

ANEXO N° 1



UNIVERSIDAD AUTONOMA
<< JUAN MISAEL SARACHO >>
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION Y ADM. APLICADA
Campus El "Tejar" - Tel. 6640042-6642535 Int.-130 - Fax 00591-4-6633913
E-mail: victorvaca @ uajms.edu.bo Tarija - Bolivia

Tarija, 26 de febrero de 2019
DPTO.-ADM. y ADM. APLICADA Of. N° 013/2019

Señor:
Lic. Willam Miranda Olmos
GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA "DELIS"

Ref.: Solicitud para realizar un proyecto de Investigación

Mediante la presente me dirijo a Ud. Con el propósito de hacerle conocer lo siguiente.

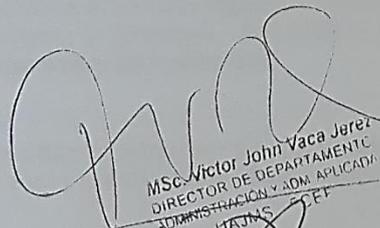
Que las universitarias Hilda Romero Portal y Thalia Videz Vega, cursan el décimo semestre de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, dependiente de la Universidad Juan Misael Saracho, desean realizar un trabajo de investigación de la Materia de Trabajo de Profesionalización en la prestigiosa empresa que usted tan diligentemente la dirige.

Pero para ello necesitamos de su aceptación, de tal manera que podamos identificar un problema puntualmente en el Área de Marketing y elaborar una propuesta que permita solucionar la problemática, para lo cual se necesitarán información de la Empresa para poder llegar a la identificación del problema, este proyecto de Investigación será de mucha utilidad para su empresa.
De ser necesario se podría firmar un convenio de cooperación entre la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras y la Empresa Delis.

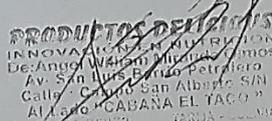
Con este motivo, y no dudando de su aceptación aprovecho la coyuntura para saludarlo cordialmente.

Atentamente

V.V.J./Mr.
Cc. /Arc


MSc. Victor John Vaca Jerez
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO
ADMINISTRACION Y ADM. APLICADA
UAJMS - D.E.F.





ANEXO N° 2

ENTREVISTA PERSONAL

El día viernes 1 de marzo del presente, visitamos las instalaciones de la empresa DELIS ubicada en el barrio perolero avenida san Luis, calle 10 de noviembre, tuvimos una entrevista con el gerente general sr. William Miranda Olmos dueño de la empresa y el gerente comercial sr Sergio Alfaro, los cuales nos brindaron la siguiente información.

La empresa “DELICIOUS” fue creada en 1999 por una iniciativa familiar es una empresa productora de jugos naturales y agua, nace con el objetivo de promover el consumo de frutas ya que son una fuente importante de nutrientes.

En la gestión 2010 la empresa cambia de nombre a DELIS al igual que varios de sus productos que ha lanzado al mercado tarijeño recientemente. Esta empresa se encuentra a cargo de su propietario William Miranda el cual está a cargo de toda la organización como gerente general.

La empresa DELIS es una empresa encargada de la elaboración de mezclas de jugos naturales de frutas, con el objetivo de maximizar la cantidad de nutrientes en sus 9 presentaciones de jugos y agua mineral. Dirigido a personas que laboran y viven en la ciudad de Tarija que deseen consumir bebidas naturales, adaptadas a su estilo de vida y/o necesidad, impulsando un estilo de vida sano y generando bienestar en los clientes.

También nos indicaron su misión y visión pero que no está socializada en la empresa, estas se describen a continuación:

Misión

“Delis es una empresa dedicada a la elaboración de refrescos naturales de calidad con el propósito de satisfacer al mercado regional y nacional, actualizando constantemente el trabajo con esfuerzo y tecnología, dedicación y responsabilidad, para así logren satisfacer las expectativas del consumidor”.

Visión

“Ser una empresa líder en el mercado regional y nacional en la elaboración e innovación de refrescos de fruta y una variedad productos naturales de muy buena calidad”.

ANEXO N° 3

PREGUNTAS RELIZADAS AL GERENTE COMERCIAL SERGIO ALFARO EN LA ENTREVISTA

1. ¿Qué productos ofrece su empresa?

Actualmente la empresa delis ofrece productos naturales como: Jugo Vida Soya, Jugo de Pera, Jugo de Pelón, Jugo de Manzana, Jugo de Linaza roja, Jugo de Durazno, Cebada Alojerita, Agua Delfí, Refresco de Linaza, los mismos que se ofrecen a los consumidores en presentaciones de dos litros, sachets y agua en botellón de 20litros y de 2 litros.

2. ¿Qué es lo que la empresa desea proporcionara a sus clientes a través de sus productos?

Lo que buscamos es brindar a nuestros consumidores es calidad, satisfacción, nutrición, haciendo que nuestros consumidores se sientan satisfechos al momento de adquirir nuestro producto.

3. ¿Cuál es la competencia directa que tiene la empresa?

Nuestros competidores son todas aquellas empresas que se dedican al mismo rubro o mismo tipo de producto, por ejemplo, las empresas como la roqueña, delicia, del valle, jugos sfrut, Tampico, jumbo, y las personas que elaboran refrescos de manera artesanal.

4. ¿Qué es lo que le diferencia a su empresa de la competencia?

Nuestra empresa se caracteriza por brindar a la población jugos y refrescos naturales elaborados con frutas del lugar, se realiza la distribución a tiendas de barrio, supermercados para facilitar la adquisición del producto, a precios accesibles a toda la población.

5. ¿Para usted ofrecer un producto de calidad que significa?

La calidad para nosotros significa que el consumidor reciba satisfacción por el monto de dinero que está cancelando por el producto de nuestra de nuestra empresa, es decir debemos brindar un producto de calidad accesible al cliente, demostrándole que su satisfacción y reincidencia de compra de nuestros productos es importante.

6. ¿Qué hace la empresa para hacer conocer sus productos?

Actualmente la empresa para hacer conocer sus productos cuenta con afiches, publicidad por: radio, televisión y redes sociales, los cuales nos ayudan a mejorar las ventas de nuestra empresa.

7. ¿Cómo proyecta ve proyectada a su empresa en los próximos cinco años?

Se pretende alcanzar un posicionamiento bien establecido en el mercado con clientes potenciales a través de una segmentación de nuestro nicho de mercado, ser una de la mayor rentabilidad ante la competencia, para así ser líderes en el mercado tarijeño.

8. ¿Usted se considera necesario realizar un estudio profundo de investigación para poder determinar su mercado?

