

EMPRESA DE DOTACIONES

DOTACASALLASMEDINA

PRESENTADO POR

CLAUDIA MARCELA SANCHEZ CASALLAS

MARIBEL BRAVO GOMEZ

GRUPO 40103

PRESENTADO A

MICHAEL BOHORQUEZ



COORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

PROGRAMA TECNOLOGO ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA 24 DE MAYO 2018

TABLA DE CONTENIDO

1. JUSTIFICACION.....	3	
2. DESARROLLO DE LA MATRIZ.....		4
2.1DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	4.	
2.2 IDENTIDAD ESTRATEGICA.....	5	
2.3 FUTURO PREFERIDO	6	
2.4 OBJETIVO GENERAL.....	6	
2.5 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	7	
2.6 VALORES.....	7	
2.7 ANALISIS PASTEL.....	8	
2.8 ANALISIS DE PORTER.....	9	
2.9 MATRIZ DE ANALISIS DE CAMPOS DE FUERZA.....	10	
2.10ATRIZ DE DESPLIEGUE ESTRATEGIO GENERATIVA.....	11	
2.11CADENA DE VALOR.....	12	
2.12 ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	15	
2.13 RESPONSABILIDADES.....	15	
2.14 EXTENSION Y LIMITES.....	16	
2.15 ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	16	
3 ESTUDIO DE MERCADO.....		17
3.1 OBJETIVO ESTUDIO DE MERCADO.....	17	
3.2 DEFINICION DEL MERCADO OBJETIVO.....	18	
3.3METODOLOGIA DE INVESTIGACION.....	18	
3.4 ANALISIS DE INVESTIGACION.....	24	
4PLAN DE MARKETING.....		25
4.1OBJETIVO DEL PLAN DE MARKETING.....	24	
4.2 ESTRATEGIA DE PRODUCTO.....	24	
4.2.1 ESTRATEGIA DE MARCA.....	26	
4.2.2 ESTRATEGIA DE EMPAQUE.....	30	
4.2.3 ESTRATEGIA DE SERVICIO POSTVENTA.....	30	
4.3 ESTRATEGIA PRECIO.....	30	
4.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD.....	32	
4.4.1 PLAN DE MEDIOS.....	34	
4.5 ESTRATEGIA DE PROMOCION.....	35	
4.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION.....	36	

4.7 PROYECCION DE VENTAS.....	37
4.8 GESTION DE ALCANCE.....	39
5 CONCLUSIONES.....	40
6 BIBLIOGRAFIA.....	40

1. JUSTIFICACION

Durante los últimos años, se ha notado que el sector Administrativo, logística, bodega mercadeo, ventas etc. en Bogotá, ha tenido un crecimiento de gran magnitud en su personal de trabajo, las cuales han permitido contar con un gran listado de clientes y empresas para su desarrollo de mejoramiento en dotaciones. Es por esto que se trabajara siguiendo los lineamientos de esta organización que se encarga de verificar desde la calidad ambiental de la materia prima, libre de pesticidas, hasta las condiciones de trabajo al final de la cadena productiva. Lo anterior, es la propuesta del proyecto para desarrollar la actividad económica respetando y cuidando el medio ambiente,

También en cuanto la parte económico queremos generación empleo, en la medida de lo posible se buscara recurrir a proveedores colombianos.

El proyecto DOTACIONES CASALLAS MEDINA, será una empresa que tendrá dos grandes beneficios la entrega más rápida y el costo menor a la competencia donde las empresas tendrán la posibilidad de darles una calidad de dotación a su personal, cuenta con un diseño innovador, diferente y exclusivo.

2 DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA

2.1 DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

La idea nace principalmente de que he trabajado durante 9 años en empresas de dotaciones industriales en las diferentes áreas y un cliente no duraba más de 1 año y me puse averiguar por qué no tenían clientes con antigüedad más de un año y la razones fueron las siguientes

- Incumplimiento de entrega de dotación
- Mala calidad de la dotación

Estas dos causas son aquellas que hace que las empresas de dotación no tengan un cliente duradero en nuestra empresa queremos fabricar toda clase de dotación en línea industrial para empresas de producción, además para departamentos de mercadeo y ventas, prendas y accesorios

personalizadas, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y ofreciéndoles un producto de excelente calidad y cumplimiento.

La seguridad social de las organizaciones se debe ver reflejada en las buenas condiciones laborales hacia sus empleados, en un mercado tan competitivo como el de los últimos tiempos las empresas deben contar con un grupo de colaboradores que permitan por medio de sus actividades lograr los objetivos que se planteen

2.2 IDENTIDAD ESTRATEGICA

Atender las necesidades de la comunidad, fabricando dotaciones con la más alta calidad, proporcionando a nuestros clientes productos que aporte fidelidad de nuestros clientes, aplicando la, responsabilidad, honestidad y respeto, con el respaldo de una buena calidad y un futuro prometedor. Y para ello tendremos en cuenta los siguientes aspectos

- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño de la empresa e impulsar los productos estableciendo los procesos de comercialización
- Tener actualizado todos los estudios de mercado para saber cuáles son las necesidades en el mercado de DOTACIONES y así poder satisfacer las expectativas de los clientes.
- Prestar un servicio al cliente con excelente calidad humana.
- Dejar una huella en la mente de los clientes a través de nuestros precios
- Seguidamente se presenta el estudio técnico donde se formula la posible ubicación de la compañía teniendo presente el tamaño y los procesos internos para saber la capacidad con la que debe contar para cubrir la demanda.

Ya establecido el mercado meta al cual se va a direccionar la empresa y el tamaño que debe tener para cubrir las necesidades de los clientes; se

Realiza el estudio administrativo, en este estudio se refleja el direccionamiento estratégico para la nueva empresa definiendo Misión, Visión y políticas, del mismo modo se define la estructura organizacional, los cargos y la representación legal de la nueva empresa.

