

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

**TRABAJO FINAL OPCIÓN DE GRADO 2
“XTRALOVE”**

**ASIGNATURA
Opción de grado II**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTES
CAROL VIVIANA SANABRIA PAEZ
NELCY NATHALY GARZON BELTRAN**

**Docentes:
GILBERTO BETANCURT VARGAS**

Bogotá, Colombia; Noviembre 22 de 2017.

Página 1 de 24

XTRA LOVE



PARA QUE SIEMPRE VISTAS BELLA Y SEGURA

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	4
MARCO LEGAL.....	5
3.1. MISION	6
3.2. VISION	6
3.3. MATRIZ DOFA.....	7
3.4. TABLA DE DESPLIEGUE ESTRATÉGICO	8
DEFINICION DE LA ESTRUCTURA DE MERCADO.....	9
4.1. MERCADO:.....	10
4.2. SEGMENTACION DEL MERCADO:	11
4.3. CALCULAR EL TAMAÑO DEL MERCADO	12
INVESTIGACION DE MERCADO.....	12
5.1. OBJETIVOS DE INVESTIGACION:	12
5.2. DISEÑO DEL INSTRUMENTO (ENCUESTA – ANALISIS	13
CUANTITATIVO).....	13
5.3. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.....	14
5.4. PRESENTACION DE LA INFORMACION	15
5.5. CONCLUSIONES Y ACCIONES A SEGUIR:.....	17
PLAN DE MERCADEO	18
6.1. IDENTIFICACION DEL ENTORNO:.....	18
6.2. INFORMACION DE LA COMPETENCIA	18
6.3. INFORMACION SECTORIAL.....	18
6.4. INFORMACION DE LA EMPRESA.....	19
6.5. ANALISIS MEL MARKETING MIX	20
6.5.1. PRODUCTO	20
6.5.2. PLAZA.....	20
6.5.3. PRECIO.....	20
6.5.4. PROMOCION.....	22
PROYECCION DE VENTAS	22
CONCLUSIONES	23
CIBERGAFRIA	24

RESUMEN EJECUTIVO

XTRA LOVE será una empresa que proveerá servicios y productos para un mercado objetivo (mujeres de tallas grandes), con el objetivo de suplir una necesidad encontrada en la industria de la moda. Será un espacio para que las mujeres entiendan sus cuerpos y se sientan mujeres reales, por medio de; vestuario, maquillaje, accesorios, etc. Y una asesoría de expertos que les permitirá mantener el proceso de transformación. Será una marca nueva que por el contrario de otras empresas, se preocupará por la satisfacción del cliente y de dar un servicio personalizado y único

MARCO LEGAL

Cámara de Comercio y Notaria.

- Acta de Constitución (socios) – persona jurídica, la empresa a constituir será Sociedad Anónima Simple (SAS).
- Revisar en la cámara de comercio que el nombre o la razón social asignada a la empresa, no lo posea otra compañía (persona natural o jurídica).
- Elaborar la minuta del acta de constitución, registrarla en la notaria con los siguientes datos básicos: nombre o razón social, objeto social de la empresa, clase de sociedad y socios, nacionalidad, duración, domicilio, aporte de capital, representante legal y sus facultades, distribución de las utilidades, causales de disolución.
- escritura pública de la notaria, autenticada.
- Matricular la sociedad en el registro mercantil de la cámara de comercio, con la segunda copia de la escritura pública de constitución de la sociedad.
- Registrar en la cámara de comercio los siguientes libros de contabilidad: diario, mayor y balance, inventarios y balances, actas (sociedades).
- Reclamar el certificado de existencia y representación legal.
- Anualmente realizar la renovación de la matrícula mercantil y de establecimiento de comercio.

Administración de impuestos nacionales:

- Diligenciar el formulario del registro único tributario (RUT) en la administración de impuestos.
- Solicitar el número de identificación tributaria (NIT), en la administración de impuestos nacionales, con una copia del certificado de existencia y representación legal.
- Registrar a la empresa como responsable al impuesto al valor agregado (IVA), en el registro único tributario, previo diligenciamiento del formulario en la

administración de impuestos, en una de las siguientes categorías: régimen común o simplificado.

Tipo de Empresa.

Para este caso en particular la empresa pertenece a las industria textil.

Clasificación del Régimen.

La empresa se clasificaría dentro del régimen común, porque pertenecería a las sociedades de naturaleza mixta (sociedad anónima simple) y a este régimen pertenecen las personas jurídicas.

