



Hecho en los
Pirineos

SEMINARIO FINAL DE LOS MERCADOS

Barbastró 25/10/2018



Metodología de recopilación de información y de análisis

Productores de la provincia de Huesca

Evaluación cuantitativa por cuestionario semi-abierto electrónico.

Recogida de la información: del 8 al 16 de octubre 2018.

Análisis de tablas cruzadas para identificar diferencias entre diferentes grupos

Productores de hautes Pyrénées

Un total de 19 productores franceses participaron en al menos uno de los mercados “Hecho en Pirineos”

Debido a este número reducido, se eligió utilizar **técnicas cualitativas** para extraer conclusiones sobre su valoración y satisfacción con esta experiencia transfronteriza.

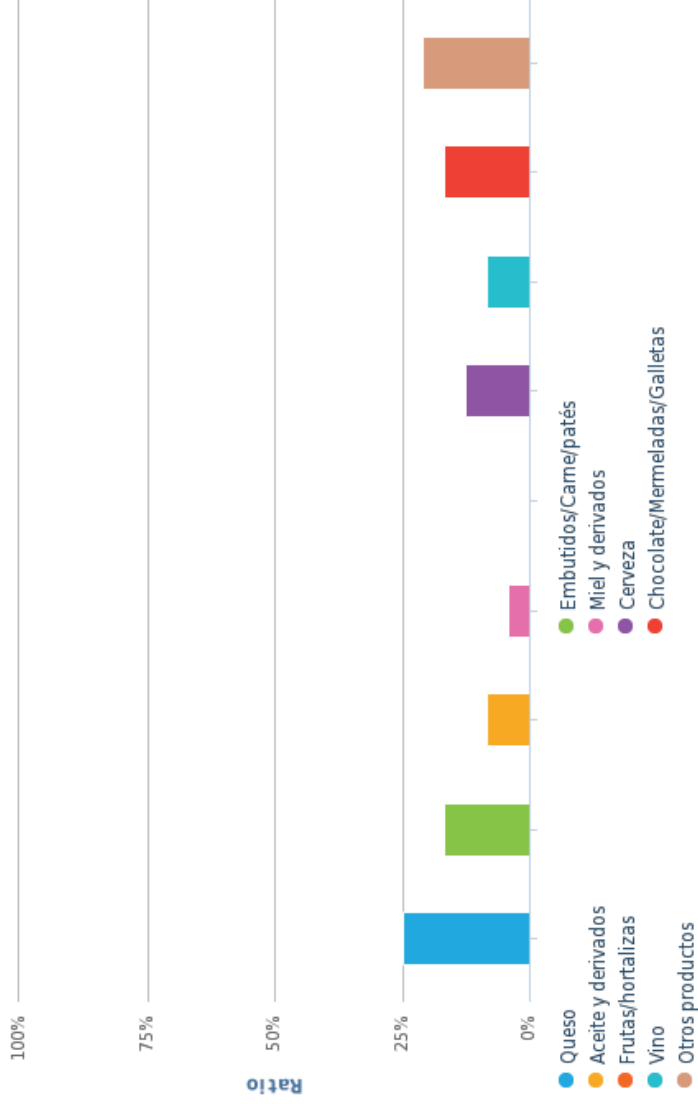
Se invitó a los productores a una reunión de grupo el 15 de octubre 2018 en la Chambre d’Agriculture des Hautes Pyrénées. Análisis realizado por Cédric Abadia, vice presidente de la Chambre d’Agriculture de HP

Proyecto EFA 08/15 INSPYR financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

