

**Evaluación de mercado y financiera de la  
migración de envase de vidrio a plástico de la  
Salsa de Tomate Zamorano**

**Claudio Rodríguez Irías**

**Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano**  
**Honduras**  
Noviembre, 2013

ZAMORANO  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE AGRONEGOCIOS

# **Evaluación de mercado y financiera de la migración de envase de vidrio a plástico de la Salsa de Tomate Zamorano**

Proyecto especial de graduación presentado como requisito parcial para optar al título de Ingeniero en Administración de Agronegocios en el Grado Académico de Licenciatura

Presentado por

**Claudio Rodríguez Irías**

**Zamorano, Honduras**

Noviembre, 2013

# **Evaluación de mercado y financiera de la migración de envase de vidrio a plástico de la Salsa de Tomate Zamorano**

Presentado por:

Claudio Rodríguez Irías

Aprobado:

---

Miguel Calderón, M.Sc., MBA  
Asesor principal

---

Ernesto Gallo, M.Sc, M.B.A  
Director  
Departamento de administración de  
Agronegocios

---

Martin Leal, M.Sc.  
Asesor

---

Raúl Zelaya, Ph.D.  
Decano Académico

## RESUMEN

### **Evaluación de mercado y financiera de la migración del envase de vidrio a plástico de la salsa de tomate en Zamorano.**

**Claudio Rodríguez Irias**

La evaluación de mercado y financiera de la migración del envase de vidrio a plástico de la salsa de tomate en la planta de Hortofrutícola Zamorano, se realizó en el valle del Yeguaré Zamorano, Honduras. Se tomó en cuenta las tendencias actuales en el mercado acerca de usos de envases plásticos por medio de entrevistas con expertos dentro de la universidad y en los sitios de comercialización actual de la salsa. Se incluyó la percepción de los consumidores mediante encuestas y se realizó un benchmarking para encontrar diferencia de precios, posicionamiento de sus competencias y ubicación de los productos en las góndolas de los supermercados, se evaluó la viabilidad financiera mediante hojas de Excel. Se tomaron en cuenta costos de producción y precios actuales de los envases que se están utilizando en la salsa de tomate que se pretende ser envasada en plástico, se consideró del valor actual neto para comparar la diferencia de ganancias que hay con el producto envasado en vidrio y el valor actual neto del mismo envasado en plástico que es de \$906.94, se consideró una tasa de interés del 10%, y un horizonte de evaluación para diez años para observar la diferencia entre ganancias y ahorros que existe en utilizar dos distintos envases.

**Palabras clave:** Entrevistas, valor actual neto, viabilidad financiera.

**Abstract:** The market and financial assessment of migration glass container plastic ketchup on Horticultural Plant Zamorano was held at the Valley Yeguaré Zamorano, Honduras, was taken into account current trends in the market about plastic packaging applications through interviews with experts within the university and in the current marketing sites sauce. It included consumer perception surveys and benchmarking was performed to find price differences, competence positioning and placement of products on the shelves of supermarkets, financial viability was assessed using Excel spreadsheets. It took into account production costs and current packaging being used in tomato sauce that is to be wrapped in plastic, was considered the net present value to compare the difference in earnings there with the packaged product in glass and the net present value of the same plastic packaging is \$ 906.94, it was considered an interest rate of 10%, and a horizon of ten-year evaluation to observe the difference between earnings and savings that exists in using two different packaging.

**Keywords:** Financial viability, Interviews, net present value.

## CONTENIDO

Portadilla.....	i
Página de firmas .....	ii
Resumen .....	iii
Contenido .....	iv
Índice de cuadros, figuras y anexos.....	v
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>3</b>
<b>3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>4. CONCLUSIONES .....</b>	<b>10</b>
<b>5. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>11</b>
<b>6. LITERATURA CITADA.....</b>	<b>12</b>
<b>7. ANEXOS .....</b>	<b>13</b>

## ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y ANEXOS

Cuadros	Página
1. Benchmarking de las principales marcas, competencias de la salsa de tomate zamorano en los supermercados de Tegucigalpa, Honduras.....	5
2. Costos de materia prima de la salsa de tomate Zamorano.....	7
3. Costo de insumos utilizados en el envasado de la salsa de tomate con envase de vidrio.....	8
4. Costo de insumos utilizados en el envasado de la salsa de tomate con envase de plástico de 14 oz. ....	8
5. Costo de inversión para envases de plásticos. ....	9
Anexos	Página
1. Fotografía del producto sustituto.....	13
2. Fotografía de competencias .....	14
3. Encuesta.....	15
4. Encuesta Piloto .....	16

## 1. INTRODUCCIÓN

En Zamorano se producen diversos tipos de productos en las plantas de procesos que posee la universidad tales como planta de lácteos, cárnicos y hortofrutícola.

