

ANEXO N° 1**ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS**

Terminados al 31 de marzo 2009

(En bolivianos)

PIL Tarija S.A.

| | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ventas netas de | 45.425.428,00 | 45.400.008,00 | 36.994.867,00 | |
| Costo de productos | (35.253.025,00) | (33.814.740,00) | (28.686.422,00) | |
| Utilidad bruta | 10.172.403,00 | 11.585.346,00 | 8.308.445,00 | 5.929.586,00 |
| | | | | |
| Gastos de | (4.661.630,00) | (4.931.000,00) | (4.014.874,00) | (3.169.445,00) |
| Gastos de | (1.893.675,00) | (1.791.929,00) | (1.340.579,00) | |
| Gastos financieros | 45.5914,00 | 294.426,00 | 195.893,00 | 237.436,00 |
| | (7.011.219,00) | (7.017.355,00) | (5.551.346,00) | (4.423.251,00) |
| Utilidad operativa | 3.161.184,00 | 4.567.991,00 | 2.757.099,00 | |
| | | | | |
| Otros ingresos (egresos) | | | | |
| Otros ingresos | 248.018,00 | 36.391,00 | 48.416,00 | |
| Otros egresos | (220.312,00) | (368.302,00) | (387.559,00) | (220.159,00) |
| Ajuste por inflación y | (449.813,00) | (458.195,00) | | |
| Diferencia de cambio | 122.756,00 | 66.975,00 | | |
| Ajuste gestiones | (347,00) | (28.672,00) | (59.372,00) | (130.714,00) |
| | (299.698,00) | (715.803,00) | (355.716,00) | (323.411,00) |
| UTILIDAD DEL | 2.861.486,00 | 3.816.188,00 | 2.401.383,00 | |

ANEXO N° 2 BALANCE GENERAL

Al 31 de marzo 2009

(Expresado en Bs.)

PIL Tarija S.A.

| CUENTAS | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Activo corriente | | | | |
| Disponibilidades | 2.220.445,00 | 3.326.422,00 | 2.215.614,00 | 2.302.523,00 |
| Cuentas* obrar clientes. | 758.361,00 | 1.189.165,00 | 808.234,00 | 91.385,00 |
| Otras cuentas por cobrar | 200.972,00 | 110.208,00 | 51.129,00 | 306.001,00 |
| Inventarios | 9.064.780,00 | 5.407.737,00 | 3.467.048,00 | 3.957.401,00 |
| Inversiones temporarias | | | 1.100.000,00 | |
| Impuestos y gastos | 1.836.408,00 | 2.602.030,00 | 980.789,00 | 74.773,00 |
| Total activo corriente | 14.080.948,00 | 12.635.562,00 | 8.622.814,00 | 8.227.506,00 |
| NO CORRIENTE | | | | |
| Inversiones | 34.038,00 | 47.787,00 | 38.352,00 | 38.352,00 |
| Activo fijo. Neto | 7.895.542,00 | 5.431.461,00 | 4.244.311,00 | 3.969.373,00 |
| Intangible | 9.697,00 | 9.697,00 | 7.785,00 | 7.785,00 |
| Total activo no corriente | 7.939.275,00 | 5.488.925,00 | 4.290.448,00 | 4.015.510,00 |
| TOTAL ACTIVO | 22.020.221,00 | 18.124.487,00 | 12.913.262,00 | 12.243.016,00 |
| CUENTAS DE ORDEN | 14.007,00 | 14.069,00 | 11.723,00 | 11.079,00 |
| PASIVO, INGRESOS DIFERIDOS Y PATRIMONIO CORRIENTE | | | | |
| Obligaciones bancarias | 1.089.946,00 | 1.942.510,00 | 1.874.745,00 | 345.395,00 |
| Proveedores | 3.472.615,00 | 1.974.420,00 | 1.546.311,00 | 2.983.353,00 |
| Impuestos y | 1.489.633,00 | 1.894.403,00 | 1.073.171,00 | 1.050.825,00 |
| Otras cuentas por pagar | 259.059,00 | 130.487,00 | 12.249,00 | 253.476,00 |
| Provisiones | 311.582,00 | 276.384,00 | 165.703,00 | 145.963,00 |
| Total pasivo corriente | 6.622.835,00 | 6.218.168,00 | 4.782.419,00 | 4.779.012,00 |
| NO CORRIENTE | | | | |
| Obligaciones bancarias | 3.739.103,00 | 1.039.102,00 | 249.687,00 | 582.604,00 |
| Otras cuentas por pagar | 39.945,00 | 61.794,00 | 46.512,00 | 61.718,00 |
| Previsión para | 562.667,00 | 454.638,00 | 350.849,00 | 273.483,00 |
| Total pasivo no corriente | 4.341.715,00 | 1.555.534,00 | 647.048,00 | 917.805,00 |
| TOAL PASIVO | 10.964.550,00 | 7.773.702,00 | 5.429.467,00 | 5.696.817,00 |
| INGRESOS DIFERIDOS | | | | |
| Ventas anticipadas | 978.268,00 | 479.416,00 | 581.378,00 | 70.881,00 |
| TOTAL INGRESOS | 978.268,00 | 479.416,00 | 581.378,00 | 70.881,00 |
| PATRIMONIO | | | | |
| Capital pagado | 3.172.000,00 | 2.427.000,00 | 2.427.000,00 | 2.427.000,00 |
| Reservas | 4.186.991,00 | 4.255.736,00 | 2.392.911,00 | 2.275.622,00 |
| Aportes por capitalizar | - | - | | |
| Resultados acumulados | 2.718.412,00 | 3.188.633,00 | 2.082.506,00 | 1.134.768,00 |
| Utilidad del ejercicio | - | - | | |
| Total patrimonio | 10.077.403,00 | 9.871.369,00 | 6.902.417,00 | 5.837.389,00 |
| TOTAL PASIVO, INGRESOS DIFERIDOS Y PATRIMONIO | 22.020.221,00 | 18.124.487,00 | 12.913.262,00 | 12.243.016,00 |
| CUENTAS DDE ORDEN | 14.007,00 | 14.069,00 | 11.723,00 | 11.079,00 |