3.1. MISION

Empresa de diseño, producción y comercialización de prendas enfocada especialmente en una mujer talla grande en la ciudad de Bogotá acercándola a prendas de vestir llenas de estética y calidad, ofreciéndole en cada colección atuendos únicos, atractivos y bellos por medio de un servicio personalizado.

3.2. VISION

Al año 2020 ser reconocida a nivel nacional, como una comercializadora de prendas femeninas de tallas grandes; por medio de atuendos y diseños atractivos y un servicio personalizado de calidad.

3.3. MATRIZ DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
DEMANDA INSATISFECHA	NO SER RECONOCIDOS EN EL MERCADO
NUEVOS SERVICIOS Y PRODUCTOS HECHOS ESPECIALMENTE PARA UN MERCADO POCO CONOCIDO	NO SE CUENTA CON PAGINA WEB PARA MOSTRAR LOS PRODUCTOS E INCENTIVA LA COMPRA
	NO SE CUENTA CON CATALOGO EN LINEA PARA MOSTRAR LOS PRODUCTOS Y INCENTIVAR LA COMPRA
	NO SE CUENTA CON UN PROFESIONAL QUE GENERA DISEÑOS NUEVOS
	NO SE CUENTA CON ASESORES DE IMAGEN(SERVICIO AL CLIENTE PRE Y POST VENTA
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN UN MERCADO POCO EXPLORADO POR LA INDUSTRIA COLOMBIANA.	PARTE DEL PUBLICO OBJETVO ESTA INTERESADO EN REALIZARSE OPERACIONES PARA COMBATIR EL SOBREPESO
NO EXISTE COMPETENCIA LOCAL EN ESTE TIPO DE DEMANDA	POLÍTICA ECONOMÍA DECRECIENTE EN NUESTRO PAÍS
INCURSIÓN CON NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	VENTAS VÍA WEB DE MARCAS RECONOCIDAS Y APERTURA DE NUEVAS TIENDAS CON VENTA
VENTAS VÍA WEB DE MARCAS RECONOCIDAS Y APERTURA DE NUEVAS TIENDAS CON VENTA	

3.4. TABLA DE DESPLIEGUE ESTRATÉGICO

DEBILIDAD	OBJETIVO	TAREA	TIEMPO
NO SER RECONOCIDOS EN EL MERCADO	SER RECONOCIDOS	Desarrollar un esquema promocional que busque informar, dar a conocer y comunicar a los consumidores la existencia del producto y el servicio que ofrece el almacén. Se dará a conocer la marca a través de los medios de comunicación como las revistas, internet y vallas publicitarias.	1 MES 15/11/2017
NO SE CUENTA CON PAGINA WEB PARA MOSTRAR LOS PRODUCTOS E INCENTIVA LA COMPRA	DISEÑAR PAGINA WEB DE NUESTRA EMPRESA	Creación de página web, para mostrar los diseños	2 MESES 24/12/2017
NO SE CUENTA CON CATALOGO EN LINEA PARA MOSTRAR LOS PRODUCTOS Y INCENTIVAR LA COMPRA	DISEÑAR EL CATALOGO DE PRODUCTOS	Creación de catálogo, para mostrar los diseños	2 MESES 24/12/2017
NO SE CUENTA CON UN PROFESIONAL QUE GENERA DISEÑOS NUEVOS	MANTENER NUEVOS DISEÑOS	Diseñar, producir y comercializar prendas de vestir para mujer de talla plus, pantalones, jeans, faldas, short, vestidos, blusas, sacos, chaquetas y sastres modernos con insumos de la más alta calidad. Involucramiento de un equipo creativo e innovador para el desarrollo de las prendas.	15/11/2017
NO SE CUENTA CON ASESORES DE IMAGEN(SERVICIO AL CLIENTE PRE Y POST VENTA	TENER ASOSORES COMPETITIVOS	*Capacitar a los empleados de primera línea quienes brinden asistencia como asesoras de imagen a los clientes. * Ofrecer un servicio postventa, es decir tener presente que la clienta puede volver para	15/12/2017

		<p>resolver dudas, pedir sugerencias y reclamos que serán atendidos de inmediato.</p> <p>* Garantizar un servicio diferencial en el almacén con el fin de crear en él un lugar acogedor en donde se logra entender los deseos y necesidades de las consumidoras. Incluir nuevos servicios para brindar a las clientas cada vez más una mayor satisfacción con las prendas y el servicio del almacén</p>	
--	--	---	--

