

2022

PLAN DE NEGOCIO

ANDY SECRET SHOP
ANDREA LIZETH PEREZ HERNADEZ

ANDY SECRET SHOP



SI TE QUIERE EN PIJAMA Y SIN MAQUILLAJE,
¡¡¡TE MERECE EN LENCERIA Y CON TACONES!!!

Descripción

El presente plan, es el diseño de una tienda de lencería y otros artículos más, que busca diferenciarse de los demás, siendo esto posible gracias a características como la calidad y en el buen estado que se encuentra cada uno de los productos, y la calidad del servicio que se le dará cada uno de los clientes y que los productos están aún costos más bajos que los demás ofrecen, sobre todo, se pretende que se diferencie de sus competidores por el uso de la tecnología en sus operaciones. Además, contamos con una tienda online en el cual pueden hacer sus pedidos y una tienda física en la cual podrán encontrar los productos de su agrado.



9631467178

En Las Margaritas Chiapas, existen muchas tiendas en donde ofrecen productos similares, pero con un costo alto, por eso en Andy secret shop se distingue por los precios que serán muy accesible para cada uno de nuestros clientes, cada producto tiene una alta calidad y los servicios que brindamos son confiables.

Misión

En la tienda de lencería nos dedicamos a vender productos de una buena calidad, siempre buscamos satisfacer las más alta exigencias de los clientes y ofreciendo el mejor servicio apoyándonos en las bondades que brinda la tecnología.

Visión

Llegar a ser líder en el mercado y buscar oportunidades de desarrollo y expansión. Posicionarse en el mercado como una de las mejores tiendas de lencería y artículos siendo reconocido por la calidad que presenta cada uno de nuestros productos, así por su servicio, innovación y uso de la tecnología

Valores

- Honestidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Calidad
- Lealtad
- compromiso
- Trabajo en equipo

ANALISIS FODA

FORTALEZAS

- *Ubicacion favorable
- *Ropa novedosa y de temporada
- *Precios accesibles

DEBILIDADES

- *Perdida de clientes
- *Mala publicidad
- *Falta de personal

OPORTUNIDADES

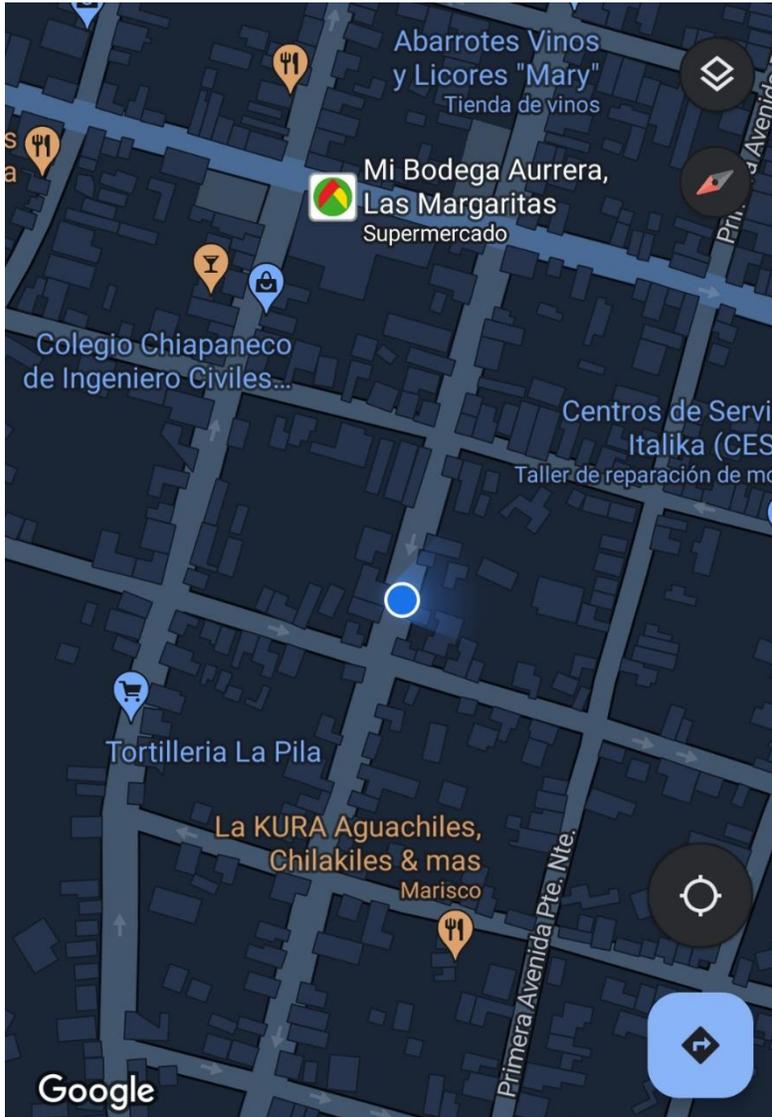
- *Trato seguro y confiable
- *Investigacion sobre variedades
- *Mejora de la calidad del producto

