

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

PERFECT SIZE

Aura Jazmín Aldana Florez

María Fernanda Quiñones Ladino

Alexander Patiño Pérez

Corporación Unificada de Educación Superior

Administración de Empresas

Proyecto de Grado

Bogotá D.C

2018

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

PERFECT SIZE

Aura Jazmín Aldana Florez

María Fernanda Quiñones Ladino

Alexander Patiño Pérez

DIRECTOR

José Luis Toro

Corporación Unificada de Educación Superior

Administración de Empresas

Proyecto de Grado

Bogotá D.C

2018

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradecemos a Dios por permitirnos realizar este proyecto y seguir con nuestra formación académica y profesional, a nuestros padres por el apoyo y la incondicionalidad que nos han brindado para seguir adelante y alcanzar nuestras metas, y por último pero no menos importante a nuestros docentes por enseñarnos, acompañarnos y guiarnos en este proceso de superación y crecimiento personal.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA	1
tabla de contenido	4
INTRODUCCIÓN.....	8
JUSTIFICACIÓN	9
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
MARCO TEÓRICO	11
BISUTERÍA.....	11
BLUSA	11
BUFANDA	11
CALIDAD.....	11
CAMISA.....	11
CAMISETA	12
CHAQUETA.....	12
CONFECCIÓN	12
CORBATA	12
DISEÑO.....	12
DURACIÓN:	12
ESTILO.....	13
FABRICACIÓN	13
FALDA	13
FLEXIBILIDAD:.....	13
GORRA	13
JEAN.....	13
PANTALÓN.....	14
PANTALONETA	14

PASHMINA.....	14
PIJAMA	14
SOMBRERO.....	14
TALLA	14
TELA	14
TEXTIL	15
TRAJE DE BAÑO.....	15
VESTIDO	15
VESTIMENTA.....	15
PROCESO DE ELABORACIÓN	15
objetivo general	17
MARCO LEGAL.....	18
CONSTITUCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA.....	19
MARCO LEGAL DE FUNCIONAMIENTO:	20
MARCO LEGAL LABORAL:	21
IDENTIDAD ESTRATÉGICA	22
FUTURO PRETENDIDO.....	22
PRINCIPIOS y valores.....	23
PRINCIPIOS.....	23
VALORES	24
objetivos especificos.....	25
ANALISIS DE PESTEL	26
cinco FUERZAS DE PORTER	27
1. NUEVOS ENTRANTES	27
2. FACTORES DE PRODUCCIÓN	27
3. CONDICIONES DE LA DEMANDA	27
4. PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	28
5. RIVALIDAD DE LA INDUSTRIA	28
FUERZAS INDUCTORAS	29
FUERZAS OPOSITORAS.....	29
cadena de valor.....	30
estrategia competitiva.....	31

.....	31
.....	31
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS	32
SEGMENTACIÓN.....	33
TAM (Total Addressable Market/ Mercado Direccional Total)	33
SAM (Served Available Market/ Mercado Disponible Servido)	34
SOM (Serviceable Obtainable Market/ Mercado Factible Sostenible)	35
TAMAÑO DEL GRUPO.....	36
METODOLOGIA DEL ESTUDIO DE MERCADO	37
ENCUESTA	38
ANÁLISIS CONCLUYENTE	46
ESTRATEGIA DE PRODUCTO.....	47
ESTRATEGIA DE PRECIO	48
SELECCIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PRECIO	49
DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	49
ESTIMACIÓN DE LA OFERTA, COSTOS Y PRECIOS	49
SELECCIÓN DE UN MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIOS.....	49
SELECCIÓN DE PRECIO FINAL	50
Para escoger su precio final Perfect Size debe considerar otros factores, que incluyen la fijación de precio psicológica, la influencia de otros elementos de la mezcla de marketing sobre el precio, las políticas de precio de la empresa y el impacto del precio sobre otros participantes. VENTAJAS DE LA FIJACIÓN DE PRECIO EN PERFECT SIZE	50
DESVENTAJAS DE LA FIJACIÓN DE PERFECT SIZE.....	50
ESTRATEGIAS DE PRECIOS PARA LÍNEAS DE PRODUCTOS	50
ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD.....	52
desarrollo de marca	53
marca	54
logo	54
slogan.....	54
VENTAJA COMPETITIVA	55
ventaja comparativa	56
estrategia de promoción.....	57
CAMPAÑA PUBLICITARIA	58

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION	59
canales	60
logística	61
ejecución comercial	63
habilidades comerciales y administrativas	65
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	56
PROYECCIÓN DE VENTAS	65
POLÍTICAS DE CARTERA.....	69
PRESUPUESTO DEL PLAN DE MERCADO	70
BIBLIOGRAFIA.....	72
Definición de <i>Mercado Meta</i> :	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realiza con el fin de estudiar la factibilidad de nuestro proyecto PERFECT SIZE el cual está basado en la elaboración, diseño y confección de prendas cómodas, exclusivas y sin restricciones que permitan proporcionar a las personas un vestuario acuerdo a sus necesidades.

Inspirados en aquellas personas que por su contextura corporal, por su particularidad al vestir o simplemente por buscar nuevas alternativas desean adquirir una vestimenta que se acople con su gusto y personalidad, proporcionándoles así un producto que cumpla con las expectativas deseadas.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se lleva a cabo después de identificar una de las necesidades básicas como lo es el vestuario, ya que aplica a todas las personas sin importar el sexo, la edad, la contextura, condición social o económica; lo cual nos permite abarcar un gran número de posibles clientes que se encuentren interesados en expresar su personalidad a través de su forma y estilo de vestir, para liberarse de los estereotipos de la sociedad, permitiendo que las prendas de vestir se adapten a las personas y no lo contrario.

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La actividad principal de Perfect Size será diseñar, crear y distribuir toda clase de prendas de vestir y accesorios para damas, caballeros y Jóvenes; con el fin de darle al cliente el beneficio de tener su estilo propio y expresar su personalidad por medio de sus atuendos únicos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cada vez que buscamos en una tienda de ropa online o física algún accesorio o prenda de vestir nos encontramos con dos situaciones particular, primero la prenda que nos gusta no se encuentra disponible para nuestra talla, lo segundo puede que nos quede pero tal vez el color no es el indicado o por el contrario la prenda se encuentra agotada, generándonos incomodidad y hasta frustración, es allí donde básicamente surge nuestra interrogante: ¿Por qué no diseñar una tienda que ofrezca prendas y accesorios para todo tipo de personas sin importar su estilo o figura corporal? Creando así una prenda única y exclusiva para cada cliente que no tenga restricciones y que sea completamente original.

CARACTERÍSTICAS

- Una de sus particularidades es la flexibilidad en cuanto a los clientes, ya que no hay limitantes.
- No solo ofrecemos un producto si no también un servicio para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- La innovación y exclusividad de cada prenda.
- La calidad y comodidad que brindan nuestras prendas, ya que están elaboradas con materiales aptos para cada persona en particular.

MARCO TEÓRICO

BISUTERÍA

Conjunto de objetos de adorno personal que imitan joyas, hechos con materiales no preciosos.

Aretes de bisutería; colección de bisutería; un puesto ambulante de bisutería.

BLUSA

Prenda de vestir femenina, generalmente de tela fina, que cubre el cuerpo hasta la cintura o cadera, con cuello y mangas, que suele ir abrochada por delante con botones.

BUFANDA

Prenda de vestir que consiste en una tira larga y ancha de lana, seda o piel que se lleva alrededor del cuello, a veces tapando la boca, como abrigo o adorno.

CALIDAD

El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.

CAMISA

Prenda de vestir que cubre el tronco hasta la cadera o medio muslo, con cuello, manga corta o larga, que se abrocha por delante con botones; suele llevar un canesú en la espalda que permite dar amplitud al cuerpo de la prenda.

CAMISETA

Prenda de ropa interior o deportiva, ligera, de punto, de hechura recta, sin cuello y con escote de distinto tipo, de manga larga, corta o sin mangas, que cubre el cuerpo hasta la cadera o medio muslo.

CHAQUETA

Prenda de vestir que cubre el cuerpo hasta más abajo de la cadera, con mangas, abierta por delante y generalmente ajustada al cuerpo; suele llevarse sobre otras prendas como prenda de abrigo.

CONFECCIÓN

Producción de una cosa material a partir de la combinación de sus componentes, especialmente las que requieren un trabajo manual, como prendas de vestir, comidas y bebidas, compuestos, etc.

CORBATA

Banda de tela que se pone por debajo del cuello de la camisa y se ata por delante con un nudo especial o lazo, dejando caer las puntas sobre el pecho; es una prenda principalmente masculina que se considera indispensable en ciertos ambientes formales.

DISEÑO

Dibujo que se hace de una cosa para que sirva de modelo en su realización.

DURACIÓN:

Se denomina duración al tiempo que dura algo, un objeto, un material, una prenda, entre otros, o al tiempo que transcurre entre el principio y su fin.

ESTILO

Conjunto de rasgos peculiares que caracterizan una cosa, una persona, un grupo o un modo de actuación.

