

## Apéndice B

### Participantes observación

\*Participante 1: Mujer de aproximadamente 40 años, se acerca al stand

Consultando por un producto que le ayude a revitalizar su cabello, es una persona que va con un acompañante, nunca ha utilizado la marca e indica que tuvo conocimiento de ella porque una persona cercana de manera accidental dejó en su casa una mascarilla. La participante utilizó la marca y le pareció un buen producto. La persona al no tener conocimiento de la marca hace muchas preguntas a la asesora, le manifiesta su necesidad, le pregunta a su acompañante que piensa de los productos y le pide un consejo sobre cual llevar. La persona muestra mucho interés en el producto y consulta sobre los ingredientes y lo saludable que puede ser para su cabello, constantemente está observando alrededor de la vitrina con detalle frente a los productos y manifiesta su agrado por la diversidad de los mismos.

\*Participante 2: Mujer aproximadamente de 45 años, va en compañía de sus hijos y su mamá, la persona ya había utilizado la marca y va por un shampoo para ella no hace mayores preguntas, su hija de aproximadamente 7 años recorre la vitrina observando los productos exhibidos, y le llama la atención un sobre que tiene figuras infantiles, la niña le pregunta a la asesora del punto por ese producto, quien le responde que es un nuevo producto para niños y le da una muestra. A la mujer le llama la atención el producto y decide comprar el producto para la niña también, sin embargo, no cuenta con suficiente dinero en efectivo, así que la asesora le da todas las opciones de pago y la mujer compra los productos una parte con dinero en efectivo y la otra pagando con su tarjeta bancaria.

\*Participante 3: Mujer de aproximadamente 50 años, está recorriendo el centro

comercial y le llama la atención el stand, antes de preguntar a la asesora observa las vitrinas, luego le indica a la asesora que no conocía la marca, le pregunta por los precios, la asesora le da una breve reseña sobre los productos, le indica son productos naturales, y demás beneficios. La persona pregunta por los precios y decide abandonar el punto de venta.

\*Participante 4: Mujer de aproximadamente 55 años va acompañada de su esposo, es una persona muy seria la persona va pasando en frente del stand y se devuelve le pregunta a la asesora que con anterioridad había comprado un producto para el cabello, le había gustado la suavidad y las reacciones que tenía el producto en la zona de aplicación, pero indicó que el aspecto que no le había agradado era el olor, así que la asesora le mostró otros productos y la persona llevo uno de ellos, hablan con su esposo sobre el medio la manera en que pagarán el producto y la asesora le comenta las diferentes opciones que se tienen.

\*Participante 5: Mujer de aproximadamente 50 a 55 años, está pasando por el stand y hace el recorrido por las vitrinas, indica que necesita un producto para su tipo de cabello y que le pueda funcionar a su hija, la persona tiene un poco de prisa, así que le pregunta rápidamente a la asesora sobre los productos asegura que ya había comprado, pero no le gusto el olor, sin embargo, afirma que es un buen producto y el precio es favorable. La asesora le enseña otro shampoo y la persona lo compra, le llama mucho la atención los diferentes medios de pago que tiene el punto.

\*Participante 6: Se acercan dos mujeres al stand una de ellas tenía alrededor de 55 años, la otra tenía aproximadamente 80 años, preguntan por los productos, exponen su

necesidad la asesora se muestra varios productos que se pueden acomodar a los requerimientos de la participante, la mujer de 55 años va a comprar el producto, pero su acompañante le dice que debe primero ir a otro lugar, la persona de 55 años se ve muy interesada en los productos y manifiesta su intención de compra pero debe irse. Al cabo de un tiempo vuelven las dos personas, esta vez acompañados de un hombre y dos adolescentes al volver manifiestan que conocieron la marca el día anterior porque su estilista se lo había recomendado, y había visto unos buenos resultados, le hacen las preguntas pertinentes a la asesora quien les brinda toda la información y capacitación frente al uso del producto, así que decide comprar utilizando como medio de pago tarjeta y la mujer de 82 años indica que va a ver los resultados en su acompañante y si le llama la atención volverá a comprar.