FORTALEZA	OBJETIVO	TAREA
DEMANDA INSATISFECHA	SATISFACER LAS NECESIDAD DE VESTIR	BRINDAR A LAS PERSONAS DE SOBREPESO LA OPORTUNIDAD DE LUCIR ELEGANTE
NUEVOS SERVICIOS Y PRODUCTOS HECHOS ESPECIALMENTE PARA UN MERCADO POCO CONOCIDO	CREACION DE DISEÑOS	MANTENER VARIEDAD DE DISEÑOS PARA QUE NUESTROS CLIENTES SIEMPRE ESTEN SATISFECHOS
INCURSIÓN CON NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	ALCANZAR EL MERCADO MASCULINO	CREAR TAMBIEN UNA LINEA PARA HOMBRES

DEFINICION DE LA ESTRUCTURA DE MERCADO

4.1. MERCADO:

El mercado al que pertenece nuestra empresa XTRALOVE es del área textil.

Colombia es un país reconocido internacionalmente por los productos de alta calidad en el sector manufacturero textil y de confecciones, en el que varias empresas se han enfocado y han dirigido sus esfuerzos para darse a conocer en la industria de la moda mundial.

El sector manufacturero textil tiene una participación del 8,5% aproximadamente en el PIB (producto interno bruto), convirtiéndose así en un factor importante para la economía del país. A pesar de las grandes variaciones que ha tenido durante los últimos años en donde paso de un crecimiento del 9,5% en el 2014 a un crecimiento negativo del -6,3% en el 2015/2014 sigue siendo un sector atractivo para el comercio internacional; estos crecimientos negativos se deben principalmente a dos problemáticas la primera es la reducción de la demanda mundial ocasionada por la crisis económica que han afrontado países primermundistas y la segunda a la reducción de la demanda por parte de grandes mercados debido a problemas políticos y de frontera con países como Venezuela y Ecuador.

El sector manufacturero es atractivo internacionalmente por características como, el acceso a mercados, trayectoria de la industria, recurso humano competitivo e incentivos legales que le dan la facilidad de desarrollar grandes proyectos y a la vez seguridad a la inversión extranjera; todas las características mencionadas han sido fruto de la reducción en la violencia, los esfuerzos del gobierno por mostrar una imagen favorable del país, las publicaciones internacionales de los cambios y el desarrollo que ha sufrido en los últimos años el país.

Colombia paso de estar clasificada en el puesto número 66 en el 2009 al puesto 13 en el 2014 del ranking de los países con mayor facilidad para hacer negocios que es presentado por la publicación Doing Business, de igual manera ocupa el segundo puesto con respecto a los países latinoamericanos después de Chile, lo que le da a Colombia en un lugar privilegiado para el aumento de la inversión extranjera frente a otros países latinoamericanos como Bolivia que ocupa el puesto 150 y Venezuela el 174.

En la actualidad este sector está presentando una crisis muy alta, queremos tomar el riesgo de iniciar en este mercado ya que vemos oportunidad en brindarles a las mujeres te contextura gruesa la oportunidad de encontrar blusas adecuadas para ellas con diferentes estilos de moda, así como lo hay para las demás.

