



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
División Académica de ciencia económico administrativas

“Estudio en la duda. Acción en la fe”

Plan de marketing

“Vicalú”



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de ciencia económico
administrativas



Proyecto:

Plan de marketing "Vicalú"

EQUIPO:

MARIA GUADALUPE VAZQUEZ LOZADA
PATRCIA VALENCIA HERNANDEZ
KARINA LOPEZ JIMENEZ

CATEDRÁTICO:

JOSE CESAR LOPEZ DEL CASTILLO

MATERIA:

ADMINISTRACIÓN FISCAL DE LAS ORGANIZACIONES

FECHA DE ENTREGA:

LUNES 27 DE MAYO DEL 2019

En un mundo de grandes transformaciones en el mercado, observamos que para la empresa "Vicalú" sería buena idea proyectar un plan de marketing teniendo en cuenta que el tipo de segmentación que se estará utilizando será el de concentración ya que esta empresa se dedica más a vender pantalones de mezclilla teniendo como fin promocionar y dar publicidad logrando un reconocimiento exitoso en los compradores volviéndose así una marca de ropa reconocida por encima de la competencia. Es por ello que se analizaron diferentes características principales para la realización de este plan seguido de los resultados obtenidos en la siguiente investigación.

Situación de la empresa:

Vicalú Jeans es una empresa pionera en los mercados de la venta de ropa, nace en el municipio de Tenosique, Tabasco esta dirigida por empresarios 100% mexicanos lo que la ha convertido en una empresa con un verdadero espíritu familiar. Su entorno organizacional está relacionado con elementos que existen fuera de la organización y pueden afectarla de manera drástica o simplemente pasar por desapercibido. Es por ello la importancia de su estudio ya que así sabemos lo que ocurre en los distintos sectores y de esta manera tomar pleno control de lo que puede suceder y ver como responde la empresa ante los cambios.

Análisis de factores externos:

El factor externo afecta a la empresa Vicalú jeans dejándola fuera de control del sistema organizacional influyendo en mayor o en menor medida su desempeño incluyendo los aspectos económicos y políticos dando origen a oportunidades y amenazas para las empresas pero cabe mencionar que no son independientes ya que están relacionados y si existe algún cambio drástico este afectaría el entorno competitivo en el que se mueve la organización.

Factores políticos: Actualmente este factor a pasado a ser el primer plano de importancia en México ya que el gobierno es inestable dejando por debajo el crecimiento económico y empeorando las expectativas de los inversores y consumidores perjudicando así de manera directa la rentabilidad de la empresa y la posibilidad de atraer nuevas inversiones provocando grandes movilizaciones en todo el país por la corrupción, la inseguridad, la falta de transparencia en los datos oficiales generado un resentimiento en el resto de los países, lo que ha provocado que también disminuyan significativamente las ventas.

Factores económicos: Las condiciones del macro entorno económico juegan un papel importante ya que determinan el bienestar general de la economía afectando la capacidad de la empresa recordando que esta crisis económica genera un mayor consumo de productos de primera necesidad, reduciendo en forma significativa el consumo de productos considerados de lujo (ropa de importación) pero no es el caso ya que la empresa maneja mejores precios acoplados a la economía de las personas.

Análisis de factores internos :

incluye aquellos sectores con los cuales la empresa “Vicalú” interactúa directamente y que tienen un impacto en su capacidad para alcanzar metas. Estas fuerzas delimitan precios, costos y requerimientos de inversión, que constituyen los factores básicos para poder hacer el maquilado de las prendas y tener una expectativa de rentabilidad a largo plazo.

Amenaza de sustitutos: son empresa como Líneas, Cuidado con el perro,Vertiche...etc que ofrecen producto de buan calidad con un bajo precio y que los consumidores si lo desean pueden remplazar nuestros productos por la competencia dejando nuestra demanda por debajo de lo esperado.

Intensidad de la rivalidad entre los competidores de una industria: como sabes la empresas como Líneas, Cuidado con el perro,Vertiche tienen mayor rentabilidad ante los consumidores es por ello que si se sienten amenazados verán la oportunidad de aumentar o disminuir sus precios y obtener así mayores utilidades generando un problema para la empresa ya que si es necesario se podría llevar a la guerra de precios y limitar la rentabilidad todo esto para no perder consumidores.

Investigación de mercado:

Mercado actual: Esta constituido por todas las personas sin distinciones de edad, sexo o extirpe social. Son prendas de ropa para todas las edades.

Mercado distribuidor: Dentro de este mercado podemos señalar que la distribución será por cuenta de las diferentes sucursales que existen .

Segmentación de mercado

Características del consumidor: Nuestro consumidor potencial son familias.

Variables de segmentación: Dentro de las variables podemos decir que no influyen mucho sobre nuestros resultados esperados. Por ejemplo el nivel de ingreso de nuestros consumidores o edad no producirán mayores “variaciones.

Segmentación y definición del mercado meta :Nuestro Mercado Meta esta en llegar a todos los estados y llegar hacer a ser reconocid como la empresa con mejores precios y calidad.

Diagnostico de la situación de partida DAFO:

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Ser una empresa 100% mexicana que fomenta el respeto a la naturaleza y los valores éticos. 2.esta especializada en producir y distribuir ropa de alta calidad. 3.elabora sus productos con materiales 100% mexicanos . 4.desarrollo integral de los empleados. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.esta comprometida en total satisfacción de sus clientes. 2.la aceptación de nuevos métodos basados en la calidad y moda . 3.constituye al desarrollo económico del país. 4.genera empleos.
<p style="text-align: center;">Debilidades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.poca variedad de productos. 2.no cuenta con promociones. 3.no cuenta con promoción y propaganda. 4.escazes de diferentes presentación de modelos. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.nuevas tiendas con mejores precios. 2.nuevos diseño de estructura en la presentación. 3.aumento en el impuesto de maquilación de la ropa.

Análisis de la competencia:

En cuanto a la competencia, se puede considerar que existen diferentes empresas que pueden generar un duelo veraz al momento de lanzar nuevos modelos o en la publicidad de ello . Con esto se pretende posicionar a la empresa en un segmento de mercado que sea acorde a las demás compañías para poder tener grandes oportunidades teniendo como objetivo ser una de las empresas mas reconocida a nivel nacional.

El competidor aleatorio:

La empresa Vicalú es un competidor aleatorio ya que que no presenta un tipo de conducta previsible ya que todo lo mantiene en silencio pero cuando se puede presentar batalla en el mercado lucha para no perder . El hecho de que su conducta no sea previsible, no permite trazar a las de mas empresas un plan o una conducta a seguir en caso de que se muestren activos, por lo que su competencia debe de estar atento constantemente a sus movimientos

El nombre proviene de la unión de los nombres de las hijas del dueño VI de Viridiana,CA de carolina,LU de lupita.

Tipo de empresa: Privada

Sede: Tenosique,Tabasco

Productos : Ropa de alta calidad