Es importante para tener un mercado bien definido, realizar un estudio, ya que, al momento de abrir nuestras puertas a los consumidores, la parte de determinar el mercado, determinar precio, no estuvo bien definida es por ello que ahora que estamos atravesando un poco de esas consecuencias

ANEXO N° 4

EMPRESA DELIS

Productos con lo que cuenta la empresa

PRODUCTOS DELIS	
Jugo Vida Soya	
Jugo de Pera	
Jugo de Pelón	
Jugo de Manzana	
Jugo de Linaza roja	
Jugo de Durazno	
Cebada Alojgerita	
Agua Delfí	
Refresco de Linaza	

	
---	--

ANEXO N°5

GUÍA PARA LAS SESIONES DE GRUPO

OBJETIVO. Conocer la percepción, identidad e imagen que tienen ciertos consumidores hacia los de los productos DELIS y comportamiento de compra.

MÉTODO. Se pretenderá la interacción entre los participantes y moderadores por medio de una guía de preguntas para lograr el objetivo principal.

PARTICIPANTES. Se elegirán a 24 consumidores entre hombres y mujeres de la ciudad de Tarija.

NÚMERO TOTAL DE GRUPOS.4

FECHA. viernes 10 y sábado 11 de mayo del 2019.

LUGAR Y HORA. En la universidad A.J.M.S. aula E.1.4. en horarios de 8:30 am a 10:30 am. con una duración de una hora por grupo.

GUÍA DE DISCUSIÓN.

I. Introducción.

- Presentación de los participantes, moderadores y temas a tratar.
- Reglas.
- Mencionar la importancia de sus opiniones para el estudio.
- Resaltar que no se juzgará a nadie, que no hay respuestas buenas o malas.

II. Guía de Preguntas

PREGUNTAS	OBJETIVO
¿Han probado los productos DELIS? ¿Por qué?	<ul style="list-style-type: none">• Conocer sus experiencias anteriores y cómo determinan sus expectativas y aprendizaje.• Motivos que los llevó a probar ó a no probar los productos.
¿Cuál es el estereotipo de una persona que consume productos DELIS?	<ul style="list-style-type: none">• Saber qué imagen y significado tienen en su mente de estos estímulos.
¿Qué imagen tienen de las empresas que se dedican al mismo rubro?	<ul style="list-style-type: none">• Determinar qué tan fija es la imagen que tienen.
¿Qué pasaría si mis amistades me vieran tomando productos DELIS?	<ul style="list-style-type: none">• Identificar los beneficios que perciben del producto.• Identificar si perciben alto o bajos beneficios.
¿Cómo relacionan a DELIS con Tarija?	<ul style="list-style-type: none">• Valor cultural

<p>¿Cómo creen que es su elaboración?</p> <p>Pruebas Sensoriales. Color, olor, sabor.</p> <p><u>Variedad</u> Jugo Vida Soya Jugo de Pera Jugo de Pelón Jugo de Manzana Jugo de Linaza roja Jugo de Durazno Cebada Alojgerita Agua Delfí Refresco de Linaza</p> <p>Motivos por los cuáles consumirían un producto natural</p> <p>¿Cuáles es el momento preferidos para consumir los productos? ¿Por qué? ¿Qué buscan en ese momento?</p> <p>Cuando asisten a un lugar a comprar productos. ¿por qué van? ¿y qué factores les impulsa a comprar los productos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el grado de conocimiento sobre su elaboración. • Evaluación de la respuesta hacia el estímulo primario. • Notar si existe cambio en la imagen al probarlo; por ejemplo, de calidad • Analizar si existe diferencia en el nivel de umbral entre los diferentes tipos de pruebas. • Identificar los elementos que los lleva a consumir productos naturales. • Conocer los momentos en que los gusta consumir. • Comportamientos en dichos momentos de consumo. • Criterios de selección que utilizan. • Medir que factores de marketing influyen: Precio, Plaza, Promoción, distribución • Sensibilidad a la apariencia física.
---	--

III. Cierre. Agradecimientos

ANEXOS N°6
SESIONES DE GRUPO





ANEXO N° 7
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MESES				
	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Elección del tema y empresa	18 – 20				
Entrevista con el gerente de la empresa	21				
PERFIL DE INVESTIGACIÓN	20	07			
*Antecedentes	21				
*Justificación	21				
*Planteamiento del problema	22 – 23				
*Hipótesis	23				
*Objetivos de investigación	25				
*Diseño metodológico y técnicas de investigación	27				
*Alcance	28				
*Bibliografía		05			
*Cronograma de actividades	21	07			
*Esquema de investigación		06			
Presentación del perfil		08			
MARCO TEORICO					
DIAGNOSTICO					
PROPUESTA				31	
REVISION DEL TRABAJO Y DEFENZA					X

ANEXO N° 8

N°	1
NOMBRE DEL AUTOR U AUTORES	Hilda Romero Portal Thalía Videz Vega
TÍTULO	Plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa Delis
JUSTIFICACIÓN	<p>Justificación teórica</p> <p>Actualmente las empresas no son capaces de evolucionar o reaccionar a las necesidades cambiantes del mercado tienden a desaparecer. Es por ello que en hoy es necesario el uso de marketing que permitan a las empresas determinar las necesidades reales del mercado, desarrollar y lanzar los productos y servicios de manera adecuada, de tal forma que se diseñen estrategias aplicables que aporten al crecimiento de este tipo de organizaciones.</p> <p>Así mismo es muy importante manejar un plan de marketing que permita a delis proyectar sus esfuerzos para mejorar su posicionamiento en el mercado</p> <p>Justificación practica</p> <p>Los resultados que se obtendrán con esta investigación, permitirán presentar utilidades para la solución del problema que está atravesando la empresa. En este sentido el presente proyecto de investigación pretende proponer un plan de marketing para la empresa que contenga todo el marco teórico y toda la aplicación práctica para su adecuada y posterior implementación y que permita hacer frente a la competencia que opera en su sector</p> <p>Justificación social</p> <p>Este proyecto será favorable tanto para la empresa como para la sociedad porque al generar mejores ventas para la empresa Delis, se generará una contribución al crecimiento económico de la ciudad de Tarija. Además de dar a conocer a la población una opción para adquirir los productos ofertados por la empresa.</p>

<p>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</p>	<p>¿Qué instrumento de marketing permitirá mejorar el posicionamiento de la empresa Delis Tarija durante los periodos 2019 - 2020?</p>
<p>HIPÓTESIS</p>	<p>Que con un diseño de plan de marketing será el instrumento que facilitará a la empresa Delis tener mejor posicionamiento en el mercado tarijeño</p>
<p>OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Diseñar un plan de marketing como herramienta que permita mejorar el posicionamiento de la empresa Delis en el mercado tarijeño</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definir claramente el segmento de mercado actual y potenciales para la empresa -Determinar la misión y visión de la empresa -Establecer estrategias y políticas para diferenciarnos de la competencia -Estudiar estrategias en función del marketing mix -Indagar el grado de participación de los clientes.
<p>MÉTODOS Y TÉCNICAS</p>	<p>Tipos de investigación</p> <p>Según Hernández Sampieri</p> <p>*Exploratoria</p> <p>Mediante esta investigación se recopilará información para el planteamiento del problema, se identificará las necesidades que tiene la empresa, con esta investigación se facilitara la información para elaborar la propuesta.</p> <p>*Explicativa</p> <p>En el presente trabajo se utilizara esta investigación para explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas.</p>