AMENAZAS

- *Malas criticas
- *Producto estancado
- *Mayor competencia

Localización

nos ubicamos en la avenida central norte #55 en el barrio de santa Cecilia a cuadra y media de bodega ahorrera. Con un horario de 9 de la mañana a 6 de la tarde de lunes a viernes.



SEGMENTO DEL MERCADO

En el corto plazo el segmento de mercado elegido es de la población de las margaritas Chiapas, cuya edad fluctúa es de 18 a 55 años, 20% son hombres y el 80% son mujeres, 35% son foráneos y el 65% son locales.

CONSUMO APARENTE PARA ANDY SECRET SHOP ES

El numero de clientes potenciales es de 44.133

El consumidor unitario aparente (por cliente) es de

1,000 personas lo consumirían 1 vez por semana

2,033 lo consumirían 2 veces por semana

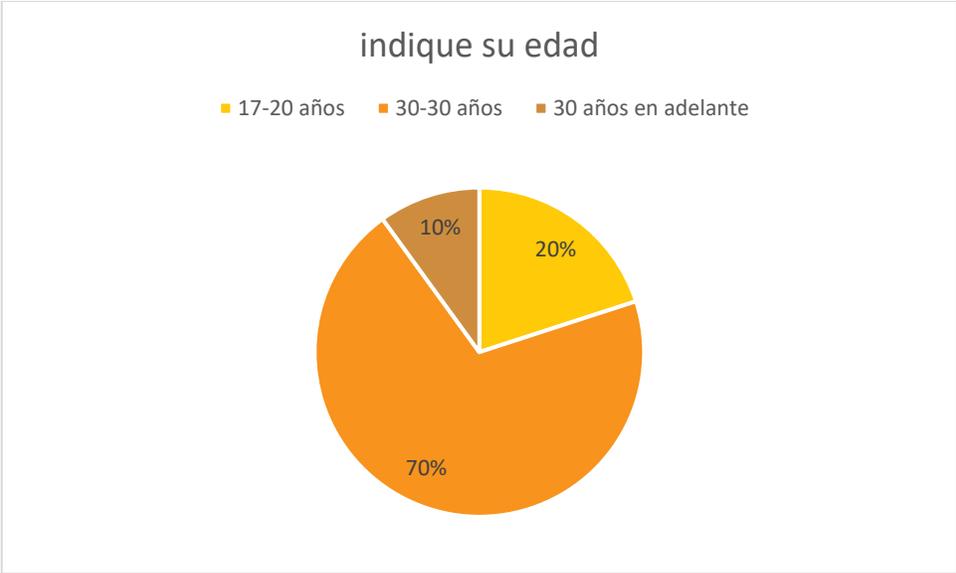
1,000 lo consumirían 1 vez al mes

40,100 lo consumirían ocasionalmente

El consumo mensual aparente de mercado es de 61,364 porciones individuales.

