

PROYECTO FAIL

Presentado por:

**Juan Camilo Sanchez
William Bryand Velez
Juan David Millan**

Pagina Web: <http://failmodavintage.weebly.com/>

FAIL

"Isn't Always Wrong"

"Get Exclusive"

Exclusive Brand

LOGO



NECESIDAD

Proveer prendas con diseños atractivos y diferenciadores, reencauchando una moda anteriormente muy popular la cual esta tomando un auge actualmente siendo una de las tendencias mas utilizadas por jóvenes y adultos, los jóvenes por sus llamativos colores y en adultos porque recuerda epocas

MISION

Fail es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de camisetas con estampados estilo vintage, brindando una excelente calidad con precios competitivos generando utilidades a sus accionistas y distribuidores

VISION

Para el 2014 FAIL tendrá participación de la 5 parte del mercado en la comercialización y distribución de camisetas con estampados estilo vintage y buscara la participación en el mercado nacional, siendo innovadores en estrategias comercialización y logística. Siempre generando innovación hacia el público

OBJETIVO:

Comercializar y distribuir camisetas con estampados estilo vintage que les den exclusividad a nuestros usuarios a un precio asequible llenando sus expectativas, necesidades y satisfacción garantizando una innovación continua

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer estrategias adecuadas de producto y servicio, plaza, promoción y precios para cumplir y superar las expectativas del cliente.
- Determinar la demanda histórica, insatisfecha para el proyecto
- Identificar el número de empresas que actualmente ofertan ropa vintage en la ciudad de Cali
- Garantizar a la organización utilidades con un retorno de máximo 2 meses
- Cumplir con el 90% de los indicadores de pago oportuno de la cartera

SEGMENTACION DE MERCADO

Los factores de decisión de compra de bienes de consumo no suelen ser iguales en los todos los consumidores ya que, la edad, ingresos, gustos y preferencias son variables que afectan esta decisión. Las necesidades y expectativas de los clientes difieren unos de otros, por lo tanto, lo que puede ser útil para unos tal vez no lo sea para otros

La segmentación de un mercado implica dividir dicho mercado en pequeños grupos de consumidores que tengan características en común

El objetivo de la segmentación de mercados es definir con mayor precisión las necesidades de los clientes, y así definir estrategias y objetivos que busquen satisfacer esas necesidades.

Segmentar el mercado le permitirá a la empresa definir correctamente el mercado meta y establecer estrategias adecuadas para la comercialización de ropa masculina estilo vintage

Las variables que se tomarán en cuenta para la segmentación del mercado son:

- **Variables geográficas:** El estudio de mercado se realizará en la ciudad de Cali específicamente en la Zona sur y norte
- **Variables demográficas:** Para la segmentación del mercado se considerará el género, puesto que la empresa comercializará únicamente ropa Masculina. Se segmentara a la población por edad, desde 16 hasta 35 años de edad años sin importar su contextura física ya que poseeremos las 4 distintas tallas (S,M,L,XL) , aclaramos que cualquier persona del genero masculino que se sienta cómodo con este tipo de moda y estilo puede adquirir el producto . Se tomará en cuenta la población perteneciente a los estratos 3, 4 y 5, cuyos ingresos mensuales por hogar son de minimo dos salarios minimos legales
- **Variables socioculturales:** Importancia de la marca

	Variables	Segmentos
Geográficas	Área	Cali Zona Sur y Norte
Demográficas	Género	Hombres
	Edad	Población de hombres que se encuentran entre 16 y 35 años de edad.
	Ingresos	Población que pertenece a los estratos 3, 4 y 5
Socioculturales	Conductas de consumo	Personas cuyo factor primordial de decisión de compra es la marca.

NORMATIVIDAD TECNICA

Uno de los requisitos técnicos que se debe tener en cuenta para la comercialización de prendas de vestir dentro del país es el etiquetado de las mismas. Las prendas de vestir deben contener dos tipos de etiquetas: de marca y técnicas.

