ANNEXOS - LA MARCA ENS MARCA?

Galana

Departament de ciències socials

Economia i empresa

ÍNDEX

1.- Gràfic de l'evolució de la renda familiar bruta disponible **3**

2.- Observacions **4**

3.- Correus i entrevista **7**

4.- Mètode d'enquestar **10**

5.- Respostes de les enquestes **11**

6.- Comparativa dels preus **24**

7.- Altres dades estadístiques sobre els preus d'aquestes empreses **28**

7.1.- Carrefour 28

7.2.- DIA 29

7.3.- El Corte Inglés 30

8.- Tiquets de la compra pel tast a cegues **31**

8.1.- Cost econòmic total d'aquest treball de recerca 32

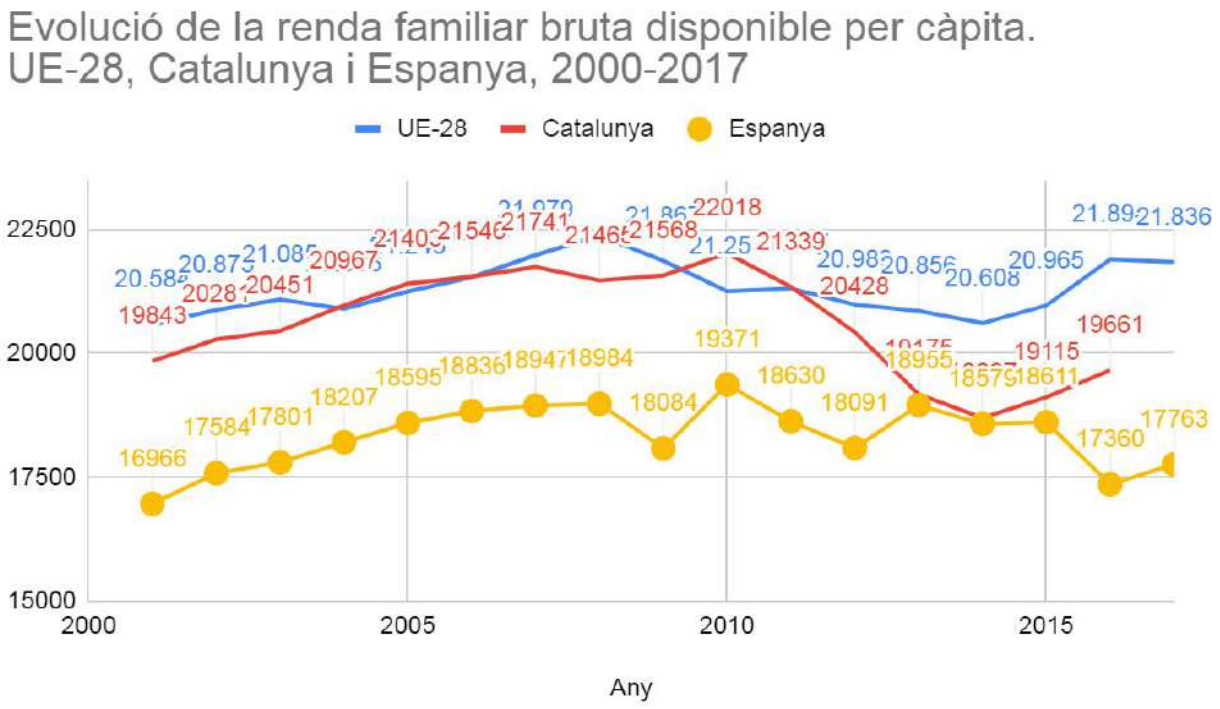
9.- Resultats del tast a cegues **34**

10.- Índex d'il·lustracions del treball **37**

11.- Índex de les figures dels annexos **39**

1.- Gràfic de l'evolució de la renda familiar bruta disponible

El 2007 va ser l'any en què es diu que es va iniciar la crisi financera. Tot i això, tal i com es veu en el gràfic, no va ser fins al 2009 quan es van començar a notar els efectes d'aquesta. Va ser aleshores quan la renda familiar bruta disponible per càpita va anar disminuint i no es va remuntar fins el 2013, tal i com es veu al gràfic adjuntat a continuació, del *Diari Público*.



▲ *Figura 1. Gràfic de l'evolució de la renda familiar bruta disponible.*

2.- Observacions

A continuació explicaré què és el què m'ha sorprès (des d'un punt de vista totalment subjectiu) més al llarg de l'elaboració d'aquest treball de recerca.

Un aspecte que m'ha impactat molt és que el supermercat d'El Corte Inglés (sota l'etiqueta Aliada o del mateix que el nom de l'empresa) té una gran manca de productes que són bastant bàsics com són les amanides preparades, els cafès per endur-se, la quinoa, els cereals per a la llet, els iogurts per beure…

Un altre cas molt sorprenent ha sigut el fet que DIA intenta camuflar la procedència dels productes a l'hora de realitzar la venta de productes online. És a dir, intenta que a les imatges no es vegi gaire (o gens) i és per això que he tingut una mica més de dificultat amb certs productes com són la tonyina o la melmelada. Cal afegir també que en diversos casos no ven el producte del fabricant que produeix la seva marca blanca. Per exemple, les sardines petites en escabetx de DIA són de l'empresa Conservas del Noroeste però, en canvi, el producte amb la marca d'aquest no es produeix. I el mateix passa amb el gaspatxo: el fabricant de la marca blanca és el Grup J. García Carrión (amo de Don Simón); una marca ben coneguda per tothom. Tot i això, DIA no comercialitza aquest producte dins de les seves botigues. Jo crec que és una mica estrany ja que, pel meu parer, és com un intercanvi: un produeix per l'altre amb marca blanca amb la condició que l'altre vengui la seva marca, que és l'original. Tanmateix, relacionant-ho amb el que s'exposa a les conclusions, és fàcilment explicable. DIA li dona molta més importància al seu producte de marca blanca que no pas a l'aliè. És per això que no ven alguns dels productes originals que són fabricants d'aquesta empresa.

També m'he adonat que, en poc temps, moltes empreses han canviat els fabricants dels productes de la seva marca blanca. Això ho he pogut comprovar a través de pàgines web que he utilitzat per cecar algunes idees sobre productes a analitzar. Un exemple és Carrefour: segons una pàgina web bastant fiable, el juny del 2018 el paté era fabricat per la coneguda empresa Casa Tarradellas. Actualment, aquest és produït per una petita empresa espanyola anomenada Frigolouro. Això podria ser perquè durant el llançament del producte es busca la màxima qualitat (sempre tenint en compte la relació d'aquesta

amb el preu) per atreure un nombre més gran de clients i, després, quan ja es passa a la fase d'estabilització, es busca reduir la qualitat (i alhora el cost d'adquisició) però amb el mateix preu de venda per així tenir més marge de benefici i, per tant, més rendibilitat el negoci.

Crec convenient també afegir un cas que m'ha captat molt l'atenció i que és molt útil per fer-nos una mínima idea del munt de relacions que ha d'establir una gran i coneguda empresa amb els seus proveïdors, fabricants… Tan sols dins de l'àmbit de la brioixeria industrial envasada, pel que fa a Carrefour, ja hi ha un munt de fabricants diferents: el pa de pessic és d'una empresa alemanya nomenada Dillepasa, les mitges llunes petites de Ruipan (fabricant espanyol), les berlines de xocolata de Panamar (empresa valenciana), etc. Això és perquè puguem observar la gran internacionalitat que ha de tenir una empresa si vol créixer, ja que se li farà gairebé impossible produir-ho tot ella mateixa.

