

VIABILIDAD DEL MONTAJE DE LA FÁBRICA Y COMERCIALIZADORA DE
CONFECCIONES CENTAUROS SPORT EN LA REGIÓN DE POMPEYA -
META

LUZ AYDE MEDINA ORTEGA

PROYECTO CICLO TECNOLÓGICO

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA "UNAD"
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
SEXTO SEMESTRE
CREAD ACACIAS
ACACIAS, META
2003

VIABILIDAD DEL MONTAJE DE LA FÁBRICA Y COMERCIALIZADORA DE
CONFECCIONES CENTAUROS SPORT EN LA REGIÓN DE POMPEYA -
META

LUZ AYDE MEDINA ORTEGA

PROYECTO CICLO TECNOLÓGICO

DIRECTORA
LUZ HERMINDA PINZÓN HERRERA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA "UNAD"
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
SEXTO SEMESTRE
CREAD ACACIAS
ACACIAS, META
2003

NOTA DE ACEPTACIÓN:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Acacías, Meta 09 de octubre de 2003

A mis padres por el apoyo y amor que me han brindado, quienes a su vez proyectaron en mi vida una visión profesional para mi orgullo y honor de toda nuestra familia.

AGRADECIMIENTOS

Al Todo Poderoso y a aquellas personas que han contribuido de una u otra manera en el proceso y alcance de mi carrera profesional, especialmente a la directora de Tesis, Doctora Luz Herminda Pinzón Herrera, a la UNAD y sus tutores, a familiares, amigos y compañeros que me han motivado en la realización de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
OBJETIVOS	3
General	3
Específicos	3
1. ESTUDIO DE MERCADO	4
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	4
1.1.1 Clasificación de Productos	4
1.1.1.1 Productos Industriales	4
1.1.1.2 Productos Deportivos	5
1.2 CARACTERIZACIÓN DEL USUARIO	5
1.2.1 Cantidad	5
1.2.1.1 Dispersión Geográfica	5
1.2.1.2 Clasificación y Economía del Usuario	6
1.2.1.3 Hábitos y Ritual de Compra y Consumo	6
1.2.1.4 Descripción de los Consumidores	6
1.3 DELIMITACIÓN DEL MERCADO	6
1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	7
1.4.1 Comportamiento Histórico	7
1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	18
1.6 ANÁLISIS DE PRECIOS	22
1.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	27
1.8 ESTRATEGIAS PROMOCIONALES	27
1.8.1 LOGOTIPO	28
1.9 PROVEEDORES	32
2. ESTUDIO TÉCNICO	33
2.1 TAMAÑO DEL MERCADO	33
2.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	37
2.2.1 Definición Macrolocalización	37
2.2.2 Definición Microlocalización	38
2.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	39
2.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	47
2.5 DESCRIPCIÓN DE ACTIVOS	48
2.6. MAQUINARIA Y EQUIPO	48
2.7 MUEBLES Y ENSERES	48
2. 8 NECESIDADES DE MANO DE OBRA	49
2.9 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	49
2.9.1 COSNTITUCIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA	49
2.9.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	51
2.9.2.1 .DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	52
3. ESTUDIO FINANCIERO	55
3.1 DISTRIBUCIÓN TOTAL DE LA INVERSIÓN	55
3.2. ESTRUCTURA DE COSTOS OPERACIONALES	57
3.2.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN	57
3.2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	60
3.2.3 GASTOS DE VENTAS	60

3.3.PRESUPUESTO DE INGRESOS	62
3.4. PUNTO DE EQUILIBRIO	63
3.5 FUENTES DE FINANCIAMIENTO	72
3.6. CALCULO DE CAPITAL DE TRABAJO	74
4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	79
4.1 EVALUACIÓN FINANCIERA	79
4.1.1 VALOR PRESENTE NETO	79
4.1.2 TASA INTERNA DE RETORNO	79
4.1.4.1.2 RELACIÓN COSTO BENEFICIO	79
4.1.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	81
4.1.4.1 NUEVO FLUJO NETO DE EFECTIVO CON DISMINUCIÓN DEL 10% EN INGRESOS TOTALES	81
4.1.4.1.1 VALOR PRESENTE NETO	82
4.1.4.1.2 TASA INTERNA DE RETORNO	82
4.1.4.1.3 RELACIÓN COSTO BENEFICIO	82
4.1.4.2 NUEVO FLUJO NETO DE EFECTIVO CON DISMINUCIÓN DEL 10% EN COSTOS TOTALES	84
4.1.4.2.1 VALOR PRESENTE NETO	85
4.1.4.2.2 TASA INTERNA DE RETORNO	85
4.1.4.2.3 RAZÓN COSTO BENEFICIO	85
4.2 EVALUACIÓN	87
4.3 EVALUACIÓN ECOLÓGICA	88
CONCLUSIONES	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica No. 1 Demanda por dispersión de Puntos	8
Gráfica No. 2 Proyección de la demanda	10
Gráfica No.3 Porcentaje de Población que compra uniformes	12
Gráfica No. 4 Sitios de Preferencia donde realizan compras los encuestados	12
Gráfica No. 5 Periodo de compra uniformes deportivos	13
Gráfica No. 6 Almacenes de preferencia para compra de uniformes	14
Gráfica No. 7 Características que tienen en cuenta al comprar uniformes	14
Gráfica No. 8 Periodicidad con que la empresa suministra dotación	15
Gráfica No. 9 Concepto calidad del Producto	16
Gráfica No. 10 Concepto de los precios del mercado	16
Gráfica No. 11 Personas encuestadas que están de acuerdo con la creación de la fábrica	17
Gráfica No. 12 Habitantes Pompeya y Regiones Circunvecinas	33

