

ANEXOS

ANEXO N°1**ENTREVISTA A LOS QUE TOMAN DECISIONES EN LA EMPRESA
CEPAS DEL VALLE**

Nombre: Mildreth Altamirano Bustos

Nombre: María Luisa Bustos de Altamirano

1. ¿A qué rubro pertenece la empresa?

La empresa Cepas del Valle pertenece al rubro Vitivinícola.

2. ¿Qué productos ofrece la empresa?

Ofrece una gran variedad de vinos como ser:

- Vinos varietales: Malbec, Viogner, Syrah y Sauvignon Blanc.
- Vinos de mesa en damajuana: Vino tinto y vino blanco
- Vinos de mesa en botella: vino tinto y vino blanco
- Vinos especiales: Vino tinto tipo oporto, vino dulce tipo patero, clarete semidulce
- Singani: Singani etiqueta negra, singani etiqueta roja

3. ¿Cuál de los diferentes productos es el más vendido? ¿Por qué?

El producto más vendido es el Vino Común Blanco

4. ¿Por qué razón cree usted que vende más ese producto?

El Vino Común Blanco tuvo más aceptación en los clientes por el precio, como también por la calidad del producto.

5. ¿Cuál es el producto menos vendido?

Los productos que menos se vende son Syrah y Sauvignon Blanc.

6. ¿Por qué razón cree usted que es el menos vendido?

La razón por la cual el vino Syrah y Sauvignon Blanc es el menos vendido es porque no lo hicimos conocer, lo que hace que muy pocas personas conozcan el producto.

7. ¿En qué se diferencian sus productos con los de su competencia?

Nos diferenciamos de la competencia en cuanto al precio y calidad, ya que ofrecemos los productos a un precio más económico.

8. ¿Cómo son los precios de sus productos con relación a la competencia?

Los precios de los productos que ofrecemos son más bajos en relación a la competencia. Como por ejemplo los precios de los productos que salen de Bodega son:

- Vino Común a 11 Bs la botella
- Vino Dulces a 20 bs
- Vino Varietal 35 Bs
- Singani 40 Bs.

9. ¿Actualmente qué medios de comunicación utiliza usted para hacer conocer sus productos?

Teníamos difusión por radio, pero lo cortamos porque no llegaba a muchas personas. Y en la actualidad no utilizamos ningún medio de comunicación para hacer conocer nuestros productos.

Pero si contamos con una página de Facebook, llamada “Cepas del Valle piscos y vinos” aunque ya hace tiempo que no actualizamos la página.

10. ¿La empresa realiza algún incentivo posterior a la venta de sus productos que favorezca al cliente?

Si, ya que por cada cierta cantidad se da una bonificación del mismo producto, es decir que, si compran 50 paquetes o más les damos aparte de eso, más de nuestro producto, esto con la intención de que beneficie al comprador.

11. ¿Ofrece productos innovadores en relación a la competencia?

Los productos que la empresa ofrece son similares en relación a la competencia.

12. ¿Cuándo van a ofrecer sus productos a los revendedores o mayoristas ¿Cómo convencen a sus clientes para que compren?

Les preguntamos acerca de que, si quieren vender nuestros productos, por lo tanto, no contamos con un grupo de vendedores especializados o capacitados para ofrecer nuestros productos, solo contamos con distribuidores donde ellos se encargan de convencer al cliente a que compre.

13. ¿Quiénes considera que son sus principales competidores?

Nuestros principales competidores son todas las bodegas medianas, como por ejemplo: Vinos Vilte, Vinos Dulces de la Casa Vieja, La Victoria, Casa Real, bodegas Hohlmann.

14. ¿Realiza algún tipo de auspicios en algunos eventos?

No, no realizamos ningún tipo de auspicio.

15. Los medios de publicidad que utiliza ¿Considera que llega a los consumidores?

La empresa tiene una debilidad en cuanto a la publicidad, ya que no cuenta con ningún medio de comunicación para llegar a los consumidores o para difundir nuestros productos a las personas.

16. Según su punto de vista, ¿Cree usted que la empresa es conocida por la población tarijeña?

No, ya que el punto más débil de la empresa es la falta de comunicación de nuestros productos a la población tarijeña, lo cual impide a la empresa ser conocida, como también vender más de nuestros productos.