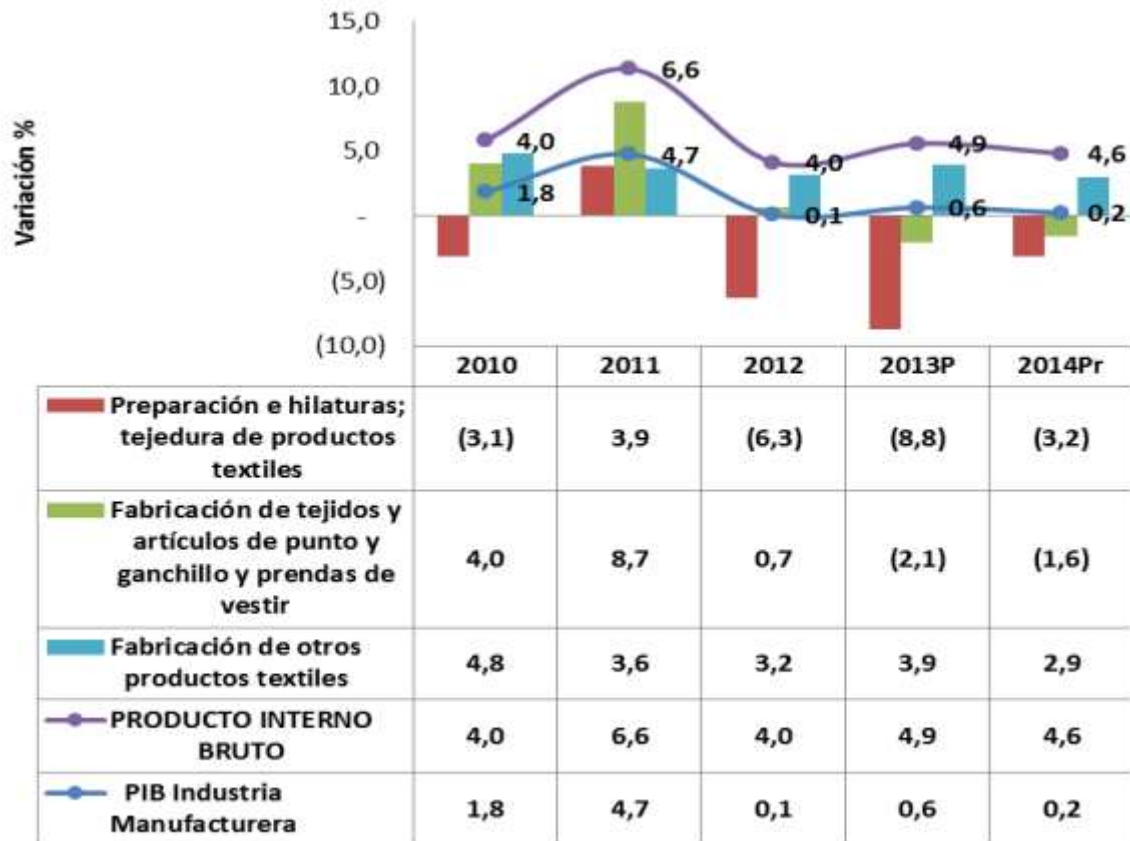
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA Y % DE PARTICIPACIÓN EN COLOMBIA

- Medellín 64.4%
- Bogotá 21.3%
- Cali 3.2% Risaralda 3.0%
- Atlántico 2.8% Caldas 1.3%
- Resto del país 4.0%

- Total 100%

Durante el periodo 2008 a 2014 la industria textil acumulado en Colombia represento el 1.17% de PIB nacional y el 9.82% de la industria manufacturera, el sector de fabricación de tejidos y prendas de vestir un crecimiento del 6.5%, el sector de hilaturas es uno de los subsectores que no ha logrado recuperarse desde la crisis del 2008, continua con un decrecimiento acumulado del -7.82%. (DANE 2012). Para el periodo 2010 a 2014 la industria textil y confección participo en el PIB nacional el 9.2% de un 12.3% del total de la industria manufacturera nacional, sin embargo el subsector de fabricación de tejidos y prendas de vestir decreció con una participación del 3.2% y del 1.6% otros productos textiles creciendo un 2.9% aportando al general siendo positivo. (DANE 2014.).

El siguiente grafico muestra los índices de crecimiento o deterioro del sector junto con sus subsectores



Fuente: (DANE 2014.)

4.2. SEGMENTACION DEL MERCADO:

Mujer de estrato 2 entre 30 y 45 años, profesionales y amas de casa que se apasionan por sus labores diarias. Es una mujer comprometida con su familia, trabajo y con ellas mismas. Mujeres vanidosas y románticas que cumplen múltiples roles pero que para cada uno desea verse hermosa sintiéndose cómoda. Esta mujer no ha renunciado a ningún rol: es madre, esposa pero ha sabido demarcar su espacio personal donde siente que disfruta la vida. Se rige por grandes valores como la justicia y el respeto.

Nuestro objetivo es brindarle a estas mujeres una variedad de blusas formal e informal en las cuales se sientan cómodas, bellas en su diario vivir ya sea profesional o personal

Toda mujer sin importar su edad le gusta lucir bella de acuerdo a su personalidad, su edad, profesión, por esto XTRALOVE quiere brindarles esa opción de vestir.

4.3. CALCULAR EL TAMAÑO DEL MERCADO

El proyecto centra su oportunidad de negocio basándose en la información arrojada por el censo, realizado por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) de la población en bogotana, en donde nos muestra la cantidad de mujeres que hay en la localidad de Bosa,

Grupos de edad	2015
Total	79.987
30-34	29.490
35-39	28.219
40-4e	22.278

Con los estudios que realiza el ENSIN la obesidad en las mujeres abarca un promedio del 25% aproximado, con esta información queremos llegar al porcentaje de mujeres en Bosa que correspondería a 19.996 mujeres.

INVESTIGACION DE MERCADO

5.1. OBJETIVOS DE INVESTIGACION:

- Brindar a las mujeres de talla grande blusas a su gusto
- Facilitar la compra de blusas para las mujeres de talla grande
- Crear conciencia en el mercado textil que no solo hay que diseñar ropa para personas delgadas sino también para las personas de talla grande.

