

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE CIENCIAS FARMACEUTICAS Y BIOQUIMICAS
ESPECIALIDAD EN TECNOLOGIA COSMETICA



TRABAJO DE GRADO

ANÁLISIS DEL GRADO DE CONOCIMIENTO Y ACEPTACIÓN DE LA LINEA DE PRODUCTOS DE BAÑO EN SECO PARA MASCOTAS DE LOS BARRIOS EQUIPETROL, URBARI Y LAS PALMAS DE SNTA CRUZ DE LA SIERRA

POSTULANTE: Lic. Clemente Zeballos Ramírez

La Paz – Bolivia

2019



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
BENEMÉRITA Y CENTENARIA
FACULTAD DE CIENCIAS FARMACÉUTICAS Y BIOQUÍMICAS
 UNIDAD ACADÉMICA ACREDITADA POR EL SISTEMA DE LA UNIVERSIDAD BOLIVIANA 2014-2020
 LA PAZ - BOLIVIA



ESPECIALIDAD EN TECNOLOGÍA COSMÉTICA
ACTA DE CALIFICACIÓN DEL DOCUMENTO DE TRABAJO DE GRADO
EQUIVALENTE AL 80%

Fecha: La Paz, 20 de agosto de 2019
Programa: Especialidad en Tecnología Cosmética
Título del Tema: ANÁLISIS DEL GRADO DE CONOCIMIENTO Y ACEPTACIÓN DE LA LÍNEA DE PRODUCTOS BAÑO EN SECO PARA MASCOTAS EN LOS BARRIOS EQUIPETROL, URBARI Y LAS PALMAS DE SANTA CRUZ
Postulante: Lic. Clemente Zeballos Ramírez
Tribunal: M. Sc. María Luisa Daza Calderón
 Pseidy Luz Mamani Crispin Ph. D.
 M. Sc. Stephanie Scholz Campos

Nº	CALIFICACIÓN SOBRE EL 100% EN BASE A:	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
1	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración de la discusión de los resultados. • Rigor científico • Correspondencia de las conclusiones con los objetivos planteados 	30%	26%
2	Valoración del cumplimiento de requisitos metodológicos	20%	17%
3	Valoración de la importancia, interés y actualidad de la temática estudiada en el plano nacional e internacional y el impacto social que produce este estudio	20%	20%
4	Bibliografía	20%	20%
5	Claridad del documento presentado	10%	10%
TOTAL		100%	93%

Comentarios:

- 1.- El objetivo general debe incluir la herramienta utilizada
 - 2.- El objetivo específico debe incluir la elaboración de la encuesta.
 - 3.- Justificar con bibliografía la función de cada componente de su formula
- Nota: El documento se encuentra aprobado y una vez corregidas las observaciones puede proceder con la Defensa del Trabajo de Grado.

NOTA.- La calificación mínima de aprobación es de 71%

M. Sc. Stephanie Scholz Campos

Pseidy Luz Mamani Crispin Ph. D.

M. Sc. María Luisa Daza Calderón

INDICE

1. INTRODUCCION.....	3
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
3. JUSTIFICACION.....	10
4. OBJETIVOS.....	12
4.1 OBJETIVOS GENERALES.....	12
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	12
5. MARCO O MODELO TEORICO.....	13
5.1 EL CUIDADO DE LA PIEL EN ANIMALES.....	13
5.2 EL BAÑO SECO EN ANIMALES	16
5.3 PASOS PARA BAÑAR AL ANIMAL EN SECO.....	16
5.4 TIPOS DE PRODUCTOS DE BAÑOS SECOS.....	17
5.5 EL MERCADO DE PRODUCTOS DE BAÑO PARA ANIMALES EN BOLIVIA.....	18
6. DISEÑO METODOLOGICO.....	18
7. RESULTADOS.....	21
8. DISCUSION.....	37
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	47
11. ANEXOS.....	49

RESUMEN

La primera parte se conformó de la introducción y planteamiento del problema con la finalidad de justificar y argumentar la problemática en cuestión sobre el tema de Análisis del Grado de Conocimiento y aceptación de la línea de productos “Baños secos” en los barrios residenciales de Equipetrol, Urbari y las Palmas en donde se definieron los objetivos que se resumen principalmente en saber el grado de conocimiento de estos productos y los niveles de aceptabilidad en cada barrio de estudio, aparte de ello los factores que se consideran determinantes al momento de la compra del producto.

Luego se desarrolló el respaldo teórico con conceptos propios de la carrera y relacionados al tema de estudio. Posteriormente se desarrolló la planificación metodológica. Luego se presentaron los resultados de la encuesta con una breve explicación de cada respuesta en relación a las preguntas y finalmente se elaboró la discusión de los mismos tratando de explicar los resultados en relación a los objetivos planteados.

Se pudo conocer los grados de conocimiento y niveles de aceptabilidad resumiendo que una gran mayoría de los encuestados está dispuesto a conocer y adquirir estos productos. A parte de ello se pudo conocer los medios por los cuales desean recibir información. Una parte del análisis se centró de igual manera a conocer la opinión de aquellos encuestados que no tienen mascotas encontrando cifras sorprendidas por el interés de los mismos

Finalmente se establecieron las conclusiones del trabajo terminando la investigación realizada.

1. INTRODUCCION.-

Los paseos al aire libre por zonas con barro o arena, la contaminación de la ciudad, el asentamiento de los animales en una superficie no siempre demasiado limpia y los juegos en el parque con otros canes o gatos son solo algunas de las situaciones que obligan al baño periódico de las mascotas en casa. Incorporar el agua y el jabón a los hábitos de higiene de las mascotas es esencial para evitar infecciones en la piel y para mantener su pelaje sano y brillante. Sin embargo, el aseo en las mascotas y especialmente en los canes y gatos tiene algunas situaciones e incógnitas que conviene conocer.

En el mercado existen muchos productos específicos para cuidar de la higiene de canes y gatos, la cuestión es elegir los más adecuados y tener en cuenta ciertas pautas a la hora del baño. El champú de las personas no es adecuado para el perro, aunque sean hipoalérgicos y para bebés, ya que el PH de su piel es muy distinto al ser humano. Un champú para canes debe ser eficaz para eliminar la suciedad, tener máxima tolerancia cutánea, efecto acondicionador para el pelo y la piel, una textura que facilite la aplicación y generar una espuma fina, no demasiado abundante, homogénea y con burbujas pequeñas. Cada can, en función de su piel y raza características de su pelo, cuenta con un champú adecuado para él. Existen productos para pieles muy sensibles, ya sea para canes alérgicos y otros que son específicos, por ejemplo, para cada tipo de pelo, ya que no es lo mismo que su mascota tenga el pelaje rizado, corto, largo, oscuro o claro. El veterinario ayudaría a elegir el más adecuado para cada caso.

Al momento de definir el tipo de producto y estrategia para el baño de las mascotas surge la pregunta del baño propiamente como tal, es decir con agua y en un ambiente donde se

pueda sujetar al can o gato. Esta actividad puede provocar ciertas dificultades en las familias que poseen las mascotas ya que se debe preparar todo el ambiente necesario y paciencia respectiva para ejecutar el baño. Aparte de ello el tiempo necesario ya que es preferente realizarlos en horarios en donde la temperatura no sea muy baja para evitar enfermedades en las mascotas. Es por ello que surge la alternativa del “baño en seco”, es decir sin agua y se caracteriza por ser un sustituto de los baños con agua y jabón. El champú en seco que resulta ser el principal producto es un desodorante y absorbe toda la suciedad del pelo y la piel de los perros y gatos y se inicia cepillando bien a la mascota como se haría antes de cualquier baño, para eliminar pelo muerto y desenredarlo así el lavado será más fácil. Luego se echa el champú en polvo por su cuerpo, con cuidado de que no entre en sus ojos, y se frota bien con las manos para que llegue a la piel y la limpie bien, además de su pelo.

Después de frotar, dejarlo actuar unos minutos alrededor de media hora estaría bien, pasado este tiempo cepillar a la mascota de nuevo eliminando los restos de champú en seco con toda la grasa y suciedad que ha desprendido su pelo. Entre sus ventajas se destacan las siguientes:

- ❖ Huele muy bien.
- ❖ Es fácil y cómodo de usar.
- ❖ También puedes usarlo para limpiar en un momento dado la cama del perro o gato, sus mantas o las alfombras de casa si se ha tumbado en ellas.
- ❖ El pH del champú en seco es equilibrado y apto para la piel canina o felina según sea el caso

- ❖ Se puede usar en perros de a partir de 2 meses de edad.
- ❖ Es una buena alternativa al baño tradicional, para cuando este no se puede hacer, o para un lavado de emergencia entre baños.
- ❖ Es bastante natural: no contiene aromas, ni parabenos, conservantes o detergentes. Esto hace que el champú en seco sea inocuo para su piel y su pelo.

Se puede estimar según un estudio (Fraguela, 2016, párr 7) que “el mercado centrado en ofrecer productos o servicios para las mascotas crece de forma progresiva y los norteamericanos y europeos son los líderes en ventas, una industria que a nivel mundial mueve más de US\$102.000 millones de dólares”.

En el medio local de Santa cruz aún se desconocen estudios formales sobre los usos, beneficios y actitudes de los dueños de los canes y gatos hacia los productos relacionados al baño y en especial al baño seco. En este sentido la implementación de un estudio que permita recopilar información actual y objetiva permitiría determinar la viabilidad de introducir en el mercado el uso de productos para el aseo de perros y gatos específicamente ya que resultan ser las mascotas que tienen mayor presencia en los hogares cruceños.

La cosmética veterinaria, es una ciencia muy nueva que busca el bienestar y salud del órgano más grande que poseen nuestras mascotas: la piel. Los cuidados pertinentes de la piel, aseguran un pelaje saludable.

La industria farmacéutica es un buen modelo del sector servicios y especialmente Como sector salud es un pilar indispensable en cualquier país. Asimismo, se encuentra ubicada en un mercado maduro, por lo que la orientación al marketing es fundamental para la

existencia y supervivencia empresarial. En la actualidad la industria farmacéutica veterinaria a progresado bastante, por ende la cosmética veterinaria está incursionando en el mercado internacional de manera progresiva con productos acordes a la necesidad de los clientes para sus mascotas (perros y gatos).

Entre las diferentes líneas de productos para el cuidado de los perros y gatos se encuentran los “baños secos” que traen consigo una gama de productos (Kanú, 2017) como ser:

- ✓ Dinky Baño Seco En Espuma Para Perro Cachorro 150 MI
- ✓ Talco Insectida N F Canamor 100 Gr Para Perro
- ✓ Dinky Baño Seco Espuma Para Gato Cachorro 150 MI
- ✓ Talco Canamor Desodorante 100 Gr Para Gato
- ✓ Baño Seco Para Gatos X 150 MI
- ✓ Baño Seco Esbelt Dog 200MI para todos
- ✓ Dinky Baño Seco En Espuma Para Perro 150 MI
- ✓ Baño Seco Pulvex x 120 Gms para perro
- ✓ Baño Seco Para Perros X 150 MI
- ✓ Baño Seco Pet Dry Para Perro X 120

A su vez todas estas marcas de productos son aplicables en los siguientes casos y circunstancias:

- ❖ Perros adultos,
- ❖ Cachorros y gatos que no pueden ser bañados con agua,

- ❖ Animales enfermos,
- ❖ Hembras gestantes,
- ❖ Animales que viven en condominios, temporadas invernales, etc.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente las personas adoptan a las mascotas como ser perros y gatos como un miembro más de la familia y esto con lleva necesariamente a ocuparse del aseo cotidiano sin afectar su naturaleza fisiológica que permita dar la seguridad a sus propietarios de no contraer parásitos y enfermedades zoonoticas. Por otra parte, al igual que en el desarrollo de cosmética destinada al uso humano, ha crecido la demanda de nuevos productos veterinarios, que ofrecen ventajas en cuanto a la facilidad de aplicación de fragancias adecuados para perros y gatos. Por lo cual, en muchos países se invierte en el desarrollo de tecnología cosmética para responder esa demanda.

Considerando que en Bolivia no existen estudios objetivos y la experiencia suficiente en este campo resulta una gran oportunidad para indagar e investigar la factibilidad de poder satisfacer la demanda de esta línea de productos mediante la comercialización y/o producción de ese tipo de elementos cosméticos veterinarios. Para esto, en una fase inicial, resulta necesario conocer el grado de aceptación y conocimiento de estos productos por parte de la población.