ANEXO N°2
SONDEO DE OPINIÓN

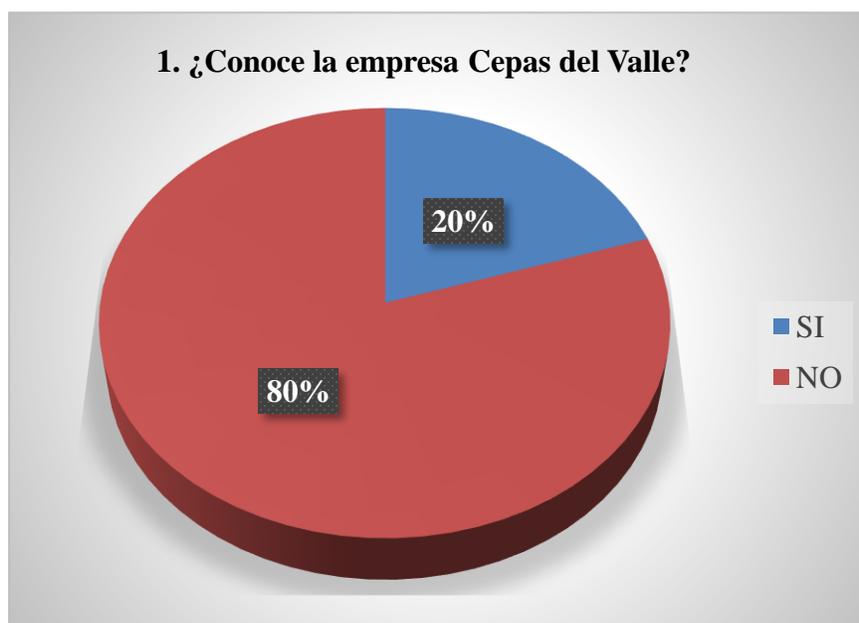
Entrevista personal dirigido a las personas de la ciudad de Tarija, para determinar el conocimiento que tienen sobre la empresa Cepas del Valle.

1. ¿Conoce la empresa Cepas del Valle?
2. ¿Alguna vez ha escuchado hablar sobre la empresa Cepas del valle?
3. ¿Tiene conocimiento sobre los productos que ofrece la empresa?
4. ¿Usted ha adquirido algún producto de la empresa Cepas del Valle?