També he notat que, per exemple, dins de Carrefour, amb la seva mateixa marca blanca, té diferents tipus de productes, mentre que DIA la major part de les vegades només en té un o directament cap. Per exemple, Carrefour té cinc tipus diferents de quètxup (picant, light, amb diferents capacitats…) i DIA només en té un. O directament, hi ha algun tipus de producte que no existeix amb la marca blanca DIA com és el cas del sucre. Això ens ajuda a observar com els tamanys de les empreses estudiades són molt diversos i com cada empresa segueix una estratègia també diferent.

Cal afegir que he arribat a la conclusió que, quan a l'etiqueta del producte hi posa *El Corte Inglés*, significa que té algun altre productor diferent a aquest, que és el que em permet a mi dur a terme aquest estudi. En canvi, quan hi diu Aliada, vol dir que ho produeix ella mateixa, és a dir, el Corte Inglés.

També m'he trobat alguns casos en què el mateix producte de l'empresa fabricadora no el tenen a la botiga de la "marca blanca" però sí que tenen altres productes semblants. Per exemple, l'alfàbrega d'El Corte Inglés la distribueix La Especiera del Norte, però, en canvi, el producte de la marca original no es comercialitza a l'hipermercat esmentat. Tot i això, sí que es venen altres productes de la mateixa gamma i d'aquesta empresa com és el cas de l'anís estrellat.

Després d'haver buscat una gran quantitat de productes amb marca blanca que el fabricant no fos el de l'empresa que ho proveeix als clients, he arribat a una conclusió. En la majoria dels casos, els aliments que la mateixa empresa produeix, justament són els productes bàsics. En són exemples el pa, la xocolata, el tomàquet fregit, els cereals, alguns sucs, iogurts… tot i que sempre hi ha algunes excepcions com és el cas de la llet (l'empresa distribuïdora mai fabrica llet, només en distribueix). En canvi, els productes no tant bàsics són els que són més difícils que l'empresa distribuïdora coincideixi amb la productora. És per això que, bàsicament, són aquests tipus de productes els que he hagut d'analitzar; per tant, són aliments no tan habituals pel consum diari.

Tot i això, no totes les empreses produeixen elles mateixes els productes bàsics. Per tant, no he pogut seguir el mateix mètode de cerca de productes en tots els casos, sinó que en cada empresa he hagut d'escollir una forma diferent a l'hora de treballar-les.

3.- Correus i entrevista

A l'hora de definir les tres empreses que s'han treballat, volia adjuntar-hi una entrevista realitzada a un responsable de cada cadena de distribució per conèixer el seu punt de vista sobre la marca blanca en general, a la seva empresa... Per tal d'aconseguir-ho, vaig enviar els següents correus a les empreses corresponents demanant cita. Malauradament, només vaig obtenir resposta per part d'El Corte Inglés i només em van informar que el correu s'havia enviat a les persones oportunes. Tot i això, tampoc he obtingut resposta per part seva. A continuació s'adjunten els correus enviats:

Alba Fustegueres Soler <afustegueres@gmail.com> dg., 14 de jul. 22:02
per a prensa.es

Buenos días,
soy Alba Fustegueres, una alumna del instituto de Guissona. Este año estoy cursando segundo de Bachillerato y realizando el Trabajo de Recerca. El tema es sobre los supermercados que venden productos de su marca blanca y es por eso que necesitaría tener información sobre su empresa. Para llevarlo a cabo, me gustaría poder contactar con Pascual Clouzard (consejero y director General de Carrefor España), Ignacio Cobo (director de Supermercados Carrefour España) o Arturo Molinero (director de Recursos Humanos y Relaciones Externas de Carrefour España).
La entrevista solo consiste en realizar cuatro preguntas y es por eso que me gustaría que me facilitaran sus correos, para poder hablar con ellos. En caso que la respuesta fuera negativa, ¿me podrían facilitar, por favor, el correo de otra persona que me pudiese contestar las preguntas?
Además, las preguntas las podemos realizar modo online o electrónicamente y en cualquier momento.
Muchas gracias por su atención,
Espero una respuesta.
Atentamente,
Alba Fustegueres

▲*Figura 2. Correu enviat a Carrefour (prensa.es@carrefour.com) però sense obtenir resposta.*

Alba Fustegueres Soler <afustegueres@gmail.com> dg., 14 de jul. 22:55
per a comunicacion

Buenos días,
soy Alba Fustegueres, una alumna del instituto de Guissona. Este año estoy cursando segundo de Bachillerato y realizando el Trabajo de Recerca. El tema es sobre los supermercados que venden productos de su marca blanca y es por eso que necesitaría tener información sobre su empresa. Para llevarlo a cabo, me gustaría poder contactar con Javier garcía de la Vega (Director de Comunicación), Ginés Cañabate (responsable de Comunicación), Lara Vadillo (Responsable de Comunicación y Coordinación países) o bien Luis Barreda (Responsable de Comunicación y Soporte Proyectos RSC).
La entrevista solo consiste en realizar cuatro preguntas y es por eso que me gustaría que me facilitaran sus correos, para poder hablar con ellos. En caso que la respuesta fuera negativa, ¿me podrían facilitar, por favor, el correo de otra persona que me pudiese contestar las preguntas?
Además, las preguntas las podemos realizar modo online o electrónicamente y en cualquier momento.
Muchas gracias por su atención,
Espero una respuesta.
Atentamente,
Alba Fustegueres

▲*Figura 6. Correu enviat a Grup Dia (comunicacion@diagroup.com) també sense resposta.*

Alba Fustegueres Soler <afustegueres@gmail.com> dg., 14 de jul. 22:58
per a servicio_clientes

Buenos días,
soy Alba Fustegueres, una alumna del instituto de Guissona. Este año estoy cursando segundo de Bachillerato y realizando el Trabajo de Recerca. El tema es sobre los supermercados que venden productos de su marca blanca y es por eso que necesitaría tener información sobre su empresa. Para llevarlo a cabo, me gustaría poder contactar con el Presidente Jesús Nuño de la Rosa.
La entrevista solo consiste en realizar cuatro preguntas y es por eso que me gustaría que me facilitaran sus correos, para poder hablar con ellos. En caso que la respuesta fuera negativa, ¿me podrían facilitar, por favor, el correo de otra persona que me pudiese contestar las preguntas?
Además, las preguntas las podemos realizar modo online o electrónicamente y en cualquier momento.
Muchas gracias por su atención,
Espero una respuesta.
Atentamente,
Alba Fustegueres

▲*Figura 4. I per acabar, el correu enviat a El Corte Inglés (servicio_clientes@elcorteingles.es).*

Va ser l'únic cas en que es va obtenir resposta i és la següent:

Servicio Clientes dl., 15 de jul. 14:08
per a mi

Estimada Sra Fustegueres,

Le informamos de que hemos procedido a remitir su mensaje al departamento correspondiente para que efectúe las gestiones oportunas.

Atentamente.

▲*Figura 5. Resposta al correu enviat a El Corte Inglés.*

Tot i això, el dimecres 14 d'agost del 2019, quan vaig anar a comprar els productes necessaris al Carrefour per realitzar el tast a cegues, vaig aconseguir entrevistar a Patrícia Pérez, Cap de Recursos Humans del Carrefour d'Igualada. Tot i que no té la mateixa responsabilitat que les persones que jo tenia intenció d'entrevistar, m'ha ajudat molt a veure el punt de vista general d'aquesta empresa ja que parlava molt en plural. L'entrevista va ser curta però interessant, tal i com es transcriu a continuació. A més a més, també ens serveix per afirmar el que ja s'ha explicat i comentat anteriorment: l'empresa Carrefour tendeix a tenir un gran assortiment de productes per tal d'oferir al client molta llibertat a l'hora de realitzar la compra.

