

ANGELOVE

DR CAROLINA PEREZ

BARBARA JULIETH TELLEZ GIL
NIDIA GLEIDYS MONDRAGON VARGAS

Corporación Unificada Nacional CUN
Tecnólogo Profesional en Contaduría Pública
Bogotá, 2012.

RESUMEN

ANGELOVE es una empresa de lencería para el hogar, de origen colombiano constituida con el fin de brindar una óptima calidad y variedad en sus diseños, en nuestra línea navideña encontraras los más diversos estilos, colores, modelos y lo que es mejor a muy buen precio que no tienen competencia en el mercado.

La empresa ANGELOVE a nivel profesional es una empresa capacitada en lencería, enfocada en productos para el hogar en todas las épocas del año, dejando un espacio no menos importante para la confección de lencería con estilos navideños en la temporada más alegre del año “navidad” para dar satisfacción, alegría y comodidad a todos nuestros clientes en general; para cumplir nuestro propósito siempre trabajaremos con esmero y dedicación.

Nuestros principales valores son: La Responsabilidad, La Calidad y La innovación haciendo de esta una empresa con bases netamente familiares.

INTRODUCCION

Dentro de este mundo globalizado, las empresas para sobrevivir y las nuevas inversiones que ingresan al mercado para poder desarrollarse, deben de orientar sus esfuerzos a ofrecer servicios de valor agregado o nuevas formas de comercializar los productos, hacia canales de distribución más asequibles a los compradores y fáciles de adoptar por sus productores, pero manteniendo la calidad y los niveles en los precios.

Ante esto, las oportunidades para nuevas empresas que contemplen esta idea como la base para ingresar al mercado, podrán tener amplias fortalezas si las aprovechan para conjugarlas en su beneficio. Así se tiene que como principio se ha concebido una idea de negocio que se origina en la explotación de un método alternativo de venta, el cual dirige a la fuerza de comercialización hacia el comprador por medio de la venta directa de puerta a puerta u oficina en oficina a través de un catálogo lencería para su hogar.

Por lo que se presenta una opción dentro de este tipo de productos, a partir de una línea de vestuario para adornar su residencia familiar con cortes innovadores, de gran calidad y con preciosos acabados, de tal forma que satisfagan la necesidad de belleza y novedad de las clientas. Por lo tanto se buscará introducir una línea de productos con diseños originales de marca propia, la cual ingresara al mercado con tendencias actuales de la moda y el diseño, y las combine con excelentes acabados y materiales cuidadosamente seleccionados.

Por lo tanto se tiene que en este proyecto se tomará muy en cuenta diversos aspectos sobre el negocio, los cuales tienen que ver principalmente con el análisis sobre la creación de la empresa, las consideraciones de marketing y financieras, aspectos sobre la introducción del producto propio y que variables se tomaran en cuenta para el desarrollo de este en el mercado local.

JUSTIFICACION

Con estos productos se pretende buscar una nueva imagen en lencería para los hogares, ya que estos son de vital necesidad para que tengan una apariencia agradable, y a través del tiempo esto ha dejado de ser un lujo para convertirse en una moda, la cual es bastante costosa ya que se encuentran en sectores de estatus alto, donde se producen y comercializan estos productos haciendo difícil la adquisición por el factor económico de sectores inferiores.

Se busca que nuestros productos sean de la mejor calidad con una mano de obra y materiales más económicos de origen nacional y así puedan ser adquiridos por cada uno de nuestros clientes a nivel local y en diferentes niveles socioeconómicos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo podemos aplicar los conocimientos adquiridos en nuestra carrera para así poder generar empleo e ingresos para nuestro beneficio?

La respuesta a este interrogante solo la podremos obtener cuando nuestra empresa esté en marcha, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y aumentando nuestros ingresos. Sabemos que para poder lograr cada uno de nuestros propósitos requerimos de tiempo, esfuerzo, dedicación y sacrificio; ya que la competencia es bastante alta y variada, debemos siempre ser innovadores y creativos en cada uno de los procesos que apliquemos y así poder entrar a competir en el mercado.

ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

OBJETIVOS GENERALES

Implementar y mantener un eficiente sistema operacional (incluyendo la mejora de calidad continua de nuestros productos). Derivado de las estrategias de nuestra empresa y manteniendo mediante un plan que garantice la correcta aplicación de controles durante los procesos internos de fabricación y comercialización, enfocados en la satisfacción del cliente y el incremento de la productividad.

BUSCAMOS

- Asegurar la total satisfacción de nuestros clientes en términos de calidad, servicios y costos.
- Mejorar y optimizar los procesos productivos y de comercialización.
- Trabajar bajo un esquema de procesos, siendo más flexibles y rápidos en la entrega de productos a nuestros clientes.
- Integrar a todos los colaboradores en los procesos de mejora continua.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer los aspectos básicos de nuestros diseños.
- Implementar y mantener eficientemente nuestra empresa.
- Tener satisfechos nuestros clientes en general con nuestros productos.

MISIÓN

ANGELOVE busca ser una empresa diseñadora de los mejores productos en arreglos de lencería para el hogar y de esta manera satisfacer las necesidades del cliente. Innovando con calidad y estilos nuestros productos ofrecidos al público. Buscando comercializar los productos en los almacenes y a las clientas, a través de un catálogo o simplemente por encargo e idea de nuestros clientes.

VISIÓN

Ser una empresa con prestigio y reconocimiento por la variedad de los productos elaborados por la empresa, cumpliendo con óptima calidad y requerimientos del cliente y del mercado, aumentando nuestra cobertura y participación a nivel local proyectada al año 2.017. Manteniendo ventajas competitivas, al igual que contribuyendo con el desarrollo profesional y humano del personal involucrado en esta tarea.

VALORES

Hemos examinado cuidadosamente la historia y cultura de nuestra empresa y se han extraído tres valores esenciales: “Responsabilidad, calidad e innovación”.

Podemos analizar el más alto rendimiento con ética para cada uno de nuestros valores, con unos principios claros que guían nuestro proceso de toma decisiones y conducta en la vida de los negocios. Debemos adoptar estos valores y asegurarnos de que estén en todo lo que hacemos.

