

Proyecto: FREYA

## PRESENTA

Cinthya Paulina Vázquez García

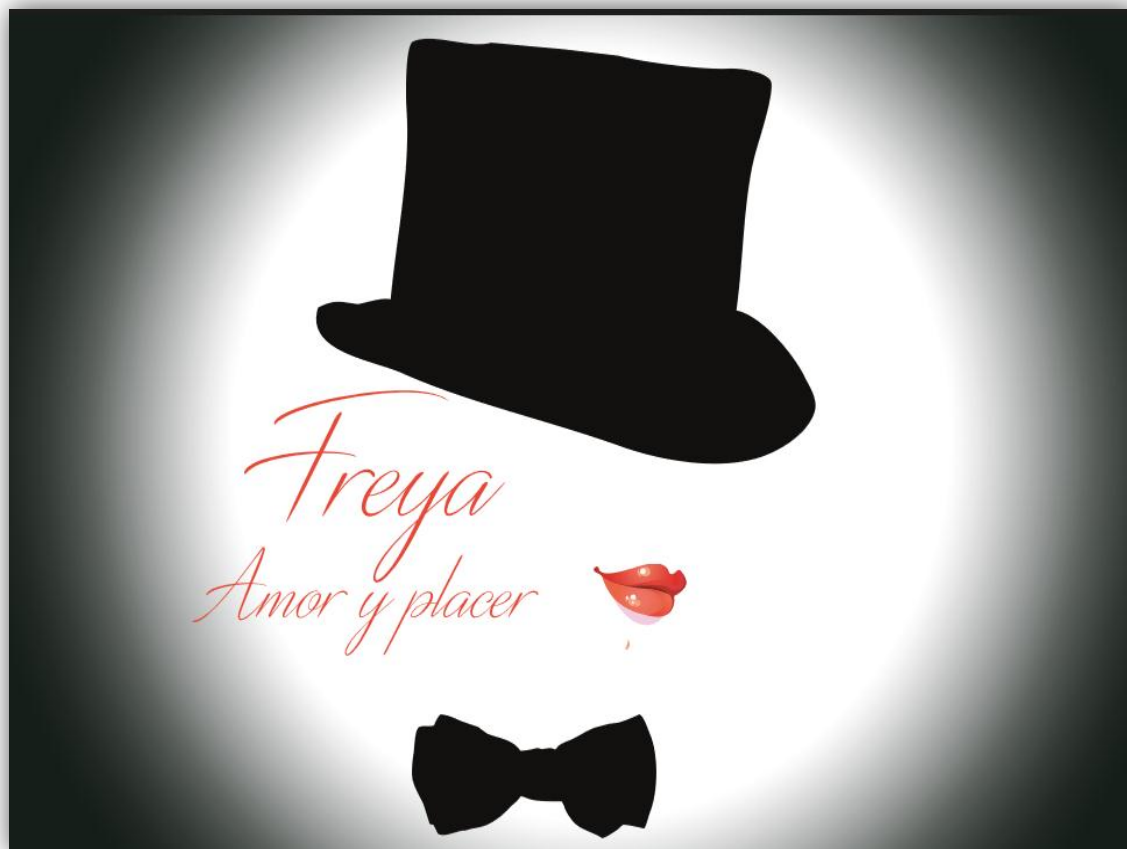
## Contenido

ANTECEDENTES .....	4
FREYA .....	4
Filosofía Empresarial .....	4
<b>Misión</b> .....	4
<b>Visión</b> .....	4
<b>Valores</b> .....	5
OBJETIVOS .....	6
<b>Estratégicos</b> .....	6
<b>Tácticos</b> .....	6
<b>Operativos</b> .....	¡Error! Marcador no definido.
Objetivo 1 .....	8
Objetivo 2 .....	8
Objetivo 3 .....	8
Objetivo 4 .....	8
Objetivo 5 .....	8
FODA .....	9
INVESTIGACION DE MERCADO .....	11
<b>1. GRAFICA DE GANTT</b> .....	11
IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES DE INFORMACION .....	12
DIAGRAMA DE ISHIKAWA .....	13
Problema .....	13
Producto .....	13
Precio .....	13
Plaza .....	13



Promoción.....	13
<b>JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>13</b>
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION .....	14
OBJETIVO GENERAL.....	14
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	14
DETERMINACION DEL TIPO DE INVESTIGACION .....	14
DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	14
<b>INVESTIGACION EXPLORATORIA .....</b>	<b>15</b>
Fuentes de información .....	15
<b>Tipos de investigación .....</b>	<b>15</b>
<b>Métodos de investigación. ....</b>	<b>15</b>
<b>CONCLUSION DE LA INVESTIGACION EXPLORATORIA. ....</b>	<b>16</b>
HIPOTESIS. ....	16
PREGUNTA 1.....	16
PREGUNTA 2.....	16
PREGUNTA 3.....	17
PREGUNTA 4.....	17
PREGUNTA 5.....	17
PREGUNTA 6.....	18
PREGUNTA 7.....	18
Elaboración del instrumento para la recolección de información. ....	19
<b>APLICACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO. ....</b>	<b>20</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>RESULTADOS DE LA PRUBA PILOTO.....</b>	<b>36</b>
Cálculos de la muestra .....	36
Análisis de fiabilidad .....	36
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>BIBLIOGRAFIAS .....</b>	<b>45</b>





## ANTECEDENTES

### FREYA

Empresa de servicio que ofrece productos para adultos de la más alta calidad. Se categorizan en diferentes líneas para su fácil consulta.

Línea de disfraces: son personajes animados de caricaturas, cuentos de princesas incluso personajes de acción también se tienen unos más clásicos como los son los de los oficios y profesiones de la vida diaria.

El servicio que FREYA ofrece a sus clientes se caracteriza por el ambiente relajado que se siente ahí, es una tienda discreta y sobre todo confiable, no es como cualquier tienda con las puertas abiertas a toda la gente que va pasando ya que FREYA está totalmente cubierta con puertas y ventanas color blanco para que el cliente compre con toda comodidad y confianza, también cuenta con música para amenizar la compra y sean más frecuentes las compras, al entrar el cliente puede tomar un antifaz si es que lo desea para proteger su identidad.

### Filosofía Empresarial

#### Misión

Cubrir las necesidades y exigencias de calidad, buscando sobrepasar las expectativas de nuestros clientes, ofreciendo al mercado, gran variedad productos, a un costo competitivo accesible. Conseguir que nuestros clientes se sientan seguros, con la comodidad de comprar lencerías, estimulantes y accesorios íntimos.

#### Visión

Llegar a ser una empresa líder en el mercado en venta de productos para adultos, que se reconozca por su calidad y servicio de excelencia, con precios accesibles y lograr así posicionarse en los mejores del mercado en el país, tomando en cuenta la posibilidad de exportar a otros países para que así puedan conocer y probar la gama de productos que se ofrecen.



## Valores

- **Honestidad:** Ofrecer a los clientes lo que la Empresa está en condiciones de cumplir. Ser coherentes con su razón de ser, actuar dentro de la verdad, con honradez, responsabilidad y total transparencia.
- **Trabajo en Equipo:** Buscar la práctica de la mutua ayuda entre las personas. Aportando ayuda a los compañeros de trabajo.
- **Responsabilidad Social:** Garantizar que las operaciones y políticas de la empresa vayan de acuerdo con las leyes y reglamentos aplicados hacia la prevención de problemas sociales creando de esta manera una imagen pública favorable, de igual forma tomando en cuenta el cuidado el medio ambiente.
- **Calidez Humana:** Que los clientes pueden contar con un trato amable y personalizado. El sistema de ventas y equipo humano deben estar formados para entablar relaciones comerciales cordiales y amistosas.
- **Puntualidad:** Saber de la importancia de hacer las cosas a tiempo y en el lugar conveniente. La eficacia la calidad de los servicios es la meta teniendo como labor la garantía de satisfacción de los clientes.
- **Respeto:** Brindar un trato justo a todos aquellos con quien tenemos relación, como lo son nuestros empleados, consumidores, clientes, proveedores y asesores externos para obtener el éxito junto.
- **Comunicación:** Mantener una buena comunicación ayuda a desarrollar el desempeño de los procesos y mejora las relaciones con los clientes.
- **Servicio:** Responder de manera oportuna a las necesidades de los clientes, propiciando una relación continua y duradera.
- **Calidad:** Saber que el cliente es lo primero, por eso se debe lograr mantener las buenas relaciones brindando un excelente servicio, ofreciendo solo productos de los que podamos estar orgullosos.



## OBJETIVOS

### Estratégicos

- ✚ Lograr ser líderes en el mercado con la variedad de productos a la venta, ofreciendo la mejor atención al cliente.
- ✚ Ser diferenciados por la competencia, manteniéndose las ventas constantemente, permitiendo obtener rentabilidad, consiguiendo permanecer en el mercado.
- ✚ Contar con la mejor publicidad y propaganda para que así de este modo, toda la información en cuanto a productos y descuentos sea llegada fácilmente a cada uno de nuestros clientes.

### Tácticos

- ✚ Capacitar a los empleados para mayor atención a los clientes, con el fin de que se sientan seguros en su compra.
- ✚ Desarrollar un plan de mercado donde podamos, saber con más detalle donde sería la mejor opción para poner el local y las personas se sientan satisfechos con la compra que han realizado.
- ✚ Tener productos atractivo con la comodidad y calidad, que lo diferencien de la competencia a un costo mínimo.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mandar promociones de lunes, con descuentos.	Compartir imágenes de la mercancía que más se vende.	Miércoles de 2 x 1 ½ en lencería y corsetería.	Agregar grupos de personas interesadas y recomendada.	Descuentos a las personas que compartan la tienda a más de 50 amigos.	Sábado de princesas: obtendrán un cupón que acumula puntos para descuentos	Dedicarse a compartir publicidad y repartir catálogos a clientes frecuentes.
Subir la mercancía nueva a redes sociales y correos de clientes frecuentes.	Promocionar la tienda en grupos de personas que estén interesadas en la mercancía.	Motivar a la gente a visitar FREYA con frases para romper tabús.	Propaganda a los alrededores para fomentar las visitas de los clientes.	Levantar los pedidos de los clientes frecuentes y repartir los catálogos en físico.	Dar los mismos cupones con puntos acumulativos para comprar productos Freya.	Compartir publicidad en redes sociales y acomodo de mercancía.
Motivación del personal para que promocionen Freya con personas de su entorno.	Realizar paquetes especiales para “despedidas de soltera”.	Promocionar Freya por medio de los anuncios publicitarios en el periódico.	Visitas a domicilio para las personas que no tienen la disponibilidad para visitar Freya.	Enviar publicidad a todos los correos personales que han autorizado que se les envíe.	Desfiles en línea para la presentación de los nuevos productos.	Compartir publicidad y visitar sitios web para promocionar Freya.
Enviar encuestas de satisfacción del cliente para mejorar como empresa.	Revisión de encuestas de satisfacción y análisis de las mismas.	Adquirir inmueble apropiado y cómodo para el cliente en el cual se sienta en confianza.	Subir a la página oficial la mercancía nueva y la que está en promoción.	Enviar publicidad a todas las redes sociales para recordar horarios.	Realizar catálogos en línea para la fácil consulta de nuestros productos y contar con la entrega domicilio.	Compartir publicidad durante el día con contenido que motive al mercado a visitar Freya.





## **5 Planes para el logro de la misión**

### **Objetivo 1**

Brindar elegancia, estilo innovador, comodidad, seguridad sobre todo, ofreciendo productos de calidad, a sus necesidades del cliente. De igual forma se busca reforzar la imagen de ciertos productos un costo mínimo, haciendo ofertas justas de dichos artículos en específico.

### **Objetivo 2**

Satisfacer las necesidades del cliente será nuestro segundo objetivo por conseguir, para que nuestros clientes satisfagan sus necesidades o deseos será necesario tener los artículos que este busque y necesite, el producto que la gente busque en caso de no tenerlo podrá ser encargado mediante un pedido especial para que el cliente potencial no se pierda.

### **Objetivo 3**

El tercer objetivo es cuidar la privacidad y a discreción de nuestros consumidores ya que hay algunas personas a las que aún les da pena o sienten que es un gran “tabú” hablar de estos temas, pero aún así la curiosidad o el deseo de consumir estos productos los lleva, así que como proveedores de esos clientes una de nuestras formas de cuidar su identidad es que al momento de entrar ellos puedan tomar un antifaz y usarlo al momento de su compra.

### **Objetivo 4**

El cuarto objetivo es sobre la ubicación y la competencia como la ubicación de Freya será en la ciudad de Cortázar Guanajuato, al no haber ninguna otra sex shop tendremos la ventaja de ser la primera un objetivo cumplido se logra, pero la meta es logra que la sex shop llegue a ser la numero de la región del estado de Guanajuato.

### **Objetivo 5**


El mejoramiento de la experiencia sexual de nuestros consumidores es el quinto y más valioso objetivo que tenemos en Freya ya que para conseguir este objetivo se necesitan la unión de todos y cada uno de los demás objetivos, el poder mejorar la calidad sexual de nuestros consumidores es la parte fundamental de Freya, ya que esta es la meta principal ayudar a que los clientes mejoren su experiencia con





nuestros artículos es una satisfacción para ellos y para nosotros, desde que entren a la tienda sabiendo que el personal le atenderá con la mayor educación y que consumirá un producto de excelente calidad.

## FODA

	<p><b>Amenazas (externas)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Frecuencia con la que el producto se consume.</li> <li>✚ No obtener los permisos correspondientes.</li> <li>✚ Mercado anticuado como grupos religiosos</li> <li>✚ Tipo de cambio en las divisas.</li> <li>✚ Proveedores escasos de los productos.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades (externas)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ El municipio de Cortázar no tiene una sex-shop ni en sus alrededores existe una tienda similar.</li> <li>✚ Recomendación del mercado de productos que se ofrecen.</li> <li>✚ Mercado que acostumbra comprar por catálogo.</li> <li>✚ La curiosidad del mercado por la tienda.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas (internas)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Tener ventas por catálogo.</li> <li>✚ Innovación en la tienda.</li> <li>✚ Aplicar promociones en temporadas altas.</li> <li>✚ Cumplir con todas las normas y requerimientos de salubridad.</li> </ul>	<p><b>Estrategias defensivas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ por medio de catálogos se van a mostrar los productos que “freya” ofrece para las personas que no sean capaces de asistir a la tienda.</li> <li>✚ Realizar exhibiciones para que el mercado se pueda familiarizar con los productos.</li> <li>✚ Tener los requerimientos en tiempo y forma cada que las autoridades los soliciten.</li> </ul>	<p><b>Estrategias ofensivas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Investigar la competencia que se encuentra en el mundo de Cortázar.</li> <li>✚ Adaptar al mercado para que acuda constantemente a los productos.</li> <li>✚ Fomentar a la empresa a ser visitada por medio de lo “gay-friendly”</li> </ul>



Debilidades (internas)	Estrategias supervivencia	Estrategias de reorientación
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Difusión de la mercadotecnia.</li> <li>✚ Recursos económicos limitados.</li> <li>✚ Falta de instalaciones para los accesorios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Realizar desfiles y exhibiciones para fomentar el consumo y dar a conocer los nuevos productos.</li> <li>✚ Abastecer a la tienda con mercancía extranjera para tener siempre la innovación en los productos.</li> <li>✚ Las compras de la mercancía extranjera se realizaran por medio de un contrato que estipule que el tipo de cambio de divisa se mantendrá fijo a lo que estaba en el día en que se firmó el contrato.</li> <li>✚ Fomentar la discreción en la tienda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Realizar desfiles para la difusión de la empresa.</li> <li>✚ Promocionar de forma directa la tienda por medio de espectáculos nocturnos.</li> <li>✚ Colocar maniquíes con ropa reales de una mujer común para la aceptación del mercado.</li> <li>✚ Conocer lo que ofrece la competencia indirecta en los productos comunes que la tienda ofrece.</li> </ul>



# INVESTIGACION DE MERCADO

## 1. GRAFICA DE GANTT

Actividades	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 10	Sem 11	Sem 12	Sem 13	Sem 14
Abstract														
Antecedentes generales de la organización														
Elaboración del programa de investigación														
Identificación de las necesidades de información														
Diagrama Ishikawa														
Objetivos declarados														
Determinación del Tipo de investigación														
Diseño de la investigación														
Investigación exploratoria														
Conclusiones de la investigación exploratoria														
Elaboración de hipótesis														
Elaboración del instrumento para la recolección de información														
Aplicación de la prueba piloto														
Resultados de la prueba piloto y explicación de la misma														
Cálculos de la muestra														



Preparación y análisis de datos														
Conclusiones														
Anexos														
Bibliografías														

## IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES DE INFORMACION

Se detectó el problema a base de que se estuvo preguntando si había una sex-shop en el municipio de Cortázar Guanajuato y la respuesta fue que “no”; no existe este tipo de tienda en dicho lugar, cuando fueron aplicadas las encuestas notamos que la gente si consumiría los productos lo que no les gusta es que a gente se dé cuenta de que comprar esos productos ya que Cortázar Guanajuato la gente aún es muy conservadora.



