ANEXOS

ANEXO 1

ENTREVISTA AL QUE TOMA DECISIONES

PRODUCTO:

¿Porque utilizan esa gama de colores en el producto galletas de avena?

Utilizamos los colores verde y rojo, porque los colores eran atractivos, se nos presentó tres prototipos y ese fue el que nos llamó la atención.

Antes mi persona realizaba el diseño del empaque en la computadora, lo imprimía en papel adhesivo y lo colocaba en la bolsita transparente

¿Pensaron en asignarle un nombre al producto Galletas de Avena?

Creemos que el nombre nos ayuda a identificar las características del producto, por el hecho de que añadimos un componente distinto en algunas presentaciones del producto como ser galletas con avena y almendras, galletas con avena y chía; pero consideramos que seria muy bueno poder identificar con un nombre propio al producto y no con una tan general.

¿De qué manera se escogió el actual empaque para las galletas de avena?

Se hizo la consulta con un especialista en el diseño de estos envases, ya que se nos estaban presentando problemas por que el producto cambiaba su sabor, y tampoco se veía estéticamente bien, en donde la persona nos recomendó cambiar la bolsa por un empaque de biopropileno metalizado, en donde ya se empezó a colocar los ingredientes, aportes nutricionales, registros de SENASAG, y el logo de producto 100% boliviano.

¿Con cuantas presentaciones se cuenta en cuestión de gramaje del producto Galletas de avena?

Se tiene las presentaciones, de 35 gr., 200gr y 400 gr.

¿La materia prima empleada en la producción es de calidad?

Nos basamos en que la materia prima sea sin conservante, por lo cual adquirimos materia prima de producción nacional

¿Para la adquisición de la materia prima, tienen proveedores definidos?

De la avena contamos con una persona que nos manda del interior del país, los otros insumos con comprados en los centros de abastecimiento de la ciudad de acorde al precio del mismo.

¿Qué necesidad satisface el producto Galletas de avena?

Satisface la necesidad de una alimentación más saludable para aquellas personas que se preocupan por su Salud.

¿El producto cuenta con un factor diferencial al resto de la competencia local, cuáles son?

Tratamos de diferenciar nuestro producto por el valor nutricional que posee el mismo, el precio accesible como también el fin social de la empresa, en donde el mayor porcentaje de ganancias es destinado al apoyo de mas de 50 niñas que pertenecen al albergue, como también de dar fuentes de trabajo a madres solteras y mujeres de nuestro departamento.

¿Considerando la producción de las pymes dedicadas al mismo rubro, a que empresas considera como principales competidores en la ciudad de Tarija?

Nuestro principal competidor es RuBal, es una empresa Tarijeña que se dedica a la producción de nuestros mismos productos que ofertamos, y de igual manera se presentan a las licitaciones.

¿Cuánto es el tiempo de vida del producto Galletas de Avena?

Como el uso de conservantes es nulo en nuestra producción, el tiempo de vida del producto es de 6 meses.

¿Cuentan con un proceso de fabricación establecido del producto galletas de avena?

No contamos con uno formalmente establecido, nuestro personal antiguo es el que se encarga de dar a conocer el proceso de producción ya que lo tienen de manera mecanizada y ellos se encargan de enseñar al nuevo personal.

¿Cómo miden la productividad en la producción de las Galletas?

No se tiene un proceso en el que se optimice el tiempo, y se busque una mayor productividad en la producción

¿Realizan evaluaciones periódicas de los procesos de producción? ¿Cómo las realizan?

No, no las realizamos.

¿Actualmente la maquinaria con la que cuenta la empresa es proporcional al nivel de producción?

Actualmente se cuenta con escasez de maquinaria, pero se propuso mejorar y adquirir más maquinaria.

¿Realizan control de calidad del producto?

Al iniciar nuestras funciones nos certificamos en calidad desde esa vez no volvimos a realizar este tipo de controles.

¿Satisface de manera efectiva todos los pedidos que no sean de las licitaciones?