Com veu la marca blanca a la seva empresa? Hi té molta importància?

Al grup Carrefour, la marca blanca hi té molta importància i presència. Nosaltres apostem per la multimarca per tal de donar moltes opcions al client a l'hora d'escollir el producte, però sempre amb qualitat.

La majoria de productes de la seva marca blanca, per qui són fabricats, per vostès mateixos o per altres empreses?

Bé, crec que els productors són els que tenen més pes com per exemple amb les pizzes, la llet, l'orxata.. que són produïts per empreses alienes. Nosaltres no produïm gaire.

Quines creu que són les característiques i/o les causes que impulsen al client a adquirir aquest tipus de productes?

En principi per la part econòmica, ja que sol ser més barat, però també perquè el client és fidel i coneix la marca i la seva qualitat. A més a més, Carrefour ofereix una línia de productes Discount que encara resulten ser més econòmics per a les famílies.

Quin creu que serà el futur dels productes de marca blanca?

Està clar que Carrefour continuarà apostant per la marca blanca, com totes les empreses, tot i que també seguirem el camí de la multimarca, i amb qualitat, per suposat.

Moltes gràcies per les seves respostes, senyora Pérez.

Gràcies a vostè també.

Aquestes preguntes són les mateixes que hauria realitzat a les altres persones si haguessin concedit una entrevista.

4.- Mètode d'enquestar

En un principi, tenia pensat realitzar les enquestes mitjançant internet, específicament amb Formularis de Google. Però vaig pensar que aquesta no era una idea gaire original i que no atrauria a gaire població ja que ja hi ha un munt d'enquestes d'aquest tipus. També vaig creure que tampoc és gaire fiable ja que és més fàcil d'inventar-s'ho perquè es pot omplir tants cops com es vulgui i no és tan cordial. Aleshores, vaig pensar que ho faria de forma presencial. Tot i que seria més difícil per mi, vaig pensar que seria molt millor, i així ho vaig fer.

Finalment, les preguntes que vaig realitzar són les següents:

· Sexe (a la pràctica no era una pregunta, ja que jo mateixa ja ho podia observar)

· Franja d'edat (vaig fer tres grups d'edats: menys de trenta, entre trenta i cinquanta i més de cinquanta anys)

· En el sector alimentari, quin tipus de productes adquiriu i consumiu més, de marca blanca o de l'original?

· Per quin motiu? (qualitat, confiança, preu, fidelitat…)

5.- Respostes de les enquestes

Tot seguit es poden conèixer els resultats de les enquestes que vaig realitzar des del 14 fins al 24 d'agost del 2019. Aquesta pràctica es va dur a terme entre diverses poblacions; concretament, a Igualada, Montmaneu, Guissona, Tàrrega i Sanaüja. Des d'un principi tenia clar que havia d'estudiar totes les edats i sexes per tal que les respostes i conclusions fossin el màxim de representatives possible. Tot i això, vaig intentar que els adolescents fossin majors de divuit anys ja que a partir d'aquesta edat ja es comença a tenir més en compte alguns aspectes com per exemple la qualitat o el preu.

SEXE	***FRANJA D'EDAT***	***MARCA BLANCA (MB) o ORIGINAL (O)?***	***PER QUIN MOTIU?***
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	-30	O	Confiança i qualitat
H	30-50	MB	Preu
D	50+	O	Confiança i fidelitat
H	-30	MB	Preu
H	-30	O	Qualitat
H	30-50	MB	Qualitat-preu
H	30-50	O	Fidelitat
H	50+	O	Confiança
H	30-50	O	Fidelitat
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	50+	O	Fidelitat

D	50+	O	Fidelitat
D	50+	MB	Qualitat-preu
D	50+	O	Qualitat-preu
H	30-50	MB	Preu
D	30-50	O	Qualitat
D	50+	MB	Preu
H	50+	MB	Fidelitat
H	50+	O	Qualitat
D	50+	O	Confiança
D	-30	MB	Qualitat
D	50+	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Preu
D	50+	MB	Preu
D	-30	MB	Preu
H	30-50	MB	Qualitat-preu
D	30-50	O	Qualitat
D	30-50	O	Qualitat-preu
D	30-50	O	Fidelitat i qualitat
H	50+	O	Qualitat
H	30-50	O	Qualitat
D	-30	O	Qualitat
D	30-50	MB	Qualitat-preu
H	30-50	MB	Preu

D	50+	O	Qualitat
D	50+	O	Fidelitat
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu
H	50+	O	Fidelitat
H	50+	O	Qualitat
D	50+	O	Confiança
D	30-50	MB	Qualitat-preu
H	-30	MB	Preu
H	50+	O	Qualitat-preu
D	50+	O	Confiança i fidelitat
H	50+	MB	Preu
D	50+	MB	Preu
H	30-50	MB	Preu
H	30-50	O	Qualitat
H	30-50	O	Confiança
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Qualitat
D	30-50	MB	Preu
D	-30	O	Qualitat
D	30-50	O	Qualitat
D	30-50	O	Qualitat
H	50+	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu

H	30-50	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Preu
D	-30	MB	Preu
D	30-50	O	Qualitat
H	30-50	O	Qualitat
D	30-50	O	Fidelitat
H	30-50	O	Qualitat
H	-30	O	Confiança i fidelitat
D	50+	O	Confiança i fidelitat
H	50+	O	Confiança i fidelitat
D	50+	O	Qualitat
D	50+	MB	Qualitat-preu
H	50+	O	Qualitat
D	30-50	O	Preu
D	50+	O	Qualitat
D	50+	MB	Preu
D	-30	O	Qualitat
H	-30	O	Fidelitat
H	50+	O	Gust
H	30-50	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	30-50	O	Qualitat i gust
D	50+	O	Qualitat

D	30-50	O	Qualitat i gust
D	50+	MB	Preu
H	30-50	MB	Preu
D	50+	O	Confiança
D	30-50	O	Confiança
D	30-50	MB	Preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	30-50	O	Fidelitat
D	50+	MB	Preu
D	50+	MB	Preu
H	30-50	MB	Qualitat-preu
H	30-50	O	Qualitat
D	30-50	O	Qualitat
D	-30	O	Qualitat
D	50+	O	Qualitat
H	-30	O	Qualitat
H	-30	O	Qualitat
H	30-50	MB	Qualitat-preu
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Qualitat
D	30-50	MB	Preu
H	30-50	O	Confiança i qualitat
H	30-50	O	Confiança
D	30-50	MB	Qualitat-preu

D	-30	O	Fidelitat
H	30-50	MB	Preu
H	30-50	MB	Preu
H	50+	O	Confiança
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Preu
D	30-50	MB	Preu
D	30-50	O	Qualitat
D	-30	MB	Qualitat-preu
H	-30	MB	Qualitat-preu
D	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Fidelitat
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Gust
H	-30	O	Fidelitat i qualitat
D	-30	MB	Preu
D	-30	MB	Preu
D	-30	O	Qualitat i gust
D	-30	O	Fidelitat i gust
D	-30	MB	Preu
H	-30	O	Qualitat
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Confiança i qualitat
H	-30	MB	Preu

D	-30	O	Confiança
D	-30	O	Gust
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Preu
H	-30	O	Qualitat
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	-30	O	Qualitat
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Qualitat-preu
H	-30	O	Qualitat i seguretat
D	-30	MB	Qualitat-preu
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Confiança i qualitat
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	50+	O	Fidelitat
D	-30	MB	Gust i preu
D	-30	MB	Preu
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Qualitat
H	-30	MB	Preu
H	-30	MB	Preu
D	-30	O	Gust
D	-30	MB	Qualitat-preu
H	-30	MB	Preu

