

**[Enero-  
Junio del  
2018]**



**María Guadalupe Sandoval  
Saucedo.**

**REPORTE FINAL PARA ACREDITAR  
RESIDENCIA PROFESIONAL DE LA  
CARRERA DE INGENIERÍA EN  
GESTIÓN EMPRESARIAL.**

**[ PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA EL  
POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA  
“ARTÍCULOS DE BELLEZA EXTREME” ]**

Artículos de Belleza EXTREME

Nombre del asesor externo: María Sandra Santacruz Nungaray.  
Nombre del asesor interno: Silvia del Valle Morales.

Fecha (01 de Junio del 2018)

## CAPÍTULO 1

### AGRADECIMIENTOS.

Agradezco a la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” por brindarme la confianza principalmente para poder concluir este proyecto de plan marketing, ya que a través de eso me brindaron toda la información necesaria y con ello pude concluir.

También agradezco a mi asesora Silvia del Valle Beltrán por su asesoría en este proyecto, ya que me ayudo de mucho a entender, analizar cada paso de este complemento, y gracias a eso fui aprendiendo y me servirá de mucho en lo laboral.

Por ultimo agradezco a mis padres, amigos y conocidos por brindarme el apoyo necesario en todo este tiempo.

### RESUMEN EJECUTIVO.

El presente estudio es un plan de marketing realizado para la empresa “Artículos de Belleza EXTREME”, empresa que se dedica a la venta de productos de belleza principalmente para las mujeres. El mercado en San Francisco de los Romo le resulta a la dueña atractivo debido a la cercanía con personas de diferentes lugares, lo que facilitaría el control de sus productos en la venta.

El presente trabajo de marketing va enfocado a realizar un estudio de mercado para identificar cuál es su estado actual y por lo tanto a través de los estudios poder implementar estrategias que lleven a esta empresa a incrementar sus ventas.

## Tabla de contenido

<b>Capítulo 1</b> .....	
Agradecimientos. ....	2
Resumen ejecutivo. ....	2
<b>Capítulo 2</b> .....	
Introducción. ....	4
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.	
Historia de la empresa. ....	5
Reseña histórica de la empresa.....	5
Dirección de la empresa. ....	
Misión, visión y valores.....	6
Objetivo general y específicos. ....	6
Justificación. ....	7
<b>Capítulo 3</b> .....	
Marco teórico. ....	7
<b>Capítulo 4</b> .....	
DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES. ....	
Definición del problema. ....	10
<b>Capítulo 5</b> .....	
RESULTADOS. ....	
Investigación del estudio de mercado. ....	12
Observación directa. ....	21
Método de marketing y sus estrategias. ....	54
<b>Capítulo 6</b> .....	
Conclusión. ....	63
<b>Capítulo 7</b> .....	
Competencias. ....	65
<b>Capítulo 8</b> .....	
Fuentes de información. ....	66
<b>Capítulo 9</b> .....	
Anexos. ....	67

## CAPÍTULO 2

### INTRODUCCIÓN.

El presente proyecto se lo realizo para la empresa “Artículos de Belleza EXTREME”, ubicada en Av. Revolución #224 San Francisco de los Romo Aguascalientes, dedicada a la comercialización y el incremento que se desea obtener al vender un nivel de productos con la mayor calidad, y también teniendo el mejor servicio para el cliente principalmente del dueño y en segundo del personal que lo atiende.

La empresa EXTREME tiene respectivamente una mitad de participación dentro del mercado y esto es a base de que no hay suficiente publicidad y es por eso que el cliente desconoce del lugar, por lo que con el apoyo de la dueña de este negocio se inició una investigación para la localización de un plan estratégico marketing para el posicionamiento de la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” en el Municipio de San Francisco de los Romo, Aguascalientes, para otorgarle a la misma una solución frente a su situación actual aplicando los conocimientos que se han adquirido en toda la carrera universitaria.

Una vez conocida la situación actual de la empresa se analizara las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades, (FODA), para dar solución a cada uno de estos factores mediante estrategias que permitirán a la compañía alcanzar los objetivos planteados de ser una empresa con un posicionamiento a nivel estatal, y con forme a ello ganar un gran incremento de clientes y un porcentaje de ventas muy acreedor.

Un estudio de mercado será aplicado para evidenciar cuales son las necesidades de los clientes a través de encuestas y con forme a los resultados enfocarnos a las necesidades que el cliente cuenta, así que se realizó con forme a los aplicar estrategias enfocadas a captar las posibles oportunidades que se podrá obtener al incrementar los clientes y el nivel de ventas de esta empresa, considerando una gran responsabilidad para tener los recursos necesarios para la aplicación de este enfoque de comercialización.

## GENERALIDADES.

### HISTORIA DE LA EMPRESA.

Toda la historia a cerca de este negocio surgió desde el año 1998, cuando María Sandra Santacruz Nungaray dueña de la empresa decidió empezar a vender productos de belleza con la finalidad de emprender un negocio y estar dentro del mercado potencial.

La señora María Sandra Santacruz Nungaray dueña del negocio e idea, tuvo el gusto de emprender un negocio sobre los productos de belleza con el fin de satisfacer a las mujeres principalmente por lo que inicio su primer negocio en Aguascalientes, Ags con la finalidad de iniciar un negocio en el cual tuviera la oportunidad de superación personal y posteriormente económicamente.

Con el paso de los años la señora María Sandra se percató que el incremento de ventas era bajo y decidió buscar un lugar mejor en el cual pudiera desempeñarse y poder emprender el mismo negocio y con ello pudiera ganar clientes y con forme incrementar sus ventas, por lo que investigo y analizo el mercado en varios lugares por lo que su preferencia fue en San Francisco de los Romo en el lugar Av. Revolución #224, donde inicio en el año 2003 puesto que ha tenido 15 años trabajando para el bienestar de las personas del Municipio de San Francisco de los Romo, donde actualmente está ubicada esta empresa. La dueña del lugar vio la posibilidad de iniciar su negocio de productos de belleza no solo por el buen lugar en el que esta si no por el número de personas que viven y que además de eso el gran beneficio que analizo fue que no tenía competencia de su mismo ramo. La empresa artículos de belleza EXTREME. La empresa cuenta con un logo

o letrero al principio de la entrada, los clientes



identifiquen rápidamente el lugar, el cual es:

## RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA.

Los artículos de belleza son artículos adecuados para satisfacer las necesidades de las personas, principalmente para las mujeres, que les gusta verse y sentirse bien. Es por eso que consumen artículos de belleza para su bienestar como por ejemplo para su higiene y belleza personal.

## DIRECCIÓN DE LA EMPRESA.

### **Misión.**

Ser una empresa capaz de satisfacer las necesidades de los clientes, brindando un precio justo a la hora de compra y con ello brindar el mejor producto para cada tipo de mujer e ir incrementar las ventas de la empresa.

### **Visión.**

Convertirse en una empresa líder en servicios y comercio, ser la empresa en el mercado con el producto de gran calidad, suministrando una amplia gama de productos y un servicio favorable para satisfacer las necesidades de sus clientes de forma ágil y eficaz. Ser una compañía en continuo desarrollo, como un líder del producto avanzado, y con forme brindar un servicio y los mejores productos a una excelente calidad y a costo razonable.

### **Valores.**

1. Integridad.
2. Excelencia.
3. Responsabilidad.
4. Honestidad.

## OBJETIVO GENERAL.

Desarrollar un plan estratégico de marketing que permita un mejor posicionamiento en el mercado objetivo del Municipio de San Francisco de los Romo que se vea reflejado en un incremento sostenido en ventas de 10%.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar claramente los gustos y necesidades del mercado potencial.
- Caracterizar el tipo de cliente potencial y a base de eso saber cuáles son sus preferencias de productos.
- Buscar la mezcla de productos que mejor satisfaga las necesidades de los clientes.
- Ofrecer precios competitivos de los productos para todos los clientes con respecto a la competencia.
- Analizar la información histórica de ventas de los últimos tres años para identificar ciclos y establecer estrategias que permitan fortalecer las ventas en los ciclos más bajos.
- Identificar y caracterizar la competencia.

### **JUSTIFICACION.**

La empresa “Artículos de Belleza EXTREME” está creada con el fin de satisfacer las necesidades principalmente de la mujer en el Municipio de San Francisco de los Romo, ya que es algo fundamental hoy en día en las mujeres lucir favorable.

En esta empresa encontraras todo tipo de producto para el bienestar personal las cuales son varias líneas las cuales son: **Colorimetría, Maquinaria, Manicure y Pedicura, Maquillaje, Ceras epilatorias**, las cuales sus ramas o productos que desempeñan a estas líneas son: extensión de cabello natural 100%, tintes de diferentes marcas, esmaltes, maquillajes, cremas capilares, shampoos capilares, artículos para la aplicación de uñas acrílicas, ceras depilatorias, pestaña postiza, planchas y rizadoras para el cabello, etc. Puesto que se desea que toda mujer sea atractiva y que resalte su belleza con los productos de alta calidad que se ofrece.

Esta empresa decidió arrancar con la finalidad de brindar un producto de alta calidad a un precio favorable para los clientes, ya que para los clientes son muy necesario estos dos beneficios.

También se cuenta con un servicio de personas para atender a los clientes y brindarles el mejor servicio y ayudar al cliente a escoger y a brindarle un mejor ambiente de compra.

## **CAPÍTULO 3**

### **MARCO TEÓRICO.**

La promoción es una herramienta de la mezcla de marketing; en ella existen instrumentos empleados para dar a conocer un producto o un servicio, entre estos

la publicidad, la cual ayuda a que el mensaje se trasmite de forma estructurada por algún medio de comunicación.

La publicidad es persuasiva, parcial y se enfoca a productos, bienes, servicios e ideas. La publicidad puede ser una técnica que ayude a las ventas de cualquier empresa.

A gran parte de la publicidad actual se le podría catalogar como creadora de imágenes, debido a que, está concebida para crear o mantener la imagen de una marca o de una corporación en el continuo movimiento del mercado.

### **Mercadotecnia.**

La mercadotecnia es “el proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas, mercancías y términos para crear intercambios que satisfagan objetos individuales y organizacionales;

(Libro mercadotecnia, Laura Fisher y Jorge espejo, cuarta edición, p.12.)

De esta forma, las necesidades y deseos de los consumidores se han convertido en el foco de atención de las empresas.

Para que una empresa tenga éxito debe determinar cuáles son las necesidades y deseos del mercado meta específico y satisfacerla de mejor manera que sus competidores.

