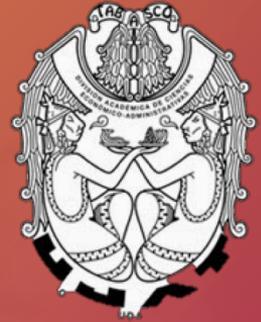




# Universidad Juárez Autónoma de Tabasco



DIVISION ACADEMICA DE CIENCIAS ECONOMICO ADMINISTRATIVAS

**“Mejora tu marketing y no pierdas ventas”**

**CATEDRATICO:**

**Jose Cesar Lopez del Castillo**

**INTEGRANTES:**

**PATRICIA VALENCIA HERNÁNDEZ  
MARIA GUADALUPE VAZQUEZ LOZADA  
Karina Lopez Jimenez**



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



## Planteamiento del problema

Uno de los problemas que existe en la tienda de ropa “**Vicalú**” es el:

- bajo volumen de ventas lo que genera la elevación de los costos financieros
- La inversión se queda en almacén sin generar flujo de efectivo
- se producen pérdidas por el cambio de temporada ofreciendo al cliente algo que no requiere de moento.

## *Objetivo*

Diseñar una propuesta de marketing mix de acuerdo a la necesidad de la empresa.

# Analisis del factor externo

afecta a la empresa dejándola fuera de control del sistema organizacional

**Factores políticos:** primer plano de importancia ya que el gobierno es inestable dejando por debajo el crecimiento económico y empeorando las expectativas de los inversores y consumidores

**Factores económicos:** determinan el bienestar o reducen el consumo de productos de lujo



# Analisis del factor Interno

interactúa directamente y tiene un impacto en su capacidad para alcanzar metas.

## Amenaza de sustitutos:

ofrecen producto de buena calidad con un bajo precio

Los consumidores si lo desean pueden remplazar nuestros productos por la competencia dejando nuestra demanda por debajo



Intensidad de la rivalidad entre los competidores de una industria:

Si las empresas se sienten amenazados verán la oportunidad de aumentar o disminuir sus precios y obtener así mayores utilidades generando un problema para la empresa

## Investigación de mercado:

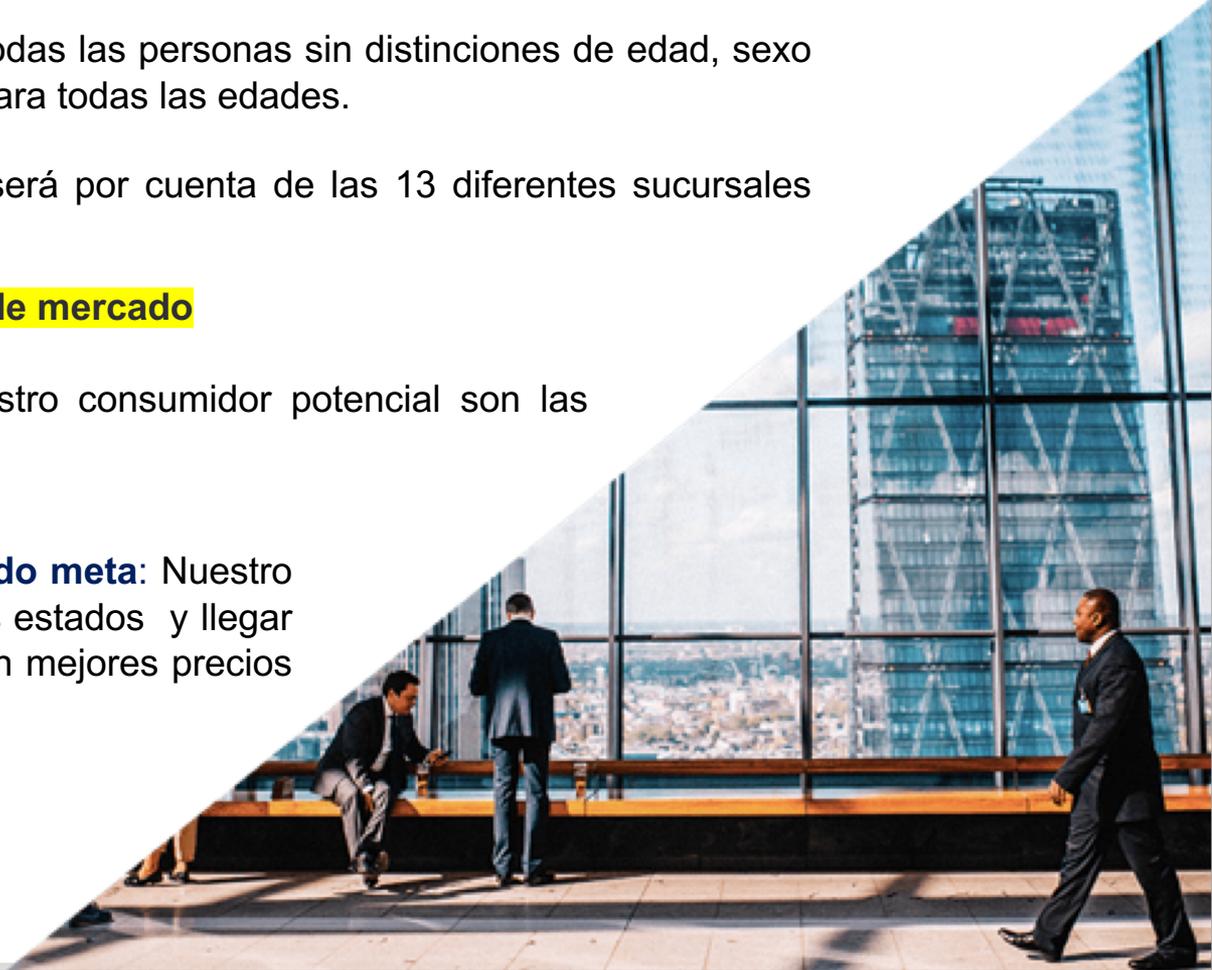
**Mercado actual:** Esta constituido por todas las personas sin distinciones de edad, sexo o extirpe social. Son prendas de ropa para todas las edades.

**Mercado distribuidor:** la distribución será por cuenta de las 13 diferentes sucursales que existen .

## Segmentación de mercado

**Características del consumidor:** Nuestro consumidor potencial son las familias.

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



### **FORTALEZAS:**

- 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.

### **Oportunidades:**

- 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.

### **Debilidades:**

- 1.poca variedad de productos.
- 2.no cuenta con promociones.
- 3.no cuenta con promoción y propaganda.
- 4.escazes de diferentes presentación de modelos.

### **Amenazas**

- 1.nuevas tiendas con mejores precios.
- 2.nuevos diseño de estructura en la presentación.
- 3.aumento en el impuesto de maquilación de la ropa.

# Analisis de 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.