	<p>Tipo de Estudio</p> <p>-Cuantitativo</p> <p>Se utilizará valores numéricos estadísticos como: determinación del tamaño de la muestra para la encuesta, tabulación, análisis e interpretación de datos</p> <p>-Cualitativo</p> <p>Se recopilará información y se realizarán registros de los fenómenos que serán de estudio para este proyecto</p> <p>Métodos de investigación</p> <p>Según Bisquerra</p> <p>*Métodos de análisis</p> <p>Es aquel que se preocupa en dividir todo en partes y revisar cuidadosamente cada una de las partes, identificando las partes de interés.</p> <p>*Método deductivo</p> <p>En este método todo el empeño de la investigación se basa en partir de una premisa para esquematizar y concluir la situación de estudio, deduciendo el camino a tomar para implementar las soluciones.</p> <p>*Método estadístico</p> <p>Método que permite realizar el análisis de los datos para transformarlos en información y de allí extraer resultados, conclusiones y recomendaciones.</p> <p>Técnicas de recolección de información</p> <p>*Entrevista</p> <p>Esta técnica de recopilación de información nos ayudará a adquirir información respecto de lo que se investiga, esta puede ser estructurada y no estructurada.</p> <p>*Encuesta</p> <p>Es una técnica de adquisición de información mediante un cuestionario previamente elaborado para realizar la investigación de mercado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en</p>
--	--

una muestra sobre un asunto dado, se utilizará el muestro aleatorio simple para determinar la muestra.

Utilizando la siguiente formula

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Fuentes de información

Para la recopilación de datos se utilizó información necesaria y relevante para la realización de la investigación.

*** Fuentes primarias**

-Fuentes de información primaria interna

La información que se obtendrá será proporcionada por el gerente de la empresa Delis para conocer posibles problemas que se están suscitando lo cual servirá para la formulación del problema central del proyecto y la realización de la encuesta a la población objetivo de estudio.

-Fuente de información primaria externa.

Se obtendrá la información de los competidores en general del mercado objetivo de los clientes y para obtener dicha información se aplicará diferentes técnicas como la entrevista personal y la encuesta a la población bajo estudio.

***Fuentes secundarias**

-Fuentes de información secundaria interna

Información que dispone la empresa sin embargo no son originadas por la misma.

-Fuentes de información secundaria externa

Información que será obtenida del exterior de la empresa que han sido elaboradas con anterioridad de carácter general por diversas personas o instituciones.

Fuentes como ser libros, documentos de páginas web, datos de instituciones como el INE y funda empresa.

<p>DELIMITACIÓN</p>	<p>Alcance teórico</p> <p>La presente investigación comprende conocimientos de marketing correspondiente al departamento de administración aplicada.</p> <p>Alcance temporal</p> <p>El análisis del presente trabajo de investigación abarcará la recopilación de información correspondiente a los últimos dos años (2017-2018) y su proyección de las estrategias será del primer año.</p> <p>Alcance espacial</p> <p>La investigación se realizará en Bolivia departamento de Tarija provincia cercado específicamente en el área urbana de la ciudad</p>
<p>ASENTAMIENTO BIBLIOGRÁFICO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. BAPTISTA LUCIO PILAR, FERNÁNDEZ COLLADO CARLOS, HERNÁNDEZ SAMPIERI, ROBERTO, (1998) <i>Metodología de la Investigación</i>. Ed 2^{da} Graw Hill Latinoamericana. 2. BEHAR RIVERO DANIEL S. (2008). <i>Metodología de la Investigación</i> Ed. Rubeira. Shalom 3. BRIONES G. (1995) <i>Métodos y Técnicas de Investigación</i>. Ed. Trillas. 4. CUTROPIA FERNANDEZ CARLOS (2003) <i>Plan de Marketing Paso a Paso</i> Ed 2^{da}. 5. FIDIAS G. ARIAS (2012) <i>El Proyecto de Investigación: introducción a la metodología científica</i> (Ed 6ta) caracas república bolivariana Venezuela: Edit. Episteme. 6. HERNÁNDEZ SAMPIERI ROBERTO (2014) <i>Metodología de la Investigación</i> Ed. 6ta Mc Graw Hill education. 7. HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ BAPTISTA. (1994) <i>Metodología de la Investigación</i>. McGraw Hill. Colombia

	<ol style="list-style-type: none">8. LAMB- HAIR DANIEL (1998) Marketing. Ed internacional Thomson; Ed. 4^{ta}9. LAMBIN, JEAN- JACQUES (1997) Marketing Estrategico. Mc Graw Hill Interamericana de España S.A10. LIND DUOGLAS A. (2009) <i>Estadística para Administración y Economía</i> Ed. 3^{ra} Irwin- Mc Graw-Hill.
--	--

ANEXO N°9

	ESTUDIOS EXPLORATORIOS	ESTUDIOS DESCRIPTIVOS	ESTUDIOS EXPLICATIVOS	ESTUDIOS CORRELACIONALES
Objetivos	Es examinar un tema u problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.	Buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis	Van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o porque se relacionan dos o más variables.	Tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. La utilidad principal es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables relacionadas
Características	Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto en particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras o sugerir afirmaciones y postulados.	Son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación Estos estudios pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos las variables a las que se refieren	Son más estructuradas que los estudios con los demás alcances y de hecho implican los propósitos de estos (exploración, descripción y correlación o asociación); además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia.	Esta investigación tiene en alguna medida, un valor explicativo, aunque parcial ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aportan cierta información explicativa. Se distinguen de los descriptivos principalmente en que los descriptivos se centran en medir con precisión las variables individuales. Los estudios correlacionales evalúan el grado de vinculación entre dos o más variables pudiéndose incluir varios pares de evaluaciones de esta naturaleza en una sola investigación.

ANEXO N° 10

Tarija será el tercer departamento en crecimiento poblacional en 2020

Economía



Tarija será el tercer departamento en crecimiento poblacional en 2020 | ARCHIVO

Redacción Central

Publicado el 15/04/2018 a las 0h00

En Tarija habrá más gente en los próximos tres años. Según la Fundación Jubileo, será el tercer departamento con crecimiento poblacional previsto hasta 2020, después de Pando y Santa Cruz; contrariamente a La Paz, Sucre y Potosí que tendrán un porcentaje mucho menor con tasas de crecimiento poblacional inferiores al 1 por ciento.

En 2020, superará el medio millón de habitantes, aunque sea todavía en número pequeña con relación a las grandes ciudades capitales del país. En su composición poblacional tendrá a más gente joven y adulta mayor inserta en procesos de generación de riqueza o mantención del gasto público.

Según las proyecciones poblacionales del Instituto Nacional de Estadística (INE), el departamento de Tarija contaba en 2017 con 553 mil habitantes, 50,5 por ciento hombres y 49,5 por ciento mujeres.