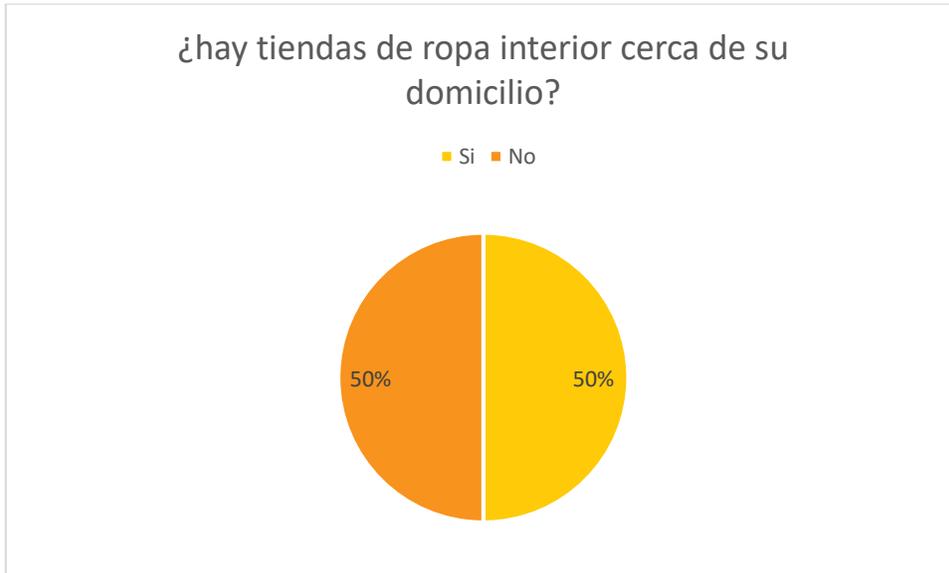
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DEL MERCADO

1.-indique su edad			
Clase	Fi	Fr	F%
17-20 años	2	0.02	2
20-30 años	7	0.07	7
30 años en adelante	1	0.01	1



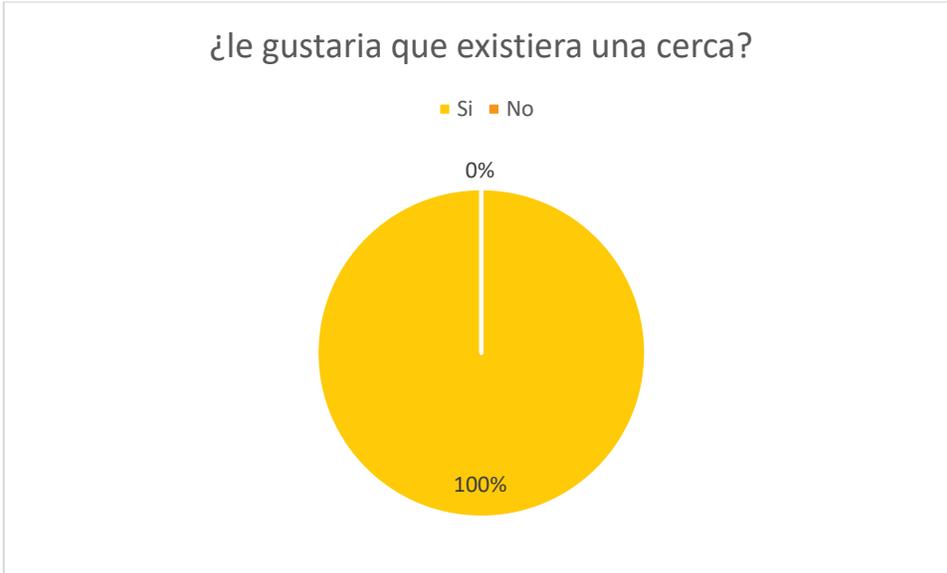
En la encuesta realizada a 10 personas el 7% es una edad promedio de 20 a 30 años, el 2% es de la edad de 17-20 años mientras que el 1% es de 30 años en adelante.

