

10. ANEXOS.

Teniendo en cuenta la encuesta realizada en la ciudad de Pasto a los posibles usuarios de los productos de Ameli, se muestra a continuación los resultados de esta.

En relación al género EL 70,4% corresponde al género femenino, y el 29,6% al masculino. Esta tendencia se debe a que generalmente en el hogar la mujer tiene por costumbre decidir en los artículos decorativos, por lo tanto este segmento es el decisivo para realizar la oferta del producto.

Tabla 1 Población por género.

| Genero | Frecuencia | % |
|-----------|------------|-------|
| Masculino | 58 | 29,6 |
| Femenino | 138 | 70,4 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Como se puede observar en la tabla 2, teniendo en cuenta la edad de las personas ocupa un mayor porcentaje los mayores de 40 años, con un 40.8%, siguiendo en orden de importancia grupos de personas entre los 20 y 25 años, con un 21.9%, demostrándose que además de las personas mayores los jóvenes también son un mercado que tienen gusto y preferencia por los artículos decorativos.

Tabla 2 Estado civil de la población.

| Estado civil | Frecuencia | % |
|--------------|------------|-------|
| Soltero | 47 | 24,0 |
| Casado | 115 | 58,7 |
| Unión libre | 20 | 10,2 |
| Separado | 11 | 5,6 |
| Viudo | 3 | 1,5 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Gran parte de la muestra encuestada afirma que les gusta mucho los artículos de decoración con un 55.1% y moderadamente el 36.2%,

información muy valiosa para cumplir con el objetivo de realizar este plan de negocio para la comercialización de estos productos en la ciudad de Pasto.

Tabla 3 Gusto por los artículos de decoración.

| Gusto | Frecuencia | % |
|----------------------------|------------|-------|
| Mucho | 108 | 55,1 |
| Moderadamente | 71 | 36,2 |
| No me gusta ni me disgusta | 14 | 7,1 |
| Disgusto moderad. | | |
| Me disgusta mucho | 3 | 1,5 |
| TOTAL | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

La tendencia por el tipo o clase de artículos de decoración que los encuestados compran con más frecuencia son los cuadros con el 27.6%, seguido de las velas con el 20.4%, el 17.3% compran las lámparas, con un porcentaje mínimo los portavasos, los cofres y las bomboneras. Se puede considerar como representativo la opinión de algunas personas que les gusta comprar variedad de artículos sin tener inclinación alguna a uno específico con el 20.4%, quienes manifestaron todo lo anterior.

Tabla 4 Tipo de artículos que adquieren con mayor frecuencia en la ciudad de Pasto.

| Articulo. | Frecuencia | % |
|------------------|------------|-------|
| Lámparas | 34 | 17,3 |
| Velas | 40 | 20,4 |
| Portavasos | 17 | 8,7 |
| Cuadros | 54 | 27,6 |
| Cofres | 4 | 2,0 |
| Bomboneras | 7 | 3,6 |
| Todo lo anterior | 40 | 20,4 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

La frecuencia de compra de artículos decorativos durante el periodo anual, la gran mayoría lo realiza una vez al año, con el 70.7%, y una cantidad

promedio de 4 artículos, el 19% dos veces al año con un promedio de 3 artículos, y un porcentaje mínimo de encuestados tres veces y más de tres veces al año.

Tabla 5 Frecuencia de compra de artículos decorativos y cantidades.

| COMPRA | Frecuencia | Cuantos | % | total |
|-------------------|------------|---------|------|-----------|
| Una vez al año | 139 | 4 | 70,7 | 4 |
| Dos veces al año | 37 | 2 | 19 | 4 |
| Tres veces al año | 14 | 2 | 6,9 | 6 |
| Más de tres veces | 7 | 1 | 3,4 | 3 |
| Total | 196 | | | 17 |

Fuente: Autor.

Con preferencia los encuestados en su gran mayoría compran lámparas para obsequiar en épocas especiales con el 36.2%, seguido de las velas con el 27.6%, los cuadros el 15.5%, y en menor importancia los portavasos, cofres y bomboneras.

Tabla 6 Tipo de artículos comprados para obsequio.

| Articulo/obsequio | Frecuencia | % |
|-------------------|------------|-------|
| Lámparas | 71 | 36,2 |
| Velas | 54 | 27,6 |
| Portavasos | 14 | 6,9 |
| Cuadros | 30 | 15,5 |
| Cofres | 14 | 6,9 |
| Bomboneras | 3 | 1,7 |
| Todos | 10 | 5,2 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Uno de los aspectos a tener en cuenta para la comercialización de los productos que la empresa Amelí, ofrecerá al mercado es conocer la percepción del comprador respecto al precio sugerido en cada uno de los artículos. De esta manera la información fue la siguiente:

Respecto a las velas elaboradas en parafina el 50% pagarían entre \$5.000 y \$10.000 la unidad; el 20.7% entre \$11.000 y \$15.000; el 13.8% entre

\$16.000 y \$20.000; el 12.1% entre \$21.000 y \$25.000 y únicamente el 3.4% más de \$25.000. Esto demuestra que un grupo representativo de los encuestados destina hasta \$10.000 por artículos decorativos.