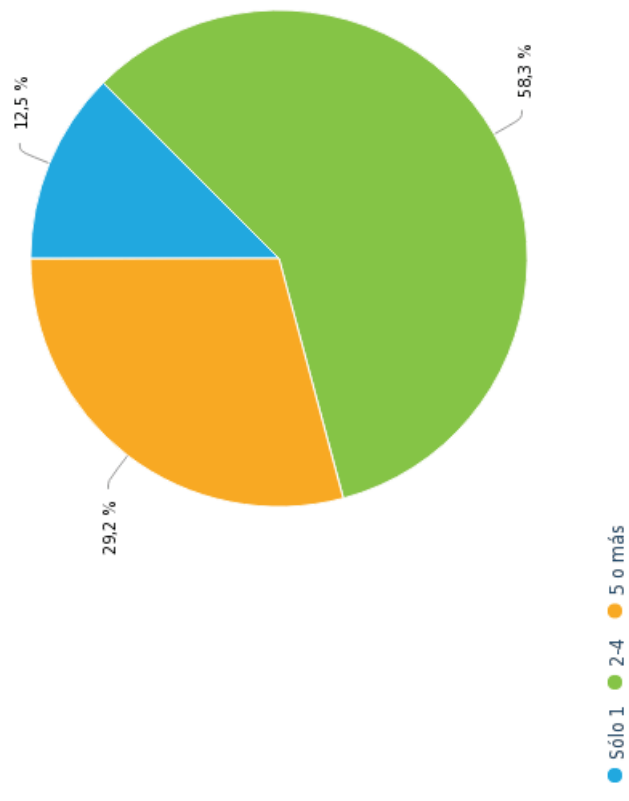


Análisis de resultados
2. Muestra

¿Que tipo de producto vendes?:

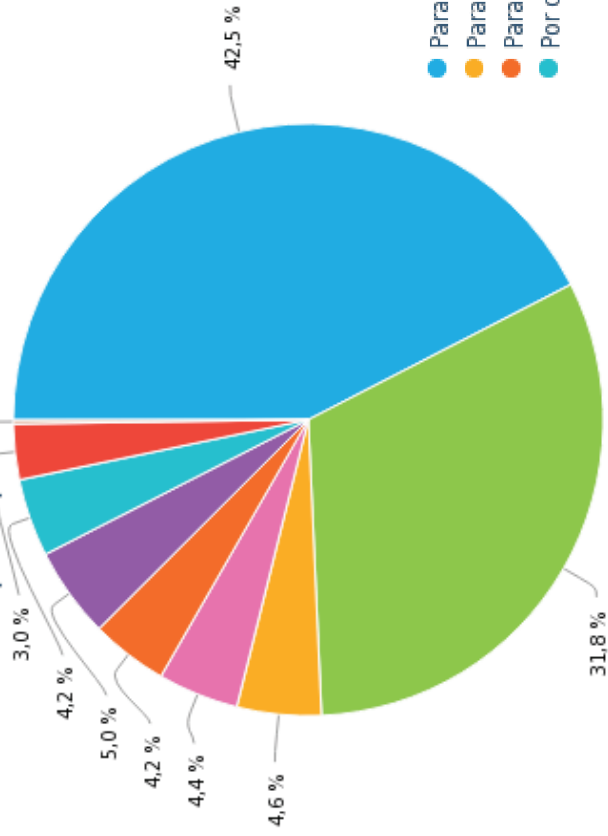


¿En cuántos mercados participaste?