## **DIAGRAMA DE ISHIKAWUA**

### Problema

No existe una sex-shop en el municipio de Cortázar Guanajuato.

### Producto

Lo que se quiere saber que el cliente necesita en ropa.

- Tipos
- Tamaños
- Clase
- Calidad

### Precio

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos?

### Plaza

Se quiere conocer la ubicación exacta

### Promoción

Medios por los cuales pueden saber más acerca de la empresa.

- Páginas web
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Pinterest

## **JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION**

El proyecto de investigación es necesario para poder resolver el problema que se ha detectado el cual es que en Cortázar Guanajuato no existe una sex-shop.

El objetivo de la investigación es lograr a base una serie de métodos de medición, investigación y comportamientos ya que si el problema existe en el diagrama de Ishikawa la información puede ser verdadera respecto al problema, si este resultara que no es un problema dicha investigación tendrá que cambiar, investigando si existe otro problema.



El problema existe, ya que se analizaron los datos y ahora está comprobado que en Cortázar si sería factible una sex-shop, pero también se interpretó que solo si estuviera escondida, o sea que estar ubicados una zona centro no sería muy factible.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **OBJETIVO GENERAL**

El poder saber la factibilidad que tendría instalar a FREYA en el municipio de Cortázar Guanajuato y conocer el rango de edad que es más propensa de consumir el producto así como el tipo de mercado al que se va dirigir y que zona es más conveniente para la misma.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Conocer el nivel de satisfacción del cliente.
- Conocer el tipo de producto que el cliente prefiere consumir.
- Plantear un programa de control de las estrategias a través de la formulación de investigaciones y poder observar y medir los resultados que pudiese tener la empresa, si serán o no favorables
- Identificar si la gente conoce lo que es una sex-shop y si recomendaría los productos que se consume ahí.
- Especificar por medio de encuestas cuanto ingreso perciben en promedio los clientes potenciales y directos que visitan freya.
- Identificar por medio de la observación la edad de la gente que compra con más frecuencia ropa interior.

## **DETERMINACION DEL TIPO DE INVESTIGACION**

### **DISEÑO DE LA INVESTIGACION**

**Descriptiva:** Se investigarán los elementos y características específicas que tiene el municipio de Cortázar Guanajuato y la gente que habita ahí es susceptible de querer visitar y por supuesto consumir los productos que se ofrecen en la tienda y así lograr el posicionamiento deseado.

Se recolectará y analizará los datos obtenidos del estudio de mercado, para poder llegar a una conclusión mediante un listado de datos.

En base a ello, se podrá determinar si el mercado objetivo y el lugar son adecuados para la implementación de Freya en Cortázar.





**Exploratoria:** Se realizarán visitas a los tianguis de Cortázar Guanajuato, en donde haya puestos que ofrezca mercancía similar a la que se ofrece en freya que son babydoll, brassier, calzón, ligeros etc, se tomaran fotos para obtener la evidencia de dicha investigación.

## **INVESTIGACION EXPLORATORIA**

### **Fuentes de información**

Las fuentes de información que “FREYA” va a utilizar son secundarias por que por medio del INEGI se van a conocer la población que habita en el municipio de Cortázar Gto. Mujeres con edades de entre 20-35 años de edad. Información primaria, en este caso también sería primaria porque “FREYA” realizara sus propias encuestas para obtener la información del mercado al que se planea dirigir.

### **Tipos de investigación**

La investigación a efectuarse será cualitativa ya que se maneja con discreción y respeto, observando reacciones, opiniones, comportamientos, comentarios, ambiente y este tipo de investigación mide todos y cada uno de estos factores que se desean conocer. También se utilizara la cuantitativa ya que se utilizara un programa que se encarga de analizar los datos e interpretarlos por medio de números y graficas estadísticas llamado SPSS.

Cuando se realizó la investigación se pudieron determinar que las personas mayores a 37 años no querían responder la encuesta sus rostros reflejaban cierta desconfianza a diferencia de las mujeres de menor edad que era más amables al contestar en cuestionario que se les asignaba.

### **Métodos de investigación.**

Se utiliza el método exploratorio como la empresa aun no es conocida se van y se quiere dar a conocer, tenemos que explorar en el sector que se eligió para conocer el resultado que dará sacar al mercado, para realizar esto se realizaran catálogos de muestra para que la gente conozca los tipos de productos que “FREYA” ofrece y saber si satisface el deseo que la gente tenga.

Al lograr determinar cómo se va a manejar las fuentes, tipos y métodos para la realización de la investigación así se podrá conocer la factibilidad de la empresa, al obtener datos verdaderos y efectivos se tendrán las herramientas necesarias para familiarizarse con el mercado, conocer sus deseos y satisfacerlo.



### **CONCLUSION DE LA INVESTIGACION EXPLORATORIA.**

Tomando en cuenta los resultados que arrojó la herramienta que se utilizó para interpretar los datos que fue el SPSS cuando se aplicó en el piloteo el nivel de confiabilidad era de un .58 se modificó el instrumento que fue la encuesta y al aplicar la investigación ya con el número de encuestas a aplicar hasta el momento que han sido 145 encuestas el nivel de confiabilidad aumento a un .61 esas son buenas noticias por que el nivel va a en aumento.

Se terminaron de aplicar, las encuestas y los resultados en la prueba de confiabilidad fueron los esperados ya se logró el aumento que se esperaba que fue muy considerable ya que esta sobre los .70 de la confiabilidad, se toma la decisión de que SI es factible la sex-shop en Cortázar Guanajuato, esas son buenas noticias ya que se refleja el esfuerzo que se puso en la investigación.

### **HIPOTESIS.**

#### **PREGUNTA 1**

HI: las mujeres de entre 26 y 31 años SI visitarían la tienda FREYA sex-shop.

HO: las mujeres de entre 26 y 31 años NO visitarían la tienda FREYA sex-shop.

HI: las mujeres mayores de 37 años SI conocen los productos que ofrece una sex-shop.

HO: las mujeres mayores de 37 años NO conocen los productos que ofrece una sex-shop.

HI: las mujeres de entre 20 y 25 años SI consumirían los productos de FREYA.

HO: las mujeres de entre 20 y 25 años NO consumirían los productos de FREYA.

#### **PREGUNTA 2**

HI: las mujeres de Cortázar SI conocen los productos de una tienda sex-shop

HO: las mujeres de Cortázar NO conocen los productos de una tienda sex-shop

HI: las mujeres de Cortázar posiblemente tengan una idea de los productos de una sex-shop

HO: las mujeres de Cortázar posiblemente NO tengan una idea de los productos de una sex-shop



HI: las mujeres de Cortázar SI tienen alguna idea de los productos de una sex-shop.

HO: las mujeres de Cortázar NO tienen idea de los productos de una sex-shop.

### PREGUNTA 3

HI: las mujeres de Cortázar SI han visitado una tienda sex-shop

HO: las mujeres de Cortázar NO han visitado una tienda sex-shop

HI: las mujeres de Cortázar SI han querido ir a una sex-shop

HO: las mujeres de Cortázar NO han querido ir a una sex-shop

HI: las mujeres de Cortázar SI han ido a una tienda parecida

HO: las mujeres de Cortázar NO han ido a una tienda parecida

### PREGUNTA 4

HI: las mujeres de Cortázar definitivamente SI visitarían FREYA sex-shop.

HO: las mujeres de Cortázar definitivamente NO visitarían FREYA sex-shop.

HI: las mujeres de Cortázar probablemente SI visitarían FREYA sex-shop

HO: las mujeres de Cortázar probablemente NO visitarían FREYA sex-shop

HI: las mujeres de Cortázar SI saben si visitarían FREYA sex-shop

HO: las mujeres de Cortázar NO saben si visitarían FREYA sex-shop

### PREGUNTA 5

HI: las mujeres de Cortázar definitivamente SI comprarían en FREYA sex-shop

HO: las mujeres de Cortázar definitivamente NO comprarían en FREYA sex-shop

HI: las mujeres de Cortázar probablemente SI comprarían en FREYA sex-shop

HO: las mujeres de Cortázar probablemente NO comprarían en FREYA sex-shop

HI: las mujeres de Cortázar SI saben si comprarían en FREYA sex-shop

HO: las mujeres de Cortázar NO saben si comprarían en FREYA sex-shop



#### PREGUNTA 6

HI: las mujeres de Cortázar SI consideran importante la variedad en los productos de FREYA

HO: las mujeres de Cortázar NO consideran importante la variedad en los productos de FREYA

HI: las mujeres de Cortázar probablemente SI consideran importante la variedad en los productos de FREYA

HO: las mujeres de Cortázar probablemente NO consideran importante la variedad en los productos de FREYA

HI: las mujeres de Cortázar SI saben si consideran importante la variedad en los productos de FREYA

HO: las mujeres de Cortázar NO saben si considerar importante la variedad en los productos de FREYA

#### PREGUNTA 7

HI: las mujeres de Cortázar SI consideran importante la discreción en FREYA

HO: las mujeres de Cortázar NO consideran importante la discreción en FREYA

HI: las mujeres de Cortázar probablemente SI consideran importante la discreción en FREYA

HO: las mujeres de Cortázar probablemente NO consideran importante la discreción en FREYA

HI: las mujeres de Cortázar SI saben si consideran importante la discreción en FREYA

HO: las mujeres de Cortázar NO saben si considerar importante la discreción en FREYA



## Elaboración del instrumento para la recolección de información.

“FREYA sex-shop” es una tienda que ofrece juguetes, lencería, y todo tipo de accesorios sexuales, el objetivo de este cuestionario es conocer si sería una buena opción ubicarla en el municipio de Cortázar Guanajuato, encierre la respuesta que usted considere de acuerdo a sus preferencias y gustos.

Fecha: \_\_\_\_\_ Folio: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_ Código Postal: \_\_\_\_\_

Género:	Femenino	Masculino
---------	----------	-----------

Lugar de origen:	Villagrán	Cortázar	Celaya	Otro (especifique)
------------------	-----------	----------	--------	--------------------

**Su opinión es más que importante, gracias.**

- Qué edad tiene.
  - De 20 a 25
  - De 26 a 31
  - De 32 a 36
  - De 37 o más...
- ¿Alguna vez ha visitado una Sex Shop o ha oído hablar sobre este tipo de tiendas?
  - Si
  - No
- ¿Conoces los productos que ofrece una tienda sex shop?
  - Si, si conozco
  - posiblemente si
  - tengo alguna idea.
  - no, no conozco
- ¿Has visitado una tienda sex shop?
  - Si
  - una tienda parecida
  - quise ir
  - no

Marca con una **(X)** la respuesta que consideres que esta más de acuerdo a tus preferencias donde el número **(1)** es el de **menor importancia** y el número **(5)** el de **mayor importancia**.



		Definitivamente NO 1	Probablemente NO 2	Indecisa 3	Probablemente SI 4	Definitivamente SI 5
5.	Visitarías la tienda "FREYA sex-shop"					
6.	Compraría los productos que ofrece "FREYA sex-shop"					
7.	Consideras importante la variedad en los productos.					
8.	Consideras importante la discreción en nuestro servicio.					

De acuerdo a sus gustos, ¿cuáles serían los productos que más le gustaría adquirir?

---



---



---

**GRACIAS POR SU TIEMPO.**

## APLICACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO.

Introducción:

El fin es de realizar una prueba piloto es el poder hacer de la manera correcta la redacción de del cuestionario para así hacer la verdadera aplicación de la investigación de mercado y esta prueba piloto es el último filtro para poder detectar lo que no esté redactando de la forma correcta, y poder modificarlo antes de la aplicación al mercado objetivo y así sea más fácil que las personas lo





contesten y no tengan problemas al estarlo haciendo, también se puede detectar cual será el mercado objetivo, y hacer los cambios de manera temprana para que el cuestionario este elaborado de mejor forma.

A continuación se muestra el cuestionario que se utilizó para la prueba piloto, que se les aplicó a 30 personas del municipio de Cortázar Guanajuato, el día viernes y domingo por la tarde.



“FREYA sex-shop” es una tienda que ofrece juguetes, lencería, y todo tipo de accesorios sexuales, el objetivo de este cuestionario es conocer si sería una buena opción ubicarla en el municipio de Cortázar Guanajuato, conteste las siguientes preguntas de acuerdo a sus preferencias y gustos.

Fecha: \_\_\_\_\_ Folio: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_ Código Postal: \_\_\_\_\_

Género:	Femenino	Masculino
---------	----------	-----------

Lugar de origen:	Villagrán	Cortázar	Celaya	Otro (especifique)
------------------	-----------	----------	--------	--------------------

**Su opinión es más que importante, gracias.**

1. Qué edad tiene.

- a)** De 20 a 25      **b)** De 26 a 31      **c)** De 31 a 36  
**c)** De 37 a 41

2. ¿Alguna vez ha visitado una Sex Shop o ha oído hablar sobre este tipo de tiendas?

- a)** Si      **b)** No

3. ¿Conoces los productos que ofrece una tienda sex shop?

- a)** Si, si conozco **b)** posiblemente si **c)** tengo alguna idea.  
**d)** no, no conozco

4. ¿Has visitado una tienda sex shop?

- a)** Nunca      **b)** si      **c)** quise ir      **c)** no

(Si tu respuesta fue, “NUNCA”, “QUISE IR”, “NO” pasa al recuadro de abajo)



5. ¿Con que frecuencia visitas estas tiendas?

- a) Una vez por semana b) Una vez por quincena c) Una vez por mes  
d) Una vez por año

Marca con una **(X)** la respuesta que consideres que esta más de acuerdo a tus preferencias donde el número **(1)** es el de **menor importancia** y el número **(5)** el de **mayor importancia**.

		Definitivamente NO	Definitivamente SI	3	4	5
6	Visitarías la tienda “FREYA sex-shop”					
7	Compraría los productos que ofrece “FREYA sex-shop”					
8	Consideras importante la variedad en los productos.					
9	Consideras importante la discreción en nuestro servicio.					

De acuerdo a sus gustos, ¿cuáles serían los productos que más le gustaría adquirir?