### **El consumidor y la publicidad.**

Publicidad es, antes que nada, un tipo de comunicación. En verdad es una forma muy estructurada de comunicación aplicada que emplea elementos tanto verbales como no verbales, los cuales están compuestos para llenar formatos de espacio y tiempo específicos determinados por el patrocinador.

Segundo, por lo general, la publicidad está dirigida a grupos de personas más que a individuos. Por consiguiente una comunicación impersonal o masiva. Estas personas podrían ser consumidores que compran productos para su uso personal.

(Publicidad, William F. Arens, undécima edición)

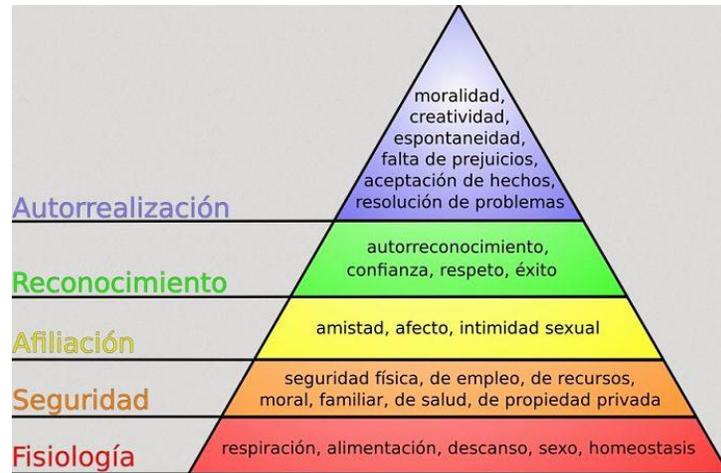
La publicidad es uno de los medios para comunicarse con un gran número de compradores potenciales. El posible comprador desea saber que productos están disponibles, sus características, quien los vende, donde pueden ser encontrados y quien puede utilizarlos.

### **El consumidor, sus necesidades y motivaciones.**

Según Luis Bassat (2001), la publicidad es el puente entre el producto o servicio, y el consumidor.

Las necesidades del consumidor son la base de toso el marketing. La clave de supervivencia, rentabilidad y crecimiento de cualquier compañía en una ambiente competitivo en su habilidad para identificar y satisfacer necesidades insatisfechas del consumidor de una mejor forma y antes que la competencia.

Maslow, clasifica las necesidades por orden de importancia, desde las de bajo nivel, hasta las de alto nivel. La teoría de Maslow postula que los individuos tratan de satisfacer sus necesidades de nivel más bajo antes de que puedan seguir en otras necesidades de nivel más alto”



clasifica las necesidades por orden de importancia, desde las de bajo nivel, hasta las de alto nivel. La teoría de Maslow postula que los individuos tratan de satisfacer sus necesidades de nivel más bajo antes de que puedan seguir en otras necesidades de nivel más alto”

### Elementos de la mezcla de marketing.

La Mezcla de Mercadotecnia se diseñará con un Producto que satisfaga las necesidades y deseos del cliente, con un Precio que esté respaldado por la demanda, con una Promoción que capte su atención, así como una distribución (Plaza) que lo ponga a su alcance.

La Mezcla de Mercadotecnia se puede definir como el "conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto".

(Kotler, 2003).

La mercadotecnia comprende una mezcla de elementos que interactúan entre sí: producto, precio, plaza y promoción, que se combinan para alcanzar los objetivos de la empresa o negocio orientado a la satisfacción de necesidades y deseos del cliente; esto es conocido como mezcla de marketing.

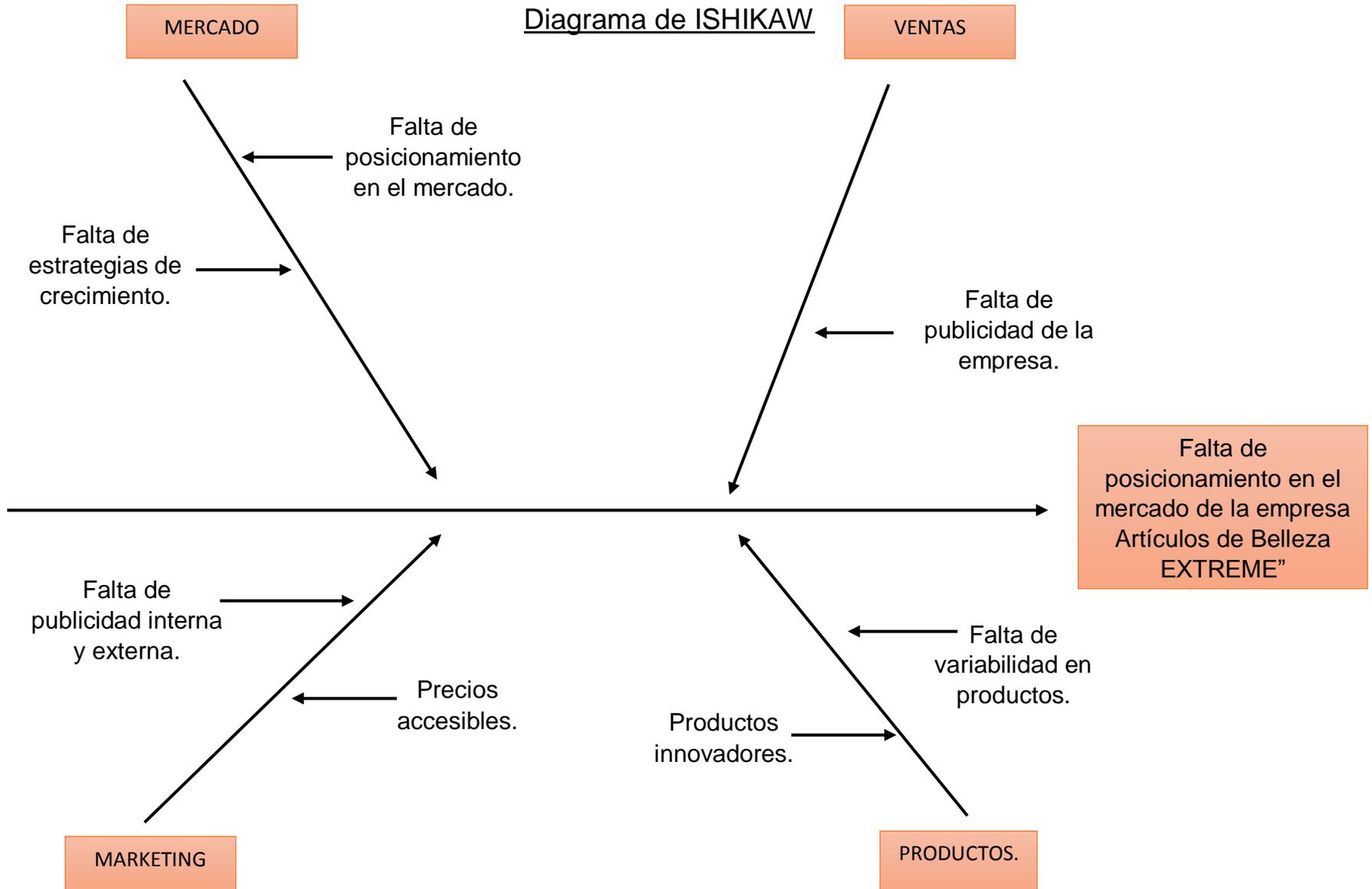
## **CAPÍTULO 4**

### **PROBLEMÁTICA.**

#### Definición del problema.

La empresa "Artículos de Belleza EXTREME", por ser una empresa con pocos años de presencia y experiencia en el mercado, tiene una cartera de clientes importantes pero muy reducida y su nivel de venta es en promedio bajo para poder estar en un posicionamiento estable. Hay varios factores que se consideran para llegar a este problema, como la falta de posicionamiento en el mercado por efectos de la baja publicidad, atención al cliente bajo por la falta de capacitación al personal, por presencia de la competencia en los lugares de mayor eficiencia como son las cadenas comerciales tales como los supermercados, centros educativos, entre otros. Falta de estrategias de crecimiento, la empresa no cuenta con un plan estratégico como lograr objetivos de mediano y largo plazo para que la empresa no solo se quede un grado de nivel medio, si no que valla incrementando sus habilidades y capacidades y mantenerse a un nivel estatus.

Con un estudio de mercado y un plan estratégico me marketing se podrá tener conocimiento de los posibles clientes y del mercado en su conjunto para la compañía.



## CAPITULO 5

### INVESTIGACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.

#### Definición del problema:

Falta de presencia de un plan estratégico de posicionamiento de la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” en el Municipio de San Francisco de los Romo, Aguascalientes, dentro del mercado, lo que provoca un desconocimiento de los posibles clientes para la compañía.

#### Objetivo general de la investigación:

Identificar el grado de satisfacción de los clientes actuales y potenciales en el ámbito comercial y los centros de belleza que acuden frecuentemente por el producto que se ofrece en la empresa.

#### Diseño de la metodología de investigación:

##### **1. Colecta de información.**

Esta investigación se diseña con el objetivo de obtener una investigación preliminar de la situación que tiene esta empresa Artículos de Belleza EXTREME, se caracteriza por su flexibilidad para analizar lo inesperado y para descubrir ideas que no se habían reconocido previamente, siendo apropiada en situaciones en la que la empresa está en busca de identificar sus problemas y oportunidades de nuevos avances, con el propósito de ampliar el campo de acción en las alternativas identificadas.

El uso de este método ha sido considerado en el desarrollo de esta investigación al recopilar información en una serie de páginas web que identifican sobre la situación del mercado de seguridad de esta empresa de artículos.

Para poder analizar y abarcar toda la información necesaria de esta empresa es necesario identificar cuáles son sus líneas de productos, cuales son los de mejor categoría, como se identifican por si solos, en que categorías se desplaza esta empresa y cuáles son sus productos o ramas con mayor eficiencia.

### Líneas de productos.

La empresa Artículos de Belleza EXTREME maneja varias líneas de productos principalmente para satisfacer las necesidades de los clientes y que entre ellos puedan consumir sin ningún problema por los cuales son varias marcas de las cuales se destacan por su calidad, eficiencia y confianza, por lo que esta empresa siempre mira por los clientes actuales y potenciales del Municipio de San Francisco de los Romo

Los productos de esta empresa, se identifican en distintas etapas y por distintas marcas, lo cuales son:

#### **Colorimetría.**



Es el único sistema de coloración en crema que incorpora en su fórmula componentes nutritivos como la proteína de trigo y colágeno hidrolizado. Brinda los nutrientes esenciales como la regeneración integral del cabello, dando como resultado un cabello sedoso, hidratado, con gran brillo y lleno de color. La gama de mechas KUUL COLOR SYSTEM es la más vendida en el mercado.



