

ANEXOS

ANEXO N.º 1 FUENTE DE LA POBLACION DE LA CIUDAD DE TARIJA

Población de la Ciudad de Tarija, según datos obtenidos del censo realizado el año 2012 por el INE

2012		2012			2001			2012				
MUNICIPIO	MUNICIPIO	EDAD	TOTAL	HOMBRE	MUJER	Edad quinquenal	HOMBRE	MUJER	Edad quinquenal	HOMBRE	MUJER	
Tarija	Tarija	0	4	20173	10427	9746	De 0 a 4 años	-1428	1322	De 0 a 4 años	-860	964
Tarija	Tarija	5	9	16997	8634	8353	De 5 a 9 años	-1486	1390	De 5 a 9 años	-828	803
Tarija	Tarija	10	14	18414	9335	9079	De 10 a 14 años	-1393	1313	De 10 a 14 años	-1156	1031
Tarija	Tarija	15	19	22355	10928	11427	De 15 a 19 años	-1105	823	De 15 a 19 años	-1124	937
Tarija	Tarija	20	24	23255	11378	11877	De 20 a 24 años	-730	659	De 20 a 24 años	-665	815
Tarija	Tarija	25	29	18575	8978	9597	De 25 a 29 años	-600	547	De 25 a 29 años	-702	641
Tarija	Tarija	30	34	17121	8202	8919	De 30 a 34 años	-558	515	De 30 a 34 años	-612	632
Tarija	Tarija	35	39	13768	6543	7225	De 35 a 39 años	-540	459	De 35 a 39 años	-570	512
Tarija	Tarija	40	44	11633	5463	6170	De 40 a 44 años	-505	455	De 40 a 44 años	-511	501
Tarija	Tarija	45	49	9506	4492	5014	De 45 a 49 años	-393	359	De 45 a 49 años	-494	423
Tarija	Tarija	50	54	8607	4001	4606	De 50 a 54 años	-354	333	De 50 a 54 años	-419	394
Tarija	Tarija	55	59	6625	3103	3522	De 55 a 59 años	-281	255	De 55 a 59 años	-337	371
Tarija	Tarija	60	64	5784	2605	3179	De 60 a 64 años	-212	232	De 60 a 64 años	-325	314
Tarija	Tarija	65	69	4243	1908	2335	De 65 a 69 años	-186	197	De 65 a 69 años	-262	254
Tarija	Tarija	70	74	3100	1409	1691	De 70 a 74 años	-155	142	De 70 a 74 años	-180	187
Tarija	Tarija	75	79	2093	889	1204	De 75 a 79 años	-82	93	De 75 a 79 años	-107	125
Tarija	Tarija	80	84	1708	655	1053	De 80 a 84 años	-44	55	De 80 a 84 años	-79	93
Tarija	Tarija	85	89	864	344	520	De 85 a 89 años	-18	17	De 85 a 89 años	-40	45
Tarija	Tarija	90	94	358	146	212	De 90 a 94 años	-11	13	De 90 a 94 años	-15	15
Tarija	Tarija	95	98	206	82	124	De 95 años y más	-3	7	De 95 años y más	-7	13

Datos utilizados para la encuesta de la investigación de mercados, donde la población estimada es de 95074 hombres y mujeres entre las edades de 15 a 39 años.

EDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL
15	19	10928	11427
20	24	11378	11877
25	29	8978	9597
30	34	8202	8919
35	39	6543	7225
TOTAL			95074

ANEXO N.º 2 ENCUESTA

Esta encuesta es realizada por una estudiante de la Carrera de Administración de empresas para tener la opinión y el punto de vista de los clientes actuales y potenciales de la empresa MASH de la ciudad de Tarija, su fin es únicamente académico. Agradecemos su gentil colaboración.

1. Sexo

Hombre

Mujer

2. Promedio de edad

Entre 15 a 19

Entre 20 a 25

Entre 26 a 30

Entre 31 a 35

Entre 36 a 39

Otra

3. ¿Ha escuchado o conoce la empresa MASH, para el producto Pipocas dulces? (en caso de que su respuesta sea no, pase a la pregunta 12)

Sí

No

4. ¿De qué manera llego a conocer el producto de la empresa MASH? (Pipocas dulces)

Ferias

Tiendas de barrio

Supermercados

Redes sociales

Medios de comunicación

Familiares

Amigos

Otros

5. ¿Alguna vez consumió algún producto de la empresa MASH? (Si su respuesta es no pase a la pregunta 12)

Sí

No

6. ¿Cuál fue el grado de satisfacción que tuvo luego de consumir los productos de la empresa MASH?