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla No 1. Ventas Históricas Principales Competidores	7
Tabla No.2 Tabla de Datos Demanda Histórica	8
Tabla No. 3 Demanda Proyectada	9
Tabla No 4. Oferta Histórica	18
Tabla No. 5 Tabla de Datos Oferta en Villavicencio	19
Tabla No. 6. Oferta Proyectada	20
Tabla No. 7 Ubicación de la Competencia	22
Tabla No. 8 Precios de la Competencia	22
Tabla No. 9 Inflación Últimos 5 años	23
Tabla No.10 Deflación Precios Casa del Deportista	23
Tabla No.11 Deflación Precios Deportes Centauro	24
Tabla No.12 Deflación Precios Deportes Copamundo	24
Tabla No.13 Deflación Precios Olímpico del Llano	24
Tabla No.14 Deflación Precios Creaciones Celec	24
Tabla No.15 Deflación Precios Indianápolis	25
Tabla No.16 Inflación Proyectada	25
Tabla No.17 Proyección Precios casa del Deportista	25
Tabla No.18 Proyección Precios Deportes Centauro	26
Tabla No.19 Proyección Precios Olímpico del Llano	26
Tabla No.20 Proyección Precios Creaciones Celec	26
Tabla No.21 Proyección Precios Indianápolis	26
Tabla No.22 Proveedores	32
Tabla No.23 Habitantes de Pompeya y Regiones Circunvecinas	33
Tabla No.24 Tamaño y Capacidad de Planta	36
Tabla No.25 Macrolocalización	37
Tabla No.26 Microlocalización	38
Tabla No.27 Distribución de Producción	39
Tabla No.28 Programa de Producción	40
Tabla No.29 Cantidades a Producir primer año	41
Tabla No.30 Maquinaria y Equipo	48
Tabla No.31 Muebles y Enseres	48
Tabla No.32 Requerimientos de Personal	49
Tabla No.33 Requerimientos de Inversión en Maquinaria y Equipo	55
Tabla No.34 Requerimientos de Inversión en Equipo de Oficina	56
Tabla No.35 Inversión en muebles y enseres	56
Tabla No.36 Asignación mano de obra directa	57
Tabla No.37 Asignación mano de obra indirecta	57
Tabla No. 38 Asignación materiales directos e indirectos	58

Tabla No. 39 Inversión en activos Intangibles	59
Tabla No. 40 Amortización de Gastos Diferidos	59
Tabla No. 41 Gastos de Administración	60
Tabla No. 42 Otros Gastos de Administración	60
Tabla No. 43 Otros Gastos de Ventas	60
Tabla No. 44 Gastos de Amortización	61
Tabla No. 45 Consolidado Costos fijos y variables	62
Tabla No. 46 Presupuesto de Ingresos Primer año	62
Tabla No. 47 Amortización Crédito	73
Tabla No. 48 Valor residual activos	76
Tabla No. 49 Tasa mínima de rendimiento	76
Tabla No. 50 Flujo de Fondos	78
Tabla No. 51 Flujo de Fondos Con disminución del 10% en Ingresos	81
Tabla No. 52 Flujo de Fondos Con aumento del 10% en gastos	84
Tabla No. 44 Gastos de Amortización	61
Tabla No. 45 Consolidado Costos fijos y variables	62
Tabla No. 46 Presupuesto de Ingresos Primer año	62

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración No. 1 Logotipo	30
Ilustración No 2 Diagrama análisis proceso de prod. camisetas deportivas.	42
Ilustración No 3 Diagrama análisis proceso de producción– Pantalónetas	43
Ilustración No 4 Diagrama análisis proceso de producción –sudadera	44
Ilustración No 5 Diagrama análisis proceso de producción –overoles	45
Ilustración No 6 Diagrama análisis proceso de producción – camisas	46
Ilustración No 7 Distribución de Planta	47
Ilustración No 8 Estructura Organizacional	51
Ilustración No 9 Punto de Equilibrio overoles	67
Ilustración No 10 Punto de Equilibrio camisas	68
Ilustración No 11 Punto de Equilibrio sudaderas	69
Ilustración No 12 Punto de Equilibrio pantalónetas	70
Ilustración No 13 Punto de Equilibrio camisetas	71

RESUMEN

La iniciativa del montaje de la fábrica de confecciones y dotaciones industriales “**CENTAUROS SPORT E.U**”, es una idea que surge como resultado de los conocimientos adquiridos a través de la carrera de Administración de Empresas en su etapa tecnológica; lo cual conlleva a iniciar la búsqueda de nuevas alternativas que generen ingresos, además de sentir un compromiso con la región de Pompeya y la sociedad.

