

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA PILOTO

ENCUESTA PILOTO DEL PRODUCTO "JABON ESPUMOSO"

1. ¿Con qué frecuencia compra jabón en barra para uso personal?

- ☒ Semanalmente
→ Quincenalmente
→ Mensualmente
→ Cada 2-3 meses
→ Raramente

2. ¿Qué marcas de jabón en barra utiliza con mayor frecuencia?

	1 Nada frecuente	2 Poco frecuente	3 Neutral	4 frecuente	5 Muy frecuente
Cosquin				—	
Top			—		
Huracán			—		
Espumoso	—				
Uno	—				
Bolívar	—				

3. ¿Usted estaría dispuesto a cambiar su marca actual de jabón en barra para probar una nueva?

- ☒ Si
☐ No

4. Considerando un nuevo jabón en barra con las características mencionadas (espuma abundante y cremosa), ¿cuál es la probabilidad de que lo compre en el momento de su lanzamiento?

☐ Muy probable	☒
☐ Probable	☐
☐ Neutral	☐
☐ Poco probable	☐

5. ¿usted conoce sobre la existencia del jabón en barra que tiene como nombre "jabón espumoso" en el mercado?

- ☐ Si
☒ No

ENCUESTA PILOTO DEL PRODUCTO "JABON ESPUMOSO"

1. ¿Con qué frecuencia compra jabón en barra para uso personal?

- Semanalmente ✓
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Cada 2-3 meses
- Raramente

2. ¿Qué marcas de jabón en barra utiliza con mayor frecuencia?

	1 Nada frecuente	2 Poco frecuente	3 Neutral	4 frecuente	5 Muy frecuente
Cosquin				✓	
Top			✓		
Huracán			✓		
Espumoso	✓				
Uno		✓			
Bolívar		✓			

3. ¿Usted estaría dispuesto a cambiar su marca actual de jabón en barra para probar una nueva?

- ✓ Si
- No

4. Considerando un nuevo jabón en barra con las características mencionadas (espuma abundante y cremosa), ¿cuál es la probabilidad de que lo compre en el momento de su lanzamiento?

○ Muy probable	○
○ Probable	○
○ Neutral	✓
○ Poco probable	○

5. ¿Usted conoce sobre la existencia del jabón en barra que tiene como nombre "jabón espumoso" en el mercado?

- Si
- ✓ No

ENCUESTA PILOTO DEL PRODUCTO "JABON ESPUMOSO"

1. ¿Con qué frecuencia compra jabón en barra para uso personal?

- Semanalmente
- Quincenalmente ☒
- Mensualmente
- Cada 2-3 meses
- Raramente

2. ¿Qué marcas de jabón en barra utiliza con mayor frecuencia?

	1 Nada frecuente	2 Poco frecuente	3 Neutral	4 frecuente	5 Muy frecuente
Cosquin				☒	
Top		☒			
Huracán			☒		
Espumoso		☒			
Uno			☒		
Bolívar		☒			

3. ¿Usted estaría dispuesto a cambiar su marca actual de jabón en barra para probar una nueva?

- ☒ Sí
- ☐ No

4. Considerando un nuevo jabón en barra con las características mencionadas (espuma abundante y cremosa), ¿cuál es la probabilidad de que lo compre en el momento de su lanzamiento?

☐ Muy probable	☒
☐ Probable	☐
☐ Neutral	☐
☐ Poco probable	☐

5. ¿usted conoce sobre la existencia del jabón en barra que tiene como nombre "jabón espumoso" en el mercado?

- ☒ Sí
- ☐ No

ENCUESTA PILOTO DEL PRODUCTO "JABON ESPUMOSO"

1. ¿Con qué frecuencia compra jabón en barra para uso personal?

- Semanalmente ✓
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Cada 2-3 meses
- Raramente

2. ¿Qué marcas de jabón en barra utiliza con mayor frecuencia?

	1 Nada frecuente	2 Poco frecuente	3 Neutral	4 frecuente	5 Muy frecuente
Cosquin			✓		
Top		✓			
Huracán			✓		
Espumoso			✓		
Uno	✓				
Bolívar	✓				

3. ¿Usted estaría dispuesto a cambiar su marca actual de jabón en barra para probar una nueva?

- ✓ Si
- No

4. Considerando un nuevo jabón en barra con las características mencionadas (espuma abundante y cremosa), ¿cuál es la probabilidad de que lo compre en el momento de su lanzamiento?