Responsabilidad:

- Cumplimos con la ley.
- Respetamos la dignidad de todas las personas.
- Dirigimos nuestro negocio de manera honesta y transparente somos correctos en nuestras relaciones con la competencia y los clientes.

Calidad:

- Cumplimos con los requerimientos de los clientes.
- Somos disciplinados y actuamos de manera rápida y dedicada.
- Siempre procuramos el mejoramiento de la calidad perfecta.
- Somos apasionados.

Innovación:

- Creamos innovaciones que le brindan a nuestros clientes una ventaja competitiva y exclusiva.
- Somos creativos y abiertos a nuevas ideas.
- Marcamos tendencias.

MARCO REFERENCIAL

MARCO TEÓRICO

HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN COLOMBIA

La industria textil y de confección es uno de los sectores industriales con mayor tradición y dinamismo en la historia económica colombiana.

Desde el comienzo de este siglo, empresas textiles aportaron al país fuentes de generación de empleo y creación y utilización de nuevas tecnologías. La industria textilera empezó produciendo con hilazas importadas, luego emprendió el proceso de integración vertical que dio paso a la autosuficiencia en los años 50. Desde entonces empezó el crecimiento de la industria algodonera y posteriormente el comienzo de las fábricas productoras de fibras sintéticas y artificiales.

En los últimos años la industria textil ha enfrentado dificultades debido a la competencia del contrabando y otras prácticas desleales del comercio como el dumping, que han desplazado al productor en el mercado nacional. La industria de la confección ha sido afectada, entre otras cosas, por las importaciones de saldos de países como Estados Unidos, de ropa usada y contrabando (en muchos casos relacionados con el lavado de dólares), y especialmente por las piraterías de muchas marcas.

Estos factores le han restado competitividad y han creado inestabilidad en las empresas del sector.

En contraste, en los mercados internacionales, la producción textil colombiana avanzó positivamente con un crecimiento sostenido de sus exportaciones en 1992 y 1993. Desde 1980, año en que el gobierno hizo una apertura de aduanas que coincidió con una recesión de la economía mundial, la industria textil se encontró en medio de una seria crisis que obligó a iniciar un programa de modernización de sus procesos productivos y administrativos, con grandes inversiones, y una importante reducción de costos para enfrentar decididamente la competencia internacional. En 1992 se suprimieron los controles aduaneros y se provocó un cambio radical en la visión de la competencia internacional, obligando a las empresas del sector a continuar con la modernización y reconversión industrial para elevar sus niveles de productividad, calidad y competitividad con la finalidad de hacer frente a las exigencias de la globalización de los mercados.

Los datos más recientes del sector no son muy favorables. En el año 1998 se registró un aumento de las pérdidas del sector, siendo el crecimiento de la industria manufacturera en 1998 de un -1%. La mayoría de las compañías textiles sólo pudo cumplir con el 70% de sus objetivos de ventas. El denominador común fue la desaceleración muy fuerte de las ventas y el aumento del contrabando que representa el 30% de las mismas. Y a esto se suma el hecho de que las principales empresas

del sector no han podido superar los males estructurales que las afectan; exceso de personal, obsolescencia de algunos de sus equipos y líneas de producción, y otros como la baja demanda.

Por otra parte, la actual situación de necesidad económica está afectando mucho al sector, la tasa de cambio revaluada sigue dificultando las exportaciones e imposibilitando muchos negocios e inversiones en maquinaria. Y si el gobierno no toma medidas urgentes y efectivas contra el contrabando, habrá pocas empresas que puedan sobrevivir, con excepción de las más competitivas. Pero cabe detallar más estos problemas.

Las condiciones adversas que afectan al sector son varias. Después de la apertura económica se disminuyeron los aranceles proteccionistas hasta los actuales 5, 15 o 20%, para desmotivar el contrabando. La teoría del gobierno para tal acción consistía en que una baja de los aranceles, y por tanto, de los beneficios de los contrabandistas, desmotivaría a éstos y se reducirían las entradas ilegales de materiales a Colombia. Pero la reacción no fue la prevista, y el contrabando siguió por dos motivos. Por un lado el contrabando abierto o introducción de producto ilegalmente se siguió dando, en menor cuantía pero no cesó, y por otro lado aumentó el contrabando técnico; el producto entra legalmente pero las características declaradas en las aduanas no son las auténticas, de forma que los productos entran por un valor menor del real y se venden a precios más elevados. El sistema de precios mínimos internacionales no ha funcionado para controlar este contrabando técnico, ya que son sumamente inconstantes y se ven sometidos a continuos cambios. Los sobornos en las aduanas son una práctica usual que tanto benefician al contrabandista como perjudican al importador legal, ya que muchas veces se ve obligado a pagar para agilizar los trámites burocráticos. Un segundo problema es la evolución del tipo de cambio del peso colombiano frente al dólar USA. La inflación media anual desde principios de la década ha sido de alrededor de un 20% anual, mientras que la devaluación ha estado en torno a un 4 o 5%. Por este motivo se han dificultado las exportaciones a países con economías más estables e inflaciones más controladas.

Un tercer problema es la elevada tasa de interés, que por un lado ha elevado los costes de los créditos que necesitan las empresas para renovar maquinaria, importar materia prima o pagos a proveedores en general, y por el otro, ha ocasionado una contracción de la demanda como consecuencia de la recesión que ha provocado en la actividad económica.

Otros problemas internos vienen en muchas ocasiones derivados de la situación económica nacional y de la legislación que afecta al sector:

Maquinaria obsoleta o poco competitiva que no se puede renovar por falta de capital, plantilla excesiva que no se puede reducir rápidamente por problemas legislativos, y dificultad en las exportaciones por la falta de competitividad derivada de la situación de las economías vecinas. Ecuador, Venezuela y otros países han venido sufriendo fuertes devaluaciones de sus monedas que han hecho disminuir sus importaciones colombianas y a la vez aumentar sus exportaciones por precios más competitivos. En resumen, las dificultades del sector textil provienen de dos

hechos principalmente, la recesión y los problemas estructurales, de forma que se ha iniciado una especialización. El futuro del sector textil no está muy definido, dado que las dificultades por las que está atravesando son consecuencia en gran medida de la situación de la economía en general.