Tabla 7 Percepción del precio en las velas.

| Velas | Frecuencia | % |
|-----------------|------------|-------|
| 5.000 - 10.000 | 98 | 50 |
| 11.000 - 15.000 | 41 | 20,7 |
| 16.000 - 20.000 | 27 | 13,8 |
| 21.000 - 25.000 | 24 | 12,1 |
| Más de 25.000 | 7 | 3,4 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

En portavasos el 43.1% pagarían entre \$11.000 y \$15.000 la unidad; el 24.1% entre \$5.000 y \$10.000; el 15.5% entre \$21.000 y \$25.000; el 13.8% entre \$16.000 y \$20.000 y únicamente el 3.4% más de \$25.000. En este caso el mayor porcentaje pagaría más es decir que influyen los gustos y preferencias por el artículo sin importar el precio.

Tabla 8 Percepción del precio en portavasos.

| Portavasos | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| 15.000 - 20.000 | 47 | 24,1 |
| 21.000 - 25.000 | 84 | 43,1 |
| 26.000 - 30.000 | 27 | 13,8 |
| 31.000 - 35.000 | 30 | 15,5 |
| Más de 35.000 | 7 | 3,4 |
| TOTAL | 196 | 100 |

Fuente: Autor.

Respecto a los cofres, los consumidores tienen otra percepción respecto al precio ya que la mayoría con el 41.4% pagarían entre \$10.000 y \$20.000 la unidad; el 29.3% entre \$21.000 y \$30.000; el 19.0% entre \$31.000 y \$40.000; el 5.2% entre \$41.000 y \$50.000, igualmente más de \$50.000 es un mínimo porcentaje. El precio de los cofres dependiendo de su tamaño oscila entre \$10.000 y \$30.000 su precio de venta.

Tabla 9 Percepción del precio en cofres.

| Cofres | Frecuencia | % |
|-----------------|------------|-------|
| 20,000 - 30,000 | 81 | 41,4 |
| 31.000 - 40.000 | 57 | 29,3 |
| 41.000 - 50.000 | 37 | 19,0 |
| 51.000 - 60.000 | 10 | 5,2 |
| Más de 60,000 | 10 | 5,2 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Las lámparas por ser un artículo que requiere mayor tiempo para su elaboración y mayor costo el precio es también alto, por este motivo, los consumidores tienen otra percepción respecto al precio la mayoría con el 62.1% pagarían entre \$50.000 y \$100.000 la unidad; el 25.9% entre \$101.000 y \$150.000; el 10.3% entre \$151.000 y \$200.000; y un mínimo porcentaje el 1.7% entre \$201.000 y \$300.000

Tabla 10 Percepción del precio en lámparas.

| Lámparas | Frecuencia | % |
|-------------------|------------|-------|
| 50.000 - 100.000 | 122 | 62,1 |
| 101.000 - 150.000 | 51 | 25,9 |
| 151.000 - 200.000 | 20 | 10,3 |
| 201.000 - 300.000 | 3 | 1,7 |
| Más de 300.000 | | |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Respecto al precio que pagarían en los cuadros, la mayoría representando un 53.4% pagarían entre \$50.000 y \$150.000 la unidad; el 32.8% entre \$150.000 y \$250.000; el resto pagarían menos de \$450.000.

Tabla 11 Percepción del precio en cuadros.

| Cuadros | Frecuencia | % |
|-------------------|------------|------|
| 50.000 - 150.000 | 105 | 53,4 |
| 150.000 - 250.000 | 64 | 32,8 |

| | | |
|-------------------|-----|-------|
| 250.000 - 350.000 | 20 | 10,3 |
| 350.000 - 450.000 | 7 | 3,4 |
| Más de 450.000 | 0 | 0 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Respecto al diseño preferido en cuanto a las velas, los encuestados la mayoría (37.9%) prefieren la forma de esfera, seguido en orden de importancia la forma cuadrada (17.2%), flores (15.5%), hoja (12.1%), ola (10.3%), y en menor porcentaje forma tubular. El posible consumidor tendrá preferencia para elegir variedad de diseños, los cuales serán elaborados para satisfacer estos gustos y preferencias.

Tabla 12 Preferencias en el diseño de velas..

| Diseño velas | Frecuencia | % |
|--------------|------------|-------|
| Esfera | 74 | 37,9 |
| Flores | 30 | 15,5 |
| Hoja | 24 | 12,1 |
| Ola | 20 | 10,3 |
| Tubular | 10 | 5,2 |
| Cuadrada | 34 | 17,2 |
| Todo | 3 | 1,7 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Los cofres en su mayoría (63.8%), los encuestados prefieren el tamaño mediano, el 20.7% grande y el 15.5% tamaño pequeño.