Por último se realiza el estudio financiero y evaluación económica que permite visualizar la proyección en pesos de la empresa, se Garantizara un servicio diferencial ya que desde el inicio con la negociación del cliente seremos transparentes y le daremos una solución sus dotaciones de acuerdo a las normas establecidas por la seguridad industrial, pero sobre todo satisfacer sus necesidades y así poder mantener clientes por mucho tiempo con telas e insumos nacionales y de buena calidad

2.3 FUTURO PREFERIDO

Ser un una empresa líder en tiempo de entrega de sus productos y en continuo crecimiento en el año 2021, con presencia nacional, que se distinga por proporcionar un producto innovador, de alta calidad y un excelente servicio a sus clientes para ir creciendo cada día más.

2.4 OBJETIVO GENERAL

Por la misma complejidad de entrar en el mercado de dotaciones – innovación y con una alta calidad cumplimiento novedosa el objetivo general que se ha trazado es:

Prestar una excelente atención a nuestros clientes y hacer de **DOTACIONES CASALLAS MEDINA** sea la primera opción en dotaciones, brindando el servicio de entregas a corto plazo y dar un valor agregado de menor costo, Siempre pensando en obtener un beneficio de fidelización del cliente, llevándolo a cabo con éxito y recuperando principalmente la inversión inicial.

2.5 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer una estrategia de mercado efectiva y accesible.
- Llevar a la compañía a través del mejoramiento continuo a una estabilidad económica y de auto sostenibilidad.
- Mantener un control estricto en los estados financieros de la compañía para tener siempre claro cuánto se tiene y con cuanto se cuenta.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, la oferta, precios, mercado objetivo para la dotación empresarial.

2.6 VALORES

- Responsabilidad Social Empresarial.
- Honestidad con el cliente tanto interno como externo.
- Seguridad.
- Compromiso con la satisfacción del cliente
- Innovación en servicio al cliente.
- Servicio.
- Espíritu emprended

2.7 ANALISIS PASTEL

POLITICO

En cuanto a la política fiscal restrictiva en los últimos años subida de impuestos y eliminación de ciertas ayudas a causa de la crisis económica y hay una tasas de desempleo y pobreza muy elevadas

ECONOMICO

La crisis económica mundial que afecta al consumo la elevada tasa de desempleo y la disminución de la renta hacen que el poder de la compra de los consumidores se vea limitado

SOCIO-CULTU

Hay una gran preocupación por las telas importadas y de mala calidad ya que la competencial prefiere usar estas telas para dar un buen precio a los clientes, aumento del gasto en ropa a pesar de la bajada en el consumo

TECNOLOGICO

La innovación está llevando al sector avances en la tecnología que permiten una mayor rapidez en la logística y en la distribución, la creciente confianza de los consumidores en las compras por internet ha hecho que haya un canal de venta y una oportunidad muy grande de

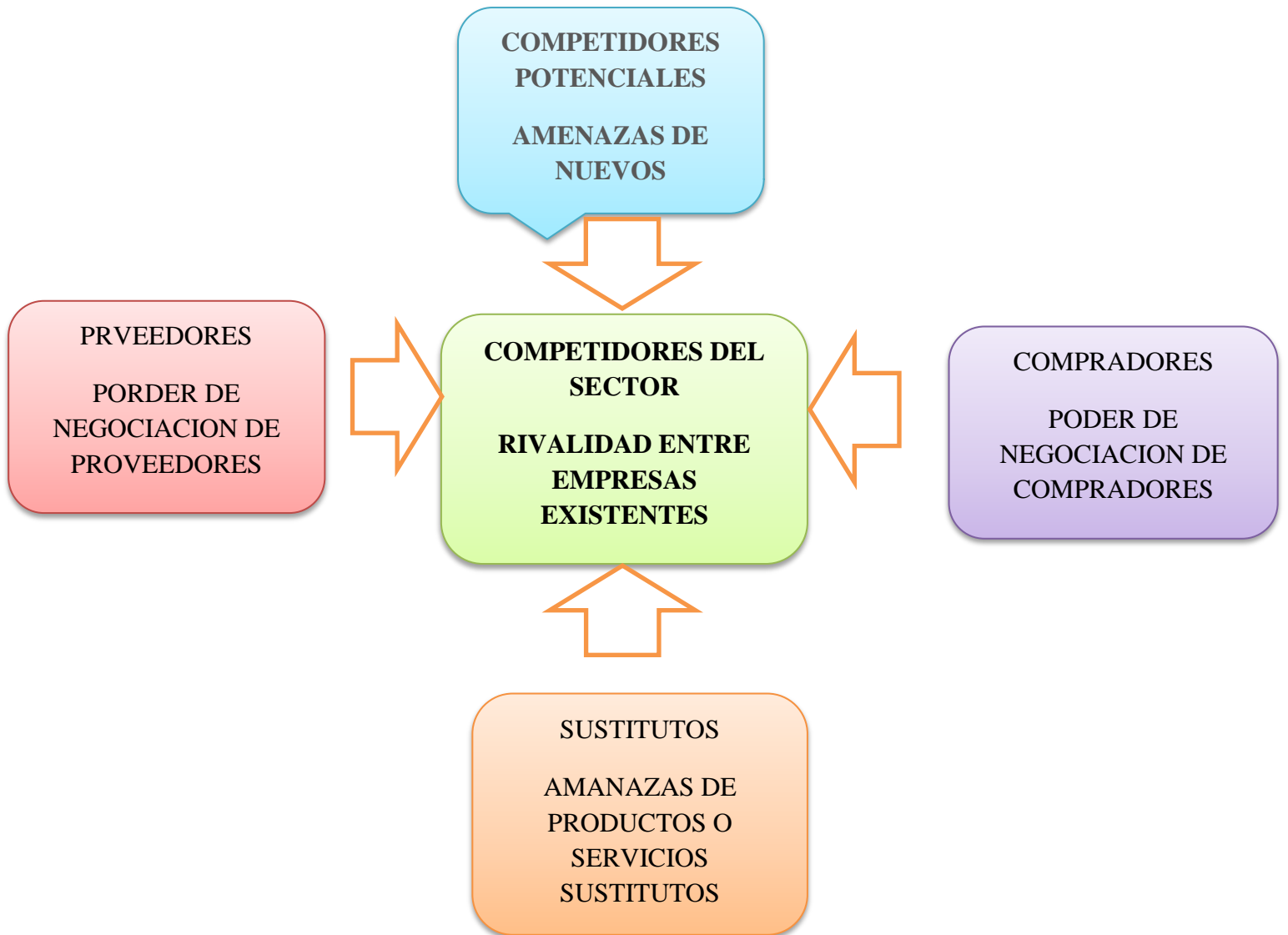
ECOLOGICO

Hay una mayor concienciación social con el medio ambiente dentro de la RSC de las empresas por lo que aparecen empresas verdes y estrategias como el reciclado o el ahorro energético que hagan a la empresa mejorar en su relación con la sociedad