El Ministerio de Comercio Exterior ha iniciado una campaña cuyo lema es

“Dupliquemos las exportaciones”, pero el sector textil no lo tiene muy fácil por todo lo mencionado anteriormente. Pero sí se están fijando objetivos, y entre ellos está la especialización. Muchos sectores de la economía colombiana aún arrastran los vicios de un mercado cerrado, como era exportar por oportunismo (jugaban con los tipos de cambio, exportaban una tirada de producto por suerte pero sin estudios y seguimientos previos y posteriores, se fijaban como objetivo sólo la demanda nacional que les resultaba suficiente para seguir adelante, etc.). Aún produce lo que pide el mercado, sin tener en cuenta parámetros de eficiencia o ineficiencia, cantidades, calidades... Esta especialización supone una reducción gradual del número de referencias o gama de productos de las empresas. Algunas de ellas han disminuido su variedad en más del 50%. Y se intenta concienciar a los empresarios que las exportaciones jugarán un papel fundamental en el futuro de sus firmas.

MARCO CONCEPTUAL

LENCERÍA

Conjunto de prendas de tela, hilo, algodón u otras materias.
Establecimiento en el que se hace o se vende este tipo de ropa.
Ropa blanca para la mesa, la cama o el baño.

ENCAJE

El encaje propiamente dicho se diferencia del bordado sobre malla o sobre cualquier tela muy transparente en que no exige un tejido previo.

BORDADO, DA

El bordado es un arte que consiste en la ornamentación por medio de hebras textiles, de una superficie flexible

BORDAR

Adornar una tela o piel con bordados.
Ejecutar algo con arte y perfección.

ACRÍLICO

Es una fibra sintética muy utilizada en el textil por sus propiedades de alta resistencia, fácil lavado y fácil planchado a baja temperatura.

ALGODÓN

El algodón es un tejido natural de origen vegetal que proviene de la planta con el mismo nombre, cultivo de los más antiguos que existen. El tejido que se extrae de esta planta se caracteriza por su suavidad, por ser fresco y transpirable y por su alta resistencia al uso y los lavados. Su calidad depende de la fineza del hilo (que se “peina” y se trabaja para refinarlo) y del origen del mismo, ya que cuanto más largas son las fibras de la planta, más fino es el algodón que se extrae de ella.

ALGODÓN PERCAL

El percal es la forma de tejer el tejido de algodón que se construye con hilos más tirantes y más juntos, lo que le confiere a la tela más firmeza y a la vez suavidad, sin brillos. Otra característica del algodón percal es su fácil lavado y su alta resistencia, superior a la del algodón común.

ALTA COSTURA

Los productos de alta costura de Textura son todos los productos de gama alta que por su composición o trabajo de alta calidad se distinguen del resto.

BAMBÚ

El tejido de bambú es de origen vegetal y se extrae de la planta de bambú, propia de países tropicales. Tiene propiedades protectoras, ya que es antibacteriano e hipoalergénico, especialmente indicado para los que sufren alergias. Es muy suave al tacto, fresco y transpirable.

Las toallas con bambú secan mucho mejor y tienen mejor aspecto que las de rizo de algodón.



BORDADO

Los bordados son los tejidos que se adornan realizando una labor de relieve en las telas. Esta labor se realiza por medio de fibras textiles (de algodón, poliéster, seda...) que conforman el dibujo. El tejido puede estar bordado a mano o a máquina.

BOUTI

Colcha o cubrecama acolchado, normalmente el acolchado es de unos 125gr. Y puede ser de fibra hueca o algodón. Cuanto más gramaje de relleno, más volumen adquiere la colcha. Su aspecto acolchado y blando viste la cama con un acabado más elegante y confortable.

CHAMBRE

El tejido chambray se realiza mezclando dos colores diferentes en la trama (conjunto de hilos que, cruzados y enlazados con los de la urdimbre, forman una tela) y la urdimbre (hilos que se colocan en el telar de forma longitudinal).

CHENILLA

Hilado caracterizado por su estructura muy voluminosa. Estos tejidos llamados “falsos terciopelos” se construyen usando felpillas (cordones tejidos con pelo como la felpa), el resultado es un tejido aterciopelado, con un ligero brillo y muy suave al tacto.

CROCHET

Los tejidos de crochet o ganchillo son aquellos realizados mediante una técnica para tejer labores con hilo o lana que utiliza una aguja corta y específica, el ganchillo, de metal, plástico o madera. Se puede realizar casi cualquier forma, dibujo o cenefa.

ESTAMPADOS

Los estampados son los tejidos lisos (blancos o de color) a los que se les imprime un dibujo grabado previamente en unos cilindros. El dibujo se imprime únicamente por una sola cara.

FLAME

El Flame es un hilo, en Textura siempre 100% algodón, que se trabaja para que tenga diferentes grosores e irregularidades, lo que le confiere un bonito efecto visual parecido al del lino y diferente al de las sábanas de algodón convencionales.

JACQUARD

El Jacquard es un tejido con el dibujo hecho por el propio telar. El dibujo forma parte de la propia estructura del tejido. Puede tener cualquier forma o diseño. Los hilos que se usan son incluso más finos que el percal. El resultado es un acabado elegante y muy suave para la piel.

LANA

La lana es una fibra natural que se obtiene de las ovejas. Al ser un aislante natural, es una fibra térmica de la que se obtiene un tejido esponjoso, flexible y muy suave, utilizada sobretodo en épocas invernales por su alta capacidad de abrigo. Los tejidos de lana son muy longevos por la elasticidad de sus fibras y repelen el polvo.

LINO

El lino es una fibra natural que se extrae del tallo de la planta con el mismo nombre. El resultado es una fibra ligera, poco tupida, transpirable y muy fresca, que absorbe la humedad con facilidad y tiene propiedades antibacterianas y aislantes del calor. Además, el lino pertenece a las fibras naturales de origen vegetal y sus propiedades naturales son tales que lo hacen duradero y no se destruye con el tiempo. Al comprar un artículo de lino se puede estar seguro no tan solo que durará mucho tiempo sino que conservará su magnífico aspecto. Los artículos de lino no amarillean con el tiempo y con cada lavado solo se vuelven más suaves y blancos. Su aspecto es peculiar y muy bonito.

