

**ESTUDIO DE LA GESTION DE MERCADO DE LAS
PIJAMAS ANGEL´S**

DIANA MARCELA FORERO MANFLA

JUAN CARLOS LEAL ROMERO

BELLANID CARTAGENA

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TITULO DE
TECNOLOGO EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS



ASESOR

CAROLINA OTALORA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL CUN
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTA

2017

RESUMEN

A través de cada proceso e investigación trae a nuestra experiencia laboral y profesional todo el aprendizaje de acuerdo al desarrollo que se dio en el transcurso de la construcción de cada trabajo, de cada innovación del producto el cual queremos llevar a conocer al mundo, y este pueda realmente posicionarse en el mercado y poder suplir la necesidad de cada una de las personas. La creatividad y el amor de cada punto de vista, de cada idea que se brindó, resultado de crear algo realmente novedoso y llamativo.

Al escoger esta idea o producto, este brinda toda la autenticidad, todo lo práctico y cómodo.

CAPITULO 1

MATRIZ ESTRATEGICA

Descripción General del Negocio

Pijamas Angel´s S.A.S nace de la manera relativa y espontánea, viendo la necesidad de encontrar en el mercado un producto que cumpla con la satisfacción del cliente; moda, diseño, estampados, colores, etc. Nuestra empresa está enfocada hacia la industria textil y confección. Nos caracteriza el servicio al cliente y la cantidad de posibilidades que les podemos brindar para su producto final. Pijamas Angel´s. Muy esencial llegar a casa y utilizar una prenda con la cual nos identifiquemos y nos sintamos cómodos.

Objetivo General

Proyectarla como la mejor oferta en la línea de pijamas del país, comercializando la marca en puntos de venta a nivel nacional y estabilidad comercial. Motivando a los clientes con un producto con detalles exclusivos, calidad y precios asequibles, colecciones continuas con el enfoque según los requerimientos, fidelizando al cliente con una rentabilidad menor en grandes volúmenes para que el precio final no afecte al consumidor.

Marco Legal

Concepto Desarrollo

Objetivos del estudio legal

Marco legal (titulo) Angel´s Pijamas

Concepto de empresa Comercializadora

Clasificación de las PYMES Pequeña empresa

Clasificación internacional de las actividades económicas (CIIU) 1730 acabado de productos textiles no producidos en la misma unidad de producción

Clasificación de las sociedades S.A.S

Registro Único Tributario DIAN

Registro mercantil Cámara de Comercio de Bogotá

Resolución de facturas (si ya tiene número)

Obligaciones de registro Registro mercantil

Revisión técnica de seguridad (bomberos) Localidad de Kennedy

Normas sanitarias y de salud (Secretaría de salud) Hospital de Kennedy

Impacto ambiental

Contratación personal Directa

Contratación de clientes y proveedores Directa

Avaluados y protegidos por la Cámara de comercio la marca tendrá un seguimiento de sus objetivos.

Promover la producción de la empresa sin problemas y dentro de las disposiciones, análisis de las normas, reglamentos vigentes que afectan la constitución y posterior funcionamiento de nuestra compañía. Empresa enfocada a la producción, confección y comercialización de pijamas

Empresa Pequeña. Clasificación de las sociedades Sociedad Colectiva. Clasificación del sector textil de acuerdo al legiscomex en el Capítulo 50 Partida 50.01 a 50.07. La Matrícula Mercantil es un medio de identificación del comerciante y de su establecimiento de comercio, así como medio de prueba de existencia de uno y de otro.

Por disposición legal, los comerciantes, sean personas naturales o jurídicas, están obligadas a matricularse en el Registro Mercantil que lleva la Cámara de Comercio y matricular allí mismo su empresa o negocio. La matrícula se debe renovar anualmente, dentro de los tres primeros meses

del año. En caso de no ejercer actividad comercial alguna, debe cancelar su Matrícula Mercantil.

La Contratación del personal de nuestra empresa se realizara por medio de un outsourcing. La Contratación de Clientes y Proveedores la realizaremos Directamente por nuestra compañía

De acuerdo al impacto ambiental nuestra compañía tiene los estándares para que los residuos se depositen de acuerdo a las normas de reciclaje.

Identidad Estratégica

Somos la empresa que brinda a sus clientes pijamas, de alta calidad, con las cuales queremos ser parte de su comodidad al dormir.

Contamos con un equipo humano altamente capacitado y comprometido con la misión y la visión de ANGEL´S PIJAMAS.

Para ANGEL´S PIJAMAS, lo más importante son nuestros clientes, por ello trabajamos incansablemente de forma que obtengamos su satisfacción.

Futuro Preferido

Para el año 2022, en la familia ANGEL´S PIJAMAS, queremos llegar a ser pioneros en el diseño y confección de pijamas de la región y en Latinoamérica; altamente rentable, orientado nuestros productos a todo tipo de cliente.

Valores

Nos destacamos por ser comprometidos, responsables, nuestro trabajo es el más íntegro en cada proceso y en cada producto entregado.

Objetivos Específicos

- Estructurar el equipo de trabajo para que las estrategias comerciales se cumplan a cabalidad. *Lograr la satisfacción de nuestros empleados haciendo de estos tener sentido de pertenencia para con la empresa.
- Auto sostenimiento, con la proyección de crecimiento anual.
- Engranar los procesos de tal forma que la producción tenga un rendimiento óptimo.
- Cumplir con los cronogramas y niveles de calidad requerido.
- Optimizar los tiempos en cada uno de los procesos.
- Subir el nivel de ventas mensual para que las metas de proyección suban anualmente.
- Motivar económicamente a nuestros empleados para su crecimiento personal y emocional.
- Implementar áreas de entretenimiento, acompañamiento emocional y servicio nutricionales.

ANÁLISIS PESTEL

NOMBRE

ANGEL´S PIJAMAS S.A.S.