Descuidamos nuestras entregas particulares por el hecho de que no contábamos con una persona que vaya a dejar el pedido.

¿Cuántas unidades de galleta produce por mes?

Como mantenemos una producción a pedido, producimos a lo que se requiere por cada mes, y esto varía.

PRECIO

¿El precio actual de las galletas es competitivo comparado con la competencia, Si o No, ¿Por qué?

Si es competitivo, por el hecho de que en las licitaciones lanzan precios bajos para adjudicarse por lo que nosotros acomodamos nuestros costos para que nos salga rentable, que por consecuencia nuestros precios llegan a ser muy accesibles para la población tarijeña.

¿Cuáles son los precios de la galleta de acorde al gramaje ofertado?

Galletas de 35 gr. 1 bs

Galletas de 200 gr 5 bs

Galletas de 400 gr 10 bs

¿En base a qué criterios se definieron los precios del producto?

Costo + impuestos + ganancia 30% = costo total

¿El precio es accesible para cualquier tipo de clase social?

Sí, llegaría a ser accesible si lo vendemos al consumidor final.

¿El precio de venta es el mismo para una distribución minorista y mayorista?

Por el momento solo realizamos ventas mayoristas, sin embargo, se apersonaron algunas personas a la planta a adquirir el producto e igual le dimos a precio de mayor.

¿El precio de venta para otros departamentos es el mismo?

Se les cobra un costo adicional de 0,50 centavos por unidad, con el fin de cubrir el transporte

¿Saben cuál es su punto de equilibrio de producción para no tener excedentes ni faltantes?

No, como solo nos dedicamos a la producción por contrato establecido, no tenemos producción constante, sino más bien periódica de acuerdo al pedido que tengamos

PROMOCION

¿Cuentan con una página propia en alguna Red Social?

Sí, por el año 2019 nos creamos nuestra página en Facebook, con el nombre de Musli La Libélula, pero se encontraba vinculada con mi cuenta, por lo que la administración de la misma era muy precaria, no nos encontrábamos activos en el manejo de la misma.

¿Cómo es que se realiza el manejo de la Página de Facebook, quien la administra?

Yo era encargada de manejar la página, pero con las demás funciones laborales que realizo en la empresa como también en la ONG, no me dedicaba al 100% en el manejo de la misma, creamos un video, lo publicamos, pero el alcance del mismo fue muy bajo, y con el tiempo dejamos de crear contenido en la página.

¿Pensaron en realizar una reingeniería a la página de Facebook para tener mayor alcance?

Sí, justamente a mediados de este año 2022, eliminamos la página anterior y decidimos crear una nueva, con su propio correo electrónico, cambiamos el nombre, y actualmente se encuentra con el nombre de La Libélula Unidad Productiva, contratamos el servicio externo de un especialista en creación de contenidos audiovisuales, el cual es remunerado por el video o imagen que realiza, y no así por un servicio permanente.

¿Consideraron crear páginas en otras redes sociales? ¿En cuales le interesaría?

Fuimos prestando mayor atención a nuestra presencia en los medios digitales por lo que también tenemos una cuenta en la plataforma de Tiktok que se encuentra con el mismo nombre, y periódicamente se trata de mantener el flujo de videos subidos. Por el momento no pensamos crear una cuenta en otra plataforma digital.

¿Consideraron asignar personal o voluntarios que se dediquen netamente a crear contenidos en estas páginas?

Sí, tenemos pensando poder dedicarnos con mayor esmero a nuestra presencia en los medios digitales por lo que estamos planeando en la gestión 2023 enfocarnos en ese aspecto, por lo cual si destinaremos recursos para personal que se dedique a esta actividad.

¿Realizar publicidad por radio o televisión le saldría rentable a la empresa? ¿Estarían interesados?

Por el tema de costos no pensamos en esta opción.

Analizaron volver a incorporar actividades de degustación en puntos estratégicos como ser ferias barriales, mercados, ferias de emprendedores etc., o actualmente no se encuentra entre sus objetivos.