LONETA

La loneta es una tela que se caracteriza por su alta resistencia y su dureza, su aspecto y su tacto son muy similares al del algodón. Su uso es ideal para prendas que necesitan ser resistentes, como los faldones de cama.

MOHAIR

Tejido que se hace con pelo de cabra de angora, que tiene el pelo liso y sedoso. El tejido de Mohair se caracteriza por su textura esponjosa y ligeramente peluda. Por su riqueza se puede combinar con otros tejidos. El resultado final es una lana suave y esponjosa al tacto.



NYLÓN

El nylon es una fibra textil sintética. Se caracteriza por ser elástica y resistente, no la ataca la polilla, no precisa planchado y se utiliza en la confección tejidos y telas de punto.



PAJA

Es la caña de los cereales, seca y separada del grano. Con ella se pueden fabricar objetos, especialmente de cestería.

PANA

La pana es un tejido normalmente de algodón, que se caracteriza por ser más grueso y por formar surcos sobre la superficie, en general formando rayas. Su tacto es muy suave, bastante parecido al del terciopelo.

PATCHWORK

El patchwork se realiza cosiendo trozos de retales de distintos colores, dibujos y formas. También se suelen mezclar distintos materiales; como lino, algodón, terciopelo, etc. Normalmente están confeccionados a mano, por lo que no hay ninguna prenda igual. El resultado es un bonito y original efecto visual.

PIQUÉ O NIDO DE ABEJA

El piqué es un tejido, normalmente de algodón, con cualquier efecto de relieve hecho por el telar con el que se construye la tela. El relieve puede formar cuadros, rayas, topes u otras formas geométricas. El más común es el nido de abeja que forma cuadros. Suelen ser tejidos con gramaje un poco más alto por tener muchos hilos.

POLIÉSTER

El poliéster es una fibra sintética muy utilizada en el textil por sus propiedades de alta resistencia, fácil lavado y muy fácil planchado.

SEDA

La seda es una fibra natural de origen animal que produce el gusano de seda en forma de hilo muy fino. El aspecto brillante y terso de la seda, y por lo cual es muy valorada, se debe a la estructura prismática triangular de sus fibras, que le permite reflejar la luz que incide sobre ésta en diferentes ángulos. Debido a su estructura con ella se tejen telas de alta calidad y extraordinaria resistencia. Su aspecto es brillante y admite muy bien el color, por lo que se obtienen colores muy sólidos. El tejido es muy suave al tacto y tiene mucha caída, además de ser resistente y un buen aislante.

TEFLÓN

El Teflón es el tratamiento que se aplica a la prenda para impermeabilizarla, de este modo, el resultado es una tela anti manchas que repele los líquidos.

TEJIDO

El tejido es la prenda que se ha construido entrelazando o tejiendo sus hilos, filamentos o fibras, previamente tintados. Estos hilos se trabajan normalmente en un telar, que construye la tela con la forma, cenefa o dibujo que se quiera producir. El derecho y el revés tienen el mismo aspecto y el color es más duradero que en el estampado. Los tejidos más habituales suelen ser las rayas y/o los cuadros. Además con los hilos tejidos se obtiene una mayor suavidad de las prendas.

TERCIOPELO

El terciopelo es un tipo de tela tupida y velluda en la cual los hilos se distribuyen muy uniformemente, con un pelo corto y denso, dándole un tacto muy suave y un aspecto muy elegante. El terciopelo se puede hacer de cualquier fibra y se teje en un telar especial. Se recomienda su lavado en seco.

VINILO

Material sintético (no textil) plastificado.

VISCOSA

Es una fibra semi sintética que se obtiene a través de un procesamiento químico que se realiza a la celulosa, resultando un tejido suave y ligero.

PRODUCTOS

LENCERÍA

Juegos de baño, juegos de cocina, manteles, caminos de mesa e individuales, pie de árbol y en general todo tipo de lencería para todas las épocas del año.





DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO

Para estos productos se realiza el siguiente proceso:

- Formar moldes en el papel de trazo.
- Tomar materia prima (tela)
- Extender material sobre mesa de corte, varias capas dependiendo la cantidad de tallas a confeccionar.
- Colocando los moldes sobre la tela realizamos el corte de esta.
- Pasamos a la parte de confección, donde se ensamblan las partes antes cortadas y se le da forma a la prenda que se esté realizando.
- Luego este producto pasa por control de calidad para aprobar su elaboración.
- Pasa a etiquetado, empaque y por último a exhibición para su mercadeo.

PLAN DE CAPACITACIONES

Con la realización de actividades de capacitación se buscara que la empresa, sean conscientes de la necesidad de trabajar, y mejorar de los productos, con el fin de satisfacer a cada uno de sus clientes.



ANALISIS DE MERCADO

OBJETIVOS

Con este proyecto se pretende lograr una mejor calidad de vida y ganancias para las personas pertenecientes a esta empresa que hacen parte de la fabricación y comercialización del producto.

Se desea incursionar principalmente en el municipio de Soacha Cundinamarca, ya que es el punto donde inicialmente se encuentra ubicada y posteriormente a nivel local.

COMPETENCIA

Los principales competidores, directos y relevantes tanto en almacenes de ventas como por catálogo, en nuestro mercado empresarial son:

- B. OLIVEROS LENCERIA
- CR14 A 83-48, BOGOTÁ
- ALMACÉN LINOS CL 83 14-17, BOGOTÁ
- SUEÑO ROSA
- NOVAVENTA

Además todo tipo de almacén de productos de lencería para el hogar a nivel de barrios, centros comerciales y almacenes de cadena.

FORTALEZA DEL PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA:

Las ventajas que tienen nuestros productos frente a otras empresas similares del sector son los tiempos de entrega, puntualidad, los precios bajos y la atención personalizada a nuestros clientes, además la variedad e innovación de los productos.

DEBILIDAD DEL PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA:

La empresa y los productos son desconocidos en el mercado local.