D	-30	O	Fidelitat i qualitat
H	-30	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Qualitat-preu
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Fidelitat
H	-30	O	Qualitat
D	30-50	O	Qualitat
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Qualitat
H	-30	O	Qualitat i gust
H	-30	MB	Preu
D	50+	MB	Qualitat-preu
H	50+	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	30-50	O	Confiança i qualitat
D	50+	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Comoditat i més varietat
D	30-50	O	Qualitat i seguretat
H	30-50	O	Qualitat i seguretat
H	-30	O	Qualitat
D	-30	MB	Preu
D	-30	MB	Qualitat-preu
H	-30	O	Fidelitat
D	-30	MB	Preu

D	-30	MB	Preu
H	30-50	O	Fidelitat i gust
H	-30	MB	Preu
H	-30	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	50+	MB	Fidelitat i confiança
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Qualitat i seguretat
D	30-50	O	Fidelitat i gust
D	-30	MB	Qualitat-preu i varietat
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu
H	-30	O	Qualitat
D	50+	O	Confiança i qualitat
D	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Seguretat
H	50+	O	Seguretat
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	-30	O	Confiança
D	50+	O	Confiança i qualitat
H	30-50	MB	Proximitat
H	-30	MB	Preu i proximitat
D	30-50	O	Qualitat
H	-30	MB	Preu

H	-30	O	Confiança i qualitat
D	-30	O	Confiança i gust
D	-30	O	Gust
H	-30	O	Qualitat
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	-30	O	Qualitat
H	-30	MB	Preu i proximitat
D	-30	O	Fidelitat
H	30-50	MB	Preu
H	-30	O	Fidelitat i qualitat
H	-30	O	Gust i qualitat
D	30-50	O	Qualitat
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	50+	MB	Qualitat-preu
D	-30	O	Confiança i qualitat
H	-30	MB	Qualitat-preu
H	-30	MB	Preu
D	30-50	O	Confiança i qualitat
D	50+	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Preu
D	-30	O	Qualitat
D	-30	MB	Confiança
D	-30	MB	Qualitat-preu

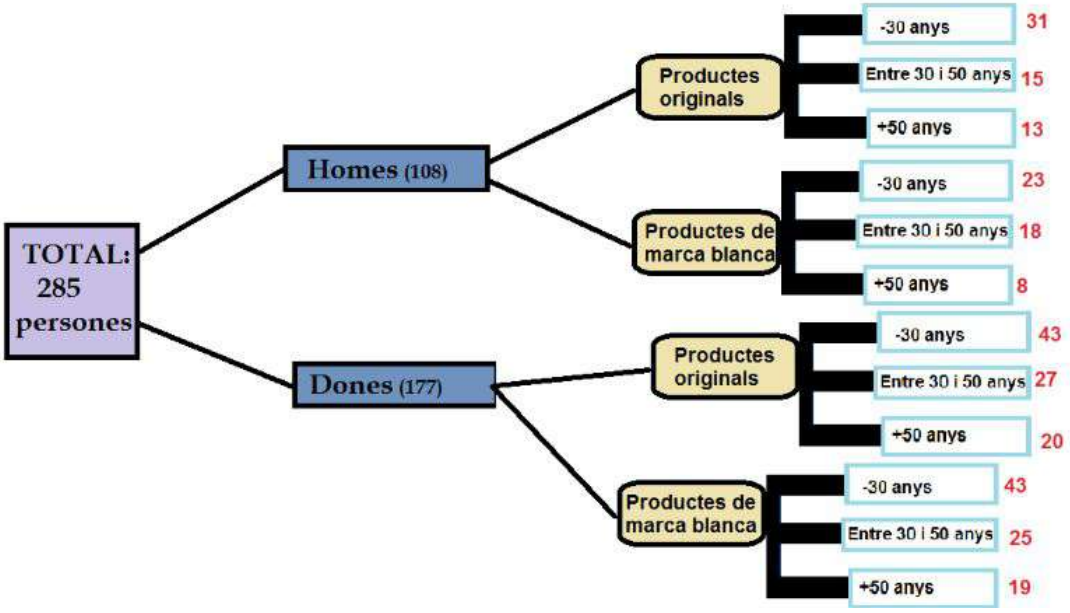
D	50+	MB	Qualitat-preu
H	50+	MB	Qualitat-preu
H	-30	MB	Qualitat-preu
D	30-50	O	Confiança i qualitat
D	-30	MB	Preu
H	-30	MB	Preu
D	50+	MB	Confiança i preu
H	-30	MB	Preu
D	-30	O	Fidelitat
D	-30	MB	Preu
H	-30	O	Qualitat
H	-30	MB	Qualitat-preu
D	-30	O	Confiança i renom
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Qualitat
H	-30	O	Qualitat
D	-30	O	Confiança i seguretat
D	-30	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Gust
H	30-50	MB	Gust
D	-30	O	Gust
H	-30	MB	Qualitat-preu
H	30-50	MB	Qualitat-preu

D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Gust
D	30-50	O	Fidelitat i qualitat
H	30-50	O	Fidelitat i qualitat
D	50+	MB	Preu
H	50+	MB	Preu
H	50+	MB	Preu
D	50+	MB	Preu
D	-30	MB	Preu
H	-30	O	Qualitat
D	-30	MB	Qualitat
D	-30	MB	Preu
D	30-50	O	Ètica
D	30-50	O	Fidelitat
D	30-50	MB	Proximitat i qualitat-preu
D	-30	O	Gust
H	30-50	O	Gust
H	50+	O	Confiança
D	30-50	O	Confiança i fidelitat
H	30-50	O	Confiança i fidelitat
H	50+	MB	Qualitat-preu
H	50+	O	Confiança
D	50+	O	Confiança
D	50+	O	Qualitat

H	-30	MB	Preu
D	50+	O	Confiança
H	30-50	MB	Qualitat-preu
D	30-50	MB	Qualitat-preu
D	-30	MB	Comoditat i proximitat
D	-30	O	Confiança i fidelitat
D	-30	O	Confiança i fidelitat
H	-30	O	Gust

▲*Figura 6. Respostes de l'enquesta.*

Els resultats de la taula anterior es poden veure reflectits de forma esquemàtica al següent arbre:



▲*Figura 7. Resum esquemàtic de les respostes de les enquestes.*

6.- Comparativa dels preus

Tal i com ja s'ha explicat anteriorment, al llarg de tres períodes diferents s'han anat apuntant els preus dels productes en què el fabricant sigui el mateix però un producte és venut sota el nom d'aquest i, un altre, sota el nom del distribuïdor. Finalment, s'ha calculat la mitjana de cada producte i han sigut aquestes les dades que s'han utilitzat a l'hora d'estudiar els productes.