Muy satisfecho

Satisfecho

Poco satisfecho

Insatisfecho

7. ¿De qué lugar adquiere este producto (Pipocas dulces)?

Tiendas de barrio

Cines

Supermercados

Tiendas

Otro

8. ¿Qué lo motiva a realizar la compra del producto de MASH?

Sabor de las pipocas

Presentación

Precio accesible

Curiosidad

Otro

9. Al momento de realizar un pedido de pipocas dulces ¿cuál o cuáles son los factores más importantes que usted considera?

Calidad

Sabor diferente

Tiempo de entrega

Novedad

Otro

10. ¿Considera usted que el precio del producto es un factor decisivo al momento de realizar la compra?

Sí

No

11. ¿Cuál es la frecuencia de la compra de este producto?

Diario

Semanal

Quincenal

Una vez al mes

Alguna vez

12. ¿Ha consumido alguna vez pipocas dulces? Si su respuesta es no pase a la pregunta 13

Sí

No

13. ¿Estaría interesado/a en probar o consumir pipocas dulces?

Muy interesado

Poco interesado

No estoy interesado

14. ¿Qué le llamaría la atención de unas pipocas dulces?

Sabor

Presentación

Colores

Novedad

Precio

Otro

ANEXO N.º. 3 ENTREVISTA

Entrevista con el Gerente de la Empresa MASH – Mauricio Miguel Viera Sologuren

1. Desde el surgimiento de la empresa ¿Cuál ha sido la manera de dar a conocer el producto al mercado?

R. Redes Sociales, afiches, degustaciones, jingles, entrevistas en la televisión, mediante los programas y ferias de la alcaldía.

2. ¿Cómo evalúa el lanzamiento del producto (pipocas dulces), al mercado tarijeño?

R. Muy buena, tuvimos que esperar porque SENASAG demoró mucho en darnos el permiso, en aprobar la fábrica, por eso que no salimos con tanta fuerza en publicidad hasta no tener todo en orden, este 2021 ya se tiene un presupuesto mensual dedicado exclusivamente para Marketing y publicidad. A pesar de no haber hecho campañas muy elaboradas tuvimos mucha aceptación.

3. ¿Qué acciones o actividades se realizaron para que la población pueda conocer el producto?

R. En realidad nos conoció más por los reconocimientos que obtuvimos, el 2019 recibimos dos premios, el primero fue ganar la incubadora de empresas de la alcaldía, y el segundo fue salir como la mejor empresa Start Up de Tarija, en los que se evaluaban diferentes empresas tarijeñas que tengan de 1 a 3 años de vida. Estas dos fueron las actividades que más notoriedad nos dieron en el medio.

4. ¿Realizó alguna vez publicidad en algún medio de comunicación?

R. Recién estamos lanzando nuestra nueva imagen, desde este año estaremos estrenando jingles y está en proceso de producción nuestro spot. La verdad es que estamos analizando el costo beneficio de promocionar en medios de comunicación tradicionales, por el impacto que realmente estos dan, ya que nuestro público objetivo sinceramente no ve medios de comunicación locales, estamos viendo

eso aún, otra posibilidad es tener un sector o segmento en un programa que se identifique con nuestra marca, algo así como Humor chapaco de la red Unitel, pero que sea el sector de nuestro producto.

5. ¿Realizó alguna publicidad por redes sociales?

R. Si muy pocas aun ya que estábamos esperando a tener todas las certificaciones sanitarias y de calidad para poder empezar a hacerlo masivo, gracias a Dios ya contamos con todos esos requerimientos y desde este año lanzamos con todo en Facebook, Instagram, Tik Tok y YouTube.

6. ¿Realizó alguna vez promoción de su producto por medio de degustaciones?, si su respuesta es SI ¿En qué lugar y en qué tiempo?