FABRICACIÓN

Confección o elaboración de un producto a partir de la combinación de sus componentes, especialmente en serie y por medios mecánicos.

FALDA

Prenda de vestir, principalmente femenina, que consiste en una tela que se ajusta a la cintura y cubre las piernas o parte de ellas.

FLEXIBILIDAD:

Es la disposición de un individuo u objeto para ser doblado con facilidad, la condición de plegarse según la voluntad de otros y la susceptibilidad para adaptarse a los cambios de acuerdo a las circunstancias.

GORRA

Prenda de vestir que cubre la cabeza, generalmente de tela o piel, en especial la que tiene forma redonda y lleva una visera.

JEAN

Pantalón confeccionado con tela muy resistente generalmente de color azul; suele llevar doble pespunte en las costuras y remaches de cobre en la esquina de los bolsillos interiores de delante y en los superpuestos de atrás.

PANTALÓN

Prenda de vestir que se ajusta a la cintura y llega a una altura variable de la pierna o hasta los tobillos, cubriendo cada pierna por separado.

PANTALONETA

Pantalón corto de hombre que se usa para hacer deporte o para bañarse.

PASHMINA

La palabra Pashmina proviene de Pashmineh, de Pashm Persian, que significa "lana" e indica un producto textil hecho de lana de cachemira, una fibra textil preciosa.

PIJAMA

Conjunto de chaqueta o camiseta y pantalón a juego que se usa para dormir.

SOMBRERO

Prenda de vestir con la que se cubre la cabeza, que se compone generalmente de una copa alrededor de la cual va un ala.

TALLA

Medida de las prendas de vestir, expresada en unas magnitudes convencionales que se tienen en cuenta para su fabricación y venta.

TELA

Es una lámina flexible compuesta por muchos hilos que se entre cruzan de manera regular y alternativa en toda la longitud. Las telas pueden ser las obras tejidas en el telar o aquellas

semejantes que se encuentran formadas por series alineadas de puntos o lazadas hechas con un mismo hilo, la tela es el componente principal de la mayoría de las vestimentas.

Las características de las telas pueden variar de acuerdo a su permeabilidad, su tenacidad, y su elasticidad.

TEXTIL

Que tiene relación con el tejido o con su fabricación.

TRAJE DE BAÑO

Prenda de vestir elástica que se usa para bañarse o para tomar el sol.

VESTIDO

Prenda de vestir femenina de una sola pieza que tiene unidos el cuerpo y la falda.

VESTIMENTA

Conjunto de prendas de vestir y de adorno que una persona viste.

PROCESO DE ELABORACIÓN

PASOS	DESCRIPCIÓN
REQUERIMIENTO	El cliente hace la solicitud del producto que desea, con nuestro asesor y colaborador para tomar la orden (tallas, modelo, medidas, cada uno de los detalles que desea en su prenda)
TRAZOS	Se realiza el molde según las especificaciones de cada pieza (mangas brazos, espalda, pecho, mangas piernas) número de tallas número de piezas y se deben arreglar las piezas para que halla el menor desperdicio de tela.
EXTENDIDO	Se extiende la tela llevándola de un lado a otro sobre la mesa de corte teniendo en cuenta el tipo de extendido el número de capas según el largo de cada molde.
CORTE	Después de haber terminado el proceso de tendido se debe realizar el corte de la misma para lo cual se debe colocar el trazo correspondiente que debe ser asegurado ya sea con pesas alfileres grapas y pinzas de no asegurarse el trazo se corre el riesgo de que la tela se mueva durante el proceso de corte y al final resultaran piezas incompletas este proceso de corte se realiza a mano y cuando se exige se envía para cortadora
HABILITADO	Se preparan todas las piezas y accesorios necesarios para la prenda listos para la costura
COSTURA	Se unen las piezas cosiendo con una máquina de coser. A veces es necesario hilvanar las partes para facilitar la costura.
ACABADO EN COSTURA	Se cortan y cosen los ojales, se pegan los botones, los cierres, los bolsillos, etc., en algunos casos se decoran partes del vestido bordando diseños, o poniendo detalles a croché Finalmente se cortan los hilos sobresalientes.
ESTAMPADO	Algunas prendas necesitaran de un diseño en estampado el cual también tendremos a disposición dado el caso que se requiera.
ACABADO	Se implementan las cremalleras los refractivos u otros detalles para el acabado final del producto listo para salir a la entrega.

OBJETIVO GENERAL

Llevar a cabo un estudio de mercado que permita identificar la probabilidad para la realización de una marca de ropa y accesorios, que ofrece un producto personalizado que sea muy cómodo, flexible y de uso cotidiano que nos permita beneficiar al consumidor de acuerdo con sus necesidades y cumplir con las expectativas de originalidad.

MARCO LEGAL

La unidad productiva se clasifica como una micro empresa porque cuenta con 6 trabajadores que están conformados en el área Administrativa por: El gerente que comercializa el producto, el contador que se encarga de hacer llegar la información de todos los recursos que se necesiten para la producción, de la contabilización y el pago a los trabajadores, la administradora que es la encargada de supervisar y asesorar a los trabajadores; en el área de Producción por Una diseñadora, una persona de corte y una persona de confección. La unidad productiva Perfect Size pertenece al sector secundario e industrial; porque está dedicada a la transformación de materias primas: La compra de todos los materiales que se necesitan para la elaboración de las prendas, la maquinaria calificada para los procesos y la mano de obra de sus trabajadores con el fin de obtener el producto terminado. Está constituida por tres propietarios. Su origen de capital es privado ya que proviene de personas particulares. Su función social es con intención de ganar utilidades lo que la denomina como una empresa con ánimo de lucro. La empresa Perfect Size pertenece al régimen simplificado del impuesto a las ventas. Según la explotación y conformación del capital pertenece al área local pues su radio de atención es ubicada dentro de una localidad. En la unidad productiva Perfect Size se maneja la factura de venta pues no está obligado a presentar ningún reporte contable pero si esta en todo su derecho de manejarlo. Además la unidad productiva no es muy legalizada, pues no manejan todos los soportes contables y los contratos que se hacen con sus trabajadores, se realizan verbalmente y solo por

medio de la firma de cada uno de ellos, para así no tener algún tipo de inconveniente legal, aunque en Perfect Size la dotación hacia sus trabajadores es mínimo.

CONSTITUCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA

- **VERIFICAR EL NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:** En la Cámara de Comercio se verifico si no existía otra empresa de ropa con el nombre de “PERFECT SIZE”
- **ELABORAR EL ACTA DE CONSTITUCIÓN**
- **OBTENER LA ESCRITURA PUBLICA DE LA NOTARIA:** Se transcribió la minuta conformando así la Escritura Pública, firmada por el notario con los sellos respectivos y adicionalmente por los socios con la cédula y sus huellas.
- **ADQUIRIR EL FORMULARIO DE MATRÍCULA MERCANTIL:** Se adquirió en la Cámara de Comercio el formulario de Matrícula Mercantil "Sociedades Comerciales", posteriormente se presentó en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente
- El formulario de matrícula mercantil diligenciando, junto con el volante de "consulta de nombres" aprobado.
- Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la sociedad, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal.
- Recibo de pago del impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales.
- Documento de identificación del representante legal.
- Permiso de funcionamiento de la sociedad.
- Solicitar en la taquilla de la Cámara de Comercio el valor de la liquidación de los derechos de matrícula.
- Cancelar los derechos de matrícula.

- Reclamar el certificado de su matrícula, así como las copias de los formularios, las escrituras y las cartas de aceptación.
- Obtener copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad.
- Luego de haber realizado la inscripción, se podrá solicitar a la Cámara de Comercio, el certificado de existencia y representación, es un documento que le permite al comerciante o sociedad realizar algunos trámites (inscripción ante la administración de impuestos, industria y comercio, etc.) o simplemente acreditar su matrícula en el registro mercantil.

MARCO LEGAL DE FUNCIONAMIENTO:

INDUSTRIA Y COMERCIO: Para solicitar el número de identificación tributaria (NIT) se siguieron los siguientes pasos:

- ✓ Con el certificado de existencia y representación que se solicitó en la Cámara de Comercio, me dirijo a la DIAN y solicito el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros:
Asignación de NIT.
- ✓ Una vez adquirido y diligenciado el formulario, se presenta ante la DIAN, con los siguientes documentos:
 - Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias.
 - Copia de la escritura pública de constitución.
 - Certificado de existencia y representación.
 - Fotocopia de la cédula del representante legal.

CERTIFICADO DE SANIDAD: Este certificado no tiene ningún costo y es otorgado por el instituto municipal de Salud de la ciudad, después de haber realizado una visita técnica.

CONDICIONES DE SEGURIDAD: Este certificado que expide el cuerpo de Bomberos y el valor fue asignado por el funcionario encargado de la visita técnica.

MARCO LEGAL LABORAL:

AFILIACIÓN A LA ASEGURADORA DE RIESGOS LABORALES (ARL): se llenó una solicitud de vinculación de la empresa "Positiva" al sistema general de riesgos profesionales, llenando la solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.

RÉGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL: se adelantó el proceso de afiliación, mediante la diligenciarían de los formularios, los cuales son suministrados en la EPS "Nueva EPS"

FONDO DE PENSIONES Y CESANTÍAS: Una vez elegido el fondo de pensiones, se llena la solicitud de vinculación, la cual se es suministrada por el fondo "Colpensiones".

APORTES PARAFISCALES: Para realizar la respectiva inscripción, se adquirió un formulario en la Caja donde se desean afiliarse, donde es entregado adjunto el formulario de afiliación al ICBF y al SENA.

IDENTIDAD ESTRATÉGICA

La misión de PERFECT SIZE es la producción y comercialización de prendas de vestir y accesorios basados en la calidad, originalidad y cumplimiento para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

FUTURO PREFERIDO

Ser líderes en la fabricación de ropa y elaboración de accesorios, garantizando a nuestros clientes calidad en las prendas, variabilidad de estilos de acuerdo a su personalidad y un diseño único. En el 2020 convertirnos en fabricantes y distribuidores reconocidos con presencia a nivel nacional.

PRINCIPIOS Y VALORES

Dentro de la política de PERFECT SIZE se destaca la calidad, el compromiso y el buen servicio como pilares para lograr los objetivos y alcanzar nuestra visión, basados en el cumplimiento de los siguientes principios y valores.

PRINCIPIOS

➤ **IMAGINACIÓN:**

Brindar a nuestros clientes nuevas ideas que estén acorde a sus gustos y expectativas

➤ **EFFECTIVIDAD:**

Estamos obligados a cumplir con las necesidades y los requerimientos del cliente.

➤ **CALIDAD:**

Tenemos la responsabilidad de garantizar las condiciones de nuestros productos desde el inicio hasta la entrega del producto terminado.

➤ **SERVICIO:**

Comprometidos con satisfacer las expectativas de nuestros clientes ofreciéndoles no solo un producto de excelente calidad, si no brindándoles un servicio diferenciador.

VALORES

- **RESPECTO:**

Nos permite recalcar la importancia de una buena comunicación con el cliente interno y externo.

- **HONESTIDAD:**

Trabajando con textiles previamente seleccionados garantizando su durabilidad y calidad.

- **COMPROMISO:**

Porque cada cliente es único y valioso por lo tanto estamos obligados a cumplir con sus expectativas y brindarle el mejor servicio.

- **TRABAJO EN EQUIPO:**

Nos permitirá alcanzar los objetivos propuestos ya que cada persona y actividad están entre lazadas para el cumplimiento óptimo y oportuno.

- **RESPONSABILIDAD:**

Para cumplir con los tiempos de elaboración y entrega oportuna de las prendas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar un producto innovador, cómodo y con estilo, que pueda adaptarse al gusto de todo tipo de persona sin restricciones ni limitantes, que le permita exteriorizar su personalidad y estilo.
- Identificar el comportamiento y las condiciones de nuestra población objetivo para establecer su poder adquisitivo y probabilidades de consumo.
- Brindar un producto de alta calidad y duración que cumpla con las expectativas de los clientes, para crecer como una empresa más sólida y reconocida dentro del entorno social y económico.
- Establecer el lugar para la apertura de nuestra primera tienda física que nos permita asistir las solicitudes de nuestros clientes con una mejor atención y accesibilidad.
- A término de un año posicionar nuestra marca, logrando su reconocimiento a nivel local.

ANÁLISIS DE PESTEL

P	Políticos:	Actualmente existe una cierta incertidumbre política a causa de los continuos titulares en la prensa que hablan de corrupción
E	Económicos :	La producción de textiles y confecciones en Colombia está de capa caída. Crisis económica mundial, que afecta al consumo. Eliminación de fronteras, apertura del mercado
		Según el DANE, en junio el sector de hilos y telas produjo 20 por ciento menos que el mismo mes del año pasado, mientras que en confecciones el declive fue de 13 %
		Salud y Seguridad
		Seguridad de los productos
		La elevada tasa de desempleo y la disminución de la renta per cápita hacen que el poder de compra de los consumidores se vea limitado
		En este sector en concreto existe un exceso de producción, altos costes salariales.
S	Sociales	El sector textil y confección, se destaca por ser un elementó de consumo masivo en los diferentes países del mundo
		Hay gran preocupación por la moda e imagen.
		Formas de vida, valores imperantes en la sociedad
		Además, la moda se ha democratizado, ya que hoy en día cualquier persona puede ir bien vestido a precios muy bajos.
T	Tecnológicos:	PERFECT SIZE pretende adaptar Maquinas diseñadas para la coser, cortar y perfilar en un solo paso prendas de alta costura. Programas de comparadora que le permiten a un operario, con un mínimo de conocimientos en ingeniería, cortar menos de 15 minutos la tela suficiente para fabricar 10 camisetas sport, estampados al calor con un secado especial que ofrecen mayor durabilidad de las pinturas en la ropa y una serie de aparatos con los que se puede bordar cualquier tipo de diseño sobre la tela la innovación está llevando al sector avances en la tecnología que permiten una mayor rapidez en la logística y en la distribución Creciente desarrollo de las tecnologías de la información, lo que favorece la difusión de la información y proporciona un mayor conocimiento sobre la marca La creciente confianza de los consumidores en las compras por Internet ha hecho que surja un nuevo canal de ventas, y una oportunidad muy grande de crecimiento
E	Ecológicos:	Hay una mayor concienciación social con el medio ambiente dentro de la RSC de las empresas, por lo que aparecen empresas verdes o eco eficientes y todo tipo de políticas y estrategias, como el reciclado o el ahorro energético, que hagan a PERFECT SIZE es muy importante para poder mejorar en su relación con la sociedad
L	Legal	Estabilidad del gobierno
		política fiscal
		reglamentos sobre comercio exterior
		políticas sobre el bienestar social
		legislación sobre competencia
		Legislación laboral

CINCO FUERZAS DE PORTER

1. NUEVOS ENTRANTES

- Empresas dedicadas al proceso textil.
- Empresas dedicadas a la elaboración de prendas de vestir.
- Tiendas comercializadoras de productos textiles.

2. FACTORES DE PRODUCCIÓN

- Contamos con diferentes proveedores textiles que cumplen con las normas técnicas vigentes y por lo tanto nos garantizan la calidad de los productos.
- Disposición de materia prima e insumos variados que nos permitan ofrecer diferentes alternativas para nuestros clientes y poder cumplir con sus expectativas.
- Personal idóneo para realizar cada una de las actividades tanto del proceso de confección como de bisutería.
- Proveedores de insumos para la elaboración de los diferentes accesorios.
- Alianza estratégica con el spa BEAUTY EXPRESS como servicio complementario.

3. CONDICIONES DE LA DEMANDA

- Capacidad de negociación con los clientes.
- Precios asequibles
- Servicio personalizado
- Proximidad con el cliente, sus necesidades y expectativas

4. PRODUCTOS SUSTITUTOS

- Constante innovación.
- Prestar un servicio diferenciador que garantice la permanencia de los clientes.
- Implementar nueva tecnologías que permitan estar a la vanguardia de la moda.

5. RIVALIDAD DE LA INDUSTRIA

- En el momento no existe ninguna empresa que cuente con los servicios que ofrecemos, pero si existen muchísimas que ofrecen los productos y servicios por separado bien sea la elaboración y/o comercialización de prendas de vestir, o la elaboración de diferentes accesorios.

FUERZAS INDUCTORAS

OPORTUNIDADES

- Buen posicionamiento en el mercado
- Incluir sucursales en diferentes sectores
- Ampliación de los productos
- Contrataciones con empresas de moda

FORTALEZAS

- Buena atención al cliente
- Precios económicos
- Personal especializado en moda
- Productos de buena calidad
- Sistemas de Seguimiento

- ✓ Capacitaciones en Servicio al Cliente
- ✓ Establecer metas de benchmarking donde se medirán con indicadores
- ✓ Tener claros los objetivos establecidos para así obtener los resultados deseados
- ✓ Tercerización con Beauty Express

FUERZAS OPOSITORAS

DEBILIDADES

- Presupuesto
- Pocos ingresos iniciales

AMENAZAS

- Nuevos Competidores
- Limitación de estilos en el producto

- ✓ Clases Sociales
- ✓ Interacción Asesor-cliente
- ✓ Disponibilidad de crédito
- ✓ Cultura

CADENA DE VALOR

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA: Instalaciones adecuadas que permitan llevar a cabo todo el proceso de diseño, elaboración y despacho del producto. Sistema Administrativo de Información que nos permita llevar a cabo todo el proceso de control.

GESTION DE RECURSOS HUMANOS: Reclutamiento y selección del personal, Capacitación del personal por medio del Servicio Nacional de Aprendizaje, actividades de integración.

DESARROLLO DE TECNOLOGIA: Maquinaria y elementos de producción que cumpla con los requerimientos del proceso de elaboración de prendas y accesorios, Sistemas integrados que facilitan la comunicación con los clientes, canales virtuales que optimizan tiempos y procesos.