ANEXO N° 3

PRODUCTOS ELABORADOS POR PIL TARIJA S.A.

| Productos | Presentación | Tamaño |
|---------------------------|--------------|---------|
| Leche pasteurizada | Bolsa | 920 cc. |
| Mantequilla | Paquete | 200 gr. |
| Mantequilla | Pote | 1 kilo |
| Mantequilla (granel) | bloque | En Kls. |
| Mantequilla | Paquete | 100 gr. |
| Crema de leche | Bolsa | 500 cc. |
| Crema de leche | Bolsa | 250 cc. |
| Leche en polvo entera | Caja | 1 kilo |
| Leche en polvo entera | Bolsa | 1 kilo |
| Leche en polvo entera | Granel | Kilos |
| Leche en polvo entera | Lata | 2 Kilos |
| Leche en polvo descremada | Bolsa | 1 kilo |
| Nodrilac | Bolsa | 2 Kilos |
| Refrescos karpil | Bolsa | 1 Litro |
| Refrescos karpil | Bolsa | 170 cc. |
| Refrescos karpil | Bolsa | 200 cc. |
| Helado batido | Vaso | 120 cc. |
| helado batido Cassata | Pote | 1 kilo |
| Yogurt Aflanado | Vaso | 140 cc. |
| yogurt bat. Familiar | Bolsa | 500 cc. |
| Yogurt Afrutado | Vaso | 170 cc. |
| Yogurt Afrutado | Vaso | 850 cc. |
| Yogurt Afrutado | Vaso | 100 cc. |
| Yogurt Afrutado | Pote | 1 Litro |
| Flan | Vaso | 140 cc. |
| Dulce de Leche | Vaso | 250 cc. |
| Dulce de Leche | Vaso | 500 cc. |
| L. Sabor Polvo-NUTRILAC | Bolsa | 1 kilo |
| L. Sabor Polvo-NUTRILAC | Bolsa | 2 Kilos |
| leche Sa borizada fluida | Bolsa | 120 cc. |
| Helado Picole Fruta | Unidad | 60 cc. |
| helado Picole Crema | Unidad | 60 cc. |
| Queso Fundido | Paquete | 250 gr. |
| Queso San Paulin | Paquete | 1 kilo |
| Queso San Paulin | Paquete | 500 gr. |
| Pil Shake | Bolsa | 110 cc. |
| Pil Shake | Bolsa | 1 Litro |
| Yogurt Batido Bebible | Bolsa | 180 cc. |

