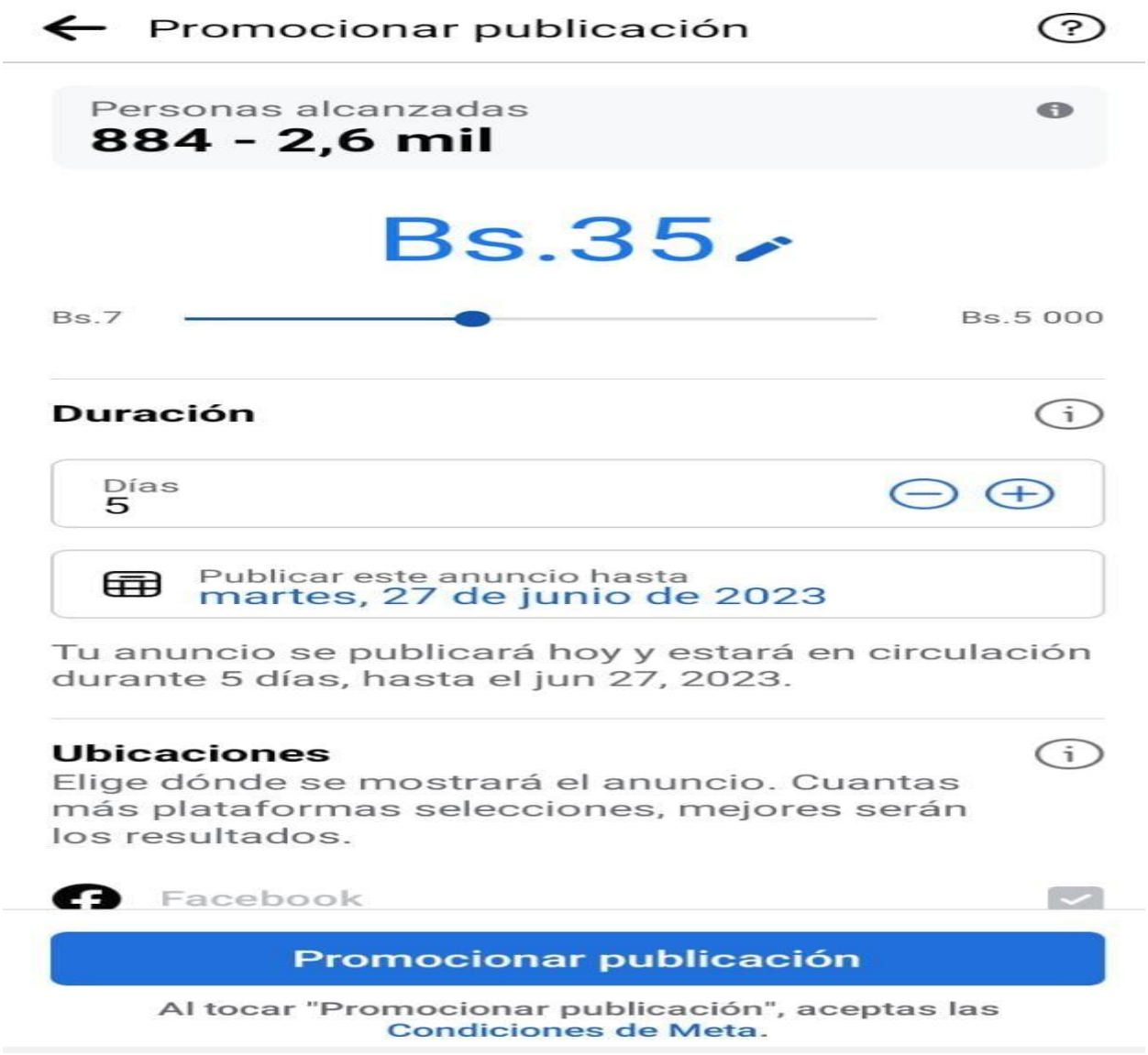
ANEXOS

Anexo 1

Presupuesto de publicidad en Facebook



Anexo 2

Procedimiento para la elaboración de la matriz de mapa de posicionamiento:

Diseño de la encuesta:

Pregunta previa a encuestar: ¿Conoce la empresa (nombre de la empresa en cuestión)? SI y NO

Solo si la respuesta fue "si", se envió el cuestionario.