COMPRAS: Materia Prima de Calidad, Contar con el transporte adecuado para la distribución de los productos, Adecuada Ubicación de la tienda física para que sea de fácil accesibilidad.

LOGISTICA INTERNA

Recepción física y on-line de la solicitud del cliente.

Control de calidad y puntualidad al momento de recibir la materia prima.

Almacenamiento de los materiales en las condiciones necesarias para su conservación.

OPERACIONES

Elaboración de la prenda o el accesorio verificando las especificaciones de la misma.

Verificar los posibles defectos del producto para corregirlos en el momento indicado.

Minimizar los reprocesos.

LOGISTICA EXTERNA

Cumplimiento de los tiempos de entrega, agilizando el proceso de producción desde el momento en que se recibe la orden de elaboración.

Verificación y validación con el cliente del lugar y la hora de entrega antes de realizarla.

MERCADEO Y VENTAS

Publicidad física y virtual que nos permita dar a conocer nuestra marca.

Brindar un producto de calidad que nos garantice la fidelización del cliente.

Facilidades de pago por medio de un sistema de crédito.

SERVICIOS

Catálogo con diferentes alternativas que permitan orientar al cliente sobre el producto deseado.

Brindar un servicio integral con las prendas y los accesorios que el cliente requiera.

ESTRATEGIA COMPETITIVA

PERFECT SIZE tomara las siguientes estrategias para diferenciar el producto de sus competidores obteniendo una rentabilidad superior.



OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS

En este proyecto se presenta la elaboración del siguiente análisis e investigación. El siguiente instrumento se tomó para realizar conversaciones con cada uno de los encuestados para lograr obtener un tipo de enfoque en el cual se adquieran las mejores respuestas dentro del proceso de recolección de información. Se eligen estos instrumentos.

- **Encuesta:** Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Para Perfect Size es el método más eficaz en la investigación de mercado porque permite obtener información real directamente de los consumidores

- El principal objetivo es poder brindar un producto innovador que beneficie a nuestro consumidor por su diseño único.
- Satisfacer no solo las necesidades con nuestros diseños sino también poder crear nuestra marca textil basados con productos personalizados

SEGMENTACIÓN

Para Perfect Size es muy importante identificar el mercado objetivo o target group, ya que le permitirá consolidarse como una empresa reconocida a nivel local.

TAM (Total Addressable Market/ Mercado Direccional Total)

Inicialmente el mercado direccionable será el departamento de Cundinamarca, ya que será el límite geográfico determinado para la distribución de Perfect Size, por lo tanto en el desarrollo del informe se distinguirán componentes resaltables tales como las personas, su poder adquisitivo y además el deseo que las mismas tienen de realizar la compra de prendas de vestir, estos componentes se desarrollarán por medio de estudios de población a cerca de su comportamiento a través de sus ingresos, distribución y patrones de gasto.

Teniendo en cuenta que el mercado a nivel nacional de productos textil es reñido, uno de los factores más notorios del mercado es la importancia de material textil que produce países como: China, puesto que genera el ingreso potencial de textiles a nuestro país. Esto también afecta el mercado, no solo en el valor del producto, también afecta el tiempo de la entrega y de elaboración pues las cantidades que ingresan son considerables y hacen que estén siempre dispuestos a responder de forma inmediata.

SAM (Served Available Market/ Mercado Disponible Servido)

Para Perfect Size el mercado disponible estará en la ciudad de Bogotá, ya que es donde se encuentra ubicado su punto de producción y distribución.

Es importante reconocer la oportunidad de mercado que existe ya que es muy significativa, es así, como en el informe se observa el estudio que se realizara para asimilar el nivel en que esta la aceptación en el sector textil como un producto con un amplio mercado, pero a la vez muy competitivo, por lo mismo las estrategias de comercialización, se desempeñan con mayor frecuencia en la aceptación del producto y alcanzar su mercado potencial, así Perfect Size lograra posicionarse como un mercado industrial poderoso en su entorno.

Perfect Size deberá capacitarse para darle una mejor estructura y lograr que la acción de mercado en la empresa sea el consecuente de su reconocimiento y crecimiento, incentivando a la unidad productiva a comprender cuál es su mercado objetivo.

ENTORNO CULTURAL

Los aspectos para tener en cuenta son los hábitos, necesidad y costumbres del cliente con los cuales queda satisfecho para la adquisición del producto; basándose en el factor externo que esté presente en el momento de la solicitud.

ENTORNO DEMOGRÁFICO

Según la edad, gusto y contextura del cuerpo, se puede adquirir todo tipo de ropa exterior al igual que accesorios para dama, caballeros y niños de entre los 12 y los 50 años de edad; enfocándose en los diferentes diseños determinando lo apropiado en material textil para el tipo de cliente.

El producto que ofrecemos es de fácil adquisición por su precio que varía dependiendo la necesidad de cada usuario.

El estado civil afecta el consumir del producto según su ciclo de vida familiar, de acuerdo a los aspectos relacionados con este perfil podemos dividirlo de la siguiente manera: solteros y casados con hijos. Los primeros tienen más alto nivel de compra en relación a los segundos quienes dedican las compras principalmente a los gastos de prendas colegiales.

ENTORNO SOCIAL

El producto va dirigido a todas las clases sociales: alta, media y baja.

- Alta: Este nivel es de mayor nivel adquisitivo por su posición económica.
- Media: De acuerdo a sus prioridades e ingresos optan por la adquisición del producto.
- Baja: La adquisición del producto varía de acuerdo a su necesidad.

ENTORNO PSICOGRAFICO

RASGOS DE PERSONALIDAD: Nos permitirá identificar y clasificar a los clientes dependiendo sus hábitos de adquisición en materialistas, idealistas, extrovertidos, introvertidos, impulsivos, pasivos, etc.

SOM (Serviceable Obtainable Market/ Mercado Factible Sostenible)

Para poder llegar a los clientes potenciales Perfect Size cuenta con campañas publicitarias que le permitan dar a conocer su marca y que los clientes reconozcan que no solo adquieren un producto de buena calidad sino que es un producto con acabados artesanales y netamente colombiano que se preocupara por los conceptos de diseño, innovación y confort calificándose así mismo con un nivel superior.

TAMAÑO DEL GRUPO

POBLACIÓN Y MUESTRA

- Universo: Cundinamarca
- Población: Bogotá
- Muestra: hombres y mujeres que estén entre los 18 y 50 años de edad.



GRUPO DE EDAD	POBLACIÓN
18-25	462,235
26-32	428,086
33-40	327,230
41-53	249,415
54-60	219,180
60-70	152,043
Total	1,838,189

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado Perfect Size empleo como herramienta cuantitativa una encuesta presencial que le permita determinar el punto de quiebre con respecto a las deficiencias que existen en la empresa.

Las áreas en las que se efectúa la investigación son las de producción y la de comercialización, en la que se observa la motivación de los trabajadores y la satisfacción del cliente.

Para esta investigación se realizaron entrevistas formales al gerente con un cuestionario preparado con anticipación y a los empleados de forma personal por medio de un censo, telefónica y virtualmente de Perfect Size.

Los siguientes instrumentos se tomaron para realizar conversaciones con cada uno de los encuestados o entrevistados para logra obtener un tipo de enfoque en el cual se adquirieran las mejores respuestas dentro del proceso de recolección de información. Se eligen estos instrumentos al haber en Perfect Size una población pequeña.

- ✓ Observación.
- ✓ Entrevistas.
- ✓ Cuestionarios.

ENCUESTA

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de un nuevo producto. La encuesta dura cinco minutos aproximadamente.
Gracias.

PERFECT SIZE elabora, diseña y confecciona prendas cómodas, exclusivas y sin restricciones que permitan proporcionar a las personas un vestuario acuerdo a sus necesidades.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Genero

M

F

Edad

Entre 18 y 20 años

Entre 20 y 30 años

Entre 30 y 45 años

Entre 45 y 50 años

1. En una escala del 1 al 5, donde 5 es "Muy interesante" y 1 es "Nada interesante".

	5	4	3	2	1
¿Cómo de interesante es PERFECT SIZE para usted?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del producto?

- Facilidad de uso
- Se enfoca en la textura corporal
- Variabilidad de estilos
- Comodidad de la prenda
- Ninguno de los anteriores

3. ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

- Internet
- Tienda
- Catalogo

4. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

- Internet
- Anuncios
- Correo
- Otro (por favor especifique)

5. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos no le atraen del producto?

- No lo necesito
- Es aburrido
- Es complicado
- Es costoso

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?

- De 15,000 a 30,000
- De 30,000 a 50,000
- De 50,000 a 80,000
- De 80,000 a 120,000

7. ¿Qué es lo más importante para usted a la hora de escoger ropa?