El estudio de mercado muestra la necesidad que existe en la región de una fábrica de la magnitud como se plantea a través del presente proyecto; es por esto, que agotando cada una de las etapas para la elaboración de proyectos de inversión se llega a la conclusión de que el montaje de esta fábrica es viable.

Este proyecto genera gran expectativa a la investigadora, estando convencida de que este será un proyecto próspero porque brindará una solución a los pobladores y empresarios en cuanto a la adquisición de uniformes deportivos y dotaciones industriales, además de generar empleo abriendo una amplia brecha para el desarrollo económico de la región.

INTRODUCCIÓN

Realizado el estudio de mercado se confirma la inexistencia de una fábrica de uniformes deportivos y dotaciones industriales en la región de Pompeya; mediante el estudio técnico determina la microlocalización, así como los activos requeridos para el inicio de la empresa, el recurso humano y los sitios de adquisición de la materia prima; en el estudio financiero se realizó la asignación de los costos para el montaje y puesta en marcha de la fábrica, determinando los costos y gastos que implica el proyecto.

Así mismo, para la iniciación del proyecto se hace necesario hacer uso de crédito bancario y por lo tanto se realiza la correspondiente tabla de amortización de los recursos financieros a adquirir.

En cuanto a los costos fijos y variables, se realiza la asignación de tal forma que no se incurra en costos excesivos para favorecer el patrimonio de la empresa. La materia prima será adquirida en fábricas de textiles de Bogotá, luego de realizar las respectivas cotizaciones en cuanto a materia prima e insumos.

Para conocer el número mínimo de unidades y los ingresos mínimos para el sostenimiento del proyecto se calcula el punto de equilibrio en unidades y ventas.

Finalmente se realiza el respectivo balance general y estado de resultados y el flujo de fondos calculándose el VPN, la TIR, la Razón Costo Beneficio, el análisis de sensibilidad y la Evaluación Económica y Ecológica, donde se determina que el proyecto es viable desde los puntos de vista financiero, económico y ecológico.

JUSTIFICACIÓN

La confección y comercialización de uniformes deportivos y dotaciones industriales en la región de Pompeya no ha sido desarrollada, lo cual conlleva a que las personas se desplacen a otras ciudades a adquirir estos productos.

Teniendo en cuenta que existe la necesidad de una fábrica de Confecciones de ropa deportiva y dotaciones industriales en esta región, surgió la idea de la creación de la fábrica de uniformes deportivos y dotaciones industriales "**CENTAUROS SPORT E.U**".

Por ser una región de influencia Pompeya, brinda oportunidades para el desarrollo empresarial que serán aprovechadas a través de la implementación del presente proyecto, el cual se desarrollará eficientemente gracias a los conocimientos adquiridos mediante la formación que nos ha brindado la **UNAD** en el transcurso de la carrera de **Administración de empresas**, estando próximos a adquirir el título de Tecnólogo en Administración de Empresas; título que se convierte en una carta de presentación y hará posible sacar adelante este proyecto.

OBJETIVOS

General

- Determinar la viabilidad de implementación y montaje de una fábrica de uniformes deportivos y dotaciones industriales en la región de Pompeya.

Específicos

- Recopilar la información necesaria para realizar el estudio de mercado y de esta forma conocer la oferta y demanda de uniformes deportivos y dotaciones industriales en la región de Pompeya.
- Procesar la información adquirida para determinar si existe o no la necesidad de la creación de la fábrica.
- Realizar la macrolocalización y microlocalización del proyecto para determinar la ubicación de la empresa.
- Llevar a cabo el estudio financiero para definir la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

La sociedad y sus requisitos han convertido en producto de primer consumo el vestuario del hombre, tanto en la vida particular como la empresarial o laboral y de formación educativa; es por esto que este proyecto basa su trabajo en satisfacer esta necesidad de los clientes de acuerdo a sus perspectivas.

Las líneas principales que manejará la Fábrica y Comercializadora de Confecciones **CENTAUROS SPORT E.U** se describe a continuación:

Confecciones Industriales:	Dotaciones Laborales
Confecciones Deportivas:	Uniformes deportivos para instituciones educativas y público en general.
Confecciones Particulares:	Línea de camisas para ambos sexos.

1.1.1 Clasificación de Productos. La fábrica y Comercializadora CENTAUROS SPORT E.U se dedicará inicialmente a la producción y comercialización de las líneas de Dotaciones Industriales, Uniformes Deportivos y Camisería para ambos sexos.

1.1.1.1 Productos Industriales. Estos productos cubrirán la demanda de las siguientes empresas: ECOPETROL, empresas contratistas como SERVIPETROL, PROCOPE, C.ORLAS, J.B, TECNIEQUIPOS, FUPECOL, SERVIQUENANE, J.E JAIMES, entre otras, microempresas, asociaciones, cooperativas, fincas, granjas integrales y pequeños comerciantes.