La salsa de tomate Zamorano se empezó a procesar y comercializar en la planta Hortofrutícola en 1994, el producto tuvo una buena aceptación de mercado porque era promocionado a la par de la salsa verde Zamorano, la salsa de tomate poseía una consistencia espesa ya que era procesada a 28 grados brix.

Al paso de los años el mercado iba cambiando y se demandaba más un producto de consistencia un poco más líquida, el entonces responsable de la planta Hortofrutícola Zamorano cambió la consistencia de este producto, algo que no se tomó en cuenta y no se ha hecho hasta el momento es un cambio en el envase, ya que siempre se ha utilizado un envase de vidrio de 390g el cual se utiliza actualmente.

En el mercado también han existido nuevas tendencias no solo de nuevos productos, sino también de nuevos envases entre ellos el plástico polietileno tereftalato (PET) ( $C_{10}H_8O_4$ ) n, subproducto del procesamiento de petróleo crudo que ha estado siendo muy comercializado dentro de la categoría de las salsas.

El empleo de envases de plástico, y en concreto de botellas, está creciendo constantemente en los últimos años debido a sustituir materiales como vidrio y metal por materiales plásticos, que resulten ser más prácticos para el consumidor, en consecuencia esto ha estado aumentando la demanda de una gran diversidad de productos que son envasados en plásticos. Según (Instituto Tecnológico del Plástico)

Los fabricantes de envases se han estado enfocando en la percepción de los consumidores ya que el envase debe ser atractivo visualmente, funcional, seguro y que se note el producto que están comprando y esto hace que los clientes tengan una mayor confianza hacia las empresas que se dedican actualmente a envasar productos de plásticos.

El proveedor actual de los envases de vidrios de este producto ha estado teniendo problemas para poder suplir la demanda actual de Zamorano, las empresas fabricantes de envases de vidrios que se han contactado están ubicadas en el Salvador y China las cuales ofrecen el mismo de tipo de envase al que se utiliza actualmente pero con la diferencia de que ofrecen a un mayor costo. Esto ha hecho que el producto de la salsa de tomate dulce tenga que estar elaborándose en pocas cantidades para el mercado, provocando un estancamiento de materia prima porque se producen 157 kg de materia prima para envasar 397 unidades por tandas de producción, las cuales mensualmente al mercado llegan 153 unidades en promedio como producto final, mayor parte de la materia prima tiene que

hacer espera en bodegas hasta que el proveedor actual pueda suplir la demanda necesaria de envases.

## **Objetivos**

- Determinar el potencial de aceptación de la migración a envase de vidrio con el que se comercializa actualmente por el envase plástico con el que se pretende llegar a tener más adelante en los distintos puestos de ventas donde comercializa Zamorano.
- Evaluar la viabilidad financiera de la salsa de tomate dulce Zamorano que se pretende ser envasada en plástico polietileno tereftalato (PET) ( $C_{10}H_8O_4$ ) n.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se recolectó información primaria con la ayuda del personal clave en la operación de la planta hortofrutícola y la planta de poscosecha, también con la cooperación de los expertos encargados de la planta hortofrutícola Zamorano con quienes se tuvo entrevistas para poder definir aspectos como costos, ventas, precios, también se realizó en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras en los supermercados donde se comercializa la salsa de tomate Zamorano con el objetivo también de conocer las ventas en años anteriores sobre la salsa.

Se realizó una investigación exploratoria a través de un benchmarking, en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras en los diferentes supermercados en donde se distribuyen los productos de marca Zamorano, la mayoría de la población que asiste es de clase media a alta. Se evaluaron precios actuales de la competencia, tamaño de las presentaciones de los envases y la ubicación de cada marca en las góndolas de los supermercados. Los supermercados visitados fueron La Colonia #1 #2 #6, YIP, Más por Menos, Wal-Mart, Delikatessen y el Puesto de Ventas Zamorano.