Entre los indicadores demográficos para 2017, se proyectan alrededor de 12.000 nacimientos, la tasa bruta de natalidad es de 22,1 nacimientos por cada mil

habitantes y la tasa bruta de mortalidad llega a 5,9 defunciones por cada mil habitantes. La esperanza de vida en Tarija es de 73 años.

La población del municipio de Tarija (capital del departamento y de la provincia Cercado) llegó a alrededor de 247 mil habitantes proyectados para 2017, y para 2020 habrá cerca de 268.000 personas en esta región.

EDUCACIÓN

Indicadores sociodemográficos

Según el Censo 2012, Tarija registra una tasa de alfabetismo de la población de 15 años o más de 95,9 por ciento, en tanto que la tasa de asistencia escolar de la población de seis a 19 años llega a 87,5 por ciento.

De la población de 19 años o más, 35,4 por ciento alcanza el nivel secundario de instrucción; 31,3 por ciento, el nivel superior; y 23,1 por ciento, primaria.

<http://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20180415/tarija-sera-tercer-departamento-crecimiento-poblacional-2020>

ANEXO N°11

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES, IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN

N°	TIEMPO	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
		SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
	ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Presentación del plan al propietario																								
2	Aprobación del plan por parte de los interesados																								
3	Implementación del plan																								
4	Seguimiento de la implementación																								
5	Evaluación de la implementación																								
6	Correcciones y modificaciones																								

ANEXO N° 12

ENCUESTA

Este cuestionario tiene un propósito estrictamente académico, se realiza para obtener datos verídicos y realizar un análisis con las percepciones de los clientes a cerca de la empresa DELIS Tarija, por favor llenar con sinceridad. Gracias por su tiempo y colaboración.

1. ¿Usted conoce los productos que ofrece la empresa DELIS de Tarija?

Sí
 No

2. ¿Cómo evalúa a los productos de la empresa DELIS? Marque con una X la alternativa de su preferencia.

Muy mala	Mala	Regular	Bueno	Muy bueno

3. Cuando piensa en saciar su sed ¿Qué empresa de jugos naturales se le viene a la mente?

Del valle
 Roqueña
 Delizia
 Tampico

Otros (mencione).....

4. De la pregunta anterior ¿Usted cree que la calidad del producto justifica el precio que tiene?

Sí No

5. ¿Qué productos que ofrece la empresa DELIS es de su mayor preferencia? Califique de 1 al 9 siendo uno el más importante y 9 el menos importante y el (0) que nunca consumió.

	Jugo Vida Soya
	Jugo de Pera
	Jugo de Pelón
	Jugo de Manzana
	Jugo de Linaza roja
	Jugo de Durazno
	Cebada Alojgerita
	Agua Delfí
	Refresco de Linaza

6. En las siguientes afirmaciones encierre el número de su agrado indicando si está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de ellas en la escala siguiente.

1= Total desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Indiferente		4= De acuerdo 5= Total de acuerdo			
Afirmaciones	Total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total de acuerdo
Para usted la empresa DELIS a comunicado con claridad los productos que ofrece.	1	2	3	4	5
El producto no está bien ubicado o accesible a la venta.	1	2	3	4	5
El precio de los productos DELIS puede hacerle parecer de dudosa procedencia.	1	2	3	4	5
Te sientes satisfecho cuando consumes los productos DELIS.	1	2	3	4	5
Para usted es relevante la frase “sano, delicioso y nutritivo”.	1	2	3	4	5

7. ¿Cuál es la razón por la cual consume los productos de la empresa DELIS?

a) Por su calidad	
b) Por su precio	
c) Por su presentación	
d) Por la cantidad de contenido	
e) Por el diseño	
f) Por la durabilidad del producto	

8. Al momento de adquirir los productos DELIS como considera los siguientes aspectos. encierre en un círculo el numero con el que esté de acuerdo en las siguientes escalas de manera positiva y negativa según su criterio, teniendo en cuenta que:

Los positivos: 1= satisfecho, 2= casi bueno, 3= bueno, 4= muy bueno, 5= excelente	
Los negativos: -1= insatisfecho, - 2= casi malo, -3= malo, -4= muy malo, - 5= pésimo	
+5	+5
+4	+4
+3	+3
+2	+2
+1	+1
Calidad del producto	Satisfacción del producto
-1	-1
-2	-2
-3	-3
-4	-4
-5	-5

9. ¿En qué rango se encuentra su ingreso mensualmente? Por favor marcar con una X

1000bs- 2000bs	
2000bs- 3000bs	
3000bs-4000bs	
4000bs-5000bs	
5000bs- mas	

10. ¿Cuánto de su ingreso destina para el consumo de productos como refrescos y jugos naturales al mes?

50bs- 100bs	
100bs- 200bs	
200bs-Más	

11. ¿Cuánto tiempo ya es cliente de la empresa DELIS? Marque con una X la alternativa correcta.

- a) Menos de un año
- b) un año
- c) De 1 año a 2 años
- d) De 2 años a mas

12. ¿A través de qué medios de comunicación se enteró de los productos que ofrece la empresa DELIS? Marque con una X las opciones de su preferencia.?

- a) Televisión
- b) Radio
- c) Internet / redes sociales
- d) Amigos / familiar
- e) Otros (especifiqué)

13. ¿Alguna vez usted recibió algún producto en promoción por parte de la empresa?

- Si
- No

14. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información publicitaria de los productos DELIS? Marque con una X las opciones de su preferencia

Televisión	
Radio	
Face book	
WhatsApp	
Periódico	
Página web	

15. ¿Qué canal televisivo es de su preferencia? Marcar la opción de preferencia

Unitel	
ATB	
Red Uno	
Plus TV	

16. ¿Recomendaría a otras personas consumir productos de la empresa DELIS? Marque con una X la alternativa de su preferencia

Definitivamente No	Probablemente no	Indeciso	Probablemente sí	Definitivamente Sí

17. ¿Si desearía realizar un pedido de los productos por que medio le gustaría realizarlo?

- a) Teléfono
- b) Página web
- c) WhatsApp
- d) Facebook
- e) Instagram

18. ¿De dónde adquiere usted los productos DELIS?

Tiendas de barrio	
Supermercados	
Ferías	
Quioscos	

19. ¿Considera que los precios de los productos DELIS son accesibles para la población?

- Sí
No

20. En las siguientes afirmaciones encierre el número de su agrado indicando si está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de ellas en la escala siguiente.

1= total desacuerdo		4= de acuerdo			
2= en desacuerdo		5= total de acuerdo			
3= indiferente					
afirmaciones	total desacuerdo	en desacuerdo	indiferente	de acuerdo	total de acuerdo
Los productos DELIS tienen buen sabor.	1	2	3	4	5
Los productos DELIS son nutritivos.	1	2	3	4	5
Los productos DELIS son refrescantes.	1	2	3	4	5
Los productos DELIS son naturales.	1	2	3	4	5
Los productos DELIS tienen buena presentación.	1	2	3	4	5

21. ¿Cuál de los siguientes factores es de su preferencia al momento de realizar su compra?

Envase	
Diseño	
Color	
Sabor	

22. ¿En qué situaciones suele consumir los productos DELIS?