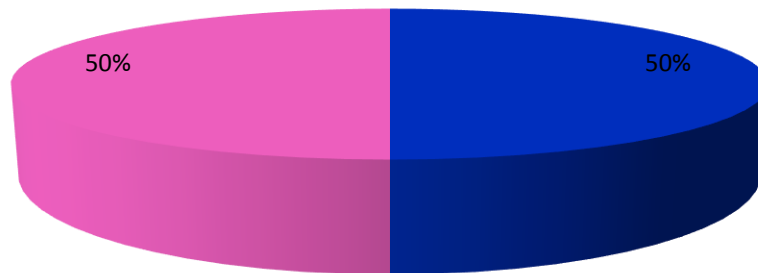
- PRECIO
- COMODIDAD
- MARCA
- DISEÑO
- ELEGANCIA
- QUE SE DESTAQUE

8. ¿Le gustaría poder encontrar en la tienda productos de bisutería?

- Si**
- No**

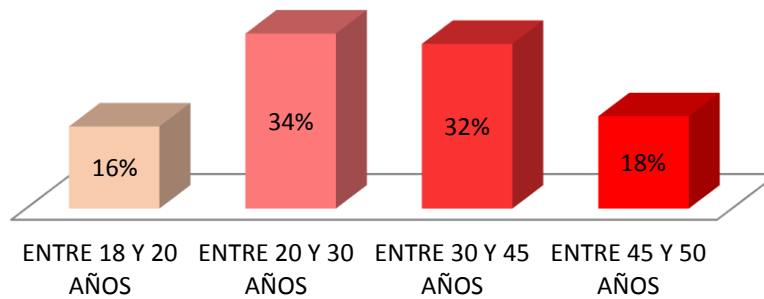
GENERO

■ Masculino ■ Femenino

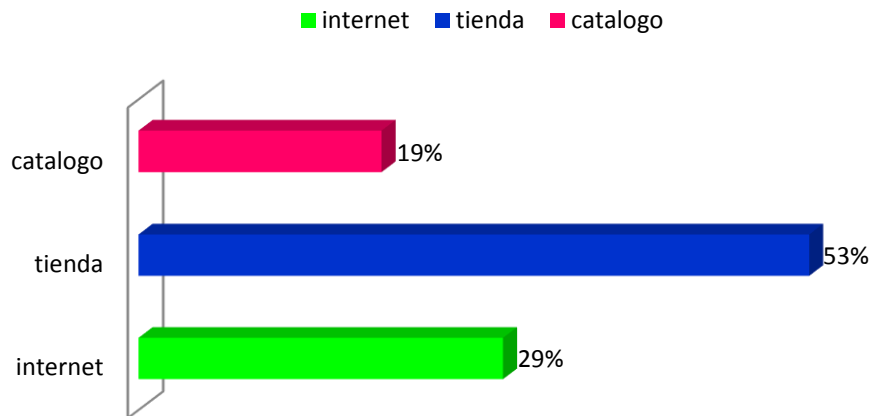


EDAD

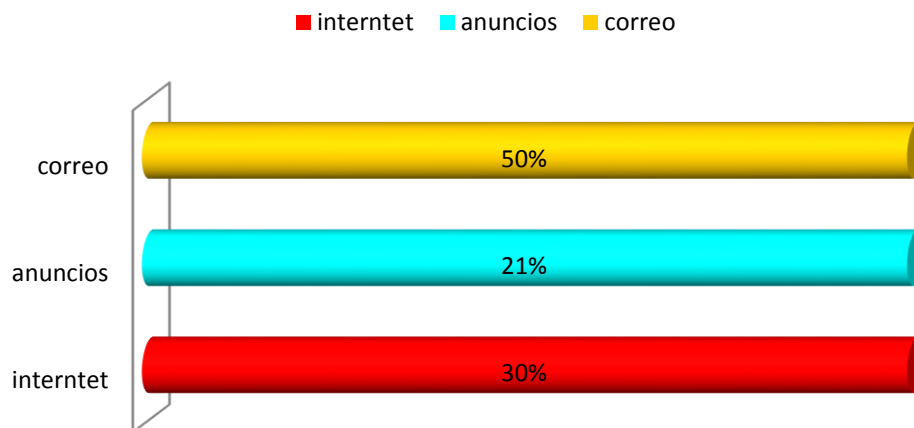
■ ENTRE 18 Y 20 AÑOS ■ ENTRE 20 Y 30 AÑOS
■ ENTRE 30 Y 45 AÑOS ■ ENTRE 45 Y 50 AÑOS



En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto

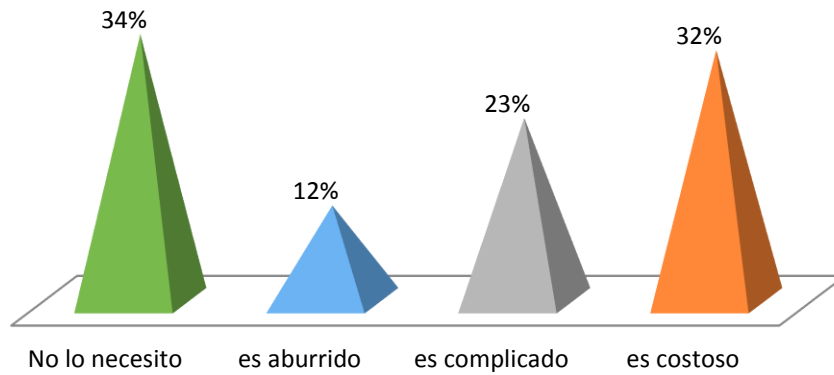


¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?



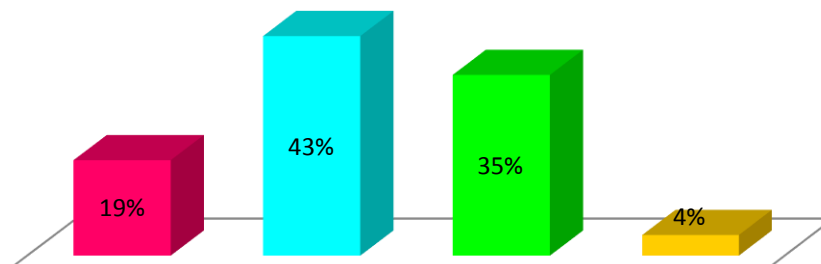
¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos no le atraen del producto?

■ No lo necesito ■ es aburrido ■ es complicado ■ es costoso



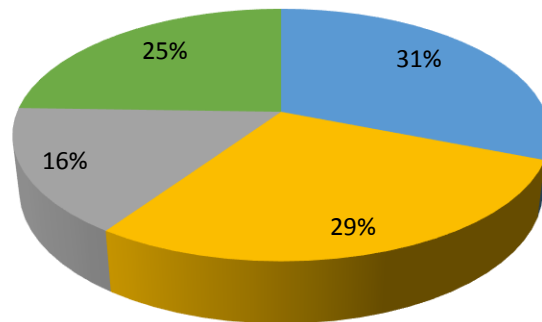
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?

■ Entre 25.000 y 30.000 ■ Entre 30.000 y 50.000
■ Entre 50.000 y 80.000 ■ Entre 80.000 y 120.000



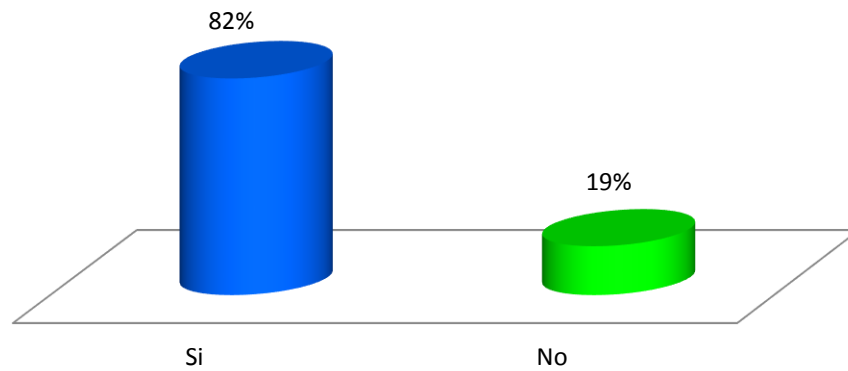
¿Qué es lo más importante para usted a la hora de comprar y escoger su ropa?

■ Comodidad ■ Diseño ■ Marca ■ Originalidad



¿Le gustaría poder encontrar en la tienda productos de Bisutería?

■ Si ■ No



ANÁLISIS CONCLUYENTE

El propósito del estudio es clasificar todos los datos obtenidos que permitan poner en manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas para llevar a una hipótesis clara y concreta para la creación de Perfect Size; con base en la encuesta podemos observar que la empresa puede satisfacer la necesidad de las personas por adquirir un producto innovador y que se encuentre al alcance de su poder adquisitivo, brindando un producto con calidad, comodidad y diseño.