POLITICO

Decreto 0731 de 2012. En esta norma evidenciamos la salvaguardia textiles pactadas en los acuerdos comerciales internacionales vigentes en Colombia. Dicho marco normativo es para garantizar las condiciones de acceso estable y predecibles para los textiles y confecciones a Colombia, Política del sector textil Tratado de Libre Comercio.

LEGAL

Nuestra Compañía cumple con las normas y reglamentos establecidos por la ley de Colombia para el registro y las normas para la producción y confección de nuestro producto.

Cumplimos con todas nuestras afiliaciones y pagos de parafiscales para nuestros empleados, además con el pago de un seguro de riesgos. Todo lo que corresponde para que nuestra compañía funcione legalmente Decreto 1443 - 2014 Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. De acuerdo a lo citado cumplimos con lo mencionado allí en este acuerdo, en la seguridad y salud de nuestros trabajadores y brindando todo ya lo parame trizado.

FACTORES ECONÓMICOS

Nuestra compañía cumple con el pago de cada uno de los impuestos por ley

Rete - ICA

Rete - IVA

Nuestra compañía paga intereses del préstamo solicitado en FOGAFIN para proporcionar material para la producción.

ECOLOGIA

Tenemos campañas de reciclaje para el cuidado de nuestro ambiente. Reciclamos el material que sobra para realizar bolsos

Decreto 68 - 83; art 13.

Ley ambiental que comprende los sistemas atmosféricos, hídricos, líticos y minerales, biótico, elementos audiovisuales y recursos naturales. Ley 25. 612. Gestión Integral de residuos industriales y de servicios.

TECNOLOGIA

Contamos con página web: www.angelspijamas.com

Para nuestras líneas de contacto

Contamos con correo electrónico: angelspijamas@gmail.com

Contamos con software contable (ELISA) el cual permitirá optimizar nuestra parte financiera, contamos con software para la base de datos de proveedores y clientes.

Fanpage: Angel's Pijamas

Facebook: Angel's Pijamas

Twitter: @ngel's Pijamas

Whatsapp: + (57) 310 001 01 01

FACTORES SOCIO CULTURALES

El Público requiere

Colores Variados: cálidos, suaves que inciten al descanso.

Diseños Exclusivos: para mejor comodidad

Telas Ligeras y cómodas fáciles de utilizar

Líneas para Damas, Caballeros y Niños

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS - INFLUENCIA DEL MACRO ENTORNO

Amenaza de nuevos competidores: canales de distribución efectivos, precio, mejores en calidades que en últimas se vea reflejado en los costos y en el precio de venta al público.

Poder de negociación de los proveedores: Tenemos descuentos hasta del 25% con nuestros proveedores sobre la compra por volumen de la materia prima adicionalmente el proveedor nos facilita 45 días para el pago de Las obligaciones.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES ACTUALES

Punto Blanco

Leonisa

Gef

Prímatela

Ellos brindan descuentos de acuerdo a diferentes campañas de promoción para fidelización de clientes.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Tenemos cupones de descuento, para las celebraciones o días especiales como día de la mujer, de la madre realizaremos descuentos especiales, promociones como pague 1 lleve 2, campañas por

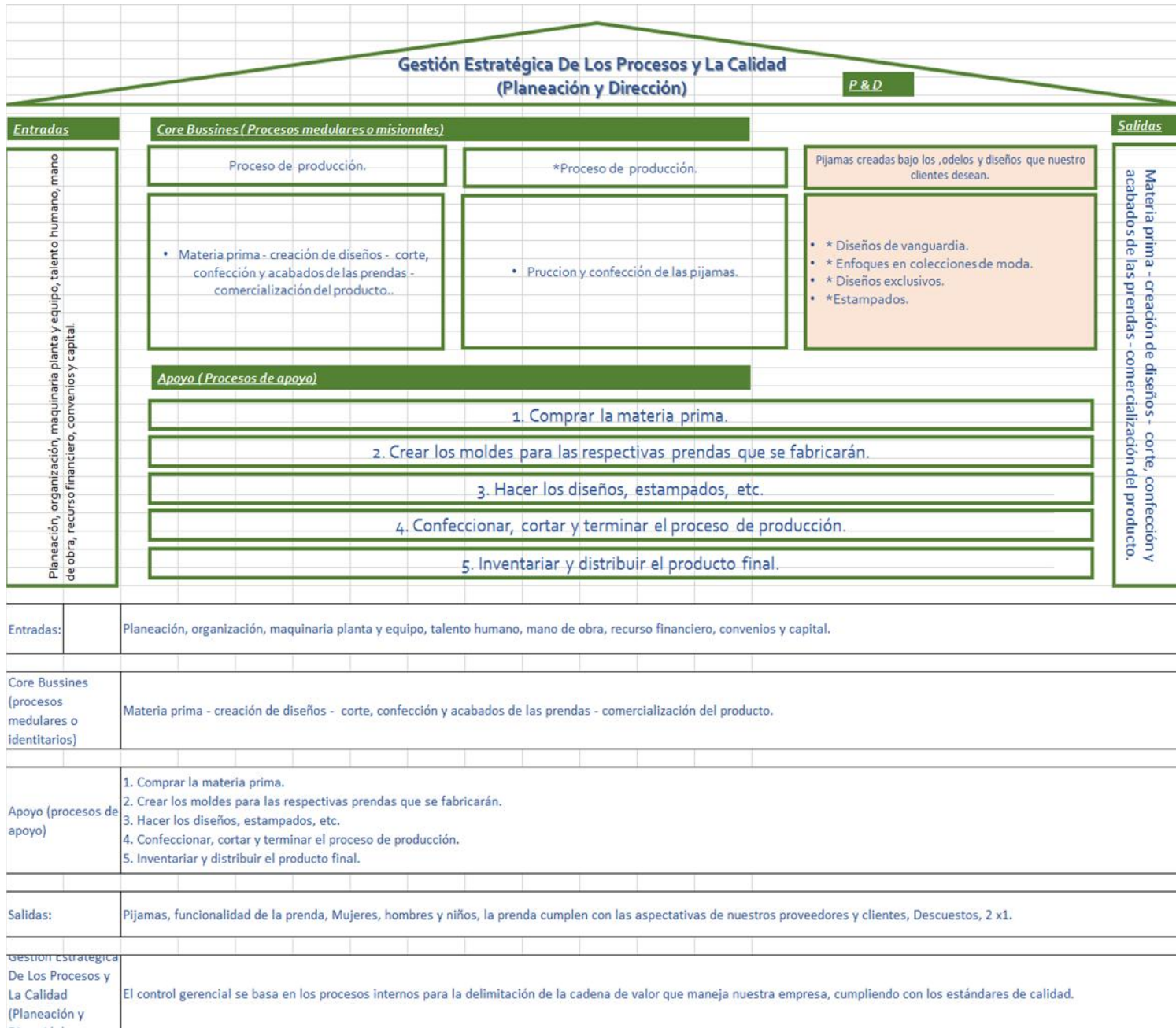
AMENAZA DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS

Pantalonetas

Bata

Ropa Cómoda

CADENA DE VALOR



Identificación o construcción de la ventaja competitiva	1.	Establecer y estructurar pasos que mejoren el producto o servicio dentro del o los procesos medulares o misionales (innovación y creatividad o competencia diferenciadora).
	2.	Extraer esos pasos y aislarlos del proceso medular.
	3	A partir de la observación de los pasos aislados, se puede abstraer el concepto central de la ventaja competitiva la cual puede tener su origen en muy diferentes fuentes, como son recursos superiores, habilidades especiales, la posición ocupada o una combinación afectiva de varios elementos que en forma aislada no tienen nada de singular.
	4	De lo anterior se deriva una capacidad distintiva para cumplir con alguna de las actividades de la cadena de valor de manera destacada, en otras palabras, la ventaja competitiva surge de la cadena de valor enriquecida por un proceso de innovación y creatividad.
	5	La ventaja de competitividad adquiere un carácter estratégico cuando se traduce en un producto o servicio con ciertos atributos de interés para el mercado: calidad, precio, facilidad de acceso, etc. Y cuando esto se articula y se redacta en función de objetivos, medios, indicadores y entregables.

CAPITULO 2

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

TENDENCIAS EN PREFERENCIAS PARA CONOCER
LOS GUSTOS DE LOS CLIENTES EN TIPOS DE
PIJAMAS”

TIPO DE EMPRESA:

Pijamas Angel´s S.A.S nace de la manera relativa y espontánea, viendo la necesidad de encontrar en el mercado un producto que cumpla con la satisfacción del cliente; moda, diseño, estampados, colores, etc. Nuestra empresa está enfocada hacia la industria textil y confección. Nos caracteriza el servicio al cliente y la cantidad de posibilidades que les podemos brindar para su producto final.

Pijamas Ángel. Muy esencial llegar a casa y utilizar una prenda con la cual nos identifiquemos y nos sintamos cómodos, esto de acuerdo a que las pijamas están elaboradas en tela 100% algodón y confeccionada principalmente para cualquier tipo de persona, colores suaves, diseños confortables, cómodos relajantes de tal forman que incitan a la persona a su mejor descanso.

INSTRUMENTO: Aplicado a proyecto I

FICHA TECNICA ANGEL´S PIJAMAS	
FECHA DE LA APLICACIÓN:	24 de febrero de 2017

TIPO DE ENCUESTA:	Cualitativa y cuantitativa
TIPO DE PREGUNTA:	Mixta
GENERO:	Femenino y Masculino
EDAD:	18 – 90 años
ESTRATO:	2 – 3 Sisbén
OBJETIVO:	En esta encuesta se pretende determinar la aceptabilidad de nuestro producto de innovación y creatividad.

ANGEL'S PIJAMAS

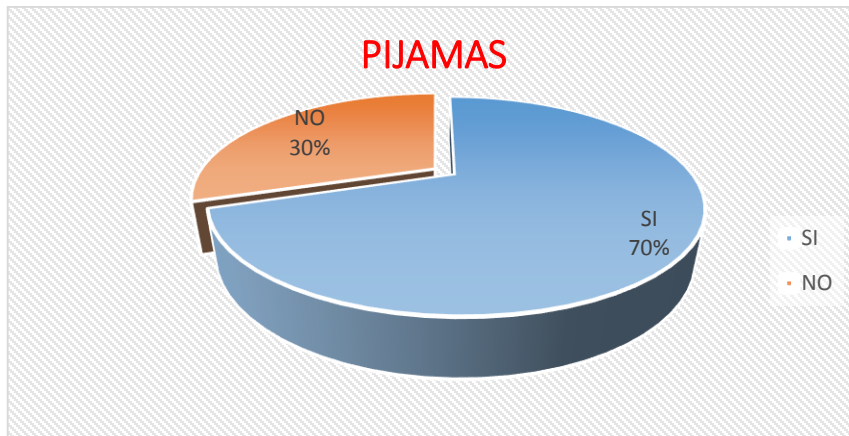
1	¿Usted utiliza pijamas?	SI	NO		
2	Rango de edad.	18 – 25 años	26 – 31 años	32 – 40 años	41 – 90 años
3	¿Qué tipo de compras suele hacer?	Responsable		Impulsivo	
4	¿Cuánto dinero suele disponer para la compra de una pijama?	\$50.000	\$80.000	\$100.000	\$180.000
5	¿Cuánto le dura un pijama?	8 meses	1 años	2 años	3 años
6	¿Le gustaría transformar, diseñar su propio pijama?	SI	NO		
7	¿Con que estilo de moda se identifica?	Moderno	Clásico	Vanguardista	Vitaje

8	¿Para que utiliza su pijama?	Dormir	Leer	Estar en casa	Cocinar
9	¿Qué color más le gusta?	Pasteles	Degrade	No es de gustos	Vivos
10	¿Qué es lo primordial que ve en una prenda?	Precio		Gusto	

Encuesta servicio de monitoria.