ANEXO N° 4 PIB PRODUCTO INTERNO BRUTO A PRECIOS

CONSTANTES

(En miles de bolivianos)

Fuente: INE

| ACTIVIDAD ECONÓMICA | 2008 | 2009 |
|--|-------------------|-------------------|
| PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado) | 30.277.826 | 31.294.253 |
| Derechos s/Importaciones, IVA, IT y otros Imp. Indirectos | 3.004.101 | 2.945.504 |
| PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos) | 27.273.725 | 28.348.748 |
| 1. AGRICULTURA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA | 4.022.389 | 4.170.490 |
| - Productos Agrícolas no Industriales | 1.794.909 | 1.809.361 |
| - Productos Agrícolas Industriales | 726.136 | 795.308 |
| - Coca | 41.361 | 42.985 |
| - Productos Pecuarios | 1.188.590 | 1.235.434 |
| - Silvicultura, Caza y Pesca | 271.393 | 287.402 |
| 2. EXTRACCIÓN DE MINAS Y CANTERAS | 3.899.056 | 3.820.195 |
| - Petróleo Crudo y Gas Natural | 1.988.035 | 1.720.034 |
| - Minerales Metálicos y no Metálicos | 1.911.021 | 2.100.161 |
| 3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS | 5.109.524 | 5.355.324 |
| - Alimentos | 1.805.432 | 1.911.895 |
| - Bebidas y Tabaco | 832.516 | 900.103 |
| - Textiles, Prendas de Vestir y Productos del Cuero | 459.453 | 455.389 |
| - Madera y Productos de Madera | 321.187 | 337.351 |
| - Productos de Refinación del Petróleo | 615.439 | 580.733 |
| - Productos de Minerales no Metálicos | 505.815 | 566.999 |
| - Otras Industrias Manufactureras | 569.681 | 602.854 |
| 4. ELECTRICIDAD GAS Y AGUA | 579.601 | 615.008 |
| 5. CONSTRUCCIÓN | 950.916 | 1.053.809 |
| 6. COMERCIO | 2.449.894 | 2.570.026 |
| 7. TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES | 3.189.552 | 3.367.539 |
| - Transporte y Almacenamiento | 2.446.255 | 2.599.281 |
| - Comunicaciones | 743.296 | 768.259 |
| 8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, BIENES INMUEBLES Y SERVICION PRESTADOS A LAS EMPRESAS | 3.415.381 | 3.556.984 |
| - Servicios Financieros | 1.066.510 | 1.138.016 |
| - Servicios a las Empresas | 1.041.314 | 1.077.397 |
| - Propiedad de Vivienda | 1.307.557 | 1.341.571 |
| 9. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES, PERSONALES Y DOMÉSTICO | 1.238.088 | 1.282.508 |
| 10. RESTAURANTES Y HOTELES | 806.369 | 824.964 |
| 11. SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA | 2.657.190 | 2.829.467 |
| SERVICIOS BANCARIOS IMPUTADOS | -1.044.235 | -1.097.567 |

**ANEXO N° 5 CRECIMIENTO DEL PIB PRODUCTO INTERNO BRUTO
SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA**

(En términos porcentuales – Año base 1990)