El objetivo de la etiqueta de marca es indicar la marca comercial. La información que debe contener esta etiqueta es:

- Marca comercial
- Logotipo
-

En la etiqueta técnica se debe detallar las características técnicas de la prenda de vestir. La información que se debe especificar en la etiqueta técnica es:

- Número de talla
- Porcentaje de fibras y/o materiales utilizados

- Razón social del fabricante y/o importador
- País de origen
- Instrucciones de manejo y conservación, que puede estar expresado en forma simbólica o explícita.

Estas dos etiquetas deben estar cosidas en la prenda de vestir y deber ser fácilmente identificables. La información que se detallan en estas dos etiquetas puede ser presentada en una sola

Los detalles técnicos y comerciales presentados en las etiquetas deben ser legibles e indelebles, y el material con el que se fabrique dichas etiquetas no debe causar incomodidad al consumidor

NORMATIVIDAD COMERCIAL

Los requisitos necesarios para el funcionamiento de una empresa en la ciudad de Cali se detallan a continuación:

- Obtención del RUT (**OJO BUSCAR REQUISITOS**)
- Inscripción en la Cámara de Comercio de Cali (**OJO BUSCAR REQUISITOS**)

ACEPTACION DE PRODUCTO

La probabilidad de gusto o no del producto se establecera apartir de una prueba piloto que se hará a 30 personas que se encuentren dentro del area demográfica que fijamos

Pregunta prueba piloto :

Datos Personales:

Edad: ____

Sector de residencia: _____

¿Esta UD. dispuesto a comprar ropa de marcas reconocidas internacionalmente en la zona sur del DMQ?

SI __ NO __

Muchas gracias por su colaboración.

Resultados

De 30 persona encuestadas 25 persona contestaron positivam,ente y 5 personas negativamente es decir que el 83% de la población encuestada estaría dispuesta a comprar la camiseta

PRODUCTOS PRUEBA

Costo Camiseta
(Precios 300 unidades)

Camiseta tipo 24-1 \$ 7800
Plancha Policromía (una plancha por diseño) \$20.000
Estampado \$3000

Para 300 camisetas serian en total 25 diseños para 25 Planchas, 3 S, 3 M , 3 L, 3 XL en cada diseño

El costo por cada camiseta seria de \$12.500 sin etiqueta y sin marquilla

El costo total de las camisetas es \$3.750.000 + \$250.000 para imprevistos (tarjetas, etiquetas

Rotación (un mes y medio máximo)

PRUEBA CON MALOS RESULTADOS

Las camisetas tenían un estampado muy pesado el cual da mucho calor, el estampado es muy pequeño esto se debe a la calidad de la tinta, las camiseta se encogen

SEGUNDO PROVEEDOR

Mínimo 120 camisetas por diseño (solamente 2 colores por 120 camisetas)

Costo Camiseta
(Precios 120 unidades) por diseño

Camiseta tipo 24-1 \$ 9000
Plancha Policromía (una plancha por diseño) \$50.000
Estampado \$5000

Para 120 camisetas de un mismo diseño 30 camisetas de cada talla (S,M,L,XL)

El costo por cada camiseta seria de \$14.400 con etiqueta y marquilla

El costo total de las camisetas es \$1.728.000

Rotación (un mes y medio máximo)

La camiseta se va a vender a un precio de \$35.000

Se espera que la rotación sea 1 mes y medio, si al cabo de 2 meses y 15 días no han salido camisetas y quedan saldos por vender se bajara el precio de dicha camiseta a 25.000

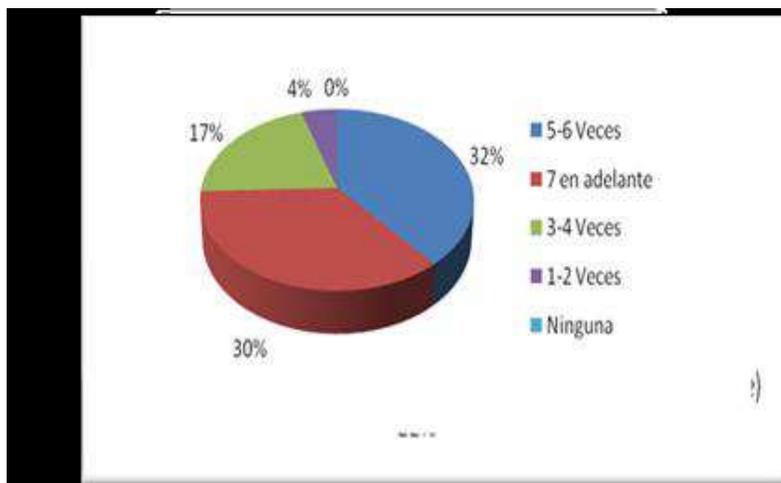
Los resultados de las pruebas nos muestran que es una camiseta cómoda, de calidad con un estampado mucho mas frágil el cual no es incomodo