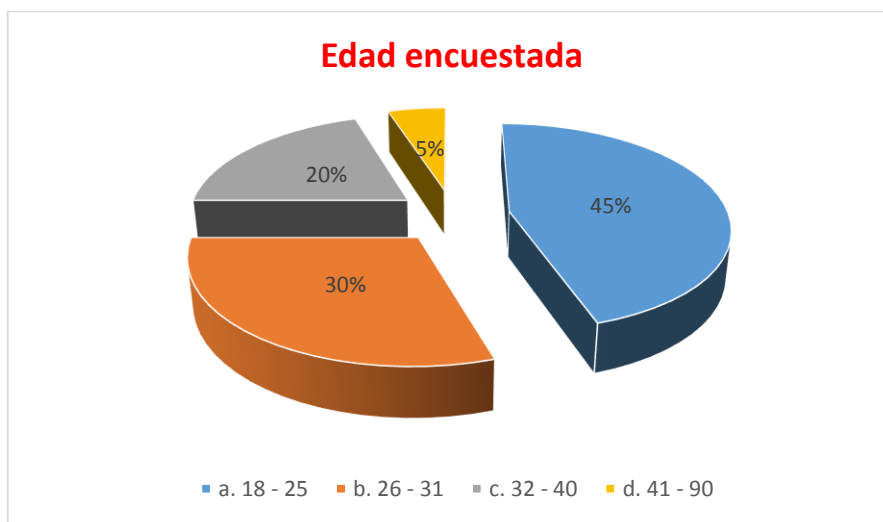
ANGEL'S PIJAMAS

1. ¿Usted utiliza pijamas?



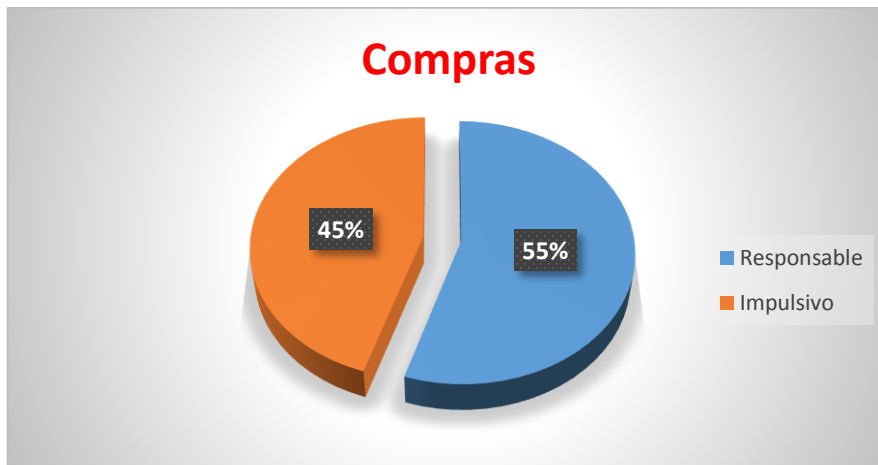
De acuerdo a la encuesta realizada el 70% de los encuestados prefieren utilizar la Pijama; el otro 30% prefiere utilizar otra prenda para dormir o no utilizar nada.

2. Rango de edad.



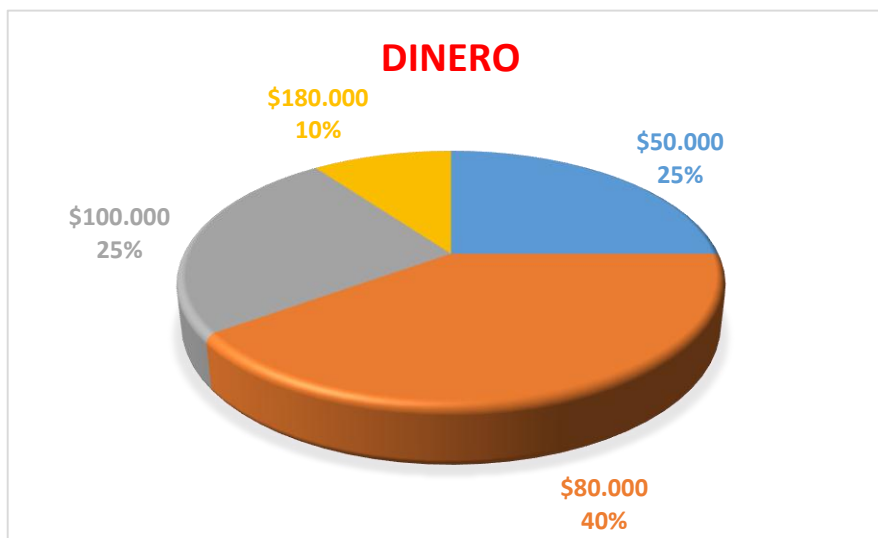
Se entrevistaron a 20 personas, en las cuales participaron para dar respuesta a nuestra investigación del mercado. Encontrando que las personas jóvenes se encontraron a gusto en el momento de responder a las preguntas.

3. ¿Qué tipo de compras suele hacer?



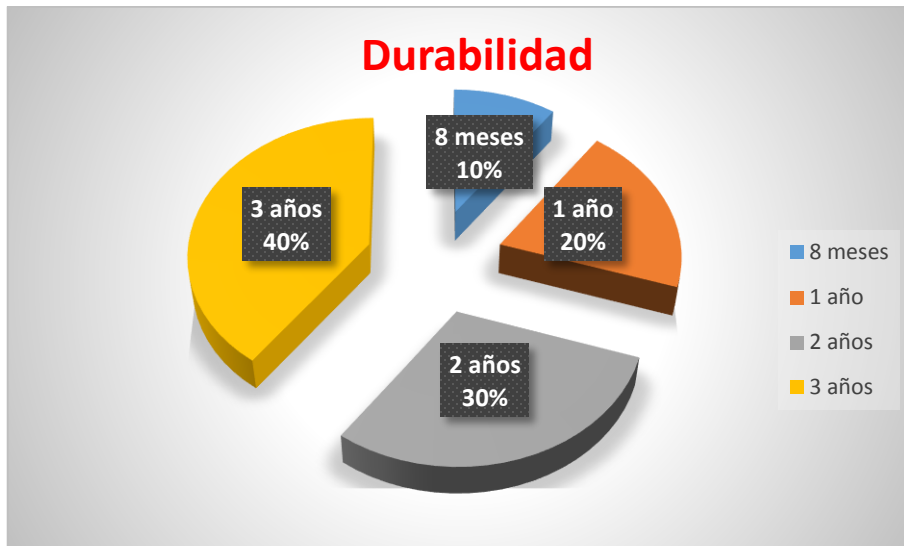
Los encuestados responden que suelen hacer compras responsables, ocupando en nuestra tabulación un 55% de las respuestas y el 45% restante es impulsivo al momento de hacer compras.