| ACTIVIDAD ECONÓMICA | 2008^(%) | 2009^(%) |
|--|---------------------------|---------------------------|
| PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado) | 6,15 | 3,36 |
| Derechos s/Importaciones, IVA, IT y otros Imp. Indirectos | 6,90 | -1,95 |
| PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos) | 6,07 | 3,94 |
| 1. AGRICULTURA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA | 2,61 | 3,68 |
| - Productos Agrícolas no Industriales | 4,97 | 0,81 |
| - Productos Agrícolas Industriales | -4,81 | 9,53 |
| - Coca | 2,64 | 3,93 |
| - Productos Pecuarios | 3,43 | 3,94 |
| - Silvicultura, Caza y Pesca | 5,33 | 5,90 |
| 2. EXTRACCIÓN DE MINAS Y CANTERAS | 22,95 | -2,02 |
| - Petróleo Crudo y Gas Natural | 2,04 | -13,48 |
| - Minerales Metálicos y no Metálicos | 56,26 | 9,90 |
| 3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS | 3,66 | 4,81 |
| - Alimentos | 0,75 | 5,90 |
| - Bebidas y Tabaco | 8,72 | 8,12 |
| - Textiles, Prendas de Vestir y Productos del Cuero | 1,26 | -0,88 |
| - Madera y Productos de Madera | 3,84 | 5,03 |
| - Productos de Refinación del Petróleo | 7,16 | -5,64 |
| - Productos de Minerales no Metálicos | 14,95 | 12,10 |
| - Otras Industrias Manufactureras | -4,08 | 5,82 |
| 4. ELECTRICIDAD GAS Y AGUA | 3,58 | 6,11 |
| 5. CONSTRUCCIÓN | 9,20 | 10,82 |
| 6. COMERCIO | 4,77 | 4,90 |
| 7. TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES | 4,02 | 5,58 |
| - Transporte y Almacenamiento | 4,43 | 6,26 |
| - Comunicaciones | 2,69 | 3,36 |
| 8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS, BIENES INMUEBLES Y SERVICION PRESTADOS A LAS EMPRESAS | 4,67 | 4,15 |
| - Servicios Financieros | 9,31 | 6,70 |
| - Servicios a las Empresas | 3,32 | 3,47 |
| - Propiedad de Vivienda | 2,21 | 2,60 |
| 9. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES, PERSONALES Y DOMÉSTICO | 2,68 | 3,59 |
| 10. RESTAURANTES Y HOTELES | 1,80 | 2,31 |
| 11. SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA | 3,83 | 6,48 |
| 12. SERVICIOS BANCARIOS IMPUTADOS | 8,60 | 5,11 |

UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE HELADO EN LA CIUDAD DE TARIJA

Saludos a Ud. En esta oportunidad nos encontramos realizando un estudio de mercado, relacionado, con el consumo de helado en la ciudad de Tarija. Por lo que le pedimos contar con su colaboración. Muchas gracias.

| | | | | | | | | |
|--------------------------|--|-----|--|-----|--|-----|--------------|--|
| Fecha de sondeo | | Día | | Mes | | Año | Nº DE BOLETA | |
| Horario de la entrevista | | AM | | PM | | | | |

Primera Parte

Pregunta 01.- ¿Consumes Ud. Helado?

- R.
- a. Si
- b. No

Pregunta 02.- ¿Qué Marca de Helado, es la que conoce con más profundidad? (Marque solo una alternativa)

- R.
- a. Delizia
- b. Panda
- c. Sabory
- d. PIL Tarija S.A.

Pregunta 03.- ¿Qué Marca de Helado consume Ud. con mayor frecuencia? (Marque con una X, en cada alternativa, en función de los criterios de consumo)

| Marcas de Helado | 1. Siempre | 2. Casi siempre | 3. Nunca |
|--------------------|------------|-----------------|----------|
| a. Delizia | | | |
| b. Panda | | | |
| c. Sabory | | | |
| d. PIL Tarija S.A. | | | |
| | | | |

Pregunta 04.- ¿Por qué Ud. consume esa marca de Helado? (Escoja mas de una alternativa)

- R.
- a. Precio
 - b. Envase
 - c. Sabor
 - d. Refrescante
 - e. Natural
 - f. Otro

Pregunta 05.- ¿Al momento de decidirse por la compra de una Marca de Helado, que aspectos del producto valora mas? (Marque con una X, sobre la alternativa que mejor describa el valor que Ud. otorga a cada característica)

| Alternativa | Grado de importancia de la característica | | |
|----------------|---|---------------|--------------------|
| | 1. Muy importante | 2. Importante | 3. Nada importante |
| a. Precio | | | |
| b. Envase | | | |
| c. Sabor | | | |
| d. Refrescante | | | |
| e. Natural | | | |
| f. Otros | | | |

