

13. ANEXO

13.1 Encuesta.

Encuesta realizada para conocer mejor el comportamiento y necesidades de los clientes potenciales ante el producto presentado en este proyecto. Con esta encuesta se pretende hacer más atractivo el producto para el consumidor, adaptándolo a sus necesidades. Además del conocimiento y segmentación del mercado al que va dirigido e identificar el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por el producto ofrecido. De esta forma se pretende encontrar un precio óptimo que nos permita maximizar ingresos / beneficios.

La encuesta se realiza con docs.google y se envía a más de 100 personas utilizando el correo electrónico y grupos de Whatsapp. Estas recibirán un enlace donde podrán contestar de una manera fácil y rápida al cuestionario.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdbMdROU5TtEjVVzzwdlk4ak8D534pJNRbHvgLLAytfyCILjQ/viewform?usp=sf_link

13.1.1 Encuesta y resultados

Por favor, rellene esta breve encuesta, apenas le llevará 5 minutos. La información que nos facilite será utilizada para evaluar el producto que estamos desarrollando.

PRODUCTO: Nuestro producto consta de unos módulos fabricados en madera ecológica adaptables a cualquier vehículo comercial con el fin de poder utilizarlo como camper y poder disfrutar de él en vacaciones o fines de semana. Una vez finalizado el viaje, los módulos se pueden retirar del vehículo y volver a darle el uso habitual sin sufrir ninguna modificación. Estos módulos se complementarán con una serie de artículos para hacer más atractivo su uso y cubrir todas las necesidades básicas en la utilización del producto descrito. Los artículos complementarios los elegirá el propio cliente según sus necesidades y estos constarán de cocina, nevera, wc y ducha.

Gracias por dedicarnos unos minutos al realizar la encuesta.

1 - Género: / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

Masculino: 56.8 % Femenino: 43.2 % Otros 0 %

2. Edad: / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

Entre 18 y 25 años: 11.1 %

Entre 26 y 34 años: 38.3 %

Entre 35 y 49 años: 38.5 %

Más de 50 años: 11.1 %

3 - En la actualidad esta: / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

Estudiando: 8.6 % Trabajando: 74.1 % En busca de trabajo: 13.6 % Jubilado/a: 3.7 %

4 - ¿Ha realizado alguna vez un viaje con autocaravana, caravana o camper? / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

SI: 33.3 % NO: 66.7 %

Si ha indicado **NO** en la anterior pregunta, por favor, pase a la pregunta número 8.

5 - El viaje/s realizado ha sido utilizando una autocaravana, caravana o camper en: / Marca solo un óvalo.

Propiedad: 21.4 % Alquiler: 64.3 % Prestada: 14.3 % Todas las anteriores: 0%

6 - ¿Cuál fue su experiencia al realizar el viaje con este tipo de vehículo? / Marca solo un óvalo.

Muy buena: 71.4 % Buena: 28.6 % Mala: 0 % Muy mala: 0%

7 - ¿Volvería a repetir? / Marca solo un óvalo.

SI: 100 % NO:

8 - En una escala del 1 al 6, donde el 6 es "muy interesante" y el 1 es "nada interesante", ¿Cómo es para usted el poder utilizar un vehículo en propiedad para tal fin sin modificar la estructura de su vehículo? / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

1: 0% 2: 0% 3: 2.5% 4: 17.3% 5: 39.5% 6: 40.7%

9 - ¿Cuál del siguiente equipamiento considera indispensable para tener una buena experiencia al utilizar su propio vehículo para realizar este tipo de viajes? / Puede marcar varias opciones / Pregunta obligatoria.

Cama: 45.7%

Mesa y asientos: 100%

Cocina: 32.1%

Nevera: 61.7%

Wc: 79%

Ducha: 34.6%

Protector solar para ventana: 30.9%

10 - ¿Por qué elegiría este tipo de productos para equipar su vehículo? / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

Simplicidad: 33.3%
Facilidad de uso: 60.5%
Está de moda: 6.2%
Otro: 0%

11 - ¿A través de qué medios le gustaría recibir información del producto/s? / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

Internet, redes sociales: 80.2% Anuncios radios y TV: 3.7% Correo: 16% Otro: 0%

12 - ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto/s? / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

Internet: 54.3% Tienda especializadas: 33.3% Concesionarios: 12.3% otros: 0%

13 - Partiendo de la base de que el precio del producto es aceptable y dispone de un vehículo al que poder darle un segundo uso como vehículo camper, ¿qué probabilidad hay de que lo compre? / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

Lo compraría en cuanto estuviera en el mercado: 17.3 %
Lo compraría en un tiempo: 64.2 %
No creo que lo compre: 18.3 %
No lo compraría: 0 %

14 - ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por poder utilizar su vehículo como camper con todas las comodidades básicas? / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

Entre 800 y 1200 euros: 35.8 %
Entre 1300 y 1600 euros: 53.1 %
Entre 1700 y 2000 euros: 11.1 %
Ninguno: 0 %

15- Si el producto/s es de la empresa CAMPERYOURVAN, ¿esto es más o menos interesante para usted? / Marca solo un óvalo / Pregunta obligatoria.