Sí, estamos interesados en retomar este tipo de actividades, para dar a conocer a más personas nuestros productos.

¿Por qué motivos optaron dejar de lado los consumidores finales y dedicarse a las licitaciones?

Por lo complicado que era dar a conocer nuestros productos, las ventas no eran suficientes para cubrir los gastos del albergue, finalidad con la que fue creada la empresa. En las licitaciones se tiene contratos establecidos de ventas, sin embargo, siempre se corre el riesgo de no ser aceptados en ciertas licitaciones y quedarnos con el producto en almacenes.

PLAZA

¿Se cuenta con puntos de venta fijos en la ciudad de Tarija?

Puntos de venta propios de la empresa no se tiene, pero tenemos convenios con los supermercados de EMAPA, en los cuales se pone a la venta nuestras galletas.

¿Son difundidos por parte de la empresa estos puntos de venta?

En nuestras páginas no realizamos la difusión de los puntos en donde pueden adquirir nuestro producto.

¿Aparte de las licitaciones realizan ventas a personas particulares?

En la actualidad solo realizamos ventas a supermercados e instituciones públicas.

¿Consideraron incorporar un personal encargado de sacar pedidos y posteriormente ir a dejarlos? ¿SI o NO por qué?

Sí, para la gestión 2023 destinaremos recursos para la distribución.

¿Quiénes son sus compradores mayoristas que hacen llegar su producto al consumidor final actualmente?

El Gobierno Municipal de Tarija, EMAPA, y anteriormente se encontraba la cadena de supermercados Urkupiña, pero por el descuido en la distribución dejaron de hacernos pedidos

¿Mantiene una relación post compra con sus clientes mayoristas con el objetivo de verificar si el producto se encuentra visible en sus puntos de venta para el consumidor final?

No, no dedicamos tiempo a este tipo de supervisiones.

¿Cómo se llegó a realizar el contrato con EMAPA, ellos se comunicaron con la empresa? ¿O la empresa con ellos?

Yo formé parte de un conversatorio con todos los pequeños productores de Tarija donde dimos a conocer nuestro producto, ellos se vieron interesados, nos pidieron la presentación de una serie de documentos, con lo cual nos aceptaron, y actualmente tenemos contrato para cada gestión con esta institución.

ANEXO 2

VENTAS DE LOS ULTIMOS 5 AÑOS POR PRODUCTO

GESTIÓN 2017

2017															
	Gr.	PRECI	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
MUSLI CAJA	480	18	441	233	215	174	1434	457	345	71					3370
MUSLI BOLSA	480	15	39	16	68	27	66	64	26	52					358
MUSLI ESCOLAR		25		8	12	4	2	4							30
GALLETAS	35	1			5		3	15	7	3					33

GESTIÓN 2018

2018															
	Gr.	PRECI	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
MUSLI CAJA	480	18	12	167	73	54	56	79	63		29	33	48	1775	2389
MUSLI BOLSA	480	15	17	46	31	14	25	36	44			1377	1371	1665	4626
MUSLI ESCOLAR	35 A 40	1				100									100
MUSLI ESCOLAR	200	5					16								16
GALLETAS	35	1		8759	845	5837	12248	17620	10128		22700	11055	2974		92166
GALLETAS	200	5										17	1	1650	1668
BARRAS	35	1		11											11

GESTIÓN 2019

2019															
	Gr.		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
MUSLI CAJA	480	18	159	2	66	24	12		1	5	71	6		943	1289
MUSLI BOLSA	480	15	1665	1663	1686	1666	1115	12	3450	3450	3450			6900	25057
GALLETAS	200	5	1749	1651	1656	1669	825			9		11		89	7659
GALLETAS	35	1		3180	11394	8877	8761	7230	7236	8010	9600	9625	1070		74983
BARRAS	35	1										12			12