Pregunta 06.- ¿Qué sabores de Helado le gusta consumir con más frecuencia? (marque con una X, en cada alternativa en función de su preferencia)

| Sabores | 1. Mucho | 2. Poco | 3. Nada |
|--------------|----------|---------|---------|
| a. Coco | | | |
| b. Frutilla | | | |
| c. Chocolate | | | |
| d. Vainilla | | | |
| e. Otro..... | | | |

Pregunta 07.- ¿A Ud. Qué nuevo sabor de Helado le gustaría probar? (Elija más de una alternativa)

- R.
- a. Mango
 - b. Maracuyá
 - c. Tumbo
 - d. Uva
 - e. Sandía
 - f. Otra (especifique)

Pregunta 08.- ¿Dónde compra Ud. generalmente el Helado que consume? (Escoja más de una alternativa)

- R.
- a. Tiendas de barrio
 - b. Mercados
 - c. Supermercados
 - d. Heladerías
 - e. Otro (especifique)

Pregunta 09.- ¿En que situaciones Ud. consume helado? Escoja más de una alternativa

- R.
- a. Postre
 - b. Después de hacer deporte
 - c. Para calmar la sed
 - d. Por antojo
 - e. Gusto
 - f. Costumbre

Pregunta 10.- ¿En compañía de quienes consume Helado?

- R.
- a. Solo
 - b. En familia
 - c. Con los amigos
 - d. Todas las anteriores

Pregunta 11.- En caso de no encontrar la Marca de Helado que usted consume con regularidad ¿Lo cambiaria por otra Marca de Helado?

- R. a. Si
 b. No

Pregunta 12.- ¿Por qué marca de Helado lo cambiaria?

- R. a. Delizia
 b. Panda
 c. Sabory
 d. PIL Tarija S.A.

Pregunta 13.- ¿Aproximadamente cuánto estaría dispuesto a gastar en un Helado?

- R. a. Menos de 1Bs
 b. 1 Bs
 c. 1.50 Bs.
 d. 2 Bs.
 e. 3 Bs.
 f. Mas de 5 Bs.

Segunda Parte

Pregunta14.- ¿Conoce o sabe Ud. que existe la Marca de Helado PIL Tarija S.A.?

- R. a. Si
 b. No

Pregunta15.- ¿Ha consumido alguna vez, Helado PIL Tarija S.A.?

- R. a. Si
 b. No

Si su respuesta ha sido SI (continúe), caso contrario pase a la Pregunta N° 19

Pregunta16.- ¿Que opina del Helado PIL Tarija S.A. en cuanto a?: (Marque con una X, en cada alternativa, en función a calificación que Ud. considere)

| Características | 1. Bueno | 2. Indiferente | 3. Malo |
|--------------------|----------|----------------|---------|
| a. La calidad | | | |
| b. El Sabor | | | |
| c. La presentación | | | |
| d. El precio | | | |

Pregunta17.- ¿Que le aconsejaría a PIL Tarija S.A. para mejorar las condiciones de su producto Helado PIL Tarija? (Marque con una X, en cada alternativa en función, la importancia que Ud. considere)

| Alternativa | 1. Si | 2. Mantener | 3. No |
|----------------------------|-------|-------------|-------|
| a. Mejorar el Precio | | | |
| b. Mejorar el Envase | | | |
| c. Incrementar mas Sabor | | | |
| d. Mejorar la presentación | | | |
| e. Aumentar la calidad | | | |

Pregunta 18.- ¿Cada cuanto tiempo consume Helado PIL Tarija S.A.?

- R.
- a. 2 veces a la semana
 - b. 3 veces a la semana
 - c. 4 veces a la semana
 - d. Cuando se lo encuentra

Pregunta 19.- ¿La publicidad de que Marca de Helado recuerda? (puede marcar más de una opción)

- R.
- a. Delizia
 - b. Panda
 - c. Sabory
 - d. PIL Tarija S.A.