¿hay tiendas de ropa interior cerca de su domicilio?			
Clase	Fi	Fr	F%
Si	5	0.05	5
No	5	0.05	5



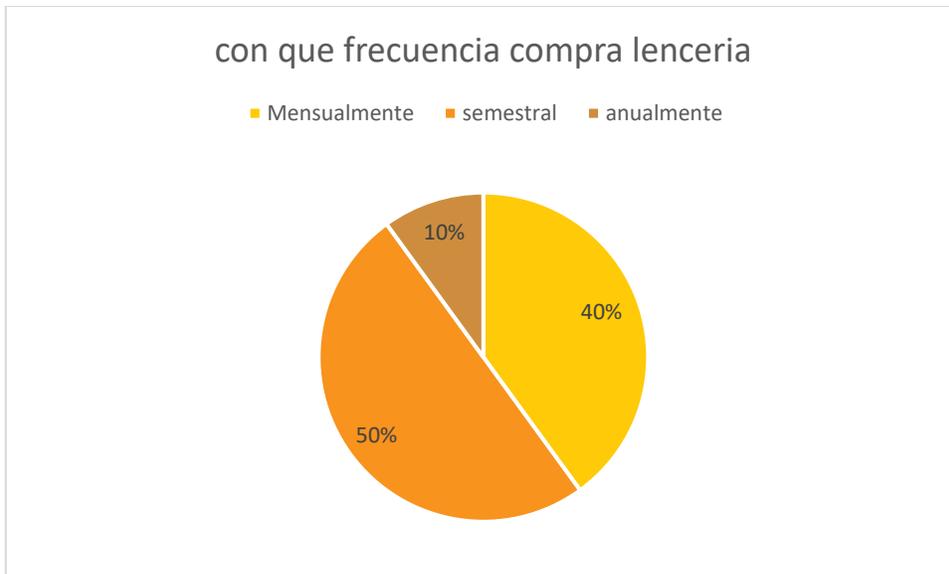
la mitad de estas personas menciona que si hay una tienda cerca de casa y la otra mitad dice que no.

¿le gustaría que existiera una cerca?			
Clase	Fi	Fr	F%
Si	10	0.1	10
No	0	0	0



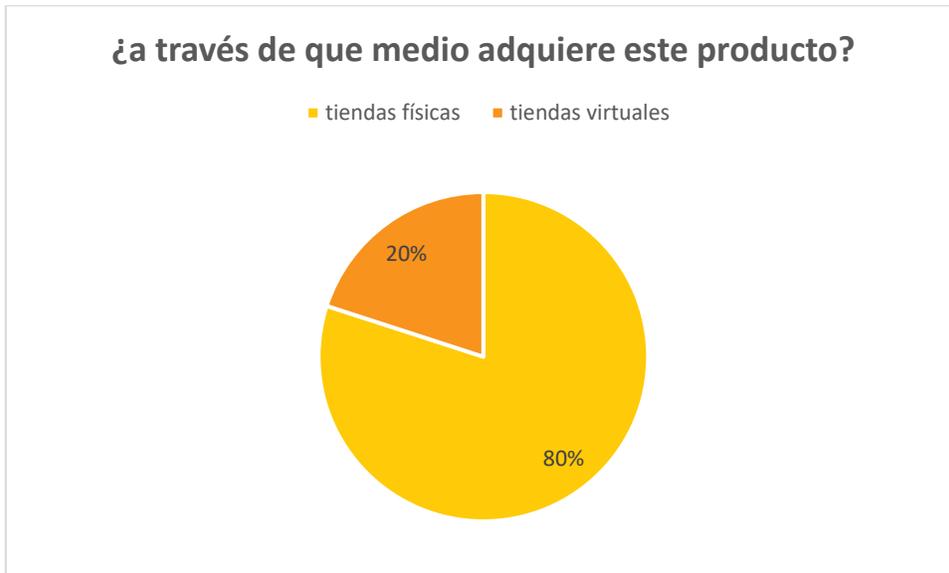
A las 10 personas les gustaría que hubiera una tienda cercas de su hogar.

