

“ANEXOS”

- 1. La entrevista se realizó con el propósito de conocer los gustos y preferencias, logrando así oportunidades sobre nuestros clientes y poder competir eficientemente en el mercado y ser los mejores.**

“ENTREVISTA”

La presente entrevista está dirigida a los comercializadores de ropa deportiva para damas, aplicada en el área urbana de la ciudad de Tarija, con el propósito de conocer los gustos y preferencias respecto al servicio que reciben por parte de los proveedores al momento de adquirir alguna línea de ropa deportiva.

- 1. ¿Usted comercializa ropa deportiva para damas?**

1. SI

2. NO.

Si su respuesta es no, fin de la entrevista.

- 2. ¿Cómo adquiere su producto?**

1. Llevan a su tienda

2. En la distribuidora

3. Compra de otro

- 3. ¿La mercadería está disponible cuando lo requiere el cliente?**

1. SI

2. NO

3. A Veces

- 4. ¿Alguna vez recibió la visita de su promotor de ventas?**

1. SI

2. NO

3. RARA VEZ

5. ¿En el mes cuantas veces lo visitó su promotor de ventas?

1. Una vez

2. Dos veces

3. Tres veces

4. Cuatro veces

6. ¿Qué beneficio le gustaría recibir del representante de ventas?

1. Crédito

2. Promociones

3. Plazo de Pagos más Largos

4. Publicidad.

7. ¿Cuál es el motivo por el que no comercializa La Ropa Deportiva "PATRA"?

1. No lo conoce

2. Si lo conoce pero no le ofrecen

3. EL precio

8.- ¿Que otros beneficios le atraerían para comercializar, PATRA?

1.- Variedad de modelos

2.- Disponibilidad oportuna

3.- Distribución personalizada

4.- Variedad de colores

2. Hemos realizado encuestas a la población meta para obtener información sobre nuestro producto en el mercado objetivo y poder realizar eficazmente nuestra investigación a través de las preguntas expuestas, y así tomar decisiones que nos ayuden a mejorar y ser líderes.

"ENCUESTA"

La presente encuesta está dirigida a los consumidores mujeres, que se encuentran entre 15 a 40 años de edad respectivamente, del área urbana de la ciudad de Tarija, con el propósito de conocer la aceptación que tiene el producto (ropa deportiva) PATRA.

Por la importancia del trabajo le rogamos la mayor seriedad posible.

EDAD: 1.) 15-20 2.) 20-25 3.) 25-30
 4.) 30-35 5.) 35-40

2. ¿Usted utiliza Ropa Deportiva? (Calzas para Damas)

1.- SI 2.- NO

Si su respuesta es NO, fin de la encuesta.

2.- ¿En qué lugar compra regularmente la ropa deportiva?

1.- Mercado

2.- Ferias

3.- Boutique

3.- ¿El producto está en el mercado cuando más lo necesita?

1.- Siempre 2.- No Siempre

3.- Rara vez

4.- ¿Conoce la Ropa Deportiva, PATRA? (Calzas para Damas)

1.- SI 2.- NO

Si su respuesta es no, fin de la encuesta.

5.- ¿Cómo se enteró sobre el producto, PATRA? (Calzas para Damas)

1.- Amigos

2.- Medios de Comunicación

3.- Exposición en el punto

6.- Alguna vez ha comprado la Ropa Deportiva, PATRA? (Calzas para Damas)

1.- SI 2.- NO

7.- ¿Qué le pareció el Producto en cuanto a la Calidad, de PATRA?

1.- Muy Buena

2.- buena

3.- Regular

4.- Malo

5.- Muy Malo

8.- ¿El producto, ropa deportiva PATRA, está en el mercado disponible cuando usted lo necesita?

1.- SI 2.- NO

9.- ¿Considera que los precios varían según de un lugar a otro?

1.- Demasiado

2.- NO

3.- Poco

3. La encuesta piloto realizada nos sirvió para conocer el nivel de aceptación sobre nuestro producto en el mercado, y tener conocimiento cual es nuestra posición en relación con nuestra competencia.

“ENCUESTA PILOTO”

La presente encuesta está dirigida a los posibles consumidores de ropa deportivas, PATRA, la cual se realiza en el Área Urbana de la ciudad de Tarija.

¿Usted CONOCE, Ropa Deportiva PATRA? (Calzas para Damas)

SI

2 NO

4. **Imágenes.**

Una imagen vale más que mil palabras, muestra las fortalezas que contiene nuestro producto como decir: calidad, belleza, moda, colores, elegancia y mucho más para el buen vestir a nuestras mujeres Tarijeñas.