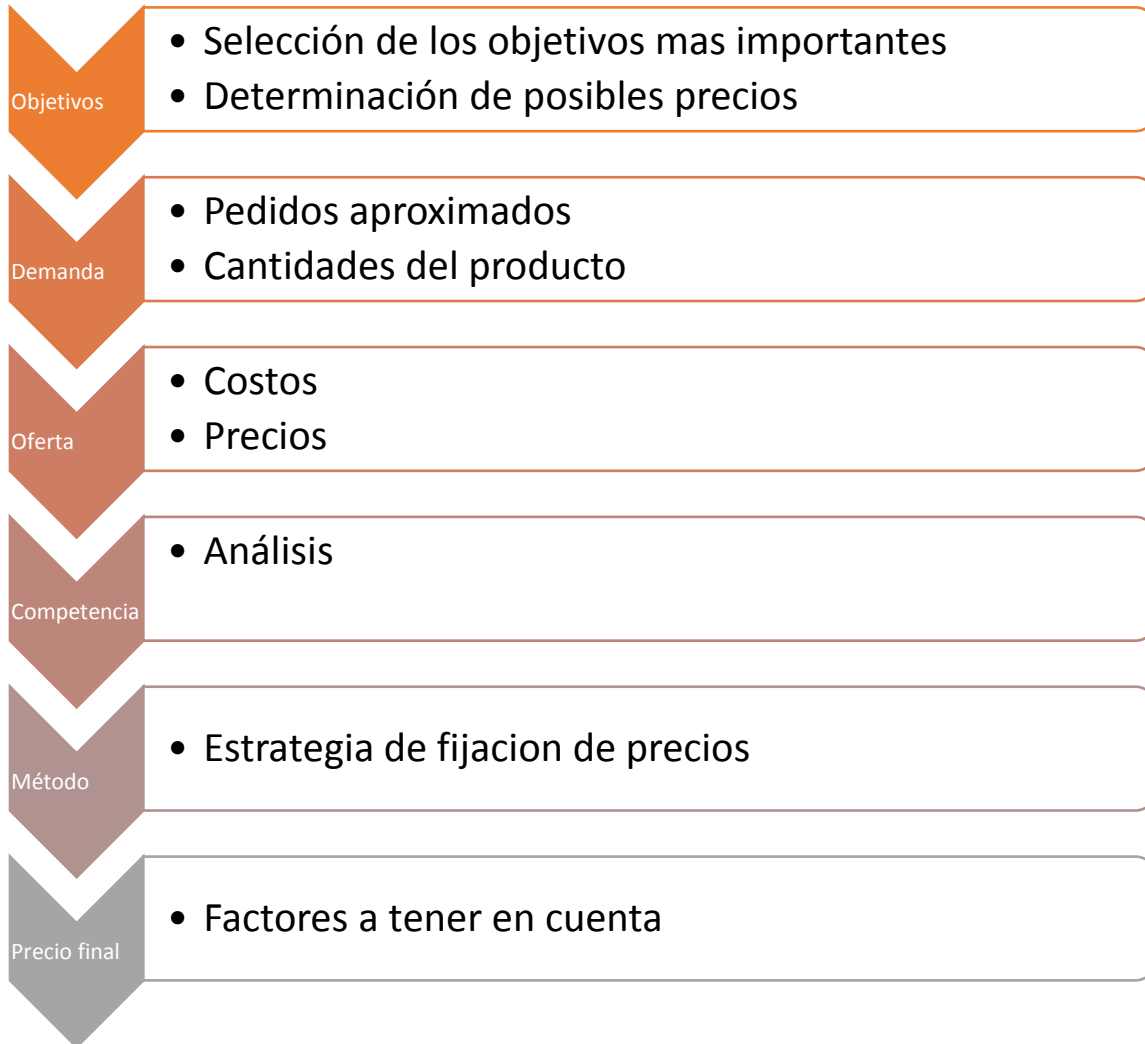
También se puede evidenciar que las personas entre 20 y 30 años tienen mayor aceptación y se identifican mayormente con el producto, igualmente la principal razón para la adquisición es que el diseño sea personalizado ajustándose a la silueta de la persona.

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

PERFECT SIZE tomara las siguientes acciones, teniendo en cuenta las necesidades del consumidor, con el fin de ofrecer prendas de vestir que sean cómodas, acorde al estilo de la persona y se ajustan a la medida corporal.

OBJETIVOS	ACCIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO	CONTROL
Incremento Inmediato	Reducción de precios (descuentos)	Área comercial	Fechas Especiales	Mensual
Satisfacción del Cliente	Realizar encuestas de satisfacción del cliente	Área comercial	Cada mes	Mensual
Producto Estable	Incrementar línea de Productos	Área de Producción	Cada 6 Meses	Semestral
Crecimiento Futuro	Innovación de Productos	Área innovación y Área de Producción	cada 6 meses	Semestral

ESTRATEGIA DE PRECIO



SELECCIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PRECIO

Perfect Size tiene en cuenta la estimación de la demanda, de los ingresos y de los costos, análisis de costos, precios y ofertas de la competencia para la determinación del precio final del producto, pues varía en cada uno de ellos.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

Esta dada por la solicitud del público o los proveedores que maneja Perfect Size para adquirir un determinado pedido, cierta cantidad de material que necesita el proveedor.

ESTIMACIÓN DE LA OFERTA, COSTOS Y PRECIOS

La marca PERFECT SIZE tiene un precio variable para los diferentes tipos de prendas que el cliente solicite (camisa, chaqueta, pantalón, chaleco etc...)

Cada costo del producto es el valor unitario que lo determina la misma empresa Perfect Size pues es el valor que se le brinda a la fabricación del producto.

SELECCIÓN DE UN MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIOS

La Perfect Size maneja la fijación de precios por líneas de productos la cual ella se encarga de comercializar la mercancía a un número limitado de precios. Este método es eficaz para ampliar el mercado agregándole nuevos usuarios a la marca.

SELECCIÓN DE PRECIO FINAL

Para escoger su precio final Perfect Size debe considerar otros factores, que incluyen la fijación de precio psicológica, la influencia de otros elementos de la mezcla de marketing sobre el precio, las políticas de precio de la empresa y el impacto del precio sobre otros participantes.

VENTAJAS DE LA FIJACIÓN DE PRECIO EN PERFECT SIZE

- Teniendo en cuenta la selección del costo final de cada prenda podría aumentar la ganancia ofreciendo su producto a clientes directos.
- Una de las ventajas de Perfect Size es el mantener el precio al público teniendo en cuenta que los diseños de la prenda y su elaboración se diferencia por nuevos estilos y la calidad de los materiales que colocan en desventaja a la competencia.

DESVENTAJAS DE LA FIJACIÓN DE PERFECT SIZE

- Cuando la unidad productiva, supone y no tiene claro el precio estipulado a cada prenda, se tiene inconvenientes con los proveedores y algunos clientes directos por el precio excesivo al producto.
- Perfect Size no tendría conocimiento de la inversión que está dando en la fabricación y comercialización textil y podría ocasionar pérdidas por la inestabilidad de los precios en sus productos.

ESTRATEGIAS DE PRECIOS PARA LÍNEAS DE PRODUCTOS

La elección correcta de una estrategia de precios es vital dentro del proceso de fijación de precios, en el caso de Perfect Size se fabrican solo productos únicos, es por esto que no se tiene

un precio estándar, debido a que el precio dependerá directamente de los materiales empleados para la elaboración del producto y el estilo que elija el cliente.

Basándose en la fijación de precios desde la evaluación de los clientes, las características y los precios de los competidores.

CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Con el fin de realizar programas de mercadeo exitosos, Perfect Size define qué productos son los que han de ofrecer al público.

POSICIONAMIENTO EN BASE A PRECIO/CALIDAD

Son cualidades del producto que Perfect Size tiene a su favor por lo implica ventajas con respecto a sus competidores como son los atributos, accesorios y garantía con relación al producto.

PRECIO				
Producto Terminado	UNIDAD	PRODUCTO	VALOR PROMEDIO	
Prenda finalizada	1	CAMISA	\$ 35.000	\$ 55.000
Prenda finalizada	1	CHAQUETA	\$ 50.000	\$ 60.000
Prenda finalizada	1	PANTALÓN CABALLERO	\$ 65.000	\$ 75.000
Prenda finalizada	1	VESTIDO	\$ 70.000	\$ 80.000
Prenda finalizada	1	PANTALÓN DAMA	\$ 60.000	\$ 70.000
Prenda finalizada	1	BLUSA	\$ 40.000	\$ 50.000
Prenda finalizada	1	COLLAR	\$ 10.000	\$ 15.000
Prenda finalizada	1	CINTURÓN	\$ 10.000	\$ 15.000

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

En el lanzamiento de nuestra marca tendremos avisos y repartiremos tarjetas de presentación donde están el logo y los números de contacto, también se publicará en las redes sociales sobre la apertura y el lugar donde nos pueden encontrar.

El local físicamente estará ubicado donde los usuarios podrán ver los productos y verificar su calidad, se implementarán los envíos a domicilio facilitando el acceso de adquirir los productos y fortaleciendo la fidelidad con los clientes, también se tendrá una tienda online para estar al alcance de todos los posibles clientes.