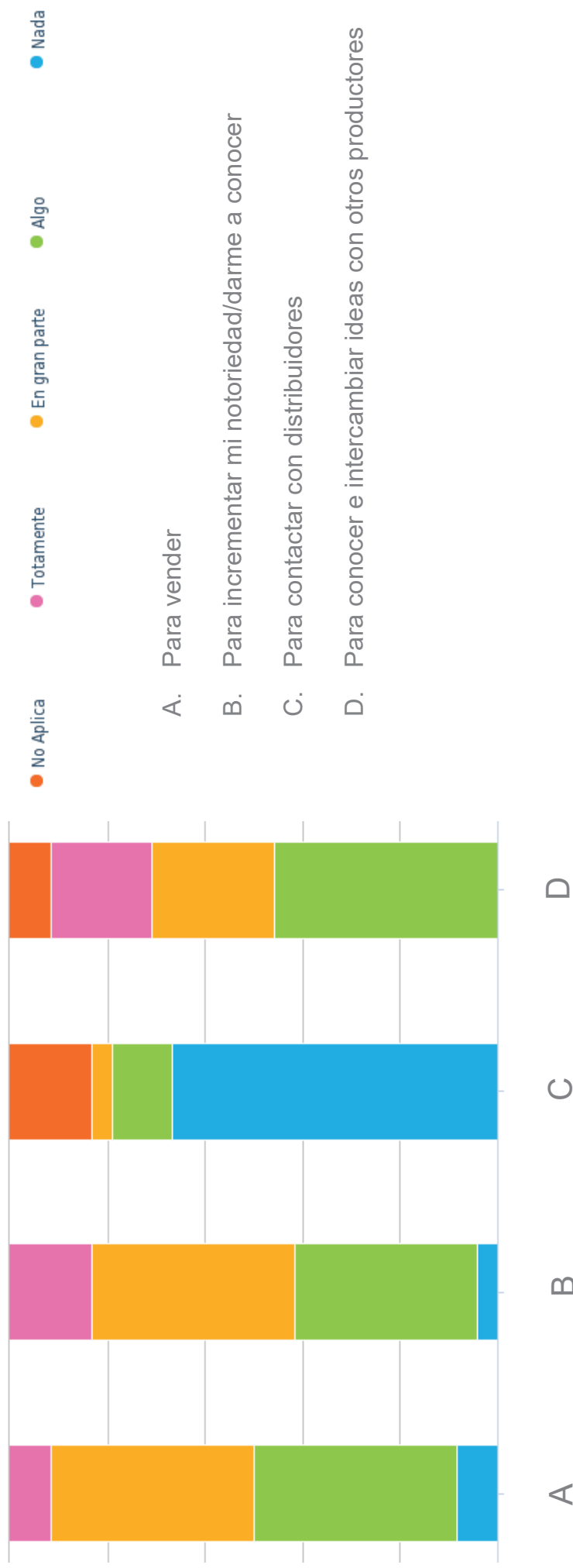
Análisis de resultados 3- Objetivo de participación

Por favor indicarnos el peso de cada uno de esos elementos en tu decisión de participar en los mercados:

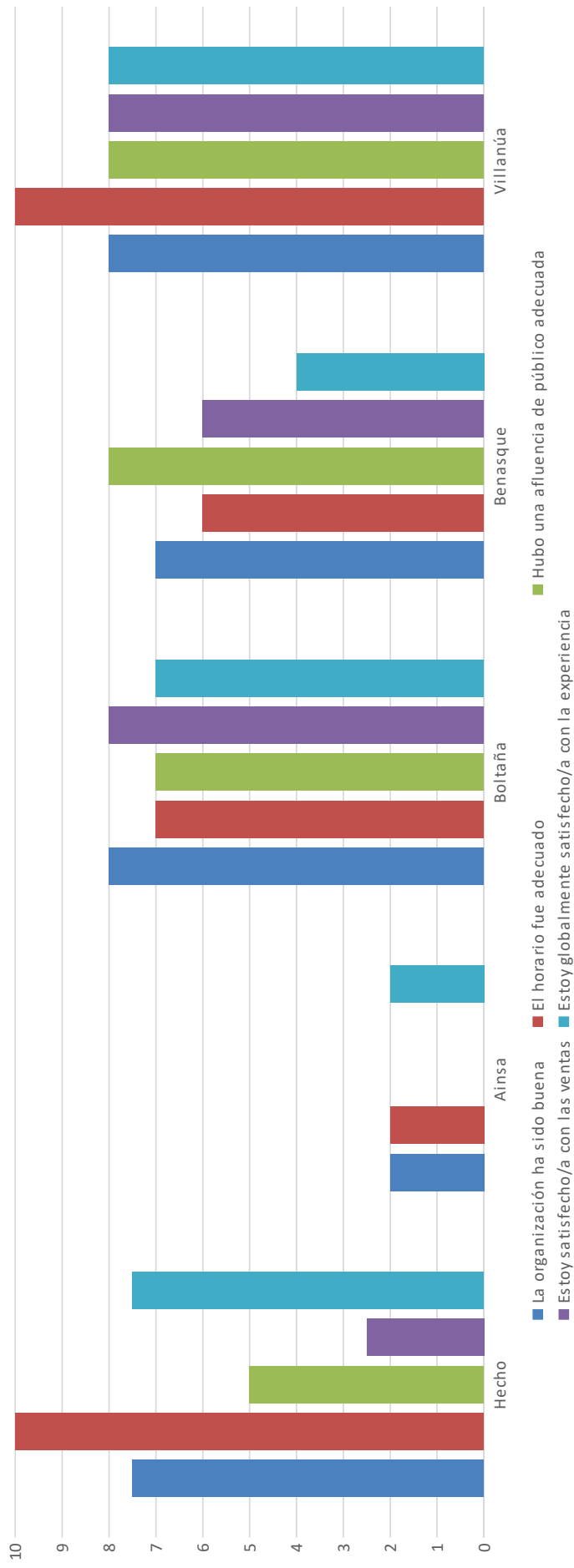


- Para vender
- Para incrementar mi notoriedad/darme a conocer/dar visibilidad a mis productos
- Para probar este tipo de comercialización/por la experiencia
- Para conocer e intercambiar ideas con otros productores
- Por cercanía
- Porque había oído hablar bien de los mercados Hecho en Pirineos
- Otras razones
- Por interés/compromiso con el proyecto
- Para contactar con distribuidores

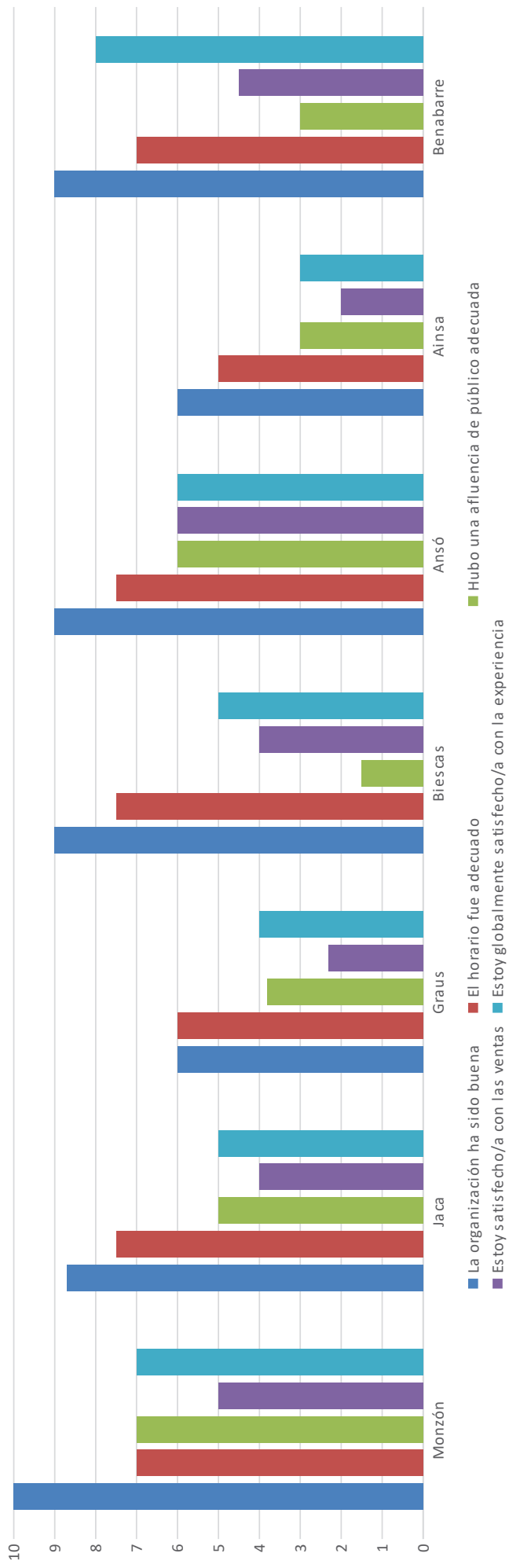
Análisis de resultados
4. Si se han cumplido estas expectativas