Un cordial saludo. La presente encuesta tiene como finalidad recabar datos para llevar a cabo un análisis estrictamente académico, el objetivo es conocer su percepción de dos indicadores con respecto de la empresa mencionado anticipadamente. Por favor se le pide que colabore respondiendo las siguientes interrogantes. GRACIAS.

1.- ¿Cómo percibe la calidad de los productos?

Totalmente

confiable

Confiable

Algo confiable

Poco confiable

Nada confiable

2.- ¿Cómo califica la publicidad vista por la empresa?

Muy atractiva

Atractiva

Algo atractiva

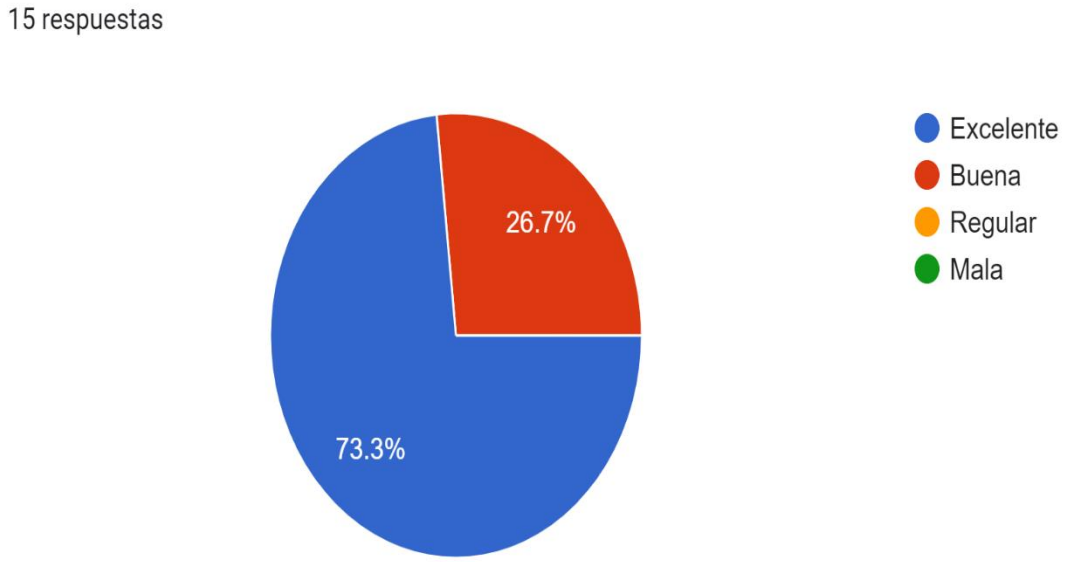
Poco atractiva

Nada atractiva

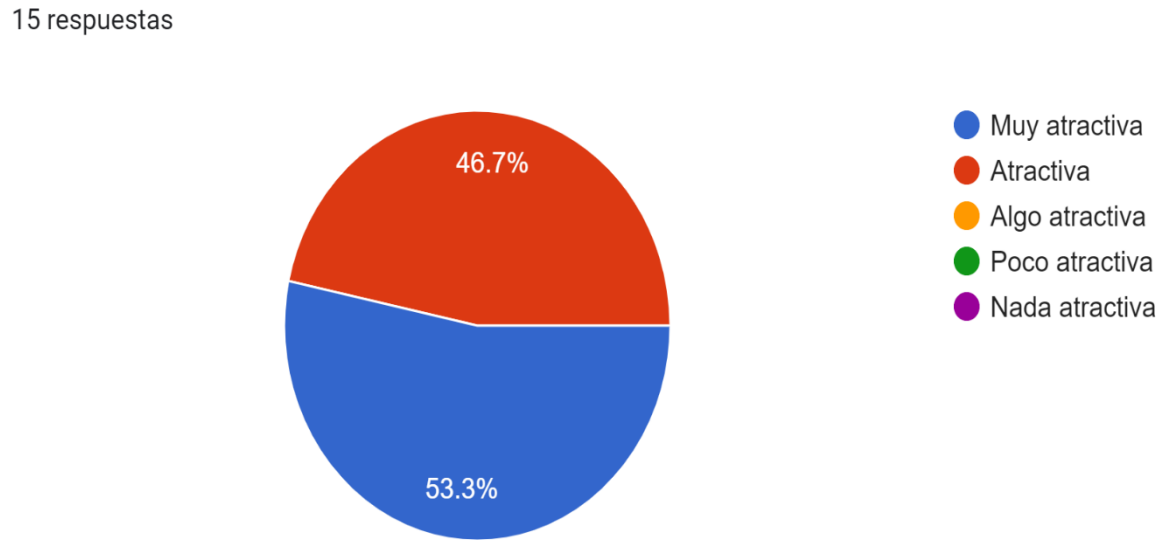
Resultados de las encuestas realizadas

Encuesta de la empresa Fair Play:

1.- ¿Cómo percibe la calidad de los productos?