Seguidament es poden observar els noms dels productes, els preus corresponents i la seva mitjana aritmètica:

CARREFOUR	1r periode		2n periode		3r periode		Mitjana	
	18/04/2019		09/07/2019		12/08/2019			
PRODUCTE, MARCA ORIGINAL I QUANTITAT	M. BLANCA	M. ORIGINAL	M. BLANCA	M. ORIGINAL	M. BLANCA	M. ORIGINAL	M. BLANCA	M. ORIGINAL
Llet sencera- Puleva 1L	0,58 €	1,09 €	0,56 €	1,19 €	0,56 €	1,00 €	0,57 €	1,09 €
Mostassa- Heinz 1L	3,00 €	7,14 €	3,00 €	7,14 €	2,08 €	7,00 €	2,69 €	7,09 €
Maionesa- Kraft 1L	2,63 €	3,26 €	2,63 €	2,39 €	2,63 €	3,02 €	2,63 €	2,89 €
Pernil salat- Boadas 100g	1,28 €	2,73 €	1,24 €	2,99 €	1,36 €	2,81 €	1,29 €	2,84 €
Macarrons- Gallo 1kg	0,75 €	1,69 €	0,75 €	1,64 €	0,75 €	1,69 €	0,75 €	1,67 €
Galetes digestives- Gullón 1kg	2,82 €	4,88 €	2,64 €	4,60 €	2,45 €	4,62 €	2,64 €	4,70 €
Suc de fruita amb llet gust tropical- Juver 1L	0,72 €	0,90 €	0,72 €	0,90 €	0,72 €	0,90 €	0,72 €	0,90 €
Nata per cuinar líquida- Puleva 1L	2,70 €	5,10 €	2,70 €	5,45 €	2,70 €	5,10 €	2,70 €	5,22 €
Espirals vegetals- Gallo 1kg	1,76 €	2,60 €	1,64 €	2,50 €	1,40 €	2,32 €	1,60 €	2,47 €
Escopinyes petites al natural- Dani 90g	1,90 €	2,95 €	2,84 €	2,95 €	1,86 €	2,95 €	2,20 €	2,95 €
Musclos en encabetx- Frinsa del Noroeste 69g	1,13 €	5,80 €	1,13 €	5,80 €	1,11 €	5,80 €	1,12 €	5,80 €
Orxata de xufa- Chufi (Puleva) 1L	1,35 €	1,53 €	1,35 €	1,53 €	1,48 €	1,59 €	1,39 €	1,55 €
Barretes torrades integrals amb fibra- 1kg Pimad (BIMBO)	2,62 €	4,96 €	2,62 €	4,48 €	2,62 €	4,48 €	2,62 €	4,64 €
Cafè mòlt barreja- Toscaf 1kg	4,60 €	8,20 €	4,60 €	8,20 €	4,60 €	8,20 €	4,60 €	8,20 €
Batut de cacau- Puleva 1L	0,88 €	1,66 €	0,88 €	1,66 €	1,00 €	1,76 €	0,92 €	1,69 €
Oli d'oliva verge extra spray- Maeva 200 ml	2,15 €	2,60 €	2,15 €	2,60 €	2,15 €	2,60 €	2,15 €	2,60 €
Llentia pardina categoria extra- Luengo 1kg	1,49 €	2,90 €	1,40 €	2,85 €	1,40 €	2,95 €	1,43 €	2,90 €
Cigró cuit categoria extra- Luengo 400g	0,70 €	0,89 €	0,68 €	0,89 €	0,70 €	0,83 €	0,69 €	0,87 €
Tomàquet fregit ecològic sense gluten- Pedro Luis 340g	1,14 €	1,61 €	1,61 €	1,61 €	1,14 €	1,78 €	1,30 €	1,67 €
Tomàquet triturat ecològic sense cluten- Pedro Luis 660g	1,58 €	2,20 €	1,58 €	2,50 €	1,58 €	2,75 €	1,58 €	2,48 €
Melmelada de maduixa categoria extra sense gluten- Pedro Luis 1kg	2,39 €	9,09 €	2,39 €	9,09 €	2,39 €	9,09 €	2,39 €	9,09 €
Espaguetis- Romero 1kg	0,75 €	1,42 €	0,75 €	1,42 €	0,75 €	1,42 €	0,75 €	1,42 €
Espirals vegetals- Romero 500g	0,88 €	0,95 €	0,82 €	0,95 €	0,70 €	0,95 €	0,80 €	0,95 €
Tallarines- Gallo 500g	0,49 €	0,95 €	0,48 €	0,95 €	0,48 €	0,97 €	0,48 €	0,96 €
Nata per muntar líquida- Puleva 200ml	0,61 €	0,87 €	0,61 €	0,87 €	0,62 €	0,78 €	0,61 €	0,84 €
TOTAL	**40,90 €**	**77,97 €**	**41,77 €**	**77,15 €**	**39,23 €**	**77,36 €**	**40,63 €**	**77,49 €**

▲ *Figura 8. Productes escollits per analitzar-ne els preus de l'empresa Carrefour.*

DIA	1r periode		2n periode		3r periode		Mitjana	
PRODUCTE ESCOLLIT	07/04/2019		09/07/2019		12/08/2019			
PRODUCTE, MARCA ORIGINAL I QUANTITAT	M. BLANCA	M. ORIGINAL	M. BLANCA	M. ORIGINAL	M. BLANCA	MA. ORIGINAL	M. BLANCA	MA. ORIGINAL
LLet sencera- Central Leche Asturiana 1L	0,61 €	0,79 €	0,61 €	0,78 €	0,61 €	0,79 €	0,61 €	0,78 €
Llet desnatada- Puleva 1L	0,59 €	1,22 €	0,59 €	1,22 €	0,59 €	1,22 €	0,59 €	1,22 €
Iogurts bio desnatats amb trossos de fruita- Nestlé 1kg	1,90 €	3,70 €	1,90 €	3,70 €	2,28 €	3,70 €	2,03 €	3,70 €
Salsitxes frankfurt- Campofrío 1kg	2,06 €	3,20 €	2,06 €	3,20 €	2,06 €	3,20 €	2,06 €	3,20 €
Oli d'oliva verge extra- Hojiblanca 1L	3,75 €	5,69 €	3,59 €	5,25 €	3,59 €	5,25 €	3,64 €	5,40 €
Pernil dolç cuit a llenques- Monells 1kg	7,69 €	8,00 €	7,69 €	8,70 €	7,69 €	8,70 €	7,69 €	8,47 €
Pizza carbonara - Campofrío 1kg	4,98 €	6,53 €	4,98 €	6,53 €	5,63 €	6,53 €	5,20 €	6,53 €
Suc de taronja exprimida 100%- Don Simón 1L	0,99 €	1,65 €	0,99 €	1,65 €	0,99 €	1,48 €	0,99 €	1,59 €
Galetes digestives de civada- Gullón 1kg	2,59 €	4,88 €	2,59 €	4,88 €	2,59 €	4,88 €	2,59 €	4,88 €
Cervesa lager rossa- San Miguel 1L	0,67 €	1,64 €	0,67 €	1,64 €	0,76 €	1,64 €	0,70 €	1,64 €
Chopped de porc- Campofrío 1kg	5,00 €	7,69 €	5,00 €	7,69 €	5,00 €	8,70 €	5,00 €	8,03 €
Pa de motlle blanc sense crosta- Bimbo 1kg	1,27 €	4,42 €	1,27 €	4,42 €	1,27 €	4,42 €	1,27 €	4,42 €
Pit de gall d'indi fines llenques- Monells 1kg	6,67 €	8,00 €	6,67 €	8,70 €	6,67 €	8,00 €	6,67 €	8,23 €
Cebetes en pot- Rioverde 180g	0,99 €	1,15 €	0,99 €	1,15 €	0,99 €	1,15 €	0,99 €	1,15 €
Suc de préssec, raïm i poma, pack de 6 unitats- Juver 1L	0,83 €	1,86 €	0,83 €	1,86 €	0,83 €	1,86 €	0,83 €	1,86 €
Néctar light de préssec- Disfruta (Juver) 1L	0,50 €	1,15 €	0,50 €	1,15 €	0,50 €	1,15 €	0,50 €	1,15 €
TOTAL	**41,09 €**	**61,57 €**	39,60 €	59,49 €	40,72 €	59,66 €	39,04 €	58,09 €