LEGISLATIVO

Legislación sobre competencias
Salud seguridad
Seguridad de los productos

2.8 ANALISIS DE PORTER



2.9 COMPETIDORES DEL SECTOR

En la actualidad en Bogotá las empresas que poseen mayor participación de mercado son: Dotaciones TALLER 84, DOTATODO, DOTAEXPERTOS, DOTANDO ANDO, DOTA CALLE, Central de Dotaciones Limitada, , Industrial de Overoles y Manufacturas El Industrial, que son las encargadas de fabricar y comercializar ropa de dotación industrial, además de algunos elementos de protección personal. Estas empresas venden sus productos a clientes a través de almacenes o poseen asesores comerciales que se dirijan a las empresas a ofrecer sus productos; además, carecen de diseños y de colores atractivos para el cliente en los casos de uniformes oficinas y camisas de dotación porque solo se consigue en ellas la ropa de colores estándar y con precios elevados fuera de lo anterior en algunos lugares ofrecen desarrollos exclusivos de ropa a sus clientes. Se visitaron dichos establecimientos y en ocasiones no poseían inventario para determinadas prendas y el cliente debía esperar entre una semana y diez días para que los pudieran fabricar dicho tipo de procesos.

COMPETIDORES POTENCIALES

Al tener en cuenta que el mundo está globalizado, pueden llegar a Colombia organizaciones que ofrezcan productos de dotación de ropa industrial y que pueden ofrecer precios muy bajos,

PROVEEDORES

En la actualidad Colombia cuenta con grandes empresas de textiles como Coltejer, especializada en driles e índigo, y Fabricato, con su línea institucional y ambas organizaciones proveen materiales que son ideales para los pantalones y overoles; por otra parte está Lafayette, con su poliéster y sus telas náutica, ideales para las chaquetas y uniformes de medicina.

COMPRADORES

Los posibles compradores son grandes empresas que se encuentran ubicadas en chapinero y al norte de la ciudad son empresas que se dedican a la industria de alimentos y empresas de aseo y también algunos bancos o las diferentes empresas cafeteras

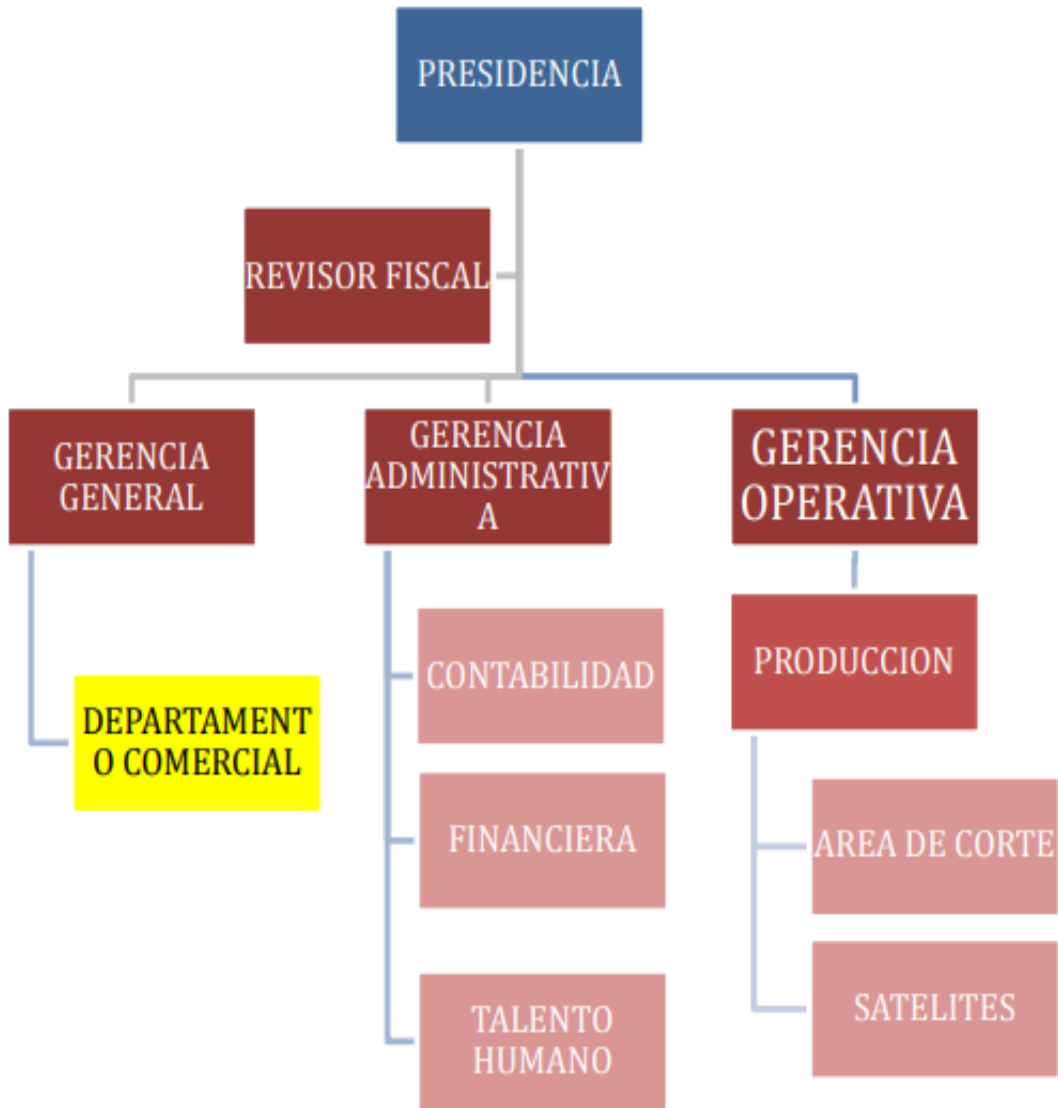
2.10 MATRIZ DE ANALISIS DE CAMPOS DE FUERZAS