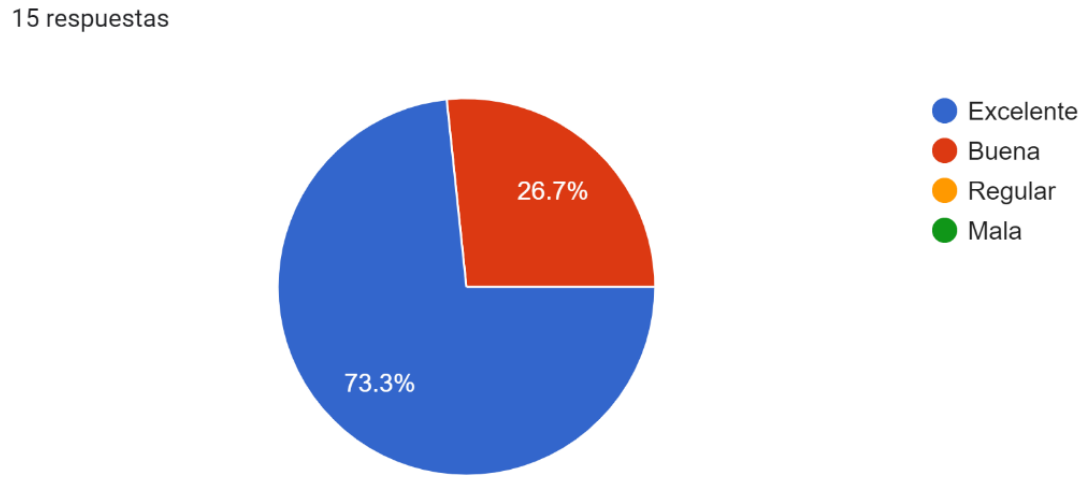


2.- ¿Cómo califica la publicidad vista por la empresa?

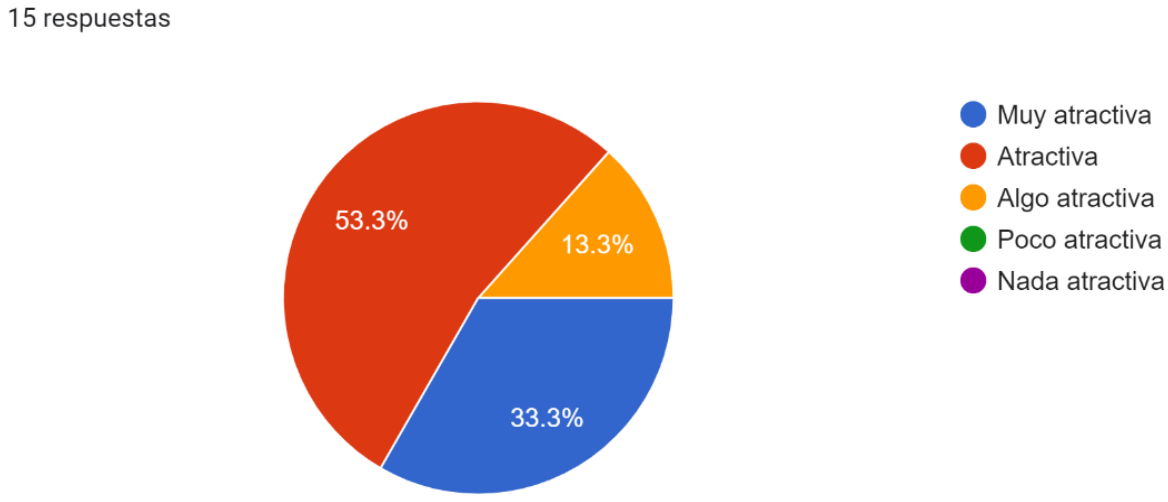


Encuesta de la empresa Almanza :