ANALISIS DOFA



SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

BASE DE SEGMENTACION	CATEGORIA
Nacionalidad	Colombia (inicialmente)
Municipio, ciudad y departamento	Soacha, Bogotá, Cundinamarca
Tamaño del área geográfica	El territorio municipal, según el último plan de ordenamiento territorial, se encuentra dividido en la zona urbana con una extensión de 22. Km ² ; y la zona rural con un área de 161. Km ² ; para un total de 183 Km ² .
Densidad	433.992 habitantes
Tipo de población	Rural y Urbana
Idioma	Español
Clima	Templado

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

BASE DE SEGMENTACION	CATEGORIA
Edad	entre los 15 a 60 años
Sexo	mujeres (inicialmente)
Clase social	Baja superior, media inferior y superior, media alta, alta y alta superior
Estado civil	TODOS LOS ESTADOS, casadas, solteras, unión libre, divorciadas y viudas.
Tamaño de la familia	Pareja sin hijos, con un hijo, con dos o más de dos hijos.

ENCUESTA DE MERCADEO

DATOS DEL ENCUESTADO

Nombre: _____ **Edad:** _____ **Sexo:** _____

- 1) De los siguientes negocios cuál cree usted que necesita el barrio?
 - A) Almacén de lencería para el hogar
 - B) Sastrería
 - C) Uniformes de dotación
 - D) Otros

- 2) En caso de tener el negocio elegido cuanto sería su presupuesto para adquirir los productos.
 - a) \$50.000
 - b) \$100.000
 - c) \$150.000
 - d) Otros

- 3) Con que frecuencia compra este producto
 - a) Trimestral
 - b) Semestral
 - c) Anual
 - d) Otro

- 4)Cuál es el sitio donde acostumbra desarrollar esta clase de compras.
 - a) Tienda de barrio
 - b) Almacenes de cadena
 - c) Almacenes reconocidos
 - d) Por catálogo.

- 5) Que otros almacenes o servicios le gustaría encontrar en nuestro barrio
 - a) Solo ropa interior y pijamas
 - b) Solo lencería para el hogar
 - c) Deportivo
 - d) Otros

6) Con que tela le gustaría que fuera elaborado este producto

- a) Licra
- b) Satín
- c) Algodón
- d) Otros

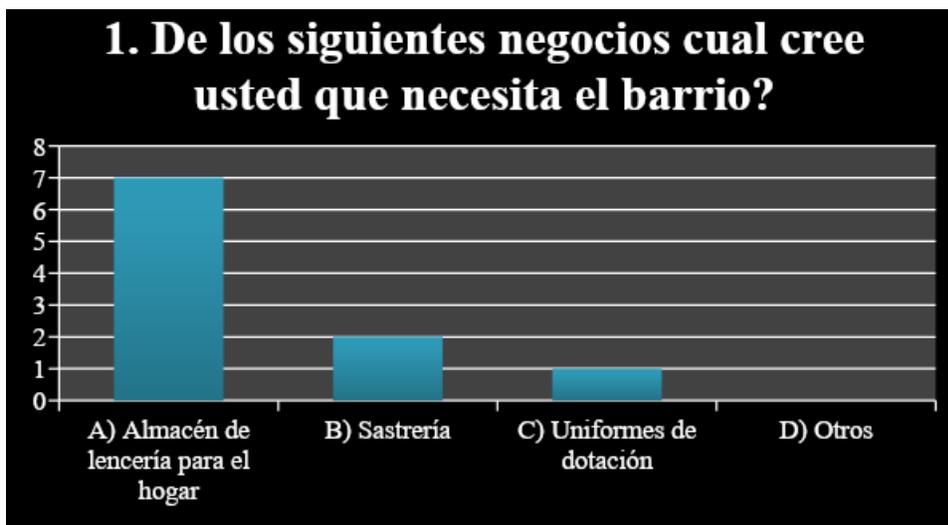
7) Para que edades le gustaría nuestros productos

- a) Niños
- b) Adolescentes
- c) Adultos
- d) Para toda la familia en general.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

1. De los siguientes negocios cuál cree usted que necesita el barrio?

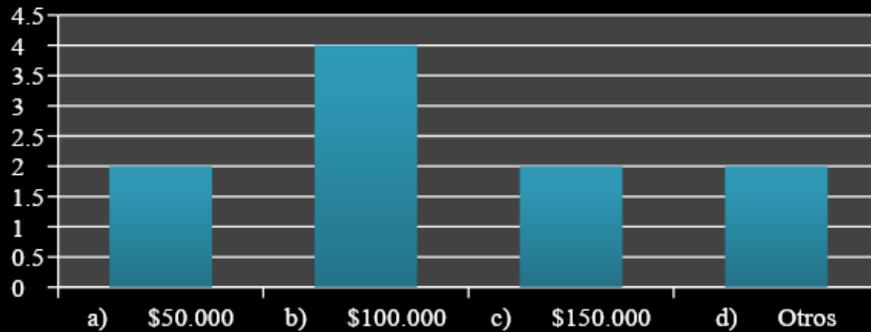
A) Almacén de lencería para el hogar	7
B) Sastrería	2
C) Uniformes de dotación	1
D) Otros	0



2. En caso de tener el negocio elegido cuanto seria su presupuesto para adquirir los productos

a) \$50.000	2
b) \$100.000	4
c) \$150.000	2
d) Otros	2

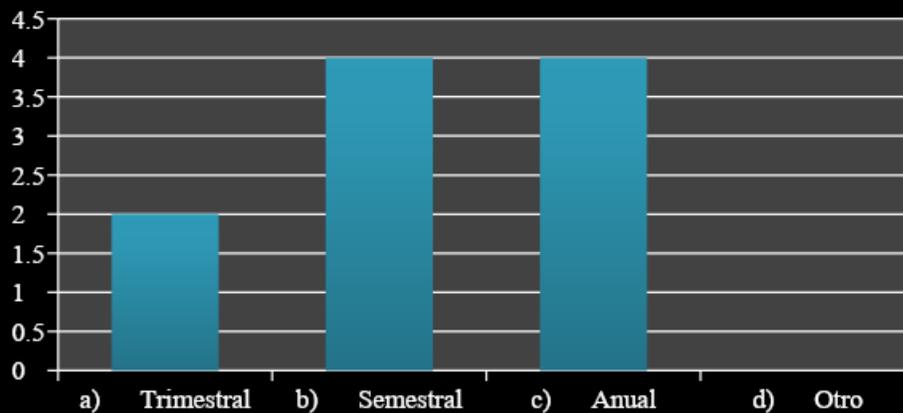
2. En caso de tener el negocio elegido cuanto sería su presupuesto para adquirir los productos