MATRIZ DE ANALISIS DE CAMPOS DE FUERZAS

FUERZAS POSITIVAS FUERZAS NEGATIVAS

- ❖ Producto con materiales nacionales
- ❖ Carpeta entregada a los clientes con telas aprobadas
- ❖ Entrega de muestra antes de entregar producción
- ❖ Entrega personalizada
- ❖ Competencias
- ❖ Precios bajos
- ❖ Promociones en temporadas
- ❖ Empresas con capacidad de capital
- ❖ Clientes que quieren cantidad y no calidad

2.11 CADENA DE VALOR



RESPONSABILIDADES

- Gerencia General: Responsable de autorizar los procedimientos
- Gerencia Financiera: Responsable de dar el apoyo en la parte de documentación financiera a presentar, como fianzas, garantías, solvencias a la orden de compra de nuestros clientes
- Gerencia de Logística: Responsable de velar por la entrega completa según las fechas dadas a los clientes
- Vendedor: Responsable del buen uso de los materiales y el cumplimiento de las instrucciones especificadas en el procedimiento para realizar las ventas a instituciones o dependencias
- Departamento de Control de Calidad: Responsable de velar por la óptima calidad de los productos que se entregan al momento de hacer una entrega

Para determinar el tamaño de la empresa se debe establecer cuál será la capacidad de producción en este caso no tendremos proceso de fabricación solo se cortará la tela para ser enviada a los satélites y almacenará producto terminado listo para despachar, por esta razón la bodega estará distribuida de la siguiente manera

PRIMER PISO

Recepción, baño zona , recepción de materia prima , zona de corte y zona de almacenamiento



Especificaciones:

- Altura de trabajo ajustable de 33/14"

Especificaciones:

- Altura de trabajo ajustable de 33/14" a 37" (84 cm a 92 cm).
- Patas soldadas con precisión acero calibre 12, laminado frio para soportar peso.
- Extremos metálicos.
- Pintura electrostática gris clara.
- Puede unirse a tantas secciones de mesa como se desee.



Especificaciones:

- 100 Watts
110 Volts
1.6 Amperes
Disco Octagonal de 4 pulgadas
Afilador
- Ideal para cortar todo tipo de tela. Diseñada para la industria textil, puede ser utilizada en maquilas, tiendas, o incluso en costura personal.

La principal actividad de las empresas de Chapinero son actividades inmobiliarias y el Comercio. Se encuentran 5.838 empresas en el comercio que representan el 22,3% de las empresas de la localidad.

En el sector financiero y hoteles y restaurantes se encuentran 3.739 empresas que representan el 14,3% de las empresas de la localidad.

La estructura empresarial de Chapinero por tamaño se concentra en microempresas (71%), seguido de las PYMES (27%).

La localidad es una zona de gran círculo de empresas cuyo núcleo es la Plaza-Parque de Lourdes y se extiende a lo largo de la Avenida Caracas y de la Carrera 13. Sobre la Avenida Chile o Calle 72 se concentra la mayor actividad financiera del país, así mismo en la Calle 100 innumerables centros comerciales la zona rosa, zona T, zona G y algunos de los barrios más exclusivos de la capital.

En cuanto a supermercados se destacan los Almacenes Éxito de Chapinero, Carulla, Cafam y Pomona de La Cabrera.

ANALISIS DEL MERCADO

LOCALIDAD DE CHAPINERO


En esta localidad se encuentran almacenes de calzado, ropa, universidades, bisutería, comidas, almacenes de cadena, centros comerciales, bares y cafés, zona bancaria de la 72, centro de alta tecnología (unilago), hospitales y clínicas, artículos de cuero, telas, adornos, librerías, papelerías y disco tiendas.

2.12 ESTRATEGIA COMPETITIVA

Se define dos procesos principales desde la compra de la materia prima hasta el pago del producto por parte del cliente

- Proceso de logística y Materia Prima
- Proceso de comercialización y ventas

El proceso de ventas contara estará dirigido por el área comercial , encaminada a la búsqueda de clientes nuevos mínimo 2 por día este proceso de ventas y comercialización será detallado más adelante



VENTAJA COMPETITIVA

Nos vamos a defender de las fuerzas competitivas y debemos asegurar a nuestros clientes

- Ofrecer al comprador un buen producto a un buen precio bajo
- Usar diferenciación para proveer un mejor producto y así el cliente piense que vale la pena pagar un precio mayor
- Valor de marca acumulada y buena reputación de la compañía
- Equipo profesional altamente calificado

3.1 ESTUDIO DE MERCADO

Teniendo en cuenta la oportunidad de negocio en las diferentes zonas nos ayuda a tener un mercado potencial por el crecimiento económico en el sector el presente estudio se enfocara en los factores primordiales que permitirá llevar a cabo la empresa DOTACASALLASMEDINA que suministrará a las empresas de la zona elementos de dotación empresarial.

La comodidad y protección para un empleado a la hora de desempeñar una labor que le sea asignada son factores que ayudaran a la organización a obtener una mejor productividad y así cumplir con un los objetivos generales de la organización.

3.2 DEFINICION DEL MERCADO OBJETIVO

El objetivo de este trabajo es presentar el plan de negocios para la empresa DOTACASALLASMEDINA, una alternativa de dotación para los

Empleados de las empresas de aseo e industriales Y la metodología utilizada en el presente trabajo está determinada de la siguiente forma

Posteriormente se realiza el estudio de mercadeo que permite determinar la demanda, oferta y plan de mercadeo para la nueva empresa, este estudio se apoyó con una encuesta realizada a empresas del sector Seguidamente se presenta el estudio técnico donde se formula la posible ubicación de la compañía teniendo presente el tamaño y los procesos internos para saber la capacidad con la que debe contar para cubrir la demanda.