- **Overol Dril.** Este producto tiene dos presentaciones: Enterizos (1 pieza) y compuestos (2 Piezas).
- **Overol Jeans.** Se compone de pantalón y camisa en tela Jeans, la camisa puede ser manga larga o corta. Es un uniforme de dos piezas, es empleado en la mayoría de empresas como uniforme de dotación.

- **Overol Impermeable.** Se compone de 3 piezas: Pantalón, chaqueta con capucha y zapatos del mismo material que protege de la lluvia. Se emplea como dotación laboral y también lo utilizan los motociclistas.

- **Overol Dacrón.** Se producirá en dos presentaciones: Unisex. Consta de dos piezas, (pantalón y chalequín largo), el cual lo emplean las cheff, panaderos, aseadoras, lecheros; está diseñado especialmente dotación de servicios generales y el netamente femenino.

1.1.1.2 Productos Deportivos. La demanda de esta línea es constante durante todo el año y aumenta en las vacaciones y en verano.

- **Sudaderas Sport.** Consta de dos piezas: Pantalóneta y chaqueta o camiseta.

- **Uniformes Deportivos.** Consta de sudadera de tres piezas, camiseta, pantalón y pantalóneta.

1.2 CARACTERIZACIÓN DEL USUARIO

1.2.1 Cantidad La población aproximada en el área de influencia y consumidores del sector y aledaños a las instalaciones físicas de la empresa es de aproximadamente 27.000 habitantes (Información DANE), los cuales de acuerdo a las encuestas 5.000 son estudiantes, 9.000 empleados y 1.000 clientes particulares agrupados en diferentes clases y líneas de productos.

1.2.1.1 Dispersión Geográfica. Los consumidores directos de los productos que confeccionará la empresa se encuentran ubicados entre los Altos de Pompeya, Bajo Pompeya, Arrayanes, Puerto Tembleque, Palmeras, Chichimene, Bocas del Guayuriba, Las Ánimas, Palomas, La Balsa, Pachaquiaro, La María, Tobacía, Murujuy, Caños Negros, Indostán, Peralonzo, Quenane, Camino Ganadero, Puerto Colombia, Santa Elena, Santa Rosa, Bella Suiza, La Cecilia, La Rosita, La Llanerita, Rosaleño, Río Negro, Vegas del Guayuriba, Barcelona, El Jardín, El Cocuy, Apiay.....

1.2.1.2 Clasificación y Economía del Usuario. Los consumidores se ubican en todos los estratos, sus ingresos laborales se ubican entre un salario mínimo legal vigente, salario regional, salario convencional y clientes como empresarios y comerciantes.

1.2.1.3 Hábitos y Ritual de Compra y Consumo. Los posibles consumidores acostumbran a adquirir estos productos en las ciudades capitales, en los almacenes y puntos de venta y a vendedores ambulantes, o mandan confeccionar sus prendas en pequeños talleres informales.

1.2.1.4 Descripción de los Consumidores. De acuerdo al estudio de mercado realizado a través de encuestas a la población y posibles consumidores se pueden definir como clientes asignados o segmentos de población a los cuales se quiere llegar para ser la clientela potencial del proyecto, con un diseño adecuado de canales de comercialización que les satisfaga las necesidades de acuerdo a sus expectativas.

Los consumidores para estos tipos de productos son confiables, las normas y reglas de la sociedad que han convertido estos productos en primeras necesidades o productos de consumo masivo; por ejemplo los uniformes de colegio que son obligatorios, las dotaciones industriales que son necesarias de acuerdo a las exigencias de salud ocupacional, garantizando el mercado de estos productos.

1.3 DELIMITACIÓN DEL MERCADO

Inicialmente este proyecto desarrollará en la región de Pompeya cubriendo la demanda de toda el área circunvecina a su ubicación. De acuerdo a los resultados observados se ampliará la oferta a otros sectores del departamento.

1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.4.1 Comportamiento Histórico. Teniendo en cuenta que en la región no ha existido una fábrica de uniformes deportivos y dotaciones industriales, se realizó un estudio de la demanda histórica en la ciudad de Villavicencio, sitio donde se ubican los principales almacenes y fábricas de ropa deportiva. La tabla No. presenta los datos de la ventas de los últimos cinco años.

Tabla No.1 Ventas históricas Principales competidores

EMPRESA	AÑO/ UNIDADES				
	1998	1.999	2.000	2.001	2.002
	10343	11550	13390	13927	14220
MUNDIDEPORTES	5743	6325	6902	8697	9545
LA CASA DEL DEPORTISTA	4230	4876	5490	5954	6950
DEPORTES CENTAURO	5420	6122	6720	7840	8420
DEPORTES COPAMUNDO	8645	9550	10100	10230	11975
OLÍMPICO DEL LLANO	3110	3551	3995	4789	5980
CREACIONES CELEC	5820	6150	6820	7975	8924
SUMATORIA	43.311	48.124	53.417	59.412	66.014