5.2. DISEÑO DEL INSTRUMENTO (ENCUESTA – ANALISIS CUANTITATIVO)

ENCUESTA

Con esta encuesta queremos conocer e identificar la aceptación por el uso de las prendas de tallaje grande en el mercado. Su opinión es muy importante para nosotros ya que queremos ser fabricantes de este tipo de prendas.

- 1. Se le facilita encontrar prendas de vestir detallaje grande en el mercado**
 - A. Si
 - B. no

- 2. le gustaría innovar con diferentes diseños de prendas de vestir en tallaje grande**
 - A. si
 - B. No

- 3. Cada cuanto usted compra prendas de vestir**
 - A. semanalmente
 - B. quincenalmente
 - C. Mensualmente
 - D. semestralmente

- 4. ¿Cuanto seria su presupuesto para adquirir prendas de vestir?**
 - A. Entre \$30.000 y 45.000
 - B. Entre \$45.000 y \$60.000
 - C. Más de \$60.000

- 5. ¿Qué tipo de tela prefiere al momento de comprar?**
 - A. franela
 - B. seda
 - C. lino
 - D. poliéster

- 6. ¿Sobre que te guías para comprar una prenda de vestir?**

- A. Marca
- B. Precio
- C. gusto

7. ¿Que estilo de prendas de vestir?

- A. Clásica
- B. Sencilla
- C. Moderna
- D. Atrevida

8. ¿en los almacenes que conoce que cree usted que les hace falta?

- A. Mas tallas
- B. Mas estilos

5.3. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN.

1. Solicitada por: XTRA LOVE
2. Realizada Por: NELCY NATALY GARZON BELTRAN, CAROL VIVIANA SANABRIA PAEZ
3. Universo de la población 79.987 personas entre mujeres 30 y 45 años de edad.
Unidad de Muestreo: personas
4. Fecha: Realizada entre 15 y 25 de agosto de 2017.
5. Área de cobertura: Ciudad de Bogotá, Colombia.
6. Tipo de Muestreo: Probabilístico, Aleatorio simple.
7. Técnica de recolección de datos: Encuesta personal
8. Tamaño de la muestra: 70 encuestas
9. Objetivo de la encuesta: Conocer el grado de aceptación del producto blusas y pantalones detallajegrande en la Localidad de BOSA
10. No. de preguntas formuladas: 8

5.4. PRESENTACION DE LA INFORMACION

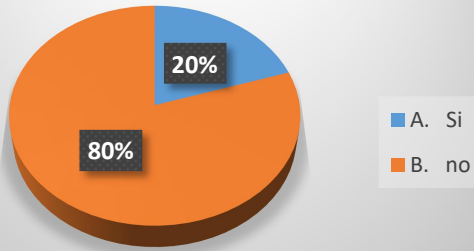
TABULACION DE LA INFORMACION

Encuesta realizada a 70 personas en la localidad de Bosa.

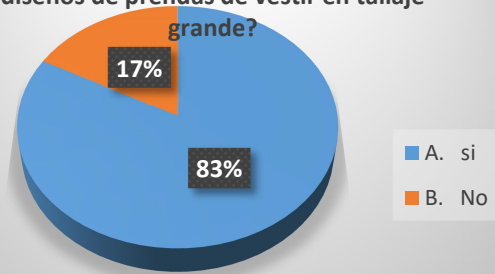
Presentación de Resultados.

PREGUNTAS	ENCUESTADOS
1. Se le facilita encontrar prendas de vestir de talla grande en el mercado?	
A. Si	14
B. no	56
2. le gustaría innovar con diferentes diseños de prendas de vestir en talla grande?	
A. si	68
B. No	2
3. Cada cuanto usted compra prendas de vestir	
A. semanalmente	6
B. quincenalmente	11
C. Mensualmente	12
D. semestralmente	41
4. Cuanto seria su presupuesto para adquirir prendas de vestir?	
A. Entre \$30.000 y 45.000	15
B. Entre \$45.000 y \$60.000	34
C. Más de \$60.000	21
5. Qué tipo de tela prefiere al momento de comprar?	
A. FRANELA	35
B. SEDA	17
C. LINO	11
D. POLIESTER	7
6. Sobre que te guías para comprar una prenda de vestir?	
A. Marca	13
B. Precio	35
C. gusto	22
7. Que estilo de prendas de vestir?	
A. Clásica	6
B. Sencilla	13
C. Moderna	40
D. Atrevida	11
8. ¿en los almacenes que conoce que cree usted que les hace falta?	
A. Mas tallas	32
B. Mas estilos	38

