

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

#### 4.1 INTRODUCCIÓN

**E**n este capítulo se analizarán las respuestas de los entrevistados del mercado meta seleccionado.

Las datos serán expresados en una tabla o figura con una breve explicación en adjunto.

El orden de las tablas es igual al de las preguntas del cuestionario.

#### 4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

##### PREGUNTA 1: SEXO DEL ENTREVISTADO

TABLA 1



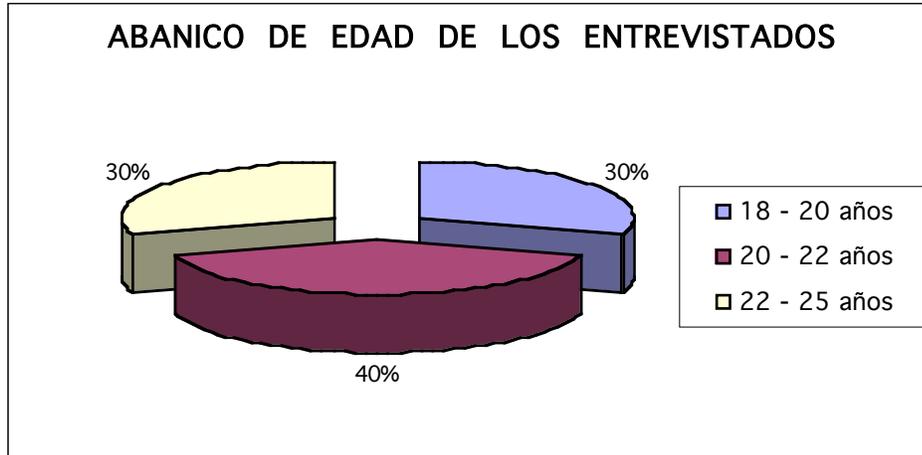
Fuente: realización propia

La encuesta fue ligeramente orientada hacia los individuos de sexo masculino ya que a menudo son los compradores.



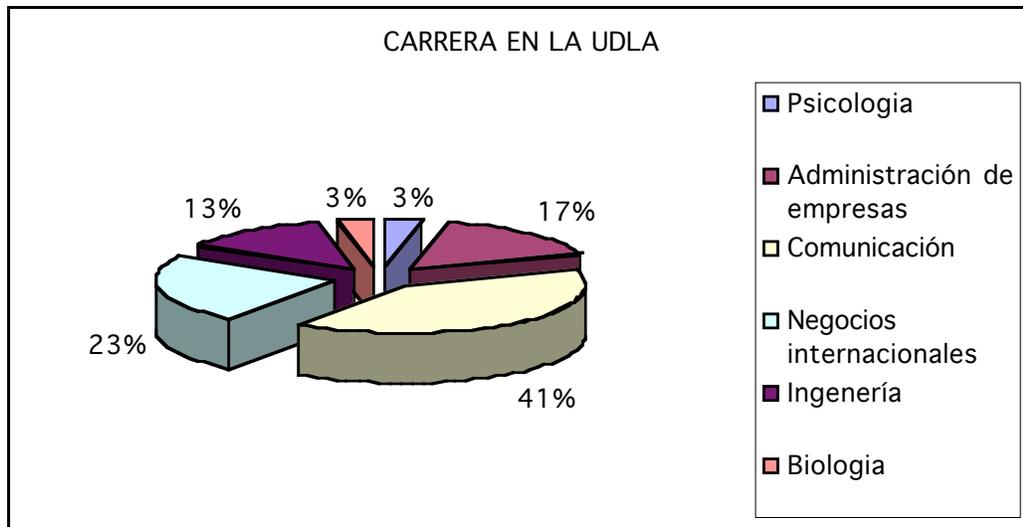
**PREGUNTA 2: ABANICO DE EDAD DE LOS ENTREVISTADOS**

**TABLA 2**



Fuente: realización propia

El abanico de edad consta con un muy buen equilibrio entre las diferentes edades, reflejando la realidad del mercado meta en su totalidad.