1.- ¿Cómo percibe la calidad de los productos

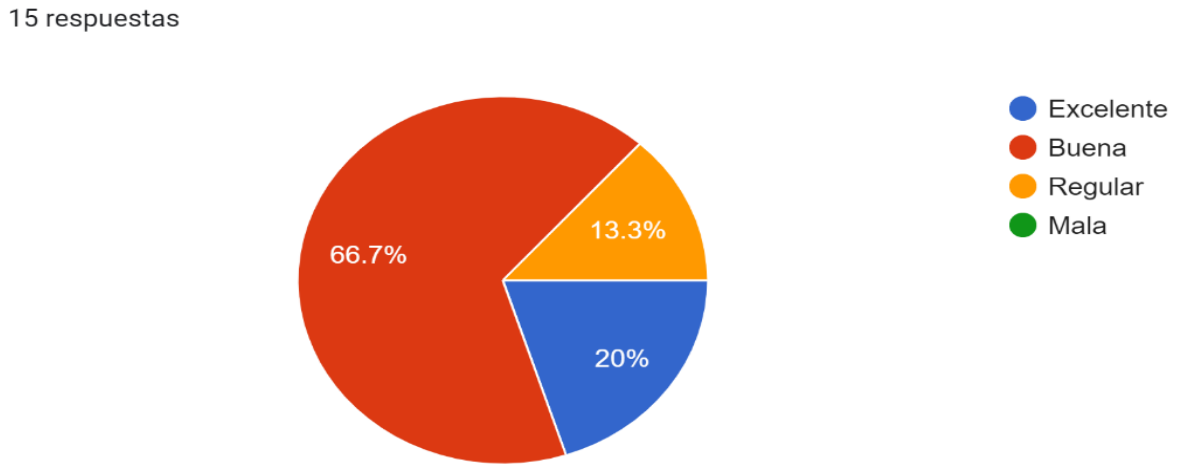


2.- ¿Cómo califica la publicidad vista por la empresa?

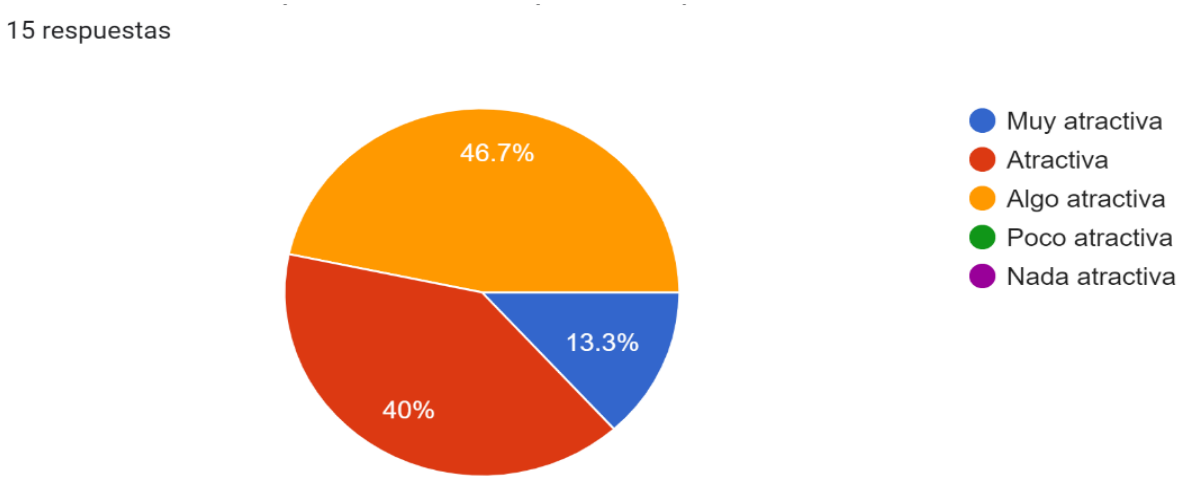


Encuesta de la empresa Levis:

1.- ¿Cómo percibe la calidad de los productos?