Tabla 13 Tamaño de cofre preferido.

| Tamaño cofre | Frecuencia | % |
|--------------|------------|-------|
| Pequeño | 30 | 15,5 |
| Mediano | 125 | 63,8 |
| Grande | 41 | 20,7 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Más de la mitad de los encuestados prefieren el tamaño mediano en el caso de las lámparas (51.7%), grande el 24.1% y por medida el 15.5%, muy pocos prefieren el tamaño pequeño, mostrando con estas afirmaciones unas tendencias respecto al tamaño que la empresa estará dispuesta a elaborar teniendo en cuenta estas características.

Tabla 14 Tamaño de lámpara preferido por los encuestados.

| Tamaño lámparas | Frecuencia | % |
|-----------------|------------|-------|
| Pequeño | 17 | 8,6 |
| Mediano | 101 | 51,7 |
| Grande | 47 | 24,1 |
| Por medida | 30 | 15,5 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Al momento de hacer una elección sobre los productos decorativos, en su mayoría los encuestados manifestaron que tienen en cuenta diseño, materiales, colores, precio, y calidad, con un equivalente al 56.9%, los demás respondieron en forma menos proporcional en cada característica.

Tabla 15 Aspectos a tener en cuenta respecto a características en los artículos de decoración.

| Opinión | Frecuencia | % |
|------------------|------------|-------|
| Diseño | 20 | 10,3 |
| Materiales | 14 | 6,9 |
| Colores | 10 | 5,2 |
| Precio | 10 | 5,2 |
| Calidad | 30 | 15,5 |
| Todo lo anterior | 112 | 56,9 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Un aspecto importante en el diseño de los artículos decorativos es la selección de los colores. Según este criterio los encuestados tienen diferentes gustos, entre las respuestas se destaca que el 48.8% afirmó preferir los colores combinados en estos artículos y en menor proporción los

demás colores, como el azul (13.79%), amarillo (10.34), rojo, verde y naranja el 6.9% respectivamente, que será tenido en cuenta al momento de elaborar los diseños por parte de la empresa.

Tabla 16 Colores preferidos de artículos de decoración.

| Colores preferidos. | Frecuencia | % |
|---------------------|------------|--------|
| Azul | 27 | 13,79 |
| Amarillo | 20 | 10,34 |
| Rojo | 14 | 6,90 |
| Verde | 14 | 6,90 |
| Naranja | 14 | 6,90 |
| Violeta | 10 | 5,17 |
| Combinados | 95 | 48,28 |
| Los anteriores | 3 | 1,72 |
| Total | 196 | 100,00 |

Fuente: Autor.

Es muy importante la opinión de la muestra en relación al montaje de una empresa productora de artículos decorativos en la ciudad de Pasto y fue satisfactorio saber que el 94.8% manifestaron que si le gustaría que se realice el lanzamiento de estos nuevos diseños a través del establecimiento en Pasto de una nueva empresa y que su lugar de ubicación manifestaron sea en el centro de la ciudad con el 86.2% (Tabla 23 y 24).

Tabla 17 Opinión sobre una nueva empresa de artículos de decoración.

| Razones | Frecuencia | % |
|----------------|------------|-------|
| Si me gustaría | 186 | 94,8 |
| No me gustaría | 10 | 5,2 |
| Total | 196 | 100,0 |

Fuente: Autor.

Tabla 18 Opinión del lugar de ubicación de la empresa.

| Ubicación | Frecuencia | % |
|--------------|------------|------|
| Norte ciudad | 20 | 10,3 |
| Centro | 169 | 86,2 |
| Sur | 7 | 3,4 |

| | | |
|-------|-----|-------|
| Total | 196 | 100,0 |
|-------|-----|-------|

Fuente: Autor.

En relación a la frecuencia de compra y género se observa en las encuestas que predomina la frecuencia una vez al año, siendo el género femenino quien más compra con el 84.4%, de la misma manera el género masculino compra en un 41.4%.

Tabla 19 Frecuencia de compra/genero

| Frecuencia de compra | Muestra | | Masculino | | Femenino | |
|----------------------|---------|-------|-----------|------|----------|------|
| | Frec | % | Frec | % | Frec | % |
| Una vez al año | 139 | 70,7 | 24 | 41,4 | 124 | 84,4 |
| Dos veces al año | 37 | 18,9 | 20 | 34,5 | 17 | 11,6 |
| Tres veces al año | 14 | 6,9 | 11 | 19 | 2 | 1,36 |
| Más de tres veces | 7 | 3,4 | 3 | 5,17 | 4 | 2,72 |
| Total | 196 | 100,0 | 58 | 100 | 147 | 100 |

Fuente: Autor.

Tabla 20 proyección de consumo

| Proyección de consumo de bienes varios | | |
|---|---------------------|---------------|
| Consumo bienes varios | Salario mínimo 2005 | % del salario |
| \$ 176.469,32 | \$ 381.500,00 | 46% |
| Consumo bienes varios | Salario mínimo 2012 | % del salario |
| \$ 262.137,00 | \$ 566.700,00 | 46% |

Fuente: Autor.