○ Muy probable	○
○ Probable	✓
○ Neutral	○
○ Poco probable	○

5. ¿usted conoce sobre la existencia del jabón en barra que tiene como nombre "jabón espumoso" en el mercado?

- ✓ Si
- No

ENCUESTA PILOTO DEL PRODUCTO "JABON ESPUMOSO"

1. ¿Con qué frecuencia compra jabón en barra para uso personal?

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Cada 2-3 meses
- Raramente

2. ¿Qué marcas de jabón en barra utiliza con mayor frecuencia?

	1 Nada frecuente	2 Poco frecuente	3 Neutral	4 frecuente	5 Muy frecuente
Cosquin		X			
Top		X			
Huracán		X			
Espumoso	X				
Uno			X		
Bolívar				X	

3. ¿Usted estaría dispuesto a cambiar su marca actual de jabón en barra para probar una nueva?

- ☒ Si
☐ No

4. Considerando un nuevo jabón en barra con las características mencionadas (espuma abundante y cremosa), ¿cuál es la probabilidad de que lo compre en el momento de su lanzamiento?

☐ Muy probable	☒
☐ Probable	☐
☐ Neutral	☐
☐ Poco probable	☐

5. ¿usted conoce sobre la existencia del jabón en barra que tiene como nombre "jabón espumoso" en el mercado?

- ☒ Si
☐ No

ANEXO 2. ENTREVISTAS

Entrevista dirigida a:

Ing. Jesús Albis Copa encargado de área de producción

¿Cómo surgió la idea de lanzar un jabón en barra con un enfoque en la espuma, y qué vacío busca llenar en el mercado de Tarija?

Este proyecto de lanzar los jabones espumosos surge desde un enfoque de expansión territorial con el producto donde pude ver que existe un mercado llamativo para el negocio del jabón y lo que se busca es a ser conocer el producto a la población tarijeña y brindarles un jabón de calidad al mercado.

¿Cuál es la visión a largo plazo de la empresa con este producto? ¿Busca convertirse en un líder de nicho o en una marca masiva?

Bueno nuestra visión es nada menos que proyectar un mercado más grande con nuestro producto donde aún futuro buscamos el poder abarcar el mercado nacional buscando siempre ser un producto líder y de calidad.

¿Qué valor agregado cree que este producto ofrece que la competencia actual no tiene?

El gran valor agregado que ofrecemos es que es un producto natural neutro que no contamina el medio ambiente que tiene una dosificación más completa de estudio a la elaboración del producto no es dañino a la salud ya que nuestro producto no posee gran concentración de químicos de esa forma nuestros jabones tienen un buen rendimiento con el manejo de limpieza ayudando a desprender con facilidad la mugre.

¿Cuáles son las metas a corto plazo para la introducción del producto en el mercado tarijeño?

Nuestra meta es lograr satisfacer las necesidades de limpieza con nuestro producto y ser aceptados por el mercado tarijeño.

¿Existen planes para futuras extensiones de línea, como nuevos aromas, tamaños o variantes del producto?

Si existen nuevos planes como el nuevo lanzamiento del jabón premio espumoso de esa forma estamos estudiando un nuevo producto que es el ase.

Segunda entrevista

Lic. Mary albis copa encargada del área de distribución

¿Cómo se determinó el precio de venta sugerido del jabón? ¿Se basó en los costos de producción, en la percepción de valor o en los precios de la competencia?

Bueno el precio se determinó de acuerdo a los costos de producción viendo los costos de la competencia ya que de esa forma se pudo quedar en un monto de costo competitivo y de buen alcance hacia nuestros clientes finales.

¿Quiénes considera que son sus principales competidores directos e indirectos en el mercado de Tarija?

Se pudo apreciar que en el mercado tarijeño existe varias marcas de jabones como ser coski, top, huracán entre otros donde pudimos apreciar que nuestra principal competencia es el producto informal argentino ya que Tarija es un departamento fronterizo y se manejan más el mercado extranjero.

¿Qué estrategias de precios tiene previstas para el lanzamiento (por ejemplo, precios de penetración, promociones iniciales)?

La principal estrategia que estamos tomando es la rebaja de precios del producto donde también damos a por mayor de esa forma poder entrar con más facilidad al mercado tarijeño.

¿Cuáles serán los principales canales de distribución para el jabón en Tarija (supermercados, mercados, farmacias, venta directa)?

Como es un producto nuevo para el mercado tarijeño nuestros principales canales de distribución están más centrados en los mercados y ventas directas.

¿Qué desafío principal anticipa en la logística y distribución del producto en la región?