Se realizó una investigación descriptiva donde se desarrolló un modelo bietápico que consistió en elaborar 50 encuestas piloto en total en Tegucigalpa, Honduras, en los supermercados Wal-Mart y Delikatessen que permitió determinar el tamaño de la muestra y hacer ajustes a la encuesta, luego se realizaron encuestas formales para poder obtener información del consumo, compra, presentación para la salsa de tomate Zamorano, a los consumidores también se les consultó sobre la migración en el cambio de envase de la salsa de tomate, si esto les llamaría más la atención a la hora de comprar una salsa de tomate y que pensaban en relación a precios de acuerdo a esto. En base a la información de la encuesta piloto, se determinó la muestra final fue de 309 encuestas formales usando como método de muestreo probabilístico el aleatorio simple (todas las personas de una población tienen la misma probabilidad de ser escogidas), las encuestas se realizaron en los supermercados La Colonia #2, #6, Delikatessen, en Tegucigalpa, Honduras, debido a que son los únicos lugares donde actualmente se comercializa la salsa de tomate Zamorano.

Fórmula utilizada para estimar la cantidad de encuestas necesarias fue:

$$n = \frac{p \times q \times t^2}{e^2} \quad [1]$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra (número de encuestas a realizar).

p= Porcentaje de las personas que consumen en envases de plástico (74%)

q= Porcentaje de las personas que consumen en envases de vidrio (26%)

t= Nivel de confianza 95% (T=1.96)

e= Error de la muestra (5%)

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que se utilizó para poder pasar los resultados futuros de un flujo de caja a valores actuales. El VAN indica el valor que posee el proyecto, si un VAN es negativo significa que el proyecto que se realizó no es rentable, pero si el resultado obtenido es de cero o mayor que este significa que se recupera la inversión que se está haciendo en los nuevos envases y que se logran obtener ganancias. Este método es uno de los criterios económicos más utilizados para las evaluaciones de proyectos. (Coss Bu 2006)

Se consideró un flujo de caja para un período de diez años con la intención de observar de mejor manera la diferencia que representa en mayor cantidades el VAN y los ahorros que Zamorano obtendría si se envasa en plástico, utilizando como referencia US\$ a una tasa de descuento del 10%, resultado promedio entre utilizar la tasa que el Banco Central de Honduras estima un 5% para proyectos de inversión, el valor de la segunda tasa de interés citada fue de un 15%, esta es la tasa ideal para un inversionista (Gallo 2013).

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La información primaria recolectada en las plantas de poscosecha y hortofrutícola Zamorano, señalaron que producir salsa de tomate en cantidades de 153 unidades mensualmente en los puntos de ventas en donde se comercializa la salsa de tomate Zamorano, se observó que la salsa de tomate Zamorano en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras se comercializan alrededor de 1845 unidades anuales de salsa de tomate. Se notó que la salsa de tomate no es muy reconocida ya que mediante una entrevista con un gerente de supermercados Yip no conocía la existencia de la salsa de tomate zamorano aunque si le pareció la idea de que esta fuese comercializada en ese supermercado.

Cuadro 1. Benchmarking de las principales marcas, competencias de la salsa de tomate zamorano en los supermercados de Tegucigalpa, Honduras.

Marca	Precio (\$)	Presentación (g)	Tipo de envase
Zamorano	1.79	390	vidrio
Kerns®	1.32	566	vidrio
Kerns®	1.24	400	plástico
Hunts®	2.67	566	plástico
Naturas®	1.03	390	vidrio
Gourmet®	1.10	400	plástico
Don Julio®	0.92	300	plástico
Campo Fresco®	1.33	566	plástico
Alfaro®	1.36	385	plástico

En el benchmarking realizado se logró observar que 66.66 % de las competencias de la salsa de tomate Zamorano se encuentran envasados en plástico, los precios de las competencia se encuentran por debajo del precio de la salsa Zamorano y sus presentaciones tienden a ser prácticamente las mismas, lo cual, hace que cree una desventaja para el producto Zamorano, también se observó que la salsa de tomate Zamorano se encuentra debajo de la zona de mayor demanda o también conocida como "zona caliente".

Se observó que la marca Kerns® en plástico es la salsa de tomate de mayor comercialización en los supermercados en los que se realizó el benchmarking, esta posee un precio de \$1.24, esta marca posee un precio promedio entre las demás marcas que

poseen el mismo tamaño de presentación, salsa Kerns® es el producto que más espacio utiliza en las góndolas y su ubicación es en la zona caliente donde el consumidor tiende a ver más los productos a la hora de realizar sus compras.