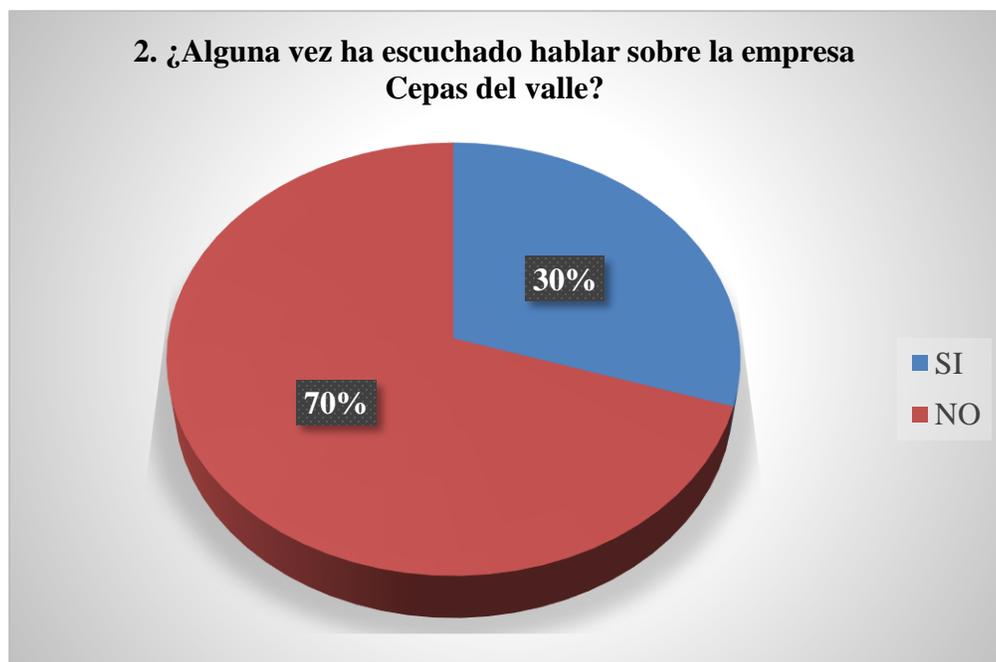
ANEXO N°3

TABULACIÓN DEL SONDEO DE OPINIÓN

1. ¿Conoce la empresa Cepas del Valle?			
A	SI	8	20%
B	NO	32	80%
Total		40	100%



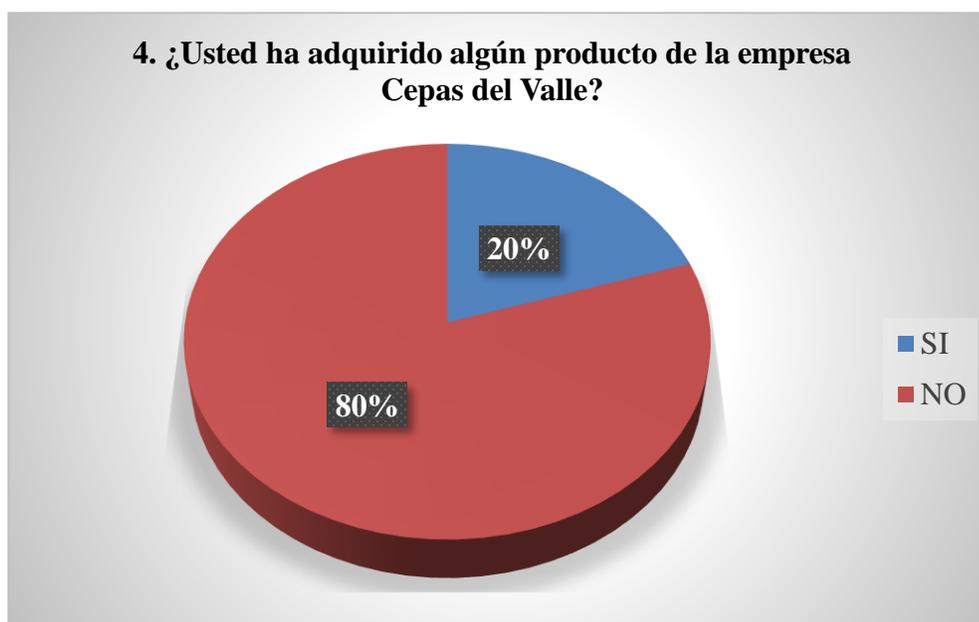
5. ¿Alguna vez ha escuchado hablar sobre la empresa Cepas del valle?			
A	SI	12	30%
B	NO	28	70%
Total		40	100%



3. ¿Tiene conocimiento sobre los productos que ofrece la empresa?			
A	SI	8	20%
B	NO	32	80%
Total		40	100%



4. ¿Usted ha adquirido algún producto de la empresa Cepas del Valle?			
A	SI	6	15%
B	NO	34	85%
Total		40	100%



ANEXO N°4

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como finalidad identificar las tendencias de la población con relación a las estrategias promocionales. La información será utilizada para fines académicos. Agradecemos su colaboración de antemano.

1. De la siguiente lista de empresas de vinos, ¿a cuál o cuáles usted conoce?

- Milcast (Aranjuez)
 La cabaña (Kohlberg)
 Campos de Solana
 La concepción
 Cepas del Valle
 Vinos Vilte
 Casa Vieja

2. La empresa de vinos de su preferencia ¿Realiza algún tipo de promoción?

- Descuentos
 Muestras gratis
 Obsequios
 Ninguno
 Otros.....

3. En el siguiente cuadro, se toma en cuenta algunos atributos del vino ¿Qué factor considera importante al momento de comprar el producto?

	Nada importante	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante
Disponibilidad					
Promociones					
Precio					
Sabor					
Envase					

4. ¿Cuál es el grado de conocimiento que tiene usted sobre los productos que ofrece la empresa Cepas del Valle? Si su respuesta es 1=Nada, pase a la pregunta 10.