▲ *Figura 9. Taula amb els preus dels productes escollits de l'empresa DIA.*

CORTE INGLÉS	1r período		2n período		3r período		Mitjana	
	18/04/2019		09/07/2019		12/08/2019			
PRODUCTE, MARCA ORIGINAL I QUANTITAT	M. BLANCA	M. ORIGINAL	M. BLANCA	M. ORIGINAL	M. BLANCA	M. ORIGINAL	M. BLANCA	M. ORIGINAL
Macarrons- Gallo 1kg	1,02 €	1,86 €	1,02 €	1,86 €	1,86 €	1,86 €	1,30 €	1,86 €
Amanida d'arròs i verduretes- Florette 1 kg	6,62 €	9,42 €	6,62 €	8,67 €	9,42 €	9,42 €	7,55 €	9,17 €
Llet sencera- Central Lechera Asturiana 1L	0,60 €	0,79 €	0,60 €	0,76 €	0,79 €	0,79 €	0,66 €	0,78 €
Espirals amb vegetals- Pastas Gallo 1 kg	1,11 €	2,40 €	1,11 €	2,40 €	2,40 €	2,40 €	1,54 €	2,40 €
Oli d'oliva verge extra Hojiblanca- Coosur 1L	3,95 €	5,24 €	3,89 €	4,99 €	5,24 €	4,99 €	4,36 €	5,07 €
Oli d'oliva suau 0,4º- Coosur 1L	3,09 €	3,89 €	2,89 €	3,69 €	2,69 €	3,69 €	2,89 €	3,76 €
Cervesa rossa- Mahou 1L	0,70 €	1,83 €	0,70 €	1,83 €	1,83 €	1,83 €	1,08 €	1,83 €
Formatge semicurat barreja elaborat amb llet pasteuritzada- García Baquero 1kg	10,75 €	12,50 €	10,75 €	12,50 €	12,50 €	12,50 €	11,33 €	12,50 €
Galetes digestives- Gullón 1kg	3,05 €	3,41 €	3,30 €	3,18 €	3,30 €	3,18 €	3,22 €	3,26 €
Tomàquet fregit- Cidacos 1kg	0,83 €	2,00 €	0,83 €	2,38 €	2,00 €	2,38 €	1,22 €	2,25 €
Maionesa clàssica- Ybarra 1L	2,56 €	3,98 €	2,56 €	3,98 €	3,98 €	3,98 €	3,03 €	3,98 €
Melmelada extra de prèssec- Helios 1 kg	3,78 €	4,62 €	3,78 €	4,38 €	4,62 €	4,38 €	4,06 €	4,46 €
Salmó Fumejat en llenques- Ahumados Domínguez 100g	4,90 €	5,41 €	4,90 €	5,41 €	5,41 €	5,41 €	5,07 €	5,41 €
Pebrots rostists extra sencers- Bajamar 150g	1,30 €	2,45 €	1,30 €	2,45 €	1,32 €	2,45 €	1,31 €	2,45 €
Pa de motlle amb crosta- Pimad (Bimbo) 1kg	1,44 €	2,57 €	1,44 €	2,57 €	1,44 €	2,57 €	1,44 €	2,57 €
Palets de surimi- Angulas Aguinaga (Krissia) 450g	4,40 €	4,49 €	4,40 €	3,99 €	4,10 €	4,49 €	4,30 €	4,32 €
Ous frescs gallines campestres- Coren 1 dotzena categoria A	3,38 €	3,62 €	3,38 €	3,62 €	3,38 €	3,62 €	3,38 €	3,62 €
Formatge fresc tipus Burgos- Mantequerías Arias 1kg	4,28 €	9,98 €	4,28 €	9,95 €	4,28 €	9,98 €	4,28 €	9,97 €
Aigua mineral amb gas- Montepinos (Vichy Catalán) 50cl	0,19 €	0,93 €	0,19 €	0,83 €	0,19 €	0,93 €	0,19 €	0,90 €
Truita de patates fresca sense ceba- Palacios 1kg	3,32 €	5,92 €	3,32 €	5,92 €	3,32 €	5,92 €	3,32 €	5,92 €
Cigrons categoria extra- Luengo 1kg	3,45 €	3,80 €	3,45 €	3,80 €	3,45 €	3,80 €	3,45 €	3,80 €
Espàrrecs blancs molt gruixuts D.O Navarra 10-12 peces - Bajamar 325g	9,75 €	9,69 €	9,75 €	9,69 €	9,94 €	9,69 €	9,81 €	9,69 €
Anís en gra- La Especiera del Norte 100g	3,14 €	7,17 €	3,14 €	7,17 €	3,14 €	7,17 €	3,14 €	7,17 €
Arròs bomba- Montsià 1kg	3,10 €	4,50 €	2,50 €	4,50 €	3,10 €	4,50 €	2,90 €	4,50 €
Arròs rodó extra- Montsià 1kg	1,10 €	1,48 €	0,95 €	1,48 €	1,10 €	1,48 €	1,05 €	1,48 €
Arròs amb llet -Goshua 1kg	6,61 €	7,79 €	6,61 €	7,79 €	6,61 €	8,07 €	6,61 €	7,88 €
Bacallà fumejat amb oli d'oliva a làmines- Domínguez 80g	4,73 €	5,14 €	4,73 €	5,14 €	4,73 €	5,14 €	4,73 €	5,14 €
Musclos en escabetx 6-8 peces- Portomar 69g	5,25 €	8,90 €	5,25 €	8,95 €	5,35 €	8,95 €	5,28 €	8,93 €
Bledes extra al natural ecològiques- Pedro Luis 1kg	4,38 €	5,88 €	4,38 €	7,38 €	4,38 €	7,38 €	4,38 €	6,88 €
Ametlles crues amb pell- Medina 100g	1,98 €	2,24 €	1,98 €	2,24 €	2,48 €	2,24 €	2,15 €	2,24 €
Mongeta blanca cuita ecològica- Pedro Luis 1kg	3,62 €	3,86 €	3,62 €	7,50 €	3,62 €	7,50 €	3,62 €	6,29 €
Cigrons cuits al natural- Pedro Luis 1kg	3,62 €	3,86 €	3,62 €	3,86 €	3,62 €	3,86 €	3,62 €	3,86 €
TOTAL	**112,00 €**	**151,62 €**	**111,24 €**	**154,86 €**	**125,59 €**	**156,55 €**	**116,28 €**	**154,34 €**

▲*Figura 10.Taula amb els preus dels productes d'El Corte Inglés.*

7.- Altres dades estadístiques sobre els preus d'aquestes empreses

7.1.- Carrefour

Mitjana d'x=
1,63 €

Mitjana d'y=
3,10 €

Diferència d'y respecte a x=
90,71%

Centre de gravetat=
(1'63 , 3'10)

Variància conjunta X i Y=
1,8

Desviació típica=
1,341640786

Variància d'x=
0,9903861111

Variància d'y=
5,633164815

Coeficient de Pearson (r) y=
0,7927698747

→ Dependència estadística positiva forta

Recta de regressió=
1,89x + 0,0267

— **Mitjana:**

$$\bar{x} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{n} x_i \cdot A_i$$

$$\bar{y} = \frac{1}{N}\sum_{j=1}^{m} y_j \cdot B_j$$

— **Variància:**

$$\sigma_x^2 = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^2 \cdot A_i$$

$$\sigma_y^2 = \frac{1}{N}\sum_{j=1}^{m}(y_j - \bar{y})^2 \cdot B_j$$

— **Desviació típica:**

$$\sigma_x = \sqrt{\sigma_x^2}$$

$$\sigma_y = \sqrt{\sigma_y^2}$$

$$\sigma_{xy} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m}(x_i - \bar{x}) \cdot (y_j - \bar{y}) \cdot n_{ij}$$

$$r = \frac{\sigma_{xy}}{\sigma_x \cdot \sigma_y}$$

▲*Figura 11. Altres dades estadístiques de Carrefour; on la **x** significa el producte de marca blanca i la **y**, els originals.*

