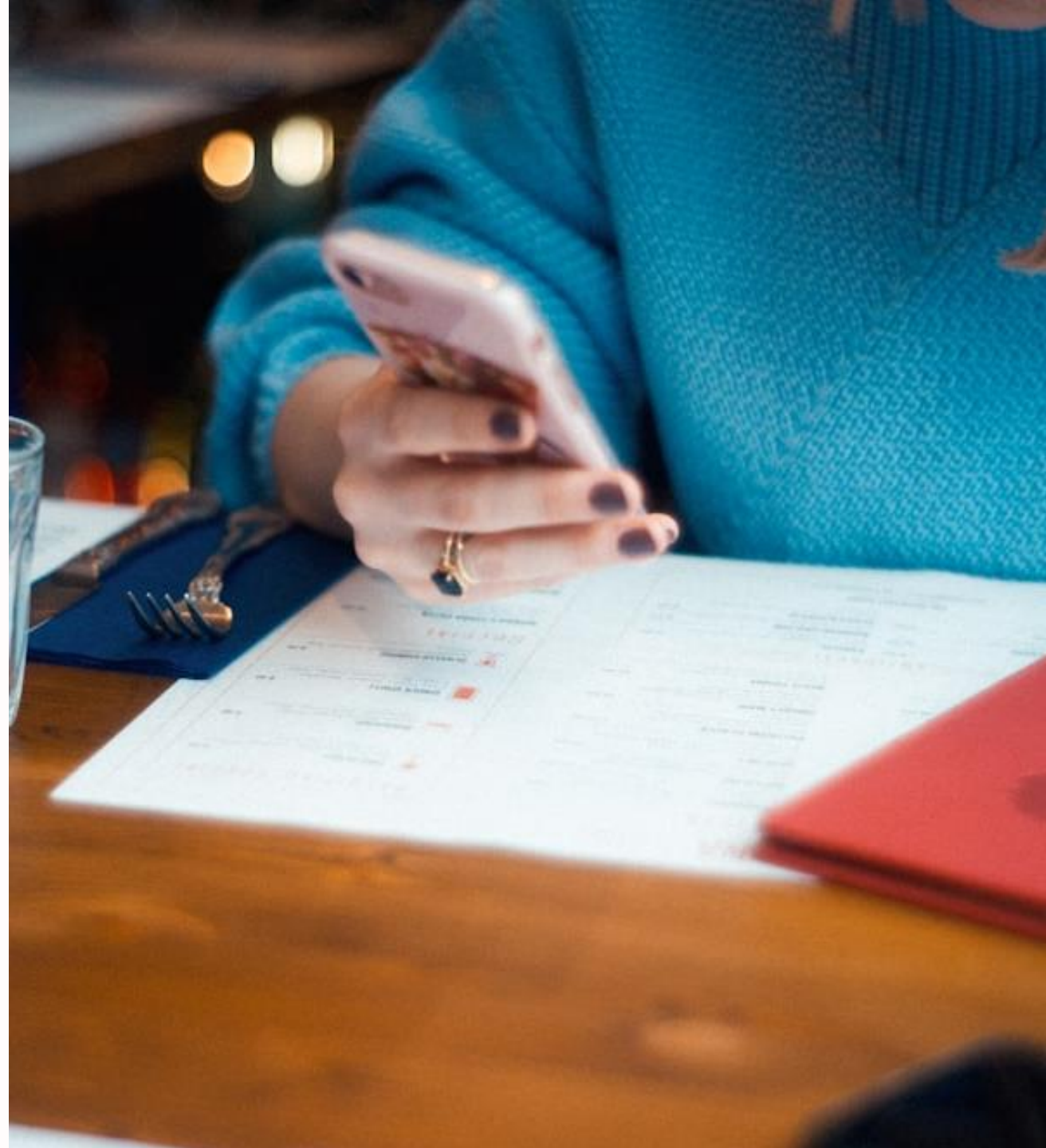
Testeo y envío



Testeo

Es conveniente revisar el formulario y pedirle a al menos una persona que realice la encuesta a modo de prueba de cara a:

- Detectar errores
- Identificar problemas a nivel de comprensión



Estrategia de envío

Muestreo por bola de nieve

Posible estrategia de cara a lograr representatividad y una buena tasa de respuesta es la siguiente:

1. Identificar y contactar personalmente para explicar el estudio a contactos de primer nivel
2. Crear un mensaje tipo con enlace a cuestionario y enviarlo a dichos contactos a través de WhatsApp
3. Pedir que lo reenvíen a personas que cumplan con el perfil buscado (10 o más)



EREA+

Ecosistemas de Emprendimiento e
Innovación en el Medio Rural de Aragón



FUNDACIÓN
**ARAGÓN
EMPRENDE**



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
TERCERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA
Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Secretaría
General
para el Reto
Demográfico



**GOBIERNO
DE ARAGON**