	1	2	3	
Nada				Mucho

5. ¿De qué manera conoció a la empresa de vinos y singanis Cepas del Valle?

- En ferias o exposiciones
 Recomendación de amigos(as) o familiares
 Por publicidad
 Otros.....

6. ¿Alguna vez consumió algún producto de la empresa Cepas del Valle? (Si su respuesta es NO, pasar a la pregunta 9)

Sí

No

7. Marque el grado de satisfacción que tuvo luego de consumir algún producto de la empresa Cepas del Valle.

	1	2	3	4	5	
Nada satisfecho						Muy satisfecho

8. A continuación, se presentan algunas opiniones sobre la empresa Cepas del Valle. Favor de indicar si está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las características:

	Por completo en desacuerdo	En desacuerdo	No estoy de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Por completo de acuerdo
No ofrece variedad de sus productos					
Tiene precios moderados					
Vende productos de alta calidad					
No se hace conocer					
No es activa en redes sociales ni medios de comunicación					

9. ¿Alguna vez, vio o escuchó alguna publicidad de la empresa Cepas del Valle en medios de comunicación o medios sociales?

Sí

No

10. ¿Cuáles son los medios de comunicación de su mayor preferencia?

- Televisión
 Radio
 Periódico
 Internet

11. ¿Qué emisora de radio escucha con mayor frecuencia?

- Radio Fides
 Radio Atlantida
 Radio Aclo
 Radio Tropical
 Ninguno
 Otros.....

12. ¿Qué canal de televisión mira con mayor frecuencia?

- Unitel
 Red Uno
 Bolivisión
 ATB
 TVU
 Otros.....

13. ¿Cuál es el periódico que lee con mayor frecuencia?

- El país
 Andaluz
 La razón
 Nuevo Sur
 Ninguno
 Otros.....

14. Marque los horarios en que recurre a los medios de comunicación que fueron de su preferencia

- Mañana
 Medio día
 Tarde
 Noche

15. Al momento de buscar información de algún producto en redes sociales, prefiere hacerlo a través de:

- Facebook
 WhatsApp
 Instagram
 Twitter

16. ¿Cuáles son las promociones que son de su preferencia?

- Cupones
 Descuentos por cantidad
 Muestras gratis
 Regalos promocionales
 Descuentos directos

17. Marque la opción correspondiente al rango de su edad

- 18-29 años de edad
 30-39 años de edad
 40-49 años de edad
 50-79 años de edad

Gracias por su colaboración...

ANEXO N°5

**Ventas del año de la empresa Cepas del Valle según programa de ventas
Fecha 01/04/18 al 31/03/19 (En unidades de fardos)**

N°	PRODUCTO	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	total
1	Singani Etiqueta Negra 750cc	10	20	50	30	20	50	30	20	20	30	10	10	300
2	Singani Etiqueta Roja 750cc	5	4	1	3	1	1	15	10	10	0	0	0	50
3	Vino Blanco CV 4650cc	100	150	120	200	300	480	700	800	1000	150	200	300	4.500
4	Vino Blanco CV 700cc	3050	2895	2503	2330	2168	2635	2952	6060	9509	8068	4730	3100	50.000
5	Vino Blanco Don Juan 4650cc	200	400	300	250	500	600	900	850	1000	500	200	300	6.000
6	Vino dulce Clarete 700cc	20	30	50	70	100	200	200	300	400	100	30	0	1.500
7	Vino Patero 700cc	20	10	20	50	30	50	60	20	30	5	5	0	300
8	Vino Tinto CV 4650cc	30	50	80	50	40	150	200	300	500	200	300	100	2.000
9	Vino Tinto CV 700cc	3010	2955	2606	2403	2300	2806	3099	8056	10560	9410	4545	3250	55.000
10	Vino Tinto Don Juan 4650cc	100	150	200	500	600	700	800	500	600	200	300	350	5.000
11	Vino Tinto Tipo Oporto 700cc	80	100	150	50	100	150	250	200	170	20	150	80	1.500
12	Vino Tinto Syrah 750cc	10	15	20	30	5	3	5	10	2	0	0	0	100
	Total en unidades	6635	6779	6100	5966	6164	7825	9211	17126	23801	18683	10470	7490	126.250