- En el Almuerzo
- Para compartir
- En eventos especiales
- Para saciar su sed

23. ¿Al escuchar la palabra DELIS que mensaje le viene a la mente?

- Felicidad
- Nutrición
- Refrescante
- Deseo
- Salud

24. ¿Cuál de las siguientes marcas es de su preferencia?

- La roqueña
- Delizia
- Tampico
- Delis
- Del valle

25. ¿Qué factores son de su preferencia al momento de consumir un jugo natural?

- Olor agradable
- Color atractivo
- Buen sabor
- fresco

26. ¿En su opinión general como califica el consumo de los jugos naturales?

- Extremadamente favorable
- Muy favorable
- Algo favorable
- No tan favorable
- Nada favorable

ANEXO N° 14

PERSONAS Nº	ESCALA LIKERT				
	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5
1	4	2	4	4	1
2	4	4	2	1	2
3	4	4	2	5	2
4	3	2	5	4	2
5	3	4	2	3	4
6	3	4	3	4	2
7	4	4	1	4	5
8	4	4	2	4	2
9	1	1	4	1	1
10	1	2	2	5	2
11	5	4	2	5	2
12	4	5	3	4	2
13	4	4	2	5	2
14	1	4	1	1	1
15	3	4	2	3	2
16	4	4	1	4	1
17	4	4	2	5	4
18	4	4	2	5	2
19	1	5	1	5	2
20	4	4	3	5	3
21	1	4	2	3	2
22	4	4	3	3	4
23	4	4	2	3	2
24	4	5	2	3	2
25	4	4	2	3	3
26	2	4	2	3	1
27	4	4	1	4	2
28	4	4	2	5	3
29	1	4	2	5	1
30	2	4	2	5	2
31	1	4	2	5	2
32	1	4	2	4	2
33	4	4	1	3	1
34	4	3	1	5	1
35	2	4	1	5	1
36	3	4	1	4	1
37	4	4	1	5	1
38	4	4	2	4	2
39	2	3	2	4	1

40	4	4	1	5	2
41	4	5	1	5	1
42	1	4	1	5	5
43	5	3	2	5	4
44	3	4	1	3	1
45	5	4	1	3	2
46	3	4	3	4	1
47	2	3	1	3	2
48	5	4	1	5	3
49	2	3	2	4	3
50	5	4	2	5	2
51	2	3	3	5	5
52	2	4	1	4	2
53	2	4	3	4	3
54	2	4	3	5	2
55	2	2	2	5	2
56	5	4	1	4	2
57	5	4	2	3	4
58	2	3	3	4	3
59	5	4	1	5	2
60	2	3	1	4	2
61	3	4	1	4	2
62	2	4	3	3	2
63	1	4	1	4	2
64	4	4	2	5	1
65	2	4	1	5	2
66	2	2	1	4	2
67	3	4	2	4	3
68	4	3	3	3	2
69	4	4	2	5	2
70	2	4	2	5	2
71	4	2	3	2	3
72	4	4	1	2	1
73	4	4	2	4	2
74	2	4	1	4	2
75	3	3	3	5	2
76	4	4	2	5	1
77	2	4	1	4	1
78	4	4	2	3	2
79	3	4	3	4	3
80	2	1	1	4	1
81	3	3	3	3	2
82	3	3	5	2	1

83	3	3	3	3	3
84	2	4	1	3	1
85	2	4	1	1	2
86	2	2	1	5	1
87	4	5	2	4	2
88	4	5	2	5	1
89	3	5	3	3	4
90	5	2	3	3	3
91	4	1	2	4	2
92	5	4	1	4	2
93	3	4	1	5	2
94	4	3	2	4	2
95	3	5	1	4	2
96	1	5	2	5	2
97	3	4	1	4	1
98	4	4	1	4	1
99	2	5	2	4	5
100	5	5	1	5	2
101	3	5	2	4	2
102	3	5	1	4	3
103	4	3	2	3	3
104	2	3	1	5	2
105	2	4	2	4	2
106	3	5	1	2	3
107	4	3	2	3	3
108	3	3	1	3	3
109	4	3	2	4	2
110	3	5	1	5	2
111	4	3	2	3	3
112	5	3	1	4	2
113	2	3	2	3	2
114	4	3	1	3	2
115	4	3	2	4	3
116	3	3	1	5	2
117	3	5	2	3	2
118	3	3	1	2	2
119	3	5	2	5	2
120	2	3	4	3	3
121	3	3	2	2	2
122	2	5	1	5	1
123	3	3	1	4	2
124	2	5	2	3	1

125	2	3	4	3	1
126	5	5	2	4	4
127	2	3	4	4	1
128	3	5	1	5	1
129	2	5	2	3	2
130	3	5	1	3	1
131	3	5	1	4	3
132	4	4	2	3	3
133	4	5	3	4	1
134	4	5	2	4	3
135	4	4	3	3	4
136	3	2	2	4	3
137	4	4	1	5	1
138	4	4	4	3	2
139	4	4	3	5	5
140	4	5	2	4	3
141	3	2	2	5	1
142	4	4	2	5	3
143	4	4	3	4	2
144	3	2	2	4	1
145	4	3	3	5	2
146	1	1	1	4	1
147	3	4	1	4	2
148	3	4	2	5	1
149	3	4	2	5	2
150	3	4	3	2	3
151	4	5	2	5	4
152	4	4	3	4	3
153	3	4	2	4	2
154	3	5	2	4	1
155	3	4	1	4	1
156	3	4	2	5	2
157	4	4	3	3	3
158	4	3	3	3	1
159	2	5	1	4	3
160	3	5	3	5	2
161	4	4	2	4	1
162	3	5	4	2	4
163	1	4	2	4	2
164	4	3	3	3	3
165	4	3	3	4	2
166	5	4	1	4	3
167	4	3	2	4	3
168	4	5	3	5	2

169	2	3	3	5	3
170	4	5	3	4	2
171	4	5	2	5	2
172	4	4	2	5	2
173	4	4	3	4	2
174	2	4	4	4	3
175	4	3	2	4	2
176	4	4	2	4	2
177	4	4	1	4	2
178	4	3	3	5	1
179	2	3	4	4	1
180	3	4	3	5	2
181	4	3	5	5	2
182	1	4	1	5	1
183	4	4	2	5	3
184	3	4	1	4	2
185	2	3	2	4	5
186	4	4	1	4	2
187	4	4	2	5	4
188	4	4	1	5	2
189	4	3	3	5	2
190	4	4	3	4	3
191	3	4	1	5	2
192	3	4	2	3	1
193	4	3	1	3	1
194	4	4	2	3	2
195	4	4	1	5	3
196	3	2	2	3	2
197	4	2	1	4	1
198	3	4	2	2	3
199	4	4	1	5	2
200	4	3	3	4	2
201	4	4	2	5	1
202	3	4	2	4	2
203	4	3	3	5	2
204	5	4	1	5	4
205	4	4	2	5	2
206	3	3	3	4	2
207	3	4	2	3	2
208	5	3	2	4	3
209	1	4	5	5	1
210	4	4	2	4	1
211	3	3	3	5	3
212	1	4	3	5	1