---



---



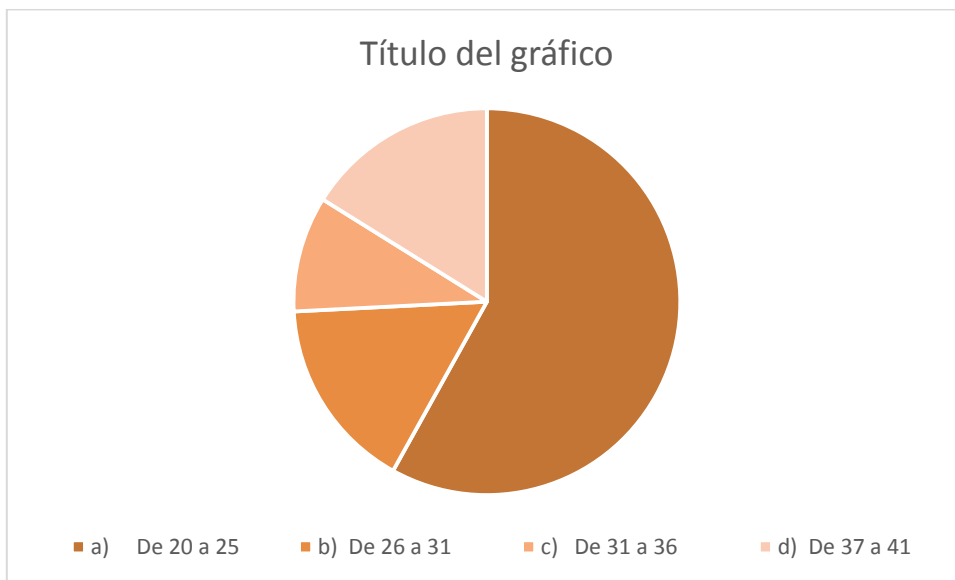
---

**GRACIAS POR SU TIEMPO.**

1. Qué edad tiene.



a) De 20 a 25	18
b) De 26 a 31	5
c) De 31 a 36	3
d) De 37 a 41	5

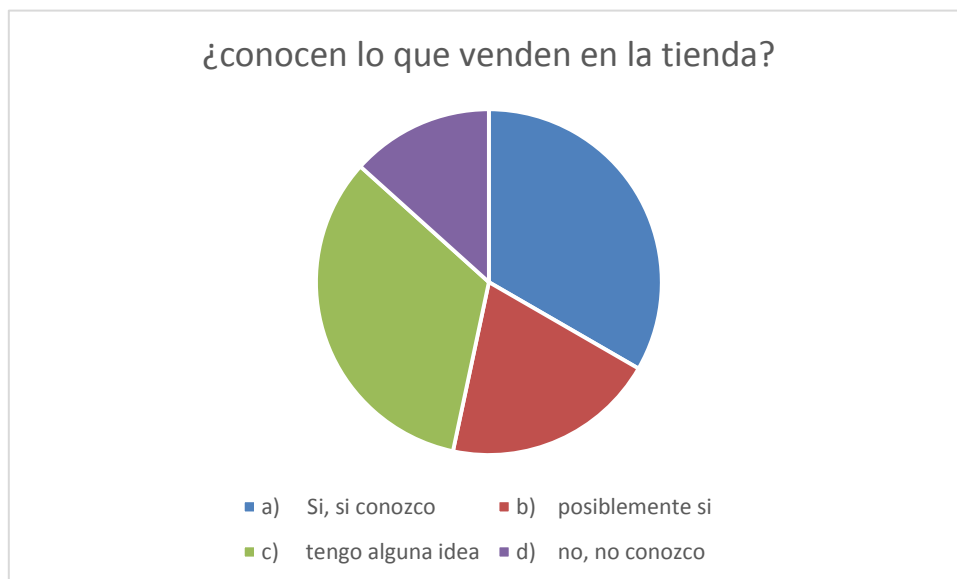


La prueba sirvió en esta pregunta para detectar que se tenía considerado un rango de edad de entre los 25 y 30 años pero el resultado arrojó que las personas de entre 20 y 25 años son las que contestaban con más facilidad que las de mayor edad, se considera que es por su mente más abierta ya que no tenían problema en contestar el cuestionario.

**2. ¿Conoces los productos que ofrece una tienda sex shop?**



a) Si, si conozco	10
b) posiblemente si	6
c) tengo alguna idea	10
d) no, no conozco	4



La pregunta numero 2 arrojó que la mayoría de las mujeres que fueron encuestadas, si saben lo que es una tienda “sex-shop” se analizaron la edades de las mujeres que respondieron que “SI” sabían lo que era la tienda y el piloteo volvió a arrojar que la edad que predomina fue de nuevo el rango de entre los 20 y 25 años de edad, esto nos hace considerar el cambiar el rango de edad en nuestro mercado objetivo ya que son las mujeres de esas edades la que conocen las sex-shop.

### 3. ¿Has visitado una tienda sex shop?



a) nunca	8
b) si	11
c) quise ir	1
d) no	10



Esta pregunta es quedo muy pareja en ciertos inciso pero se analizaron los resultados de todos los incisos a excepción del inciso C ya que fue el de menos respuestas, esto nos arroja que de todas las mujeres que respondieron que “SI” conocian los productos que ofrecen las sex-shop, pero solo la mitad de ellas han visitado una, esto hace pensar que las mujeres si saben lo que es una tienda de este tipo pero no van, se pensara en una estragia para atraer a ese mercado que conoce la tienda pero no la visita y se va a analizar el por que no van a la misma, por medio de entrevistas o algun otro medio.





4. ¿Con que frecuencia visitas estas tiendas?	
a) Una vez por semana	0
b) una vez por quincena	1
c) una vez por mes	0
d) una vez por año	8



Esta pregunta era opcional ese es el motivo por el cual solo existen 9 reactivos y se basaba en lo que respondieran en la pregunta anterior y se llegó a la concluir que las mujeres que lo visitan con alguna frecuencia son del 2.7% de la muestra, y de ese porcentaje solo el 0.3% de la muestra lo visita con más frecuencia, analizando los datos que el piloteo arrojo a esta pregunta es que el 2.4% de la muestra lo visita una vez por año, por tal motivo se planea determinar en qué fecha del año tienden a ir a visitar estas tiendas, y consumir los productos.

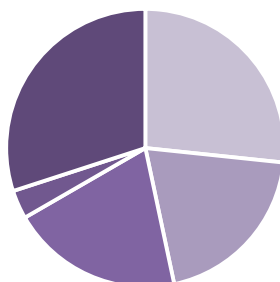


### 5. Visitarías la tienda "FREYA sex-shop"

El número 1 es menor importancia y el 5 mayor importancia.

a) <b>1</b> "nunca lo haría"	8
b) <b>2</b> "no lo haría"	6
c) <b>3</b> "tal vez lo haría"	6
d) <b>4</b> "lo haría"	1
e) <b>5</b> "claro que lo haría"	9

¿la visitaria?



- a) 1 "nunca lo haría"    ■ b) 2 "no lo haría"    ■ c) 3 "tal vez lo haría"
- d) 4 "lo haría"    ■ e) 5 "claro que lo haría"

Esta pregunta se realizó a escala Likert porque tenía 5 opciones y las mujeres tenían que marcar dependiendo su nivel de importancia lo que fue un problema es que no se les explico claramente solo se les mostraban los numero que eran del 1 al 5, pero hubo muchas confusiones porque a alguna mujeres se les complico determinar el nivel de importancia ya que no se les aclaraba que quería decir cada número en palabras, por lo cual los resultados que arrojo esta pregunta son que prácticamente la mitad "iría" y la otra no "iría" pero estos resultados no son totalmente confiables ya que no se les aclaro del todo las respuesta de la pregunta. Se va a determinar con número y letra la respuesta en el nuevo cuestionario para que así sean más validados estos resultados.

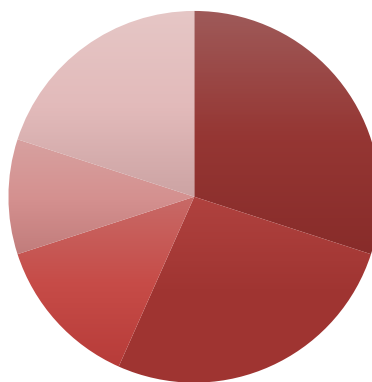


### 6. Compraría los productos que ofrece "FREYA sex-shop"

El numero 1 es menor importancia y el 5 mayor importancia.

a) <b>1</b> "nunca lo haría"	9
b) <b>2</b> "no lo haría"	8
c) <b>3</b> "tal vez lo haría"	4
d) <b>4</b> "lo haría"	3
e) <b>5</b> "claro que lo haría"	6

### ¿compraría?



- a) 1 "nunca lo haría"    ■ b) 2 "no lo haría"    ■ c) 3 "tal vez lo haría"  
 ■ d) 4 "lo haría"    ■ e) 5 "claro que lo haría"

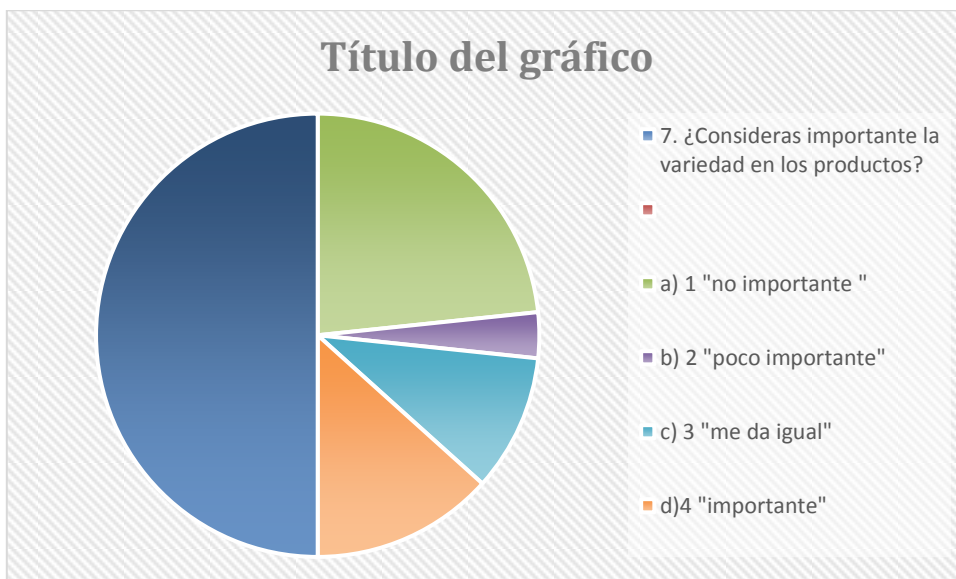
La cuestión de esta pregunta es la misma con la anterior el piloteo sirvió mucho para la detección de este problema al no tener bien definido que quiere decir cada numero la gente lo contestaba de acuerdo a lo que ellas pensaban, y los resultados no coinciden con los anteriores, eso le resta confiabilidad a los próximos resultados que arroje el piloteo. Pero de no haber sido así este resultado arroja que las mujeres NO consumirían los productos, solo visitarían la tienda a lo que se les denominan clientes potenciales.



**8. Consideras importante la discreción en nuestro servicio**

**7. ¿Consideras importante la variedad en los productos?**

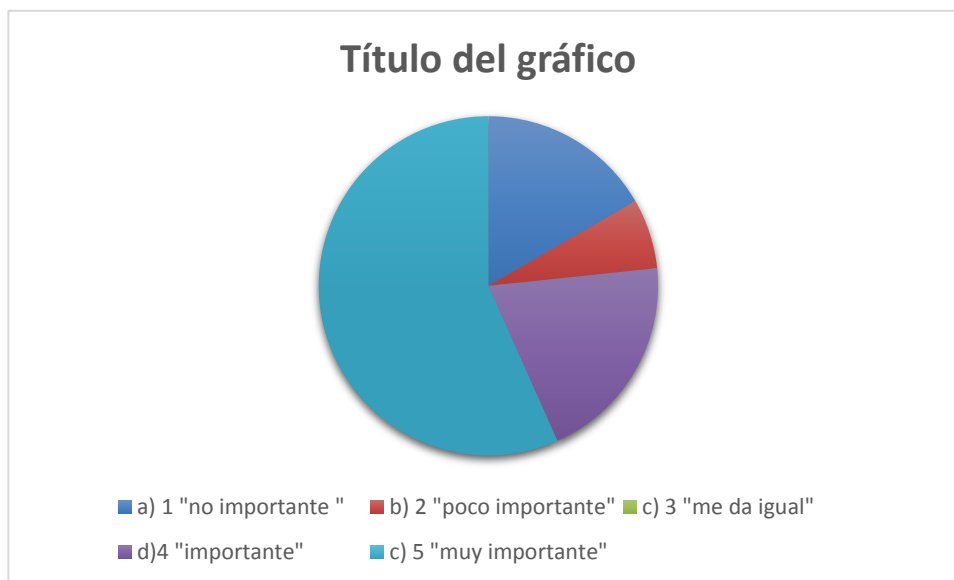
a) 1 "no importante "	7
b) 2 "poco importante"	1
c) 3 "me da igual"	3
d)4 "importante"	4
c) 5 "muy importante"	15



Esta pregunta se planteó mal en el piloteo ya que se puso en la misma escala que las preguntas de arriba y no se podrían medir de una forma correcta ya que una habla de que si asistiría y la otra habla de la importancia, su el resultado fuera correcto, se podrá observar que el 50% de las mujeres consideran la variedad "muy importante", esta pregunta en el cuestionario de piloteo tuvo una mala aplicación pero se tomó en cuenta y se va a cambiar la pregunta en forma de que sea más comprensible para las encuestadas.



a) 1 "no importante "	5
b) 2 "poco importante"	2
c) 3 "me da igual"	0
d)4 "importante"	6
c) 5 "muy importante"	17



La última pregunta del cuestionario fue exactamente el mismo caso de las anteriores no se especificó lo que quería decir cada número aunque era más entendible ya que es cierto que en estas tiendas se requiere total discreción por el tipo de producto que se maneja en la misma, ya se pensaron en estrategias de cómo hacer que las personas nos brinden su confianza.



		¿Que edad tiene?	¿Conoce los productos que ofrece una tienda sex- shop?	¿Has visitado una tienda sex- shop?	¿visitaria la tienda FREYA sex- shop?	¿comprarias los productos que ofrece FREYA sex- shop?	¿considerasimportate la variedad en los productos?	¿consideras importante la discrecion en nuestro servicio?	producto	plaza
¿Qué edad tiene?	Correlación de Pearson	1	.266**	.149*	-.286**	-.232**	-.158**	-.128*	-0.04	.170**
	Sig. (bilateral)		0	0.012	0	0	0.007	0.031	0.482	0.004
	N		287	287	287	287	287	287	287	286
¿Conoce los productos que ofrece una tienda sex-shop?	Correlación de Pearson		1	.695**	-.357**	-.323**	-.315**	-.177**	.359**	.161**
	Sig. (bilateral)			0	0	0	0	0.003	0	0.006
	N			287	287	287	287	287	287	286
¿Has visitado una tienda sex-shop?	Correlación de Pearson			1	-.386**	-.315**	-.314**	-.227**	.151*	.349**
	Sig. (bilateral)				0	0	0	0	0.01	0
	N				287	287	287	287	287	286
¿Visitaría la tienda FREYA sex-shop?	Correlación de Pearson				1	.823**	.696**	.449**	.597**	.695**
	Sig. (bilateral)					0	0	0	0	0
	N					287	287	287	287	286
¿Compraría los productos que ofrece FREYA sex-shop?	Correlación de Pearson					1	.634**	.457**	.745**	.600**
	Sig. (bilateral)						0	0	0	0
	N						287	287	287	286
¿Consideras impórtate la variedad en los productos?	Correlación de Pearson						1	.574**	.558**	.528**
	Sig. (bilateral)							0	0	0
	N							287	287	286
¿consideras importante la discreción en nuestro servicio?	Correlación de Pearson							1	.397**	.510**
	Sig. (bilateral)								0	0
	N								287	286
Producto	Correlación de Pearson								1	.737**
	Sig. (bilateral)									0
	N									286
Plaza	Correlación de Pearson									1
	Sig. (bilateral)									
	N									286

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

\* . La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).





## **APLICACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO.**

El fin de una aplicación de prueba piloto es el poder hacer de la manera correcta la redacción de del cuestionario para así hacer la verdadera aplicación de la investigación de mercado y esta prueba piloto es el último filtro para poder detectar lo que no esté redactando de la forma correcta, y poder modificarlo antes de la aplicación al mercado objetivo y así sea más fácil que las personas lo contesten y no tengan problemas al estarlo haciendo, también se puede detectar cual será el mercado objetivo, y hacer los cambios de manera temprana para que el cuestionario este elaborado de mejor forma.

A continuación se muestra el cuestionario que se utilizó para la prueba piloto, que se les aplicó a 30 personas del municipio de Cortázar Guanajuato, el día viernes y domingo por la tarde en lugares aledaños a donde se considera será la ubicación de Freya.



“FREYA sex-shop” es una tienda que ofrece juguetes, lencería, y todo tipo de accesorios sexuales, el objetivo de este cuestionario es conocer si sería una buena opción ubicarla en el municipio de Cortázar Guanajuato, conteste las siguientes preguntas de acuerdo a sus preferencias y gustos.

Fecha: \_\_\_\_\_ Folio: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_ Código Postal: \_\_\_\_\_

Género:	Femenino	Masculino
---------	----------	-----------

Lugar de origen:	Villagrán	Cortázar	Celaya	Otro (especifique)
------------------	-----------	----------	--------	--------------------

**Su opinión es más que importante, gracias.**

3. Qué edad tiene.

- b)** De 20 a 25      **b)** De 26 a 31      **c)** De 31 a 36  
**d)** De 37 a 41

4. ¿Alguna vez ha visitado una Sex Shop o ha oído hablar sobre este tipo de tiendas?

- a)** Si      **b)** No

3. ¿Conoces los productos que ofrece una tienda sex shop?

- a)** Si, si conozco **b)** posiblemente si **c)** tengo alguna idea.  
**d)** no, no conozco

10. ¿Has visitado una tienda sex shop?

- b)** Nunca      **b)** si      **c)** quise ir      **c)** no

(Si tu respuesta fue, “NUNCA”, “QUISE IR”, “NO” pasa al recuadro de abajo)



11. ¿Con que frecuencia visitas estas tiendas?