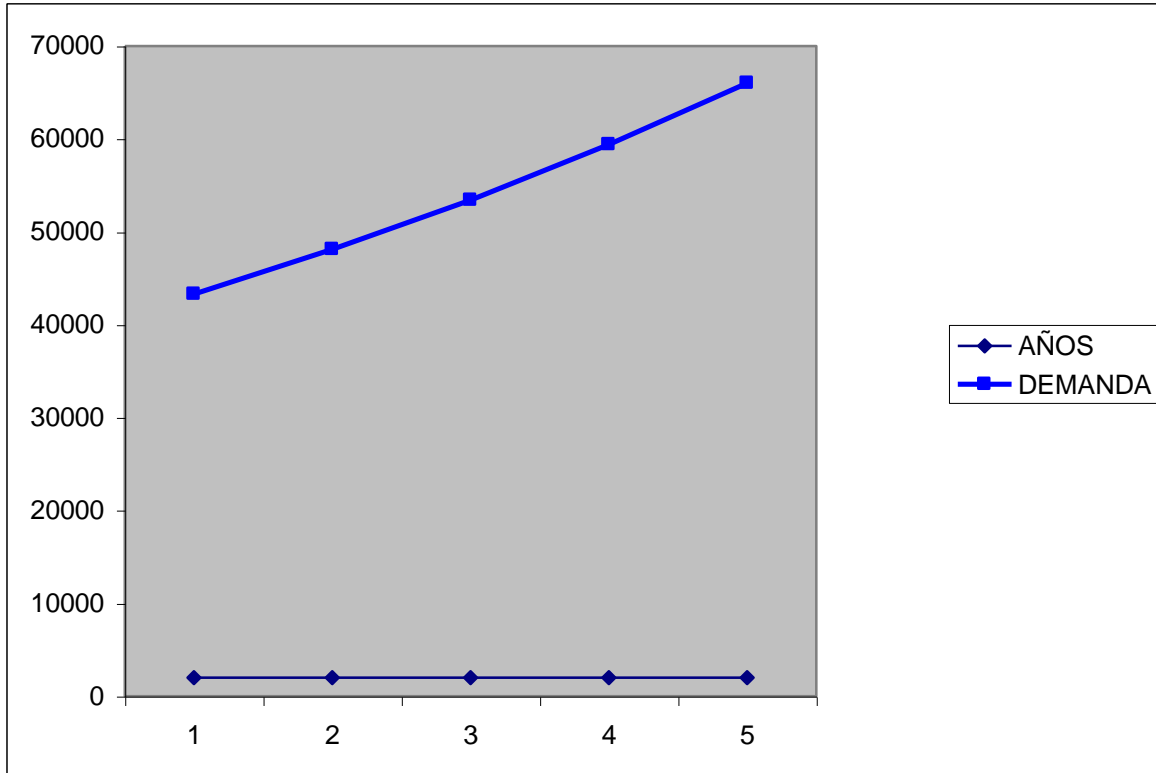
Fuente: Encuesta

A continuación se presenta la gráfica de pares de datos (año, demanda) para establecer si su comportamiento se asemeja a una línea, mediante dispersión de puntos.

Datos para graficar

1998	43.311
1999	48.124
2000	53.417
2001	59.412
2002	66.014

Gráfica No. 1 Demanda por Dispersión de puntos



Graficados los datos se observa que el comportamiento de la demanda presenta tendencia lineal, ya que los puntos se asemejan a una línea recta.

Se emplea la fórmula estadística de mínimos cuadrados de la forma $Y = a + bx$ para encontrar una relación que ajuste dichos puntos y lograr que su comportamiento sea en línea recta.

Tabla No.2 Tabla de datos Demanda Histórica

AÑOS	X	Y	X ²	X.Y	Y ²
1998	-2	43.311	4	-86.622	1.875.842.721
1999	-1	48.124	1	-48.124	2.315.919.376
2000	0	53.417	0	0	0
2001	1	59.412	1	59.412	3.529.785.744
2002	2	66.014	4	132.028	4.357.848.196
SUMATORIA	0	270.278	10	56.694	12.079.396.037

Fuente: Proyectista

$$b = \frac{\frac{\sum(x.y) - \sum(x) (\sum y)}{n}}{\sum(x)^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{56694 - (0)(270.278)}{10 - 0} = \frac{55391}{10}$$