En este sentido se plantea buscar la información en aquellos sectores de mejor condición económica y acceso a las tecnologías y en una de las regiones con mejores perspectivas de desarrollo y crecimiento como ser Santa cruz de la sierra. la Fundación Milenio (coy 345 – el ascenso de Santa cruz, 2017) indica que “La bonanza económica de Santa Cruz de la Sierra se refleja en los barrios en que residen las personas con mayor poder adquisitivo. Además de contar con todos los servicios básicos y con vías pavimentadas, están dotados con los adelantos tecnológicos, como redes de fibra óptica para Internet y televisión por

cable. Santa Cruz se ha afirmado como un pilar de la economía nacional, siendo el departamento con la mayor aportación al producto y las exportaciones nacionales, además de proyectarse también como el más poblado del país y el receptor del más alto flujo de la migración. Entre los barrios o zonas residenciales más destacadas y reconocidas en el medio se encuentran Las Palmas, Urbarí y Equipetrol”. Considerando estas zonas reconocidas por su estatus y desarrollo y con la finalidad de conocer estudios previos que apoyen la factibilidad de comercializar a futuro los productos de “Baños secos” se plantea determinar:

¿En qué medida un Análisis del Grado de Conocimiento y aceptación de la línea de los productos de “Baños secos” para perros y gatos en los barrios residenciales de Las Palmas, Urbari y Equipetrol de la ciudad de Santa cruz definiría la viabilidad de comercializar estos productos en la ciudad Capital ?

3.- JUSTIFICACION.-

Es de importancia la investigación en razón al aporte para la sociedad en su conjunto por tratarse de:

❖ La salud pública.

Las personas adoptan a las mascotas como un miembro más de la familia y conviven con ellos descuidando la higiene de su mascota, poniendo en riesgo a los miembros de la familia con enfermedades zoonóticas por desconocer la existencia de productos alternos que se pueden utilizar para el aseo de los animales. El manipuleo del animal puede ocasionar el contagio de ciertas enfermedades que en todo caso deben ser previamente controladas mediante el suministro de vacunas para evitar la proliferación en la población canina o felina según sea el caso. En la medida que todos los productos que se utilicen para el baño de las mascotas contengan protectores del pelaje animal alejara ciertas bacterias, insectos y hongos que permanentemente interactúan con el animal y atraen muchas enfermedades que pueden proliferarse en la población humana y provocar en muchos casos la “rabia animal”

❖ Aporte en la prevención de enfermedades de la población animal

En la medida que esta línea de productos sea promocionada en el mercado local y sea aceptada por los hogares bolivianos disminuirán las enfermedades en las mascotas que en su mayoría son canina y felina.

❖ **Promoción de los productos**

El producto es nuevo para el mercado Boliviano y corre riesgo no ser aceptada por desconocer la existencia en el mercado del mismo por falta de información por parte de los médicos veterinarios a sus clientes y la no utilización por desconocer las bondades existentes, de esta manera aportará en la toma de decisión para las importadoras y laboratorios que se dediquen a la comercialización de este tipo de producto.

El presente trabajo de investigación será de mucha ayuda para las importadoras y laboratorios para la toma de decisión en el desarrollo y comercialización del producto baño seco en perros y gatos. Así de esta manera las empresas que se dedican a importar, elaborar y comercializar este tipo de productos tendrán la seguridad en su inversión.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Analizar el Grado de Conocimiento y aceptación de la línea de productos “Baños secos” en los barrios residenciales de Equipetrol, Urbari y las Palmas que permita determinar la factibilidad de introducir y comercializar el producto en las principales zonas residenciales del centro de la ciudad

4.2.- Objetivos específicos.-

- ✓ Estimar el grado de compra productos de baño seco
- ✓ Determinar el grado de conocimiento y preferencias del consumidor que tiene mascotas y que no tiene a fin de conocer el nivel de aceptación que tendrán los productos
- ✓ Determinar cuáles son los atributos que el cliente cuenta como relevantes a la hora de comprar productos de baño para sus mascotas
- ✓ Discriminar por zonas geográficas de cada barrio los grupos de alta aceptabilidad, media aceptabilidad y baja aceptabilidad
- ✓ Identificar cual es la mezcla de comunicación más adecuada para la comercialización de este tipo de productos.

5. MARCO O MODELO TEORICO.-

5.1. El cuidado de la piel en animales

De igual forma que se trabaja permanentemente en el cuidado de la piel en los seres humanos también se trabaja en la parte animal. La piel de los perros por ejemplo (bayerbetconecta, 2016) está formada por dos capas; una superficial, en la que encontramos la capa lipídica, y otra, más profunda, donde se encuentran las glándulas, los vasos, las terminaciones nerviosas, etc.

Es en su piel, al igual que en la nuestra, donde podemos detectar los síntomas de las enfermedades. La piel de la mayoría de razas de perros está cubierta por pelo. Aun así, hay otras partes de su cuerpo donde la piel tiene otras características:

Las almohadillas plantares tienen una superficie rugosa y la piel es muy gruesa para resistir las agresiones externas. La trufa es la unión de la piel y la mucosa nasal. Para poder captar mejor los olores, esta zona debe estar fría y húmeda.

El pelo de los perros es muy similar al de las personas en cuanto a su desarrollo. Se distinguen dos tipos de pelo, sea de raza de pelo largo o corto: el subpelo, que es corto y lanoso y, cobertura, que es más largo y duro. Para lograr una piel lo más saludable posible en el perro, es necesario establecer unos cuidados básicos:

- a) El Baño. Es fundamental bañar al perro con productos fabricados especialmente para él. Los perros casi no poseen glándulas sudoríparas. Lo que sí tienen son glándulas sebáceas que se encargan de fabricar y regular la grasa de la piel, lo que

se conoce como capa lipídica. Por lo tanto, el champú que se utilice en el perro, debe ser un champú que no dañe su capa lipídica. El veterinario puede recomendar cuál es el más apropiado.

¿Con qué frecuencia se puede bañar a un perro?

La frecuencia debe venir marcada por las necesidades del animal y también las de sus propietarios.

Es necesario diferenciar entre dos tipos de baños:

- ✓ Los baños higiénicos, para la higiene de la piel y el pelo del animal. En estos baños son determinantes para establecer la frecuencia del baño, la raza del animal, su hábitat y el propietario.

- ✓ Los baños terapéuticos, para favorecer la recuperación de la piel cuando un animal padece una enfermedad dermatológica. Los baños terapéuticos deben ser prescritos por el veterinario.

A tener en cuenta:

- i. Deben utilizarse champús adaptados a la piel del animal que cuiden, hidraten y nutran la piel y el pelo. Estos champús aseguran la hidratación de la piel, su reestructuración y la recuperación de la capa lipídica superficial.

- ii. El agua para el baño debe ser templada. El agua fría podría ser perjudicial para su salud y podría no tener un efecto limpieza adecuado.
- iii. Aclarar el champú completamente es fundamental
- iv. Hay que secar bien al can si no estamos en verano. Para eliminar al máximo la humedad, podemos hacerlo con toallas. Si se usa un secador, que sea con aire frío.

Cada uno debe valorar junto con su veterinario cada cuánto bañar a su perro en función de donde viva, de su tamaño, de la densidad de su pelo y de sus hábitos de vida.

- b) El Cepillado. Además de estrechar vínculos con el propietario, cepillar al perro ayuda a extraer los pelos muertos, la tierra y el polvo que se acumulan en el pelaje y a desenredar los nudos que pudiera haber. En caso de un perro de raza de pelo corto, el cepillado no es indispensable pero notaremos mejora en su pelaje si lo hacemos. Lo recomendable es de dos a tres veces la semana.

En las razas de pelo medio o rizado, deberán ser cepillados más a menudo. Y en el caso de las razas de pelo largo, se recomienda hacerlo diariamente. En el mercado existen muchos productos específicos para cuidar de la higiene de los perros.

5.2. El Baño seco en animales

Cuando el perro es muy pequeño (San Martín, 2016), hay veces que evitar el agua y el jabón puede ser una buena idea. En el mercado existen preparados que permiten dar baños secos a las crías caninas. Estos productos se aplican sobre el pelaje del animal, se dejan actuar según las indicaciones y se eliminan a través del cepillado. En invierno, cuando la temperatura exterior es baja, los baños secos parecen una buena alternativa para tratar de minimizar las posibilidades de que el cachorro contraiga un constipado.

Sin embargo; ¿a que nos referimos con baño seco?, tal como indican comentarios anteriores se resumen en todos aquellos baños que no se utiliza agua y por el contrario se aplican diferentes tipos de productos de limpieza como ser shampoo, talcos o polvos que cumplen la función de limpieza en el pelaje del animal

5.3. Pasos para bañar al animal en seco

Tal como se indica en distintos reportes (Arroyo, 2014) el primer paso será cepillar bien el pelo del animal antes de echar cualquier producto o cosmético. Esto es necesario porque así quitaremos cualquier nudo y eliminaremos pelusas, polvo y otras suciedades que se hayan acumulado. El siguiente paso será hacernos con un paño o algodón, el cual humedeceremos un poco en agua tibia y lo pasaremos por el cuerpo del animal. Después echaremos el champú en seco en el trapo y lo extenderemos por su cuerpo. Podemos volver a humedecer el trapo y aplicar champú tantas veces como haga falta. Y por último, cuando hayamos terminado, secaremos al animal con una toalla y le volveremos a cepillar.

5.4. Tipos de productos de baños secos

En diferentes sitios por internet se pueden evidenciar diferentes marcas que aglutinan diversas líneas de productos para Baños secos.

Por ejemplo el sitio tiendanimal (2016) destaca marcas como ser “Menforsan” con el producto “Espuma limpiadora en seco con extracto de aloe vera” y la marca “San dimas” con el producto Champú espuma seca para gatos.

Otro sitio más que todo comercial (Mercado libre Perú, 2018) describe una variedad de productos de la línea de Baños secos como ser:

- ❖ Paño Super Secado De Mascotas Perro Gato Baño Shampoo Champu
- ❖ Shampoo Baño En Seco Para Perros Y Gatos Polvo 200gr
- ❖ Shampoo Baño En Seco Para Perros Y Gatos En Spray Hartz
- ❖ Shampoo Baño Seco En Espuma Para Perro
- ❖ Baño Seco En Espuma Amigo
- ❖ Shampoo Baño Seco En Espuma Para Gato 120 MI
- ❖ Baño Seco En Espuma Para Gatos Con Aloe Y Neem Made In Usa
- ❖ Shampoo Espuma (Baño Al Seco) Para Perro 250 MI
- ❖ Baño Seco En Espuma - Shampoo Amigo 250 MI
- ❖ Baño Seco En Espuma Amigo

5.5. El mercado de productos de baño para animales en Bolivia

En Bolivia se desconocen referencias directas sobre la comercialización de este tipo de productos. Únicamente existe la comercialización de alimentos relacionados al mundo animal; sin embargo productos de limpieza y baño como tal se desconoce. Generalmente los productos que ingresan al país son de contrabando o por vías no registradas y documentadas.

6. DISEÑO METOLOGICO.-

El método a emplear será el Método deductivo y exploratorio con enfoque estadístico utilizando la técnica de Investigación de Campo. El presente trabajo de investigación se llevará a cabo mediante encuestas a las personas al azar tomando una muestra representativa según el método estadístico aplicado para este tipo de estudio.

a) Métodos Teóricos y empíricos

El método a desarrollar comprende los siguientes elementos:

I. Técnica de recolección de Datos

La técnica que se empleara será la encuesta

II. Técnica de muestreo.

Se utilizará el Muestreo Estratificado con afijación proporcional aplicado a los tres barrios más significativos del centro de la ciudad considerando los siguientes aspectos:

b) Poblacion y Muestra

I. Población

La población se compone de tres barrios que corresponden a las Palmas, Urbari y Equipetrol con un total poblacional (Consejo municipal de Santa cruz de la sierra, 2018) de 21.692 habitantes.