GESTIÓN 2020

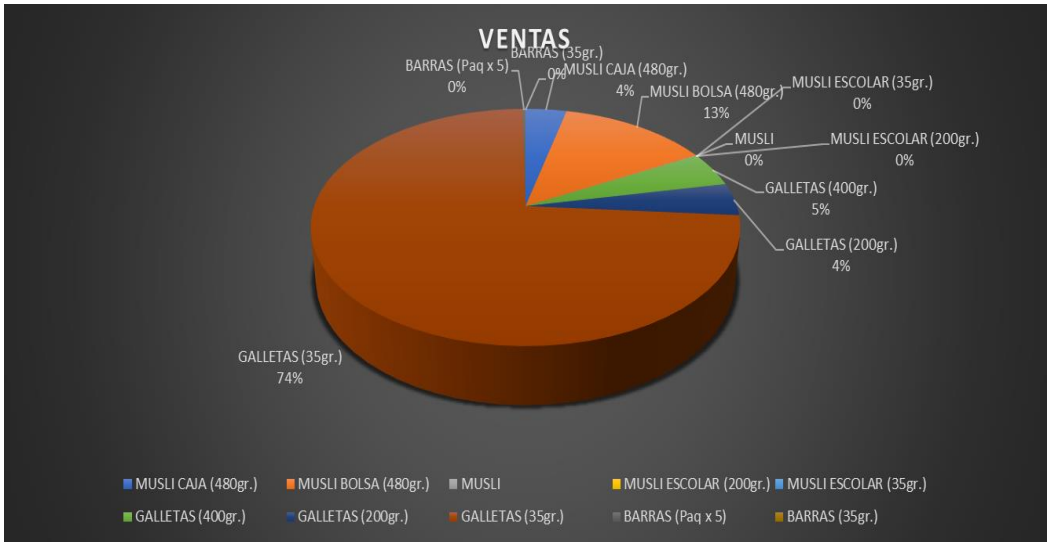
2020															
	Gr.	PRECI	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
MUSLI BOLSA	480	15									63	79	185	48	375
MUSLI CAJA	480	18												247	247
GALLETAS	200	5									37	18	6	41	102
GALLETAS	32	1									41	35	16	163	255

GESTIÓN 2021

2021														
	Gr.	PRECI	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
MUSLI CAJA	480	18		24	12	24	24		60	12		12		913	1081
MUSLI BOLSA	480	15								10				15	25
GALLETAS	400	12		10			10		10268	110		15		292	10705
GALLETAS	200	5		12						693				1	706
BARRAS	PAQ DE	13												580	580

ANEXO 3

ANÁLISIS DE LAS VENTAS



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al análisis interno realizado a las ventas de la Unidad Productiva la Líbélula se pudo evidenciar que el producto que percibe mayores ventas son las galletas de 35 gr, quedando como segundo lugar el Musli en bolsa de 480gr, las galletas de 400 gr. en tercer lugar, el Musli en caja de 480 gr. en cuarto lugar y finalmente las galletas de 200 gr. en la ultima posición.

ANEXO 4

MATRIZ BCG



Fuente: Elaboración propia

Se utilizó la matriz BCG para determinar en qué producto debe enfocarse la organización para obtener ventas continuas, pues la oferta comercial siempre está en la mente del consumidor, mayor reconocimiento y visibilidad de marca, autoridad en el mercado, construyendo así audiencias, más allá de clientes, credibilidad y mejor imagen ante el mercado.

Durante el análisis de la cartera de productos de la organización se determinó que la empresa no cuenta con productos vacas, dado que se trata de un producto totalmente consolidado, con una gran cuota de mercado que proporciona para la compañía la principal fuente de ingresos.

Por otro lado, tenemos a las Galletas de Avena de 35 gr. dentro de la matriz BCG que es un producto estrella que está teniendo un crecimiento rápido, la empresa destina inversiones constantes para intentar convertirlo en un producto vaca y lograr su consolidación en el mercado.