$$b = 5.670$$

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{n}$$

$$a = \frac{270.278 - 5.670(0)}{5}$$

$$a = \frac{270.278}{5} \quad a = 54.056$$

Proyección demanda

$$Y_{2003} = 54.056 + 5.670 \cdot 3 = 179.178$$

$$Y_{2004} = 54.056 + 5.670 \cdot 4 = 238.904$$

$$Y_{2005} = 54.056 + 5.670 \cdot 5 = 298.630$$

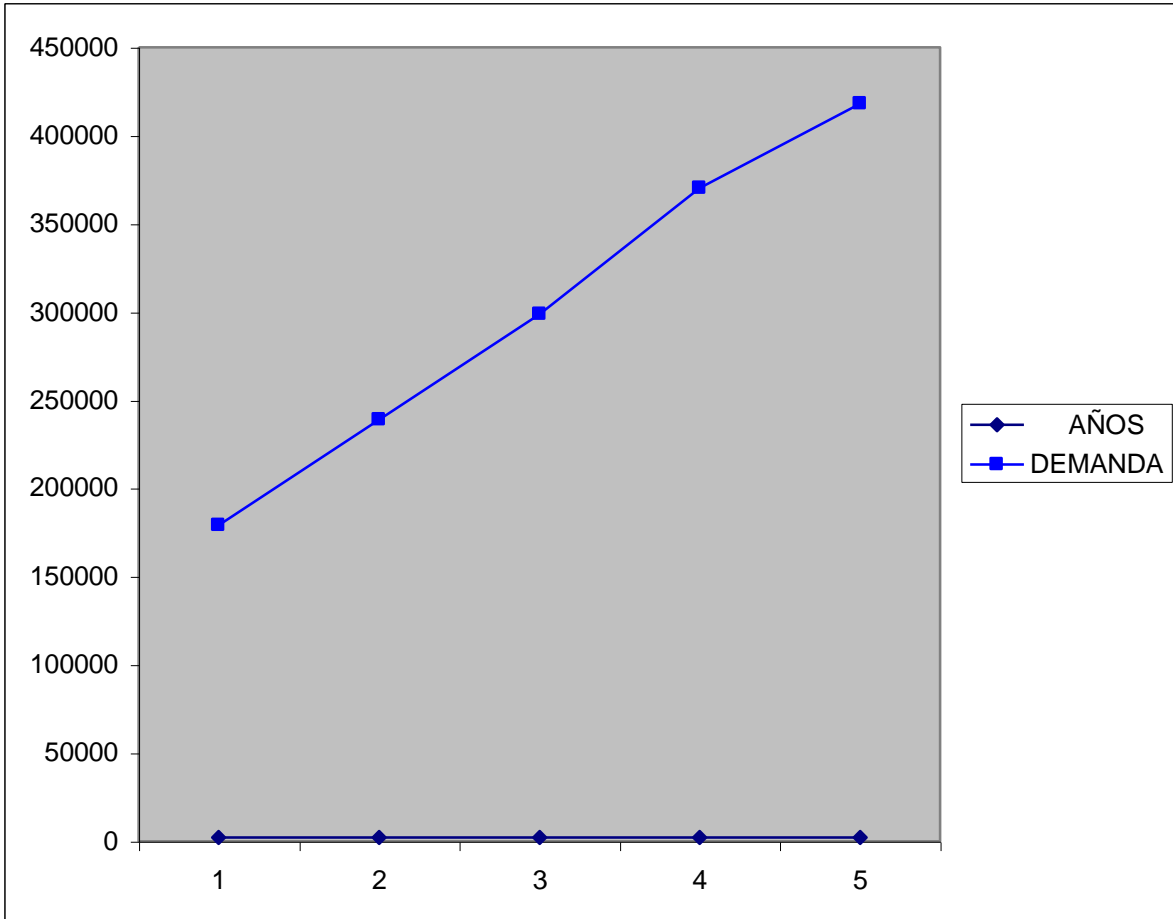
$$Y_{2006} = 54.056 + 5.670 \cdot 6 = 370.356$$

$$Y_{2007} = 54.056 + 5.670 \cdot 7 = 418.082$$

Tabla No. 3. Demanda Proyectada (en unidades)

AÑO	DEMANDA TOTAL
2003	179.178
2004	238.904
2005	298.630
2006	370.356
2007	418.082

Fuente: Proyectista



Realizado el análisis de la demanda histórica en Villavicencio (la cual será tomada como información) y teniendo en cuenta que no han existido fábricas de estos productos en la región donde se pretende llevar a cabo el proyecto, se aplicó una encuesta en esta región de Pompeya con el fin de conocer los hábitos de compra de uniformes deportivos y dotaciones industriales de los posibles compradores con el propósito de prever los resultados del proyecto.

A continuación se presentan los resultados.

Cálculo del Tamaño de la Muestra:

$$n = \frac{Nz^2 pq}{NE^2 + z^2 pq}$$

- n= Tamaño de la muestra
- p= Proporción de elementos que presenta la característica.
- q= Proporción de elementos que no presentan la característica
- e= Error
- z= Nivel de confianza
- n= Tamaño de la población = 27.000

$$n = \frac{27.000(1.64)^2(0.74)(0.26)}{(27.000)(0.06)^2 + (1.64)^2(0.74)(0.26)} \quad n = 143$$

El cálculo por el sistema de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas mostró que las personas a encuestar para la realización del estudio de mercado es de 143.

Resultados encuesta aplicada para los Uniformes Deportivos

1. ¿Compra usted uniformes deportivos?

SI 90%

NO 10%

La mayor tendencia de la encuesta realizada demuestra que 129 personas que equivalen al 90% de las encuestadas compra uniformes deportivos y 14 que equivalen al 10% no lo realiza.

Gráfica No. 3 Porcentaje de Población que compra uniformes deportivos en la región de Pompeya.