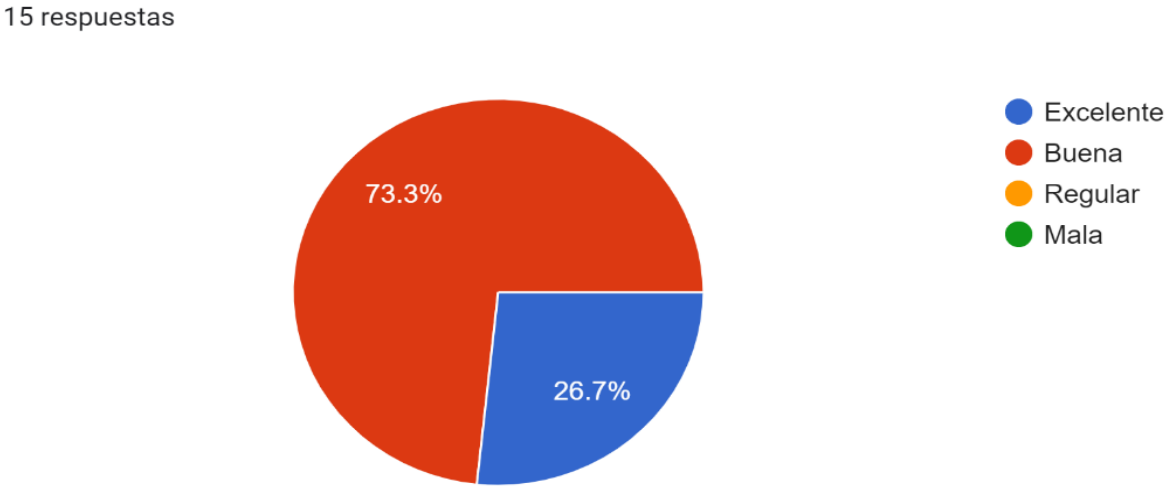


2.- ¿Cómo califica la publicidad vista por la empresa?

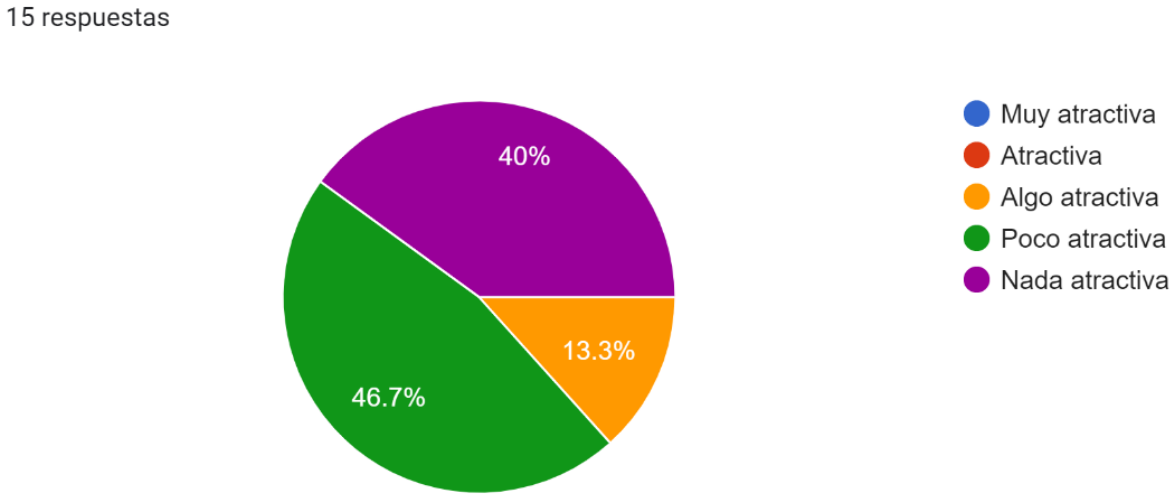


Encuesta de la empresa Limana Totto:

1.- ¿Cómo percibe la calidad de los productos?



2.- ¿Cómo califica la publicidad vista por la empresa?



Para cada pregunta se realizó una escala de Likert a las cuales se les otorgo los siguientes valores, según criterio propio.

TABLAS PARA MEDIR LOS INDICADORES	
CONFIABILIDAD EN LOS RESULTADOS	
Totalmente confiable	3
Confiable	2
Algo confiable	1
Poco confiable	-1
Nada confiable	-2
PUBLICIDAD	
Muy atractiva	3
Atractiva	2
Algo atractiva	1
Poco atractiva	-1
Nada atractiva	-2

Fuente: Elaboración Propia

Luego de analizar los resultados de las encuestas, se tomó la decisión de usar la escala con mayor porcentaje que haya obtenido la empresa en cuestión en cada indicador, como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

COMPETIDORES	CONFIABILIDAD EN LOS RESULTADOS	PUBLICIDAD
Fair play	Totalmente confiable	Muy atractiva
Almanza	Totalmente confiable	Atractiva
Levis	Confiable	Algo atractiva
Limana	Poco confiable	Poco confiable

Fuente: Elaboración Propia