El Musli en bolsa de 480 gr. son productos interrogantes, ya que se encuentra en un mercado en crecimiento, pero con baja participación. Requieren de un seguimiento exhaustivo puesto que pueden crecer y evolucionar a estrellas o por el contrario convertirse en productos perro.

La empresa cuenta con productos en el cuadrante de perro los cuales son el Musli en caja de 480 gr. y la Galleta de Avena de 200 gr. debido a que estos productos cuentan con una baja cuota de mercado.

ANEXO 5

ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS DE LA CIUDAD DE TARIJA

La siguiente encuesta tiene fines investigativos con relación al tema de la venta y distribución de galletas de avena en la ciudad de Tarija, por favor solicitamos su gentil colaboración al llenar estas preguntas. ***¡La encuesta es totalmente anónima!!!***

1. **¿Cuenta con servicios básicos? Si la respuesta es "SÍ" continuar con el cuestionario, si la respuesta es "NO" termina la encuesta.**

   a. Si ( ) 1.2. No ( )

2. **¿Usted percibe algún ingreso económico? Si la respuesta es "SÍ" pasar a la pregunta 5, si la respuesta es "NO" continuar con la pregunta 3.**

   a. Si ( ) 1.2. No ( )

3. **¿Usted influye en las decisiones de compra del hogar? Si la respuesta es "SÍ" continuar con el cuestionario, si la respuesta es "NO" terminar encuesta.**

   a. Si ( ) 2.2. No ( )

4. **¿Usted consume galletas? Si la respuesta es "SÍ" continuar con el cuestionario, si la respuesta es "NO" termina la encuesta**

   a)Si ( ) b)No ( )

5. **¿Qué tipo de galletas es de mayor agrado para usted?**

   a) Dulces ( ) b) Saladas ( )

6. **¿Qué tipo de harina consume en galletas?**

   7.1. De Trigo ( ) 7.2. De Avena ( ) 7.3. De maíz ( ) 7.4. De centeno ( )
   7.5. De cebada ( ) 7.6. De maicena ( )

7. **¿En qué momento consume galletas?**

   8.1Desayuno ( ) 8.2. Snack diurno 8.3. Almuerzo ( )
   8.4. Merienda ( ) 8.5. Cena ( )

8. **¿Dónde suele consumir las galletas?**

   9.1. Hogar ( ) 9.2. Trabajo ( ) 9.3. Calle ( ) 9.4. Centro de estudio ( )

9. **¿Qué factor influye en su decisión de compra de galletas?**

   a)Hambre ( ) b)Antojo ( ) c)Fácil acceso al producto ( )

10. **¿Qué características serían las más valoradas por usted a la hora de consumir galletas? Utilice una escala del 1 al 5, en donde 1 es el menos importante y 5 el más importante.**

    (Marque en un círculo)

a.	Precio	1	2	3	4	5
b.	Marca	1	2	3	4	5
c.	Sabor	1	2	3	4	5
d.	Presentación Del empaque	1	2	3	4	5
e.	Calorías	1	2	3	4	5
f.	Cantidad	1	2	3	4	5
g.	Nutrientes	1	2	3	4	5

11. **Si cambiaria de marca de galletas, ¿qué razones le incentivarían a hacerlo? Ordene del 1 al 5 (siendo 1 el menos importante y 5 el más importante**)

21.1 Precio ( ) 21.4 Publicidad ( )

21.2 Promociones ( ) 21.5 Recomendación de terceros ( )

21.3 Variedad en sabores ( )

12. ¿Usted probó alguna vez las galletas de avena? Si la respuesta es "NO" pasar a la pregunta 18, Si la respuesta es "SÍ" continuar con el cuestionario.

a. Si ( ) 6.2 No ( )

13. ¿Suele consumir constantemente galletas de avena? Si la respuesta es "NO" pasar a la pregunta 19, si la respuesta es "SÍ" continuar con la encuesta.

a. Si ( ) 11.2. No ( )