Para la estrategia publicitaria se ha decidido que la principal fuente de divulgación será por medio de las redes sociales, ya que el valor agregado de Perfect Size es que los productos puedan ser adquiridos a domicilio, por esta razón se creará una página web que se encontrará vinculada con Facebook, Instagram y twitter donde constantemente se dará a conocer la amplia gama de productos y sus nuevos estilos.

DESARROLLO DE MARCA

PERFECT SIZE no solo es un nombre fácil de recordar, también cuenta con una imagen que refleja estilo, elegancia y lo más importante libertad para decidir y escoger lo que más se ajuste con nuestra personalidad y forma de pensar.

Sus diversos colores quieren transmitir:

AZUL: Integridad y Serenidad

NARANJA: Alegría y Modernidad

PURPURA: Diversión y Tranquilidad

VERDE: Juventud y Seguridad.

Se implementará camisetas y gorras con el logo de PERFECT SIZE las cuales serán utilizadas por el personal no solo como sentido de pertenencia si no para incentivar y generar un grado de recordación para los clientes; apostando por un mercadeo de voz a voz que ayude al crecimiento exponencial de la marca con ayuda de los mismos clientes.

MARCA

Perfect Size

Queremos darnos a conocer como una marca seria, comprometida con la satisfacción del cliente para ganarnos su confianza y fidelidad.

LOGO



SLOGAN

“Diseño, Estilo y Realidad”

Perfect Size se define como una marca creada para diseñar prendas únicas que estén acorde con el estilo y la personalidad de los clientes haciendo realidad sus expectativas al momento de adquirir prendas de vestir.

VENTAJA COMPETITIVA

Dentro de las ventajas competitivas Perfect Size destaca los siguientes aspectos:

- **Recepción de insumos y materiales:** recibe los materiales según el convenio que haya llegado con los proveedores de acuerdo a las características y volúmenes, realizando una inspeccionando minuciosa que no se encuentren imperfectos o la calidad sea menor a la exigida.
- **Almacenaje de insumos y materiales:** Los materiales que se reciben se clasifican y ordenan según el tipo de material para la fabricación del producto solicitado.
- **Manejo y control de inventario:** Se realiza una revisión sobre las materias primas, productos en elaboración y el producto terminado.
- **Control de calidad:** Es el resultado final de la fabricación del producto y por el cual es satisfactorio para las expectativas del cliente, teniendo en cuenta las exigencias requeridas y verificando que el producto cumpla con lo deseado.
- **Fijación de precios:** se determina según las materias primas ya que Perfect Size ofrece diseños únicos.

VENTAJA COMPARATIVA

Teniendo en cuenta que a pesar de que la competencia ofrece una gran variedad de productos, Perfect Size ofrece diseños personalizados, que se ajustan a la medida corporal del cliente, también cuenta con envíos a domicilio facilitando el acceso a nuestros productos y fortaleciendo la fidelidad de nuestros clientes.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

- Localización de la competencia
- Perfil de los clientes que consumen los productos de la competencia
- Delimitación de las fechas y horas de apertura de la competencia
- Presentación de los productos ofrecidos de la competencia
- Descripción y métodos de venta y distribución de la competencia
- Conocer el peso, la presencia y la influencia dentro del sector y del mercado de la competencia.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Perfect Size ofrece descuentos que permitan atraer los posibles clientes, brindando el mejor servicio para que se sientan satisfechos y cómodos con la atención y el producto que van a obtener.

Por medio de la alianza estratégica con el SPA BEAUTY EXPRESS, Se distribuirán bonos que cuentan con un descuento del 5% en el servicio que el cliente prefiera, si el valor de su compra es superior a los \$ 50.000 pesos.

CAMPAÑA PUBLICITARIA

Se dará a conocer por medio de anuncios en internet, radio, vallas publicitarias y volantes para que la marca empiece a ser identificada por las personas; por esta razón hemos implementado camiseta y gorras con el logo de PERFECT SIZE que permitan incentivar y generar un grado de recordación para los clientes.



ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Perfect Size inicia con la producción que no es más que la transformación de materias primas en prendas terminadas para luego realizar la distribución física de los productos terminados por medio de controles en la administración de inventarios, embalaje y almacenamiento del producto para terminar con los canales de distribución que son los intermediarios a los cuales se les distribuye el producto en donde se tiene en cuenta el transporte, almacenamiento del lugar de despacho y la entrega del producto al consumidor final.

FUNCIONES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Transporte: Es el desplazamiento del producto desde la fábrica PERFECT SIZE a los vendedores.

Fraccionamiento: Los productos se dividen de acuerdo a las necesidades de los consumidores finales.

Almacenamiento: Implementar mecanismos en Perfect Size para ofrecer los productos en cualquier momento sin que los vendedores tengan un lapso de tiempo para adquirirlos.

Financiación: Es estrategia que utiliza sus clientes para la cancelación de pedidos.

Asunción de riesgos: Falta de prevención de riesgos al momento de contar con elevados productos al momento de transportar los pedidos por contar con vehículos tercerizados.

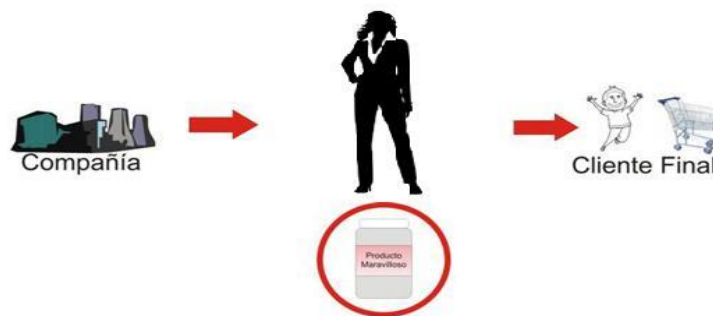
Simplificar los intercambios: Perfect Size reduce el intercambio de productos defectuosos con los intermediarios al momento de realizar el control de calidad.

Participar en actividades de marketing: Es la estrategia a proponer donde la colaboración entre fabricante y clientes por medio de herramientas publicitarias incrementara las ventas y dará a conocer los productos a nuevos mercados y por consiguiente a nuevos clientes potenciales.

Prestación de servicios adicionales: Desde sus inicios es una ventaja que tiene Perfect Size con sus intermediarios por medio de envío a domicilio, reparación e indicaciones de la utilización del producto.

CANALES

Participantes: En Perfect Size participa en primer lugar la fábrica, seguida de los vendedores que es la tienda y por último los clientes que vendrían siendo los consumidores finales.



TIPOS DE CANALES

Describe que tipo de canal maneja actualmente Perfect Size.

Canal corto : Este tipo de canal que utiliza Perfect Size es el que más utilizan los productos de consumo que se forma por dos escalones donde solo se encuentra un intermediario entre el productor y el consumidor final.

LOGÍSTICA

LOGISTICA DE ENTRADA:

- **Recepción de Propuesta de diseño:** **Perfect Size** recibe cada una de las solicitudes con nuestro intermediario quien es el vendedor y toma la idea, ya establecida la idea se pasa el área de diseño y producción
- **Recepción de insumos y materiales:** **Perfect Size** recibe los materiales según el convenio que haya llegado con los proveedores de acuerdo a las características y volúmenes, realizando una inspeccionando minuciosa que no se encuentren imperfectos o la calidad sea menor a la exigida.
- **Almacenaje de insumos y materiales:** Los materiales que se reciben se clasifican y ordenan según el tipo de material para la fabricación de prendas como: telas, hebillas, tintas, lacas, cremalleras, adhesivos, hilos, etc.
- **Manejo y control de inventario:** Se realiza una revisión sobre las materias primas, productos en elaboración y el producto terminado.

OPERACIONES:

- **Producción:** **Perfect Size** tiene en su área de producción un personal capacitado para transformar los insumos en el producto terminado; logrando alcanzar un máximo de producción sin incrementar los gastos, cumpliendo con las exigencias propuestas por los clientes con el fin de seguir siendo competitivos en el mercado.

- **Embalaje:** Cuenta con un sistema de embalaje donde la prenda es protegida al momento de ser transportado.
- **Reparación/mantenimiento de equipos:** Para que en **Perfect Size** se mantenga un servicio eficiente se debe realizar constantemente la reparación y mantenimiento de equipos.
- **Control de calidad:** Es el resultado final de la fabricación del producto y por el cual es satisfactorio para las expectativas del cliente, teniendo en cuenta las exigencias requeridas y verificando que el producto cumpla con lo deseado.

LOGISTICA DE SALIDA:

- **Procesamiento/programación de pedidos:** Va delimitada con la elaboración del producto.
- **Programación de vehículos de despacho:** Esta programación se realiza cada vez que se termina el producto simultáneamente es entregado.
- **Operación de vehículos de despacho:** Es una equipo eficiente toda vez que de esa puntualidad al entregar, así mismo seguirán incrementándose los pedidos

EJECUCIÓN COMERCIAL

PORTAFOLIO

Vestidos



Trajes



Jean



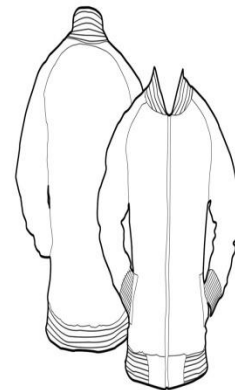
Camisas



Blusas



Chaquetas



PRECIO

Se establecerá de acuerdo a el tipo de prenda, material y tiempo en proceso de producción.