Luego la marca Hunts® que también es envasada en plástico pero la única con una presentación más grande de 566 gramos y un precio de \$2.67, ocupaba un espacio de la zona caliente de las góndolas en los supermercados. La salsa de tomate Naturas envasada en vidrio también es la única de las competencias que se encontraba también en la zona caliente aunque también es de la únicas que tenía un precio un poco más alto de \$1.34 en comparación con las marcas que se encuentran envasadas en plástico. Las demás competencias Gourmet®, Don Julio®, Sabe más®, Suli® y Alfaro® sus productos se encontraban fuera de la zona caliente donde el consumidor no logra fijarse bien en estos productos.

Las encuestas realizadas demostraron que un 71% de los consumidores finales tienden a comprar más salsa de tomate en envases de plásticos ya que se les facilita mucho el manejo de este envase en cuanto al uso de los menores de edad en las familias ya que no se quiebra el envase y esto hace que se logre una mayor compra en un envase de plástico. El resto de las personas encuestadas consumen la salsa de tomate en un envase de vidrio que conserva todas las características del producto que se llega a comprar y no pierde sus propiedades organolépticas con respecto al tiempo.

El 18% del total de las personas encuestadas si consumen la salsa de tomate Zamorano, de las personas que consumen este producto, un 56% están de acuerdo con un cambio de envase, el resto de las personas que consumen este producto no están de acuerdo con que se haga un cambio de envase.

Alrededor de un 58% del total las personas encuestadas no conocían la salsa de tomate Zamorano incluyendo a operarios de los mismos supermercados en donde el producto se comercializa actualmente, lo cual hace, significa que este tenga una baja participación, el resto de las personas si conocen el producto Zamorano pero no lo consumen ya que el sabor de la salsa de tomate no les era mucho de su agrado y también se observó que el envase actual no llamaba mucho la atención de los consumidores.

Cuadro 2. Costos de materia prima de la salsa de tomate Zamorano.

<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio (US \$)</b>	<b>Costo Total (US \$)</b>
Ácido cítrico	Kg	0.35	1.34	0.46
Ácido acético	Kg	0.5	2.13	1.06
Agua cocción	Kg	5	0*	0*
Agua dilución	Kg	0.3	0*	0*
Ajo	Kg	0.94	4.06	3.81
Azúcar	Kg	35	0.62	21.7
Benzoato de sodio	Kg	0.13	1.49	0.19
Clavo de olor	Kg	0.02	5.09	0.10
chile dulce	Kg	5	0.44	2.2
Canela	Kg	0.36	9.75	3.51
Cebolla	Kg	6	0.54	3.24
Comino	Kg	0.18	3.48	0.62
Goma xanthan	kg	0.18	0.18	0.03
Nuez moscada	kg	0.06	4.35	0.26
Pasta de tomate	kg	100	1.08	108.6
Pimienta	kg	0.14	5.72	0.82
Sal refinada	kg	3.4	0.29	0.98
Total	Kg	<u>157.564</u>	Materia prima(\$)	<u>147.63</u>

El cuadro 1 se observan los ingredientes utilizados en la formulación de la salsa de tomate, cantidades que se están utilizando por tandas y el costo de cada uno de ellos. El costo es en base a 157.564 kg de salsa de tomate (397 botellas de 14 oz), el valor cero del agua representa que esta no posee ningún costo real para Zamorano pero si un valor nominal.

Cuadro 3. Costo de insumos utilizados en el envasado de la salsa de tomate con envase de vidrio.

Insumo	Unidad	Cantidad	Precio (US \$)	Costo Total (US \$)
Botella de vidrio 400g	unidad	397.00	0.31	123.07
Etiqueta 6×3	unidad	397.00	0.05	19.85
Etiqueta para caja, balde o tambo	unidad	10.00	0.03	0.30
Mano de obra (preparación)	hora	3.50	1.92	6.72
Mano obra (sellado, etiquetado, fechado)	unidad	120.00	0.01	1.20
Vapor de agua (caldera)	hora	1.50	1.30	1.95
Higienizados (prorratedos)	L/kg	31.00	0.01	0.31
Sello termoencogible	unidad	120.00	0.01	1.20
Costo total de insumos				154.60

En el cuadro 3 se logra observar el costo por lote de salsa de tomate envasado en vidrio

Costo Unitario: \$ 0.75

Costo por Lote: \$ 302.23

Cuadro 4. Costo de insumos utilizados en el envasado de la salsa de tomate con envase de plástico de 14 oz.