4. ¿Cuánto dinero suele disponer para la compra de una pijama?



En el momento de disponer dinero para la compra de una pijama o alguna otra prenda respondieron así: el 40% dispone de su Salario \$80.000, el 25% \$50.000 y otro 25% \$100.000 y el 10% restante gasta de sus ingresos \$180.000 en su totalidad para la compra de esta vestimenta de descanso.

5. ¿Cuánto le dura una pijama?



Las prendas de vestir y principalmente las de dormir se pueden conservar un tiempo más largo de lo normal. Uno de los principales factores para su durabilidad son las materias primas utilizadas en su fabricación de esta manera se permitirá más eficiencia en el producto.

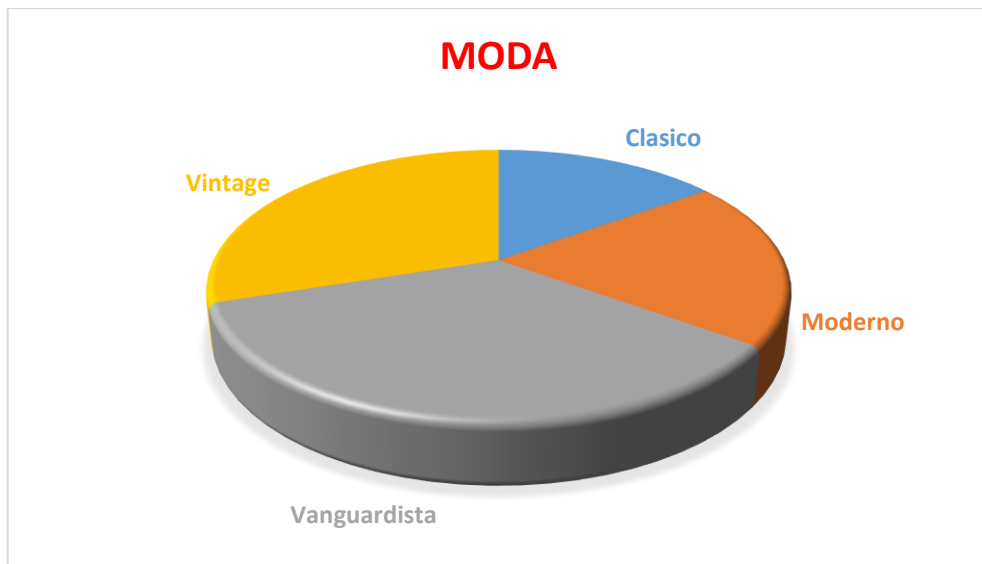
6. ¿Le gustaría transformar, diseñar su propia pijama?



Diseñar una de nuestras prendas primordiales en nuestro descanso es agradable y permite que el 90% de la población

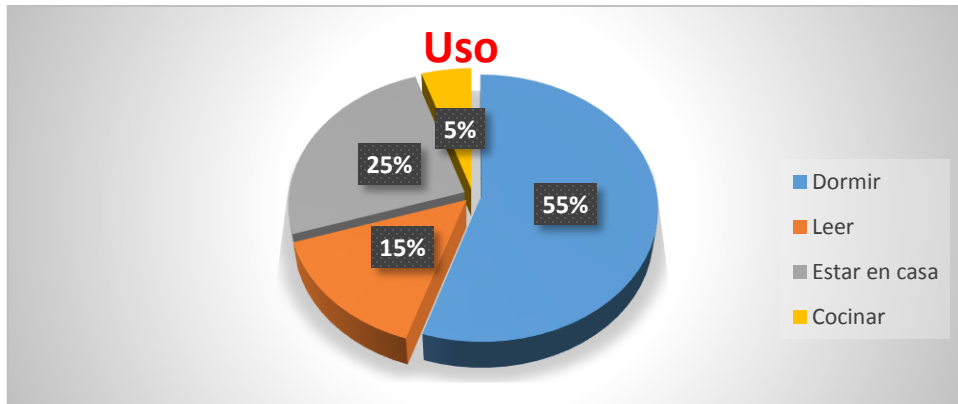
encuestada este a favor con este punto. El restante se conforma con las prendas que ya están hechas a gusto del diseñador.

7. ¿Con que estilo de moda se identifica?



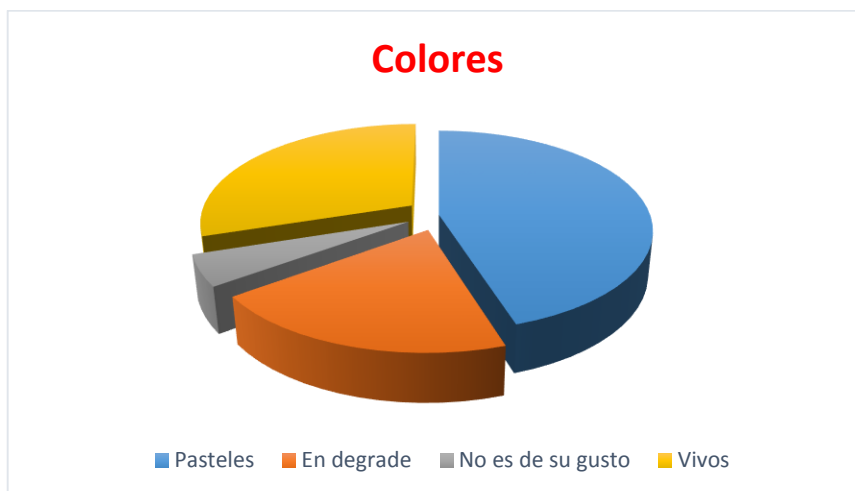
La tendencia en la moda es versátil, va de acorde a gustos, personalidades, sugerencias y medios que lo relacionen. Los estilos hoy en día marcan la pauta con lo que se refiere a ropa y en especial a prendas que por su uso siempre permanecían basadas en un solo enfoque de apariencias.