213	4	3	2	2	1
214	1	4	1	4	2
215	5	3	4	4	1
216	3	4	3	3	2
217	4	3	3	3	3
218	5	2	1	5	1
219	3	4	1	2	3
220	4	3	2	3	4
221	3	3	3	4	2
222	4	3	2	4	2
223	3	4	1	1	1
224	3	5	2	4	3
225	4	3	1	5	2
226	2	5	1	4	1
227	4	3	1	3	3
228	3	5	2	5	2
229	3	3	1	4	2
230	3	3	2	4	5
231	2	5	1	5	1
232	4	4	2	5	2
233	5	5	4	5	4
234	5	3	2	5	2
235	3	5	2	4	1
236	3	3	2	5	2
237	5	5	2	4	2
238	5	5	1	4	5
239	2	3	2	5	2
240	2	3	2	5	2
241	4	5	1	5	2
242	3	5	2	5	3
243	1	1	2	5	2
244	3	2	1	5	1
245	2	5	2	4	1
246	5	4	1	5	1
247	4	4	1	5	1
248	5	4	1	3	2
249	2	5	1	4	1
250	4	5	1	4	3
251	2	3	2	4	4
252	4	3	1	5	1
253	2	5	2	3	3
254	4	3	2	4	3
255	2	5	2	4	2
256	4	3	2	3	2

257	3	3	2	5	2
258	3	3	2	4	1
259	4	5	1	2	2
260	4	5	2	5	3
261	4	5	2	4	1
262	2	5	2	4	1
263	4	5	2	4	1
264	2	3	2	4	1
265	4	5	2	5	2
266	4	3	2	4	2
267	3	2	2	5	3
268	5	4	3	3	4
269	5	4	1	4	1
270	4	4	1	3	2
271	3	3	2	2	3
272	1	4	1	1	1
273	4	3	2	4	1
274	2	2	1	4	1
275	4	4	2	3	2
276	4	4	1	5	5
277	4	4	1	5	3
278	4	5	2	4	2
279	4	5	1	3	3
280	3	4	2	4	3
281	4	4	1	5	2
282	4	5	3	3	1
283	3	5	2	5	2
284	3	5	3	4	2
285	3	2	1	5	2
286	4	2	2	4	2
287	3	5	1	5	1
288	2	3	2	5	1
289	4	3	3	4	2
290	5	4	4	5	4
291	3	4	2	2	2
292	4	3	3	5	2
293	2	4	2	5	1
294	3	4	2	4	1
295	3	3	1	2	2
296	4	3	3	3	3
297	4	5	2	1	1
298	5	5	1	4	2
299	2	4	1	4	1
300	4	5	1	5	2

301	4	3	2	4	2
302	4	3	3	4	1
303	2	5	2	1	2
304	2	4	2	5	1
305	2	5	2	4	1
306	3	1	1	4	2
307	4	4	2	4	1
308	4	5	2	5	1
309	4	5	2	5	3
310	5	4	4	4	2
311	4	5	3	4	1
312	4	4	2	2	1
313	3	5	3	2	4
314	5	4	4	4	4
315	4	5	2	5	1
316	4	5	3	5	1
317	5	4	2	2	2
318	4	4	3	3	1
319	4	4	1	5	2
320	3	5	2	2	2
321	4	5	3	3	2
322	4	4	1	4	2
323	4	3	1	3	2
324	4	4	2	4	2
325	4	4	2	5	1
326	4	5	3	2	3
327	4	5	1	2	5
328	4	2	2	4	3
329	4	5	3	5	3
330	5	5	5	4	5
331	4	2	2	4	2
332	4	4	2	1	2
333	5	5	4	4	1
334	5	5	2	5	2
335	3	4	5	5	1
336	5	5	3	3	1
337	4	4	2	4	1
338	3	2	2	2	2
339	4	5	1	1	1
340	5	3	1	4	2
341	5	5	3	3	1
342	4	4	1	2	2
343	4	5	2	4	2
344	5	5	1	5	2

345	3	3	3	3	2
346	4	1	2	4	2
347	4	3	4	4	1
348	4	4	1	4	3
349	4	5	2	5	3
350	2	5	1	4	1
351	4	4	2	4	1
352	3	5	3	3	3
353	5	4	2	4	2
354	4	2	1	5	2
355	4	4	2	5	2
356	5	5	4	4	1
357	5	1	2	4	2
358	4	4	2	4	3
359	5	5	1	5	3
360	4	3	2	4	3
361	3	2	5	5	1
362	4	4	1	5	1
363	4	4	1	4	2
364	5	4	2	5	1
365	4	4	1	4	2
366	4	4	2	4	1
367	4	4	2	4	2
368	3	3	1	5	1
369	4	4	2	5	2
370	4	3	4	5	1
371	5	4	1	4	3
372	4	5	2	4	5
373	2	5	1	5	1
374	4	5	2	4	4
375	3	3	1	5	1
376	4	5	2	4	2
377	4	5	2	4	3
378	2	5	1	4	1
379	4	4	2	4	4
380	3	3	2	4	1
381	5	5	2	4	2

1= Total Desacuerdo

2= En Desacuerdo

3= Indiferente

4= De Acuerdo

5= Total De Acuerdo

ANEXO N° 15

PERSONAS Nº	ESCALA LIKERT				
	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5
1	4	2	4	4	1
2	4	4	2	1	2
3	4	4	2	5	2
4	3	2	5	4	2
5	3	4	2	3	4
6	3	4	3	4	2
7	4	4	1	4	5
8	4	4	2	4	2
9	1	1	4	1	1
10	1	2	2	5	2
11	5	4	2	5	2
12	4	5	3	4	2
13	4	4	2	5	2
14	1	4	1	1	1
15	3	4	2	3	2
16	4	4	1	4	1
17	4	4	2	5	4
18	4	4	2	5	2
19	1	5	1	5	2
20	4	4	3	5	3
21	1	4	2	3	2
22	4	4	3	3	4
23	4	4	2	3	2
24	4	5	2	3	2
25	4	4	2	3	3
26	2	4	2	3	1
27	4	4	1	4	2
28	4	4	2	5	3
29	1	4	2	5	1
30	2	4	2	5	2
31	1	4	2	5	2
32	1	4	2	4	2
33	4	4	1	3	1
34	4	3	1	5	1
35	2	4	1	5	1
36	3	4	1	4	1
37	4	4	1	5	1
38	4	4	2	4	2
39	2	3	2	4	1
40	4	4	1	5	2
41	4	5	1	5	1
42	1	4	1	5	5