- ❖ El Distrito 4 se compone de 19 barrios que equivalen a 74.000 habitantes según el censo 2012 en donde se establece una estimación de 5.571 habitantes para el Barrio de las Palmas y 4.857 habitantes para el barrio Urbari

- ❖ El Distrito 1 se compone de 64 barrios que equivalen a 112.642 habitantes según el censo 2012 estimando aproximadamente 11.264 para el barrio Equipetrol

II. Composición de la Muestra

Se compone de personas representativas de cada unidad familiar de los domicilios distribuidos en los barrios que forman parte de la población identificada

III. Muestra

Para establecer el muestreo estratificado uniforme se define inicialmente en forma aleatoria unas muestras representativas de 240 domicilios identificadas como la unidad muestral que se distribuirán mediante este tipo de muestreo. El siguiente cuadro distribuye las proporciones para cada barrio o estrato.

En primer lugar se definen las variables por cada estrato:

X = Barrio las Palmas

Y= Barrio Urbari

Z= Barrio Equipetrol

Luego el cálculo para cada estrato en forma proporcional:

$$\frac{5571}{x} + \frac{4857}{y} + \frac{11264}{z} = \frac{21692}{240}$$

$$\frac{5571}{x} + \frac{21692}{240} + \frac{1337040}{21692} = 62$$

$$\frac{4857}{y} + \frac{21692}{240} + \frac{1165680}{21692} = 54$$

$$\frac{11264}{z} + \frac{21692}{240} + \frac{2703360}{21692} = 125$$

Para cada estrato se distribuirá en forma aleatoria la cantidad muestral que le corresponde dividido entre cuatro zonas: Este Oeste, Norte y Sur. El anexo N° ...refleja el plano en donde con el signo de “x” se distribuyen aleatoriamente la ubicación de las muestras a tomar.

c) **Técnicas de análisis de datos a emplear.**

Sobre la base de la información recopilada de las encuestas se presentan las siguientes técnicas que se aplicaron para el análisis de datos:

- ❖ Análisis de grupos mediante gráficos de barras, tortas y sectores
- ❖ Tablas dinámicas y de frecuencia

Instrumento a emplear

El instrumento a emplear será el Cuestionario mediante la técnica de la encuesta ya que resulta ser un medio útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve. En su construcción pueden considerarse preguntas cerradas, abiertas o mixtas¹.

7. RESULTADOS

Los resultados de la encuesta aplicada se expresan en las siguientes líneas que se dividen en una explicación inicial identificativa para luego el desarrollo de cada una de las preguntas

7.1. Información identificativa.

Información expuesta en relación a la cantidad de encuestados por cada barrio y zona de los tres barrios en que se aplicó la encuesta y luego la clasificación en base al sexo de cada encuestado

¹ Ver Anexo de Cuestionario en el anexo N° 1

Cuadro N° 1

Barrios y Zonas en Relación a la posesión de Mascotas

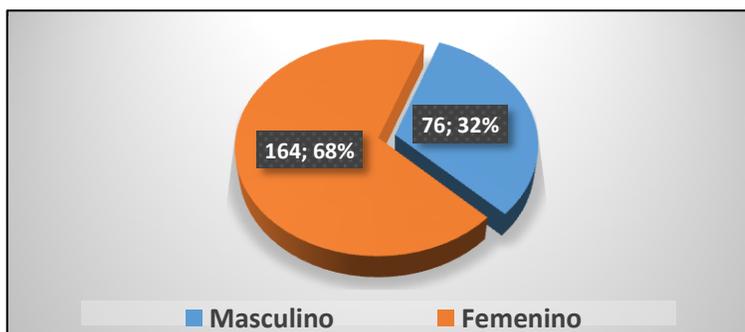
Barrios y Productos	Zona Este	Zona Norte	Zona Oeste	Zona Sur	Total general
Equipetrol	32	31	31	31	125
NO	4	15	10	9	38
SI	28	16	21	22	87
Las Palmas	16	15	15	15	61
NO	6	6	7	7	26
SI	10	9	8	8	35
Urbari	14	14	13	13	54
NO	8	10	6	9	33
SI	6	4	7	4	21
Total general	62	60	59	59	240

Fuente: Elaboración propia en base a la información tabulada del anexo N° 2

De acuerdo al cuadro expuesto el barrio equipetrol tuvo la mayor cantidad de encuestados con 125 personas en seguida las Palmas y Urbari. La distribución por cada zona² por cada barrio fue con la misma cantidad de encuestados aproximadamente. Las elecciones bajo el "SI" fueron en razón a la posesión de mascotas en donde el Barrio Equipetrol y las Palmas tuvieron porcentajes mayores.

Gráfico N° 1

Sexo



Fuente: Elaboración propia

² Ver anexo N° 3 sobre los planos de cada barrio y la división por zonas

R.- La muestra aplicada reflejo que el 68% fueron encuestados femeninos y el restante 32% masculinos. Equivalentes en su mayoría al grupo femenino con 164 personas.

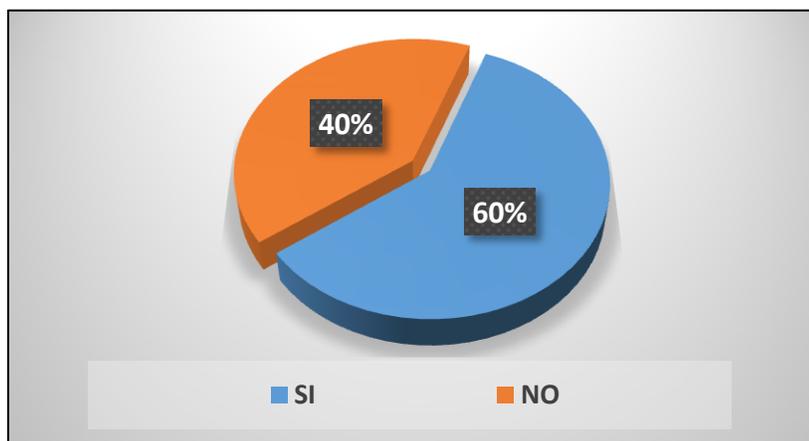
7.2. Resultados por cada pregunta aplicada.

El detalle tabulado verificar en el anexo N° 2. En las presentes líneas se describirá en forma general los resultados de cada pregunta aplicada explicando los porcentajes y valores absolutos de cada variable expuesta.

1.- ¿Tiene perros y/o gatos u otras mascotas?

Gráfico N° 2

Tenencia de Mascotas



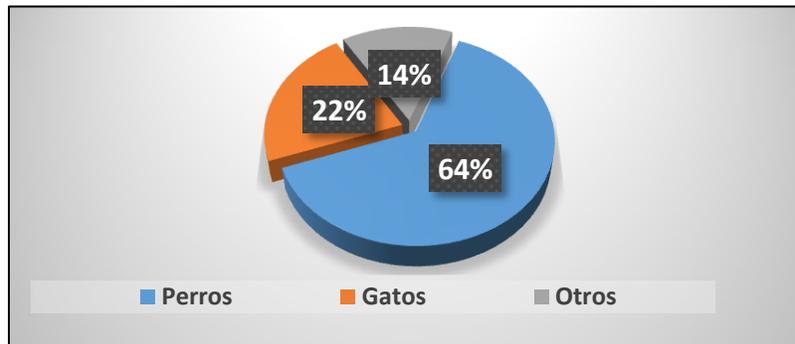
Fuente: Elaboración propia

R. El dato refleja que el 40% indico tener algún tipo de mascota expresado en 143 personas y el restante 60% indico no poseer ninguna mascota

2.- ¿Qué tipo de Mascota tiene?

Gráfico N° 3

Tipo de Mascotas



Fuente: Elaboración propia

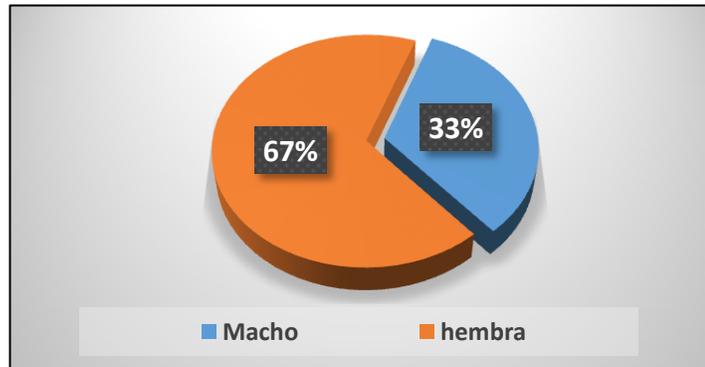
R. la mayor parte de los encuestados con el 64% equivalentes a 85 personas indicó poseer perros el restante 22% gatos y con 14% otras mascotas

3.- ¿Qué tipo de Género?

R. la mayor parte de las mascotas con los 67% equivale al género de mascota hembra, el 33% corresponde al género de macho

Gráfico N° 4

Tipo de Genero

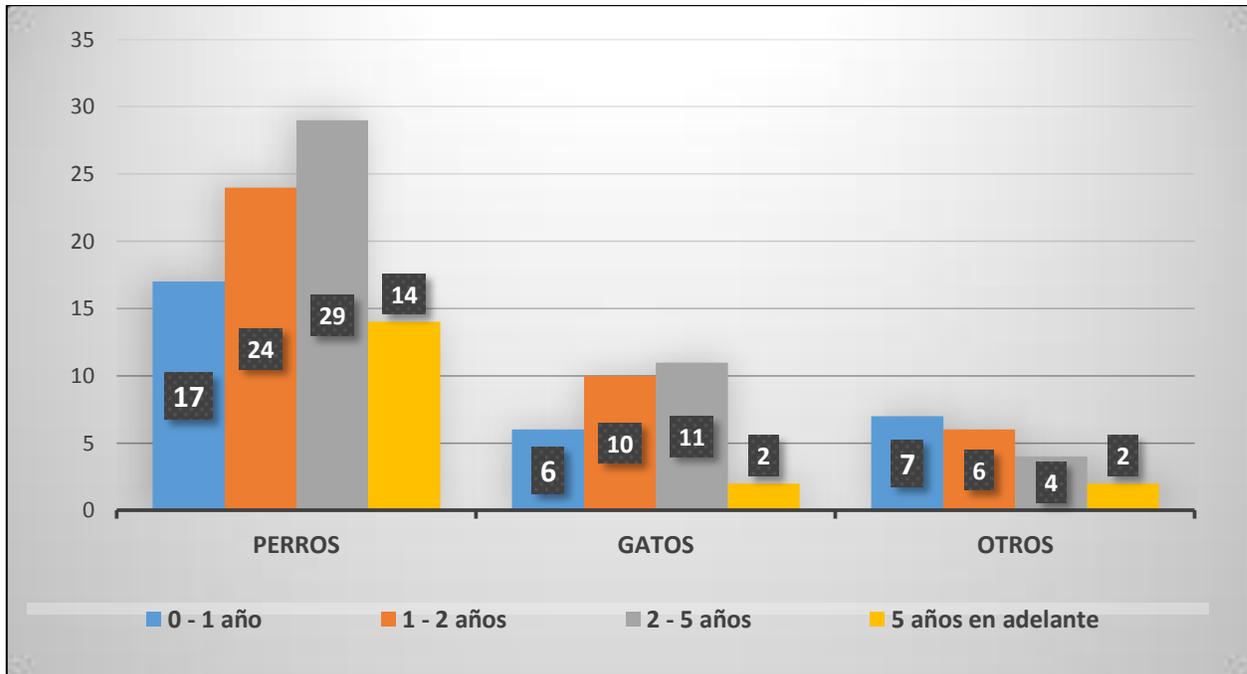


Fuente: Elaboración propia

4.- Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas

Gráfico N° 5

Rango de edad de Mascotas



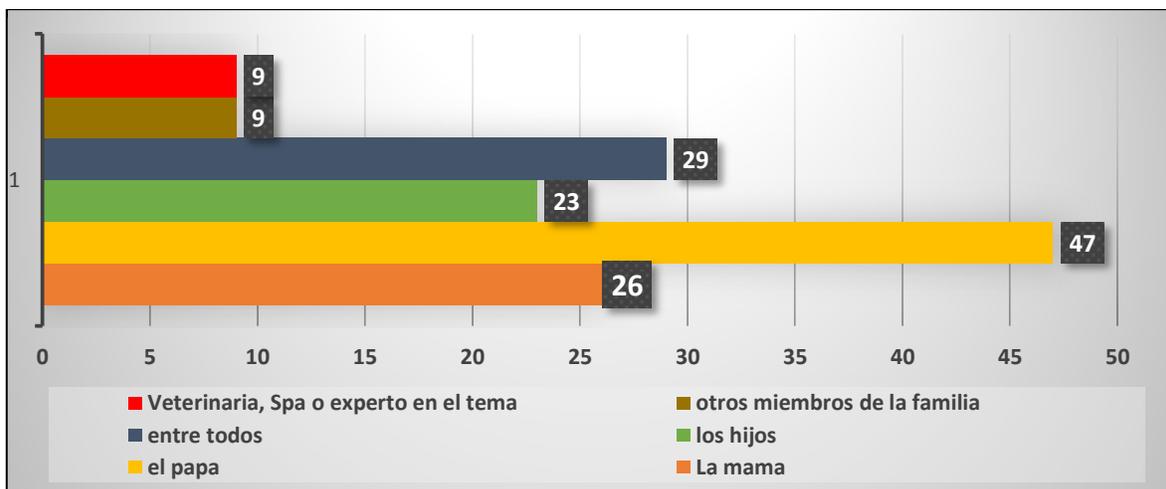
Fuente: Elaboración propia

R. por parte de las mascotas caninas la mayor parte como se observa en el gráfico N° 5 está entre los 2 y 5 años. En los gatos de igual forma pero en otros tipos de mascotas entre 0 y 1 año.