Pregunta 20.- ¿Qué medios de comunicación utiliza Ud. con más frecuencia?

- R.
- a. TV local
 - b. TV cable
 - c. Radio
 - d. Prensa escrita

ANEXO N° 7

FORMULARIO ENCUESTA DIRIGIDA A PUNTOS DE VENTA QUE NO VENDEN HELADO PIL TARIJA S.A. EN LA CIUDAD DE TARIJA

UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A PUNTOS DE VENTA QUE NO VENDEN HELADO PIL TARIJA S.A. EN LA CIUDAD DE TARIJA

Saludos a Ud. En esta oportunidad nos encontramos realizando un estudio de mercado, relacionado, con el consumo de helado en la ciudad de Tarija. Por lo que le pedimos contar con su colaboración. Muchas gracias. ☺

| | | | | | | | | |
|---------------------------------|--|------------|--|------------|--|------------|---------------------|--|
| Fecha de sondeo | | Día | | Mes | | Año | Nº DE BOLETA | |
| Horario de la entrevista | | AM | | PM | | | | |
| Nombre del entrevistado | | | | | | | Edad | |

Pregunta 01.- ¿Por qué no vende Helado PIL Tarija S.A.? (Indique la más importante)

- a. No distribuyen
- b. No es conocido
- c. La gente prefiere otro
- d. Margen de ganancia pequeño
- e. No tienen equipos de frío para prestar

Pregunta 02.- ¿Cómo considera las siguientes características del Helado PIL Tarija S.A.? (Marque con una X, en cada alternativa según su percepción)

| Alternativa | Grado de importancia de la característica | | |
|----------------------------|---|------------|----------|
| | 1. Malo | 2. Regular | 3. Bueno |
| a. Precio | | | |
| b. El Envase | | | |
| c. El Sabor | | | |
| d. La variedad | | | |
| e. Calidad | | | |
| f. Distribuyen | | | |
| g. Popularidad de la marca | | | |
| h. Preferencia de la gente | | | |
| i. Margen de ganancia | | | |

Pregunta 03.- ¿Qué le sugeriría a la empresa PIL Tarija S.A. para mejorar y aumentar las ventas de su producto; Helado PIL Tarija? (marque una sola opción) (Elija mas de una opción)

- R.
- a. Bajar de Precio
 - b. Aumentar la variedad de envases
 - c. Aumentar Sabores
 - d. Cambiar de envase
 - e. Mejorar la Distribución
 - f. Otro

.....

Pregunta 04.- ¿Estaría dispuesto (a) a comercializar los Helados PIL Tarija S.A. si mejoraría las anteriores condiciones de su producto?

- R.
- a. Si
 - b. No

Pregunta 05.- ¿Qué otras Marcas de Helado, prefiere vender aparte, del Helado PIL Tarija S.A.? (Marque más de una alternativa)

- R.
- a. Panda
 - b. Delizia
 - c. Sabory
 - e. Otra

Pregunta 06.- ¿Cuales son las Marcas de Helado que salen a la Venta con mayor regularidad? (Marque con una X, en cada alternativa, en función de la importancia que considere)

| Alternativa | 1. Siempre | 2. Casi siempre | 3. A veces | 4. Nunca |
|---------------|------------|-----------------|------------|----------|
| a. Panda | | | | |
| b. Delizia | | | | |
| c. Sabory | | | | |
| d. PIL Tarija | | | | |
| e. Otros | | | | |

Pregunta 07.- ¿Por qué cree que vende mas de esa Marca? (Marque con una X, sobre cada alternativa en función de la importancia que considere)

| Alternativa | Grado de importancia de la característica | | | |
|--------------------|---|--------------------|----------|------------|
| | 4. Sabory | 5. PIL Tarija S.A. | 6. Panda | 7. Delicia |
| j. Por el Precio | | | | |
| k. El Envase | | | | |
| l. El Sabor | | | | |
| m. Por la variedad | | | | |
| n. Por su calidad | | | | |
| o. Por Costumbre | | | | |