8. ¿Para que utiliza su pijama?



Las pijamas por lo general se utilizan para dormir, como ya es de costumbre las personas las están adecuando para realizar otras determinadas labores que lo demande como estar en casa cómodos y con prendas de su agrado, cocinar a la vez y porque no hasta hacer trabajos, leer, etc.

9. ¿Qué color más le gusta?



El color primordial para una prenda de descanso es en una tonalidad suave y fresca, la cual nos trasmite tranquilidad y un proceso de aceptación para nuestro descanso. Se ha tomado la iniciativa de implementar y crear nuevas alternativas en los colores de las pijamas. En esta pregunta notamos que es equitativa la elección de las alternativas a escoger.

10. ¿Qué es lo primordial que ve en una prenda?



El dinero que proporcionamos para la compra de prendas es de vital importancia, ya que este se convierte en una necesidad de primera mano. Las compras las que hacemos por necesidad o en la gran mayoría de veces por gustos. Los precios también intervienen en el proceso de compra y selección de la ropa que vayamos a escoger. El ser humano por consiguiente busca la necesidad de comprar y adquirir elementos o productos que no necesariamente necesita, esto se convierte en una compra impulsiva.

CONCLUSIONES

Diseñar esta encuesta nos permite encontrar de primera mano la aceptabilidad de nuestro producto al lanzar en el mercado.

Ser específicos en preguntas nos permitirá un enfoque cerrado y sin pautar otras ideas. Ir a la idea principal es nuestro objetivo.

La propuesta es agradable a la aceptabilidad del nicho de público entrevistado, logrando la veracidad de las respuestas.

Dar una propuesta de modificación o transformación a un producto es agradable para quien quiera innovar, desee hacer cambios de gusto o de moda. Esto es un punto a favor para nuestra empresa.

Innovar es un agregado que interviene ante la competencia, no solo en precios, diseños y color sino en la oportunidad que le brindamos a nuestro cliente de expresarse y dar su punto de vista.

INFORME

Este análisis tiene el propósito de determinar la existencia real de los clientes para las pijamas que la empresa Angel´s Pijamas va a producir, la disposición de los clientes para pagar el precio establecido, la identificación de las ventajas y desventajas competitivas, los mecanismos de promoción y los planes estratégicos de mercadeo y una proyección de ventas de las pijamas.

Nuestro plan de marketing está enfocado en la P (el producto), en el cual se ofrecen de vestir para toda la población que se venderá bajo la marca Angel´s Pijamas.

El producto líder se conocerá con la marca Angel´s Pijamas la cual su característica principal será sus diseños y calidad; además serán pijamas cómodas y de muy larga durabilidad, por el algodón el material escogido, servirá para usarla para diferentes labores domésticas, más aun se le colocara un toque especial al ser esta tela fácil de manejar para adicionarle bordados, pinturas y parches todo esto elabora a mano logrando lucir una apariencia moderna y a la moda.

CAPITULO 3

PLAN DE MARKETING

ANGEL´S PIJAMAS

MISION

Proyectarla como la mejor oferta en la línea de pijamas del país, comercializando la marca en puntos de venta a nivel nacional y estabilidad comercial. Motivando a los clientes con un producto con detalles exclusivos, calidad y precios asequibles, colecciones continuas con el enfoque según los requerimientos, fidelizando al cliente con una rentabilidad menor en grandes volúmenes para que el precio final no afecte al consumidor.

VISION

Para el año 2022, en la familia ANGEL´S PIJAMAS, queremos llegar a:

Ser pioneros en el diseño y confección de pijamas de la región y en Latinoamérica; altamente rentable, orientado nuestros productos a todo tipo de cliente.

Destacarnos por nuestro compromiso por lograr la excelencia en el desempeño de todas nuestras actividades, en especial lograr la satisfacción de nuestros clientes locales como nacionales.

Mantener nuestra presencia en el mercado nacional, destacándonos por nuestra excelencia en el cumplimiento y calificados por su alto valor de calidad e innovación.


ANALISIS DE LA SITUACION DEL MERCADO

Angel's Pijamas, en el mercado encontramos un sin número de empresas que fabrican y comercializan pijamas. Nuestra empresa tendrá un valor agregado en diseños, adecuaciones y estilos de prendas de descanso y para otros usos que le deseamos dar.

Innovar es un agregado que interviene ante la competencia, no solo en precios, diseños y color sino en la oportunidad que le brindamos a nuestro cliente de expresarse y dar su punto de vista. Idear nuevas propuestas que en el mercado no se han abarcado.

Nuestro nicho del mercado serán las personas del estrato 2 hasta el 4, con la favorabilidad de encontrar personas con gustos y carácter de innovar en una prenda de comodidad.

CRUCE DE LA MATRIZ ESTRATEGICA

MATRIZ DOFA CRUZADA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de la elaboración del producto final (Pijamas). 2. Importar al resto de la región nuestro producto. 3. Elaboración de nuevos diseños que satisfagan las necesidades de 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento del costo de la materia prima por el alza del dólar. 2. El aumento de tributos. 3. Cambios constantes en la demanda.

	nuestros consumidores.	
<p>FORTALEZA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad de nuestras materias primas. 2. Creatividad en los diseños. 3. Precios competitivos. 4. Canales de distribución asequibles. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar un diseño que se adapte a los requerimientos del segmento del mercado escogido. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concretar alianzas estratégicas de distribución con empresas reconocidas.
<p>DEBILIDAD</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poder de negociación con los proveedores. 2. Carencia de marca. 3. Ausencia del sistema de control de calidad. 4. Capacidad instalada y Tecnología. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suscribir contratos con proveedores de las materias primas; en diferentes ciudades. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar suscripciones para el acceso a medios de información tecnológicos para conservar la producción.