Muy interesante: 0 %
Menos interesante: 4.9 %
Ni más ni menos interesante, mientras funcionen adecuadamente para lo que han sido diseñados: 76.6 %
No lo sé: 18.5 %

16 - ¿Por qué le parece atractivo poder utilizar su vehículo para realizar este tipo de viajes? Puede marcar varias opciones / Pregunta obligatoria.

Contacto con la naturaleza: 45.7%
Sensación de libertad: 59.3%
Tranquilidad: 25.9%
Comodidad: 50.6%
Otro: 0%

17 - ¿Qué importancia le daría usted a cada uno de estos aspectos a la hora de comprar nuestro producto/s? / Puede marcar varias opciones / Pregunta obligatoria.

Precio: 73 muy importante / 8 importante / poco importante / nada importante
Diseño: 14 muy importante / 23 importante / 24 poco importante / 21 nada importante
Comodidad: 60 muy importante / 20 importante / 1 poco importante / nada importante
Funcionalidad: 56 muy importante / 25 importante / poco importante / nada importante
Durabilidad: 49 muy importante / 30 importante / 2 poco importante / nada importante
Facilidad en uso: 56 muy importante / 24 importante / 1 poco importante / nada importante
Punto de venta: 7 muy importante / 17 importante / 26 poco importante / 31 nada importante
Servicio postventa: 16 muy importante / 43 importante / 17 poco importante / 5 nada importante

Resultado mostrados en personas encuestadas.

18 - ¿Cuál es la característica más importante a la hora de comprar nuestro producto? Si no está en la lista puede introducirla en la casilla "Otra" / Puede marcar varias opciones / Pregunta obligatoria.

Precio: 86.4%
Diseño: 18.15%
Comodidad: 77.8%
Calidad: 79%
Funcionalidad: 79%
Durabilidad: 59.3%
Facilidad en uso: 59.9%
Punto de venta: 1.2%
Servicio postventa: 8.6%
Otro: 0%

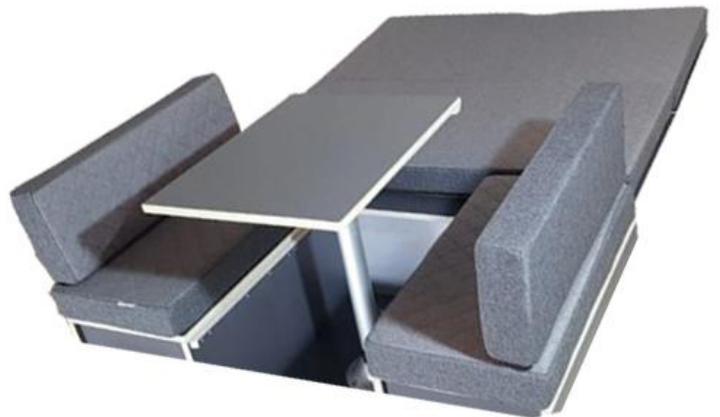
13.2 Imágenes de productos a comercializar.



Producto 1. Aislante térmico y solar para furgón mediano.



Producto 2. Colchón para furgón mediano.





Producto 3. Módulo para furgón pequeño.

Equipamiento:

1 Cajón en lado Izquierdo adaptado para cocina
Cama desplegable con 4 patas de apoyo.
Guías metálicas con sistema de frenado y bloqueo para cajones.
Medida de cama aproximada de 115x180/190

Furgonetas Compatibles:

Partner, Berlingo, Caddy, Dokker, Kangoo, Citan, Tourneo Connect, Doblo, Rifter...

Este modelo de camper le permite mantener los asientos traseros y dispone de 4 patas de apoyo para la cama.



Producto 4. Módulo para furgón mediano.

Equipamiento:

- 1 Cajón adaptado para cocina + almacenamiento en lado izquierdo.
- 1 Cajón grande en lado derecho
- Mesa central
- Extensibles para cama con patas de apoyo
- 2 Tapas de arcón en parte superior.
- Incluidas las guías metálicas

Furgonetas Compatibles:

Renault Trafic, Fiat Talento, Nissan NV300, Opel Vivaro, Peugeot Expert, Ford Transit...



Producto 5. Módulo para furgón grande.

Equipamiento:

- 1 Cajón adaptado para cocina + almacenamiento en lado izquierdo.
- 1 Cajón grande en lado derecho
- Mesa central
- 1 Tapa de arcón en parte superior.
- Incluidas guías metálicas

Furgonetas Compatibles:

Citroen Jumpy, Peugeot boxer, Opel Movano, Ford Transit, Renault Master, Nissan NV400...



Producto 6. Cocina portátil + cartucho de gas.



Producto 7. WC Portátil.



Producto 8. Nevera portátil.



Producto 9. Ducha portátil.