¿Con que frecuencia compra lencería?			
Clase	Fi	Fr	F%
Mensualmente	4	0.04	4
semestral	5	0.05	5
anualmente	1	0.01	1



4 personas compran cada mes lencería, 5 personas compran cada 6 meses y 1 persona compra cada año.

¿a través de que medio adquiere este producto?			
Clase	Fi	Fr	F%
tiendas físicas	8	0.08	8
tiendas virtuales	2	0.02	2



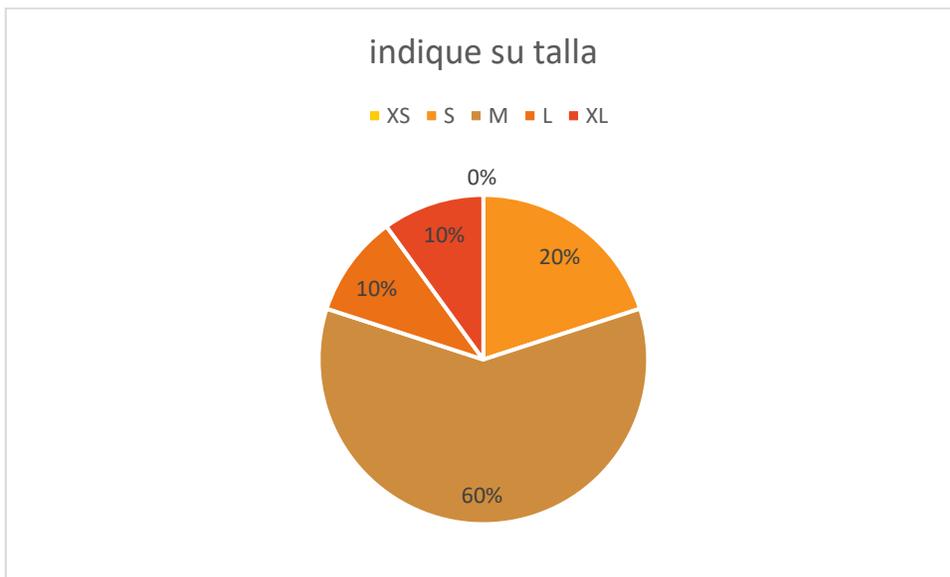
8 de 10 personas visitan tiendas físicas para realizar sus compras, mientras que las otras 2 compran virtualmente mediante páginas.

que aspectos considera importante para adquirir este producto			
Clase	Fi	Fr	F%
precio	3	0.03	3
calidad	3	0.03	3
comodidad	3	0.03	3
amabilidad	1	0.01	1



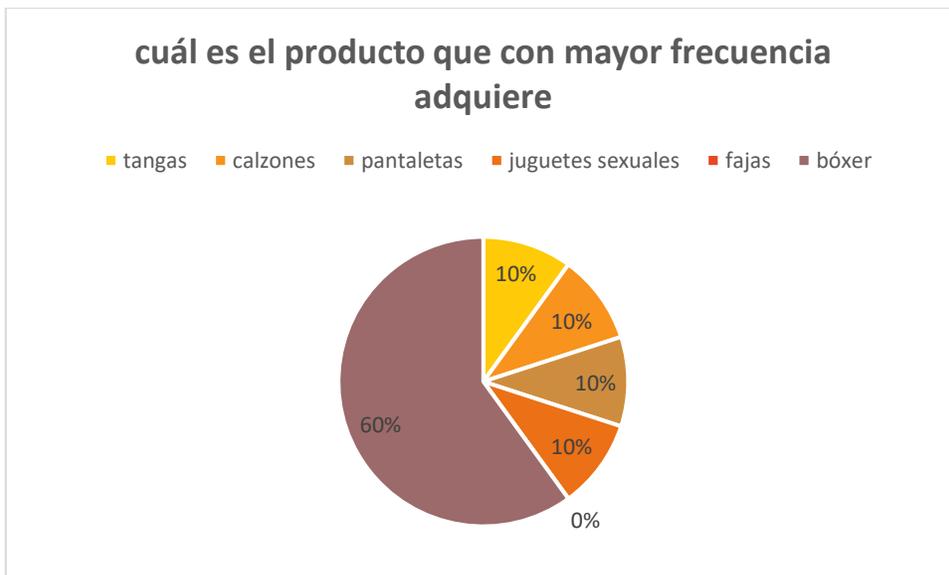
Los aspectos importantes son 3 personas se basan en el precio del producto, 3 personas se basan en la calidad del producto, 3 personas les agradan la comodidad de la tienda y a 1 persona menciona que es importante la amabilidad del personal.