OBJETIVOS A ESTABLECER

1. Objetivos de ventas

- ✚ Consolidar el liderazgo del mercado, elevando la cuota de participación por ingresos monetarios en un 5% anual.

2. Objetivo de posicionamiento

- ✚ Promover la imagen de Angel's Pijamas a través de diversas acciones que permitan el adecuado posicionamiento de la empresa.
- ✚ Conformar alianzas estratégicas con instituciones relevantes en el ámbito empresarial.
- ✚ Conformar vínculos con organismos de la región, que permitan incrementar el prestigio de la empresa.

3. Objetivo de rentabilidad o margen

- Mantener un margen de rentabilidad por encima del 20%, permitiendo las inversiones necesarias a fin de brindar un servicio diferenciado.




El margen de rentabilidad fijado anteriormente no corresponde a un valor parcial impuesto, sino que se obtuvo a partir del presupuesto de ingresos y egresos.




Se demostrará que con la implementación del plan de marketing, el margen del 5% resulta completamente realista.

OBJETIVOS DE LAS CUATRO P (4P)



ELABORACION PLAN DE ACCION

	OBJETIVO
<p>PRODUCTO</p> <p>O</p> 	<p>Pijamas Dama, Caballero y niños.</p> <p>La presentación de nuestras pijamas serán de dos piezas y enterizas.</p> <p>Empaque: Bolsas reutilizables y papel reciclable.</p> <p>Garantía: Defectos de fábrica. Cambios no mayor a 5 días.</p>
<p>MERCADO</p> <p>O</p> 	<p>Nicho de población, estratos 2 al 4.</p> 
<p>COMPETENCIA</p> <p>NCIA</p>	<p>Derek, Geordy, Pio pio, Only, etc.</p>

<p style="text-align: center;">VENTAS</p> 	<p>Tienda virtual: www.angel's pijamas.com, Catálogos, servicio puerta a puerta.</p> <p>Determinación del precio</p> <p>2 prendas corta: 40.000</p> <p>2 prendas larga: 70.000</p> <p>Enteriza: 90.000</p>
<p style="text-align: center;">PUBLICIDAD</p> 	<p>Fanpage: Angel's Pijamas</p> <p>Voz a voz</p> <p>Facebook: Angel's Pijamas</p> <p>Twitter: @ngel's Pijamas</p> <p>Whatsapp: + (57) 310 001 01 01</p>
<p style="text-align: center;">PROMOCIONES</p>  <p style="text-align: center;">ON</p>	<p>2 x 1</p> <p>Descuento último domingo de cada mes.</p> <p>Cupones de descuentos por compras</p>

	<p>superiores a \$200.000</p> <p>Ofertas de tiempo en redes sociales.</p>
--	---

PLAN DE ACCION

- Innovar primeramente de manera creativa. El cliente se sentirá satisfecho en encontrar su producto adecuado y con mucho estilo.
- Materia prima; telas y cedas que cumplan con los estándares de calidad. Diseños, colores y procesos terminados.
- Implementar un modelo básico y/o estándar que sea de fácil manejo para sus adecuaciones y respectivos cambios. Manejar una línea primordial que abarca a Mujer, Hombre y niños.
- Adicionar y complementar el producto dará un enfoque de realizar procesos que el cliente jamás ha podido obtener en una de sus prendas primordiales para el descanso.
- Obtener la mirada y visión de los clientes al servicio básicamente y primordial, dando los beneficios y seguridad de que aquí recibirá un producto adecuado y con sus deseos de moda y enfoques.

ESTRATEGIA CONCENTRADA

Nuestras pijamas estarán basadas en el diseño y enfoque que el cliente desee poder encontrar. Brindar la mayor comodidad y calidad del producto. Atacar al mercado a través de las redes sociales, aprovechando la publicidad digital que hoy en día el mercado nos ofrece.

Producto exclusivo para la mujer, el caballero y el niño que quiera imponer moda, diseño y vanguardismo en una prenda de vestir.

PLANES DE ACCION DEL MARKETING

- El Producto

Nuestro producto es de consumo elaborado en 100% algodón. En cuanto a diseños se puede decir que las marcas que más se acercan a la propuesta de Pijamas ANGEL´S, son Bronzini (Éxito), Gef y Leonisa, las demás tienen diseños bonitos, con estampados variados, pero tienden a ser repetitivos y tradicionales.

- El precio

Así como se encontró gran variedad en calidad y diseño, así se encontraron los precios, pues todo depende también del material utilizado, las de algodón y las térmicas por ejemplo son más costosas que las de doble punto o tejido plano liviano y los precios oscilan entre los \$37.000 y los \$57.000.

Valor: Determinación del precio - adultos.

2 prendas corta: \$65.000

2 prendas larga: \$100.000

Enteriza: 90.000

Determinación del precio - niño.

2 prendas corta: \$37.000

2 prendas larga: \$57.000

Enteriza: 75.000



La determinación del precio estaba bajo los costos de la materia prima para la utilización del producto final.

- Comportamiento de Compra

La mayoría de usuarios entran al almacén si ven algún diseño exhibido que les haya llamado la atención, en los almacenes de cadena, por ejemplo en el Éxito, es muy común ver la zona de pijamas casi desocupada, pero si los usuarios pasan por allí y ven algo que cautivó su atención; se detienen a observar, otras en cambio tienen presupuestado ir a comprar pijamas y se toman su tiempo.