5.- Cuando se trata del baño de su mascota ¿Qué miembro de la familia o persona externa lo hace?

Gráfico N° 6

Miembro de la familia o persona externa que realiza el Baño



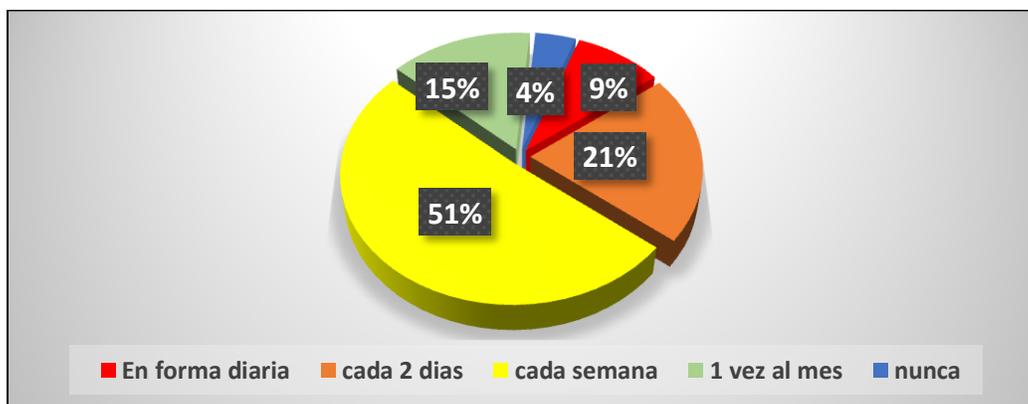
Fuente: Elaboración propia

R. El papa resulto ser definido con 47 elecciones equivalentes al 34% como el que más realiza los baños a las mascotas, luego con 29 elecciones “entre todos” y como tercer opción la mama con 26 elecciones

6.- Con qué frecuencia baña a sus mascotas

Gráfico N° 7

Frecuencia de Baño de Mascotas



Fuente: Elaboración propia

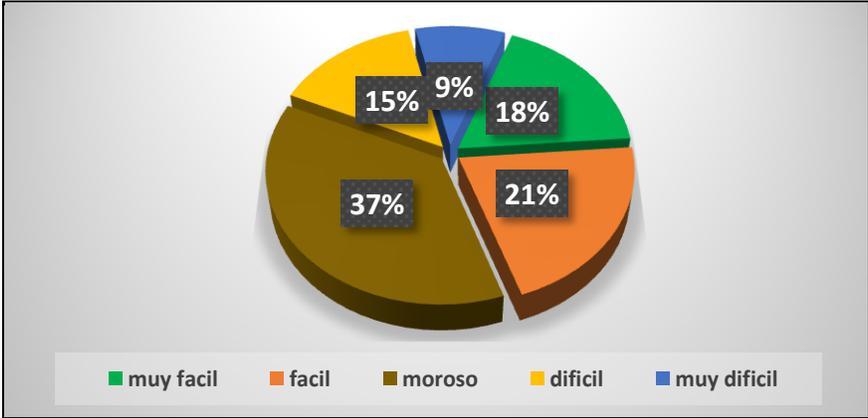
R. Según las opiniones cerca del 51% equivalente a 73 elecciones indicaron que cada semana se baña a las mascotas luego con 21% cada 2 días y una vez al mes con el 15%.

7.- De la siguiente escala podría por favor especificar el grado de facilidad o dificultad en el momento del baño de su mascota

R.- la mayor parte de las ocasiones se indica con el 37% que es moroso, luego con 21% fácil y con el 18% muy fácil. En este sentido se puede indicar que entre las elecciones de fácil y muy fácil equivalen al 39% resultando levemente mayor al primer porcentaje

Gráfico N° 8

Grado de facilidad o dificultad en el momento del baño de las mascotas

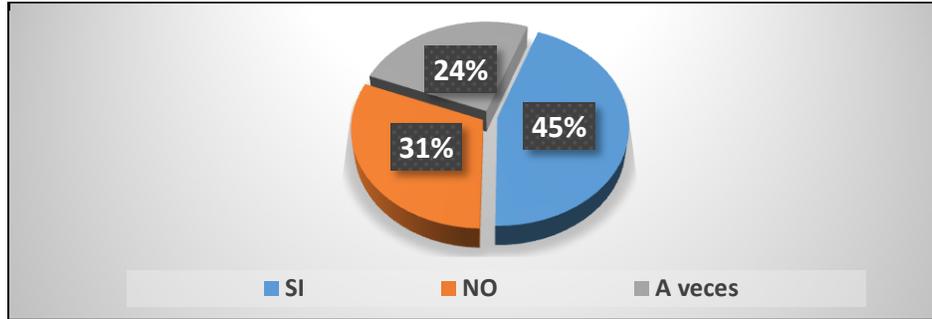


Fuente: Elaboración propia

8.- ¿Alimenta a su mascota con comida especial para perros y/o gatos?

Gráfico N° 9

Comidas especiales para mascotas proporcionadas



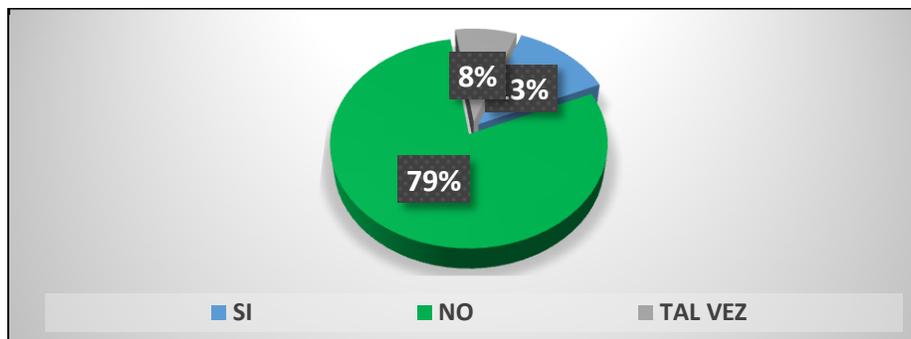
Fuente: Elaboración propia

R. el 45% indica que si proporcionan a sus mascotas comidas especiales el restante 31% no lo hace y el 24% a veces

9.- Conoce o escucho alguna vez productos de baño seco para mascotas

Gráfico N° 10

Conocimiento sobre productos de baño seco para Mascotas



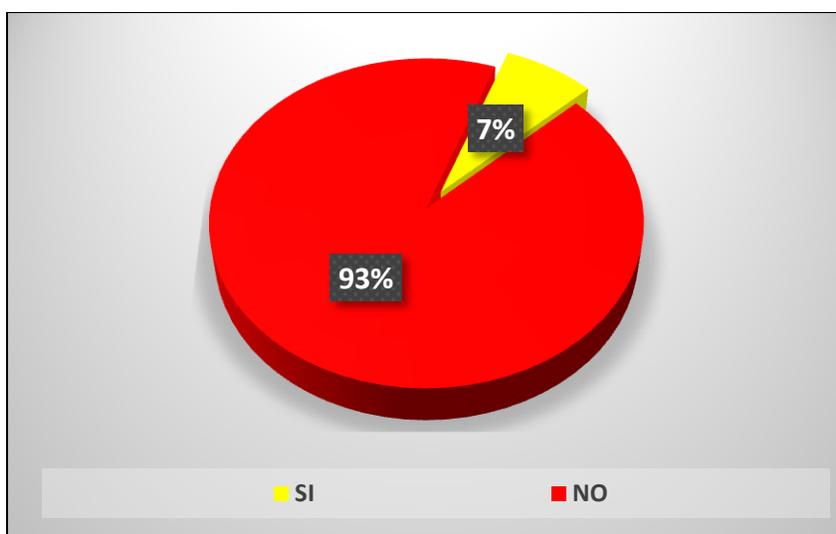
Fuente: Elaboración propia

R. la mayor parte de los encuestados con un 79% equivalente a 190 personas indica desconocer este tipo de productos. Solo el 13% indica tener conocimiento.

10.- Utiliza productos de baño seco para mascotas

Gráfico N° 11

Utilización de productos de Baño seco



Fuente: Elaboración propia

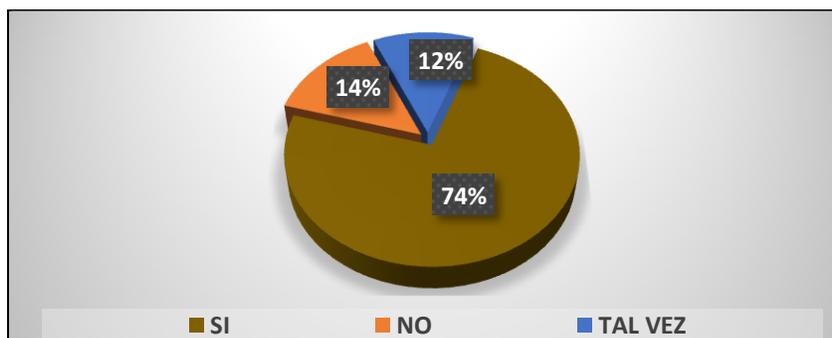
R. De todos los encuestados únicamente el 7% equivalente a 18 personas indicó utilizar este tipo de productos.

11.- ¿Si existiese un método de baño que le ahorre tiempo, consumo de agua, salud de su mascota y cuide su pelaje lo utilizaría?

R.- El 74% equivalente a 158 personas indica que utilizaría este método. Con el 14% indica que no y con el 12% restante tal vez.

Gráfico N° 12

Utilización de método de baño que ahorre tiempo, agua, salud y pelaje si existiese

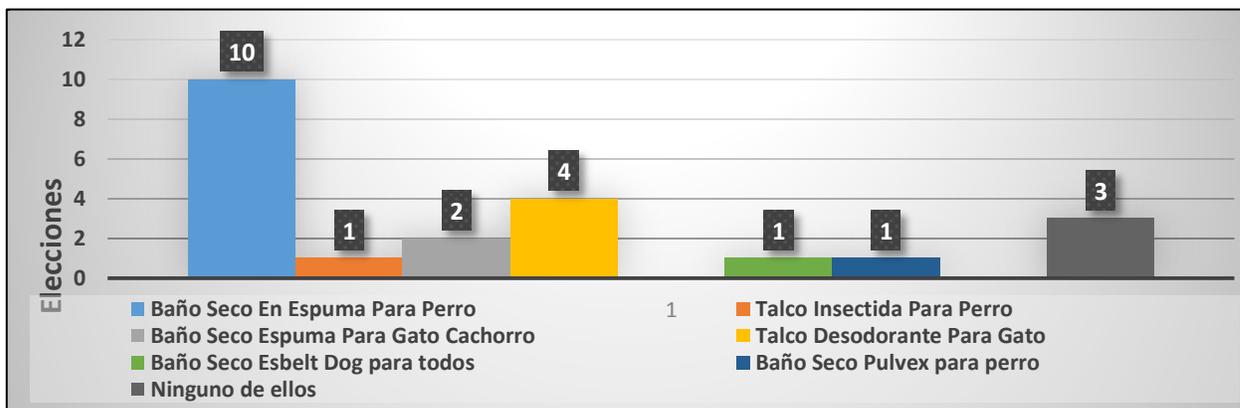


Fuente: Elaboración propia

12.- Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?