- b)** Una vez por semana **b)** Una vez por quincena **c)** Una vez por mes  
**d)** Una vez por año

Marca con una **(X)** la respuesta que consideres que esta más de acuerdo a tus preferencias donde el número **(1)** es el de **menor importancia** y el número **(5)** el de **mayor importancia**.

		Definitivamente NO	Definitivamente SI	3	4	5
1	Visitarías la tienda “FREYA sex-shop”					
1	Compraría los productos que ofrece “FREYA sex-shop”					
1	Consideras importante la variedad en los productos.					
1	Consideras importante la discreción en nuestro servicio.					

De acuerdo a sus gustos, ¿cuáles serían los productos que más le gustaría adquirir?

---



---



---

**GRACIAS POR SU TIEMPO.**



## RESULTADOS DE LA PRUBA PILOTO.

El piloteo se aplicó en Cortázar Guanajuato los días sábado y domingo, el sábado se aplicó en la zona centro de dicho municipio pero el día domingo se aplicó en el tianguis del cerrito colorado a las personas que compraban productos similares, a lo que Freya va a ofrecer en su tienda, los resultados que arrojó el piloteo ya están expuestos en las hojas anteriores con las gráficas y la explicación de cada una, el realizar el piloteo se detectó que 9 de cada 30 personas irían a FREYA pero de esas 9 personas solo 6 comprarían los productos, lo que hace interpretar que tendríamos 3 clientes potenciales y 6 clientes reales eso son buenas noticias para el proyecto. Otro punto que resalto en el piloteo fue el de la discreción porque aunque la gente no iría a la tienda sugirieron total discreción en la misma.

### Cálculos de la muestra

#### Análisis de fiabilidad

Hasta ahora se han encuestado a 145 personas de las que se deben aplicar.

**Resumen del procesamiento de los casos**

	N	%
Válidos	145	100.0
Casos Excluidos <sup>a</sup>	0	.0
Total	145	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.610	7



Al terminar la aplicación de todos las encuestas que fueron 287 el resultado fue satisfactorio ya que el aumento de confiabilidad sigue en aumento y eso determinar que si es factible la sex-shop en Cortázar Guanajuato.

**Resumen del procesamiento de los casos**

	N	%
Válidos	287	100.0
Casos Excluidos <sup>a</sup>	0	.0
Total	287	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.749	7

**Estadísticos**

	¿Qué edad tiene?	¿Conoce los productos que ofrece una tienda sex-shop?	¿Has visitado una tienda sex-shop?	¿visitaría la tienda FREYA sex-shop?	¿Compraría los productos que ofrece FREYA sex-shop?	¿Consideras importante la variedad en los productos?	¿Consideras importante la discreción en nuestro servicio?
N	287	287	287	287	287	287	287
Perdidos	0	0	0	0	0	0	0
Media	2.31	2.30	2.63	3.59	3.30	4.03	4.14
Mediana	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00
Moda	1	1	4	4	4	5	5



En esta tabla se indica la media, mediana y moda la cual corresponde 1= 20 a 25 años. 4=probablemente sí. 5=definitivamente sí.

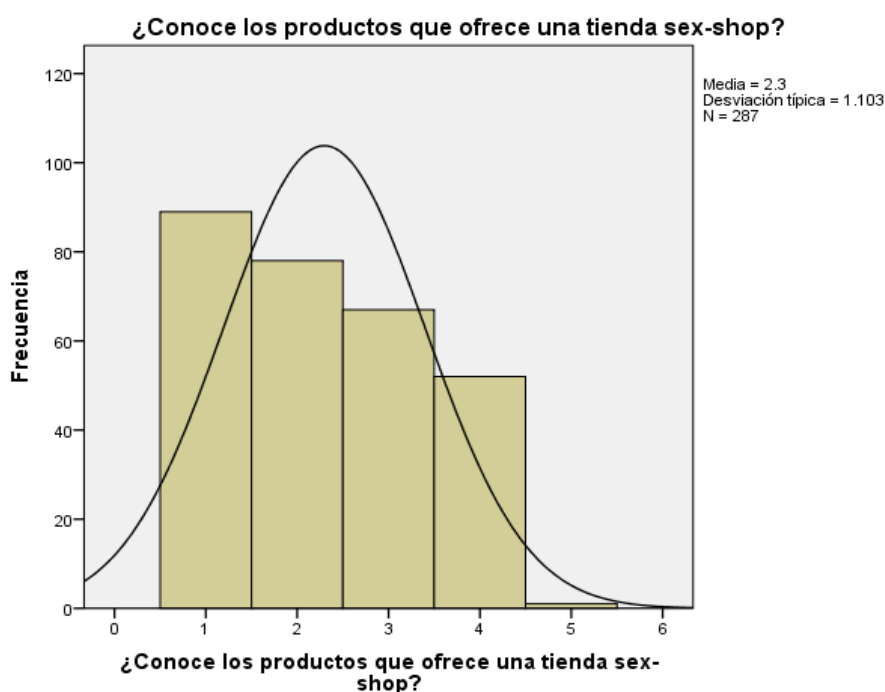


**¿Qué edad tiene?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
de 20 a 25	87	30.3	30.3	30.3
de 26 a 31	83	28.9	28.9	59.2
de 32 a 36	59	20.6	20.6	79.8
de 31 a mas	57	19.9	19.9	99.7
5	1	.3	.3	100.0
Total	287	100.0	100.0	



Análisis: la mayoría de las mujeres encuestadas estaba en un rango de edad de 20 a 25 por que se pretendía que fueran de esa edad las clientas reales de la tienda por tal ese rango ocupa el mayor porcentaje de las encuestas que corresponde al 30% ,el menor porcentaje corresponde a la mujeres de más de 37 años esto tiene como resultado que las mujeres de ese rango de edad no querían responder la encuesta, ponían N número de pretextos desde “no traigo mis lentes” hasta “no soy de aquí” por eso se puede interpretar que el porcentaje es menor por que se negaban a contestar.



**¿Conoce los productos que ofrece una tienda sex-shop?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si, si conozco	89	31.0	31.0	31.0
posiblemente si	78	27.2	27.2	58.2
tengo alguna idea	67	23.3	23.3	81.5
no, no conozco	52	18.1	18.1	99.7
5	1	.3	.3	100.0
Total	287	100.0	100.0	



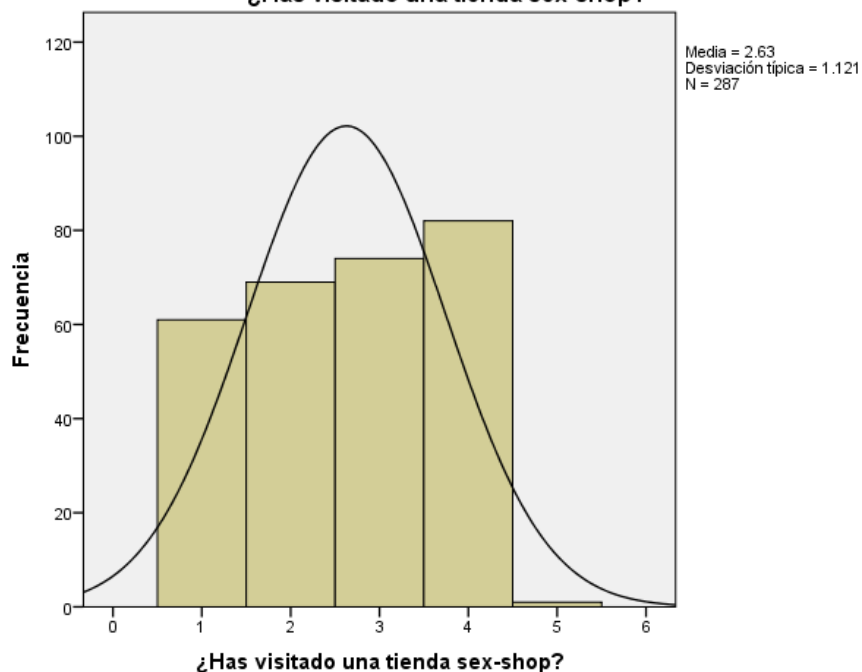


La mayoría de las mujeres que fueron encuestadas si conocen los productos que ofrecen una sex-shop lo que es una buena señal ya que si están familiarizadas con este tipo de mercado y cuando el cliente ya conoce el producto es más fácil satisfacer sus necesidades ya que si sabe lo que quiere, se pensó enviar catálogos con los productos que FREYA puede ofrecer haciendo énfasis en que son productos tan normales como una blusa para una fiesta, ya que tiene el mismo fin, satisfacer el deseo que se tiene, es difícil encontrar un mercado desinhibido de este tipo de productos pero el que la gente ya conozca los productos es una gran ventaja para entrar al mercado.

¿Has visitado una tienda sex-shop?

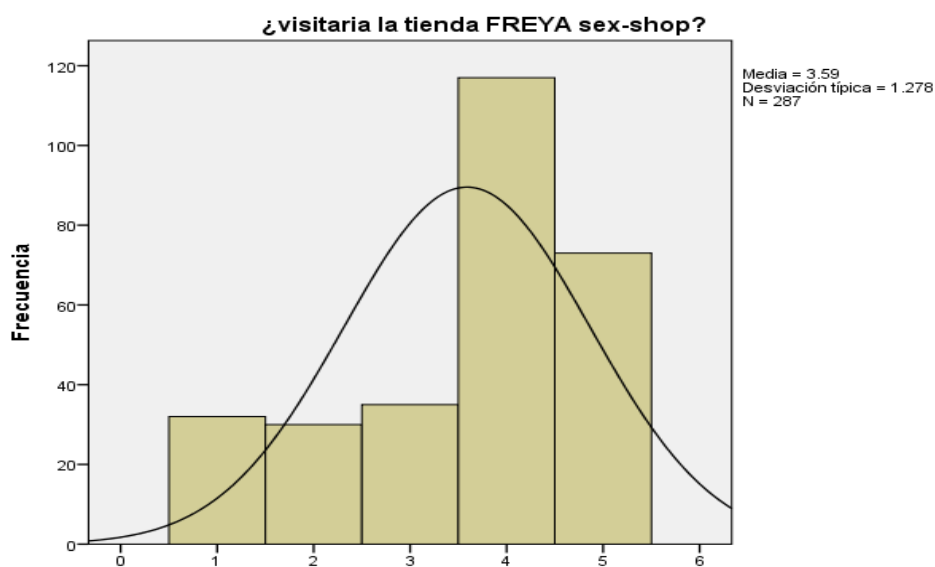
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
si	61	21.3	21.3	21.3
una tienda parecida	69	24.0	24.0	45.3
quise ir	74	25.8	25.8	71.1
no	82	28.6	28.6	99.7
5	1	.3	.3	100.0
Total	287	100.0	100.0	

¿Has visitado una tienda sex-shop?



¿Has visitado una tienda sex-shop?

El 28% de las personas encuestadas no han entrado a una tienda de este tipo con el resultado anterior se puede interpretar que si conocen y si saben lo que es, pero nunca han visitado una lo que me hace saber que es porque en Cortázar no hay una tienda como tal y que las personas que si han visitado una tienda de este tipo lo hicieron fuera de ahí, ya que el segundo lugar del porcentaje corresponde a personas que alguna vez en su vida han querido ir a una tienda de este tipo entonces lo que el resultado arroja es que la gente de Cortázar Guanajuato si visitaría la tienda si hubiera una ahí.

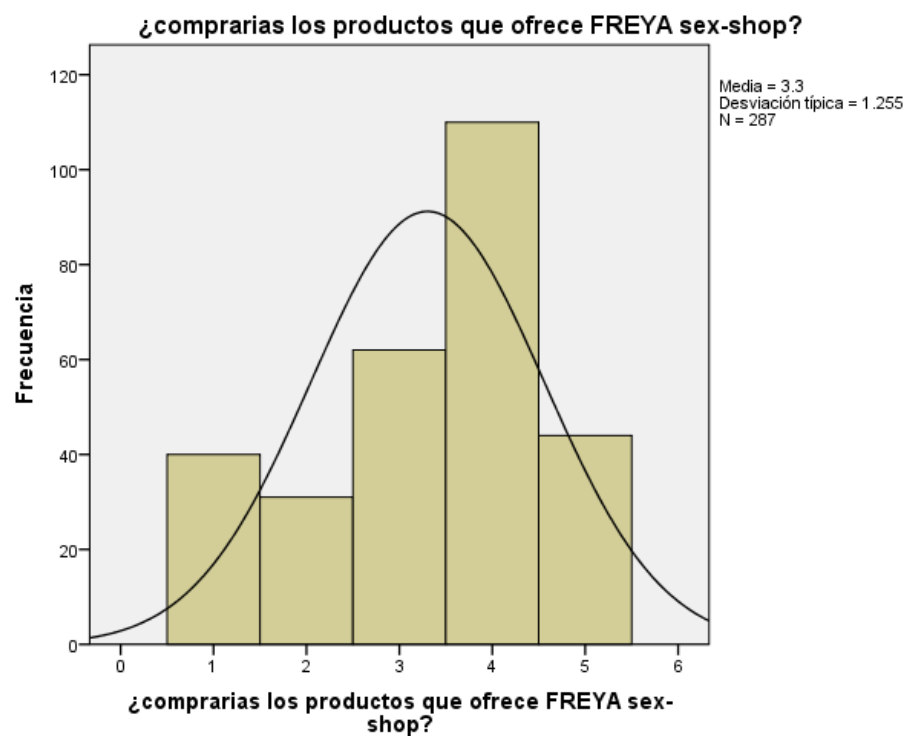


		¿visitaría la tienda FREYA sex-shop?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	definitivamente NO	32	11.1	11.1	11.1
	probablemente NO	30	10.5	10.5	21.6
	Indecisa	35	12.2	12.2	33.8
	probablemente SI	117	40.8	40.8	74.6
	definitivamente SI	73	25.4	25.4	100.0
	Total	287	100.0	100.0	

Esta

pregunta es el punto central de toda la investigación ya que determina si es que visitarían la tienda y un poco más de 40% dijeron que “probablemente SI” esto hace interpretar que la mayoría de las personas encuestadas que han querido visitar una tienda de este tipo, en Cortázar Guanajuato hubiera una tal vez probablemente irían, eso son buenas noticias para la investigación ya que es cada vez más notorio que en ese municipio si sería factible una tienda de este tipo.



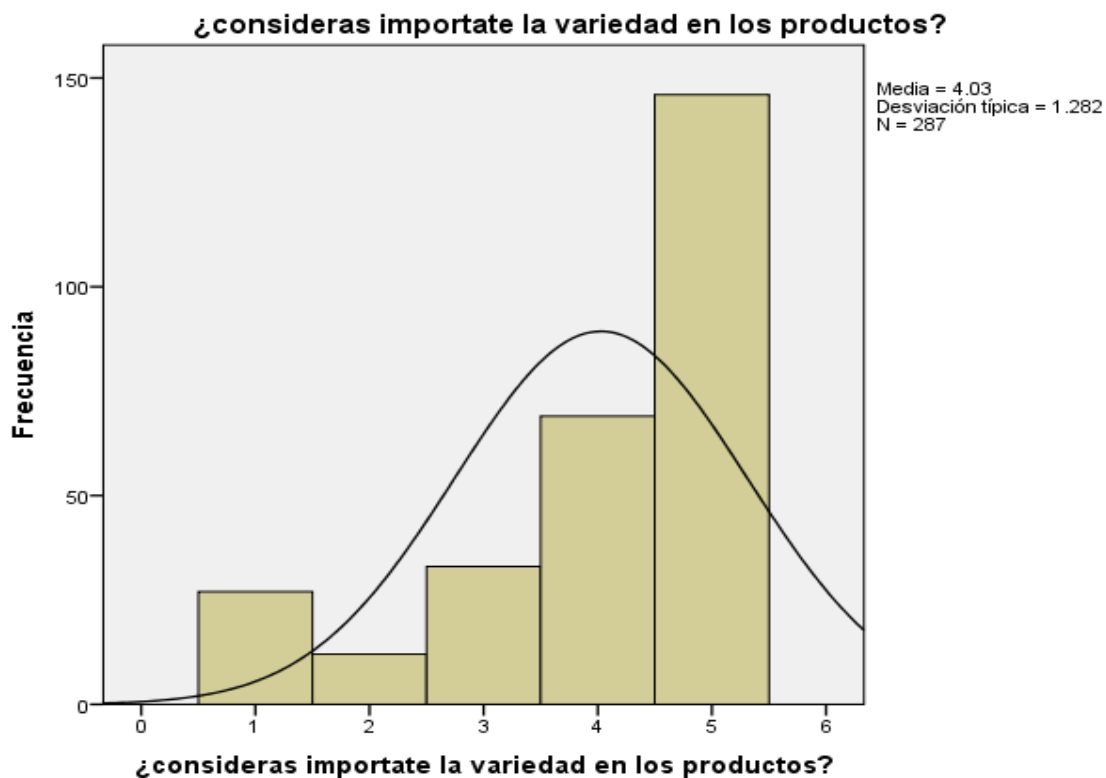


¿comprarias los productos que ofrece FREYA sex-shop?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
definitivamente NO	40	13.9	13.9	13.9
probablemente NO	31	10.8	10.8	24.7
Indecisa	62	21.6	21.6	46.3
probablemente SI	110	38.3	38.3	84.7
definitivamente SI	44	15.3	15.3	100.0
Total	287	100.0	100.0	



Del 25% de la personas encuestadas que definitivamente SI visitarían la tienda solo el 15% de esas personas definitivamente SI comprarían los productos es decir el 10% de esas personas serian clientes potenciales lo cual no es malo ya que no se están contando la gente que probablemente si visitaría la tienda y la que probablemente SI compraría los productos, se tiene que pensar en una estrategia de cómo lograr que la gente vea los productos de manera natural ya que es un municipio muy conservador.