HIDRACOLOR ha sido creado para cubrir las necesidades de los profesionales. Único sistema a base de pigmentos micro-activos mezclados con extractos de semillas de arroz, avena, amaranto, aloe vera, trigo y extracto de miel. Gracias a sus componentes proteínicos HIDRACOLOR aporta un total recubrimiento de cana, duración superior, magnífico rendimiento, gran humectación, brinda sedosidad, acondiciona el cabello y provee brillo sensacional. Respeta la estructura del cabello y protege ante los daños del medio ambiente.



Color a tu Belleza, S. A. de C. V., es una empresa 100% mexicana, cuyo objetivo es producir los más impactantes productos para el cuidado y coloración del cabello, utilizando técnicas internacionales y estando siempre comprometidos con los más altos estándares de calidad para ofrecer un producto novedoso y vanguardista. Nuestros productos registrados bajo la marca Ce Bi diip, cuentan con presencia internacional logrando así una consolidación en el mercado.

Nutrapél  
PROFESIONAL

Nuestra misión es permanecer a la vanguardia del mercado capilar a través de la fabricación, venta y distribución de productos novedosos y de calidad, que satisfagan plenamente las necesidades y expectativas de los clientes, buscando siempre que este reconocimiento repercuta de manera positiva en el personal que en esta empresa labora.

Anven

ingredientes de la más alta calidad.

GAMA COSMETICS S.A. de C.V., es una empresa 100% mexicana, dedicada desde hace más de 30 años a la fabricación de productos de belleza y cuidado del cabello para el mercado profesional. Actualmente ofrece una extensa gama de productos de coloración, aclaración, fijación y cuidado del cabello, hechos con materiales e

#### Maquillaje.

BISSÚ

Bissú es una empresa 100% mexicana enfocada en diseñar y producir lo último de las tendencias internacionales en cosméticos y productos de belleza, por lo que nos encontramos continuamente extendiendo e innovando nuestra línea de productos.

Italia  
Deluxe®

La Cosmética de Maquillaje Artística: Deluxe LR. Colores intensos y accesorios para tener un maquillaje profesional. Sus fórmulas de proveedores líderes, principalmente de Italia, el líder de mercado en el sector de productos cosméticos para maquillaje.

Gelden®

proveedores.

Comercializar una amplia gama de productos para embellecer a la mujer Mexicana basados en un principio de prosperidad integral con nuestros colaboradores, clientes y

adara  
PARIS

Adara es una marca de cosméticos profesionales, que te ofrece productos de buena calidad y buen precio. Manejamos la línea completa de adara paris, pregunta por el producto de tu preferencia. Somos mayoristas, no arriesgues tu salud con productos de imitación. Totalmente nuevo y 100% original.

Trascender como una empresa que genera áreas de oportunidad para el crecimiento y bienestar de clientes, proveedores y empleados, mediante la comercialización de producto con excelente calidad, ofreciendo un servicio profesional en armonía y amistad.

# Prolux

Ser los líderes en la comercialización y distribución de los mejores productos de belleza para la mujer y ser reconocidos por nuestra calidad, variedad y excelente trato a nuestros clientes.

## Manicure y pedicura.



Somos una empresa Mexicana dedicada a resaltar la belleza y el cuidado de las uñas. Así como incentivar la creatividad y el crecimiento de nuestras clientas a nivel nacional.



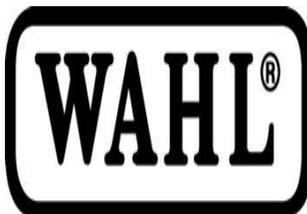
City Nails es la Academia y distribuidora de productos para uñas, donde encontraras la mejor oferta de: Cursos de uñas



Carrera profesional de uñas Certificaciones con marcas de prestigio.

Ser una empresa comprometida con los profesionales y distribuidores de la belleza brindando los mejores productos y herramientas con innovación y calidad para el desarrollo de sus negocios logrando la satisfacción y lealtad del consumidor.

## Maquinaria.



PROFESSIONAL

La empresa tiene como Visión para lanzar nuevos productos al mercado que satisfagan los deseos y necesidades de los consumidores y seguir siendo innovadores y adelantarnos a nuestros competidores y visión para apoyar a nuestros clientes, las tiendas minoristas, con programas de venta y comercialización que hagan que vender más productos Wahl sea algo fácil, atractivo y rentable para todos ellos.

## Ceras depilatorias.





Somos la marca líder en el mercado de epilatorios en México. Ofrecemos una línea de integral y especializada, en la eliminación del vello con cera.

Somos una empresa líder dentro del mercado epilatorios, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindándoles siempre nuestro mejor producto en alta calidad, brindándoles siempre confianza y calidez.

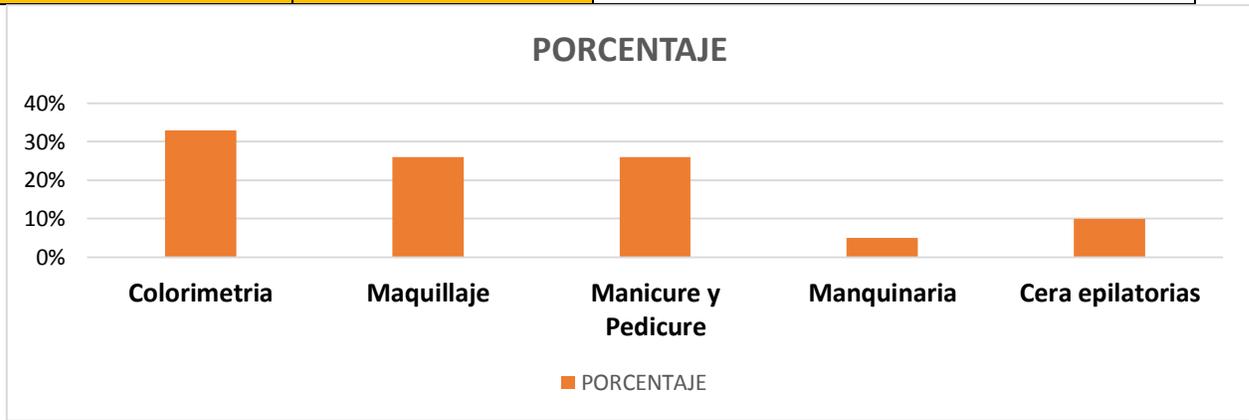
Artículos de belleza EXTREME siendo una empresa con una línea de productos variados para sus clientes, indica que dentro de los análisis del inventario hay ciertas diferencias o preferencias de los clientes, sin embargo siendo empleada de esta empresa y con autorización de la dueña se da una ligera observación a el inventario de esta empresa, indica varios porcentajes claros en los cuales la empresa comprueba sus ventas y con forme a ello da entrada y salidas a la mercancía de productos de belleza que brinda al cliente.

Por lo cual su porcentaje son:

<b>EFICIENCIA EN EL PRODUCTO POR CATEGORÍA Y POR MARCAS, SEGÚN CORRESPONDA.</b>			
<b>Línea de producto y marca</b>	<b>Porcentaje de inventario</b>	<b>Línea de producto y marca</b>	<b>Porcentaje de inventario</b>
<b>COLORIMETRIA</b>		<b>MAQUILLAJE</b>	
KUUL	Eficiencia del 9%	BISSU	Eficiencia del 6%
HIDRACOLOR	Eficiencia del 8%	ITALIA	Eficiencia del 6%
BIDIIP	Eficiencia del 5%	ADARA	Eficiencia del 4%
ANVEN	Eficiencia del 5%	ARI	Eficiencia del 5%
NUTRAPEL	Eficiencia del 6%	PROLUX	Eficiencia del 2%
		GELDEN	Eficiencia del 3%
<b>TOTAL</b>	<b>33%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>26%</b>
<b>Línea de producto y marca</b>	<b>Porcentaje de inventario</b>	<b>Línea de producto y marca</b>	<b>Porcentaje de inventario</b>
<b>MAQUINARIA</b>		<b>CERAS EPILATORIOS</b>	
WAHL	Eficiencia del 5%	PASSINI	Eficiencia del 7%
		CARGOLET	Eficiencia del 3%
<b>TOTAL</b>	<b>5%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>10%</b>



Línea de producto y marca	Porcentaje de inventario	Eficiencia del: <b>100% en productos de belleza para cubrir las necesidades de los clientes.</b>
MC NAILS	Eficiencia del 13%	
CITY NAILS	Eficiencia del 7%	
NAIL FACTORY	Eficiencia del 6%	
<b>TOTAL</b>	<b>26%</b>	



Según los resultados que arrojó la gráfica anterior indica que los habitantes y visitantes del Municipio de San Francisco de los Romo, consumen el producto en la empresa con mayor eficiencia en la línea o categoría de colorimetría con un 33% de eficiencia ya que es el producto con mayor rendimiento por precio y variedad, por otro lado la categoría de maquillaje y manicure y pedicura cuenta con un 26% de eficiencia cada uno, mientras que para la categoría de maquinaria y cera depilatorias son de bajo rendimiento ya que las personas no lo consumen tanto.

Estos resultados son de beneficio a la empresa artículos de belleza extreme para saber en qué categoría obtienen mayor rendimiento, y que por lo cual a través de los resultados pueda buscar estrategias para poder aumentar el nivel de ventas en las categorías en las que está bajo.

### CONTABILIDAD DE LAS VENTAS DE LA EMPRESA ARTÍCULOS DE BELLEZA EXTREME.

La contabilidad es una rama de la contaduría pública que se encarga de cuantificar, medir y analizar la realidad económica, las operaciones de la empresa Artículos de Belleza EXTREME, con el fin de facilitar el control de la información previamente registrada para saber cada y cuanto se incrementan las ventas dentro de esta empresa.