\*Participante 7: Mujer de aproximadamente 50 a 55 años, se acerca al punto de venta indicando que necesita un producto que le ayude a resaltar el color de su cabello, está acompañada de un hombre, observa con curiosidad la variedad de productos de las vitrinas, indica que en el mes de diciembre del año anterior (2021) había ido al punto de venta a comprar uno de los productos de la marca para una amiga con un favor, ese mismo día le dieron una muestra sin costo de un producto para el cabello, el cual había probado y había quedado satisfecha con los resultados, pues indicaba que resaltaba el color gris de su cabello, sin embargo, en el momento que le pregunto a la asesora por ese producto específico de acuerdo a sus beneficios, la asesora le comento que no existía con esas características y le brindó información muy completa del shampoo que podría utilizar por su tipo de cabello. La persona agradeció la honestidad y la asesoría e indicó que

solo

utiliza productos recomendados por expertos porque en su rato libre practica natación y necesitaba un producto especializado.

\*Participante 8: Mujer de 20 25 años, ya había utilizado la marca, llegó directamente a preguntar por la línea que utiliza usualmente, iba acompañada de un hombre y una mujer. El hombre observaba detenidamente los productos y la persona que estaba comprando uno de los productos, le recomendó la marca le indicaba que su experiencia había sido muy satisfactoria, el hombre estaba interesada en un jabón para su hijo, la asesora le brindó la información y luego de una llamada decidió comprar el producto que le recomendaron. La persona indicaba que había conocido la marca a través de la publicidad de redes sociales

\*Participante 9: Mujer entre 25 a 30 años, ya había comprado la marca, indicaba que los productos eran de calidad, y que lo que más le gustaba era la naturalidad de los productos. Es una consumidora habitual de una línea específica de shampoo, sin embargo, preguntó por dos productos más que se encontraban exhibidos en la vitrina. Indicó que no llevaba el jabón de cuerpo porque ya utilizaba otra marca muy parecida.

\*Participante 10: Mujer entre 25 y 30 años, estaba caminando por el centro comercial, se acercó al stand y recorrió las vitrinas analizaba los productos detalladamente, preguntaba por los componentes, le llamó la atención los cepillos de dientes de bambú e indicaba que le había agradado el lugar y que prefería los productos más naturales como los que estaba observando. Siguió observando por unos minutos más los productos y abandonó el lugar.

\*Participante 11: Mujer de 35 a 40 años, iba en compañía de su esposo, ya conocía los productos, sin embargo, ese día no tenía planeado comprar en la tienda, nos obstante al ver la diversidad de los productos preguntó por un cepillo especial para el cabello, su esposo preguntó por algún producto que le ayudara con su cabello, sin embargo la mujer indicó que ya tenía muchos en su casa y no era conveniente comprar uno nuevo. La mujer compró su cepillo

y se retiró del establecimiento.

\*Participante 12: Mujer de 35 a 40 años, conoció el producto a través de redes sociales, le había gustado los resultados obtenidos, sin embargo, comentaba que no era muy fácil comprar por internet y ya había pasado por el centro comercial, le había llamado la atención que tuvieran un punto de venta, ella consideraba que era más fácil hacer la compra de manera presencial porque podía observar los productos y ver qué línea nueva tenía la marca, adicional la comodidad de los medios de pago era algo que consideraba un aspecto positivo de la marca.

\*Participante 13: Mujer en un rango de edad de 20 a 25 años, ya conocía la marca, la compra que hizo fue planeada, iba con un acompañante, observó detenidamente los nuevos productos que no conocía y que estaban en la vitrina, especialmente los cepillos de dientes de bambú, indicaba que lo que más resaltaba de la marca era la naturalidad de sus productos y el complemento que tenía con nuevos elementos ecológicos como el cepillo de dientes, e indicó que le gustaba que la marca no hacía pruebas de sus productos con animales.

\*Participante 14: Mujer en un rango de edad de 30 a 35 años, estaba esperando a alguien más al lado del stand y le llamó la atención los cepillos de dientes de bambú, la asesora comentaba que era una línea de una marca aliada, la persona resaltaba que el producto era muy ecológico, pregunto por el precio y se llevó el cepillo.