Gráfico N° 13

Tipo de productos que utiliza para el baño de la mascota



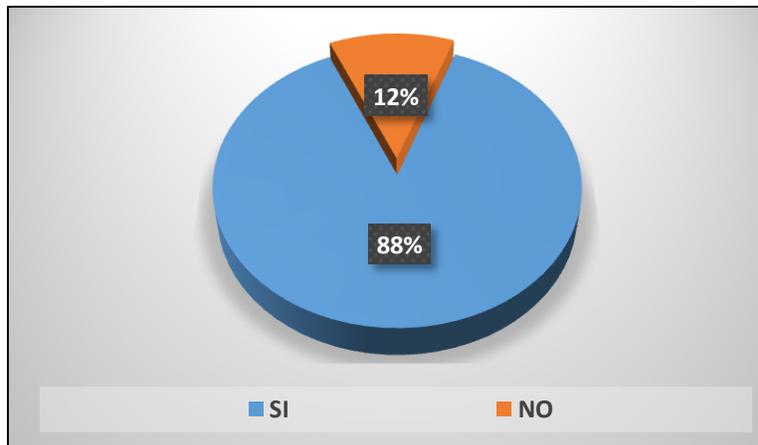
Fuente: Elaboración propia

R. con 10 elecciones se destaca “el Baño Seco en Espuma para Perro” luego con 4 elecciones el Talco Desodorante para Gato. Los otros productos como se observa en el gráfico N° 13 relativamente no tienen mayor significancia.

13.- ¿Le gustaría recibir información sobre este tipo de productos de baño seco para Mascotas?

Gráfico N° 14

Disponibilidad a recibir información de los productos



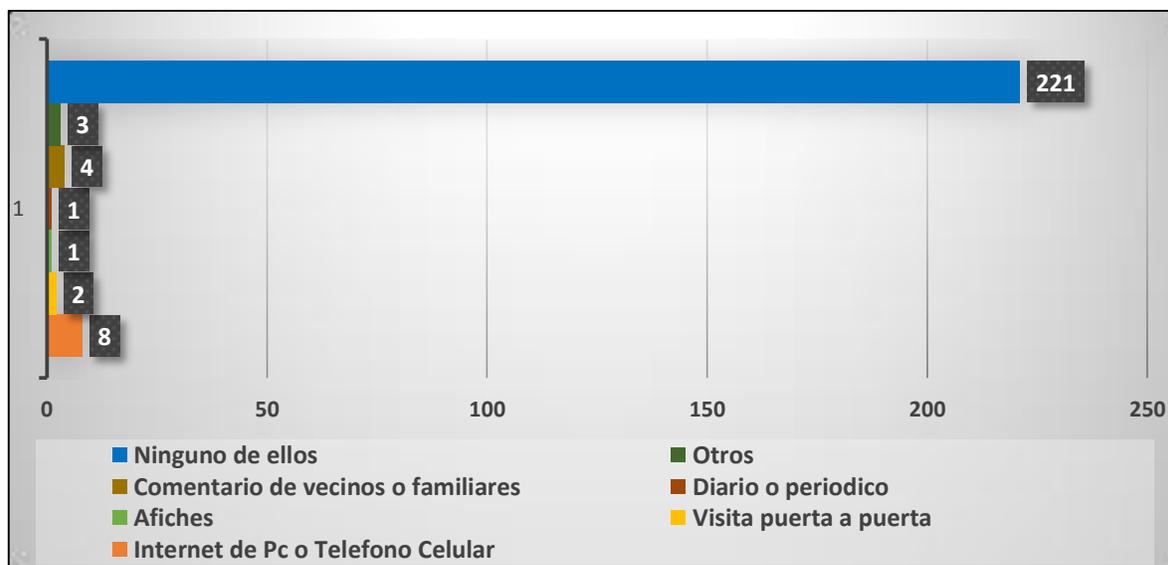
Fuente: Elaboración propia

R. el 88% indica estar dispuesto a recibir información equivalente a 211 personas; por el contrario el restante 12% no está dispuesto.

14.- Actualmente, ¿mediante qué tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas?

Gráfico N° 15

Tipo de medios por los que recibe publicidad de los productos de Baños Secos



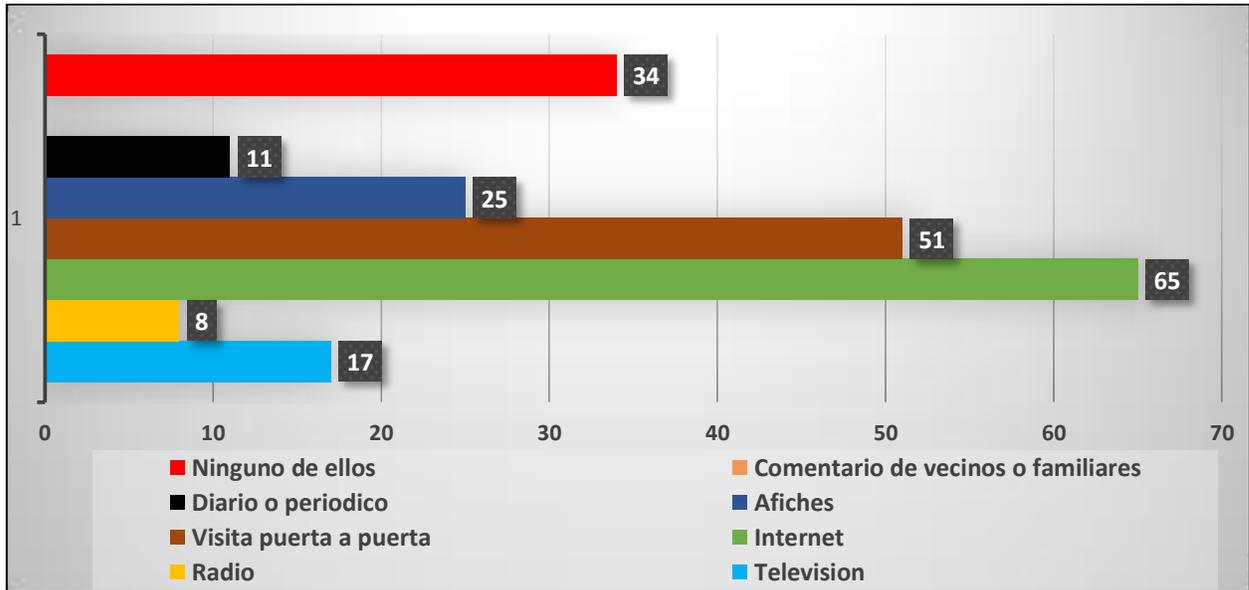
Fuente: Elaboración propia

R. en forma destacada 221 personas equivalentes al 92% de la muestra indican no recibir ninguna publicidad por los medios descritos en el grafico líneas arriba. Solo con alguna notoriedad (8 elecciones) se destaca Internet de Pc o Teléfono celular.

15.- Porque tipo de medios de comunicación le gustaría recibir información de estos productos

Gráfico N° 16

Tipo de medios de comunicación que le gustaría recibir información de estos productos de Baños Secos



Fuente: Elaboración propia

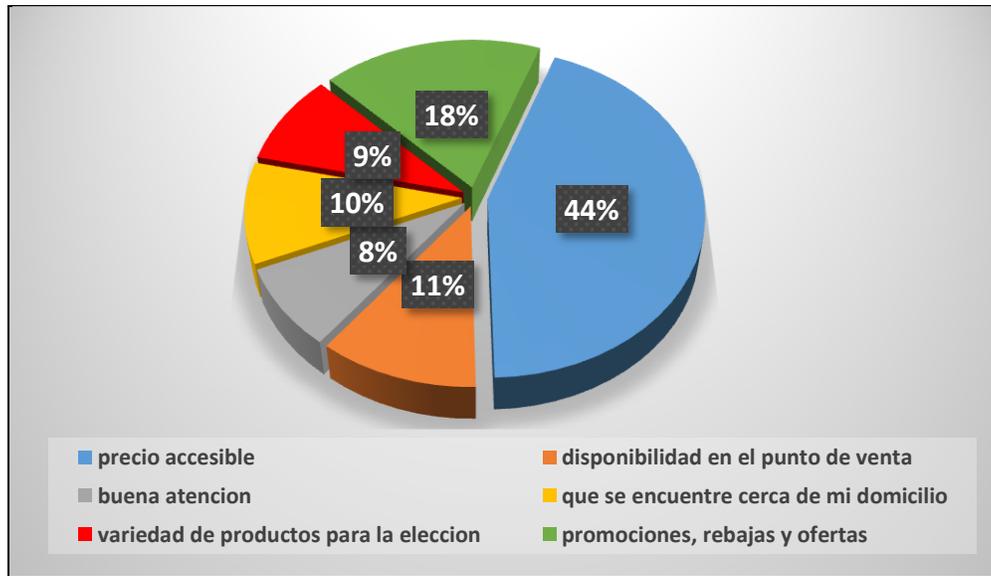
R. con 65 elecciones equivalentes al 31% el Internet resulta ser el medio más requerido luego con 51 elecciones la visita puerta a puerta. En tercer lugar ninguno de ellos.

16.- Seleccione tres aspectos que considera o consideraría importantes al momento de la compra de estos productos

R.- El precio accesible con el 44% es el aspecto más importante acompañado de las promociones, rebajas y ofertas con el 18% y en menor grado la Disponibilidad en el punto de venta con el 11%

Gráfico N° 17

Aspectos importantes al momento de la compra de productos de Baños Secos



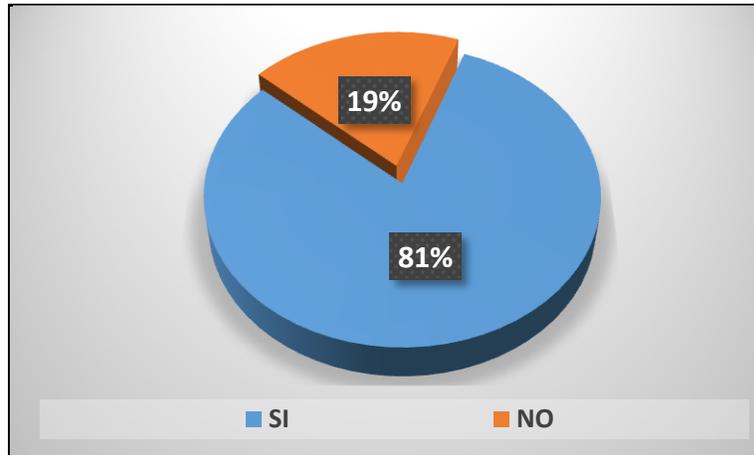
Fuente: Elaboración propia

17.- En este momento si tuviera las condiciones económicas, ¿estaría dispuesto (a) a comprar un producto de aseo para mascotas?

R.- Según los resultados el 81% lo haría y el restante 19% no optaría por hacerlo. El gráfico N° 18 ejemplifica esta aseveración

Gráfico N° 18

Si tuviera las condiciones económicas, ¿estaría dispuesto (a) a comprar un producto de aseo para mascotas?



Fuente: Elaboración propia

8. DISCUSION

Para la presente investigación se establecerá un análisis que se inicia con un resumen de los elementos más destacados de la presentación general de los resultados y en seguida una descripción y discusión de los resultados en detalle en base a los objetivos planteados

8.1. Puntos destacados de los resultados

- ✓ En la pregunta N° 2 se destaca la supremacía de la tenencia de perros que se destaca más que todo
- ✓ A la hora del baño en general el Papa es el que tiene las mayores elecciones dentro de los hogares
- ✓ La frecuencia de baño es preocupante ya que cerca de la mitad con el 51% indica realizarlo una vez por semana considerando la importancia de tener una mascota sana
- ✓ El desconocimiento sobre productos de baño seco es muy alto con 79% entre las elecciones. Se acentúa este aspecto al ver que solo un 7% utiliza productos de baño seco, por lo que existe un segmento de mercado desatendido con un alto grado de potencial a ser explotado.