3. Con que frecuencia compra este producto

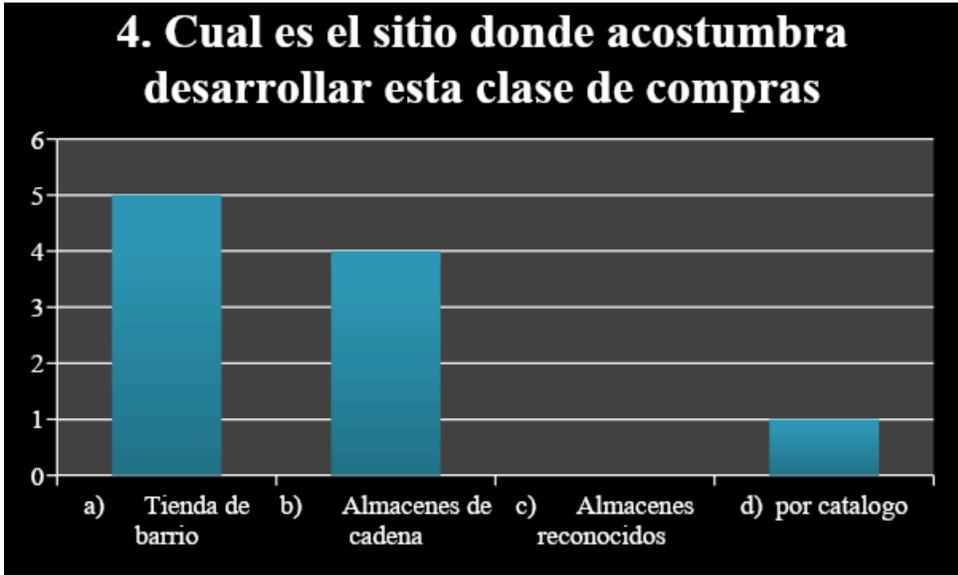
- | | |
|---------------|---|
| a) Trimestral | 2 |
| b) Semestral | 4 |
| c) Anual | 4 |
| d) Otro | 0 |

3. Con que frecuencia compra este producto



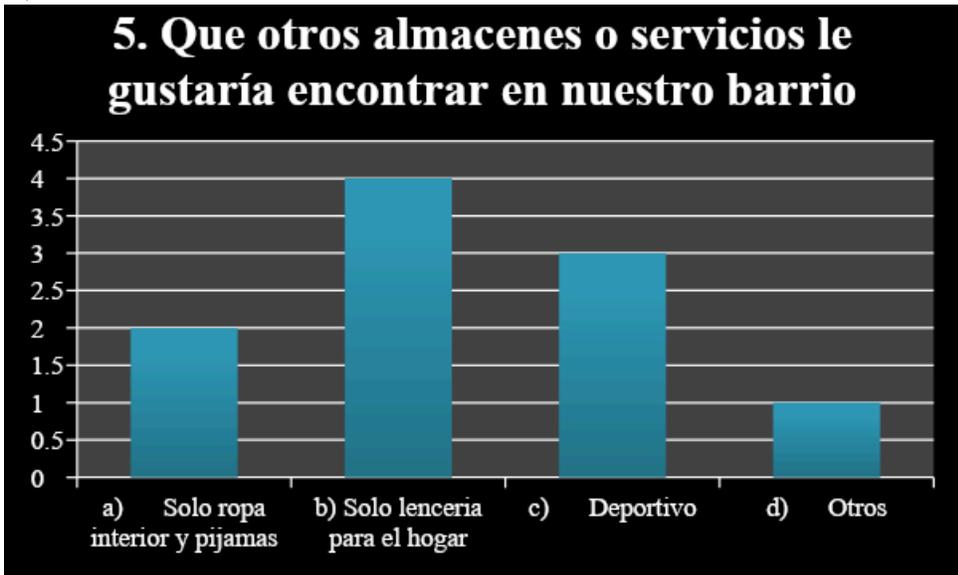
4. Cuál es el sitio donde acostumbra desarrollar esta clase de compras

- | | |
|--------------------------|---|
| a) Tienda de barrio | 5 |
| b) Almacenes de cadena | 4 |
| c) Almacenes reconocidos | 0 |
| d) por catalogo | 1 |



5. Que otros almacenes o servicios le gustaría encontrar en nuestro barrio

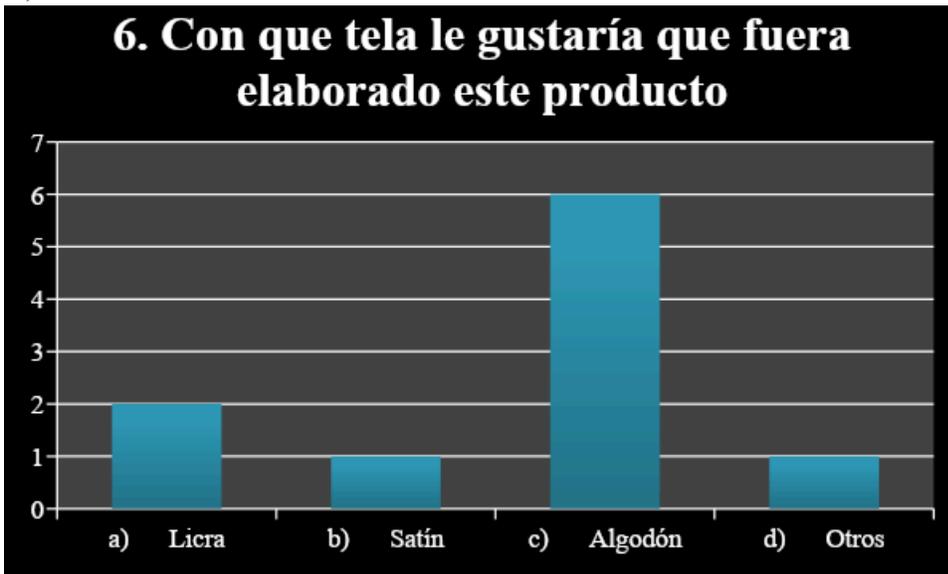
- a) Solo ropa interior y pijamas 2
- b) Solo lencería para el hogar 4
- c) Deportivo 3
- d) Otros 1