Para saber cuál es la realidad económica o porcentaje en ventas de la empresa, se realizó un análisis de las ventas por día, semana, mes y año por los cuales son:

Ventas de 4 años en la empresa "Artículos de Belleza EXTREME"					
<b>Ventas del año 2015.</b>					
Mes	Semana de 4				Total de ventas por mes
Enero	\$13,025.00	\$22,139.00	\$18,096.00	\$19,125.00	\$72,385.00
Febrero	\$16,996.00	\$15,895.00	\$17,322.00	\$17,771.00	\$67,984.00
Marzo	\$20,245.00	\$22,674.00	\$21,646.00	\$22,019.00	\$86,584.00
Abril	\$24,021.00	\$27,345.00	\$25,434.00	\$24,936.00	\$101,736.00
Mayo	\$26,411.00	\$24,833.00	\$28,011.00	\$26,390.00	\$105,645.00
Junio	\$24,620.00	\$22,679.00	\$25,761.00	\$29,129.00	\$103,044.00
Julio	\$29,027.00	\$26,398.00	\$28,935.00	\$31,380.00	\$115,740.00
Agosto	\$27,572.00	\$25,004.00	\$23,945.00	\$23,498.00	\$100,019.00
Septiembre	\$22,941.00	\$22,277.00	\$20,339.00	\$23,551.00	\$89,108.00
Octubre	\$17,695.00	\$19,204.00	\$18,911.00	\$14,972.00	\$70,782.00
Noviembre	\$27,917.00	\$30,274.00	\$28,209.00	\$34,698.00	\$121,098.00
Diciembre	\$37,349.00	\$36,124.00	\$43,169.00	\$40,037.00	\$156,679.00
<b>TOTAL DE VENTAS POR AÑO. \$1,190,822.00</b>					
<b>Ventas del año 2016.</b>					
Mes	Semana de 4				Total de ventas por mes
Enero	\$17,964.00	\$18,649.00	\$18,671.00	\$18,427.00	\$73,711.00
Febrero	\$18,020.00	\$17,673.00	\$15,736.00	\$19,265.00	\$70,694.00
Marzo	\$22,201.00	\$21,316.00	\$22,170.00	\$22,994.00	\$88,681.00
Abril	\$26,504.00	\$27,584.00	\$28,033.00	\$30,012.00	\$112,133.00
Mayo	\$27,037.00	\$24,316.00	\$26,548.00	\$28,291.00	\$106,192.00
Junio	\$30,540.00	\$31,579.00	\$30,549.00	\$33,648.00	\$126,316.00
Julio	\$31,589.00	\$36,077.00	\$37,994.00	\$38,649.00	\$144,309.00
Agosto	\$30,811.00	\$26,011.00	\$27,930.00	\$26,971.00	\$111,723.00
Septiembre	\$24,005.00	\$25,012.00	\$27,641.00	\$23,393.00	\$100,051.00
Octubre	\$23,420.00	\$25,517.00	\$24,097.00	\$25,036.00	\$98,070.00
Noviembre	\$36,904.00	\$39,097.00	\$42,497.00	\$51,493.00	\$169,991.00
Diciembre	\$42,503.00	\$68,642.00	\$48,092.00	\$33,078.00	\$192,315.00
<b>TOTAL DE VENTAS POR AÑO. \$1,394,186.00</b>					
<b>Ventas del año 2017.</b>					
Mes	Semana de 4				Total de ventas por mes

Enero	\$20,918.00	\$24,316.00	\$23,137.00	\$24,178.00	\$92,549.00
Febrero	\$22,316.00	\$19,649.00	\$18,296.00	\$12,923.00	\$73,184.00
Marzo	\$19,120.00	\$20,667.00	\$22,336.00	\$27,223.00	\$89,346.00
Abril	\$25,344.00	\$26,465.00	\$25,709.00	\$28,342.00	\$105,860.00
Mayo	\$26,837.00	\$26,997.00	\$25,515.00	\$28,642.00	\$107,991.00
Junio	\$28,319.00	\$27,349.00	\$26,314.00	\$27,264.00	\$109,246.00
Julio	\$28,344.00	\$28,656.00	\$29,488.00	\$31,465.00	\$117,953.00
Agosto	\$30,348.00	\$29,668.00	\$27,561.00	\$22,669.00	\$110,246.00
Septiembre	\$22,649.00	\$22,493.00	\$20,002.00	\$24,402.00	\$89,546.00
Octubre	\$20,645.00	\$19,300.00	\$17,692.00	\$13,134.00	\$70,771.00
Noviembre	\$29,354.00	\$28,546.00	\$33,348.00	\$37,053.00	\$128,301.00
Diciembre	\$39,349.00	\$44,349.00	\$45,117.00	\$43,656.00	\$172,471.00

TOTAL DE VENTAS POR AÑO. **\$1,267,464.00**

*Ventas del año 2018.*

Mes	Semana de 4				Total de ventas por mes
Enero	\$17,346.00	\$19,346.00	\$18,549.00	\$18,957.00	\$74,198.00
Febrero	\$18,320.00	\$18,311.00	\$17,477.00	\$15,800.00	\$69,908.00
Marzo	\$20,349.00	\$21,200.00	\$19,587.00	\$23,180.00	\$84,316.00

TOTAL DE VENTAS. **\$228,422.00**



La información de ventas de la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” se

### INFORME DE VENTAS.

Empresa “Artículos de Belleza EXTREME”.

Con el presente, le comunico las ventas de los últimos cuatro años “2015, 2016, 2017 y 2018, en los cuales las ventas se encuentran en variación, ya que son por la falta de publicidad, precios, variabilidad en productos, entre otros.

Durante estos cuatro años, el año en donde se obtuvieron mejores rendimientos en ventas fue en el 2016, donde se puede definir que se obtuvieron buenos resultados tanto en clientes como en el producto, ya que se llegó a su totalidad de productos vendidos según los análisis de la dueña del lugar, al dar entrada a cierta parte de mercancía a la empresa, calculando la presencia de clientes actuales y potenciales.

Se obtuvieron varias piezas en sus totalidad sobre las 5 líneas de marcas que manejan de las cuales se han vendido la mayoría de piezas, llegando casi a su totalidad.

Para poder vender el artículo se le determina su precio, así como entregar al cliente comprobante de sus compras mediante un ticket en donde especifica empresa, fecha, productos y sus totales.

En el año 2017 hubo alguna recomendación de una clienta sobre la publicidad en el producto ya que comento en que, sería necesario saber que producto están adquiriendo primeramente por seguridad y en segundo para poder satisfacer sus necesidades.

Se analizó a través de los años 2015, 2016, 2017, y 2018, para saber en qué meses es donde están bajas las ventas y por qué situación es el bajo rendimiento. Como se puede observar en la siguiente grafica el año en que la empresa obtuvo un mejor incremento de ventas del \$1, 394,186.00 en el año 2016, ya que para la empresa le es necesario implementar algunas estrategias para poder tener un mejor incremento, ya que si visualizamos en el año 2017 fue más bajo, es por eso que la presencia de este análisis para la dueña del negocio es considerado para poder implementar nuevas ideas dentro y fuera de su empresa.

### INFORME SOBRE LAS VENTAS.

Sobre los contratos que ha tenido esta empresa Artículos de Belleza EXTREME, han sido considerados para el periodo en el que ha estado trabajando en la comunidad de San Francisco de los Romo, los cuales fueron 4 personas las cuales colaboraron en esta empresa para poder superarse y aprender de ello, cada una de las trabajadoras duro alrededor de 3 años o más dentro de esta empresa por lo cual algunas de ellas al ir aprendiendo de esta empresa, se desempeñan hoy en día en un negocio individual en el que pudieron aportar ideas y que hagan crecer su negocio.

La empresa artículos de belleza EXTREME, agradece a cada una de las personas que han correspondido a este trabajo ya que durante el periodo en el que se desempeñaron hicieron de esta empresa un entorno digno y servicial para que pudiera crecer paso a paso, según las ideas que integran o bien implementar estrategias que atraigan más a las personas de esta comunidad.

## **2. Observación directa.**

RECOGIDA DE DATOS DEL LOCAL: El lugar en donde está ubicada esta empresa de artículos de belleza es para satisfacer las necesidades de las personas de San Francisco de los Romo, se encuentra en un lugar en donde se encuentra habituado la mayor parte del día y sobre todo todos los días, ya que es una zona muy transitada por instituciones educativas, paso de tránsito público, iglesias, puente, etc. Este lugar ha beneficiado a la empresa para que sus alrededores la conozcan y acudan a ella, para poder adquirir los productos que necesiten.

El lugar se encuentra en la avenida Revolución con numero #224 es un local céntrico. La dueña de esta empresa renta el lugar a un precio accesible para poder cubrir todos los gastos que se obtienen en la empresa tanto interno como externo todo esto con la finalidad de brindarles a las personas un sitio favorable y que este adecuado para que se sientan seguros al comprar.

OBSERVACIÓN DE LOS CLIENTES: Los clientes o las personas que viven en la comunidad de San Francisco de los Romo, son personas en las cuales principalmente a las mujeres entre 15 a 50 años de edad que les gusta verse y sentirse bien, por lo cual buscan la calidad de los productos de belleza para poder cubrir sus necesidades, también buscan accesibles precios para poder adquirirlos pues ya que la mayor de la población cuenta con un nivel económico medio y medio alto, por eso es bueno buscar estrategias en donde se pueda cubrir ciertas cosas como por ejemplo el precio y calidad del producto.



### 3. Entrevistas y encuestas.

**Entrevista.** La encuesta se utilizara para recopilar datos de fuentes primarias; es decir de las personas de la comunidad de San Francisco de los Romo principalmente en segundo a las personas que visitan, con la finalidad de obtener datos, procesarlos y disponer de la información necesaria para identificar la posición dentro del mercado y poder generar estrategias que proyecten a la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” hacia el posicionamiento en el mercado.

**Muestra.** La población seleccionada para el presente estudio son las personas de la comunidad de San Francisco de los Romo ya que son los clientes actuales principalmente en esta empresa, también a través de la muestra se analizará los centros de belleza o de estudio y con ello saber con qué frecuencia acuden a la empresa, por lo que esta muestra determinará el nivel de confianza que tiene la empresa.

En este caso se hará la determinación del tamaño de la muestra la misma que para nuestro estudio es definido con un 95% de nivel de confianza, 10% de margen de error y 90% de probabilidad de uso y consumo.

### **DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.**

Para sacar la muestra que determinará el número de encuestas a realizar, se desea evaluar a través de una fórmula predeterminada, así como también la población del Municipio de San Francisco de los Romo es de 13,262 habitantes siendo mujeres aproximadamente; por lo cual este resultado evidenciará el número de encuestas que se debe hacer para poder tener un resultado preciso.

Fórmula para el cálculo de la muestra:

$$N = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$
$$N = \frac{13,262 \times 1.645^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2 \times (13,262 - 1) + 1.645^2 \times 0.05 \times 0.95}$$
$$N = 141$$

El total de encuestas a aplicarse son 141 las cuales se aplicarán de acuerdo a lo planificado.