Fuente: Encuesta Muestraria

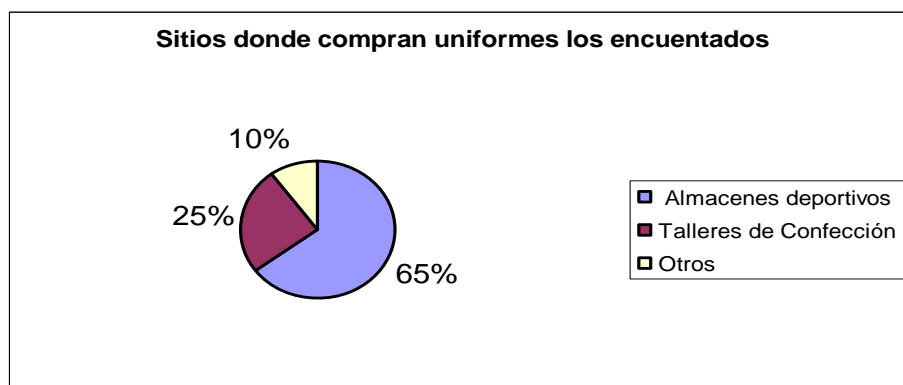
2. ¿ Dónde acostumbra a comprar uniformes deportivos para sus hijos?

Almacenes deportivos	65%
Talleres de Confección	25%
Otros	10%

El resultado de la encuesta demuestra que 93 personas de las 143 encuestadas y que equivalen al 65% adquiere los uniformes deportivos en almacenes deportivos, 36 que equivalen al 25% de los encuestados en Talleres de confección y 14 que equivalen al 10% de los encuestados compra en otros almacenes.

Gráfica No.4 Sitios Preferentes de Compra Encuestados

Fuente: Encuesta Muestraria

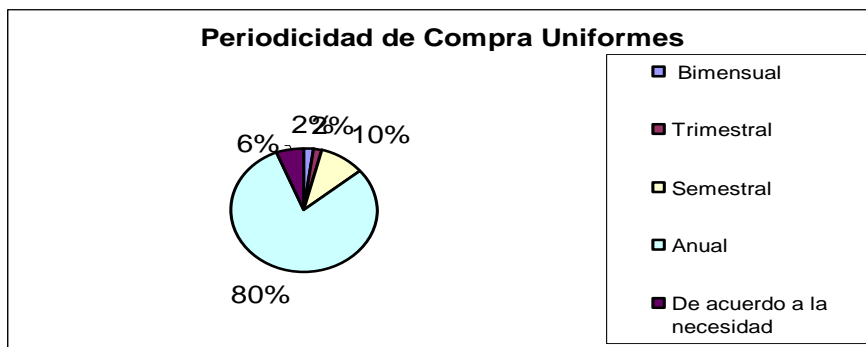


3. ¿Cuántas veces al año le compra uniformes deportivos a su (s) hijo (s)?

Bimensual	2%
Trimestral	2%
Semestral	10%
Anual	80%
De acuerdo a la necesidad	6%

Se observa que la tendencia a la compra de uniformes es anual, con un resultado 114 de las 143 encuestadas y que equivalen al 80%, 14 personas y que equivale al 10% de los encuestados adquiere uniformes dos veces al año, 3 personas y que equivale al 2% los adquiere cada dos meses, 3 que equivale al 2% cada tres meses y de acuerdo a la necesidad 8 personas que equivalen al 6% de los encuestados.

Gráfica No. 5 Periodo de Compra Uniformes Deportivos



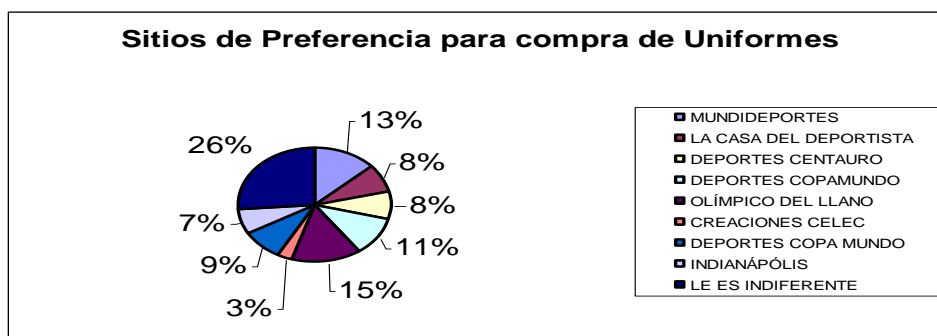
Fuente: Encuesta Muestraria

4. ¿Cuándo compra uniformes deportivos en los almacenes de deporte en cuál lo hace?

MUNDIDEPORTES	13%
LA CASA DEL DEPORTISTA	8%
DEPORTES CENTAURO	8%
DEPORTES COPAMUNDO	11%
OLÍMPICO DEL LLANO	15%
CREACIONES CELEC	3%
INDIANÁPOLIS	7%
LE ES INDIFERENTE	35%

Se observa que al comprador le es indiferente comprar en cualquier almacén, con un porcentaje del 35% y que equivale a un total de 37 personas de las encuestadas.

Gráfica No. 6 Almacenes de Preferencia para compra de Uniformes



Fuente: Encuesta Muestraria

5. ¿Qué aspecto tiene en cuenta usted cuando compra uniformes deportivos?