**¿considerasimportarte la variedad en los productos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
definitivamente NO	27	9.4	9.4	9.4
problemente NO	12	4.2	4.2	13.6
indecisa	33	11.5	11.5	25.1
probablemente SI	69	24.0	24.0	49.1
definitivamente SI	146	50.9	50.9	100.0
Total	287	100.0	100.0	

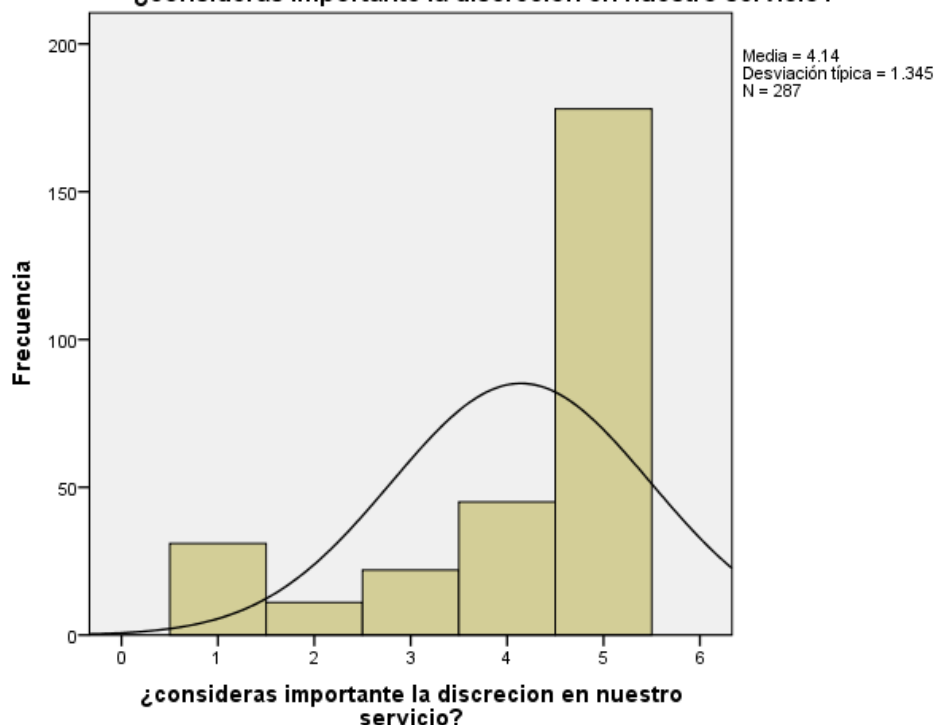


En gran mayoría la variedad en los productos es definitivamente importante ya que es cómo vas a satisfacer los deseos de las personas, en este resultado el 50% de los encuestados consideran importante la variedad eso se interpreta que no solo en FREYA es importante sino en toda tienda, local o establecimiento la variedad es importante, una de las encuestadas que dijo que “no asistiría” a la tienda marco que la variedad era “definitivamente importante” ya que el hecho de que ella no fuera no sería que las demás mujeres del municipio no lo hicieran y que ella estaba de acuerdo en que hubiera variedad de productos en la tienda.

**¿consideras importante la discrecion en nuestro servicio?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
definitivamente NO	31	10.8	10.8	10.8
probablemente NO	11	3.8	3.8	14.6
indecisa	22	7.7	7.7	22.3
probablemente SI	45	15.7	15.7	38.0
definitivamente SI	178	62.0	62.0	100.0
Total	287	100.0	100.0	

**¿consideras importante la discrecion en nuestro servicio?**



El resultado de la última pregunta del cuestionario muestra que el 62% de las personas encuestadas consideran importante la discreción en FREYA y por supuesto que será importante ya que es una tienda que satisface deseos muy íntimos y son totalmente privados y respetados de los clientes por ello se pensara en una estrategia de cómo hacer más privado y personal el consumo de los clientes se pretende hacer ventas en línea y servicio a domicilio así como utilizar antifaces al entrar a la tienda para tener las identidades de los consumidores anónimas, también a los trabajadores de la tienda se les hará firmar un contrato de trabajo con una clausula donde estipule que tienen estrictamente prohibido hablar de los clientes fuera del trabajo o con los mismos a menos que ellos lo permitan.

### **Conclusión del estudio de merado.**

Analizando y describiendo el estudio realizado se interpreta la factibilidad en la empresa de Cortázar Guanajuato y se llega a la conclusión de que la gente SI iría a la tienda algo que muchos jurarían que NO, también la gente SI compraría los productos que ofrece la tienda, porque estos productos por supuesto que se vende pero en el municipio de Cortázar la gente aún es muy conservadora, lo único que falta es saber cómo entrar al mercado para poder posicionar a FREYA como la primera sex-shop en el municipio de Cortázar.

Con base a todo lo obtenido en los resultados estadísticos y de observación se espera tener un buen resultado en lo que fue trabajo, esfuerzo, dedicación a la materia y sobre todo a la investigación por que ahora se si se puede decir que no es fácil aplicarla se batalla por que trabajas con personas y cada una de ellas es diferente yo en lo personal me considero una persona muy social y no me apena hablar con desconocidos, pero conforme iba haciendo la aplicación de los cuestionarios me inhibía mas por que las personas son muy desconfiadas y tienes que soportar malas caras y aun así tú siempre estar sonriente esperando que lo que te conteste sea la verdad porque en esto se basa tu futuro, tanto en la materia que estas a llevando como en tu vida diaria ya que algunos si soñamos con concluir el proyecto terminando la carrera y realizarlo, no lo vemos solo como el barco que nos lleva a aprobar las materia.





Manual de inducción.

## **Bienvenida**

Bienvenido al equipo de FREYA S.A DE C.V.

La vida o quizá el destino te ha traído hacia nosotros, eres muy afortunado, pues en él encontrarás un gran ambiente y un buen equipo de trabajo, claro que eso depende en gran medida de ti y de tu disposición de cooperar en FREYA requiere...

Esta nota es una manera de decirte que estamos felices de que te hayas unido a nosotros. Durante las próximas semanas aprenderás las técnicas de nuestro negocio, podrás apreciar que en Freya todos los programas y las oportunidades de ascenso te ayudarán a triunfar.

Las empresas hoy en día suelen ocuparse más de la prosperidad del negocio que por el bienestar, tranquilidad y seguridad de sus empleados. Afortunadamente en FREYA no es así. Aquí descubrirás las oportunidades que ofrecemos a todos los empleados.

Una vez más Bienvenido a nuestro equipo. Ahora eres parte de una industria líder, conocida por sus productos de gran calidad que satisfacen a todos y cada uno de nuestros clientes.

“Recuerda: La meta es tuya, tu empeño, energía, las ganas y tu dedicación hablarán por ti.”

Bienvenido y mucha suerte...

Atentamente: Dpto. Recursos Humanos

## **Visión**

Hacer sentir bien a nuestros consumidores, con marcas que les ofrezcan las experiencias más placenteras y convenientes en lencería, estimulantes.

## **Misión**

Conquistar la preferencia del consumidor en México y nuevos mercados más allá de nuestras fronteras.

## **Valores**





Los valores de la empresa están basados en la filosofía de sus inicios:

Lograr crecimiento sostenido, mediante personas capaces y facultadas, que actúen con responsabilidad y generen confianza.

Lo anterior está fundamentado en 6 pilares:

1. Vender solo productos de los que podamos estar orgullosos.
2. Cuidar el ambiente y el mundo en que vivimos.
3. Ganar con la diversidad e inclusión.
4. Balancear el corto y largo plazo.
5. Hablar con honestidad y franqueza.
6. Respeto por nuestros empleados, consumidores, clientes, proveedores y asesores externos para obtener el éxito junto. Disfraces

### **Filosofía de FREYA**

Cliente; es la razón de nuestros esfuerzos.

Excelencia personal; ampliar nuestros conocimientos, habilidades y capacidades.

Calidad; hacer bien las cosas, a la primera.

Servicio; organizarnos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Eficiencia, capacidad para lograr un fin, empleando los mejores medios posibles.

Responsabilidad; cumplir con nuestras obligaciones.

Compromiso; acuerdo contraído con nuestro trabajo.

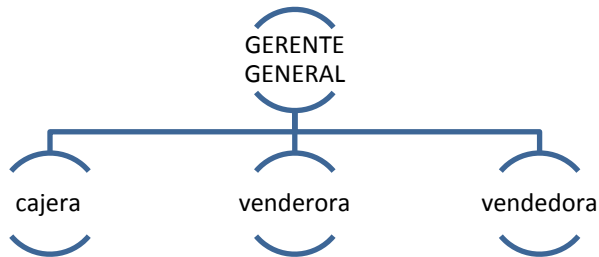
Equipo; grupo de personas, organizadas para la realización de una tarea o el logro de un objetivo.

Respeto; colaborar para la aplicación de los principios éticos y morales.

Integridad; ser congruente entre el pensar, decir y hacer.



## ORGANIGRAMA DE FREYA



## BREVE HISTORIA DE FREYA

Freya nació hace ya varios años atrás, desde el 2002 para ser exactos, su fundadora Florencia García Arana ideó una serie de ropa sexy, atrevida y pasional, para satisfacer la necesidad de sus clientas de querer verse hermosas provocativas y por supuesto sentirse deseadas.

Freya estaba instalada en varios lugares no tenía una plaza fija era ambulante, estaba en los tianguis de Celaya Guanajuato, entonces para su sorpresa de nuestra fundadora, su hija terminó una carrera en administración y le aconsejó hacer más formal este pequeño negocio que ella tenía Florencia aceptó y se logró, ahora Freya es reconocida a nivel nacional como una de las sex shop más discreta y variable en todo el país.

## FREYA

Empresa de servicio que ofrece productos para adultos de la más alta calidad. Se categorizan en diferentes líneas para su fácil consulta.

**Línea de disfraces:** son personajes animados de caricaturas, cuentos de princesas incluso personajes de acción también se tienen unos más clásicos como los son los de los oficios y profesiones de la vida diaria.

- Policía
- Enfermera
- Bombero doctor



- Mesera
- Verdugos
- Princesas
- Conejos
- Perritos
- Gatitos
- Tigres
- Leones
- Ratitas
- Mujer maravilla
- Gatubella. Entre otros.

(En algunos disfraces los accesorios solo son de renta)

**Línea de accesorios:** esta línea es exclusiva de accesorios para cualquier línea de las que se ofrecen en FREYA, son complementos.

- Esposas
- Antifaces
- Diademas
- Mascaras
- Látigos
- Collares

**Línea de corsetería:** esta línea es más íntima, discreta, sensual y cursi.

- Baby doll's
- Batas de seda
- Trasparencias
- Ligueros
- Medias y pantimedias
- Tangas
- Conjuntos de brassier y pataletas.

**Línea de productos íntimos:** esta última línea se basa en productos para la intimidad.

- Aceites afrodisiacos
- Lubricantes
- Velas aromáticas
- Inciensos
- Anillos vibradores
- Preservativos de
- Saboress



- Texturizados
- Súper látex

**Y de más variedad.**

El servicio que FREYA ofrece a sus clientes se caracteriza por el ambiente relajado que se siente ahí, es una tienda discreta y sobre todo confiable, no es como cualquier tienda con las puertas abiertas a toda la gente que va pasando ya que FREYA está totalmente cubierta con puertas y ventanas color blanco para que el cliente compre con toda comodidad y confianza, también cuenta con música para amenizar la compra y sean más frecuentes las compras, al entrar el cliente puede tomar un antifaz si es que lo desea para proteger su identidad.

**Manuales.****Perfil De Puestos**

Empresa **FREYA SA** de CV solicita cajera.

**Nombre del puesto:** cajera

**Edad:** de 20 a 28 años de edad

**Sexo:** femenino

**Estado civil:** indistinto

**Principales funciones del puesto:** registrar compras, administrar ventas y almacenar mercancía.

**Nivel académico requerido:** (mínimo) preparatoria terminada.

**Experiencia profesional:** no necesaria

**Destrezas y habilidades:** facilidad de palabra, dominio del paquete office, habilidades matemáticas.

**Características personales:**

- con iniciativa
- organizada
- responsable
- amable
- paciente



### **Perfil De Puestos**

Empresa **FREYA** SA de CV solicita vendedor.

**Edad:** 18 a 26 años

**Sexo:** femenino

**Estado civil:** indistinto

**Principales funciones del puesto:** promocionar el producto, acomodar la mercancía, llevar registro de ventas, limpieza y orden anaqueles, estantes y vitrinas, llevar un registro y orden de ventas, lograr ventas altas y siempre sonreír.

**Nivel académico requerido:** preparatoria concluida.

**Experiencia profesional:** no necesaria

**Destrezas y habilidades:** facilidad de palabra, comunicación efectiva, buena presentación (muy importante)

#### **Características personales:**

- buena presentación
- responsabilidad
- facilidad de palabra
- paciencia
- comprometida con el empleo.

### **Descripción De Puestos**

#### **1-. Datos Generales**

Dependencia: **Vázquez García Cinthya Paulina**

Puestos de jefe inmediato: **gerente general**

Título del puesto (nombramiento): **Cajera**

Puestos subordinados directos: **vendedora**

#### **2: objetivo del puesto**



Lograr ventas mayores en el transcurso de los meses, innovar los productos para hacerlos más atractivos para los clientes.

### 3-. Responsabilidades

- Registrar ventas
- Registrar compras
- Almacenar mercancía
- Realizar inventarios
- Comprometerte con la empresa
- Ponerte la camiseta

### 4-. Relaciones

#### a) Internas:

Vázquez García Cinthya Paulina (gerente general) para consultar con ella los registros de las ventas y compras de todo el mes, para consultarle la mercancía que hace falta y así hacer la compra necesaria para que no falten los productos a consumir.

#### b) Externas

Con clientes potenciales y directos para comprar el producto.