indique su talla			
Clase	Fi	Fr	F%
XS	0	0	0
S	2	0.02	2
M	6	0.06	6
L	1	0.01	1
XL	1	0.01	1



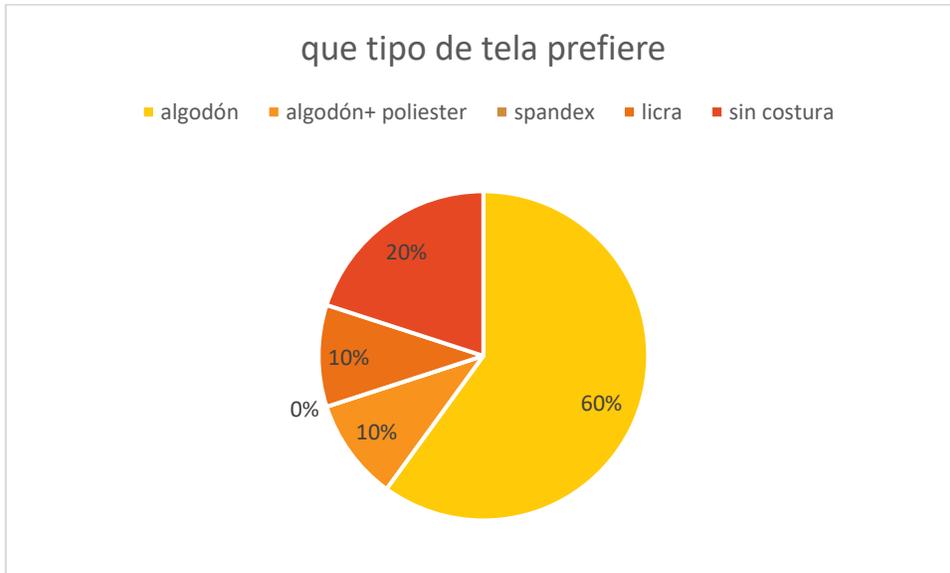
2 personas usan la talla chica, 6 personas encuestadas usan la talla mediana, 1 persona la talla grande y 1 persona la talla extra grande.

cuál es el producto que con mayor frecuencia adquiere			
Clase	Fi	Fr	F%
tangas	1	0.01	1
calzones	1	0.01	1
pantaletas	1	0.01	1
juguetes sexuales	1	0.01	1
fajas	0	0	0
bóxer	6	0.06	6