Más adelante en la pregunta N° 11 se evidencia y respalda la afirmación anterior al describir que un 74% estaría dispuesto a utilizar estos productos y

en la pregunta N° 17 un 81% estaría dispuesto en ese momento a comprar este tipo de productos si tuviera las condiciones económicas para hacerlo.

- ✓ El grado de dificultad en relación al baño de las mascotas tiene porcentajes similares entre los encuestados en relación a la dificultad o facilidad. En todo caso la introducción de estos nuevos productos permitiría reducir los grados de dificultad del sector que opina de esta forma.
- ✓ Otro punto importante se refiere a la información ya que en la pregunta N° 13 el 88% tiene la disponibilidad de recibir información; sin embargo al momento de precisar en una pregunta posterior porque medio las recibe un alto porcentaje (92%) indicó por ningún medio de los sugeridos.

Para profundizar este aspecto en otra pregunta posterior se consultó porque medios les gustaría recibir la información. La respuesta de los encuestados con un porcentaje del 31% fue por internet luego con un porcentaje menor la visita puerta a puerta.

- ✓ Finalmente los encuestados indicaron aquellos factores relevantes en el momento de la compra destacando a los “precios accesibles” con el 44% en primer lugar luego “las promociones, rebajas y ofertas” con el 18%. Un tercer aspecto se refiere a la “disponibilidad en el punto de venta”.

8.2. Descripción y análisis en relación al cumplimiento de los Objetivos de la investigación

El presente estudio logró responder satisfactoriamente a los objetivos planteados en razón al siguiente detalle de cada uno de ellos.

8.2.1. En relación a el Grado de compra de productos de baño seco

En este punto se puede resumir que es muy bajo ya que del grupo de encuestados solo un 7% utiliza productos de baño seco. El cuadro de la siguiente página permite verificar por cada barrio y zona los encuestados que afirman haber realizado compras y en forma complementaria también se puede verificar cual fue el medio por el cual recibieron la información de estos productos.

Cuadro N° 2

Barrios y Zonas que compran productos de Baño seco

Barrios y Productos	Comentario de vecinos o familiares	Diario o periodico	Internet de Pc o Telefono Celular	Ninguno de ellos	Otros	Visita puerta a puerta	Total general
Equipetrol	1		3	5			9
Baño Seco En Espuma Para Perro			2	1			3
Baño Seco En Espuma Para Perro y Baño Seco Pet Dry Para Perro	1						1
Baño Seco Pet Dry Para Perro			1	1			2
Baño Seco Pulvex para perro				1			1
Baño Seco Pulvex para perro y Baño Seco Para Gatos				1			1
Talco Insectida Para Perro				1			1
Las Palmas		1		2			3
Baño Seco En Espuma Para Perro		1		1			2
Baño Seco Espuma Para Gato Cachorro y Baño Seco En Espuma Para Perro				1			1
Urbani	1		2		2	1	6
Baño Seco En Espuma Para Perro	1				1		2
Baño Seco En Espuma Para Perro						1	1
Baño Seco Pet Dry Para Perro			1				1
Ninguno de ellos			1		1		2
Total general	2	1	5	7	2	1	18

Fuente: Elaboración propia

El barrio equipetrol resulta ser el que realizó más compras, luego Urbari. El medio por el cual recibieron la información no fue precisado con claridad.

8.2.2. En relación al grado de conocimiento y preferencias del consumidor que tiene mascotas y que no tiene a fin de conocer el nivel de aceptación que tendrán los productos

a. En relación al conocimiento

En este aspecto es necesario precisar algunas variables de los datos tabulados (ver anexo N° 2) que explican los conocimientos y preferencias de los encuestados. Inicialmente se describe al grado de conocimiento en donde aquellos que no tienen mascota con un 20% entre “SI y TAL VEZ” conocen o escucharon sobre el producto. Por el contrario aquellos que tienen mascota con un porcentaje similar escucharon sobre el producto.

Es notable destacar que entre los que tienen y no tienen mascota el porcentaje de conocimiento sobre estos productos es similar.

Al profundizar por cada barrio resulta ser que Urbari tiene los mayores porcentajes de conocimiento sobre los productos tanto de los que tienen y no tienen mascotas en relación a los que no tienen mascota el 18% y de los que tienen mascota el 19%.

Sin embargo en líneas generales y considerando que a nivel general solo el 13% conoce sobre este tipo de productos se puede concluir de que el grado de conocimiento es muy bajo.

b. En relación a la aceptación en el uso del método de Baños secos

En forma específica los que no tienen mascota a pesar de no tener la experiencia en el cuidado de las mismas indican en un 75% su disponibilidad para utilizar este método. Por el contrario los que sí tienen mascota indican en un 72% que están dispuestos a utilizar el método.

Al revisar por cada barrio en este caso Equipetrol con un 76% en el caso de los que tienen mascotas indican estar dispuestos a utilizar el método y para el caso de los que no tienen mascota el barrio Urbari indica con un 81% si estar de acuerdo en el uso del metodo

c. En relación a la preferencia por el medio comunicación del cual recibir información o publicidad

En líneas generales los que tienen mascotas prefieren en primer lugar mediante Internet con un 34% recibir la información luego con la visita de puerta a puerta con un 22%.

Los que no tienen mascota prefieren en primer lugar la visita de puerta a puerta con un 29% y 24% mediante Internet.

Al revisar los datos de cada barrio por la cantidad de encuestados de Equipetrol el 32% que tiene mascota prefiere el internet. Y el 26% visita puerta a puerta.

d. En relación a la disponibilidad de compra

Para este caso un destacable porcentaje del 92% equivalente a 131 encuestados afirma que existe la disponibilidad para la compra de estos productos.

Al revisar por barrios Urbari por el alto porcentaje de 95% equivalente a solo 20 personas esta en primer lugar luego esta Equipetrol en base a la mayor cantidad de personas (81), con un 93% indica tener la disponibilidad.

8.2.3. En relación al los atributos que el cliente cuenta como relevantes a la hora de comprar productos de baño para sus mascotas

Al pesar de desconocer una gran mayoría estos productos existen ciertos atributos o factores comerciales que los encuestados apuestan o se inclinan en el momento de la compra. Los resultados generales indican los tipos de elementos que prefieren los encuestados expresados en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3
Estado de posesión de mascotas en relación a factores
comerciales de compra.

ESTADO DE POSESION DE MASCOTAS	Encuestados	% de Incidencia
SIN MASCOTA		
disponibilidad en el punto de venta, precio accesible y que se encuentre cerca de mi domicilio	14	21%
precio accesible, que se encuentre cerca de mi domicilio y promociones, rebajas y ofertas	11	16%
precio accesible, variedad de productos para la eleccion y promociones, rebajas y ofertas	8	12%
CON MASCOTA		
precio accesible, variedad de productos para la eleccion y promociones, rebajas y ofertas	26	18%
disponibilidad en el punto de venta, precio accesible y que se encuentre cerca de mi domicilio	17	12%
precio accesible, buena atencion y promociones, rebajas y ofertas	17	12%

Fuente: Elaboración propia en base a los datos tabulados

Cabe notar que en todas las opciones empezando con las que tienen los mayores porcentajes el precio accesible es muy importante, además de la disponibilidad en el punto de venta y que se encuentre cerca del domicilio del interesado(a)

8.2.4. En relación a la discriminación por zonas geográficas de cada barrio los grupos de alta aceptabilidad, media aceptabilidad y baja aceptabilidad

En el análisis de este objetivo se explicará en base a una matriz de los principales factores y situaciones descritas y analizadas anteriormente cuales son los barrios que tienen los

porcentajes altos, medios y bajos de aceptabilidad de elementos propios o que rodean y forman parte de los productos de baños secos.

Cuadro N° 4

Descripción de los niveles de aceptabilidad por cada barrio

Barrios y Zonas	Conoce o escucho alguna vez productos de baño seco para mascotas			grado de morosidad en el momento del baño de su mascota			¿ Si existiese un metodo de baño que le ahorre tiempo, consumo de agua, salud de su mascota y cuide su pelaje lo utilizaria ?			¿ Le gustaria recibir informacion sobre este tipo de productos de baño seco para Mascotas ?			En este momento si tuviera las condiciones economicas, ¿ estaria dispuesto (a) a comprar un producto de aseo para mascotas ?		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Equipetrol			11%		37%		75%			90%			76%		
Las Palmas		11%		40%					70%	90%				62%	
Urbari	19%					33%		73%				80%			56%

Fuente: Elaboración propia en base a los datos tabulados

En base a estos resultados se puede indicar que el barrio con los mejores niveles de aceptabilidad resulta ser Equipetrol en razón a sus porcentajes de todas las variables de la matriz. Solo tiene un porcentaje medio con el 37% en la variable de morosidad en el momento del baño y 11% bajo en el grado de conocimiento de los productos.

En segundo lugar se ubica las Palmas con un nivel alto de aceptabilidad relacionados a la disponibilidad de recepción del producto con un 90% y dos calificaciones medias en otras variables. Finalmente en tercer lugar Urbari en razón a sus bajos niveles de aceptabilidad exceptuando su alto porcentaje de conocimiento del producto.

8.2.5. En relación a la mezcla de comunicación más adecuada para la comercialización de este tipo de productos.

En base a la información de los datos tabulados el siguiente cuadro determina la mezcla de comunicación más adecuada en razón a los factores de mayor elección y los medios seleccionados por parte de los encuestados

Cuadro N° 5

Mezcla comercial adecuada en relación a los medios de comunicación

Factores de compra	Afiches	Diario o periódico	Internet	Ninguno de ellos	Radio	Television	Visita puerta a puerta	Total general	% Impacto
precio accesible, variedad de productos para la elección y promociones, rebajas y ofertas	7		10	7	2	2	6	34	39%
disponibilidad en el punto de venta, precio accesible y que se encuentre cerca de mi domicilio	4	3	13	5		3	3	31	35%
disponibilidad en el punto de venta, precio accesible y promociones, rebajas y ofertas	2	3	7	3	2	3	3	23	26%
								88	1,00

Fuente: Elaboración propia en base a los datos tabulados

Sobre la base de la información de este cuadro se puede destacar que el internet los afiches y visitas de puerta a puerta se consideran con los de mayor elección en razón a los factores de compra que tuvieron más elecciones por parte de los encuestados como se observa en el cuadro líneas arriba

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.-

El propósito de la presente investigación resultó satisfactorio en el sentido de lograr conocer las opiniones de los encuestados de los barrios sujetos a investigación. En su gran mayoría desconocían este nuevo tipo de productos; sin embargo cierto sector de los encuestados indicó tener conocimiento e inclusive utilizan estos productos de baños secos de mascotas.

También fue notorio conocer un importante porcentaje de familias que poseen mascotas en su hogar, en especial perros. A parte de ello se pudo conocer diversas actividades y costumbres relacionadas al tratamiento de las mascotas como ser las veces de baño, quien lo realiza y otras actividades relacionadas al cuidado.

Fue muy satisfactorio descubrir en cifras la disponibilidad de intento y compra de estos productos inclusive de aquellos que no tienen mascotas. Aspectos como los medios por los que les gustaría recibir información y la disponibilidad de compra en el momento de la encuesta son aspectos determinantes para en un futuro próximo implementar actividades promocionales que permitan expandir este mercado en la población local inicialmente.

El segmento tiene un gran potencial ya que al encuestar a barrios que tienen por historia y actualidad ingresos económicos importantes y saber que desconocen en su gran mayoría estos productos dan como resultado la conclusión de que son un mercado muy factible y susceptible de recibir ofertas y propuestas comerciales rentables en el corto, mediano y largo plazo.