Ya establecido el mercado meta al cual se va a direccionar l a empresa y el tamaño que debe tener para cubrir las necesidades de los clientes; se

realiza el estudio administrativo, en este estudio se refleja el direccionamiento estratégico para la nueva empresa definiendo Misión,

Visión y políticas, del mismo modo se define la estructura organizacional

los cargos y la representación legal de la nueva empresa.

3.3 METODOLOGIA DE INVESTIGACION

Aplicada a 100 trabajadores y ejecutivos del sector de Chapinero, repartida en forma aleatoria.

Marque de 1, 3 o 5. Donde

1: no

3: algunas veces u ocasionalmente

5: si

1.¿Conoce usted algún tipo de establecimiento o empresa que brinde dotaciones innovadoras?

SI		NO

2. ¿Se ha convertido en un habito que las empresas den cualquier tipo de dotación sin importar su imagen?

SI		NO

3. Normalmente asiste a su trabajo en uniforme (califique 1: Casi nunca 3: ocasionalmente 5: casi siempre)

SI	OCACIONALMENTE	NO

4. ¿considera importante que mientras esta en su trabajo, pueda sentirte cómodo y a la moda con su uniforme?

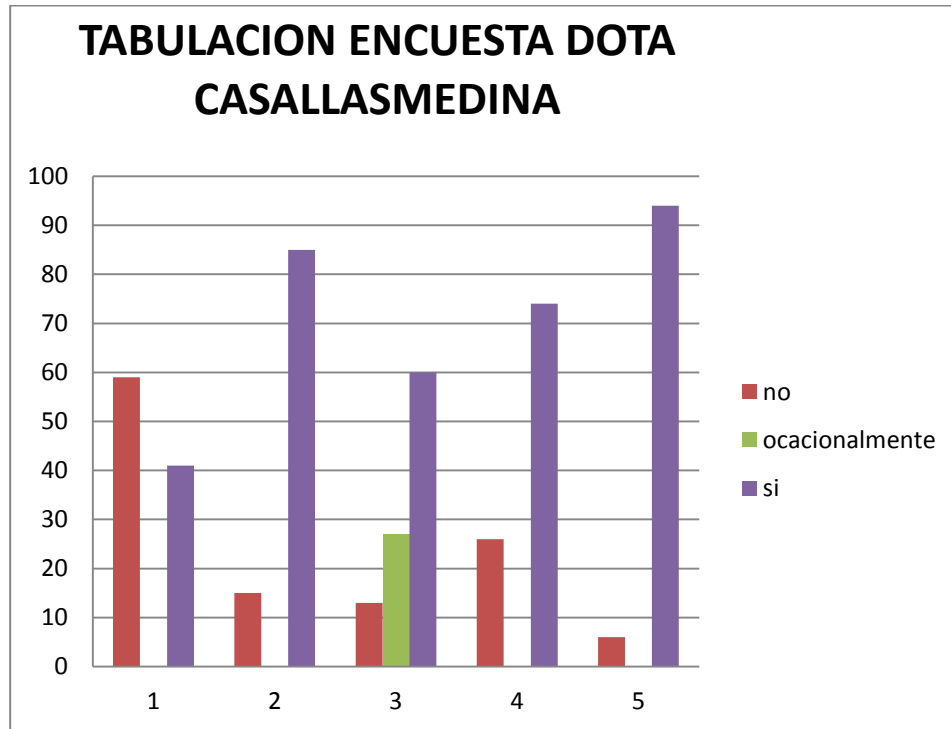
SI		NO

5. Le gustaría que en su empresa pensarán en mejor calidad para sus uniformes?

SI		NO

TABULACION

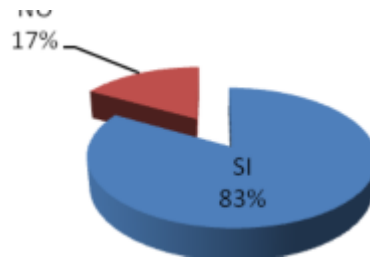
Pregunta	Respuestas		
	1	2	3
1	59		41
2	15		85
3	13	27	60
4	26		74



ENCUESTA N.2

1. Cumple la empresa con la Normatividad en cuanto a dotación empresarial?

Total de Encuestados 30	Opción de Respuesta
25	SI
5	NO



2. Cuántos de estos son Mujeres y Cuantos Hombre?

Total de Encuestados 30	Opción de Respuesta
1447	Mujeres
928	Hombres



3. de los siguientes cargos indique el número de empleados según genero

Total de Encuestados 30	Cargo Operativo
960	Mujer
715	Hombre



Total de Encuestados 30	Cargo Administrativos
340	Mujer
110	Hombre



Total de Encuestados 30	Cargo Servicios
	Generales
103	Mujer
47	Hombre

Conclusión de la encuesta

Basados en la encuesta realizada para nuestro plan de negocio deducimos que la creación de DOTACASALLASMEDINA es viable para la búsqueda de sus clientes. Podemos buscar en tan grande localidad como es chapinero las más grandes empresas para así llevar acabo nuestro negociación que ofrece sus dos grandes beneficios

3.4 ANALISIS DE INVESTIGACION

Para determinar el mercado meta de la nueva empresa se realizó un instrumento de recolección de datos, este instrumento consiste en una encuesta dirigida a los jefes de Talento Humano quienes suministraron información esencial para identificar la (población estudio) los usuarios finales del producto.

El total de empresas encuestadas del sector fueron 30 de las 70 que se encuentran en la zona y que inicialmente serian la población objetivo. Para un total de 2.375 empleados que utilizan dotación.