Imágenes de modelos de ropa deportiva PATRA.





5. Son normas que establece requisito para certificar la calidad de sistemas de gestión para la pequeña y mediana empresa con el objetivo de relizar mejora en la organización a través de herramientas que permitan desarrollar una estructura sólida y brindar estándares de calidad competitivos frente a nuevos mercados.



Como sabemos PATRA cuenta con certificación de calidad NB 12009 que es la certificación de sistemas de Gestión para MYPE'S.

NB 12009 – Certificación de Sistemas de Gestión para MYPE'S La norma NB 12009 es una norma que establece requisitos para un Sistema de Gestión para las MYPES (Micro y pequeñas empresas), cuyo objetivo es la mejora de la organización y la consolidación de herramientas que le permitan desarrollar una estructura interna sólida y altos estándares de calidad competitivos frente a nuevos mercados.

Apuntando de esta forma a ser MYPES más Integrales, Competitivas, Productivas, Innovadoras, Sostenibles y Perdurables.

Este modelo también considera los requisitos legales asociados a la MYPE como un elemento fundamental de su accionar, convirtiéndola en organizaciones más formales, aumentando con ello la confiabilidad frente a sus clientes.

La norma establece los requisitos fundamentales para implementar un sistema de gestión en micro y pequeñas empresas de cualquier sector económico, tanto de bienes como de servicios, en un entorno de negocios actual que les permita:

Demostrar la capacidad de cumplir las exigencias del mercado y los requisitos reglamentarios aplicables.

Fortalecer su competitividad, teniendo en cuenta el nivel de satisfacción de los clientes y la mejora continua.

6. Son entidades independientes que tienen potestad para otorgar certificación de Sistemas de Gestión, Como la certificación de PATRA, - ISO 9001 Certificación de Sistemas de Gestión de la Calidad.

Certificación de Sistemas

La certificación de Sistemas de Gestión es la acción llevada a cabo por una entidad independiente, mediante la cual se manifiesta la conformidad del sistema de gestión de una organización con los requisitos definidos en normas específicas de gestión.

- ISO 9001 Certificación de Sistemas de Gestión de la Calidad.
- ISO 14001 - Certificación de Sistemas de Gestión Ambiental.
- OHSAS 18001 - Certificación de Sistemas de Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional.
- ISO 22000 - Certificación de Sistemas de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos.
- HACCP - Certificación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos.
- NB 12009 - Certificación de Sistemas de Gestión para MYPE'S.
- ISO/IEC 27001 - Certificación de Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información.
- ITL 9000 - Certificación de Sistemas de Gestión de la Calidad para Telecomunicaciones.
- ISO/IEC 20000-1 - Certificación de Sistemas de Tecnologías de la Información.
- NB 512001 - Certificación de Sistemas de Gestión Empresa Saludable.
- ISO 10012 - Certificación de Sistema de Gestión de las Mediciones.
- NB 14064 - Verificaciones de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.
- ISO/TS 29001 Certificación de Sistemas de Gestión de la Calidad de Sectores Específicos
- Petróleo, Petroquímica e Industrias de Gas Natural - Requisitos para organizaciones que suministran productos y prestan servicios.

NB 12009 – Certificación de Sistemas de Gestión para MYPE'S

La norma NB 12009, es una norma que establece requisitos para un Sistema de Gestión para las MYPES (Micro y pequeñas empresas), cuyo objetivo es la mejora de la organización y la consolidación de herramientas que le permitan desarrollar una estructura interna sólida y altos estándares de calidad competitivos frente a nuevos mercados.

Apuntando de esta forma a ser MYPES más Integrales, Competitivas, Productivas, Innovadoras, Sostenibles y Perdurables.

Este modelo también considera los requisitos legales asociados a la MYPE como un elemento fundamental de su accionar, convirtiéndola en organizaciones más formales, aumentando con ello la confiabilidad frente a sus clientes.

La norma establece los requisitos fundamentales para implementar un sistema de gestión en micro y pequeñas empresas de cualquier sector económico, tanto de bienes como de servicios, en un entorno de negocios actual que les permita:

Demostrar la capacidad de cumplir las exigencias del mercado y los requisitos reglamentarios aplicables.

Fortalecer su competitividad, teniendo en cuenta el nivel de satisfacción de los clientes y la mejora continua.