6. Con que tela le gustaría que fuera elaborado este producto

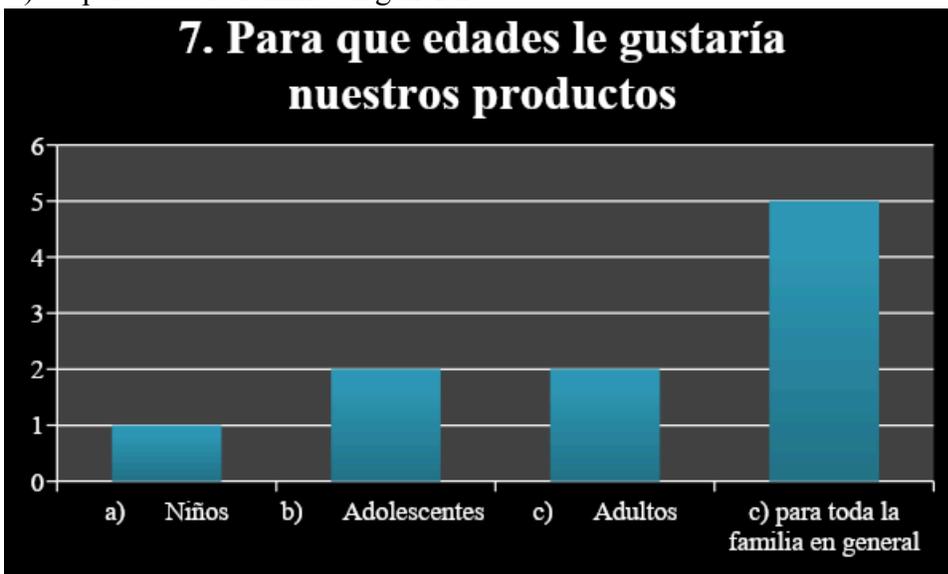
- a) Licra 2
- b) Satín 1

- c) Algodón 6
- d) Otros 1

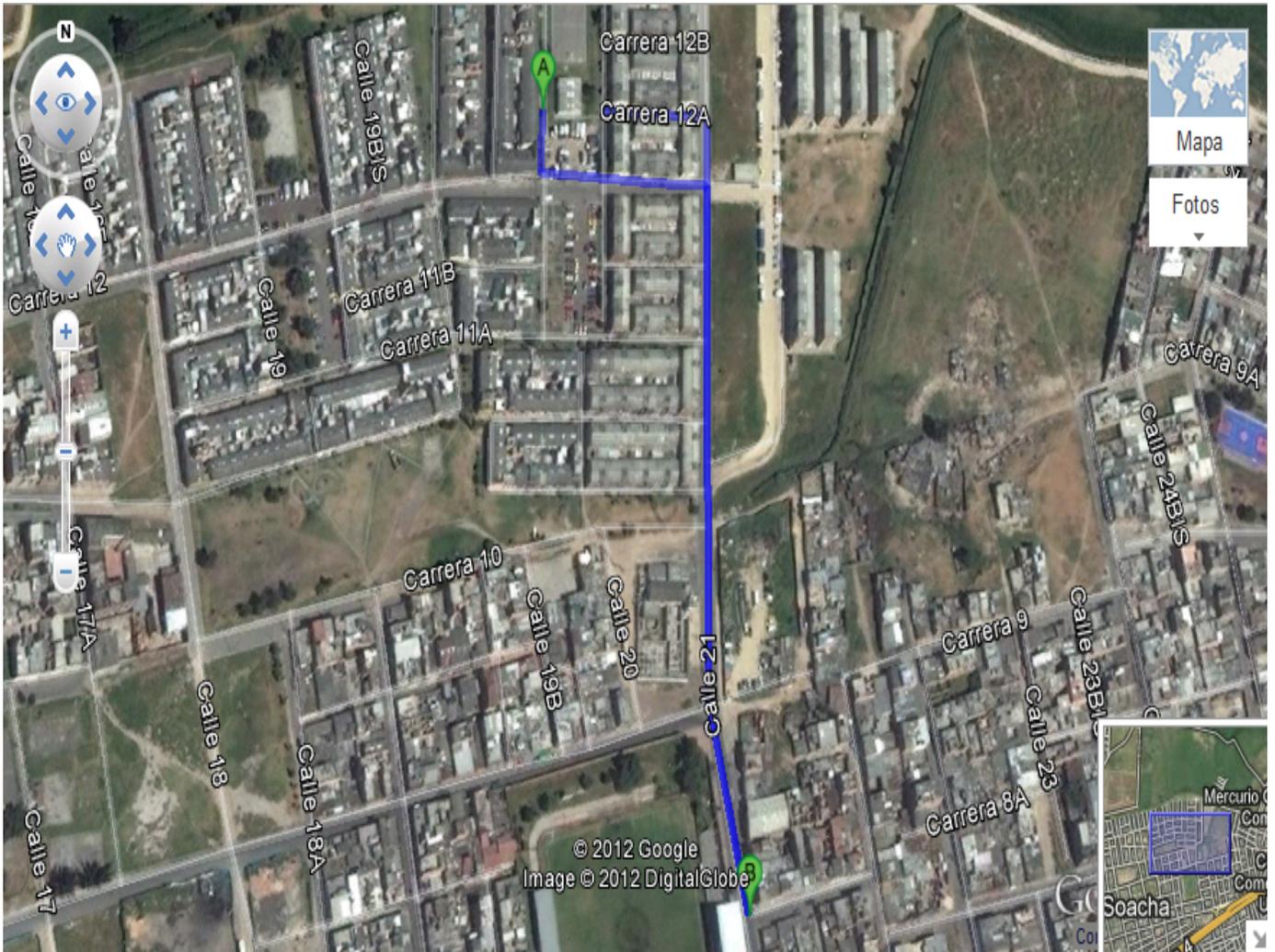


7. Para que edades le gustaría nuestros productos

- a) Niños 1
- b) Adolescentes 2
- c) Adultos 2
- c) para toda la familia en general 5



LOCALIZACION



Carrera 12 a No. 20-42 Barrio Portalegre Real Soacha.