LINEA	GENERO		Total	%
	Hombre	Mujer		
Línea Operativa	715	960	1675	71%
Línea Administrativa	110	340	450	19%
Línea Servicios Generales	47	103	150	6%
Línea Servicios Vigilancia	72	28	100	4%
Totales	944	1431	2375	100%

4 PLAN DE MARKETING

La idea del plan de mercadeo es identificar como llegaremos a los clientes. Adicional a esto se puede definir más claramente a que tipos de clientes debe orientarse la empresa, como llegar a ellos y como hacerles seguimiento para crear unos nuevos Tomando en cuenta las siete “P” del plan de mercadeo; producto, precio, plaza, promoción, personas, publicidad y procesos a continuación se especificara en cada uno de estas variables para posteriormente proponer las estrategias correspondientes que lleven a una ventaja competitiva en el sector.

Diseñar, producir y comercializar prendas de dotación para empresas de la industria como, pantalones, jeans, polos, t-shir, chalecos, sacos, chaquetas y calzado con insumos de la más alta calidad y con telas en insumos nacionales

4.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

- Producir y suministrar prendas de calidad en su proceso de fabricación y en sus componentes.
- Lograr que nuestros clientes se sientan acompañados permanentemente.
- Adquirir tecnología para optimizar procesos, mejorar el producto e incrementar la productividad.
- Obtener la rentabilidad esperada.
- Posicionarnos como empresa de gran reconocimiento en el sector.
- Incrementar cada año las ventas.
 - El cumplimiento que tenemos con los clientes
 - La calidad de las telas e insumos ya que solo se maneja nacional
 - Diseño de las prendas son dotación pero hacemos que sea diseños únicos
 - Nosotros le entregamos a nuestros clientes fichas técnicas de las meterías primas y certificaciones en caso que lo requieran

4.2 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

En cuanto al producto, se refiere a todas las consideraciones que debe tomar la compañía en relación con la clase de bien o servicio que está ofreciendo al mercado. Aquí se establecen los criterios de calidad que, como mínimo, debe satisfacer el producto, los estándares de desempeño del mismo y sus funcionalidades a dirección de la organización debe tener claridad acerca del producto que ofrece o que intentará vender en el mercado y, ante ello, definir cuál es la estrategia que se debe elegir

Las dotaciones industriales y los elementos de protección personal cuentan con normas como la ley 09 de 1979 y el Código Sustantivo del Trabajo (Chavarro Cadena, 2012) y decretos como el 1443 de 2014, que estipulan que en las organizaciones se cumplan y se les proporcione a los colaboradores dicha indumentaria para que realicen sus labores, con independencia del sector de la

industria, con el fin de evitar accidentes laborales. Por este motivo es claro que para DOTACASALLASMEDINA la estrategia de producto se basa en cumplir las normativas existentes para la fabricación y la comercialización de ropa de dotación industrial. Ahora bien, en la presentación de los productos se generarán unos factores diferenciadores, tales como el diseño, de acuerdo con especificaciones del cliente, colores y logos requeridos, pero siempre conservando las características con el fin de que el producto sea idóneo para realizar las labores requeridas por el cliente y cumpla los estándares de calidad y la normatividad vigente.



4.2.1 ESTRATEGIA DE MARCA

La marca ofrece prendas de vestir que cumplen con los expectativas de los clientes y de los usuarios finales, en cuanto a calidad, confort y servicio permanentes.

PERSONALIDAD DE LA MARCA

- Marca joven en el mercado
- Ágil en su servicio y en sus respuestas
- Receptiva a las observaciones y mejoras
- Confiabilidad



SLOGAN



4.2.2 ESTRATEGIA DE EMPAQUE

Una del valor agregado que tenemos para nuestros clientes es empaque personalizado y así le ahorramos tiempo a los clientes para la entrega de la dotación a sus empleados.

 ENTREGA DOTACION	
151	
NOMBRE	<u>VARELA ESQUIVEL ESTEFANIA</u> <u>LORENA</u>
DOCUMENTO	<u>1012356738</u>
SEXO	FEMENINO
AREA	PRODUCCION
TALLA	M
BRIGADISTA	BRIGADISTA
VERDE CONJUNTO DOS PIEZAS	1

AZUL CONJUNTO DOS PIEZAS	1
NARANJA CONJUNTO DOS PIEZAS	1
VERDE COFIA	1
AZUL COFIA	1
NARANJA COFIA	1
MANGAS BLANCAS	4

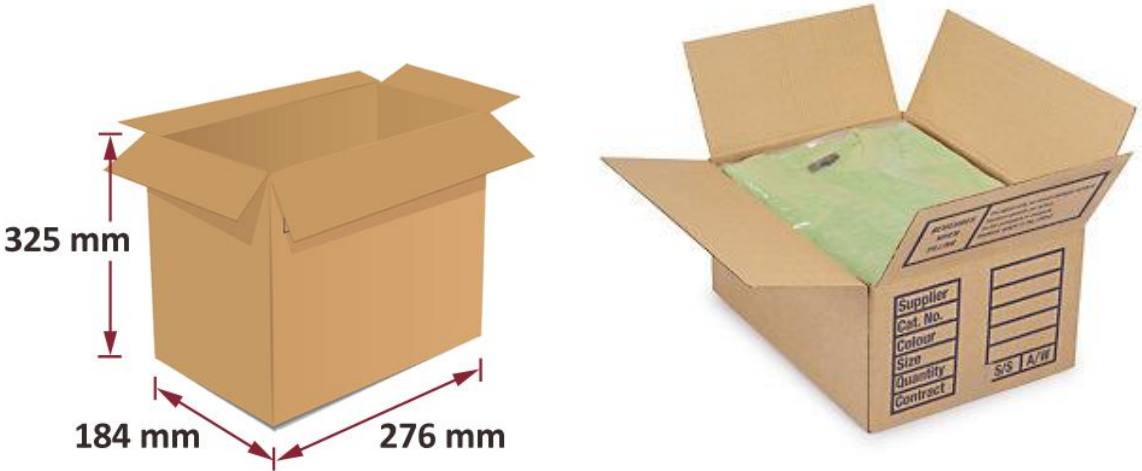
EMPAQUE PARA LAS DIFETENTES PRENDAS



BOLSAS PARA ENTREGA PERSONALIZADA



Caja de Cartón en Canal Simple



4.2.3 ESTRATEGIA DE SERVICIO POSTVENTA

La idea es aplicar el coaching que es asesorar a los clientes antes, durante y después de la compra. Pero no sólo desde un punto de vista comercial. Lo que aquí se busca es una relación más cercana, que trabaje las motivaciones individuales de cada consumidor y que por supuesto le anime a consumir