7. En este cuadro se detalla la población por sexo según grupos quinquenales de edad del censo 2001 según INE, el cual nos arroja el siguiente resultado que nos sirve a través de métodos estadísticos conocer la población de estudios a encuestar. Nuestra población de estudios son las mujeres Tarijeñas que comprenden entre 15 años de edad hasta 40 años de edad.

El cual remplazando la fórmula nos indica la cantidad de 73 encuesta a realizar, para obtener la información requerida.

Cuadro N° 2.02.07			
TARIJA: POBLACIÓN POR SEXO SEGÚN GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD Y EDADES SIMPLES, 2001 (p)			
EDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	391.226	195.305	195.921
0-4 años	48.775	25.091	23.684
0	8.559	4.442	4.117
1	9.699	5.056	4.643

2	9.898	5.222	4.676
3	10.263	5.186	5.077
4	10.356	5.185	5.171
5-9 años	52.215	26.576	25.639
5	10.754	5.510	5.244
6	10.606	5.411	5.195
7	10.628	5.480	5.148
8	10.359	5.229	5.130
9	9.868	4.946	4.922
10-14 años	49.727	25.156	24.571
10	10.114	5.193	4.921
11	9.948	4.994	4.954
12	10.110	5.128	4.982
13	9.791	4.997	4.794
14	9.764	4.844	4.920
15-19 años	43.249	21.873	21.376
15	8.983	4.438	4.545
16	8.780	4.367	4.413
17	8.470	4.365	4.105
18	8.869	4.620	4.249
19	8.147	4.083	4.064
20-24 años	37.158	18.143	19.015
20	7.948	3.908	4.040
21	7.531	3.678	3.853
22	7.256	3.515	3.741
23	7.645	3.749	3.896
24	6.778	3.293	3.485
25-29 años	29.163	14.185	14.978
25	6.739	3.242	3.497
26	5.976	2.936	3.040

27	5.747	2.795	2.952
28	5.502	2.691	2.811
29	5.199	2.521	2.678
30-34 años	25.327	12.583	12.744
30	6.377	3.208	3.169
31	4.927	2.445	2.482
32	4.972	2.425	2.547
33	4.904	2.467	2.437
34	4.147	2.038	2.109
35-39 años	22.760	11.238	11.522
35	4.860	2.404	2.456
36	4.599	2.259	2.340
37	4.440	2.148	2.292
38	4.714	2.358	2.356
39	4.147	2.069	2.078
40-44 años	20.086	10.029	10.057
40	5.222	2.615	2.607
41	3.918	1.966	1.952
42	4.137	2.152	1.985
43	3.705	1.784	1.921
44	3.104	1.512	1.592
45-49 años	15.678	7.805	7.873
45	3.745	1.826	1.919
46	3.375	1.724	1.651
47	2.782	1.379	1.403
48	3.150	1.559	1.591
49	2.626	1.317	1.309
50-54 años	12.548	6.228	6.320
50	3.184	1.563	1.621
51	2.535	1.298	1.237

52	2.533	1.239	1.294
53	2.325	1.168	1.157
54	1.971	960	1.011
55-59 años	9.705	4.855	4.850
55	2.370	1.187	1.183
56	2.121	1.061	1.060
57	1.726	859	867
58	1.921	958	963
59	1.567	790	777
60-64 años	7.395	3.658	3.737
60	2.037	992	1.045
61	1.412	729	683
62	1.271	622	649
63	1.404	692	712
64	1.271	623	648
65-69 años	6.140	2.836	3.304
65	1.738	833	905
66	1.223	550	673
67	1.065	479	586
68	1.192	540	652
69	922	434	488
70-74 años	5.162	2.336	2.826
70	1.557	671	886
71	1.038	480	558
72	976	413	563
73	851	408	443
74	740	364	376
75-79 años	3.020	1.382	1.638
75	872	381	491
76	645	275	370

77	501	238	263
78	599	297	302
79	403	191	212
80-84 años	1.732	758	974
80	615	248	367
81	353	145	208
82	278	138	140
83	268	128	140
84	218	99	119
85-89 años	811	362	449
85	281	123	158
86	163	83	80
87	154	63	91
88	114	45	69
89	99	48	51
90-94 años	350	130	220
90	150	53	97
91	65	20	45
92	51	29	22
93	43	13	30
94	41	15	26
95-98 años	225	81	144
95	44	11	33
96	30	14	16
97	14	4	10
98	137	52	85

Cálculo de la población.

EDAD	15 a 40 años de edad
Mujeres	82242
TOTAL	<u>82242</u>