Al vender las 57 camisetas se ha recuperado el capital , las 63 camisetas restantes serán ganancia

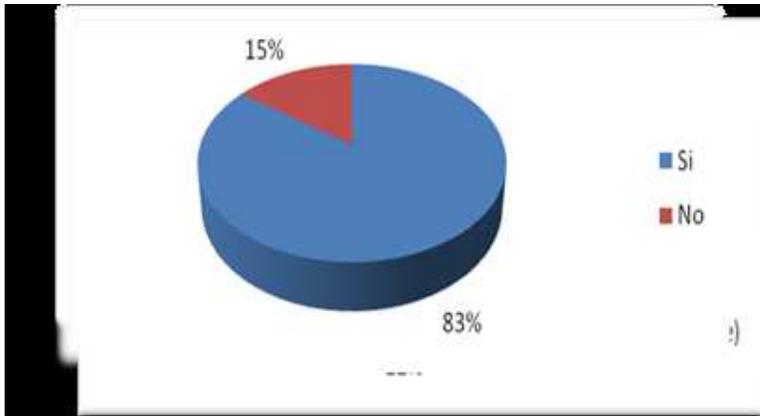
Objetivo de la investigación

La investigación de mercado tiene como finalidad determinar los siguientes aspectos: Identificar el mercado real y el mercado potencial del producto. Identificar el mercado que se inclinan a personalizar camisetas. Conocer la aceptación del producto. Identificar el segmento al cual nos enfocaremos. Identificar el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto. Identificar la tendencia de compra de este producto por parte de los consumidores.

Frecuencia de compra



Porcentaje de aceptación



Análisis FODA

Fortalezas:

- Un producto innovador en la línea de camisetas personalizadas
- Fácil manejo al momento de diseñar con herramientas interactivas.
- Aceptación del producto.

Oportunidades:

- Alta demanda de consumidores con gran aceptación del producto.

Debilidades:

- Al ser una empresa nueva, habrá que enfrentar dificultades para conseguir el financiamiento.

Amenazas:

- Empresas con gran trayectoria y experiencia en la fabricación de camisetas.
- Ingreso de nuevos competidores.

Estrategias de servicio y producto

Las estrategias de la empresa en cuanto a producto será brindar al cliente ropa de estilo vintage y que sean genuinas. La empresa ofrecerá varios diseños con el fin de que el cliente pueda disponer en un mismo lugar de una variedad de opciones

En cuanto al servicio se brindará asesoramiento al cliente, con el objetivo de que este se sienta satisfecho con su compra. Para lograr este cometido es importante dar al personal de ventas una capacitación en cuanto a atributos del producto, conocimiento de diseños y estilos.

Estrategias de precios

La estrategia de precios que se empleará será: "precios asequibles"

Debido a que el ciclo de vida de las prendas de vestir está determinado por las tendencias generadas, los descuentos también serán una estrategia de precios

a utilizar, vendiendo la ropa con rebajas al final cuando queden prendas sin venderse

Estrategias de promoción

El realizar promociones le permitirá a la empresa captar nuevos clientes y fidelizar a los compradores actuales. El Internet se ha convertido en un medio de comunicación mucho más eficaz y barata para dar a conocer nuevos bienes y servicios, por lo tanto, este será el medio primordial para proporcionar información acerca del producto y precios de este a los consumidores. Se mantendrá una base de datos de los clientes más frecuentes para informarles, por medio de correos electrónicos, acerca de descuentos y actividades de la empresa. Se realizarán descuento en los precios según la cantidad de camisetas que compre y también cuando este sea al contado. En la investigación de mercado también se pudo determinar además del Internet, los consumidores prefieren recibir información por medio de catálogos, por esto, se elaborarán catálogos cada 3 meses, estos serán distribuidos en las redes sociales en archivos formato pdf