- Si el cliente está satisfecho con el producto
- Si el proceso de compra ha sido sencillo desde el punto de vista del cliente
- Si el cliente considera que debe hacerse algún cambio o mejora

Estamos en la era de la digitalización y el desarrollo de las nuevas tecnologías. Y es por eso que muchos clientes se van por el terreno digital y que ejercen su labor desde redes sociales, plataformas, aplicaciones y otros recursos. Ofrécelos al mismo tiempo que los canales tradicionales de internet



4.3 ESTRATEGIA DE PRECIO



Para la determinación del precio se realizó una ficha de costos por referenciade cada una de las prendas estas ficha contiene los costos fijos, costos variables y un margen de utilidad de 30%

Ficha técnica:

Nombre del producto: Confección de pantalón (Jeán) Categoría: Artículos y prendas de vestir	
--	--

Frente

Espalda

generalidades	
1	Tela drill indigo
2	Desgaste tecnificado
3	Cremallera
4	Botones
5	Pretina
6	Taches
7	Bordado en bolsillos y refuerzos
8	Marquillos

Composición:	100% algodón / cotton / cotone
Empaque y rotulado:	Bolsa exclusiva con el logotipo de la organización, y con una presentación especial para el cliente.

- En cuanto a costos:** El objetivo es seguir una estrategia que permita reducir los costes sin mermar la calidad del producto ofrecido. Y así DOTACASALLASMEDINA lograra obtener los costos de producción más bajos que sus competidores, para poder ofrecer el precio más bajo del mercado. Ya que hay clientes, cuya principal variable de decisión de compra es el precio más económico

PRECIO PROMEDIO DE LINEA OPERATIVA

Línea Operativa	Precio Venta
Overol 2 Piezas	\$ 47.656
Overol Enterizo	\$ 47.656
Camisa Dril	\$ 29.921
Pantalón Jean	\$ 19.565
Chaqueta Jean	\$ 49.112
Chaleco tipo periodista	\$ 48.304
Camisa tipo polo	\$ 29.921
Promedio Precio de Venta	\$ 38.876

PRECIO PROMEDIA LINEA ADMINISTRATIVA

Línea Administrativa	Precio Venta
Sastre	\$ 87.202
Falda	\$ 24.932
Blusa	\$ 38.712
Pantalón Dama	\$ 26.622
Promedio Precio de Venta	\$ 44.367

PRECIO LINEA SERVICIOS GENERALES

Línea Servicios Generales	Precio Venta
Bata de Servicio	\$ 28.320
Promedio Precio de Venta	\$ 28.320

Adicional a esto se debe tener en cuenta que es una empresa nueva y el producto está en el ciclo de introducción el precio deberá ser igual o inferior a la competencia para poder contar inicialmente con clientes a los cuales su factor de compra sea el precio para posteriormente contar con clientes los cuales su elección sea la imagen corporativa de la empresa

4.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD



VALLA PUBLICITARIA: en el sector se podrá la siguiente valla publicitaria que tendrá dimensiones de 5 x 3 metros

The advertisement banner has a light blue background. On the left is a smaller version of the 'Casallas Medina' logo. To the right of the logo, the text 'DISEÑANDO CUMPLIENDO CON CALIDAD' is written in a bold, black font. Below this, the email address 'E-mail: dotacasallasmedina@gmail.com' is displayed, followed by the phone number 'Cel. 3219260056-3142638446'.

Actualmente la empresa le brinda unos muy buenos beneficios a los clientes los cuales nos hacen únicos y son

- Se entrega personalizado la dotación y así les estamos ahorrando tiempo a nuestros clientes
- Se les puede manejar un stock ya que en algunas empresas la rotación del personal es bastante alta

- Una vez aprobado las telas y colores se hace entrega de una hoja con las telas aprobadas así nuestros clientes se sienten confiados con el producto que se les va a entregar anexo

CAMPAÑA PUBLICITARIA

Nuestra campaña es por medio de correo anexando carta de presentación y Brochure para que nos den la oportunidad de conocernos y de poder realizar una cotización y llevar muestras de los diferentes diseños

PAGINA WEB la empresa contara con una página web la que le permitirá a los clientes conocer más de la empresa, sus productos, sus promociones y todo dotación empresarial

Adicional mantendremos informando a los clientes de las fechas de dotación actualización en legislación y normatividad de salud ocupacional

4.4.1 PLAN DE MEDIOS

Lo principal que queremos con nuestros clientes es lo siguiente

- Lograr comunicación constante de doble vía con los clientes
- Generar opinión entre los actores de la empresa.
- Afianzar a la base de clientes actuales.
- Atraer a nuevos clientes por medio de la imagen y la opinión.
- Obtener información relevante para la compañía para tomar acciones.

Actividades

- Participar en programas sociales y de responsabilidad social de algunos de nuestros clientes con donaciones económicas o en especie

- Programas sociales con la comunidad por medio de organizaciones madres cabeza de familia que son satélites apoyar a estas personas
- Asistir a Colombiatex de las Américas en Medellín, para conocer nuevos proveedores de telas e insumos

4.5 ESTRATEGIA DE PROMOCION.

En cuanto a la promoción la empresa estará en contacto directo con el jefe de recursos humanos ofreciendo las últimas prendas en dotación empresarial, adicional a esto la empresa contará con un CATÁLOGO DE PRODUCTOS donde se encuentran las especificaciones técnicas de cada uno de los productos. En cuanto a la publicidad se contara con una valla que informe los datos básicos de la empresa para tener un mensaje de recordación en la zona

Objetivo

Incentivar la recompra

- Bono por un valor \$ 100.000 para redimir en próxima compra Descuentos especiales en el punto de venta
- Entregar bonos con un brochure para los clientes de nuestros clientes y así nos podemos dar a conocer
- Obsequiar una muestra industrial del producto para su uso y comprobar sus beneficios.
- Influir positivamente en la recompra y en referencias a otros clientes.