### **Objetivo de la encuesta.**

Identificar el grado de posicionamiento que tienen los clientes actuales y potenciales sobre los productos de belleza, llevando de la mano la identificación de la publicidad, el servicio, los precios, la variabilidad en productos entre otros en esta empresa EXTREME.

### **DISEÑO DEL CUESTIONARIO.**

### **ENCUESTA.**

“Empresa (**Artículos de Belleza EXTREME**)”

Marcar con una **X** según corresponda.

La encuesta se les realizara a nuestros clientes, con la finalidad de saber cuáles son los gustos y preferencias, de lo cual poder mejorar y brindarles un mejor servicio del producto.

Nombre del encuestador: \_\_\_\_\_

Nombre \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ cliente:

1. **¿Vives es el Municipio de San Francisco de los Romo?**  
 SI  
 NO
2. **¿Utilizas productos de belleza?**  
 SI  
 NO
3. **¿Cómo has encontrado o conocido la tienda EXTREME?**  
 FAMILIAR Y AMIGOS  
 VIVE CERCA
4. **¿Qué parte de tu cuerpo te cuidas más?**  
 ROSTRO  
 CABELLO  
 BRAZOS Y PIERNAS  
 MANICURE Y PEDICURE  
 TODAS
5. **¿Qué es lo que buscas primero en un producto de belleza?**  
 CALIDAD  
 PRECIO  
 MARCA  
 TODOS
6. **En tu decisión de compra; ¿Cuánto influye la publicidad?**  
 NADA  
 MUY POCO  
 BASTANTE
7. **¿Cuánto producto de belleza utilizas habitualmente?**  
 UNO  
 DE DOS A CUATRO  
 DE TRES A CINCO  
 MÁS DE CINCO
8. **¿Con que frecuencia compras productos de belleza?**  
 SEMANAL  
 QUINCENAL  
 MENSUAL  
 TRIMESTRAL
9. **¿Qué día es cuando compras frecuentemente?**  
 MIÉRCOLES.  
 VIERNES.  
 SÁBADO.
10. **¿Dónde compras los productos de belleza?**

- ( ) CATÁLOGOS
- ( ) SUPERMERCADOS
- ( ) ARTÍCULOS DE BELLEZA  
EXTREME

11. ¿Por qué? Especifique:

12. ¿Te gustaría tener una  
asesoría para saber aplicar  
el producto que consumes?

- ( ) SI
- ( ) NO

13. ¿Por qué has decidido  
comprar en la tienda  
EXTREME?

- ( ) PRECIO ACCESIBLE
- ( ) BUEN SERVICIO
- ( ) INFORMACIÓN SOBRE EL  
PRODUCTO

14. ¿Estarías dispuesta a probar  
una nueva marca?

- ( ) SI
- ( ) NO

15. ¿El producto que consumes  
satisface tus necesidades?

- ( ) SI
- ( ) NO

16. ¿Qué te gustaría que hubiera  
en la empresa, para tu mayor  
satisfacción?

- ( ) APLICACIÓN DEL  
PRODUCTO
- ( ) CURSOS DE APLICACIÓN
- ( ) ENTREGA A DOMICILIO
- ( ) TODOS

17. ¿Qué es lo que no te gusta  
de la empresa, para  
mejorarlo y darte un mejor  
servicio?

18. ¿Cómo prefieres ponerte en  
contacto con la tienda  
Artículos de Belleza  
EXTREME?

- ( ) TELÉFONO DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE
- ( ) REDES SOCIALES
- ( ) PAGINAS WEB
- ( ) TODAS

***GRACIAS***  
***POR SU COLABORACIÓN.***

**PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.**

Estas encuestas se realizaron de manera personal a los clientes actuales y potenciales los que fueron seleccionados aleatoriamente.

**ANÁLISIS DE DATOS.**

Los resultados de estas encuestas arrojaron que las 141 personas que se encuestaron fueron aprobadas y que los resultados todos fueron respondidos según sus necesidades.

A continuación se presentan los resultados en forma radical para saber cuáles son las ventajas y desventajas de la empresa “artículos de belleza EXTREME” y con ello buscar nuevas estrategias y considerar una mejora a esta empresa.

Tabla N°

Pregunta N° 1

**¿Vives en el Municipio de San Francisco de los Romo?**

Respuestas.	Numero de respuestas	Porcentaje
Si	86	60.99 %
No	55	39.01%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



De acuerdo a la información obtenida, se puede evidenciar que el 61% de las encuestas dentro de la equivalencia de los 141 viven en el Municipio de San Francisco de los Romo y un 39 % también dentro de la equivalencia son visitantes y que acuden a comprar sus productos en este municipio. En este nicho la empresa puede enfocarse en los esfuerzos de los clientes al ingresar al mercado.

Tabla N°

Pregunta N° 2

**¿Utiliza productos de belleza?**

Respuestas	Numero de respuestas	Porcentaje
SI	141	100%
NO	0	0%

TOTAL	141	100%
-------	-----	------

Numero de resultados en gráfica.



Se puede evidenciar que el 100% de las personas encuestadas que son las 141 han utilizado los productos de belleza para sentirse y verse mejor, por lo que es un alto porcentaje para tener la mejor eficiencia en estos resultados y tener una mejora a la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” dentro del mercado.

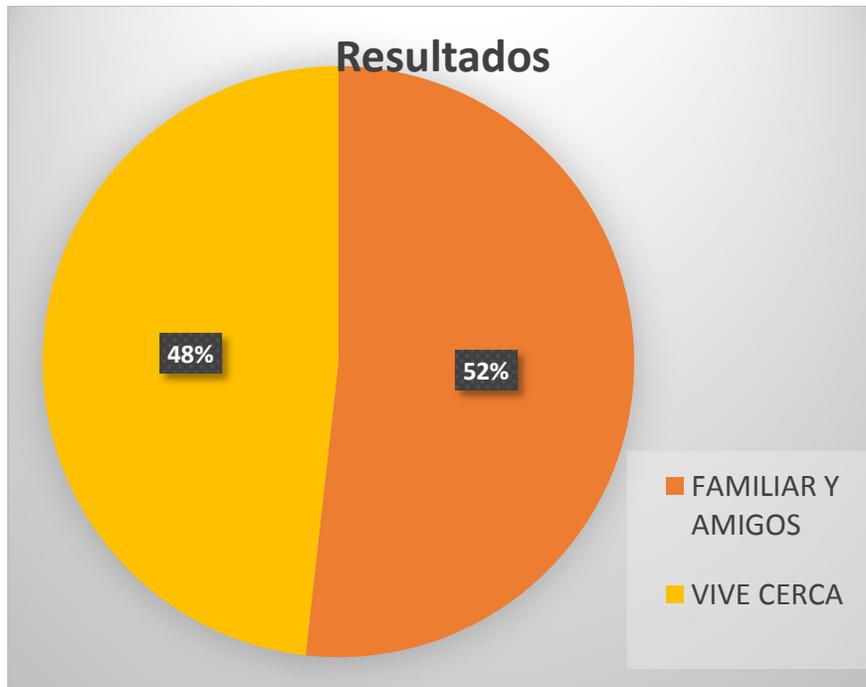
Tabla N°

Pregunta N°3

**¿Cómo has encontrado o conocido la tienda EXTREME?**

Respuestas	Numero de resultados	Porcentaje
FAMILIAR Y AMIGOS	73	51.78%
VIVE CERCA	68	48.22%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Evidenciando los resultados sobre la encuesta se puede verificar que el 51.78% conoce la empresa por los familiares y amigos, el 48.22% sabe de su existencia porque vive cerca y esto se puede ver que son por las personas que viven en el Municipio, la empresa EXTREME debe de enfocarse más a los resultados que los clientes aportan en cuanto como conocieron la empresa, por lo que su gran estrategia pudiera ser las redes tecnológicas para saber y encontrar la empresa "Artículos de Belleza EXTREME".

Tabla N°

Pregunta N°4

**¿Qué parte de tu cuerpo te cuidas más?**

Respuestas	Numero de resultados	Porcentaje
ROSTRO	24	17.03%
CABELLO	14	9.93%
BRAZOS Y PIERNAS	2	1.41%
MANICURE Y PEDICURA	1	0.71%
TODAS	100	70.92%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>2.47% = 100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Los resultados obtenidos en el gráfico se presentan que el 9.93% de las personas utilizan productos para el cabello, mientras que para el rostro es del 17.03%, para brazos y piernas es de 1.41% y para manicure y pedicura es de 0.71%, y el resto de las encuestas del 70.92% indican que se cuidan todas las partes del cuerpo, con estos resultados la empresa EXTREME sabe en cual categoría de productos es su mejor eficiencia en ventas, por lo que a la empresa le toca verificar cuales son las necesidades de los clientes dentro de la categoría de alto porcentaje.

Tabla N°

Pregunta N°5

**¿Qué es lo que buscas primero en un producto de belleza?**

Respuestas	Numero de respuestas	Porcentaje.
CALIDAD	14	9.92%
PRECIO	15	10.64%
MARCA	17	12.05%
TODAS	95	67.39%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>1.41% = 100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Se puede evidenciar que el mayor porcentaje de respuestas sobre la pregunta señala que el las personas que acuden a la empresa EXTREME la prefiere por sus precios accesibles, calidad y marca en todas las líneas de productos que manejan, con un 67.39% de eficiencia, por lo que estos resultados que se arrojaron son de gran ayuda para establecer la eficiencia de la preferencia al comprar.

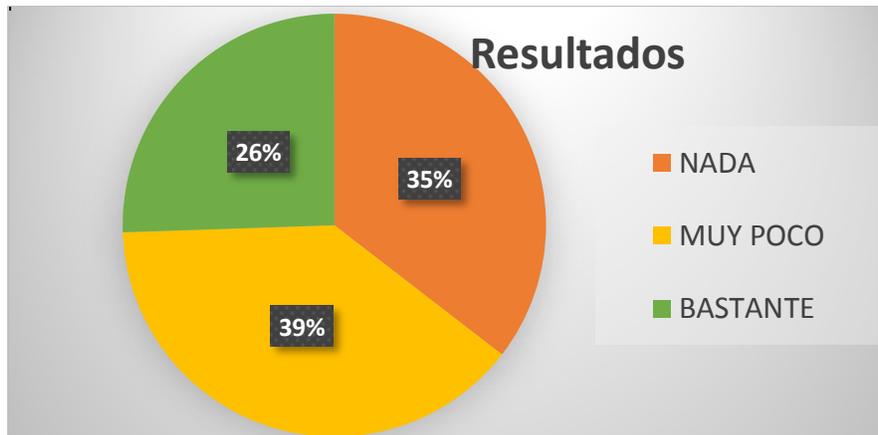
Tabla N

Pregunta N°6

**En tu decisión de compra; ¿Cuánto influye la publicidad?**

Respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
NADA	50	35.46%
MUY POCO	55	39.00%
BASTANTE	36	25.53%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Se puede evidenciar que el porcentaje de la respuesta NADA es del 35.46% según los resultados de los clientes ya que para ellos no, miran alguna publicidad del producto que consumen o buscan, ya que para ellos es de gran ayuda el tener alguna publicidad para saber, para que es, como es, para que sirve, cada y cuando aplicarse, o incluso saber cuáles son los productos nuevos que manejan y poderlos consumir. Por lo que el 25.53% de las personas encuestadas aportaron una buena publicidad pero en cuanto a lo que ellos ven previamente en el producto.