### 5-.Requerimientos

#### a) Grado de estudio:

- Primaria
- Secundaria
- Carrera técnica
- Preparatoria

	Muy poco	Poco	Regular	Mucho	bastante
Actividad emocional				●	
Actitud positiva				●	
Honestidad				●	



iniciativa				●	
Dedicación				●	
Madurez					●
Paciencia					●
compañerismo					●
Discreción					●
Amabilidad					●
Facilidad de hablar					●
Destreza				●	
competitividad					●

**6-. Nivel de habilidad de trato de personas que requiere el puesto.**

- 1- Cortesía normal
- 2- Comunicación/incluye/induce
- 3- Negocia/convence
- 4- Líder/negociación compleja
- 5- Operación avanzada

**Observaciones:** \_\_\_\_\_

**Datos De Aprobación**

**Información provista por**

Nombre\_\_\_\_\_

Puesto\_\_\_\_\_

**Información aprobada**

Nombre\_\_\_\_\_

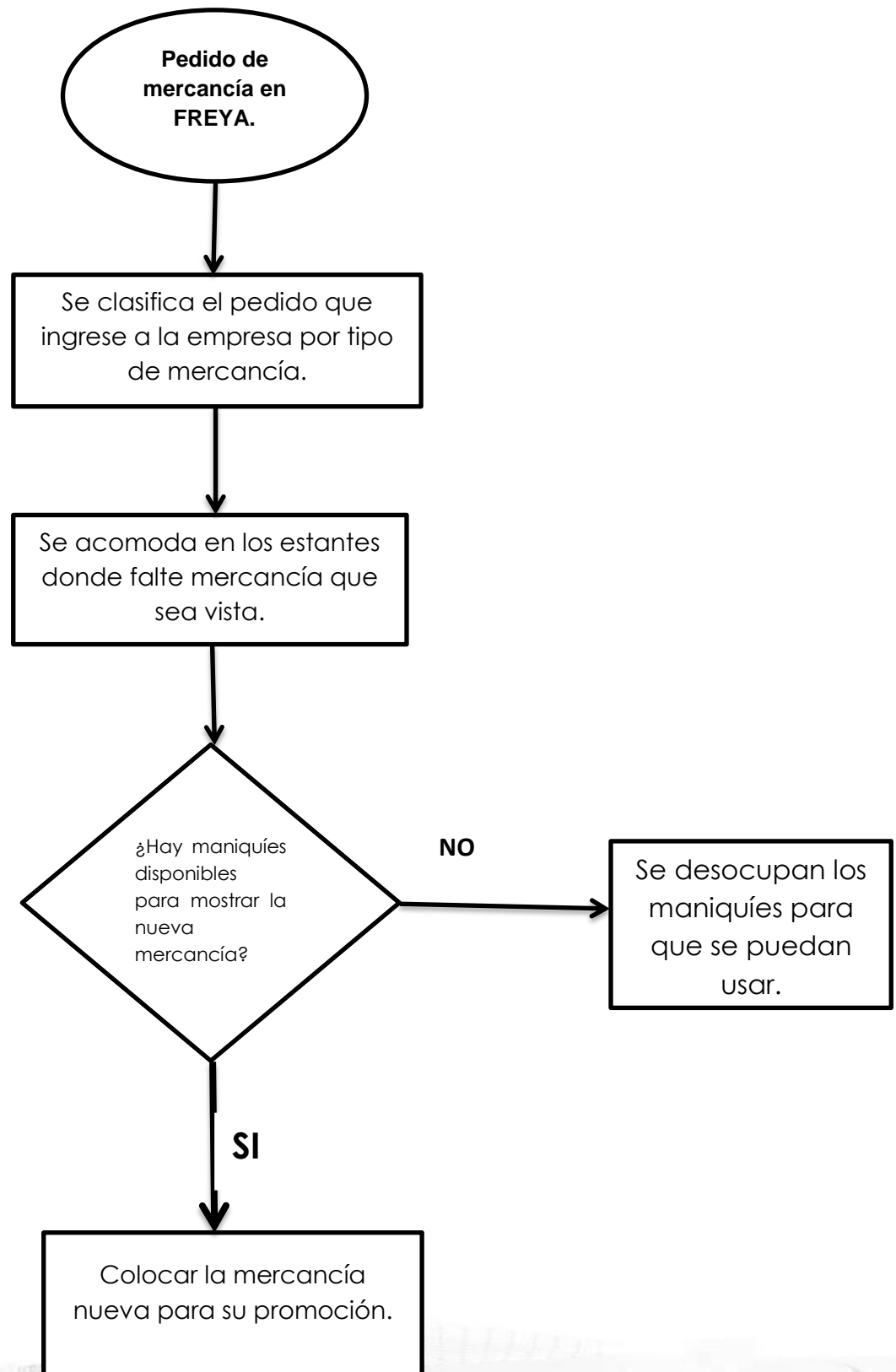
Puesto\_\_\_\_\_

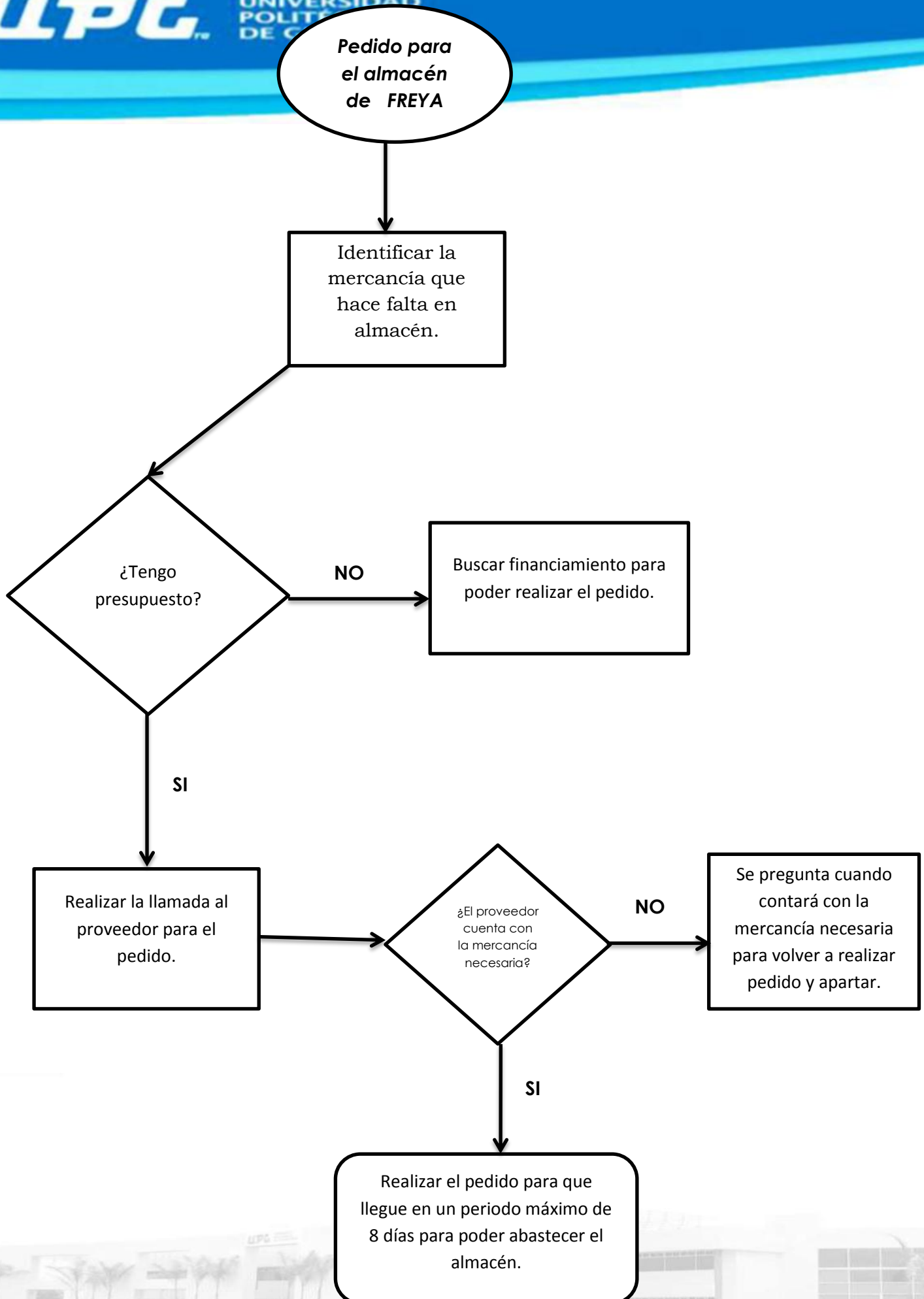
Vázquez García Cinthya paulina: Gerente General





Diagrama de procesos





## PROCEDIMIENTO DE VENTA

Freya es una empresa de servicio que su única prioridad es el satisfacer las necesidades de sus clientes así mismo que tengan una buena imagen tanto de establecimiento como del personal que lo atiende es por ello que se muestra la manera en la los miembros del equipo Freya realizan una venta a sus valiosos clientes.

Al entrar el cliente tiene la opción de tomar alguno de los antifaces que están en la entrada del establecimiento, un miembro del equipo Freya les da la más cordial bienvenida y pregunta si está en busca de algún artículo en especial para poder ayudarlo a encontrarlo con as facilidad o si necesita alguna asesoría de cualquiera de los productos que están disponibles en la tienda.

Si el cliente va a realizar un pedido se le proporciona un asiento en lo que se realiza el pedido así mismo se le ofrece una bebida para la espera siempre con el mejor trato y disposición del personal para que el cliente se sienta cómodo y satisfecho tanto con el trato como con la calidad de los productos.

Si el cliente pide privacidad en lo que se familiariza con los productos el personal le brinda el espacio que necesite.

Freya siempre va esforzarse por ofrecer un trato personalizados a todos los clientes que asistan a la tienda y consuman los productos así mismo lograr el posicionamiento en el mercado.

La forma de pago que el cliente prefiera también será una opción ya que Freya contara con terminal para pagos con tarjeta de crédito y los pagos en efectivo serán bonificados por medio de cupones y boletos para rifas que no influyan en la utilidad de la empresa.



## LOGÍSTICA ADMINISTRATIVA.

“FREYA” es una empresa de servicios al consumidor su distribución es comercial ya que se dedica a la venta de artículos para adultos, algunos de los productos que se ofrecen son:

-disfraces, accesorios eróticos, transparencias, babydoll's, juguetes sexuales, fragancias afrodisiacas, inciensos entre otros.

Está ubicada en el centro del municipio de Cortázar Guanajuato, el objetivo de freya es lograr el buen posicionamiento por medio de su buen servicio, calidad y atención al cliente.

La promoción por la que FREYA va a lograr su reconocimiento será por medio de páginas y cuentas en internet, se realizaran algunos cortometrajes cada cierto periodo/temporada.

La forma de cómo se va a llamar la atención del cliente será por medio también de descuentos y bonificaciones tales son cupones de descuentos, llaveros de publicidad, tómbolas y rifas.

La forma de recompensar el buen servicio de los colaboradores, es el realizar una vez cada tres meses un sorteo por un cupón para poder ganar cualquier producto que la tienda ofrece, así como cenas de año nuevo, posadas y por supuesto su respectivo aguinaldo correspondiente.

El nombre de FREYA perteneció a una diosa griega que representaba el amor, la sensualidad, y fertilidad de la mujer, era amada por odiseo el dios de la sabiduría, y era tanto su amor que él tenía hacia FREYA que la convirtió en inmortal por semejante belleza que ella tenía.



## LOGO DE FREYA.



La forma abstracta que tiene FREYA es la del rostro de una mujer que interpreta seguridad, los labios rojos representan la sensualidad y la belleza que cada mujer puede descubrir en su interior, el sombrero tiene el significado de que FREYA es una empresa dirigida al sexo femenino y masculino, el moño representa la seriedad y elegancia que se maneja dentro de la misma ya que FREYA es una empresa totalmente seria y responsable, el fondo blanco representa la pureza que existe en el amor y el fondo oscuro representa discreción, misterio y privacidad, las letras color rojo son la combinación de la pureza del amor con la llama de la pasión y la satisfacción del placer.



El que una empresa maneje una buena logística significa que esa empresa sabe lo que hace, ya que es parte fundamental de cualquier organización el poder controlar la distribución de todos los productos que los identifican, el conocer totalmente los procedimientos que influyen en su elaboración y tener conocimiento de todos los costos que en los mismos procedimientos es invaluable para la empresa ya que la información y el buen manejo de la logística de cualquier empresa es poder.

Podemos entender que logística es la realización de actividades de distribución, mantenimiento y almacenamiento de los productos estos procedimientos son una cadena ya que si uno no funciona lo demás tampoco es por eso que siempre se tiene que estar informado sobre cómo se maneja de qué manera es administrada la logística de la empresa.

Freya es una empresa que tiene determinados sus proveedores así mismo sus clientes y los productos que distribuye a lo largo de la zona laja bajío ya que es la primera empresa instalada en el municipio de Cortázar Guanajuato, por estas razones es muy importante conocer y determinar la manera en la que será distribuida y al almacenada la mercancía que frece a sus clientes porque para Freya la satisfacción del mismo es u factor de primer nivel.

Hablaremos de como Freya identifica a sus proveedores, como es que determina sus costos y la manera en la que hace que el producto sea de la mior calidad para la satisfacción de sus clientes y por supuesto del personal que aporta cada dia para Freya sea una empresa líder en la zona laja bajío.





## SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Los proveedores son parte fundamental de cualquier empresa es por eso que Freya analiza con determinación lo que ofrece cada uno de ellos porque siempre se debe tomar en cuenta los factores que benefician a la empresa y siempre contar como mínimo con un proveedor de reserva para evitar retrasos y cualquier otro problema que pueda ocasionar un mal manejo de proveedores.

Freya maneja de esta manera la selección de sus proveedores.

Factores	ítems	ponderación
Económicos (50%)	costo de adquisición unitario	10
	descuentos por volumen	40
Calidad (30%)	muestras defectuosas	5
	duración media	5
	certificación de calidad	20
Servicio (20%)	Garantía	10
	plazo de entrega	5
	asistencia técnica	5

### Proveedor #1 “ventas de mayoreos Carreño”

- Maneja la mercancía de mayoreo por lo tanto si cuenta con descuento por volumen.
- Su costo de adquisición unitaria es variable con el tipo de marca del producto.
- No maneja cambios ni devoluciones en compras por mayoreo.
- No cuentan con certificación de calidad
- La garantía es solo con algunas marcas establecidas
- Plazo de entrega de 1 a 1 ½ semana para la entrega de la mercancía.

### Proveedor #2 “Eugenio Mancera”

- Su costo de adquisición es el mismo para cualquier marca y talla de los productos.
- El descuento por volumen si lo maneja y es acumulable.
- Maneja cambios y devoluciones con un lapso no mayor a dos semanas.
- No cuenta con certificación de calidad.
- La garantía es de 2 semanas posteriores a la entrega de la venta.
- Su plazo de entrega varia de 2 hasta 4 semanas eso es ajeno hasta del mismo proveedor.





A continuación se muestra en tablas la interpretación de las características que anteriormente fueron mencionadas de cada proveedor con el fin de hacer un análisis de diferenciación de proveedores y poder determinar el que mejor convenga para la empresa.

Esta tabla está basada únicamente en Babydoll's		
condiciones	ventas de mayoreos Carreño	Eugenio Mancera
precio de compra	110	89
descuentos	4%	10%
transporte	A cargo del vendedor	a cargo de vendedor
rappels	0	0
muestras defectuosas	0	0
duración media	sin duración media	sin duración media
certificado de calidad	sin certificación	sin certificación
garantía	1 mes	2 semanas
plazo de entrega	mismo día	2 semanas
asistencia técnica	No	No

Evaluación	
------------	--



costo de adquisición unitario	30 puntos al más económico y se irán restando 3 puntos por cada \$5 de diferencia entre cada producto.
descuento por volumen	un punto por cada 1% de descuento, con un máximo de 10%
muestras defectuosas	se le darán 5 puntos por cada muestra que no funcione y el proveedor la reciba
duración media	10 puntos para el que dura mas
certificación de calidad	20 para el que cuente con certificación
garantía	Cinco puntos por cada semana de garantía.
plazo de entrega	10 puntos al proveedor que tarda menos en surtir el productos
asistencia técnica	10 puntos para el que de asistencia técnica

La determinación de los proveedores fue de la siguiente manera realizando ya la comparación de los mismos.

esta tabla está basada únicamente en babydoll's		
condiciones	ventas de mayoreos Carreño	Eugenio Mancera
precio de compra	20	30
descuentos	4	10
transporte	0	0
rappels	0	0
muestras defectuosas	0	0
duración media	0	0
certificado de calidad	0	0
Garantía	0	10
plazo de entrega	10	0
asistencia técnica	0	0
<b>total</b>	<b>34</b>	<b>50</b>



La determinación de los proveedores de FREYA se basó únicamente en los babydoll's de la tienda ya que es el producto estrella y el que tiene más demanda en la misma al ser una prenda clásica y sensual que cualquier mujer debería de poseer en su armario con el fin de sentirse seguras y hermosas para ellas mismas.

Se realizaran las determinaciones de los proveedores de todos los artículos que puede ofrecer la tienda en un periodo próximo y al poder identificar opciones de proveedores que ofrezcan mayor beneficio a la tienda y sobre todo para no tener contratiempos y conflictos pero sobre todo el compromiso con el proveedor.

## PROCESO DE COMPRAR DE "FREYA"

Objetivo: Gestionar las comprar de insumos y materiales necesarios que requiere la empresa, con los requisitos específicos por la organización, así como también cumpliendo con las especificaciones de calidad, precio, fecha y lugar de entrega.