Insumo	Unidad	Cantidad	Precio (US \$)	Costo Total (US \$)
Botella de plástico de 14 oz.	unidad	397.00	0.23	91.31
Etiqueta 6×3	unidad	397.00	0.05	19.85
Etiqueta para caja, balde o tambo	unidad	10.00	0.03	0.30
Mano de obra (preparación)	hora	3.50	1.92	6.72
Mano obra (sellado, etiquetado, fechado)	unidad	120.00	0.01	1.20
Vapor de agua (caldera)	hora	1.50	1.30	1.95
Higienizados (prorratedos)	L/kg	31.00	0.01	0.31
Sello termoencogible	unidad	120.00	0.01	1.20
Costo total de insumos				122.84

En el cuadro 4 se observa el costo de los insumos a utilizarse haciendo un cambio de envase a plástico.

Costo Unitario: \$ 0.67

Costo por Lote: 270.47

Mediante los datos de producción del año 2012 obtenidos en la planta Hortofrutícola Zamorano, se observó que al hacer un cambio de envase de vidrio a plástico en bajen un 11%, ya que el precio del envase que se utilizaría tiene un menor costo que el envase que posee actualmente la salsa de tomate.

El resultado obtenido del valor actual neto en el horizonte de evaluación para diez años es de \$906.94, esto indica que la inversión que se hará en los nuevos envases de plásticos será recuperada y que también le brinda un ahorro anual de \$147.60 para Zamorano de manera que este traspaso de envase es viable.

El traspaso de envase hace que el producto Zamorano mejore sus utilidades anuales, actualmente la utilidad anual de la salsa de tomate envasada en vidrio es de \$623.86, mientras que si el producto es envasado en plástico sus utilidades aumentarían a \$771.46. Representando una diferencia de ganancias netas de \$147.60.

Cuadro 5. Costo de inversión para envases de plásticos.

Costo por Unidad de Envase (\$)	Pedidos Mensuales (unidades)	Pedidos Anuales	Inversión Anual(\$)
0.23	153	1845	422.28

La inversión para que Zamorano pueda ser abastecido con respecto a su demanda anual de envases es de \$422.28.

#### **4. CONCLUSIONES**

- La salsa de tomate llegaría tener una mayor aceptación de mercado si se comercializa en un envase de plástico ya que se demostró que un 71% de los consumidores actuales de salsa de tomate prefieren comprar este producto en un envase que sea de mayor facilidad de manejo.
- Favorecería hacer un cambio de envase en cuanto al análisis financiero realizado, porque se demostró que el adquirir un nuevo envase de plástico es viable para la planta Hortofrutícola Zamorano ya que el resultado del Valor Actual Neto es de \$906.94 y hace que esto sea de una opción para realizar el traspaso de envase que necesita realizar para lograr seguir evitando problemas con la demanda que no logra suplir el proveedor actual.

## 5. RECOMENDACIONES

- Se recomienda hacer un mayor enfoque en la parte de ventas y estrategia de mercado para mejorar la participación de la salsa de tomate en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras, esto hace que el producto de salsa de tomate Zamorano no también logre una mejora en cuanto a la posición que ocupa en las góndolas de comercialización en los distintos supermercados en los que se está ofreciendo el producto actual.
- Se sugiere establecer un plan de imagen, publicidad y marketing ya que algunos de los gerentes no tienen idea de la existencia del producto por lo que se observa que no se logra comercializar con una mayor profundidad ya que solo llega a ser comercializado en dos distintos supermercados de Tegucigalpa, Honduras los cuales son supermercado la Colonia y Delikatessen esto hace que nuestro producto pierda mayor participación por parte de los consumidores actuales y sabiendo que la marca Zamorano es muy reconocida actualmente, lo cual se debería de aprovechar más con respecto a aumentar aún más la producción actual de este producto y lograr obtener mayores ingresos.
- Se recomienda crear un plan de expansión de establecimientos distribuidores, en el producto que se está comercializando actualmente ya que por el momento solo en dos supermercados se pudo encontrar la salsa de tomate Zamorano.
- Se recomienda hacer un estudio acerca del porqué, aun los clientes de la salsa de tomate Zamorano la siguen comprando en un envase de vidrio.