El desafío principal que se tiene es que las gentes tarijeñas están acostumbradas a consumir el producto con marcas ya existentes y poco toman importancia hacia los productos nuevos eh nacionales.

¿Qué lo/la motiva a emprender este proyecto en Tarija específicamente, en lugar de otras ciudades?

Lo que nos motiva es la gran aceptación de nuestro producto en otros departamentos y nuestra principal meta es lograr cubrir todo el mercado nacional ya que por esta forma es que queremos que el mercado tarijeño conozca y acepte nuestro producto el jabón espumoso.

ANEXO 3. ENTREGA DEL PRODUCTO



ANEXO 4. FORMATO DE ENCUESTA

ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX PARA LA INTRODUCCIÓN DE JABONES EN BARRA ESPUMOSOS EN EL MERCADO DE LA CIUDAD DE TARIJA
ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS DE LA CIUDAD DE TARIJA ÁREA URBANA, EN EDAD COMPRENDIDA ENTRE LOS 18 A 65 AÑOS

FECHA:

Los datos serán usados única y exclusivamente para fines académicos y de uso exclusivo del estudiante. Por favor le pedimos nos colabore respondiendo las siguientes interrogantes. GRACIAS.

1.- ¿Con qué frecuencia utiliza jabón en barra en su hogar?

1.1	Diario	
1.2	Tres veces por semana	
1.3	Una vez por semana	
1.4	Una vez por mes	

2.- ¿Cantidad de jabón en barra que adquiere según las frecuencias de compra en su hogar?

2.1	1 unidad	
2.2	2 a 3 unidades	
2.3	4 a 6 unidades	

2.4	Más de 6 unidades	
-----	-------------------	--

3.- ¿Qué tipo de jabón utiliza con mayor frecuencia?

3.1	Jabón en barra tradicional	
3.2	Jabón líquido	
3.3	Jabón antibacterial	
3.4	Otro (especificar	

4.- ¿Conoce o ha escuchado hablar del producto “jabón espumoso”?

4.1	Sí	
4.2	No	

5.- Si su respuesta es sí, ¿ha probado alguna vez un jabón espumoso?

5.1	Sí	
5.2	No	

6.- ¿Qué aspecto considera más importante al elegir un jabón en barra?

6.1	Precio accesible	
-----	------------------	--

6.2	Calidad de espuma y limpieza	
6.3	Aroma agradable	
6.4	Ingredientes naturales	
6.5	Marca reconocida	

7.- ¿Qué presentación de jabón en barra prefiere?

7.1	Unidad individual	
7.2	Paquete de 3 unidades	
7.3	Paquete de 6 unidades o más	

8.- ¿En qué rango de precios estaría dispuesto a pagar por una unidad de jabón espumoso?

8.1	Menos de 5 Bs	
8.2	Entre 5 y 7 Bs	
8.3	Entre 8 y 10 Bs	
8.4	Más de 10 Bs	

9.- ¿Qué tipo de aroma prefiere en un jabón en barra?

9.1	Floral	
-----	--------	--

9.2	Frutal	
9.3	Neutro / Sin fragancia	
9.4	Dulce	

10.- ¿Dónde suele comprar con mayor frecuencia jabones en barra?

10.1	Supermercados	
10.2	Farmacias	
10.3	Tiendas de barrio	
10.4	Mercados locales	
10.5	Venta directa (catálogos, ferias)	
10.6	Por redes sociales	

11.- ¿Qué medios de publicidad le llaman más la atención para conocer nuevos productos?

11.1	Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok)	
11.2	Radio	
11.3	Televisión	
11.4	Afiches y carteles	
11.5	Recomendación de familiares o amigos	

12.- ¿Estaría dispuesto a cambiar su jabón habitual por un jabón espumoso si le ofreciera mejores beneficios?

12.1	Sí, definitivamente	
12.2	Tal vez, depende del precio	
12.3	No, prefiero seguir con mi jabón actual	

13.- ¿Le interesa que el producto cuente con características adicionales?

13.1	Hidratante para la piel	
13.2	Con extractos naturales	
13.3	Antibacterial	
13.4	Ecológico (biodegradable, sin plásticos)	
13.5	No me interesa	

14.- ¿Qué lo motivaría más a comprar un nuevo jabón espumoso?

14.1	Descuentos directos en el precio	
14.2	Promociones 2x1 o combos especiales	
14.3	Muestras gratis para probar el producto	
14.4	Sorteos o premios por compra	

14.5	Programas de fidelización (puntos, tarjetas)	
------	--	--