Las fases del proceso de compra, que utilizaremos en FREYA son:

### Requisitos de la empresa:

Identificar las necesidades detectadas de dichos productos o materiales que se requiere.

Registro y clasificar los requerimientos:

- Fecha de necesidad (tener un control de cuando se hizo el requerimiento de dicho producto)
- Artículos: cuantos artículos requerimos.
- Cantidad: cuantos artículos requerimos para abastecer nuestro negocio.
- Especificaciones del producto

### Selección de proveedores:

La empresa Freya va a realizar una búsqueda de nuevos proveedores, que puedan satisfacer las necesidades que estamos requiriendo. Se va elaborar un análisis de propuestas o cotizaciones recibidas de los proveedores, con el fin de elegir cual es, el mejor que cumple nuestras expectativas. De igual forma también establecer criterios que deben cumplir los proveedores como son:

- Precio
- Calidad del material



- Condiciones de pago
- Descuentos
- Plazos de entrega
- Confiabilidad en el cumplimiento de los plazos

Lo primordial es tener presente el precio, que está ofertando el proveedor de esta manera podremos seleccionar a nuestros futuros proveedores, pero sin dejar atrás también la calidad que brinda en sus productos.

Al tener ya el distribuidor adecuado, iniciaremos con la negociación de compra de los productos requeridos, con las condiciones más adecuadas el precio y el pago.

#### Solicitud de pedido

Se va establecer ciertas técnicas para comunicar las necesidades de compra a los proveedores.

Se va a realizar un formato que, es la orden de compra, en ella se detallan las condiciones que se determinó en la negociación. Algunas de ellas son:

- Folio de orden de compra
- Fecha de elaboración
- Referencia de requisición
- Referencia de cotización
- Nombre del proveedor
- Dirección del proveedor
- Teléfono
- Lugar de entrega
- Cantidad
- Unidad
- Concepto
- Especificaciones del producto
- Unitario

#### Inspección de recepción

La empresa va establecer una inspección de los productos, verificando que las cantidades que se solicitó se han correctas y estén en buenas condiciones.



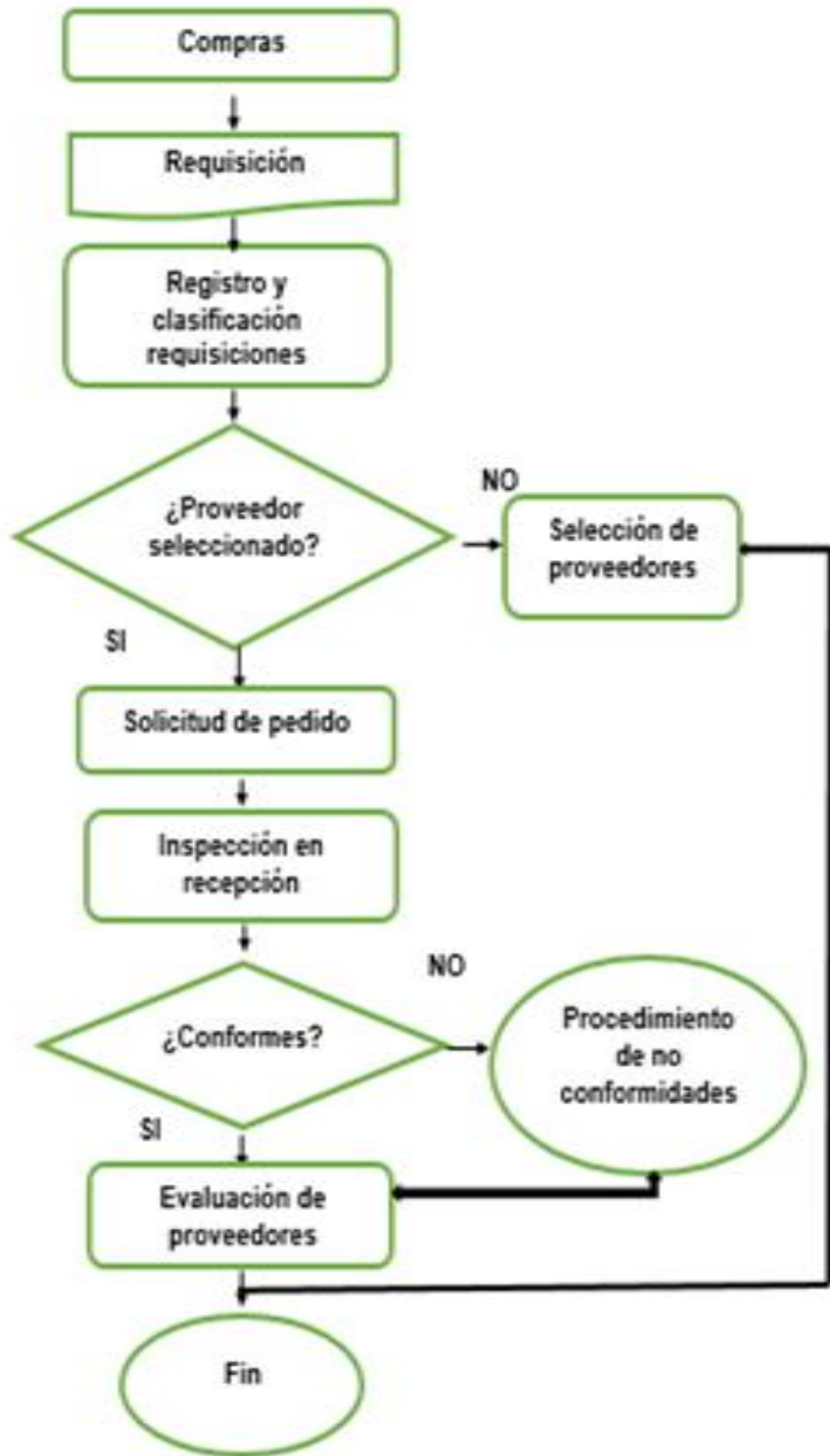
### Evaluación del proveedor

Después de la inspección, se va a realizar una evaluación para obtener un índice de calidad en cada uno de los proveedores que tendremos, este índice puede hacer el resultado de dividir el número de incidencias o no conformidades de cada uno de los proveedores entre el número de pedidos servidos. Después de la evaluación vamos a registrar esta información a una base de datos de los proveedores, con la finalidad de tener esta información en el momento de elegir a un proveedor.

También se tiene planeado, hacer una inspección periódicamente cada 6 meses, sobre los cambios que pudiera hacer el proveedor, ya sea sobre las condiciones de pago, plazos de entrega o el precio etc.



Diagrama de flujo





## ESTRATEGIAS DE COMPRAS

Los objetivos de las estrategias de compra están basados en la evaluación de los requerimientos y en las condiciones del mercado.

- ✚ Sistematiza tu proceso de compras. Para ello debemos tener un sistema de control de inventarios para saber cuál es nuestra demanda real que tenemos de nuestros productos, de esta manera podamos saber cuánto requerimos en el almacén para cumplir las necesidades de nuestros futuros clientes.
- ✚ Es importante contar con una cadena de suministro bien definido e implementado ya que es parte fundamental para el proceso de compras porque se a base de esto se determina la reducción de precio, hacer un descuento por volumen, costo de distribución y almacenaje e igual pueda llegar a generar obsoletos en dichos productos o materiales.
- ✚ Retroalimentar a nuestros proveedores. Realizar una aplicación de los criterios de evaluación a proveedores, de esta forma mediremos el desempeño de cada proveedor y elegir el adecuado.
- ✚ Formaliza las relaciones. Al tener a nuestros futuros proveedores, con los que nos interesa mantener acuerdos a mediano o largo plazo. Se va elaborar una documentación de requisición, orden de compra, cotizaciones, así como también la carta de intención y contrato. Esto con el propósito de tener una documentación de cada proveedor y tener mejor control de información y los acuerdos que se establecieron.
- ✚ Ciclo de compras. Contar con este proceso por el que pasa un comprador desde que descubre que tiene un problema o necesidad que encuentre y compra algo que lo solucione. Este proceso cuenta con cinco las cuales son:
  1. Análisis de las Solicitud de Compras.
  2. Investigación y Selección de Proveedores.
  3. Negociación con el Proveedor (seleccionado).
  4. Acompañamiento de Pedido (Follow-Up).
  5. Control de la Recepción del Mterial Comprado.

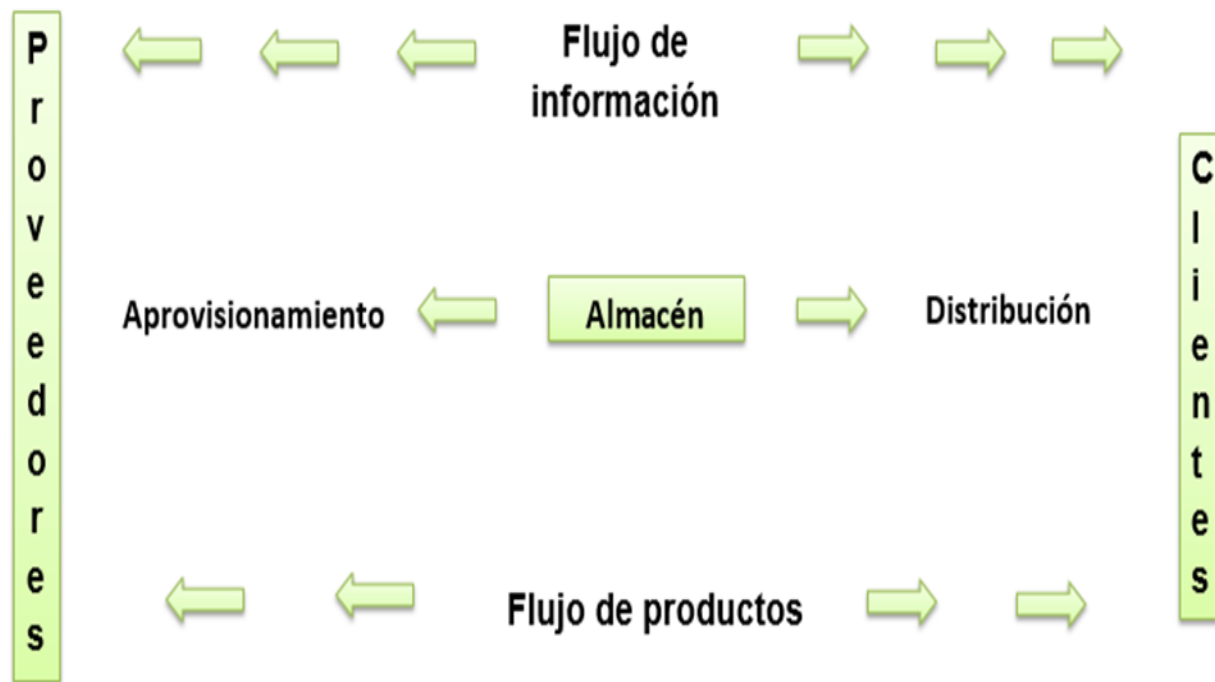




## INTEGRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

### Cadena de suministro

FREYA



### Cadena de suministro

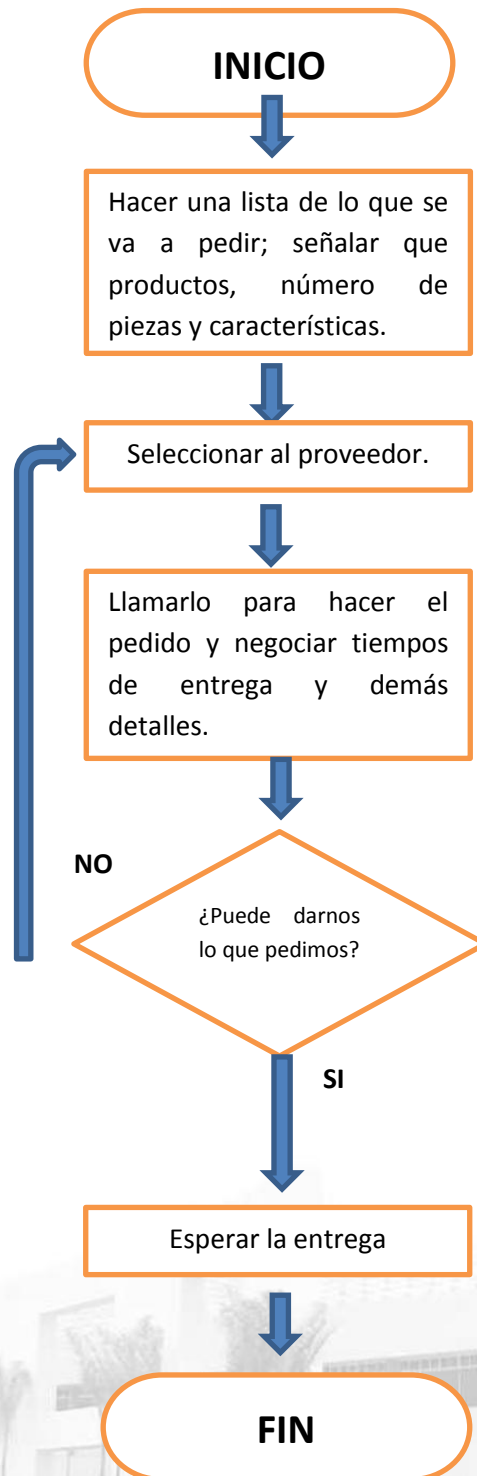
- Proveedores
  - Disfraces
  - Accesorios
  - Lencería
  - Empaques
    - Bolsa de papel
- Flujo de información
  - Capital
  - Recursos Humanos
  - Investigación de mercado
- Almacén
  - Estantes
  - Vitrinas
  - Luz
  - Productos
    - Accesorios
    - Disfraces
    - Lencería
- Distribución
  - Diablitos que nos ayuden a llevar la mercancía hacia la tienda principal ya que nuestro canal de distribución es directa, de la tienda a las manos del cliente
- Clientes

Mujeres de 20-35 años de edad que tengan mente abierta al cambio, extrovertida y sensual, deseosa de cambiar la rutina al momento del placer sexual.