7.2.- DIA

Mitjana d'x=
2,58 €

Mitjana d'y=
3,89 €

Diferència d'y respecte a x=
50,51%

Centre de gravetat=
(2'58 , 3'89)

Variància conjunta X i Y=
5,77 €

Desviació típica=
2,40288009

Variància d'x=
5,519142176

Variància d'y=
7,613970185

Coeficient de Pearson (r) y=
0,9500611177

Recta de regressió=
1,12x + 1,01

$$\bar{x} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{n} x_i \cdot A_i$$

$$\bar{y} = \frac{1}{N}\sum_{j=1}^{m} y_j \cdot B_j$$

— **Variància:**

$$\sigma_x^2 = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^2 \cdot A_i$$

$$\sigma_y^2 = \frac{1}{N}\sum_{j=1}^{m}(y_j - \bar{y})^2 \cdot B_j$$

— **Desviació típica:**

$$\sigma_x = \sqrt{\sigma_x^2}$$

$$\sigma_y = \sqrt{\sigma_y^2}$$

$$\sigma_{xy} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m}(x_i - \bar{x}) \cdot (y_j - \bar{y}) \cdot n_{ij}$$

→ Dependència estdística positiva i molt forta

$$r = \frac{\sigma_{xy}}{\sigma_x \cdot \sigma_y}$$

▲ *Figura 12. Altres dades estadístiques de DIA; on la **x** significa el producte de marca blanca i la **y**, els originals.*

7.3.- El Corte Inglés

Mitjana d'x=
3,63 €

Mitjana d'y=
4,82 €

Diferència d'y respecte a x=
32,73%

Centre de gravetat=
(3'63 , 4'82)

Variància conjunta X i Y=
6,354897473

Desviació típica=
2,520892198

Variància d'x=
6,253611805

Variància d'y=
8,600056978

Coeficient de Pearson y=
0,89450075

› Dependència estadística positiva i molt forta

Recta de regressió=
1,05x + 1,01

— **Mitjana:**

$$\bar{x} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{n} x_i \cdot A_i$$

$$\bar{y} = \frac{1}{N}\sum_{j=1}^{m} y_j \cdot B_j$$

— **Variància:**

$$\sigma_x^2 = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{n} (x_i - \bar{x})^2 \cdot A_i$$

$$\sigma_y^2 = \frac{1}{N}\sum_{j=1}^{m} (y_j - \bar{y})^2 \cdot B_j$$

— **Desviació típica:**

$$\sigma_x = \sqrt{\sigma_x^2}$$

$$\sigma_y = \sqrt{\sigma_y^2}$$

$$\sigma_{xy} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m} (x_i - \bar{x}) \cdot (y_j - \bar{y}) \cdot n_{ij}$$

$$r = \frac{\sigma_{xy}}{\sigma_x \cdot \sigma_y}$$

▲ *Figura 13. Altres dades estadístiques d'El Corte Inglés; on la **x** significa el producte de marca blanca i la **y**, els originals.*

8.- Tiquets de la compra pel tast a cegues

A continuació es troben adjunts els tiquets de la compra dels productes necessaris per realitzar el tast a cegues.

▲*Figura 14. Tiquet dels productes comprats a Carrefour.*

▲*Figura 15.Tiquet dels productes comprats a DIA.*

El Corte Inglés

EL CORTE INGLES, S. A.
N.I.F. A-28017895 / Dom. Soc.: Hermosilla, 112, 28009 - Madrid

DOCUMENTO DE VENTA

0V88SM9XA86E80WZ4W0HJY2

Vendedor	T.T	EmpCent	Operac.	Fecha	Hora	EdPIZn	T
52452745	9	0010007	05255787	20/ago/19	18:12	018801	00

CÓDIGO DE CONTROL: 9015128E11

Descripción	Cantidad	Importe
AGUA CON GAS	2 B	0,38
Precio unitario 0,19		
GALLETAS INTE	1 B	1,39
GALLETAS INTE	1 B	0,99
LECHE ENTERA	1 A	0,79
LECHE ENTERA	1 A	0,60
TOTAL COMPRA €		4.15

▲*Figura 16. Tiquet de compra al Corte Inglés.*

*Tal i com es pot observar, la qualitat de les tres figures anteriors no és gaire bona però és degut a la impressió a les caixes dels supermercats.

8.1.- Cost econòmic total d'aquest treball de recerca

A l'hora de realitzar aquest treball de recerca hi ha hagut uns costos que bàsicament ha sigut la compra dels productes per fer el tast a cegues. A continuació s'adjunta el total dels costos:

TOTAL DE COSTOS	
Carrefour	13,92 €
DIA	9,59 €
El Corte Inglés	4,15 €
TOTAL	27,66 €

▲*Figura 17. Taula del total de costos d'aquest treball de recerca.*

Per tant, el total de costos d'aquest treball de recerca; bàsicament ha sigut per dur a terme la part pràctica, i ha estat de **27,66€.**

En un principi em vaig proposar demanar a les empreses que em subministressin aquests productes (o com a mínim els de la marca blanca), atès que els fem publicitat de la seva marca però després de veure que no contestaven ni als correus, vaig descartar totalment la idea. Tot i això, crec que són uns diners ben invertits ja que a partir d'aquests productes he après molt i he pogut extreure'n moltes conclusions.

9.- Resultats del tast a cegues

A continuació es troben adjunts els resultats del tast a cegues que es va realitzar a 58 persones (20 per cada supermercat, excepte l'empresa El Corte Inglés, els productes de la qual van ser tastats per 18 persones). Per representar-ho de forma senzilla d'entendre, s'ha utilitzat una "X" per indicar que han encertat el producte de marca blanca i un "-" per indicar el contrari. Posteriorment a cada taula de respostes individualitzades, es troben les respostes esquematitzades amb la corresponent freqüència absoluta i també percentual. *Podeu observar els resultats a continuació*.

Sexe i franja d'edat	**PRODUCTE**	**Galetes digestives (Gullón)**	**Orxata de xufa (Chufi)**	**Batut de cacau (Puleva)**	**Suc de fruita amb llet, gust tropical (Juver)**
D, -30		-	X	X	X
D, -30		-	X	-	X
D, -30		X	X	-	-
H, -30		X	-	-	X
D, -30		-	X	X	-
H, -30		X	-	X	X
H, -30		X	-	X	-
D, -30		-	-	-	-
H, -30		X	-	X	X
H, -30		-	-	X	X
D, 30-50		-	-	X	-
D, 30-50		X	X	X	-
D, 30-50		X	-	-	X
D, 30-50		X	X	X	X
D, 30-50		X	-	-	X
D, -30		-	-	X	-
H, 30-50		X	-	X	-
D, 30-50		-	X	-	-

H, 30-50		-	-	X	-
D, 30-50		-	X	X	-
H, 50+		X	X	X	-

	Galetes digestives (Gullón)	Orxata de xufa (Chufi)	Batut de cacau (Puleva)	Suc de fruita amb llet, gust tropical (Juver)	Freqüència absoluta	% de galetes digestives	% orxata de xufa	% de batut de cacau	% de suc de fruita amb llet, gust tropical
Correcta	11	9	14	9	43	52,4%	42,9%	66,7%	42,9%
Incorrecta	10	12	7	12	41	47,6%	57,1%	33,3%	57,1%
Total de respostes	21	21	21	21	84	100%	100%	100%	100%