Pregunta 08.- ¿Cómo es el trato que Ud. recibe de los diferentes distribuidores o proveedores de Helado? (Marque con una X, sobre cada alternativa en función de la importancia que considere)

| Alternativa | Grado de importancia de la característica | | | |
|--------------------|---|----------|------------|---------|
| | 1. Muy buena | 2. Buena | 3. Regular | 4. Mala |
| a. Sabory | | | | |
| b. PIL Tarija S.A. | | | | |
| c. Panda | | | | |
| d. Delicia | | | | |

Pregunta 09.- ¿Con que frecuencia le abastecen de Helado estas empresas? (Marque con una X, sobre cada alternativa en función de la importancia que considere)

| Marcas de Helado | 1. Todos los días | 2. Un día por medio | 3. Una vez a la semana |
|--------------------|-------------------|---------------------|------------------------|
| a. Delizia | | | |
| b. Panda | | | |
| c. Sabory | | | |
| d. PIL Tarija S.A. | | | |

Pregunta 10.- ¿Cuál es la presentación de Helado que mas vende? (Elija mas de una alternativa)

- R.
- a. Vasito
- b. Picole
- e. Otros.....
- c. Sachet
- d. Pote

Pregunta 11.- ¿Las empresas que le proveen de Helado, le brindan algún tipo de apoyo para su comercialización?

- R. a. Si
 b. No

¿Qué tipo de apoyo?

- a. Publicidad
b. Promoción
c. Material
d. Otros (Especificar)

Pregunta 12.- ¿Hay alguna época del año en la que vende más Helado?

- a. Primavera Invierno
b. Verano e. otoño

Pregunta 13.- ¿Quiénes consumen o le compran Helado con más frecuencia? (enumere del 1 al 3 por orden de importancia)

- R. a. Niños
 b. Jóvenes
 c. Adultos

Pregunta 14.- ¿Qué Marca de Helado realiza más promociones? (indique la mas importante)

- R. a. Panda c. Sabory
 b. Delizia d. PIL Tarija S.A.

Pregunta 15.- ¿La venta de cual de las marcas de Helado le trae mayores ganancias?

- R. a. Panda c. Sabory
 b. Delizia d. PIL Tarija S.A.

Dirección..... Barrio.....

UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ENCUESTA DIRIGIDA A PUNTOS DE VENTA QUE VENDEN HELADO PIL TARIJA S.A.
E N LA CIUDAD DE TARIJA**

Saludos a Ud. En esta oportunidad nos encontramos realizando un estudio de mercado, relacionado, con el consumo de helado en la ciudad de Tarija. Por lo que le pedimos contar con su colaboración. Muchas gracias. ☺

| | | | | | | | | |
|--------------------------|--|-----|--|-----|--|------|--------------|--|
| Fecha de sondeo | | Día | | Mes | | Año | Nº DE BOLETA | |
| Horario de la entrevista | | AM | | PM | | | | |
| Nombre del entrevistado | | | | | | Edad | | |

Pregunta 01.- ¿Vende Ud. Helado PIL Tarija S.A.?

- a. Si
- b. No

Si su respuesta ha sido No, por favor conteste la segunda encuesta. Si su respuesta ha sido SI, continúe con las preguntas que continúan.

Pregunta 02.- ¿Qué otras Marcas de Helado, vende aparte del Helado PIL Tarija S.A.? (Marque más de una alternativa)

- R.
- a. Panda
- b. Delizia
- c. Sabory
- d. PIL Tarija S.A.
- e. Otra

Pregunta 03.- ¿Cuales son las Marcas de Helado que salen a la Venta con mayor regularidad? (Marque con una X, en cada alternativa, en función de la importancia que considere)

| Alternativa | 1. Siempre | 2. Casi siempre | 3. A veces | 4. Nunca |
|---------------|------------|-----------------|------------|----------|
| a. Panda | | | | |
| b. Delizia | | | | |
| c. Sabory | | | | |
| d. PIL Tarija | | | | |
| e. Otros | | | | |