## 6. LITERATURA CITADA

Análisis y evaluación de proyectos de inversión/ Raúl Coss Bu- 2ª ed.- México: Limusa, 2006

Envases para alimentos y migración de materiales. José Juan Rodríguez Jerez 2 de agosto de 2006 <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/ciencia-y-tecnologia/2006/08/02/24513.php>

El Vidrio Mejora el Equity del Producto Derechos Reservados © 2002, Vitro, S.A. de C.V. [http://www.vitro.com/envases/espanol/Serv\\_177\\_1\\_1.htm](http://www.vitro.com/envases/espanol/Serv_177_1_1.htm)

Fernández Navarro, J.M. 2003. El Vidrio. Ed CSIC. 2 ed. Madrid, España.s.e.684p.

Osorio, L. F. (2013). Empaques plásticos. Empaques y preservación de alimentos (p.6). Honduras: Zamorano.

Osorio, L. F. (2013). Empaques de vidrio. Empaques y preservación de alimentos (p.10 - 23). Honduras: Zamorano.

Principles of Marketing, Eight edition, de Philip Kotler y Gary Armstrong. Published by Prentice Hall Inc., Upper sadden River, New Jersey, U.S.A

The Psychology of Small Packages SARAH NASSAUER Updated April 15, 2013, <http://online.wsj.com/article/SB10001424127887324485004578424650545311848.html?KEYWORDS=SARAH+NASSAUER>

## 7. ANEXOS

Anexo 1. Fotografía del producto sustituto



Anexo 2. Fotografía de competencias



Anexo 3.Encuesta

**Escuela Agrícola Panamericana Zamorano**  
**Investigación de Mercado**  
**Encuesta**

**Soy estudiante de la Escuela Agrícola Panamericana Zamorano. Estoy realizando una investigación de mercado. El objetivo de la misma es averiguar sobre un cambio de envase de la salsa de tomate dulce Zamorano. Le pido por favor conteste las siguientes preguntas, marcando con una "X" la respuesta que usted crea conveniente.**

¿Consumen usted la salsa de tomate dulce Zamorano? Si no consume este producto puede saltar hacia la última pregunta.

Si

No

Cuando usted compra salsa de tomate dulce, ¿Qué tipo de envase le llaman más la atención?

Plástico  Vidrio

¿Le gustaría ver la salsa de tomate Zamorano en un envase de plástico?

Definitivamente si  Si  Probablemente  No  Definitivamente no

¿Qué le parece el envase actual que posee este producto?

Excelente  Bueno  Regular  Malo  Muy malo

¿Incidir la presentación del producto en su decisión de compra?

Si

No

¿Pagaría el mismo precio si el producto viniese en un envase de plástico?

Definitivamente si  Si  Probablemente  No  Definitivamente no

¿Se le haría más fácil el manejo de este producto si viniese en un envase de plástico?

Sí  No

¿Qué tanto afectaría su decisión de compra si el producto posee al menos 6 meses de durabilidad? Califíquelo del 1 al 5 siendo 5 de su mayor agrado.

5  4  3  2  1

¿Estaría interesado en consumir salsa de tomate dulce Zamorano?

Definitivamente no  No  Probablemente  Si  Definitivamente si

Anexo 4. Encuesta Piloto

**Encuesta Piloto**

Sexo: M\_\_\_ F\_\_\_

1. ¿Conoce usted la Salsa de tomate Zamorano?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

Si su respuesta es “No”, avance a la pregunta 7

2. Como consumidor, ¿cuánto atrae su atención este producto? Marque con una “X”

Nada \_\_\_ Poco \_\_\_ Mucho \_\_\_

3. ¿Qué rango de precio le parece adecuado para éste producto?

L 25- L 30:\_\_\_ L 31- L 35:\_\_\_ L 36- L 40:\_\_\_

4. ¿Le gustaría que se cambie el envase de la salsa de tomate zamorana?

Si \_\_\_ No \_\_\_ Le da igual \_\_\_

5. Como consumidor, ¿le parece más conveniente una presentación en envase de plástico?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

6. ¿Qué característica considera más atractiva de ese producto?

Presentación \_\_\_ Precio \_\_\_ Imagen \_\_\_

7. ¿Considera usted que una presentación en botella de plástico es más amigable para el ambiente?

Sí \_\_\_ No \_\_\_