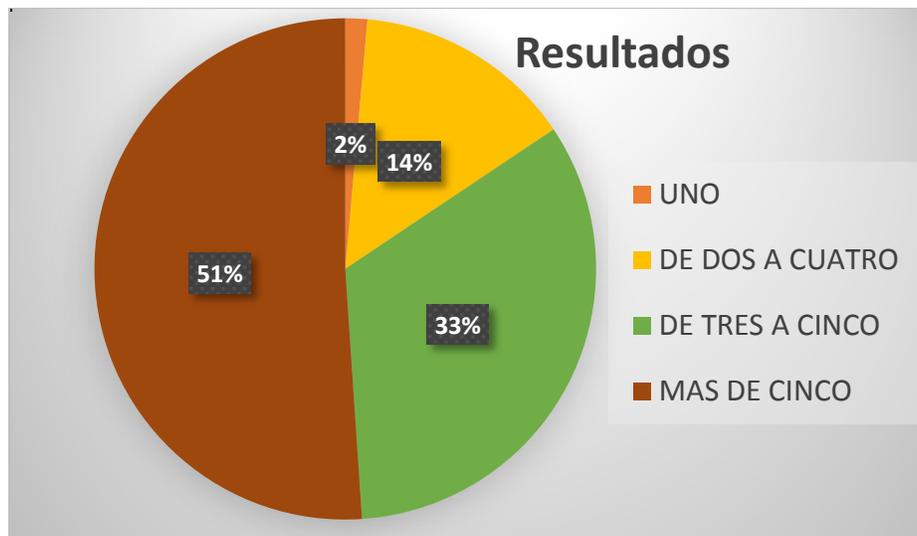
Tabla N°

Pregunta N° 7

**¿Cuánto producto de belleza utilizas habitualmente?**

Respuestas	Numero de respuestas	Porcentaje
UNO	2	1.41%
DE DOS A CUATRO	20	14.18%
DE TRES A CINCO	47	33.33%
MAS DE CINCO	72	51.07%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Se puede analizar que el 33.33% de los clientes consumen de 3 a 5 productos para su beneficio personal, ya que el 14.18% consumen de 2 a 4 y el 51.07% más de 5 productos. Para la empresa es bueno saber cuántos productos consumen cada cliente que se tiene, por lo que es de gran ayuda para implementar nuevas estrategias y aumentar el nivel de ventas y que el mayor beneficio al consumir sea más de 5 productos.

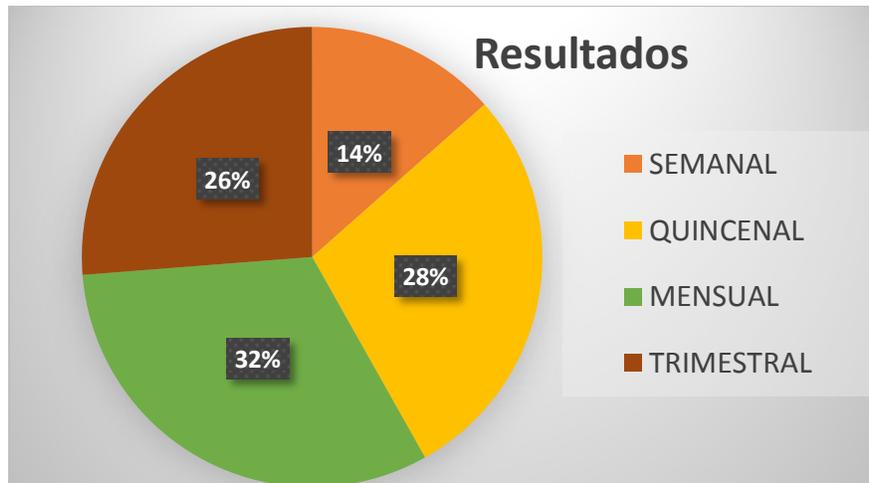
Tabla N°

Pregunta N°8

**¿Con que frecuencia compras productos de belleza?**

Pregunta	Numero de pregunta	Porcentaje
SEMANAL	19	13.47%
QUINCENAL	40	28.36%
MENSUAL	45	31.91%
TRIMESTRAL	37	26.24%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Claramente se puede observar que los clientes consumen más los productos de belleza en quincena con un 28.36% de eficiencia, ya que para ellos es más fácil de consumir, sin embargo el 31.91% de los clientes consumen mensualmente en este espacio es por la manera en que consumen sus productos o incluso en volverse a retocar como por ejemplo la colorimetría. Para la empresa EXTREME es necesaria esta información para saber en qué momento del mes o año tiene grandes cambios en el inventario.

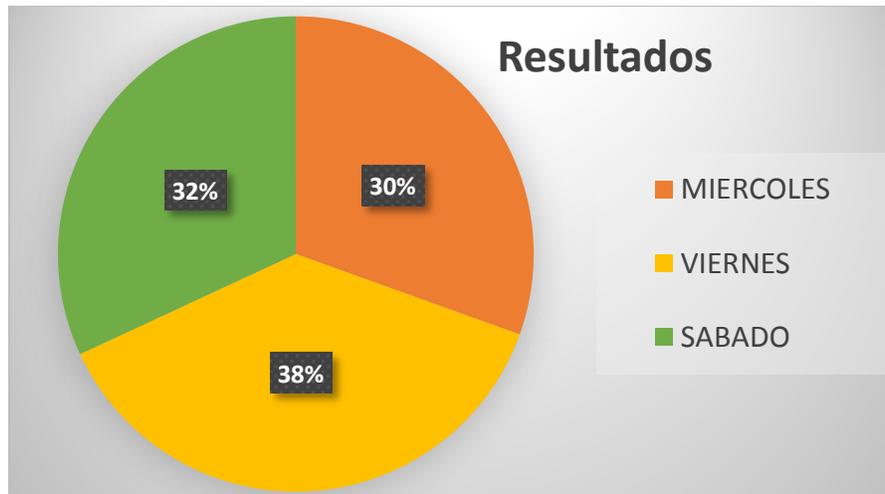
Tabla N°

**Pregunta N°9**

**¿Qué día es cuando compras frecuentemente?**

Respuesta	Numero de respuesta	Porcentaje
MIÉRCOLES	43	30.49%
VIERNES	53	37.58%
SÁBADO	45	31.91%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Una vez que se obtuvo los resultados se puede evidenciar que el 31.91% de las 141 personas entrevistadas compran sus productos en el día sábado, el 37.58% en día viernes y el 30.49% en día miércoles, según las posibilidades que tiene cada persona al comprar indican estos resultados ya que para algunas es mejor en fin de semana. Según la empresa artículos de belleza, le favorece estos resultados para saber en qué días hay mejor incremento de ventas y a su vez implementar estrategias que atraigan más a los clientes.

Tabla N°

Pregunta N°10

**¿Dónde compras los productos de belleza?**

Resultados	Numero de resultados	Porcentaje
CATALOGOS	0	0%
SUPERMERCADOS	0	0%
ARTICULOS DE BELLEZA EXTREME	141	100%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Se puede evidenciar que el 100% de las 141 personas encuestadas en el municipio de san francisco de los romo, tanto clientes actuales como potenciales, consumen sus productos en la empresa EXTREME, por lo que para la empresa es de gran beneficio para tener un mejor rendimiento y saber que los clientes lo visitan frecuentemente.

#### Pregunta N°11

#### **¿Por qué especifique?**

Con respecto a esta pregunta es secuencia de la pregunta 10 pues fue de opción abierta, para saber por qué deciden comprar en la empresa Artículos de Belleza EXTREME, por lo que respondieron de la siguiente manera:

- Vive cerca de la empresa.
- Buenos precios.
- Recomendación.
- Preferencias por productos o precios.
- Buen servicio.
- Otros.

Pues ya que para la empresa EXTREME se le beneficia saber cuál es la opinión personal de cada cliente.

Respuestas	Numero de respuestas	Porcentaje
VIVE CERCA DE LA EMPRESA	26	18.45%
BUENOS PRECIOS	15	10.63%
RECOMENDACIÓN	29	20.56%
VARIEDAD POR EL	26	18.45%

PRODUCTO		
BUEN SERVICIO	15	10.63%
OTROS	30	21.27%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Tabla N°

Pregunta N°12

**¿Te gustaría tener una asesoría para saber aplicar el producto que consumes?**

Respuestas	Numero de respuestas	Porcentaje
SI	135	95.74%
NO	6	4.25%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Se puede observar en estos resultados de las encuestas que la mayor parte de los clientes que es el 95.74% de 141 personas encuestadas necesita una asesoría para poder consumir el producto con confianza, ya que para la empresa es de gran beneficio dar una asesoría según sus ventas por año, esto aplica tener un mejor rendimiento de clientes, y que a su vez lo satisfaga.

Tabla N°

Pregunta N°13

**¿Por qué a decidido comprar en la tienda EXTREME?**

Respuesta	Numero de respuesta	Porcentaje
PRECIO ACCESIBLE	60	42.55%
BUEN SERVICIO	72	51.06%
INFORMACION SOBRE EL PRODUCTO	9	6.38%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Según los resultados arrojados de esta pregunta indica que los clientes que viven o son visitantes del Municipio San Francisco de los Romo, acuden a la empresa EXTREME por los grandes precios accesibles y el servicio que brindan, ya que para ellos es de gran ayuda consumir de esta forma.