HOMONIMIA

Haciendo la investigación para la creación de nuestra empresa ANGELOVE en el internet en la página web de la cámara de comercio de Bogotá que no se encontró ninguna homonimia de nuestra razón social.

Se consultó el nombre de este proyecto y se verifico en:

www.crearempresa.com.co/consultas/nombres.aspx

Este es el pantallazo que arrojó el sistema en donde el nombre es viable.

The screenshot shows the 'Portal Nacional de Creación de Empresas' website. The header includes navigation links for 'Intranet', 'Mapa del sitio', and 'Ayuda', along with the logo for 'CAE Centro de atención empresarial' and a 'Regístrese' button. The main navigation bar contains 'Inicio', 'Consulte', 'Diligencie', 'Formalice', 'Preguntas Frecuentes', and 'Contáctenos'. The breadcrumb trail reads 'Inicio > Consulte > Consulta de nombre'. A sidebar on the left lists various services: 'Tipo de empresa', 'Consulta de nombre', 'Consulta de marca', 'Consulta de actividad económica', 'Consulta de uso de suelo', and 'Simulador de pagos'. The main content area features a red banner for 'CONSULTA DE NOMBRE' with a description: 'Permite conocer si existen o no otras empresas o establecimientos a nivel nacional, con el mismo nombre de la empresa que se va a crear. Lea por favor con atención las instrucciones y luego realice la consulta utilizando obligatoriamente las dos opciones que se presentan.' Below this, there are links for 'Recomendaciones para realizar la consulta de nombre' and 'Instrucciones para realizar la consulta de nombre'. A search box contains the text 'ANGELOVE' and a 'Buscar' button. Two radio buttons are present: 'Consultar por Nombre' (selected) and 'Consultar por Palabra Clave'. A red message states: 'EL nombre de empresa "ANGELOVE" no existe, este nombre estará sujeto a revisión posterior por parte de la cámara de comercio, no existen otras empresas con la palabra "ANGELOVE".' A magnifying glass icon is also visible.

NOMBRE DE EMPRESA

Para consultar el nombre de este proyecto se buscó la HOMONIMIA en la Cámara de Comercio de Bogotá, se adjunta pantallazo de la aceptación del nombre ya que a la fecha no se encuentra repetido.

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación

Clase:

No. -

Por nombre o razón social*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Buscar »

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
					1



Formulario del Registro Único Tributario
Hoja Principal



001

Espacio reservado para la DIAN



3. Concepto 0 1 Inscrici3n

4. N3mero de formulario 14183850341



041517707212480904180010 0000014183850341

5. N3mero de identificaci3n Tributaria (NIT)	6. DV	13. Direcci3n seccional	14. Buz3n electr3nica
	-	Impuesto de Registro	3 2

IDENTIFICACION			
34. Tipo de contribuyente	35. Tipo de documento	36. N3mero de identificaci3n	37. Fecha expedici3n
Persona jur3dica	1		
Lugar de expedici3n	38. Pa3s	39. Departamento	40. Ciudad/Municipio
31. Primer apellido	32. Segundo apellido	33. Primer nombre	34. Otros nombres
35. Raz3n social ANGELOVE S.A.S.			
36. Nombre comercial ANGELOVE S.A.S.			
37. Logo ANGELOVE			

UBICACION			
38. Pa3s	39. Departamento	40. Ciudad/Municipio	
COLOMBIA	1 8 9 Cundinamarca	2 5 Soacha	7 5 4
41. Direcci3n CR 12 A N 20 42 BRR PORTALEGRE REAL			
42. Correo electr3nico angelove.lenceria@hotmail.com	43. Apartado a3reo	44. Tipo de L3nea	45. Tel3fono 2
		7 1 2 4 2 8 4	7 3 2 8 2 5 8

CLASIFICACION			
Actividad econ3mica		Ocupaci3n	
Actividad principal	Actividad secundaria	Otras actividades	
46. C3digo	47. Fecha inicio actividad	48. C3digo	49. Fecha inicio actividad
5, 1, 3, 1	2 0 1 2 1 0 0 1	50. C3digo	51. C3digo
		1 2	
52. N3mero autorizaci3n 1			

Responsabilidades																		
53. C3digo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	9																	

59. Retenci3n en la fuente en el impuesto sobre las y

Usuari3n/Inventarista	Exportadores			
54. C3digo	55. Forma	56. Tipo	57. Buz3n	58. CPC
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 2 3	
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Para uso exclusivo de la DIAN		
59. Anexos	60. No. de F3llos	61. Fecha
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		

La informaci3n contenida en el formulario, ser3 responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden igualmente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podr3 ser sancionada.
Art3culo 15 Decreto 2780 del 01 de Agosto de 2004.

Para uso exclusivo:

62. Nombre
63. Cargo

64. Nombre
65. Cargo

CONCLUSIONES

- Para que se cumplan los objetivos es necesario que se ejecuten todas las estrategias aquí planteadas y que se lleve un control periódico de los logros del proyecto.
- Para que la empresa se posicione es necesario que el cliente reciba suficientes garantías sobre la calidad de los productos y demás servicios adicionales de tal forma que se logre la satisfacción total.
- Los parámetros más importantes que los clientes consideran al momento de contrastar el precio con respecto al valor del producto son el diseño y la calidad de los materiales, aunque también se ha podido analizar que otro punto de gran importancia es la calidad de los acabados.
- Los clientes consideran que la publicidad se debe realizar por medio de folletos y catálogos, lo que indica que a partir de esto se podrá lograr el posicionamiento deseado en el mercado y que la publicidad por estos medios llegara a cumplir con los objetivos de comunicación deseados.