- Analizando y escuchando comentarios de mujeres entre los 25 y los 30 años (calculados por su apariencia física) se detectó que prefieren las de tipo pescador o Short, mientras que las de 30 en adelante prefieren pantalón largo, salvo que salgan de vacaciones (recurren al short o al pescador y camiseta tipo esqueleto), es muy claro que en estos dos grupos las pijamas tipo bata les parecen incómodas y también se escucharon comentarios respecto a precios, pues tienen su presupuesto de compra definido, por ejemplo algunos clientes comentaron que no estaban dispuestas a pagar más de \$40.000 por una pijama.
- Análisis y proyección de la demanda.

Según la teoría de la demanda del consumidor "la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor. La estacionalidad de compra se trabajó por colecciones dividiendo el año en cinco celebraciones especiales (forma en que trabajan los confeccionistas y textileros): Día de madre, amor y amistad, navidad, cumpleaños y showers.



Angel's pijamas es un producto de primera necesidad, que brinda la satisfacción de descanso y tranquilidad. Prendas innovadoras, de alta calidad, suavidad y comodidad al momento de usarlas.

Empaque: bolsas reutilizables y papel de colores que se puedan adecuar para otra oportunidad. Enfocados en la conservación del medio ambiente aportamos y ayudamos a Reutilizar los empaques.



Servicio Postventa: brindamos a nuestros clientes la facilidad de adquirir nuestros productos por las redes sociales:



Fanpage: Angel´s Pijamas

Voz a voz

Facebook: Angel´s Pijamas

Twitter: @ngel´s Pijamas

Whatsapp: + (57) 310 001 01 01

Nombre de la marca:

ANGEL´S PIJAMAS S.A.S.

Nuestra empresa es una sociedad anónima simple que está conformada por 2 o más socios. Una Pyme.

Imagen de la empresa:



Creación de marca (Branding)

Iso-logotipo



Interpretación del consumidor: Comportamiento, consigue el consumidor adquiera el producto por un objetividad y gusto.

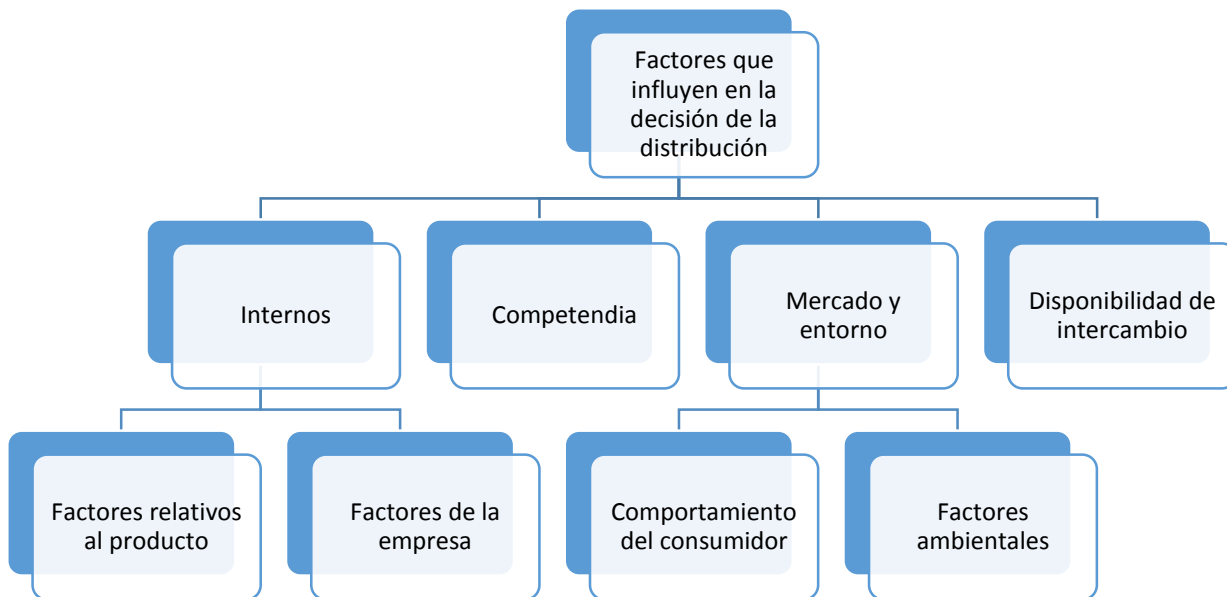
Evaluación.

- Ser una empresa exitosa generadora de empleos.
- Proceso de servicio central, para la adecuación de prendas que satisfagan la necesidad de nuestros clientes.
- Cubrir al máximo la demanda de nuestros clientes para brindar una satisfacción total.
- Cumplir con los niveles de calidad requerido.
- La empresa se enfocara en iniciar procesos de adecuación e implementación de modas y vanguardismo continuo.
- Elaborar prendas con todos los detalles especificados logrando la mayor atención del cliente, de igual forma atraer clientes nuevos.
- Iniciar enfocados en captar clientes de nuevas visiones y enfoques que reflejen cambios.

CANALES DE DISTRIBUCION

1. Venta de fábrica al consumidor.
2. Fabricante, al detallista y al consumidor.
3. Fabricante al mayorista, al detallista y al consumidor.





Conclusiones

Se realizó una base de datos, un analista contable para la facilidad del proceso de elaboración de nuestro producto.

- Se administra de forma organizada los ingresos de las ventas para así expandir a un mayor nivel la productividad.
- Se plantearon estrategias e ideas para que impacten en el mercado, en cuanto a moda y vanguardismo.
- Se optimizan los procesos y se estandarizan con el fin de mejorar la calidad del producto.
- Se dispuso de nuevas máquinas para Mejorar la elaboración de las pijamas.
- Se realizó análisis de precios con el fin de impactar el mercado.
- Se creó plan de estímulos para los empleados en cuanto al nivel de productividad brindándoles una bonificación cada 6 meses.
- Se plantearon las políticas para la materialización de la actividad exportadora.
- Se innovó de tal forma que se cambian los estereotipos y modas planas por modelos que irradian más satisfacción, paz interior y