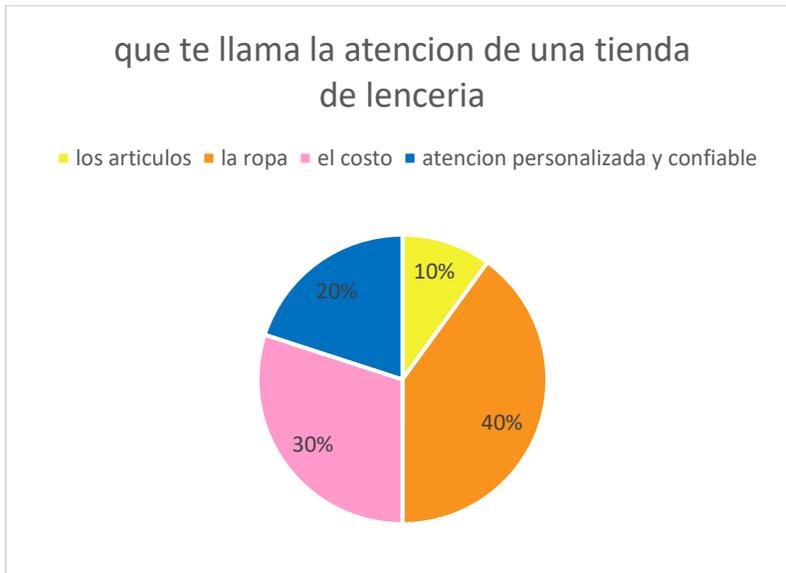
1 persona compra tangas, 1 persona compra calzones, 1 persona compra pantaletas, 1 persona compra juguetes sexuales y 6 personas mayormente compra bóxer.

qué tipo de tela prefiere			
Clase	Fi	Fr	F%
algodón	6	0.06	6
algodón+ poliéster	1	0.01	1
spandex	0	0	0
licra	1	0.01	1
sin costura	2	0.02	2



6 personas compran ropa interior de algodón porque menciona que este tipo de tela evita las infecciones, 1 persona prefiere el algodón con el poliéster, 1 persona prefiere la tela tipo licra y 2 personas prefieren la tela sin costura ya que esta no se marca en el uso de la ropa.

que te llama la atención de una tienda de lencería			
Clase	Fi	Fr	F%
los artículos	1	0.01	1
la ropa	4	0.04	4
el costo	3	0.03	3
atención personalizada y confiable	2	0.02	2



1 persona le llama la atención los artículos de la tienda, 4 prefieren la variedad de ropa en la tienda, 3 personas asisten a una tienda cuando ven que el precio es adecuado para ellos y 2 personas van a una lencería cuando esta ofrece una atención personalizada y confiable.

ORGANIGRAMA



GERENTE: es el encargado de administrar y supervisión de la empresa.

CONTADOR: es el encargado de la administración, elaboración de facturas, supervisión de egresos e ingresos de las ventas.

PUBLICIDAD Y VENTAS EN LINEA: es el encargado de realizar publicidad mediante las redes sociales y de contestar y de realizar la entrega de los pedidos en línea.

VENTAS DEL LOCAL: persona encargada de enseñar la mercancía en el local al público en general, acomoda la mercancía en la tienda, observa que mercancía hay dentro de la tienda y lo que falta y lo que más prefiere el público.

PROVEDORES: son aquellas personas que hacen llegar la mercancía al local, surten la mercancía.

REPARTIDOR: es la persona que reparte los pedidos cuando estos son a domicilio o a correos.

ANEXOS

EDAD: _____ SEXO: _____

INTRUCCIONES: lea cuidadosamente la pregunta y conteste lo que se le pide.

1. Indique su edad

- 17-20 años
- 20-30 años
- 30 años en adelante

2. ¿Hay tiendas de ropa interior cerca de su casa?

SI

NO

3. ¿Le gustaría que existiera una cerca?

SI

NO

4. ¿con que frecuencia compra lencería?

- a) Mensualmente
- b) Semestralmente
- c) Anualmente

5. , ¿A través de que medios adquiere este producto?

- Tiendas físicas
- Tiendas virtuales

6. ¿Qué aspectos considera importantes para adquirir el producto?

- Precio
- Calidad
- Comodidad
- Amabilidad

7. Indique su talla

- XS
- S
- M
- L
- XL

8. ¿Cuál es el producto que con mayor frecuencia adquiere?

- Tangas
- Calzones
- Pantaletas
- Juguetes sexuales
- Fajas
- Bóxer

9. ¿Qué tipo de tela prefiere?

- Algodón
- Algodón + poliéster
- Spandex
- Licra
- Sin costura

10. ¿Qué te llama la atención de una tienda de lencería?

- Los artículos
- La ropa
- El costo
- Atención personalizada y confiable