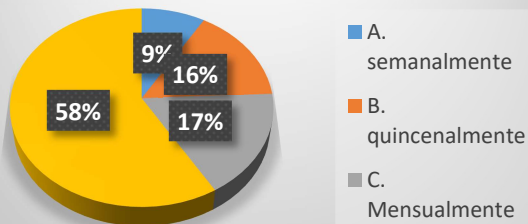
1. Se le facilita encontrar prendas de vestir detallaje grande en el mercado



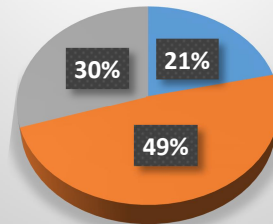
2. le gustaría innovar con diferentes diseños de prendas de vestir en talle grande?



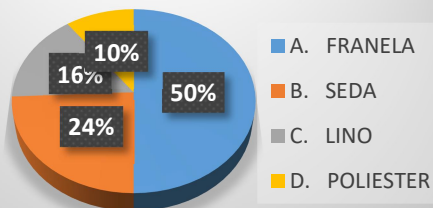
3. Cada cuanto usted compra prendas de vestir?



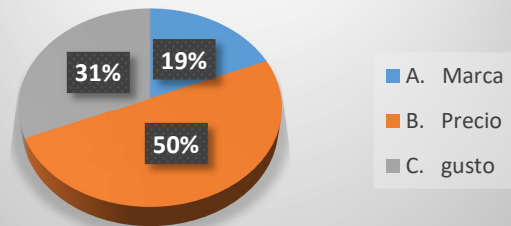
4. Cuanto seria su presupuesto para adquirir prendas de vestir?



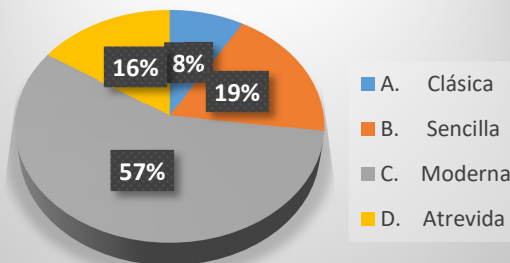
5. Qué tipo de tela prefiere al momento de comprar?



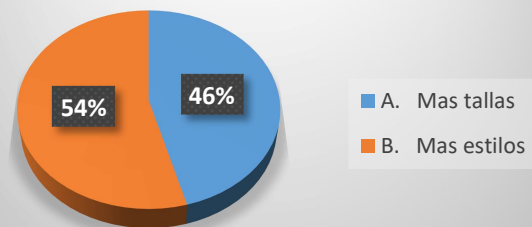
6. Sobre que te guías para comprar una prenda de vestir?



7. Que estilo de prendas de vestir?



8. ¿en los almacenes que conoce que cree usted que les hace falta?



5.5. CONCLUSIONES Y ACCIONES A SEGUIR:

Como resultado de la encuesta, que debo hacer, que decisiones debo tomar.

Según el resultado de las encuestas se puede deducir que las mujeres residentes en la localidad de Bosa independientemente de la edad estas interesadas en encontrar un lugar especializado en ofrecer ropa para mujeres talla plus, moderna, juvenil y bella.

Los principales motivos por los cuales las mujeres les agrada un lugar especializado en ropa que las hiciera sentir a gusto son tres, encontrar ropa que se ajuste a su presupuesto, que sea innovadora y que este a la moda, ropa que cumpla con las exigencias del entorno en el que se mueven las mujeres actualmente. De acuerdo al rango de valores que las mujeres estarían dispuestas a gastar en ropa, se podría considerar que bajo estos valores las mujeres podrían adquirir una prenda independientemente si es camisa, pantalón, jeans, chaqueta. Esto hace que se pueda inferir que independientemente del rango de edad las mujeres interesadas en este tipo de almacenes especializados dependen su presupuesto

PLAN DE MERCADEO

6.1. IDENTIFICACION DEL ENTORNO:

Colombia es un país reconocido internacionalmente por los productos de alta calidad en el sector manufacturero textil y de confecciones, en el que varias empresas se han enfocado y han dirigido sus esfuerzos para darse a conocer en la industria de la moda mundial.

El sector de textiles y confección es la industria está en crecimiento¹, ésta ha jugado un papel importante en la dinámica del sector empresarial en Colombia, en la actualidad las empresas están llevando a cabo nuevas estrategias de ajuste y transformación para sobrevivir ya que deben acomodarse a los cambios del mercado pues la crisis reciente y el desarrollo de la industria en la última década, hizo que los empresarios asiáticos coparan los mercados y la globalización aterrizara en el mercado colombiano con poderosas marcas internacionales como Zara, Mango, Falabella y Stradivarius.