43	4	5	2	4	2
44	4	5	2	5	1
45	3	5	3	3	4
46	5	2	3	3	3
47	4	1	2	4	2
48	5	4	1	4	2
49	3	4	1	5	2
50	4	3	2	4	2
51	3	5	1	4	2
52	1	5	2	5	2
53	3	4	1	4	1
54	4	4	1	4	1
55	2	5	2	4	5
56	5	5	1	5	2
57	3	5	2	4	2
58	3	5	1	4	3
59	4	3	2	3	3
60	2	3	1	5	2
61	2	4	2	4	2
62	3	5	1	2	3
63	4	3	2	3	3
64	3	3	1	3	3
65	4	3	2	4	2
66	3	5	1	5	2
67	4	3	2	3	3
68	5	3	1	4	2
69	2	3	2	3	2
70	4	3	1	3	2
71	4	3	2	4	3
72	3	3	1	5	2
73	3	5	2	3	2
74	3	3	1	2	2
75	3	5	2	5	2
76	2	3	4	3	3
77	3	3	2	2	2
78	2	5	1	5	1
79	3	3	1	4	2
80	2	5	2	3	1
81	2	3	4	3	1
82	5	5	2	4	4
83	2	3	4	4	1
84	3	5	1	5	1
85	2	5	2	3	2
86	3	5	1	3	1
87	3	5	1	4	3
88	5	3	2	5	4

89	3	4	1	3	1
90	5	4	1	3	2
91	3	4	3	4	1
92	2	3	1	3	2
93	5	4	1	5	3
94	2	3	2	4	3
95	5	4	2	5	2
96	2	3	3	5	5
97	2	4	1	4	2
98	2	4	3	4	3
99	2	4	3	5	2
100	2	2	2	5	2
101	5	4	1	4	2
102	5	4	2	3	4
103	2	3	3	4	3
104	5	4	1	5	2
105	2	3	1	4	2
106	3	4	1	4	2
107	2	4	3	3	2
108	1	4	1	4	2
109	4	4	2	5	1
110	2	4	1	5	2
111	2	2	1	4	2
112	3	4	2	4	3
113	4	3	3	3	2
114	4	4	2	5	2
115	2	4	2	5	2
116	4	2	3	2	3
117	4	4	1	2	1
118	4	4	2	4	2
119	2	4	1	4	2
120	3	3	3	5	2
121	4	4	2	5	1
122	2	4	1	4	1
123	4	4	2	3	2
124	3	4	3	4	3
125	2	1	1	4	1
126	3	3	3	3	2
127	3	3	5	2	1
128	3	3	3	3	3
129	2	4	1	3	1
130	2	4	1	1	2
131	2	2	1	5	1
132	4	4	2	3	3
133	4	5	3	4	1
134	4	5	2	4	3

135	4	4	3	3	4
136	3	2	2	4	3
137	4	4	1	5	1
138	4	4	4	3	2
139	4	4	3	5	5
140	4	5	2	4	3
141	3	2	2	5	1
142	4	4	2	5	3
143	4	4	3	4	2
144	3	2	2	4	1
145	4	3	3	5	2
146	1	1	1	4	1
147	3	4	1	4	2
148	3	4	2	5	1
149	3	4	2	5	2
150	3	4	3	2	3
151	4	5	2	5	4
152	4	4	3	4	3
153	3	4	2	4	2
154	3	5	2	4	1
155	3	4	1	4	1
156	3	4	2	5	2
157	4	4	3	3	3
158	4	3	3	3	1
159	2	5	1	4	3
160	3	5	3	5	2
161	4	4	2	4	1
162	3	5	4	2	4
163	1	4	2	4	2
164	4	3	3	3	3
165	4	3	3	4	2
166	5	4	1	4	3
167	4	3	2	4	3
168	4	5	3	5	2
169	2	3	3	5	3
170	4	5	3	4	2
171	4	5	2	5	2
172	4	4	2	5	2
173	4	4	3	4	2
174	2	4	4	4	3
175	4	3	2	4	2
176	4	4	2	4	2
177	4	4	1	4	2
178	4	3	3	5	1
179	2	3	4	4	1
180	3	4	3	5	2
181	4	3	5	5	2

182	1	4	1	5	1
183	4	4	2	5	3
184	3	4	1	4	2
185	2	3	2	4	5
186	4	4	1	4	2
187	4	4	2	5	4
188	4	4	1	5	2
189	4	3	3	5	2
190	4	4	3	4	3
191	3	4	1	5	2
192	3	4	2	3	1
193	4	3	1	3	1
194	4	4	2	3	2
195	4	4	1	5	3
196	3	2	2	3	2
197	4	2	1	4	1
198	3	4	2	2	3
199	4	4	1	5	2
200	4	3	3	4	2
201	4	4	2	5	1
202	3	4	2	4	2
203	4	3	3	5	2
204	5	4	1	5	4
205	4	4	2	5	2
206	3	3	3	4	2
207	3	4	2	3	2
208	5	3	2	4	3
209	1	4	5	5	1
210	4	4	2	4	1
211	3	3	3	5	3
212	1	4	3	5	1
213	4	3	2	2	1
214	1	4	1	4	2
215	5	3	4	4	1
216	3	4	3	3	2
217	4	3	3	3	3
218	5	2	1	5	1
219	3	4	1	2	3
220	4	3	2	3	4
221	3	3	3	4	2
222	4	3	2	4	2
223	3	4	1	1	1
224	3	5	2	4	3
225	4	3	1	5	2
226	2	5	1	4	1
227	4	3	1	3	3
228	3	5	2	5	2

229	3	3	1	4	2
230	3	3	2	4	5
231	2	5	1	5	1
232	4	4	2	5	2
233	5	5	4	5	4
234	5	3	2	5	2
235	3	5	2	4	1
236	3	3	2	5	2
237	5	5	2	4	2
238	5	5	1	4	5
239	2	3	2	5	2
240	2	3	2	5	2
241	4	5	1	5	2
242	3	5	2	5	3
243	1	1	2	5	2
244	3	2	1	5	1
245	2	5	2	4	1
246	5	4	1	5	1
247	4	4	1	5	1
248	5	4	1	3	2
249	2	5	1	4	1
250	4	5	1	4	3
251	2	3	2	4	4
252	4	3	1	5	1
253	2	5	2	3	3
254	4	3	2	4	3
255	2	5	2	4	2
256	4	3	2	3	2
257	3	3	2	5	2
258	3	3	2	4	1
259	4	5	1	2	2
260	4	5	2	5	3
261	4	5	2	4	1
262	2	5	2	4	1
263	4	5	2	4	1
264	2	3	2	4	1
265	4	5	2	5	2
266	4	3	2	4	2
267	3	2	2	5	3
268	5	4	3	3	4
269	5	4	1	4	1
270	4	4	1	3	2
271	3	3	2	2	3
272	1	4	1	1	1
273	4	3	2	4	1
274	2	2	1	4	1
275	4	4	2	3	2