14. ¿Cómo califica el sabor de las galletas de avena?

a. Me gustaron ( ) 8.2 Mas o menos ( ) 8.3 No me gustaron ( )

15. ¿En su hogar se consumen galletas de avena? Si su respuesta es "NO" pasar a la pregunta 19, Si la respuesta es "SÍ", continuar con la siguiente pregunta

a. Si ( ) 8.2. No ( )

16. ¿En su hogar quienes son los mayores consumidores de galletas de avena? Pasar a pregunta 19.

a. Niños ( ) 9.2. Jóvenes ( ) 9.3. Adultos ( ) 9.4. Toda la familia( )

17. ¿Le gustaría probar galletas elaboradas con harina de avena? Si la respuesta es "SÍ" continuar con la encuesta, si la respuesta es "No" terminar con la encuesta

a. Si ( ) 7.2 No ( )

18. ¿Cuál es el grado de interés que tiene acerca de adquirir galletas de avena?

19.1 Alto ( ) 19.2 Medio ( ) 19.3.Bajo ( )

19. ¿Cuál de los siguientes atributos le gustaría que tuvieran las galletas de avena?

19.1 Rellenas ( ) 19.4 Mix de frutos secos ( )
19.2 Uvas Pasas ( ) 19.5 Chips de chocolate ( )
19.3 Almendras ( ) 19.6 Nueces ( )

20. ¿Cuál es el motivo por el que elegiría unas galletas de avena en particular?

	Nada Importante	Importante	Muy Importante
a. Bajo en Calorías	( )	( )	( )
b. Cantidad	( )	( )	( )
c. Nutrientes	( )	( )	( )
d. Empaque	( )	( )	( )
e. Sabor	( )	( )	( )

21. **¿En qué empaque le gustaría comprar las galletas de avena?**

a) Bolsa ( ) b) Caja ( ) c) Bandeja de plastoformo ( )
d) Empaque Biodegradable ( ) e)Tarro ( )

22. ¿Qué forma le gustaría que tengan las galletas de avena?

23.1 Circulares ( ) 23.3 Cuadradas ( ) 23.5 Formas divertidas ( )

23.2. Rectangulares ( ) 23.4 Triangulares ( ) 23.6 Indiferente ( )

23. ¿Qué le gustaría encontrar en el lugar donde usted compra sus galletas de avena?

24.1 Ofertas y precios cómodos ( ) 24.3. Fácil acceso al producto ( )

24.2 Buena atención ( )

24. ¿Prefiere comer una sola galleta de avena grande o varias pequeñas?

19.2 Una grande ( ) 17.2. Varias pequeñas ( )

25. **¿En qué presentación le gustaría adquirir las galletas de Avena?**

a)Unidad de 30 gr. b)Unidad de 200 gr. c)Unidad de 400 gr.

d)Paquete de 12 Unid. (300 gr.) e) Paquete de 5 Unid (150 gr).

26. **¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted utiliza para informarse sobre nuevos productos?**

Televisión ( ) Radioemisora ( ) Redes sociales ( ) Periódico ( )

28. ¿Cuáles es el canal de televisión de su mayor preferencia?

UNITEL ( ) ATB ( ) BOLIVISION ( ) RED UNO ( )

29. ¿Cuál es canal de radioemisora de su mayor agrado?

Radio fides ( ) Radio Guadalquivir ( ) Radio Luis de fuentes ( ) Radio frontera FM ( ) Radio integración ( )

30. ¿Cuál es la Red Social que más utiliza?

a)Facebook b)Instagram c)Whatsapp c)Tiktok

31. ¿En qué sitios le gustaría comprar las galletas de avena?

f. Tienda de barrio ( ) d. Panadería ( )

g. Mercado ( ) e. Quioscos ( )

h. Supermercado ( ) f. Ferias ( )

ANEXO 6

PROPUESTA DE NUEVO DISEÑO DEL ENVASE

(PRODUCTO GALLETAS DE AVENA)



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.