Pregunta 04.- ¿Por qué cree que vende más de esa Marca? (Marque con una X, sobre cada alternativa en función de la importancia que considere)

| Alternativa | Grado de importancia de la característica | | | |
|--------------------|---|--------------------|----------|------------|
| | 1. Sabory | 2. PIL Tarija S.A. | 3. Panda | 4. Delicia |
| a. Por el Precio | | | | |
| b. El Envase | | | | |
| c. El Sabor | | | | |
| d. Por la variedad | | | | |
| e. Por su calidad | | | | |
| f. Por Costumbre | | | | |

Pregunta 05.- ¿Cómo es el trato que Ud. recibe de los diferentes distribuidores o proveedores de Helado? (Marque con una X, sobre cada alternativa en función de la importancia que considere)

| Alternativa | Grado de importancia de la característica | | | |
|--------------------|---|----------|------------|---------|
| | 1. Muy buena | 2. Buena | 3. Regular | 4. Mala |
| a. Sabory | | | | |
| b. PIL Tarija S.A. | | | | |
| c. Panda | | | | |
| d. Delicia | | | | |

Pregunta 06.- ¿Con que frecuencia le abastecen de Helado estas empresas? (Marque con una X, sobre cada alternativa en función de la importancia que considere)

| Marcas de Helado | 1. Todos los días | 2. Un día por medio | 3. Una vez a la semana |
|--------------------|-------------------|---------------------|------------------------|
| a. Delizia | | | |
| b. Panda | | | |
| c. Sabory | | | |
| d. PIL Tarija S.A. | | | |

Pregunta 07.- ¿Cuál es la presentación de Helado que más vende? (Elija más de una alternativa)

- R.
- | | | | |
|----------------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| a. Vasito | <input type="checkbox"/> | c. Sachet | <input type="checkbox"/> |
| b. Picole | <input type="checkbox"/> | d. Pote | <input type="checkbox"/> |
| e. Otros | | | |

Pregunta 08.- ¿Las empresas que le proveen de Helado, le brindan algún tipo de apoyo para su comercialización?

- R.
- a. Si
 - b. No

¿Qué tipo de apoyo?

- a. Publicidad
- b. Promoción
- c. Material
- d. Otros (Especificar)

Pregunta 09.- ¿Hay alguna época del año en la que vende más Helado?

- a. Primavera
- b. Verano
- c. Invierno
- e. Otoño

Pregunta 10.- ¿Quiénes consumen o le compran Helado con más frecuencia? (enumere del 1 al 3 por orden de importancia)

- R.
- a. Niños
 - b. Jóvenes
 - c. Adultos

Pregunta 11.- ¿La venta de Helado PIL Tarija S.A. en estos últimos doce meses ha subido, bajado o se mantiene igual?

- R.
- a. Subido
 - b. Bajado
 - c. Se mantiene

Pregunta 12.- ¿Por qué razón cree que sucedió este hecho? (Marque con una X, sobre cada alternativa en función de la importancia que considere)

| Alternativa | Grado de importancia de la característica | | | |
|--------------------|---|--------------------|----------|------------|
| | 5. Sabory | 6. PIL Tarija S.A. | 7. Panda | 8. Delicia |
| g. Por el Precio | | | | |
| h. El Envase | | | | |
| i. El Sabor | | | | |
| j. Por la variedad | | | | |
| k. Por su calidad | | | | |
| l. Por Costumbre | | | | |

Pregunta 13.- ¿Qué Marca de Helado realiza más promociones? (indique la más importante)

- R.
- a. Panda
 - b. Delizia
 - c. Sabory
 - d. PIL Tarija S.A.

Pregunta 14.- ¿La venta de cuál de las marcas de Helado le trae mayores ganancias?

- R.
- a. Panda
 - b. Delizia
 - c. Sabory
 - d. PIL Tarija S.A.

Pregunta 15.- ¿Qué le sugeriría a la empresa PIL Tarija S.A. para aumentar las ventas de su producto; Helado PIL Tarija? (marque una sola opción)

- R.
- a. Bajar de Precio
 - b. Aumentar la variedad de envases
 - c. Aumentar Sabores
 - d. Cambiar de envase
 - e. Mejorar la Distribución
 - f. Otro

Dirección..... Barrió.....