Análisis de resultados
5. Valoración mercados 2007

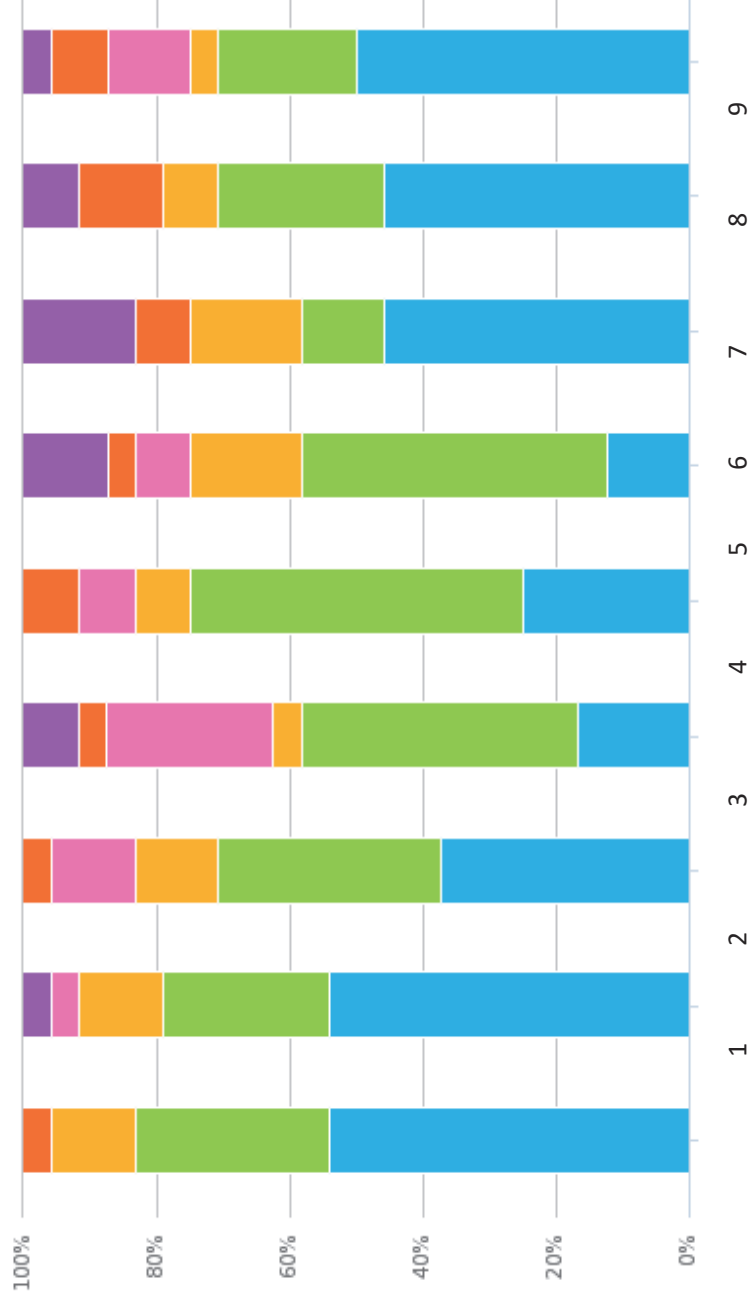


Análisis de resultados
6. Valoración de los mercados 2018



Análisis de resultados
7. Valoración en conjunto

1. ANTES DEL MERCADO La organización, la información facilitada y la atención recibida para las necesidades de información y en general
2. EN EL MERCADO Organización, información y apoyo al llegar
3. La imagen, la decoración y señalización del mercado
4. La difusión (redes/Internet/flyer/notas de prensa...)
5. Las localidades elegidas
6. El valor de la participación de productores franceses
7. DESPUES DEL MERCADO. La atención recibida para la gestión de pagos, solución de problemas o dudas
8. El apoyo económico (comida y compensación por largo trayecto)
9. La notoriedad y el atractivo de la marca "Hecho en Pirineos"



Análisis de resultados
8. Valoración global

Nº participaciones