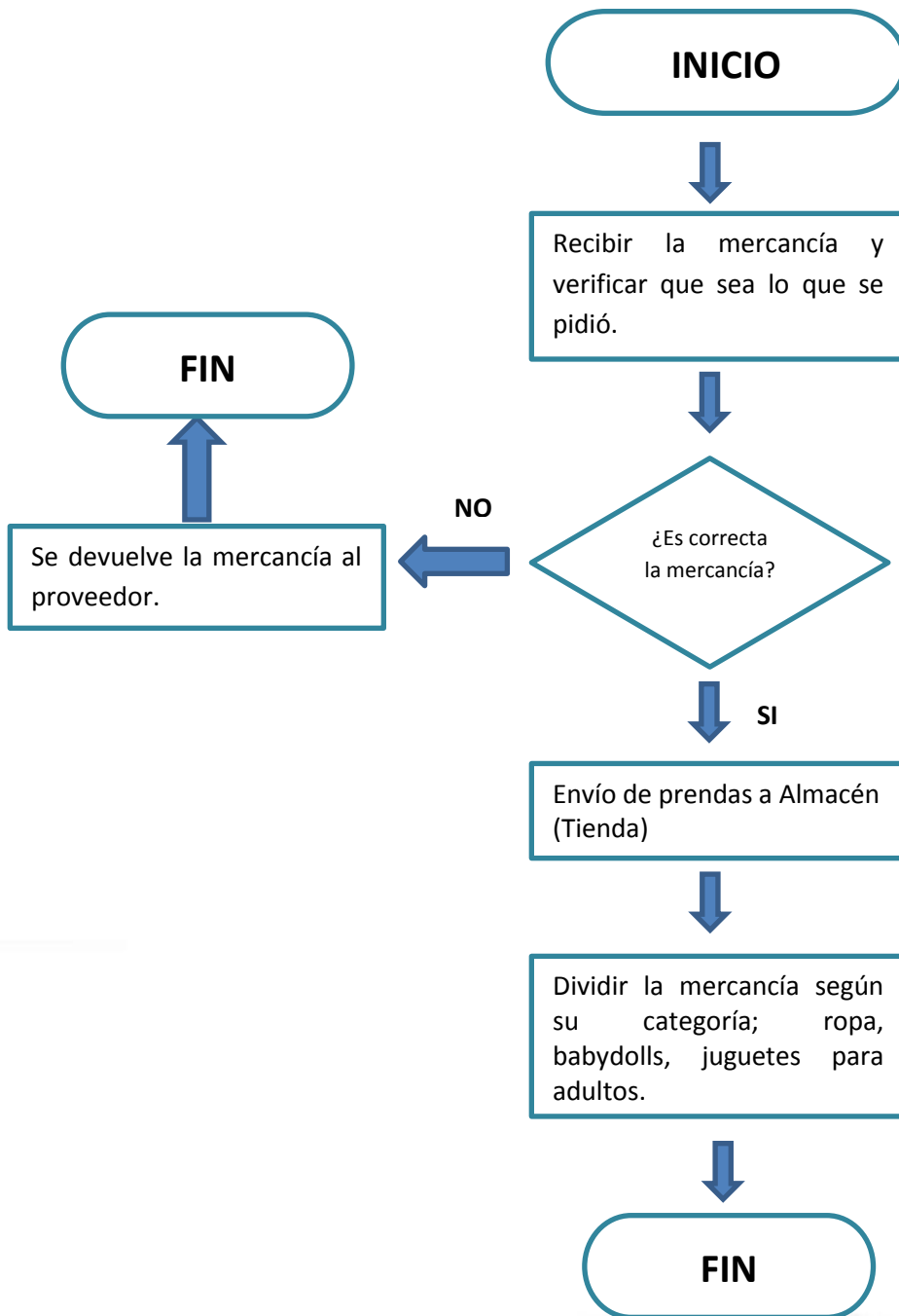


## LOGISTICA INTERNA

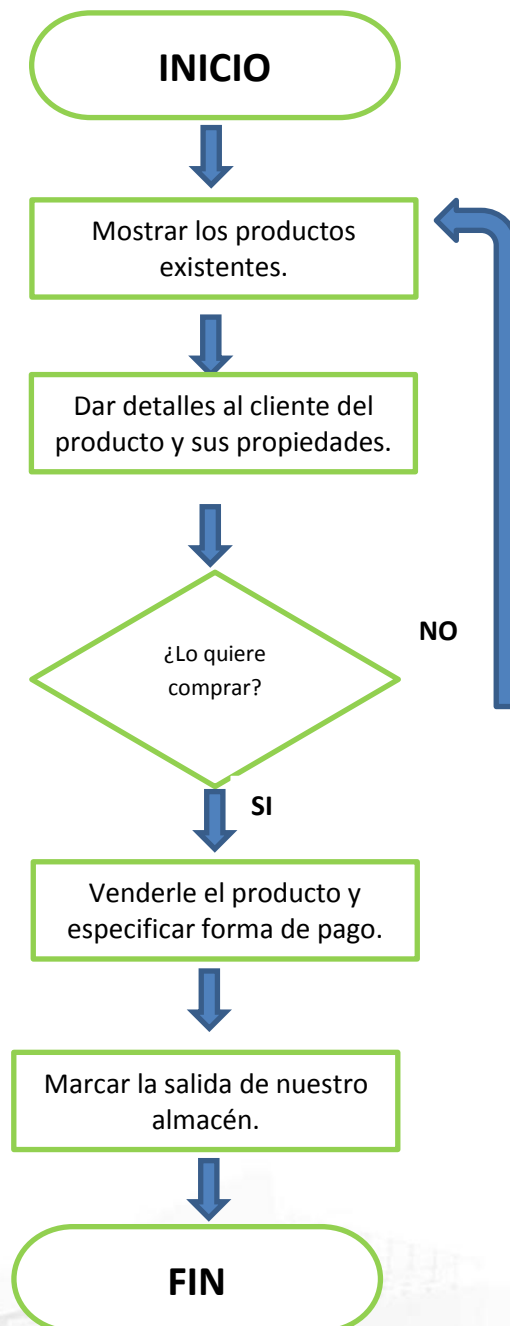
### Pedidos a proveedores



## RECEPCIÓN DEL PRODUCTO A PROVEEDORES



## COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO



## ALMACENAMIENTO

Dentro de Freya, se lleva un adecuado almacenamiento y control de mercancía para tener un mejor manejo en cuanto a entradas y salidas. El almacén estará ubicado a lado de los propietarios de FREYA, ya que de este modo no se generan gastos de renta y se mantiene más segura la mercancía en cuanto a la delincuencia y pérdida de esta.

Los productos son clasificados de acuerdo a la similitud en características y en cuanto a movilidad en ventas, a continuación se muestran las clasificaciones:

### Línea de disfraces:

Para algunos disfraces, los accesorios solo son de renta

Oficios y profesiones de la vida diaria	Animados de caricaturas	Animales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Policía</li> <li>• Enfermera</li> <li>• Bombero</li> <li>• doctor</li> <li>• Mesera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verdugos</li> <li>• Princesas</li> <li>• Mujer maravilla</li> <li>• Gatubella</li> <li>• Entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conejos</li> <li>• Perritos</li> <li>• Gatitos</li> <li>• Tigres</li> <li>• Leones</li> <li>• Ratitas</li> </ul>

Se utilizaran cajas de plástico, el color de la caja será correspondiente a cada tipo de disfraz, y en él se podrán guardar de 30 a 40 prendas. El motivo del uso de estas cajas es que hacen más fácil su apilamiento ya que son muy resistentes y fáciles de acomodar ya que cada caja embona perfectamente con las demás. A continuación se muestran las cajas que se utilizaran.



De este modo quedara la muestra como quedara la tarjeta de clasificación para cada caja.

100. Oficios y profesiones de la vida diaria

PRODUCTO	CÓDIGO	CARACTERISTICA	CANTIDADES
Policía	100.01		
Enfermera	100.02		
Bombero	100.03		
Doctor	100.04		
Mesera	100.05		
Más...	100.0...		



200. Animados de caricatura

PRODUCTO	CÓDIGO	CARACTERISTICA	CANTIDADES
Verdugos	200.01		
Princesas	200.02		
Mujer maravilla	200.03		
Gatubella	200.04		
Más...	200.0...		





300. Animales

PRODUCTO	CÓDIGO	CARACTERISTICA	CANTIDADES
Conejos	300.01		
Perritos	300.02		
Gatitos	300.03		
Tigres	300.04		
Leones	300.05		
Ratitas	300.0...		
Mas...			



FREYA-300-ANIMS  
TEC-IT.COM

400. Línea de accesorios

PRODUCTO	CÓDIGO	CARACTERISTICA	CANTIDADES
Esposas	400.01		
Antifaces	400.02		
Diademas	400.03		
Mascaras	400.04		
Látigos	400.05		

Collares	400.05		
Más...	400.0...		



FREYA-400-LIN-ACCS  
TEC-IT.COM

500. línea de corsetería
--------------------------

PRODUCTO	CÓDIGO	CARACTERISTICA	CANTIDADES
Babydoll's	500.01		
Batas de seda	500.02		
Trasparencias	500.03		
Ligueros	500.04		
Medias y pantimedias	500.05		
Tangas	500.05		
Conjuntos de brassier y pataletas	500.06		
Más...	500.0...		



FREYA-500-LIN-CORS  
TEC-IT.COM



Como se muestra anteriormente cada tarjeta incluirá:

- Nombre y código genera. El nombre es para identificar claramente que tipo de artículo es y el código general es para llevar un orden y secuencia para facilitar el inventario y evitar pérdidas o extravió de artículos.
- Producto. Llevara el nombre de la prenda, como normalmente se le conoce, para saber en qué caja y el tipo de artículo.
- Código. Funciona para llevar una secuencia de productos, en este caso se clasifica que tipo de productos con tres cifras, a estas se les van agregando el numero de código que distinguirá cada prenda. Como se sabe una sola prenda puede tener infinidad de modelos, y el llevar este tipo de código agiliza el poder identificarlo.
- Características. Se deberá mencionar el material, talla, color y modelo que es.
- Cantidades. Esta sección será indispensable para llevar un buen control de inventario, ya que se indicara cuantas prendas hay en existencia una vez que el proveedor nos ha entregado producto, y cuantos y qué tipo de producto ha salido de almacén para su venta.
- Código de barras. En él se podrá mostrar el código general y palabras con las que se está clasificando cada tipo de prenda. Este servirá para llevar un mejor control en cuanto a sistema de entradas y salidas de mercancía.

600. Línea de productos íntimos

PRODUCTO	CÓDIGO	CARACTERISTICA	CANTIDADES
Aceites afrodisiacos	600.01		
Lubricantes	600.02		
Velas aromáticas	600.03		
Incensos	600.04		
Anillos vibradores	600.05		

Preservativos	600.05		
Sabores	600.06.01		
Texturizados	600.06.02		
Súper látex	600.06.03		



FREYA-600-LIN-INTI  
TEC-IT.COM

Solamente en esta clasificación de productos se tomarán en cuenta los siguientes puntos, los demás serán basados en los anteriores:

- Características. En este apartado se especificará la procedencia del producto para saber en detalle que manipulación debe tener, las fechas de fabricación y lote de caducidad, señalamientos que ayuden a que el producto no sufra ningún daño tanto en su embase y su contenido.
- Cantidades. Debido a que este producto viene en su propio empaque, señalar la cantidad que viene en cada una, pero tomando en cuenta lo mencionado en el punto anterior.

Para llevar a cabo el inventario se requerirá de un software, que aparte de ser muy económico, es muy práctico y fácil de usar.

En este caso se estará utilizando el STOCK DE ARTICULOS, que como su nombre lo dice ayuda al manejo y control de stock, a su vez puedes codificar a tus clientes selectos para llevar un control en cuanto a sus compras y así poder ofrecerles primero a ellos las ofertas que se pueden tener. A su vez, se podrá adquirir informes semanales, mensuales, anuales acerca de las ventas y las entradas y salidas de inventario.

Para los productos que estén próximos a caducar, se harán descuentos para que de esta forma no se tengan grandes pérdidas de dinero.



#### Línea de accesorios:

Esta línea de accesorios es exclusiva en complementos para cualquier línea de las que se ofrecen en FREYA.

- Esposas
- Antifaces
- Diademas
- Mascaras
- látigos
- Collares

Algunos de estos productos como lo son: esposas y collares serán almacenados en cajas de plástico con compartimientos. De esta manera se evita combinar mercancía y las cajas pueden estar apiladas de tres en tres.

Para los antifaces, látigos, diademas y mascarar, se utilizar las mismas cajas en las que se manejan por paquetes y estas estarán perfectamente acomodados en repisas. Las cajas podrán ser apiladas de acuerdo a la cantidad de mercancía que contengan.

#### Línea de corsetería:

Esta línea es más íntima, discreta, sensual y cursi.

- Babydoll's
- Batas de seda
- Trasparencias
- Ligueros
- Medias y pantimedias
- Tangas
- Conjuntos de brassier y pataletas.



Al igual que con los disfraces, se utilizarán cajas de plástico correspondiendo el color al tipo de mercancía, esta a comparación será transparente la caja. Serán apiladas en cajas de tres.

**Línea de productos íntimos:**

Esta última línea se basa en productos para la intimidad.

- Aceites afrodisiacos
- Lubricantes
- Velas aromáticas
- Inciensos
- Anillos vibradores
- Preservativos de
  - Sabores
  - Texturizados
  - Súper látex

Entre más variedad.

Las condiciones de almacenaje para estos productos pueden perjudicar su rendimiento, para lo cual es necesario mantenerlos en sus envases originales y mantenerlos cerrados hasta que sea necesario. De igual forma, el almacenamiento puede cambiar sus propiedades debido a la exposición al aire, temperatura, luz, agua, la humedad y otros contaminantes, por lo cual estos serán guardados en cajas de cartón perfectamente selladas manteniéndolas en un lugar cubierto, fresco y seco evitándolos exponer directamente a la luz solar.

El tiempo de estos productos está estimado en dos años para las grasas y de diez años para los aceites lubricantes, tomando en cuenta el haber adoptado las medidas adecuadas, protegiéndolos contra el calor o el frío excesivo.

El control de inventario se utilizara el SKF (por sus siglas en ingles "Firs in, Firston"), el cual consiste en que los artículos que llevan más tiempo en el almacén son los primeros en salir del mismo





Dentro del área de almacén se cuenta con un espacio para las bolsas, estas son diseñadas para Freya y adquiridas de un proveedor previo. La bolsa es para transportar el producto una vez hecha la compra por el cliente, para que tenga un mejor orden y comodidad dando ese sello característico de Freya en su logotipo.

Una vez tomadas las clasificaciones antes mencionada, se tomaran en cuenta los siguientes términos para el almacenamiento como lo son:

- Necesidad de almacenamiento. Si es que se requiere almacenar el producto, ya que en ocasiones en cuanto llega el pedido se hace la entrega al cliente y no es necesario almacenar.
- Orden de flujo. Que tan frecuentes se hacen pedidos y si estos son de un solo producto o en cantidades muy grandes.
- Frecuencia de manejo. Se tomara en cuenta el producto que sea más vendido, de esta manera el espacio destinado para el almacenaje será mínimo dejando mayor espacio a otro que sea de mayor cantidad.
- Tamaño de los pedidos. De acuerdo a la magnitud del pedido será el espacio destinado para almacenaje, ya que al ser cantidades mayores es probable que permanezcan más tiempo antes de su próxima venta.
- Capacidad de apilado. Debido a que algunos productos son frágiles, se toman las medidas necesarias para el apilado evitando dañar la mercancía.





## CODIGOS

Por consiguiente, para tener un mejor manejo de la mercancía dentro del almacén se asignara un código a cada uno, para que de este modo al momento de hacer inventario sea más fácil. A continuación se muestra el cómo quedara asignado el código a cada artículo:

DISFRACES	CODIGO	CANTIDADES	OBSERVACIONES (Día recibido)
OFICIOS Y PROFESIONES	100		
Policía	100.01		
Enfermera	100.02		
Bombero	100.03		
Doctor	100.04		
Mesera	100.05		
	CODIGO	CANTIDADES	OBSERVACIONES
ANIMADOS DE CARICATURAS	200		
Verdugos	200.01		
Princesas	200.02		
Mujer maravilla	200.03		
Gatubella	200.04		
	CODIGO	CANTIDADES	OBSERVACIONES
ANIMALES	300		
Conejos	300.01		

Perritos	300.02		
Gatitos	300.03		
Tigres	300.04		
Leones	300.05		
Ratitas	300.06		
ACCESORIOS	CODIGO	CANTIDADES	OBSERVACIONES
Esposas	400		
Antifaces	400.01		
Diademas	400.02		
Mascaras	400.03		
Látigos	400.04		
Collares	400.05		
CORCETERIA	CODIGO	CANTIDADES	OBSERVACIONES
Babydoll's	500		
Batas de seda	500.01		
Transparencias	500.02		
Ligueros	500.03		
Medias y pantimedias	500.04		
Tangas	500.05		
Conjunto de brassier y pataletas	500.06		
PRODUCTOS DE USO INTIMO	CODIGO	CANTIDADES	OBSERVACIONES
Aceites afrodisiacos	600		

Lubricantes	600.01		
Velas aromáticas	600.02		
Incensos	600.03		
Anillos vibradores	600.04		
Preservativos	600.05		
De sabores	600.06.01		
Texturizados	600.06.02		
Súper látex	600.06.03		

Así mismo, se irán agregando el código según el número de secuencia. En la última columna se registrará el día de llegada de mercancía para así tener un manejo adecuado de las salidas de mercancía, tomando en cuenta que será en base a primeras entradas, primeras salidas (PEPS)

## LAYOUT



Los puntos rosas que muestra el Layout es donde se colocaran los maniquíes con algunos de los productos que se ofrecen. En las áreas gris se exhibirán también productos en existencia pero estarán bajo llave pues son artículos que fácilmente se pueden robar si no se tiene cuidado. El área roja indica que ahí se encuentran los productos novedosos, se colocan ahí porque están a la vista de todos y por último la caja se coloca en el centro para tener una vista de 360° a toda la tienda y poder brindar un excelente servicio y así cuidar de todas las áreas.

## PRODUCCIÓN

Freya pide mensualmente 15 piezas de su producto estrella. El proveedor suministra el producto en cajas con 5 piezas. El costo de pedido es \$100, el costo de cada pieza es de \$89 y el costo de almacenamiento es de 3% con un stock de 5

$$MP/IR = 15\text{pzas}/5\text{pzaz} = 3 \text{ veces al mes}$$

$$IC = 1/3 \times 30 = 10 \text{ días}$$

$$Q = \sqrt{(2)(15)(100)/(89)(.03)} = 33.52 \text{ piezas que conviene pedir}$$

$$N = 15/33.52 = 0.44 \text{ pedidos al mes}$$

$$T = 30/0.44 = 68.18 \text{ días}$$

$$Dd = 15/30 = 0.5 \rightarrow 1 \text{ pieza cada dos días}$$