276	4	4	1	5	5
277	4	4	1	5	3

278	4	5	2	4	2
279	4	5	1	3	3

280	3	4	2	4	3
281	4	4	1	5	2
282	4	5	3	3	1
283	3	5	2	5	2
284	3	5	3	4	2
285	3	2	1	5	2
286	4	2	2	4	2
287	3	5	1	5	1
288	2	3	2	5	1
289	4	3	3	4	2
290	5	4	4	5	4
291	3	4	2	2	2
292	4	3	3	5	2
293	2	4	2	5	1
294	3	4	2	4	1
295	3	3	1	2	2
296	4	3	3	3	3
297	4	5	2	1	1
298	5	5	1	4	2
299	2	4	1	4	1
300	4	5	1	5	2
301	4	3	2	4	2
302	4	3	3	4	1
303	2	5	2	1	2
304	2	4	2	5	1
305	2	5	2	4	1
306	3	1	1	4	2
307	4	4	2	4	1
308	4	5	2	5	1
309	4	5	2	5	3
310	5	4	4	4	2
311	4	5	3	4	1
312	4	4	2	2	1
313	3	5	3	2	4
314	5	4	4	4	4
315	4	5	2	5	1
316	4	5	3	5	1
317	5	4	2	2	2

318	4	4	3	3	1
319	4	4	1	5	2
320	3	5	2	2	2
321	4	5	3	3	2
322	4	4	1	4	2
323	4	3	1	3	2
324	4	4	2	4	2
325	4	4	2	5	1
326	4	5	3	2	3
327	4	5	1	2	5
328	4	2	2	4	3
329	4	5	3	5	3
330	5	5	5	4	5
331	4	2	2	4	2
332	4	4	2	1	2
333	5	5	4	4	1
334	5	5	2	5	2
335	3	4	5	5	1
336	5	5	3	3	1
337	4	4	2	4	1
338	3	2	2	2	2
339	4	5	1	1	1
340	5	3	1	4	2
341	5	5	3	3	1
342	4	4	1	2	2
343	4	5	2	4	2
344	5	5	1	5	2
345	3	3	3	3	2
346	4	1	2	4	2
347	4	3	4	4	1
348	4	4	1	4	3
349	4	5	2	5	3
350	2	5	1	4	1
351	4	4	2	4	1
352	3	5	3	3	3
353	5	4	2	4	2
354	4	2	1	5	2
355	4	4	2	5	2

356	5	5	4	4	1
357	5	1	2	4	2
358	4	4	2	4	3
359	5	5	1	5	3
360	4	3	2	4	3
361	3	2	5	5	1
362	4	4	1	5	1
363	4	4	1	4	2
364	5	4	2	5	1
365	4	4	1	4	2
366	4	4	2	4	1
367	4	4	2	4	2
368	3	3	1	5	1
369	4	4	2	5	2
370	4	3	4	5	1
371	5	4	1	4	3
372	4	5	2	4	5
373	2	5	1	5	1
374	4	5	2	4	4
375	3	3	1	5	1
376	4	5	2	4	2
377	4	5	2	4	3
378	2	5	1	4	1
379	4	4	2	4	4
380	3	3	2	4	1
381	5	5	2	4	2

1= Total Desacuerdo

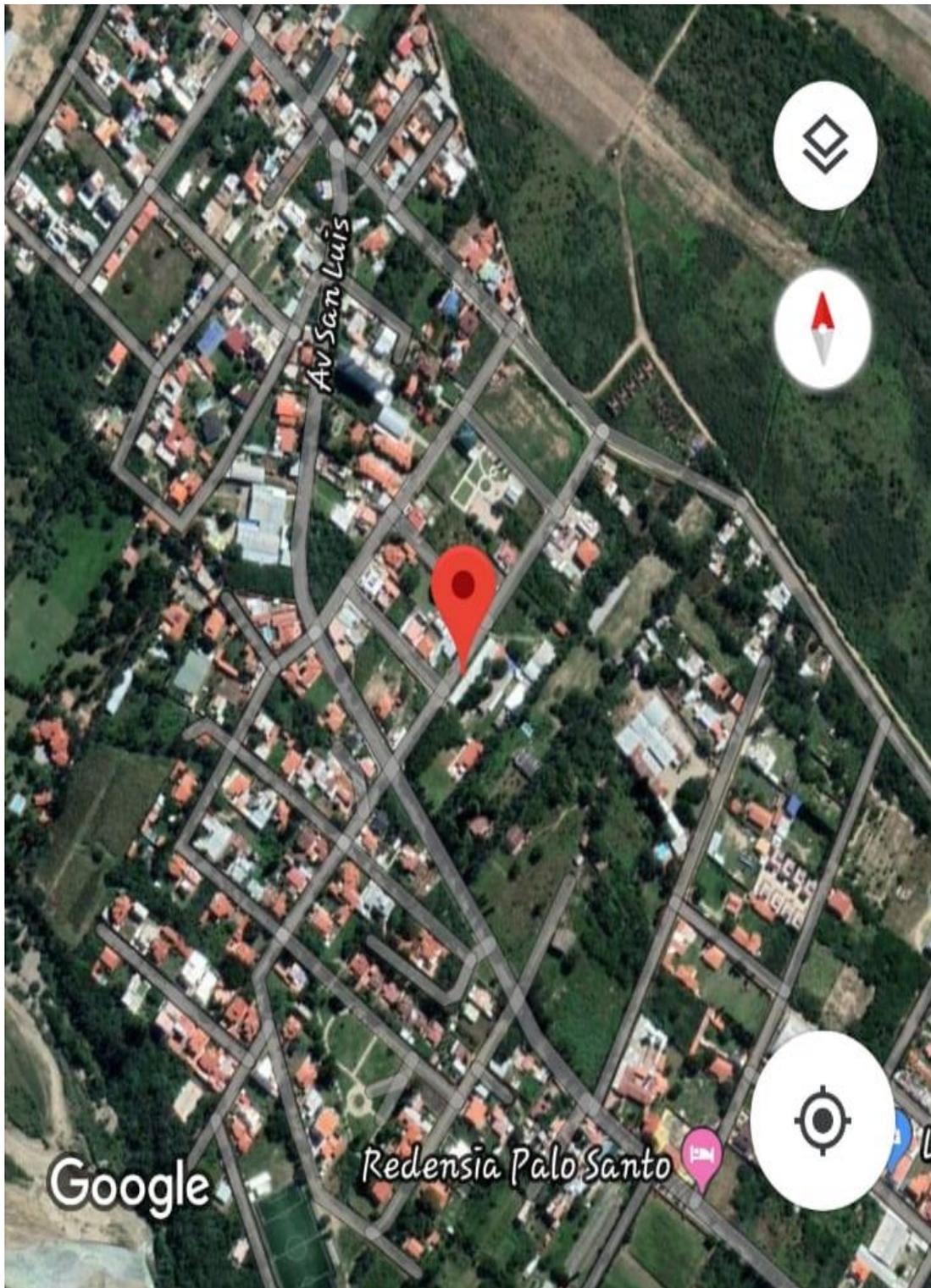
2= En Desacuerdo

3= Indiferente

4= De Acuerdo

5= Total De Acuerdo

ANEXO N° 16
UBICACIÓN DE LA EMPRESA



ANEXO N° 17
FOTOS DE LA EMPRESA