Los resultados anexos de esta investigación contienen cifras muy valiosas para servir de base como propuestas empresariales importantes que se decidan planificar y ejecutar.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ❖ Arroyo M alba, 2014. Hogar de Mascotas Recuperado de:
<https://www.hogar.mapfre.es/mascotas/subhome/4523/bano-seco-mascotas>

- ❖ Bayer (2018) Coneccion. Recuperado de:
<https://bayervetconecta.com/blog.php/cuidados-dermatologicos>

- ❖ Coy 345- el ascenso de Santa cruz (2017). Recuperado de: <https://fundacion-milenio.org/coy-345-el-ascenso-de-santa-cruz/>

- ❖ Freitas. (2018). Actividades Municipales. Recuperado de:
<http://www.concejomunicipalscz.gob.bo/jurisdicion-territorial/distritos-municipales.php#seccion-distrito-municipal-01>

- ❖ Judhit fragela (2016). Health & Spa Movil Pet. Recuperado de
<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/140889/Fraguela%20Ortiz%20Judith.pdf?sequence=1>.

- ❖ Kanu, belleza e higiene. Recuperado de:
<https://www.kanu.pet/belleza-e-higiene/ba%C3%B1o/ba%C3%B1o-seco>

- ❖ Mercado libre Peru, (2018) Mercadolibre. Recuperado de
<https://listado.mercadolibre.com.pe/animales-mascotas/espuma-para-ba%C3%B1o-en-seco-para-perros-y-gatos>

- ❖ San martin (2016). Consumer. Recuperado de:
<http://www.consumer.es/web/es/mascotas/perros/reproduccion-y-cria/cachorros/2012/01/30/206559.php>

- ❖ tiendanimal (2016). Articulos de Moda. Recuperado de:
<https://www.tiendanimal.es/articulos/champu-en-seco-para-perros-y-otras-mascotas/>

11. ANEXOS.

Anexo N° 1

Cuestionario de Encuesta.

Solicitante: Clemente Zeballos Ramirez					
Entidad: Universidad Mayor de San Andres					
Mediante la siguiente Encuesta le solicitamos unos minutos de su tiempo y colaboracion para rellenar las respuestas que considere esten de acuerdo al caso particular de su unidad familiar tratando de elegir las en base a la verdad y realidad. Los resultados serviran para determinar el grado de conocimiento y preferencia de ud. sobre los productos de baño seco en mascotas y se utilicen para la redaccion y analisis de la Tesis: Analisis del Conocimiento y aceptacion de la Linea de productos de "Baños Secos" en los Barrios residenciales de Equipetrol, Las Palmas y Urbari de la ciudad de Santa cruz.					
Barrio: Equipetrol	<input type="checkbox"/>	Las Palmas	<input type="checkbox"/>	Urbari	<input type="checkbox"/>
Zona: Zona Norte	<input type="checkbox"/>	Zona Este	<input type="checkbox"/>	Zona Oeste	<input type="checkbox"/>
Sexo: Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	Zona Sur	<input type="checkbox"/>
Favor en todas las casillas marcar con la letra "X"					
1.- ¿Tiene perros y/o gatos u otras mascotas?					
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	(en caso que "NO" favor pasar a la pregunta N° 9)	
2.- ¿ Que tipo de Mascota tiene ?					
Perros	<input type="checkbox"/>	Gatos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
3.- ¿ Que tipo de Género ?					
Macho	<input type="checkbox"/>	Hembra	<input type="checkbox"/>		
4.- Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas					
Perros		Gatos		Otros	
0 - 1 año	<input type="checkbox"/>	0 - 1 año	<input type="checkbox"/>	0 - 1 año	<input type="checkbox"/>
1 - 2 años	<input type="checkbox"/>	1 - 2 años	<input type="checkbox"/>	1 - 2 años	<input type="checkbox"/>
2 - 5 años	<input type="checkbox"/>	2 - 5 años	<input type="checkbox"/>	2 - 5 años	<input type="checkbox"/>
5 años en adelante	<input type="checkbox"/>	5 años en adelante	<input type="checkbox"/>	5 años en adelante	<input type="checkbox"/>
5.- Cuando se trata del baño de su mascota ¿Qué miembro de la familia o persona externa lo hace?					
a	La mama	<input type="checkbox"/>			
b	el papa	<input type="checkbox"/>			
c	los hijos	<input type="checkbox"/>			
d	entre todos	<input type="checkbox"/>			
e	otros miembros de la familia	<input type="checkbox"/>			
f	Veterinaria, Spa o experto en el tema	<input type="checkbox"/>			
6.- Con que frecuencia baña a sus mascotas					
a	En forma diaria	<input type="checkbox"/>			
b	cada 2 dias	<input type="checkbox"/>			
c	cada semana	<input type="checkbox"/>			
d	1 vez al mes	<input type="checkbox"/>			
e	nunca	<input type="checkbox"/>			
7.- De la siguiente escala podria por favor especificar el grado de facilidad o dificultad en el momento del baño de su mascota					
a	muy facil	<input type="checkbox"/>			
b	facil	<input type="checkbox"/>			
c	moroso	<input type="checkbox"/>			
d	dificil	<input type="checkbox"/>			
e	muy dificil	<input type="checkbox"/>			

Formulario N° 1

Continúa en la siguiente página

8.- ¿Alimenta a su mascota con comida especial para perros y/o gatos?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	A veces <input type="checkbox"/>
9.- Conoce o escucho alguna vez productos de baño seco para mascotas		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Tal Vez <input type="checkbox"/> (en caso que "NO" favor pasar a la pregunta N° 11)
10.- Utiliza productos de baño seco para mascotas		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	(en caso que "SI" favor pasar a la pregunta N° 12)
11.- ¿ Si existiese un metodo de baño que le ahorre tiempo, consumo de agua, salud de su mascota y cuide su pelaje lo utilizaría ?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Tal Vez <input type="checkbox"/> (en caso que "NO" favor pasar a la pregunta N° 13) (en caso que "SI" favor pasar a la pregunta N° 13)
12.- Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?		
a Baño Seco En Espuma Para Perro <input type="checkbox"/>	e Baño Seco Pet Dry Para Perro <input type="checkbox"/>	i Talco Insectida Para Perro <input type="checkbox"/>
b Baño Seco Espuma Para Gato Cachorro <input type="checkbox"/>	f Baño Seco Esbelt Dog para todos <input type="checkbox"/>	j Talco Desodorante Para Gato <input type="checkbox"/>
c Baño Seco Pulvex para perro <input type="checkbox"/>	g Baño Seco Para Gatos <input type="checkbox"/>	k Ninguno de ellos <input type="checkbox"/>
d Baño Seco Pet Dry Para Perro <input type="checkbox"/>	h Talco Insectida Para Perro <input type="checkbox"/>	
13.- ¿ Le gustaria recibir informacion sobre este tipo de productos de baño seco para Mascotas ?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	(En el caso que "NO" Fin de la Encuesta)
14.- Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?		
a Television <input type="checkbox"/>	e Afiches <input type="checkbox"/>	
b Radio <input type="checkbox"/>	f Diario o periodico <input type="checkbox"/>	
c Internet de Pc o Telefono Celular <input type="checkbox"/>	g Comentario de vecinos o familiares <input type="checkbox"/>	
d Visita puerta a puerta <input type="checkbox"/>	h Otros <input type="checkbox"/>	
	i Ninguno de ellos <input type="checkbox"/>	
15.- Por que tipo de medios de comunicación le gustaria recibir informacion de estos productos		
a Television <input type="checkbox"/>	e Afiches <input type="checkbox"/>	
b Radio <input type="checkbox"/>	f Diario o periodico <input type="checkbox"/>	
c Internet <input type="checkbox"/>	g Comentario de vecinos o familiares <input type="checkbox"/>	
d Visita puerta a puerta <input type="checkbox"/>	h Ninguno de ellos <input type="checkbox"/>	
16.- Seleccione tres aspectos que considera o consideraria importantes al momento de la compra de estos productos		
a precio accesible <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b disponibilidad en el punto de venta <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c buena atencion <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d que se encuentre cerca de mi domicilio <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e variedad de productos para la eleccion <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
f promociones, rebajas y ofertas <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17.- En este momento si tuviera las condiciones economicas, ¿ estaria dispuesto (a) a comprar un producto de aseo para mascotas ?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
MUCHAS GRACIAS		

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 2

Tabulación de Encuestas

La Tabla N° 8 describe el desglose de esta tabulación con las preguntas y su respectivo orden numérico de tal forma que puedan ser analizadas en las tablas tabuladas subsiguientes.

Tabla N° 8

Preguntas clasificadas y sus respectivas respuestas

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS
1	Barrio	Urbari
2	Barrio	Equipetrol
3	Barrio	Las Palmas
4	Zona	Zona Este
5	Zona	Zona Oeste
6	Zona	Zona Sur
7	Zona	Zona Norte
8	SEXO	Masculino
9	SEXO	Femenino
10	¿Tiene perros y/o gatos u otras mascotas?	SI
11	¿Tiene perros y/o gatos u otras mascotas?	NO
12	¿ Que tipo de Mascota tiene ?	Perros
13	¿ Que tipo de Mascota tiene ?	Gatos
14	¿ Que tipo de Mascota tiene ?	Otros
15	¿ Que tipo de Género ?	Macho
16	¿ Que tipo de Género ?	hembra
17	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	0 - 1 año
18	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	1 - 2 años
19	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	2 - 5 años
20	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	5 años en adelante
21	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	0 - 1 año
22	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	1 - 2 años
23	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	2 - 5 años
24	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	5 años en adelante
25	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	0 - 1 año
26	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	1 - 2 años
27	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	2 - 5 años
28	Mediante el siguiente cuadro determinar el Rango de Edad de sus mascotas	5 años en adelante
29	Cuando se trata del baño de su mascota ¿Qué miembro de la familia o persona externa lo hace?	La mamá
30	Cuando se trata del baño de su mascota ¿Qué miembro de la familia o persona externa lo hace?	el papa
31	Cuando se trata del baño de su mascota ¿Qué miembro de la familia o persona externa lo hace?	los hijos
32	Cuando se trata del baño de su mascota ¿Qué miembro de la familia o persona externa lo hace?	entre todos
33	Cuando se trata del baño de su mascota ¿Qué miembro de la familia o persona externa lo hace?	otros miembros de la familia
34	Cuando se trata del baño de su mascota ¿Qué miembro de la familia o persona externa lo hace?	Veterinaria, Spa o experto en el tema
35	Con que frecuencia baña a sus mascotas	En forma diaria

Continúa en la siguiente página:

Nº	PREGUNTAS	RESPUESTAS
36	Con que frecuencia baña a sus mascotas	cada 2 dias
37	Con que frecuencia baña a sus mascotas	cada semana
38	Con que frecuencia baña a sus mascotas	1 vez al mes
39	Con que frecuencia baña a sus mascotas	nunca
40	De la siguiente escala podría por favor especificar el grado de facilidad o dificultad en el momento del baño de su mascota	muy facil
41	De la siguiente escala podría por favor especificar el grado de facilidad o dificultad en el momento del baño de su mascota	facil
42	De la siguiente escala podría por favor especificar el grado de facilidad o dificultad en el momento del baño de su mascota	moroso
43	De la siguiente escala podría por favor especificar el grado de facilidad o dificultad en el momento del baño de su mascota	dificil
44	De la siguiente escala podría por favor especificar el grado de facilidad o dificultad en el momento del baño de su mascota	muy dificil
45	¿Alimenta a su mascota con comida especial para perros y/o gatos?	SI
46	¿Alimenta a su mascota con comida especial para perros y/o gatos?	NO
47	¿Alimenta a su mascota con comida especial para perros y/o gatos?	A veces
48	Conoce o escucho alguna vez productos de baño seco para mascotas	SI
49	Conoce o escucho alguna vez productos de baño seco para mascotas	NO
50	Conoce o escucho alguna vez productos de baño seco para mascotas	TAL VEZ
51	Utiliza productos de baño seco para mascotas	SI
52	Utiliza productos de baño seco para mascotas	NO
53	¿ Si existiese un metodo de baño que le ahorre tiempo, consumo de agua, salud de su mascota y cuide su pelaje lo utilizaria ?	SI
54	¿ Si existiese un metodo de baño que le ahorre tiempo, consumo de agua, salud de su mascota y cuide su pelaje lo utilizaria ?	NO
55	¿ Si existiese un metodo de baño que le ahorre tiempo, consumo de agua, salud de su mascota y cuide su pelaje lo utilizaria ?	TAL VEZ
56	Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?	Baño Seco En Espuma Para Perro
57	Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?	Baño Seco Espuma Para Gato Cachorro
58	Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?	Baño Seco Pulvex para perro
59	Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?	Baño Seco Pet Dry Para Perro
60	Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?	Baño Seco Esbelt Dog para todos
61	Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?	Baño Seco Para Gatos
62	Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?	Talco Insectida Para Perro
63	Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?	Talco Desodorante Para Gato
64	Del siguiente listado ¿Qué tipo de productos utiliza para el baño de su mascota?	Ninguno de ellos
65	¿ Le gustaria recibir informacion sobre este tipo de productos de baño seco para Mascotas ?	SI
66	¿ Le gustaria recibir informacion sobre este tipo de productos de baño seco para Mascotas ?	NO
67	Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?	Television
68	Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?	Radio
69	Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?	Internet de Pc o Telefono Celular
70	Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?	Visita puerta a puerta
71	Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?	Afiches
72	Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?	Diario o periodico
73	Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?	Comentario de vecinos o familiares
74	Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?	Otros
75	Actualmente, ¿ mediante que tipo de medios de comunicación recibe publicidad de productos de Baños Secos para Mascotas ?	Ninguno de ellos
76	Por que tipo de medios de comunicación le gustaria recibir informacion de estos productos	Television
77	Por que tipo de medios de comunicación le gustaria recibir informacion de estos productos	Radio
78	Por que tipo de medios de comunicación le gustaria recibir informacion de estos productos	Internet
79	Por que tipo de medios de comunicación le gustaria recibir informacion de estos productos	Visita puerta a puerta
80	Por que tipo de medios de comunicación le gustaria recibir informacion de estos productos	Afiches
81	Por que tipo de medios de comunicación le gustaria recibir informacion de estos productos	Diario o periodico
82	Por que tipo de medios de comunicación le gustaria recibir informacion de estos productos	Comentario de vecinos o familiares
83	Por que tipo de medios de comunicación le gustaria recibir informacion de estos productos	Ninguno de ellos
84	Seleccione tres aspectos que considera o consideraria importantes al momento de la compra de estos productos	precio accesible
85	Seleccione tres aspectos que considera o consideraria importantes al momento de la compra de estos productos	disponibilidad en el punto de venta
86	Seleccione tres aspectos que considera o consideraria importantes al momento de la compra de estos productos	buena atencion
87	Seleccione tres aspectos que considera o consideraria importantes al momento de la compra de estos productos	que se encuentre cerca de mi domicilio
88	Seleccione tres aspectos que considera o consideraria importantes al momento de la compra de estos productos	variedad de productos para la eleccion
89	Seleccione tres aspectos que considera o consideraria importantes al momento de la compra de estos productos	promociones, rebajas y ofertas
90	En este momento si tuviera las condiciones economicas, ¿ estaria dispuesto (a) a comprar un producto de aseo para mascotas ?	SI
91	En este momento si tuviera las condiciones economicas, ¿ estaria dispuesto (a) a comprar un producto de aseo para mascotas ?	NO

Fuente: Elaboración propia en base a formularios de encuestas implementados

Nº	RESPUESTAS	p107	p108	p109	p110	p111	p112	p113	p114	p115	p116	p117	p118	p119	p120	p121	p122	p123	p124	p125	p126	p127	p128	p129	p130	p131	p132	p133	p134	
1	Urbani	1					1					1					1				1									
2	Equipetrol		1	1	1			1	1		1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
3	Las Palmas	1				1				1														1						
4	Zona Este			1				1			1	1		1	1	1					1					1	1	1		
5	Zona Oeste	1	1		1	1													1				1							
6	Zona Sur							1		1	1			1															1	
7	Zona Norte																1		1		1	1	1	1					1	
8	Masculino	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1						1	1							
9	Femenino		1	1						1			1	1	1	1	1	1	1	1				1	1	1	1	1	1	
10	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
11	NO						1			1	1						1		1		1	1	1	1		1				
12	Perros			1						1	1	1	1	1	1	1								1					1	
13	Gatos	1	1					1	1												1								1	
14	Otros					1			1																1					
15	Macho				1										1												1		1	
16	hembra	1	1	1				1	1		1	1		1	1	1									1				1	
17	0 - 1 año										1				1											1				
18	1 - 2 años																		1											
19	2 - 5 años	1		1												1													1	
20	5 años en adelante											1																	1	
21	0 - 1 año																													
22	1 - 2 años							1																					1	
23	2 - 5 años								1																					
24	5 años en adelante																													
25	0 - 1 año																									1				
26	1 - 2 años					1																								
27	2 - 5 años																													
28	5 años en adelante									1																				
29	La mama		1																	1						1				
30	el papa					1					1																		1	
31	los hijos																													
32	entre todos	1		1				1					1	1	1						1								1	
33	otros miembros de la familia								1																	1				
34	Veterinaria, Spa o experto en el tema					1						1																		
35	En forma diaria					1																								
36	cada 2 dias		1					1			1														1					
37	cada semana	1							1							1										1		1	1	
38	1 vez al mes			1	1									1															1	
39	nunca												1																	
40	muy facil			1	1									1											1				1	
41	facil														1							1						1	1	
42	moroso	1				1		1	1					1																
43	dificil		1										1													1				
44	muy difcil										1											1								
45	SI	1			1						1		1									1	1						1	
46	NO		1	1		1		1							1	1													1	
47	A veces								1				1												1	1				
48	SI				1								1				1													
49	NO	1	1	1		1	1	1	1		1	1		1	1	1								1	1	1	1	1	1	
50	TAL VEZ									1																				
51	SI											1																		
52	NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
53	SI	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
54	NO								1				1													1				
55	TAL VEZ					1									1					1									1	
56	Baño Seco En Espuma Para Perro												1																	
57	Baño Seco Espuma Para Gato Cachorro																													
58	Baño Seco Pulvex para perro																													
59	Baño Seco Pet Dry Para Perro																													
60	Baño Seco Esbelt Dog para todos																													
61	Baño Seco Para Gatos																													
62	Talco Insectida Para Perro																													
63	Talco Desodorante Para Gato																													
64	Ninguno de ellos																													
65	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
66	NO									1																				
67	Television																													
68	Radio																													
69	Internet de Pc o Telefono Celular												1		1															
70	Visita puerta a puerta																													
71	Afiches																													
72	Diario o periodico																													
73	Comentario de vecinos o familiares																													
74	Otros																													
75	Ninguno de ellos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
76	Television							1																	1					
77	Radio														1													1	1	
78	Internet	1	1	1	1	1	1			1		1													1	1		1	1	
79	Visita puerta a puerta								1			1		1												1			1	
80	Afiches																													
81	Diario o periodico																													
82	Comentario de vecinos o familiares																													
83	Ninguno de ellos																													
84	precio accesible	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
85	disponibilidad en el punto de venta	1			1	1																								

N°	RESPUESTAS	p219	p220	p221	p222	p223	p224	p225	p226	p227	p228	p229	p230	p231	p232	p233	p234	p235	p236	p237	p238	p239	p240
1	Urbani				1						1		1	1	1	1	1	1			1	1	1
2	Equipetrol	1	1			1				1	1		1		1	1	1	1			1	1	1
3	Las Palmas				1			1	1										1				
4	Zona Este						1	1					1		1			1				1	
5	Zona Oeste	1	1			1					1												
6	Zona Sur				1						1				1	1			1	1		1	1
7	Zona Norte				1					1			1				1						
8	Masculino	1											1			1	1					1	1
9	Femenino		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1
10	SI	1	1							1			1				1	1	1	1	1	1	1
11	NO				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	Perros	1	1							1			1				1	1	1	1	1	1	1
13	Gatos																						
14	Otros																						
15	Macho		1																1				1
16	hembra	1								1			1				1					1	
17	0 - 1 año																						
18	1 - 2 años	1	1																1		1		
19	2 - 5 años									1							1						
20	5 años en adelante											1											1
21	0 - 1 año																						
22	1 - 2 años																						
23	2 - 5 años																						
24	5 años en adelante																						
25	0 - 1 año																						
26	1 - 2 años																						
27	2 - 5 años																						
28	5 años en adelante																						
29	La mama																						
30	el papa	1	1									1							1		1		1
31	los hijos																			1			
32	entre todos									1							1						
33	otros miembros de la familia																						
34	Veterinaria, Spa o experto en el tema																						
35	En forma diaria																						
36	cada 2 días																						
37	cada semana	1	1							1										1	1	1	1
38	1 vez al mes											1					1						
39	nunca																						
40	muy facil																						
41	facil											1					1						1
42	moroso	1								1											1		
43	dificil																					1	
44	muy dificil																			1			
45	SI											1					1				1		
46	NO	1								1										1			1
47	A veces		1																		1		
48	SI									1													
49	NO	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	TAL VEZ																						
51	SI																						
52	NO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	SI	1		1		1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	NO					1	1				1												1
55	TAL VEZ		1							1												1	
56	Baño Seco En Espuma Para Perro																						
57	Baño Seco Espuma Para Gato Cachorro																						
58	Baño Seco Pulvex para perro																						
59	Baño Seco Pet Dry Para Perro																						
60	Baño Seco Esbelt Dog para todos																						
61	Baño Seco Para Gatos																						
62	Talco Insectida Para Perro																						
63	Talco Desodorante Para Gato																						
64	Ninguno de ellos																						
65	SI	1	1	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
66	NO					1		1							1								
67	Television																						
68	Radio																						
69	Internet de Pc o Telefono Celular																						
70	Visita puerta a puerta																						
71	Afiches																						
72	Diario o periodico																						
73	Comentario de vecinos o familiares																						
74	Otros																						
75	Ninguno de ellos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
76	Television																						
77	Radio																						
78	Internet																						
79	Visita puerta a puerta				1		1		1	1	1				1			1			1		1
80	Afiches																						
81	Diario o periodico																						
82	Comentario de vecinos o familiares																						
83	Ninguno de ellos	1	1										1	1					1	1			
84	precio accesible	1	1	1		1		1	1	1	1	1			1	1		1	1	1	1	1	1
85	disponibilidad en el punto de venta								1			1	1				1						1
86	buena atencion	1	1			1				1						1		1		1		1	
87	que se encuentre cerca de mi domicilio							1	1	1	1				1	1							
88	variedad de productos para la eleccion	1	1	1					1	1			1				1		1	1	1	1	1
89	promociones, rebajas y ofertas				1		1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
90	SI	1	1					1	1	1		1					1		1	1	1	1	1
91	NO					1		1				1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Anexo N° 3:

Planos y (Pi) por cada Barrio Encuestado



Fuente: Elaboración propia en base a selección aleatoria de cada Barrio

PERSONAS ENCUESTADAS (Pi) POR BARRIO															
BARRIO URBARÍ				BARRIO LAS PALMAS				BARRIO EQUIPETROL							
p8	p36	p98	p205	p2	p66	p115	p185	p1	p46	p74	p109	p131	p155	p179	p200
p9	p38	p101	p211	p5	p69	p128	p191	p3	p49	p77	p110	p132	p156	p180	p202
p14	p39	p102	p222	p6	p73	p137	p192	p4	p50	p78	p113	p133	p158	p181	p204
p16	p42	p108	p228	p11	p76	p138	p197	p7	p55	p80	p114	p134	p159	p182	p206
p17	p45	p112	p230	p13	p79	p141	p201	p10	p57	p81	p116	p135	p160	p184	p209
p19	p47	p117	p231	p20	p84	p146	p203	p12	p58	p82	p118	p136	p161	p186	p210
p22	p53	p122	p233	p29	p86	p151	p207	p15	p59	p85	p119	p139	p163	p187	p212
p24	p54	p126	p235	p33	p87	p152	p208	p18	p60	p90	p120	p140	p165	p188	p214
p25	p61	p143	p239	p37	p88	p157	p213	p21	p63	p91	p121	p142	p166	p189	p215
p27	p68	p149		p40	p95	p164	p216	p23	p64	p93	p123	p144	p168	p190	p219
p28	p75	p154		p48	p96	p167	p217	p26	p65	p97	p124	p145	p171	p194	p220
p30	p83	p162		p51	p100	p169	p218	p34	p67	p99	p125	p147	p173	p195	p223
p31	p89	p170		p52	p104	p177	p221	p41	p70	p103	p127	p148	p174	p196	p226
p32	p92	p172		p56	p107	p178	p224	p43	p71	p105	p129	p150	p175	p198	p227
p35	p94	p193		p62	p111	p183	p225	p44	p72	p106	p130	p153	p176	p199	p229