En conclusión la industria debe buscar nuevos destinos pero también trabajarle al mercado interno, hacer más investigación, enfocarse en brindar funcionalidad, transmitirle al consumidor que recibirá mejor calidad y precio, y además atender el mercado nacional con alta calidad y marcas potentes

6.2. INFORMACION DE LA COMPETENCIA

La industria textil en Colombia se caracteriza por el elevado número de empresas que componen el sector. Sin embargo, son muy pocas las que en realidad se consideran competencia directa para este proyecto. Aunque se evidencia que en el mercado existen otros almacenes para mujeres talla grande, estos no cumplen a cabalidad las expectativas e intereses de las consumidoras.

En Bogotá existen algunos almacenes dirigidos al público de mujeres con sobrepeso, el más conocido lanzado recientemente es la marca "by la gorda Fabiola" tallas plus, que abrió su nueva boutique en Bogotá en el centro comercial Centro Mayor en la Av. 38, el más grande de toda Sur América en el local 2011. En una de las visitas realizadas a este almacén se puede concluir que su público objetivo son las mujeres de tallas grandes en edad madura, señoras que aparentan edades entre 40 y 55 años. El estilo de la ropa es casual y semiformal, los diseños son bastantes comunes y todo es importado de Estados Unidos, las marcas no son retiradas, simplemente se pone la segunda marca "by la gorda Fabiola" sobre la marca original, otra empresa es "Gorditas con estilo" ubicado en Chico - Chapinero. Su público objetivo es de mujeres ya en edad entre 56 años en adelante, manejan un estilo bastante antiguo que no llama la atención a mujeres más jóvenes pues los materiales son más de tipo lana y sacos de diseños simples, los precios son aún más altos que en la tienda de la gorda Fabiola.

6.3. INFORMACION SECTORIAL

Competencia indirecta en Bogotá

By La Gorda Fabiola: Ubicado en Centro Mayor, sus precios de adquisición son altos.

Gorditas con estilo: Se dirige a la mujer talla plus de los estratos 4, 5 y 6. Ofrece ropa casual bonita y elegante. No tienen mucha variedad. Ubicado en un exclusivo sector C1 90 11 a-34.

Poema By Lulu: Especializada en ropa moderna desde la talla 12 a la 16. Ubicado en la carrera 13# T94-27. Comercializa ropa traída del exterior especial para mujeres de estas tallas. Calidad de las prendas no es muy buena

Facol: Se dirige a un público masivo ya que su principal fuerte es la venta de textiles y confección. No se especializa en tallas plus, pero ofrece gran variedad de tallas. No tiene en cuenta la parte estética y de calidad de las prendas. Económico.

Almacén súper tallas: Vende ropa casual para hombres de talla 2XL, 3XL y 4XL y para damas tallas 18 a la 24 Ubicado en la Av. 15 116-06

Chela del rio tallas grandes: Especializado en tallas grandes ubicado en la Cr 9 61-19. Sus diseños son tradicionales y nada modernos. Su mercado es una mujer mayor, conservadora y tradicionalista, pero deja de lado a la mujer joven, activa, atractiva, moderna y soñadora.

6.4. INFORMACION DE LA EMPRESA

La empresa se ubicará en Bosa Charles de Gaulle en una bodega en donde tendremos nuestras oficinas y la parte de producción, en cuanto a la distribución queremos ubicarnos **en un local dentro del nuevo centro comercial GRAN PLAZA DE BOSA.**



CALLE 65 SUR # 78 H 51
UBICADO FRENTE AL ÉXITO DE
BOSA.



314 682 07 47



LUN A DOM 8 AM A 10 PM



GRANPLAZA@PACTIA.COM

6.5. ANALISIS MEL MARKETING MIX

6.5.1. PRODUCTO

El producto que llevaremos al mercado son blusas de talla XXL para las mujeres entre los 30 y 45 años. Mujeres profesionales, amas de casa.

Los diseños de las prendas serán exclusivamente inspiradas en el cuerpo de la mujer voluptuosa colombiana, teniendo en cuenta igualmente, su posición socioeconómica, el clima de la ciudad de Bogotá, las ocasiones en que se usaran las prendas. Igualmente, las texturas, colores y accesorios de las prendas son inspiradas en la mujer tallas grandes.

La marca que utilizaremos en el mercado será:

XTRA LOVE

imagen corporativa.