En la actualidad nuestros clientes estamos trabajando de la siguiente manera

<i>CLIENTE</i>	<i>FORMA DE PAGO</i>
DON MAIZ	30 DIAS
METROPLUS	CONTRA ENTREGA
COLVAPOR 24 HORAS	CONTRA ENTREGA
CONCRETO	30 DIAS
OPORTUNUTY INTERNACIONAL	50% ANTICIPO 50% CONTRA ENTREGA
LOGISTICA INTEGRAL	CONTRA ENTREGA
SI99 SAS	CONTRA ENTREGA

Los clientes que paguen antes de la fecha establecida comercialmente le daríamos un descuento de un 5%

4.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

El modelo de negocio tiene como una de sus facultades integrar diferentes entes exteriores a la organización, la relación con los proveedores es muy importante, ya que de ésta depende el éxito de todo el proceso productivo; la distribución se convierte en uno de los factores que se deben afrontar con mayor cuidado. Tener una eficiencia en términos de inventarios y de almacenamiento será importante para la organización, ya que estos generan costos y una forma de ser competitivos es buscar la forma de minimizar ese costo.

- Diseños de confección previamente aprobados.
- Requerimientos de materias primas según los diseños.
- Abastecimiento de materias primas.
- Proceso de Patronaje y de horma de las prendas Corte de tela.
- Ensamblaje de tela y fileteado (outsourcing)
- Detalles de confección (actividad propia)
- Control de calidad

- Distribución a cada tienda

4.7 PROYECCION DE VENTAS:

PROYECCION A 5 AÑOS

NOMBRE PRODUCTO A PRODUCIR	VENTAS PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
		1	2	3	4	5
LINEA OPERATIVA		5028	6000	6450	7000	7900
LINEA ADMINISTRATIVA		1356	1397	1439	1482	1526
LINEA SERVICIOS GENERALES		470	590	680	760	980
LINEA SERVICIOS VIGILANCIA		300	309	318	328	339

La atención personalizada con el cliente será el servicio más importante que ofrecerá la empresa, teniendo a la disposición del cliente una página web donde él pueda encontrar:

- Portafolio de productos.
- Recordación de fechas de dotación.
- Los diferentes tipos de riesgos profesionales.
- Las actualizaciones legales en cuanto al tema de dotación y seguridad industrial.
- El personal de servicio de la compañía.
- Realizar sus pedidos y/o cotizaciones.

- Información sobre existencia de productos.
- Correo personalizado.
 - Capacitación de la fuerza de ventas
 - Capacitación general a cargo de la subgerencia administrativa acerca del negocio, la empresa y su estructura y los productos que ofrece y la forma como lo hace
 - Talleres de formación y técnicas en ventas, y de servicio al cliente a través de Fenalco Bogotá y la Cámara de Comercio de Bogotá.
 - Talleres de conocimiento de materiales textiles, por parte de la subgerencia y con base en información suministrada por los distintos proveedores.
 - Capacitación acerca de cómo tomar tallas y ajustes para alguna eventualidad y que necesite ser solucionada de inmediato.

EJECUCION COMERCIAL

Tradicionalmente se ha considerado que el objeto fundamental de la fuerza de ventas es precisamente vender los productos de la compañía y aumentar la demanda de los mismos

Reclutamiento iría encaminado al identificar y formar a las personas idóneas para relacionarse con los clientes, ofrecer y promocionar adecuadamente los productos de la compañía

Se trata de conocer problemas y necesidades de los clientes y ayudarles a encontrar una solución con los medios a su disposición, poniendo menos énfasis en la venta a corto plazo

LA POLITICA DE CARTERA

- Para el primer pedido 50% Anticipo 50% contra entrega
- Pago máximo a 30 días calendario en el segundo pedido
- Cobros todos los viernes
- Tener en cuenta el cierre de facturación

4.8 GESTION DE ALCANCE

El manual de funciones y procedimientos adoptado por la compañía DOTACASALLASMEDINA comprende los lineamientos a seguir para la venta de los productos que se ofrecen en la empresa, teniendo en cuenta las diferentes formas de pago siendo este acatado por todos los colaboradores del área comercial de la compañía.

5 CONCLUSIONES

Pese a que este proyecto de grado es a nivel académico nos permitió afianzar conocimientos adquiridos en la carrera de Administración de Empresas se deja claro que la metodología aplicada es la correcta para que la empresa siga creciendo.

Otro de los aspectos que requieren más profundidad es la capacidad y el tamaño de la empresa; ya que el número de unidades ofertadas no requieren un tamaño muy grande para la bodega propuesta. Se concluyó que se necesita una bodega o local comercial mucho más pequeño por los procesos que se llevarán a cabo

A nivel social los cambios tanto a nivel económico y tecnológico por los que en los últimos años ha estado atravesando nuestro país, se debe tener conciencia de la importancia sobre conocer y manejar las herramientas que nos permitan ayudar en la toma de decisiones para la posterior elaboración y ejecución de proyectos. Es muy importante aportar nuestros conocimientos para fomentar proyectos que permitan generación de empleo, ó para que los empleados se independicen creando su propia empresa. Igualmente a nivel social, el aporte en proyectos que permitan mejorar la calidad de vida

6 BIBLIOGRAFIA

- https://www.google.com.co/search?q=politica+de+cartera&rlz=1C1RLNS_esCO766CO767&oq=politica+de+cartera&aqs
- https://www.google.com.co/search?rlz=1C1RLNS_esCO766CO767&ei=fPYIW4DXKYmL5wLb04iAAw&q=estrategia+de+precio&oq=estrategia+de+precio&gs_l=psy-ab.3..0j0i20i263k1j0i8.56965.60970.0.61487.20.18.0.0.0.0.306.2629.0j10j2j1.13.0..2..0...1.1.64.psy-ab..7.13.2624...35i39k1j0i67k1j0i131k1.0.W8qpW0RN0sw
- https://www.google.com.co/search?q= analisis+pastel&rlz=1C1RLNS_esCO766CO767&ei=9PYIW4CsO4aW5wLGioOwAw&q