▲*Figura 18. Productes tastats de Carrefour.*

Sexe i franja d'edat	***PRODUCTE***	**logurts bio desnatats (Danone)**	**Suc de taronja (Don Simón)**	**Galetes digestives (Gullón)**
D, -30		-	X	X
D, -30		X	-	X
D, -30		-	X	X
H, -30		X	-	X
D, -30		X	-	X
H, 50+		-	X	-
D, 50+		X	X	-
D, 30-50		-	X	X
H, 30-50		-	X	-
H, 50+		-	X	-

D, 50+		-	X	-
H, 50+		X	X	-
D, 30-50		-	X	X
D, 50+		-	X	X
H, -30		X	X	-
D, 50+		-	X	-
H, 30-50		-	-	-
H, -30		-	-	X
H,-30		-	-	-
D, 30-50		-	-	-

	Iogurts bio desnatats (Danone)	**Suc de taronja (Don Simón)**	**Galetes digestives (Gullón)**	**Freqüència absoluta**	**% de iogurts bio desnatats**	**% de suc de taronja**	**% de galetes digestives**
Correcta	6	13	9	28	30,00%	65,00%	45,00%
Incorrecta	14	7	11	32	70,00%	35,00%	55,00%
Total de respostes	20	20	20	60	100,00%	100,00%	100,00%

▲Figura 19. Productes de DIA utilitzats pel tast a cegues.

Sexe i franja d'edat	***PRODUCTE***	**Galetes digestives (Gullón)**	**Llet sencera (Central Lechera Asturiana)**
H, 50+		X	X
D, 50+		X	-
D, 30-50		X	-

H, 30-50		X	-
H, 50+		X	-
D, 50+		X	-
H, 50+		X	X
D, 30-50		-	X
D, 50+		-	-
H, -30		X	-
D, 50+		X	-
H, 30-50		X	X
H, -30		-	X
H, -30		X	-
D, 30-50		X	-
D, -30		-	X
H, -30		X	-
H, -30		X	-

	Galetes digestives (Gullón)	**Llet sencera (Central Lechera Asturiana)**	**Freqüència absoluta**	**% de galetes digestives amb xocolata**	**% de llet sencera**
Correcta	14	6	20	77,78%	33,33%
Incorrecta	4	12	16	22,22%	66,67%
Total de respostes	**18**	**18**	**36**	**100,00%**	**100,00%**

▲*Figura 20. Productes utilitzats pel tast, d'El Corte Inglés.*

També es troben adjuntes les respostes del tast a cegues que correspon a les galetes digestives Gullón, ja que també s'han estudiat amb les tres empreses.

	Carrefour	DIA	El Corte Inglés	Total	% de Carrefour	% de DIA	% d 'El Corte Inglés
Correcta	11	9	14	34	52,38%	45,00%	77,78%
Incorrecta	10	11	4	25	47,62%	55,00%	22,22%
Total de respostes	21	20	18	59	100,00%	100,00%	100,00%

▲*Figura 21. Respostes del tast a cegues de les galetes de marca original Gullón.*

10.- Índex d'il·lustracions del treball

Figura 1. Fotografia del supermercat Carrefour d'Igualada……..…...……1

Figura 2. Pastas Gallo amb l'estratègia de marca paraigua…….....…....9

Figura 3. Exemple de marques per línies de producte: Zumosol i Pascual……...…...9

Figura 4. Productes de marca blanca, en aquest cas, Alteza…….……..10

Figura 5. Respostes de "quines marques blanques consumeixes?" l'any 2013……....11

Figura 6. Logo de l'Agència Catalana del Consum……..12

Figura 7. Citació d' Ignacio Larracoechea, president de Promarca…...……..…..13

Figura 8. Productes de marca blanca als inicis……...…13

Figura 9. Anàlisi del domini del mercat alimentari a Catalunya el 2007, realitzat per la direcció general del Comerç de la Generalitat……...…...17

Figura 10. Principals preocupacions dels espanyols durant el temps de crisi. Font: Nielsen Consumer Confidence Survey, abril 2009……..18

Figura 11. Productes relacionats amb la xocolata de les diverses marques *luxcount* espanyoles……..…....22

Figura 12. Article "Guerra oberta a la marca blanca".....23

Figura 13. Article "La marca o la vida" del *diari El Punt Avui*…….....24

Figura 14. Article "Espanya lidera el consum de marca blanca a Europa".....25

Figura 15. Botiga física d'un Carrefour……..29

Figura 16. Altres estratègies de l'empresa Carrefour……...…….. 30

Figura 17. Anàlisi DAFO de l'empresa Carrefour……..31

Figura 18. Una de les primeres botigues a Madrid, coneguda com "La Plaza de DIA"....32

Figura 19. Anàlisi DAFO de DIA……..34

Figura 20. Botiga física d'El Corte Inglés…….……...…..35

Figura 21. Anàlisi DAFO d'El Corte Inglés……37

Figura 22. Correlació estadística entre els preus dels productes (marca del distribuïdor i de renom) amb les tres empreses juntament amb el coeficient de Pearson) i el seu grau de dependència…….....40

Figura 23. Comparació de productes entre els originals i els del distribuïdor de les tres empreses diferents……43

Figura 24. Respostes de les enquestes: en general, pel que fa a les dones i després, als homes……...46
Figura 25. Preferències de tipus de producte segons cada franja d'edat……49
Figura 26. Motius pels quals es prefereix la de productes de marca blanca o original…..52
Figura 27. Productes de Carrefour seleccionats pel tast a cegues……...54
Figura 28. Productes de l'empresa DIA seleccionats pel tast a cegues……...54
Figura 29. Productes d'El Corte Inglés seleccionats pel tast a cegues……55
Figura 30. Respostes del tast a cegues amb els productes de les tres empreses: Carrefour, DIA i El Corte Inglés, respectivament……...……...56
Figura 31. Respostes del tast a cegues en el cas de les galetes digestives (Gullón).....58
Figura 32. Portada i codi QR del vídeo del tast a cegues……..……59

11.- Índex de les figures dels annexos

Figura 1. Gràfic de l'evolució de la renda familiar bruta disponible.

Figura 2. Correu enviat a Carrefour (prensa.es@carrefour.com) però sense obtenir resposta.

Figura 3. Correu enviat a Grup Dia (comunicacion@diagroup.com) també sense resposta.

Figura 4. Correu enviat a El Corte Inglés (servicio_clientes@elcorteingles.es).

Figura 5. Resposta al correu enviat a El Corte Inglés.

Figura 6. Respostes de l'enquesta.

Figura 7. Resum esquemàtic de les respostes de les enquestes.

Figura 8. Productes escollits per analitzar-ne els preus de l'empresa Carrefour.

Figura 9. Taula amb els preus dels productes escollits de l'empresa DIA.

Figura 10.Taula amb els preus dels productes d'El Corte Inglés.

Figura 11. Altres dades estadístiques de Carrefour; on la x significa el producte de marca blanca i la y, els originals.

Figura 12. Altres dades estadístiques de DIA; on la x significa el producte de marca blanca i la y, els originals.

Figura 13. Altres dades estadístiques d'El Corte Inglés; on la x significa el producte de marca blanca i la y, els originals.

Figura 14. Tiquet dels productes comprats a Carrefour.

Figura 15.Tiquet dels productes comprats a DIA.

Figura 16. Tiquet de compra al Corte Inglés.

Figura 17. Taula del total de costos d'aquest treball de recerca.

Figura 18. Productes tastats de Carrefour.

Figura 19. Productes de DIA utilitzats pel tast a cegues.

Figura 20. Productes utilitzats pel tast a cegues, d'El Corte Inglés.

Figura 21. Respostes del tast a cegues de les galetes de marca original Gullón.