ANEXO N°6

**Ventas del año de la empresa Cepas del Valle según programa de ventas
Fecha 01/04/19 al 31/03/20 (En unidades de fardos)**

N°	PRODUCTO	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Total
1	Singani Etiqueta Negra 750cc	20	30	50	30	60	20	30	35	10	5	8	2	300
2	Singani Etiqueta Roja 750cc	2	3	5	10	2	5	6	5	4	3	4	1	50
3	Vino Blanco CV 4650cc	50	60	200	300	400	600	500	700	900	350	200	40	4.300
4	Vino Blanco CV 700cc	3050	2895	2503	2330	2168	2635	2952	6060	9509	8068	4730	1100	48.000
5	Vino Blanco Don Juan 4650cc	200	150	300	200	500	600	800	1000	900	500	300	130	5.580
6	Vino Dulce Clarete 700cc	20	80	100	150	200	300	200	80	100	50	10	10	1.300
7	Vino Patero 700cc	10	20	30	40	50	60	30	20	10	4	4	2	280
8	Vino Tinto CV 4650cc	50	30	50	100	70	80	100	150	200	50	60	5	945
9	Vino Tinto CV 700cc	3010	2955	2606	2403	2300	2806	3099	8056	10560	9410	4545	2250	54.000
10	Vino Tinto Don Juan 4650cc	150	300	500	600	300	50	300	500	600	100	200	20	3.620
11	Vino Tinto Tipo Oporto 700cc	80	100	30	50	60	100	150	250	300	100	50	5	1.275
12	Vino tinto Syrah 750cc	5	3	10	15	15	10	15	5	5	5	5	7	100
	Total En Unidades	6647	6626	6384	6228	6125	7266	8182	16861	23098	18645	10116	3572	119.750

ANEXO N°7

**Ventas del año de la empresa Cepas del Valle según programa de ventas
Fecha 01/04/20 al 31/03/21 (En unidades de fardos)**

N°	PRODUCTO	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Total
1	Singani Etiqueta Negra 750cc	0	0	0	0	10	20	30	15	10	5	5	5	100
2	Singani Etiqueta Roja 750cc	0	0	0	0	2	4	3	2	5	3	1	0	20
3	Vino Blanco CV 4650cc	0	0	0	0	50	100	200	300	200	50	60	40	1.000
4	Vino Blanco CV 700cc	0	0	0	0	100	150	250	300	100	50	20	30	1.000
5	Vino Blanco Don Juan 4650cc	0	0	0	0	20	30	150	100	150	20	10	20	500
6	Vino Dulce Clarete 700cc	0	0	0	0	50	20	30	80	100	10	10	0	300
7	Vino Patero 700cc	0	0	0	0	10	5	20	30	10	8	9	8	100
8	Vino Tinto CV 4650cc	0	0	0	0	30	50	60	80	100	20	30	10	380
9	Vino Tinto CV 700cc	0	0	0	0	30	100	20	50	40	30	10	20	300
10	Vino Tinto Don Juan 4650cc	0	0	0	0	10	20	5	10	5	10	5	5	70
11	Vino Tinto Tipo Oporto 700cc	0	0	0	0	10	20	30	50	30	10	5	5	160
12	Vino tinto Syrah 750cc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total En Unidades	0	0	0	0	322	519	798	1017	750	216	165	143	3.930

ANEXO N°8

Participación de mercado

Producto	Cepas del Valle	Milcast	Kohlberg	Campos de Solana	La Concepción	Total
Vino Blanco	2%	25%	52%	15%	5%	100%
Vino dulce Clarete	2%	21%	60%	13%	4%	100%
Vino Patero	1%	29%	54%	14%	2%	100%
Vino Tinto	2%	28%	47%	18%	5%	100%
Vino Tinto Tipo Oporto	2%	33%	39%	23%	4%	100%
Vino Tinto Syrah	1%	37%	47%	11%	3%	100%
Total	2%	29%	50%	16%	4%	100%