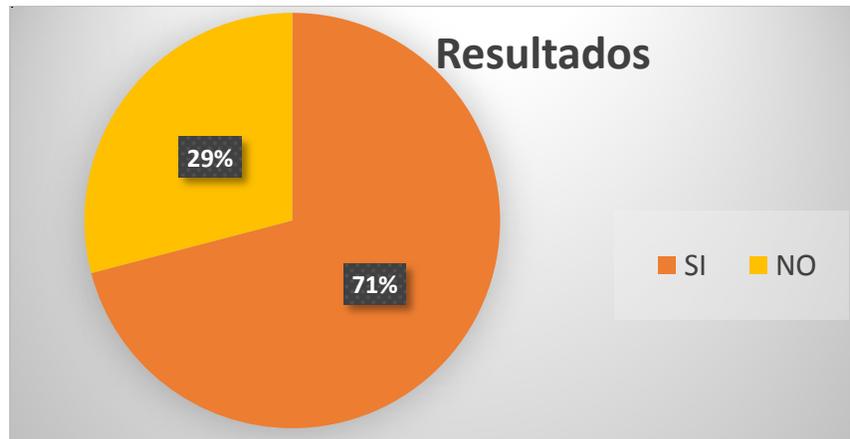
Tabla N°

Pregunta N°14

**¿Estarías dispuesta a probar una nueva marca?**

Respuesta	Numero de respuesta	Porcentaje
SI	100	70.92%
NO	41	29.07%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Analizando los resultados, indica que la mayor parte de los clientes encuestados estaría dispuesta a probar una nueva marca ya que a favor es el 70.92%, mientras que para 29.07% de personas no quieren probar una nueva marca. Para la empresa es de gran beneficio saber este resultado de sus clientes actuales, pues ya que la mayor parte le gustaría probar varias líneas de productos nuevas, pues para la dueña de esta empresa sería algo con gran ventaja atraer a clientes con un producto nuevo.

Tabla N°

Pregunta N°15

**¿El producto que consumes satisface tus necesidades?**

Respuesta	Numero de respuesta	Porcentaje
SI	140	99.29%
NO	1	0.70%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en grafica



Los resultados de esta pregunta fueron beneficiosos para la empresa pues ya que el 99.29% de las personas encuestadas respondieron que el producto que consumen en la empresa EXTREME si satisface sus necesidades.

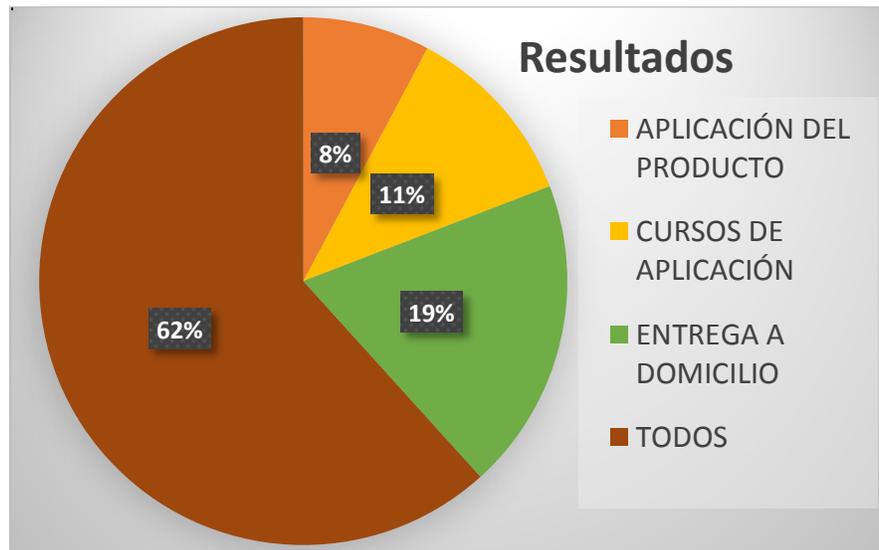
Tabla N°

Pregunta N°16

**¿Qué te gustaría que hubiera en la empresa, para tu mayor satisfacción?**

Respuesta	Numero de respuesta	Porcentaje
APLICACIÓN DEL PRODUCTO	11	7.80%
CURSOS DE APLICACIÓN	16	11.34%
ENTREGA A DOMICILIO	27	19.14%
TODOS	87	61.70%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Los resultados de esta pregunta arrojaron que la mayor parte de los encuestados con un 61.70% de eficiencia quieren que la empresa ofrezca la aplicación del producto, cursos y entregas a domicilio, pues ya que la mayor parte de estas respuestas fueron de visitantes de comunidades, pues ya que les gustaría aprender y que a su vez poder comprar el producto en la empresa.

Tabla N°

Pregunta N°17

### ¿Qué es lo que no te gusta de la empresa, para mejorarlo y darte un mejor servicio?

Esta pregunta se ha obtenido una infinidad de respuestas pues ya que fue de respuesta abierta, pero en cuanto a las respuestas a la dueña de la empresa ha tomado conciencia, de las grandes desventajas que hoy en día tiene su empresa, por lo que se basara en este análisis para poder implementar nuevas estrategias y cambiar algunas de las variables que le afectan a su empresa.

Respuesta	Numero de respuesta	Porcentaje
PUBLICIDAD	9	6.38%
TODO ESTA BIEN	40	28.36%
ESPACIO PARA BUSCAR EL PRODUCTO	11	7.80%
ORGANIZACIÓN EN EL PRODUCTO	18	12.77%
IMAGEN DENTRO Y FUERA DE LA EMPRESA	15	10.63%
MOBILIARIO	13	9.21%
OTROS	35	24.84%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Tabla N°

Pregunta N°18

**¿Cómo prefieres ponerte en contacto con la tienda Artículos de Belleza EXTREME?**

Respuesta	Numero de respuesta	Porcentaje
TELEFONO DE ATENCION AL CLIENTE	31	21.98%
REDES SOCIALES	29	20.56%
PAGINA WEB	5	3.54%
TODAS	76	53.90%
<b>TOTALES</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>

Numero de resultados en gráfica.



Para que la empresa obtenga mejor eficiencia tanto en clientes como en un incremento de ventas es necesario analizar muy bien esta pregunta, pues ya que los cliente desean saber de la empresa por redes sociales, páginas web, e incluso en teléfono de atención al cliente, para poder saber sus productos, publicidad, o bien para preguntar alguna duda de algún producto. Es por eso que la empresa debe implementar una estrategia para que sus clientes no solo la conozcan en su lugar fijo, sino también por alguna página, y con ello tener un mejor rendimiento.

**4. Analizar la competencia.**

Cuando se habla de analizar la competencia ya se sabe que se trata de buscar la empresa que se encuentre dentro del mercado con variables fuertes para competir, en el que se desea entrar y analizar su forma de trabajo, de captar

clientes y de conseguir ingresos, por lo cual la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” se dedicara hacer un análisis de su competencia, se encuentra ubicada en la misma zona a 9 locales que EXTREME, en Av. Revolución #244 San Francisco de los Romo, Aguascalientes.

Esta empresa se dedica a la venta de productos de belleza para las personas de San Francisco de los Romo, tiene 3 años trabajando ya en este lugar por lo que a la empresa EXTREME, le es necesario saber cuál es su forma de trabajar, sus entradas y salidas de mercancías entre otras, pues ya que maneja el mismo producto que la empresa EXTREME.

Es por eso que a continuación se presentara un análisis de la competencia a través de una benchmarking para entender con profundidad la parte en que puede ser ventajoso o desventajosa esta competencia.

El Benchmarking Competitivo lo han practicado las empresas sin saber que lo que estaban realizando este tipo de benchmarking. La competencia es el punto de referencia más próximo y que más nos afecta en el momento de la venta. No se trata sólo de saber quién es mejor, quién lo hace mejor, sino de aprender de él para poder hacerlo igual y si es posible mejor.

### **1. Identificar qué proceso, área o producto queremos mejorar en nuestra organización.**

Se desea identificar el incremento de ventas de la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” llevando de la mano el incremento de clientes, calidad en el que se está brindando así como la variedad, publicidad y promociones que puede ofrecer la empresa.

### **2. Identificar las organizaciones que posean las mejores prácticas y ver si efectivamente la comparación pudiera servir.**

Se identifica una empresa llamada BEI colorí cosmetics con el mismo giro de negocio que EXTREME, ya que su misión principalmente es satisfacer las necesidades de las personas de San Francisco de los Romo, Aguascalientes. Por lo que esta empresa se encuentra ubicada en la Av. Revolución #244 San Francisco de los Romo, su línea principal de productos es el maquillaje, y tratamientos capilares para las mujeres.

### **3. Definir qué indicadores voy a medir.**

- Proveedores.
- Número de clientes.
- Productos.
- Precio.

- Promociones.
- Publicidad.

**4. Definir el método para recopilar datos.**

Para analizar con profundidad y obtener un resultado rápido y entendible se pretende que sea a través de un cuadro comparativo con la ayuda de la metodología benchmarking, para saber cuáles son sus variables más fuertes de la competencia.

**5. Analizar la discrepancia de lo medido con mi desempeño actual.**

<b>BENCHMARKING.</b>		
<b>Variables competitivas.</b>	<b>“Artículos de Belleza EXTREME”</b>	<b>“BEI” colorí cosmetics</b>
Proveedores.	La empresa extreme cuenta con una variabilidad de proveedores de distintas partes, principalmente de México y Guadalajara, lo que ha esta empresa le es de gran ventaja tener la entrada de mercancía a través de los proveedores por la accesibilidad en tiempos y entregas.	La empresa BEI, no cuenta con proveedores a domicilio, ya que para ellos es de gran ventaja acudir a los centro de productos en Guadalajara, y es donde compran el producto para poderlo revender en el Municipio SFR.
Número de clientes.	Cuenta con una numeración de clientes favorables, por lo que le favorece en la zona en la que se encuentra ubicada, pues ya que también cuenta con clientes de otros lugares, y esto le beneficia a la empresa extreme, contar con una cartera de clientes grande, para poder aumentar sus ventas.	Esta empresa cuenta con una cartera de clientes buena ya que su posicionamiento en el que está ubicado le ha sido de gran ayuda para poder aumentar sus clientes, pues ya que con forme lo visitan lo van recomendando.
Productos.	La empresa cuenta con una variabilidad de productos para las personas y visitantes del Municipio, tomando siempre en cuenta cuales son de mejor calidad, marca y precio; y con ello poder cubrir las necesidades de los clientes.	La empresa BEI, cuenta con poca variabilidad de productos.