PROMOCIONES

Descuentos en fechas especiales generando un impacto para incrementar las ventas.

POP

Atracción visual a la marca para obtener mayor cantidad de clientes.

PRESENTACIÓN

Exhibir nuestra marca por medio de modelos que permitan visualizar perfectamente como se ve la prenda en una persona y no en una vitrina para obteniendo así una idea más clara de lo que busca el cliente en una prenda, también por medio de revistas o maniquíes.

EMPAQUE



HABILIDADES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS

- ✓ **COMUNICACIÓN:** Tener una comunicación asertiva generando confianza al cliente a la hora de escoger una prenda
- ✓ **CONCEPTUAL:** Capacidad de dar soluciones a problemas imprevistos
- ✓ **TRATO CON EL PERSONAL:** Buen liderazgo y capacidad de trabajar en equipo
- ✓ **REDES SOCIALES:** aprovechamiento de las redes sociales para hacer campañas Publicitarias de la marca.

PROYECCIÓN DE VENTAS

Para la proyección de ventas Perfect Size se basó en tener los gastos y los costos que requiere cada actividad promediando el valor unitario por prenda terminada para poder determinar un aproximado de ventas mensual para llegar al punto de equilibrio:

DESCRIPCIÓN		UNIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR UNIDAD	
FACTORES	UNIDAD				PRODUCTO
Inmuebles	PIEZAS	Sillas de oficina ejecutiva	1	\$100.000	\$100.000
	PIEZAS	sillas de oficina	3	\$70.000	\$210.000
	PIEZAS	Mesa central del servidor	1	\$150.000	\$150.000
	PIEZAS	Mesas	1	\$100.000	\$100.000
	PIEZAS	Tableros	1	\$40.000	\$40.000
	PIEZAS	archivador	1	\$150.000	\$150.000
	PIEZAS	maniquís torso negro	2	\$40.000	\$80.000
SUB TOTAL					\$830.000
Insumos	PIEZAS	tela impermeable	1	\$15.000	\$15.000
	PIEZAS	tela de forro (algodón)	1	\$9.000	\$9.000
	PIEZAS	Tela aislante	1	\$6.000	\$6.000
	PIEZAS	hilo	1	\$3.000	\$3.000
	PIEZAS	cremallera	1	\$1.000	\$1.000
	PIEZAS	Tóner y tintas	1	\$30.000	\$30.000
SUB TOTAL					\$64.000
Tecnología	PIEZAS	portátil Acer 14"	3	\$800.000	\$2.400.000
	PIEZAS	bombillo ahorrador	3	\$15.000	\$45.000
	PIEZAS	panel solar	2	\$45.000	\$90.000
	PIEZAS	Impresora láser blanco y negro	1	\$500.000	\$500.000
SUB TOTAL					\$3.035.000
Maquinaria	PIEZAS	maquina plana	2	\$750.000	\$1.500.000
	PIEZAS	maquina filete adora	1	\$1.098.000	\$1.098.000
	PIEZAS	Remachadora	1	\$360.000	\$360.000
	PIEZAS	Máquina de estampado	1	\$1.200.000	\$1.200.000
	PIEZAS	Tijera textil	1	\$93.000	\$93.000
SUB TOTAL					\$4.251.000
Capital de trabajo					
Gestión humana	PRESUPUESTO	Operarias	2	\$781.000	\$1.562.000
	PRESUPUESTO	Diseñador	1	\$800.000	\$800.000
	PRESUPUESTO	Administración	3	850000	\$2.550.000
SUB TOTAL					\$4.912.000
Costos fijos					
Servicios Públicos	PRESUPUESTO	LUZ	1	\$100.000	\$100.000
	PRESUPUESTO	AGUA	1	\$50.000	\$50.000
	PRESUPUESTO	INTERNET	1	\$60.000	\$60.000
SUB TOTAL					\$210.000



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



Unidad de Emprendimiento
y Liderazgo de la CUN

Arriendos o espacios	PRESUPUESTO	local de 6 x 8	1	\$800.000	\$800.000
SUB TOTAL					\$800.000
Pólizas o seguros	PRESUPUESTO	seguro todo riesgo	1	\$170.000	\$170.000
SUB TOTAL					\$170.000
Publicidad	PRESUPUESTO	seguro todo riesgo	1	\$170.000	\$170.000
SUB TOTAL					\$170.000
TOTAL					\$14.442.000

PRODUCTO FINAL PREFECT SIZE				
PRODUCTOS	Descripción	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tela	Metro	1,5	\$15.000	\$22.500
Tela de forro (algodón)	Metro	1,5	\$9.000	\$13.500
Tela aislante	Metro	1,5	\$6.000	\$9.000
Hilo	Metro	1,5	\$3.000	\$4.500
Tinte para estampado	5 grm	1	\$1.000	\$1.000
Cremallera		1	\$1.000	\$1.000
Botones		10	\$50	\$500
Mano de obra	Operaria(hora)	1	\$3.250	\$3.250
Servicio publico	Luz(día)	1	\$3.333	\$3.333
TOTAL			\$17.633	\$22.583
OTROS GASTOS				
PRODUCTOS	Descripción	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARRIENDO	día	1	\$26.667	\$26.667
POLIZAS		1	\$5.667	\$5.667
TOTAL			\$32.334	\$32.334
TOTAL				\$54.917

ADICIONAL				
PRODUCTOS	Descripcion	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Collar	terminado	1	\$15.000	\$15.000
Cinturón	terminado	1	\$9.000	\$9.000

PUNTO DE EQUILIBRIO				
Mes	Producto Terminado	Unidades producidas	Venta	Valor total
1	Prenda finalizada	30	\$ 54.917	\$ 1.647.510
2	Prenda finalizada	30	\$ 54.917	\$ 1.647.510
3	Prenda finalizada	30	\$ 54.917	\$ 1.647.510
4	Prenda finalizada	30	\$ 54.917	\$ 1.647.510
5	Prenda finalizada	30	\$ 54.917	\$ 1.647.510
6	Prenda finalizada	30	\$ 54.917	\$ 1.647.510
7	Prenda finalizada	30	\$ 54.917	\$ 1.647.510
8	Prenda finalizada	30	\$ 54.917	\$ 1.647.510
9	Prenda finalizada	30	\$ 54.917	\$ 1.647.510
TOTAL				\$ 14.827.590

POLÍTICAS DE CARTERA

Perfect Size no cuenta con unas políticas de cartera estructuradas ya que el pago se deberá realizar en el momento de adquirir el producto,

Sin embargo y como estrategia de mercado cuenta con las siguientes condiciones:

CONTADO:

Si el cliente cancela la totalidad del producto en el momento de la solicitud, el proceso de diseño y elaboración es mucho más ágil.

CRÉDITO:

1. El cliente deberá cancelar como mínimo el 50 % del valor del producto para iniciar con su proceso de elaboración, y se entregará cuando cancele el valor total de la compra.
2. Si durante el proceso de elaboración se incurre en gastos adicionales, estos deberán ser notificados el cliente para su aprobación.
3. El cliente podrá realizar abonos parciales para iniciar con el proceso de diseño del producto deseado, después de completar el 50% del valor de la compra se iniciará con el proceso de elaboración y posteriormente se entregará el producto cuando el cliente cancele la totalidad del valor acordado.

PRESUPUESTO DEL PLAN DE MERCADO

Perfect Size en su plan de mercadeo tiene un presupuesto estimado para la divulgación de información acerca de los productos garantizando el reconocimiento y permanencia de los clientes, para ello desarrollo los siguientes objetivos y actividades, las cuales les permitirá establecer el flujo de información y evaluación de la calidad de sus productos.

OBJETIVOS:

- Incremento en la participación de mercado, rentabilidad y volumen de ventas.
- Nivel de satisfacción y fidelización de clientes.
- Mejoras en la cobertura de distribución, la penetración, los beneficios o el margen de contribución (diferencia entre el volumen de ventas y los costos variables.)
- Notoriedad e imagen del producto.
- Posición relativa de mercado que queremos alcanzar.
- Dimensión mínima deseada para seguir en el mercado.

BIBLIOGRAFIA

- ✓ Tomado OnLine <http://definicion.de/flexibilidad>. (s.f.).
- ✓ Autores: Julián Pérez Porto y María Merino, Publicado: 2009, Actualizado: 2012.
- ✓ Tomado OnLine <http://definicion.de/tela>. (s.f.).
- ✓ Autores: Julián Pérez Porto y Ana Gardey, Publicado: 2009, Actualizado: 2013.
- ✓ Tomado OnLine <http://www.definicionabc.com/general/duracion.php>. (s.f.).2007.2017
- ✓ Tomado OnLine <https://educalingo.com/es/dic-it/pashmina>
- ✓ Tomado OnLine <https://es.oxforddictionaries.com>