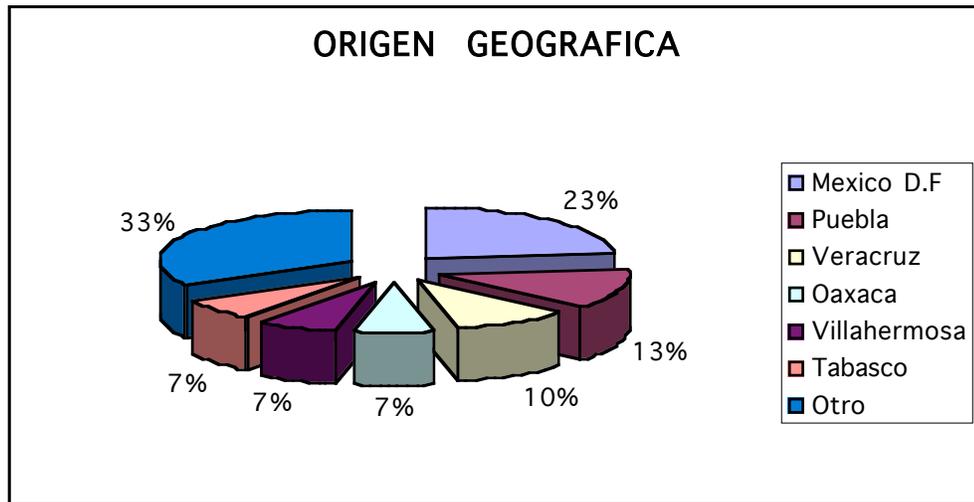


Fuente: realización propia



PREGUNTA 4: ORIGEN DEL ENTREVISTADO

TABLA 4



Fuente: realización propia

Los entrevistados fueron seleccionados dentro de los de nacionalidad mexicana. La mayoría de los encuestados fueron aplicados en la parte central y sur de la república.

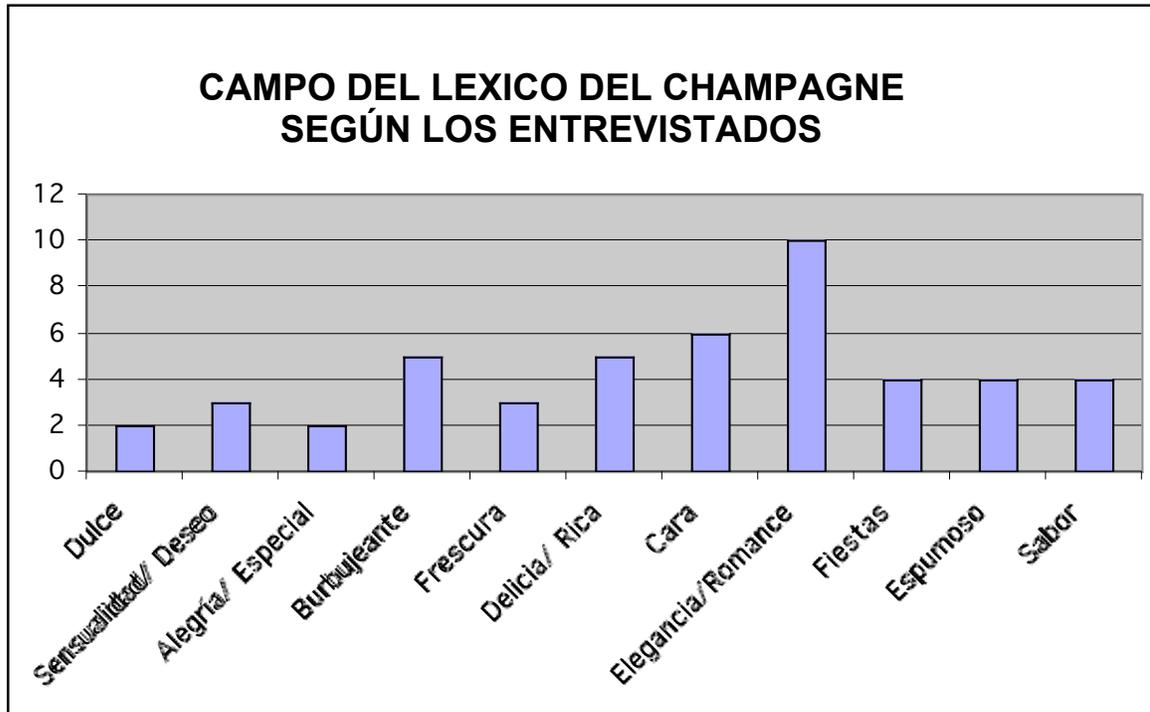


Fuente: Microsoft



**PREGUNTA 5: LAS PALABRAS QUE VIENEN MAS FACILMENTE A LA MENTE AL PENSAR EN CHAMPAGNE**

**TABLA 5**



Fuente: realización propia

Elegancia. Es la primera palabra que puede definir el Champagne según una mayoría de los entrevistados.

Los entrevistados dividen su percepción entre el espíritu que lleva el champagne y sus características físicas y gustativas.

El prestigio del champagne vincula muchas valores que se notan en este gráfico como sabor, romance, alegría, por mencionar algunos.

Sin embargo, el champagne es percibido como una bebida cara, justo equilibrio quizás con lo lujoso que lleva una bebida tan especial.