R. Si varias veces, antes de la Pandemia, en el mercado central, plaza principal, plazuela sucre, parque Bolívar, Ferias en el campo ferial del barrio Salamanca, en supermercado Maxi compras, supermercado Mio y en Urkupiña de morros blancos. Después que llegó el Covid-19 ya no lo hacemos para preservar la salud pública,

7. ¿Qué considera ofrece su producto (pipocas dulces), a los clientes para ser aceptado y consumido?

R. Es totalmente diferente a los productos existentes en el mercado, es una nueva categoría, una nueva opción en la categoría de picaditos o snacks. Además del sabor y la calidad, y contar con todas las certificaciones y controles de calidad.

8. ¿De qué manera se plantea llegar a mayores clientes?

R. Ahora estamos haciendo una nueva estrategia que incluye publicidad en redes sociales pagadas y segmentadas a nuestro público objetivo, también estamos sacando permisos de la Alcaldía para hacer VTL"s en la ciudad.

9. ¿Cómo visualiza el crecimiento de su empresa?

R. En 5 años, poder estar a nivel nacional, con plantas de producción propias en las principales ciudades, ya tuvimos acercamientos con grandes supermercados de La Paz

y Santa Cruz, además de ampliar nuestra línea de productos, hay microempresas interesadas en hacer sus productos bajo nuestra marca.

10. ¿Qué atributos del producto (pipocas dulces), considera que son parte del atractivo para los clientes consumidores?

R. La presentación, los colores, el sabor, la calidad, la ideología de la marca, el empaque, el precio.

11. ¿Ha encontrado un nicho de mercado a la fecha?

R. Colegiales y Universitarios, sería uno, y ahora con la pandemia descubrimos que adultos de 25 a 45 que hacen teletrabajo, consumen muchísimo nuestro producto.

12. ¿Cómo describe ese nicho de mercado? (Sexo, edad, preferencias)

R. Adultos de 25 a 45 que hacen teletrabajo.

13. ¿Considera que el precio que actualmente tiene su producto es el adecuado? ¿Por qué?

R. Es el adecuado totalmente, por la calidad de la materia prima y los insumos que contiene, por el peso, y por la presentación.

14. ¿Considera que la presentación del producto es la adecuada? ¿Por qué?

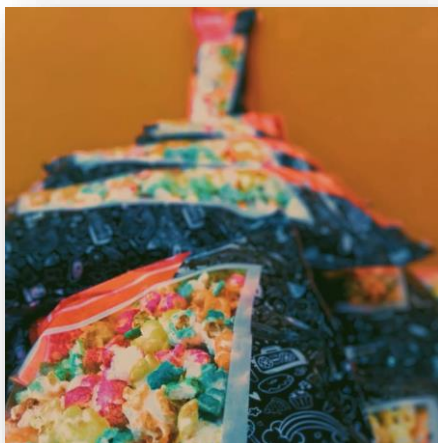
R. Si ahora en enero por fin tenemos la presentación adecuada para nuestro producto. Nada que envidiar a productos extranjeros como papas Ladys, o Doritos.

15. ¿Qué desafíos son relevantes para su empresa en este tiempo?

R. El desafío de este año es consolidar la marca en Tarija, y sus provincias, y poder abrir mercado en la ciudad de La Paz, en la que ya cerramos un contrato con supermercados ketal.

ANEXO N.º 4 MEJORA DE LA BOLSA**Antes:**

Ahora:

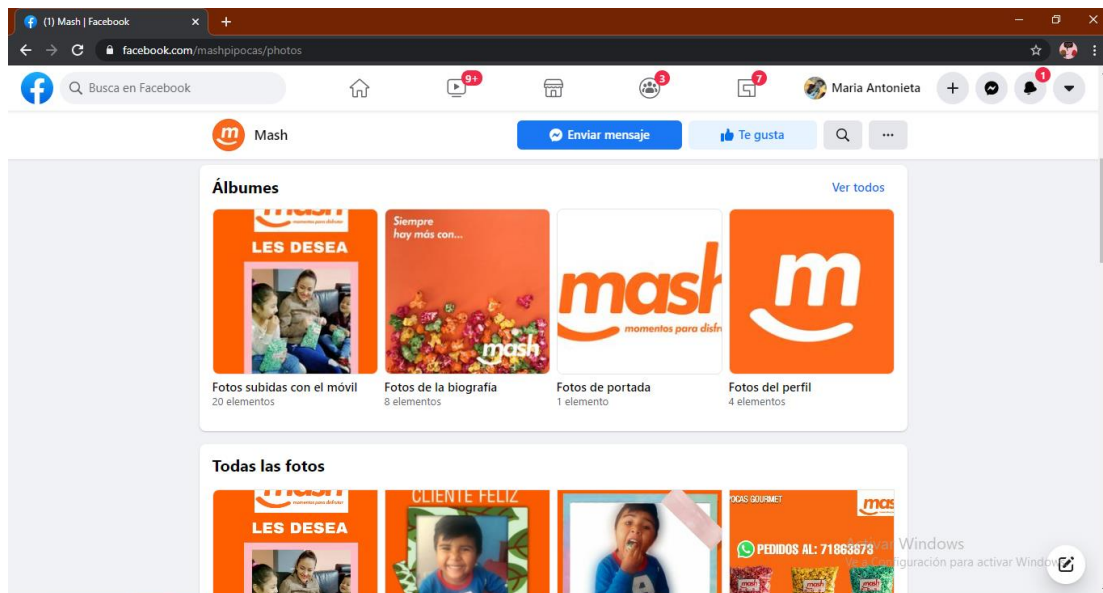


ANEXO N.º 5 CAMBIO DE LA PÁGINA DE FACEBOOK

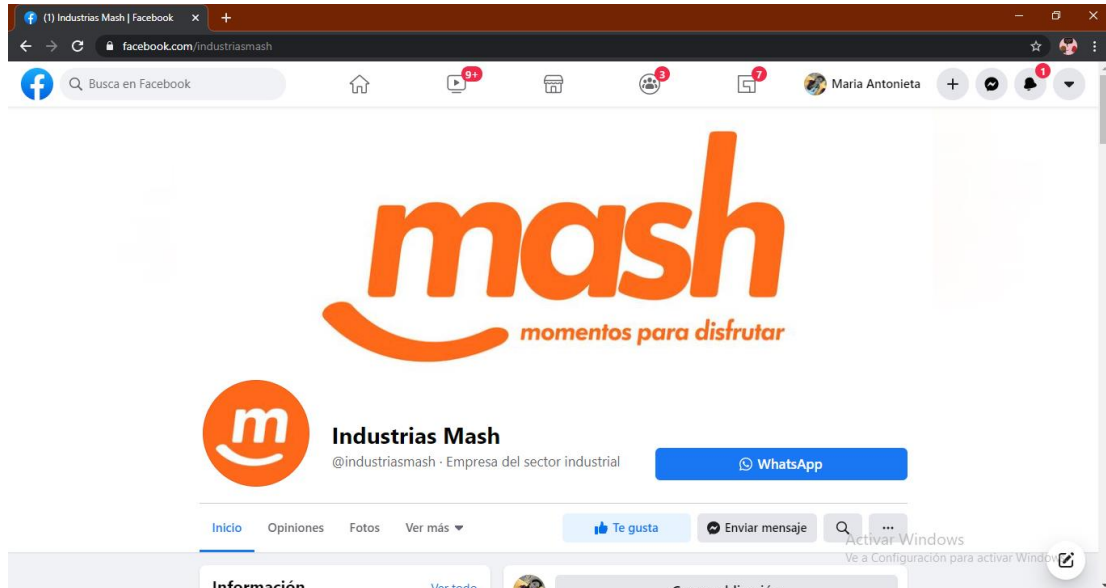
Página antes:



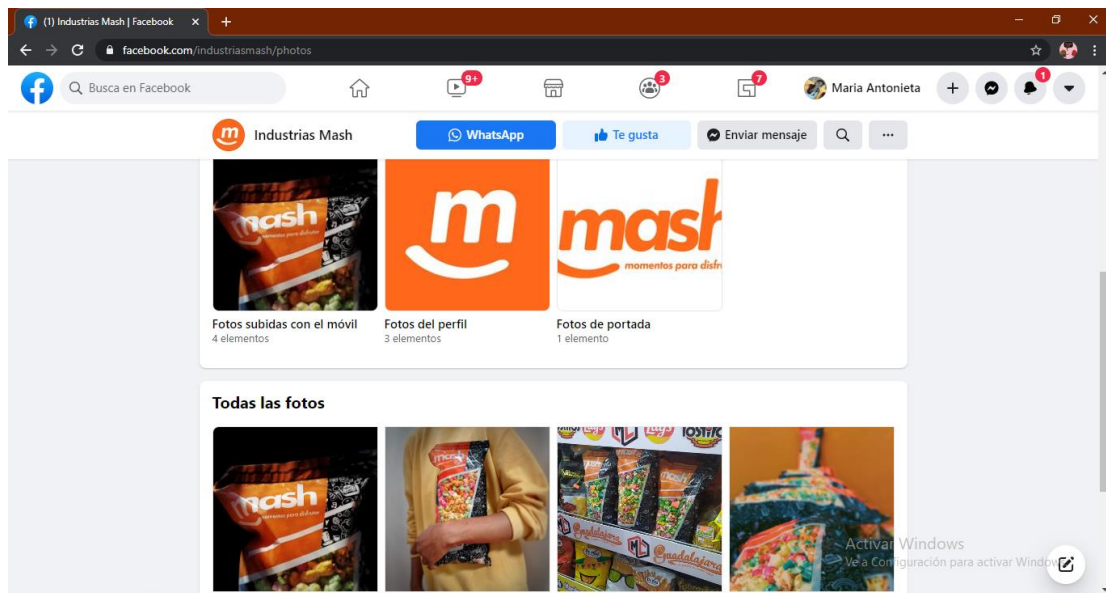
Imágenes de la página



Página de Facebook ahora:

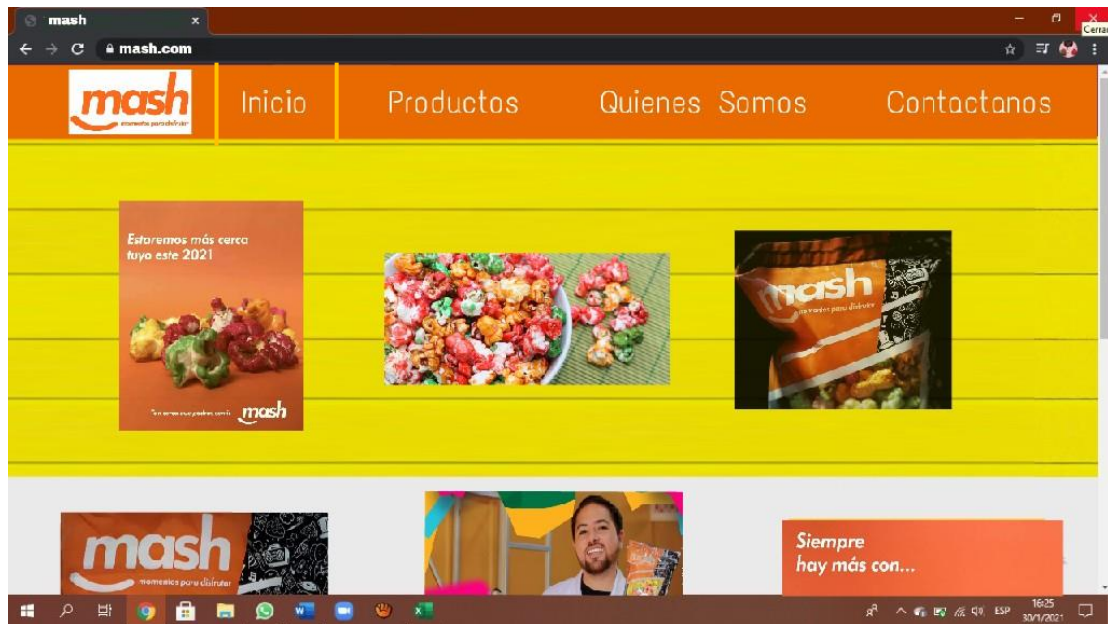


Imágenes de la página



ANEXO N.º 6 DISEÑO DE PAGINA WEB

Sección 1: inicio



Sección 2: Productos



Sección 3: Quienes Somos, Nuestra Mision, Vision y Valores



Sección 4: Contactos, Direccion, Telefonos, Correos