6.5.2. PLAZA

La distribución se llevara a cabo por medio de un local, que se encuentra ubicado en Bosa Centro en el nuevo Centro Comercial Gran Plaza de Bosa lo cual permitirá tener acceso a varios estratos socioeconómicos de la ciudad de Bogotá.

6.5.3. PRECIO

En el siguiente cuadro indicaremos la cantidad de materia prima que se necesita por blusa. Con esta información tendremos el valor del mercado en el que estará nuestro producto.

TALLA XXL: \$ 51.842

<i>Materia Prima</i>	<i>Unidad de medida, por unidad</i>	<i>Valor por unidad</i>
Telas	1,5	10500
Tejido inteligentes.	1	1500
Telas de algodón y elastómeros	1,5	2500
Telas de poliéster y elastómeros	1,5	90
Lycra	2	500
Nylon/Lycra	2	1200
Microfibra	1	5000
Total materia Prima	10.5	\$ 21.290

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

MATERIA PRIMA	\$ 21.290
MANO DE OBRA	\$ 15.000
SERVICIOS	\$ 225.000
ARRIENDO	\$ 1.000.000
TOTAL	\$ 1.261.290

De acuerdo a los costos fijos y variables para mantener un punto de equilibrio tendíamos que producir y vender mínimo 79 unidades.

6.5.4. PROMOCION



Estos folletos serán distribuidos por los diferentes barrios.

PROYECCION DE VENTAS

Para la proyección de ventas la realizaremos de los primeros seis meses en donde nos basaremos en las estadísticas de ventas del sector textil en el último año q fue del 4,6% anual en el cual mensualmente seria del 0,38% y la cantidad de producción que debemos fabricar y vender para mantener el punto de equilibrio

cantidad mínima	79
valor unitario	51842

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
CANTIDAD	79	109	139	169	199	229
VALOR	\$ 4.095.518	\$ 5.650.778	\$ 7.206.038	\$ 8.761.298	\$ 10.316.558	\$ 11.871.818

CONCLUSIONES

Aunque ya hay más alternativas de compra en ropa para gorditas aún no es una constante, eso se demuestra cuando vamos a los grandes almacenes, por lo general hay prendas con lo mejor de los diseños pero solo regida a tallas estándar. Esta tendencia en ventas limita a muchas personas con curvas a usar prendas tradicionales, lo ideal es darles alternativas cómodas y que a la vez presenten diseños con las mejores tendencias del momento.

Se ha podido demostrar que el mismo diseño y la misma calidad empleada en tallas estándar pueden ser aplicadas a tallas grandes. No es necesaria la separación de categoría por talla y que la ropa puede ser exhibida en una misma percha desde la talla más pequeña a la más grande, sin necesidad de segregación.

La idea de plan de negocio del diseño, confección y comercialización de prendas para mujeres de tallas grandes de la ciudad de Bogotá es factible debido a que después de la investigación del mercado se observó que genera utilidades y contribuye a la generación de empleo y el crecimiento económico del país.

En la actualidad los estilos y los gustos de las personas han logrado que la moda llegue a un nivel de complejidad bastante alto. La moda se ha convertido en algo más que prendas, ha evolucionado a un look complejo en el que interfieren cada vez más actores, como por ejemplo; maquillaje, vestuario, accesorios, calzado, etc., incluso el cómo se debe ver el cuerpo. La moda es la expresión de una sociedad, un grupo y un individuo que pretende mostrar lo que piensa y siente. Sin embargo, el Diseño de Modas se refiere a la realización de vestuario que se basa en una influencia específica, pretendiendo un fin estético.

CIBERGAFRIA

<http://www.consultorsalud.com/panorama-de-la-obesidad-y-el-sobrepeso-en-colombia>

PANORAMA DE LA OBESIDAD Y EL SOBREPESO EN COLOMBIA, Sept 2017.

<http://www.ccb.org.co/crearempresa/pasoapasocrearempresa.aspx> Dian.

http://www.emru.gov.co/a_contratistas/5_resolucion_facturacion.pdf

Michael E. Porter (2010): Ventajas Competitivas Creación y sostenibilidad de un Rendimiento Superior

<http://bylagordafabiola.com.co> Almacenes de Ropa By la Gorda Fabiola Tallas Grandes 2016

<http://www.bomberosbogota.gov.co/content/view/1571/76/>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2014). *Paso a paso para crear empresa*. Obtenido de

Chiavenato, I. (2006): *Introducción a la teoría general de la Administración*. México: Ed.

McGraw-Hill Interamericana.