Precio	33%
Durabilidad	32%
Calidad	20%
Suavidad	8%
Marca	7%

Las personas coinciden en afirmar que compran uniformes deportivos por sus características en su orden: Precio, durabilidad, calidad, suavidad y marca.

. Gráfica No. 7 Características que tienen en cuenta al comprar uniformes



Fuente: Encuesta Muestraria

6. ¿Está de acuerdo con la creación de una fábrica de uniformes deportivos en la región?

Si	90%
No	5%
Indiferente	5%

De las personas encuestadas 120 y que equivalen al 90% manifiestan estar de acuerdo con la creación de una fábrica de uniformes deportivos en la región, el 5% no está de acuerdo, y el 5% es indiferente.

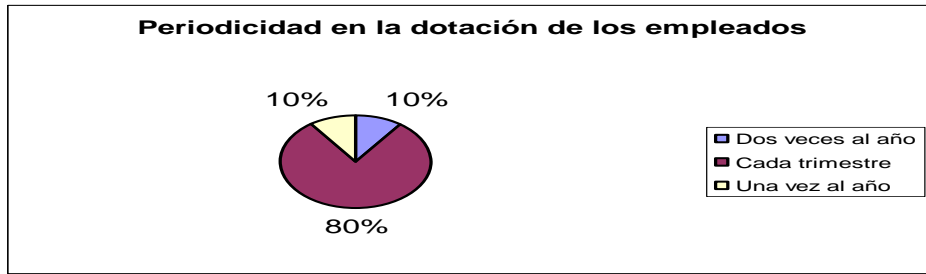
Resultados encuesta aplicada para dotaciones industriales.

1. ¿ Con qué frecuencia le da dotación a sus empleados?

Dos veces al año	10%
Cada trimestre	80%
Una vez al año	10%

La encuesta muestra que 114 de los empresarios y que equivalen al 80% suministran dotación a sus empleados trimestralmente, semestralmente 10% y una vez al año 10%.

Gráfica No. 8 Periodicidad con que la empresa suministra dotación a los empleados



Fuente: Encuesta Muestraria

2. ¿Dónde compra sus dotaciones?

En la localidad de su empresa	0%
En Villavicencio	85%
En otra ciudad	15%

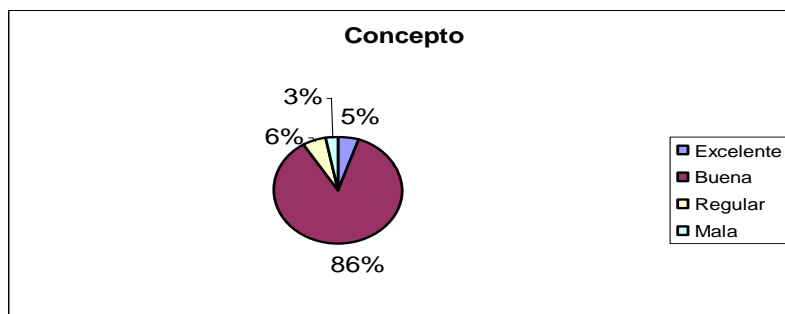
Un total de 113 empresarios y que equivalen el 85% adquieren las dotaciones en Villavicencio, el 15% en otras y en la región no se adquieren.

3. ¿Cuál es su concepto en cuanto a la calidad del producto que adquiere?

Excelente	5%
Buena	86%
Regular	6%
Mala	3%

Los empresarios manifiestan que en cuanto a la calidad del producto que adquieren lo califican de la siguiente forma: Buena calidad 86%, regular el 6%, excelente el 5% y mala el 3%.

Gráfica No. 9 Concepto calidad del Producto



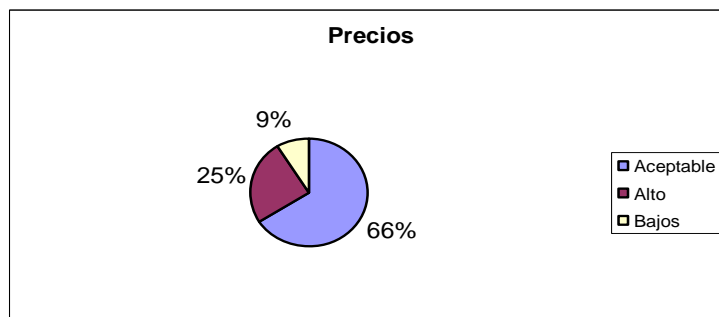
Fuente: Encuesta Muestraria

4. ¿Considera que el precios en el mercado para la compra de dotaciones es?

Aceptable	66%
Alto	25%
Bajos	9%

En cuanto a los precios de las dotaciones el 66% de los empresarios consideran que es aceptable, el 25% alto y el 9% bajo.

Gráfica No. 10 Concepto de los precios del mercado.



Fuente: Encuesta muestraria

5. ¿Está de acuerdo con la creación de una fábrica de dotaciones industriales en la región?

Si	88%
No	2%
Indiferente	10%

Se observa que el 88% de los empresarios están de acuerdo con la creación de una fábrica de dotaciones industriales en la región.

Gráfica No. 11 Personas encuestadas que están de acuerdo con la creación de la fábrica.



Fuente: Encuesta muestraria