ACTIVIDADES – METODOLOGIA

FAIL se comercializara por medio de canales de distribución

El primero será el CANAL DIRECTO en el cual se le vendara al usuario que nos contacte directamente

El segundo canal que utilizaremos y el cual nos permitirá tener una expansión más rápida es el CANAL DETALLISTA, en el cual tenemos una fuerza de ventas la cual tiene el perfil de cada uno de los vendedores, para los detallista se exigirán los siguientes datos y documentos para el pertinente estudio de cupo de crédito y su condición de pago (tiempo)

Con estos datos confirmados y según el comportamiento de cada uno de los detallistas se manejaran las siguientes opciones de crédito:

- 1- anticipo 30 %, 70% a 15 días con un pedido mínimo de 10 camisetas
- 2- anticipo 30% , 70% a 30 días con un pedido mínimo de 30 camiseta
- 3- 30 días pedidos mínimos de 50 camisetas

Si al termino del plazo de crédito no han cancelado las camisetas se bloqueara el cliente y no se le hará ningún despacho hasta que cancele las facturas en mora

Si el cliente cancela antes de los 30 días se dará un 2% financiero sobre el precio total del pedido

Inicialmente se sacaran 5 modelos distintos por lo tanto serian 600 camisetas en total
Para 120 camisetas de un mismo diseño 30 camisetas de cada talla (S,M,L,XL)

El costo por cada camiseta seria de \$14.400 con etiqueta y marquilla

El costo total de las camisetas es \$1.728.000

Rotación (un mes y medio máximo)

La camiseta se va a vender a un precio de \$35.000

Distribuidores:

Cristhian Montoya
Empleado - ESTABLE
Electricos del Valle S.A.

Anderson Cardona
Empleado- ESTABLE
Electricos del Valle S.A.
Salario Fijo \$900.000

Andres Viveros
Empleado- ESTABLE
Electricos del Valle S.A.
Estudiante Ingenieria Electrónica VI semestre
Salario Promedio \$1.800.000

Juan Pablo Botero
Estudiante Universidad San Buenaventura
IX Semestre

Cristian Aguirre
Empleado
Coomeva C. Servicios
Salario 550.000
Estudiante admón. De empresas CCEP

Pedro Zuluaga
Empleado
Coomeva C servicios
Salario 550.000
Estudiante admón. De empresas CCEP

William Velez
Coordinador Colegio Técnico Juvenil del Sur

Daniel Mármol
Banco de Occidente
Diseñadora Industrial

Martín Aragón
Administrador de Empresas

David Quintero
Estudiante de administración de negocios
Universidad de San Buenaventura

Leonardo Rojas
Estudiante de administración de negocios
Universidad de San Buenaventura

No obstante es importante aclarar que utilizaremos para nuestra promoción y participación en el mercado las redes sociales como Facebook Twitter entre otras

CONCLUSIONES

Después de haber realizado un estudio a fondo para la producción y comercialización de las camisetas personalizadas, se ha llegado a las siguientes conclusiones.

- La finalidad principal de este proyecto es llegar a la mente del consumidor como un producto innovador y que esta a la vanguardia de la tendencia de la moda, además de abarcar la mayor cantidad de mercado.
- Luego de realizar un análisis del mercado en la que vamos a incursionar, concluimos que el proyecto tiene expectativas de crecimiento a mediano plazo.
- Por medio del estudio de mercado se llego a determinar que el canal óptimo para la distribución va a ser a domicilio por la comodidad y preferencia del cliente
- Por medio de la Investigación de mercado observamos que tenemos un segmento grande de mercado con tendencia a crecimiento
- El precio se estableció por medio de la Investigación de mercado y por el análisis de producción, a diferentes niveles de precio; cubriendo los costos de producción, obteniendo un margen de ganancia satisfaciendo la expectativa del cliente