Precio.	Cuenta con precios accesibles para los clientes.	Cuenta con precios muy accesibles, ya que maneja rebajas en la cantidad de productos que consumen, por lo que ha esta empresa es de gran ventaja tener esta alternativa, y así poder ganar y obtener más ventas.
Promociones.	Para la empresa extreme es difícil hacer alguna promoción, ofertas u otra cosa que se le parezca, pues ya que para ello la empresa cuenta con precios accesibles y para ello sería como perder ganancia. Por lo que genera solo una promoción en el mes de diciembre.	Cuenta con promociones de distintas formas como por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> <li>- En la compra de 3 tintes un tratamiento gratis.</li> <li>- Al comprar una cantidad \$ voluminosa, se le da de regalo una bolsa de mano.</li> </ul> Estos son algunas de las promociones más comunes que la empresa acostumbra hacer.
Publicidad.	Tanto como interna como externa esta empresa no cuenta con toda la publicidad necesaria, para poder atraer a los clientes y que conozcan del producto que se les brinda. Ya sea por: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anuncios.</li> <li>- Propagandas.</li> <li>- Folletos.</li> <li>- Medios de comunicación: Tv, Google, Facebook, Twitter, Correo, etc</li> </ul>	La publicidad para esta empresa ha sido de gran ventaja, pues en el poco tiempo que tienen han sido visitados bastante, ya que para ellos la publicidad es de gran ayuda, ellos cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Página web.</li> <li>- Folletos y carteles.</li> <li>- Bocinas con la propaganda.</li> </ul>
Horarios.	Cuenta con horarios establecidos para la comodidad de las personas, su horario es de 10:00 a.m. a 8:00 p.m. de Lunes a Sábado, todo esto para que puedan acudir a la empresa sin ningún problema en cuanto a los horarios.	Esta empresa cuenta con horarios establecidos los cuales son de 11:00 a.m. a 10:00 p.m. de Lunes a Viernes, cuentan con servicio el domingo de 11:00 a.m. a 4:00 p.m. todo esto para la comodidad de las personas.
Personal.	- La empresa extreme cuenta con 2 personas para atender la empresa, contando también su horario de	Cuenta con 1 persona para el servicio de la empresa, así también se le da 2 horas de comida, en cuanto a este

	comida en donde se rolan según sus horarios.	plazo en donde sale la trabajadora, la suplanta la dueña del lugar.
Servicio a domicilio.	- No cuenta con servicio a domicilio.	- No cuenta con servicio a domicilio.

**6. Proponer los niveles de desempeño futuro de acuerdo a la comparativa, a las posibilidades y a los agregados de valor.**

Según el análisis que se arrojó en el recuadro anterior basándose en la nomenclatura de benchmarking, se puede destacar variables para la empresa “Artículos de Belleza EXTREME”, verificando en que parte le está faltando algo para poder aumentar las ventas y obtener el nivel de porcentaje deseado. Se pretende arrojar varias posibilidades para alcanzar algo de esto, tomando siempre en cuenta en buscar nuevas ideas para llevar a cabo métodos, prácticas y procesos de adaptación de las características positivas, con el fin de obtener lo mejor de lo mejor, sin embargo también teniendo siempre en cuenta que aportar ideas no es copiar e implementar, sino que, se trata de verificar las variables buenas de la competencia y hacerlas diferente para ser mejor que la competencia.

- Tener servicio el domingo de 10:00 a.m. a 4:00 p.m.
- Implementar nuevas ideas de publicidad principalmente en: Carteles y Páginas web
- Contar con servicio a domicilio, esto sería de gran beneficio para los clientes que no viven cerca de la empresa extreme.
- Hacer promociones según a los clientes más frecuentes, total de compra, y según la temporada en la que este un poco bajo las ventas.

**7. Fijar las metas y tiempos de integración de la nueva práctica.**

Para poder determinar el periodo en que se podrán impenetrar dichas variables, seria en el mes de agosto, todo esto para determinar el presupuesto necesario que se obtiene de este año y poder concluir con esta meta.

**8. Ejecutar la integración. Es importante señalar que las nuevas prácticas deben ser implantadas dentro de la estructura funcional existente y no convertir todo en una pesadilla de reingeniería corporativa.**

El benchmarking acabado de analizar debe de ponerse en función existente, por la dueña de la empresa.

**9. Medir los resultados.**

Se medirán los resultados según como se vayan implementando y según su calidad y eficiencia para el rendimiento de ventas de la empresa EXTREME.

#### **10. Fijar la periodicidad con la que se realizará el análisis de mejores prácticas, ya que es un proceso de mejora continua.**

Es indefinido saber en qué periodo será terminado estas variables de mejora, pues ya que van de paso en paso para no hacer algún error, y que al contrario, se pueda incrementar ventas, lo único que se puede determinar es que a partir del mes de agosto se pretende poner en marcha este análisis de benchmarking.

#### **5. Define tu target o cliente objetivo.**

Para identificar el cliente objetivo o target mejor mencionado, para esta empresa, es necesario identificarlo por paso, primeramente se necesita de identificar nuestro cliente primordial al que estamos dando el servicio frecuentemente, es por eso que es necesario identificar **quienes son, como son, de donde son**, para ello se desea analizarlo a través de una guía para identificar al cliente.

Como objetivo tenemos: Saber a quién vas a vender es elegir el camino necesario del cual saldrán todas las demás acciones: diseño de imagen corporativa, estrategia de contenidos, elección y tono del ecosistema social, en definitiva, la estrategia de marketing de una compañía, incluyendo el aumento de las ventas.

Variables sociales: Franja de edad al que nos dirigimos, sexo (hombres, mujeres, ambos), estado civil, estilo de vida. Cómo consumen, por qué medios, profesión, idiosincrasia, idioma.

Se determinara el porcentaje de las edades de las personas que acuden a la empresa, con un análisis riguroso, en donde se percate a simple vista aproximadamente su edad, así contemplaremos un numero de edad y tendremos como evidencia a que edades de las personas se enfoca más esta empresa de productos de belleza.

Teniendo como referencia las edades de:

- 18-30 AÑOS.
- 30-35 AÑOS.
- 35-50 AÑOS.

Se puede mencionar que las personas que acuden a la empresa “artículos de belleza EXTREME” son en la edad de 18-50, por lo que entran las tres variables, esto para la empresa es beneficioso, pues ya que no solo brinda servicio a jóvenes, si no adolescentes y personas B.

Para saber cuál sexo es el que acude más a la compra de productos, es el de mujer, pues es la más vanidosa se podría decir, teniendo un porcentaje del 95%, en seguida teniendo como el 5% serían los hombres, dejando a lado las preferencias personales.

Las personas o más bien dicho los clientes de la empresa extreme, son gente con un alto atributo en lucir bien, pues les gusta sentirse plenos de su apariencia. Los principales clientes viven en el Municipio de San Francisco de los Romo, Aguascalientes.

Variables socioeconómicas: Sector social al que apuntas (lujo, primera necesidad, consumo masivo). ¿Quién puede comprarlos? ¿Es un producto aspiraciones?

Según el análisis se percata que los clientes, o personas del municipio de san francisco de los romo, acuden a la empresa EXTREME, principalmente por el gran beneficio que tiene en la variedad de productos, llevando de la mano los precios accesibles que cuenta. Sin embargo para las personas del municipio es de gran ventaja consumir productos de belleza económica, pues ya que son de familias con varios integrantes y pues lo que buscan es que ajusten para todos pero que a su vez consuman un producto en buen estado.

Este perfil es lo que diferencia a la empresa extreme de otros competidores, pues ya que no solamente ve por la empresa en el rendimiento, si no también se acomoda a las disposiciones que tienen sus clientes al comprar.

Variables geográficos-históricos: Dónde viven, zona preferencial de consumo, condiciones geográficas particulares. ¿Hay algo en la historia del usuario que necesitemos saber?

El punto geológico en donde consumen los productos de belleza, es en la Avenida Revolución #224, San José de Buenavista, San Francisco de los Romo, Aguascalientes; es un lugar bueno para emprender un negocio y ponerlo en marcha para el beneficio principalmente de las personas a las que se les desea vender. La mayoría de los clientes de la empresa, son mismos del municipio de San Francisco de los Romo, tomando en cuenta que son de diferentes colonias, pero aun así, acuden a la empresa por sus productos, sabiendo que se encuentra en un lugar seguro y fácil de encontrar.

Para poder identificar o afirmar más al cliente objetivo o target se hará una encuesta a 10 personas aleatorias durante los días viernes y sábado, sabiendo que son los días en que acuden más personas a la empresa, presentando la encuesta con respeto, para poder identificar más a fondo el análisis y poder afirmar cual es el cliente más actual o frecuente, incluyendo el cliente potencial.

Para tener un resultado más preciso se completara a través de unas preguntas que se le hacen principalmente a la dueña de la empresa, para dar a conocer cuáles son sus resultados y a través de eso saber cuál es su target.

## **ENTREVISTA.**

**¿Quién es la que autoriza dentro de la empresa?** La dueña de la empresa María Sandra Santacruz Nungaray.

**¿Qué necesidades cubre el producto que ofrece?** El producto cubre la necesidad en las personas principalmente en verse bien, en probar varios productos de muy buena calidad, a un precio accesible.

**¿Cuál es el perfil de tu mercado meta y que percepción tienen de tu empresa?** Las personas del Municipio de San Francisco de los Romo, ya han probado los productos que ofrece la empresa extreme, por lo que la mayor parte de las personas que acuden se van satisfechas por el producto que están comprando.

**¿Cuál es su target?** Esta empresa tiene 3 clientes actuales a los que les brinda sus productos, los cuales son: Comprador personal, Estudiante, Negociante.

Comprador personal: Es el que consume el producto para su imagen personal, varía en la cantidad de productos que consumen pues ya que es solo personal, y como vallan necesitando o acostumbrando a consumir.

Estudiante: Son las personas que consumen productos para estudiar en centros de belleza, con el fin de emprender un negocio propio, su compra es media pues ya que varían en los materiales en los que les piden sus profesores.

Negociante: Es la persona que consume productos para hacer trabajos a sus clientes para cubrir sus necesidades personales, en este cliente es alta la cantidad de productos que consumen, pues ya que compran productos de mejor calidad para tener un mejor rendimiento en su negocio.

**¿Son hombres o mujeres los que comprarán el producto?** El 95% son mujeres las que consumen estos productos de belleza, el 5% son hombres; definiendo porcentajes aleatorios según las observaciones a simple vista.

**¿Cuántos años tiene el consumidor potencial?** Observando a las personas que acuden a la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” se destacan que las personas que acuden están en el rango de 15 a 50 años de edad aproximadamente, para consumir el mejor producto que les ayude a verse y sentirse mejor.

**¿Qué medida usaría para vender los productos?** Ofreciera el mejor producto en donde se destaque por sus 5 variables, que son: precio, plaza, promoción, producto, publicidad.

**¿Cuál es el comportamiento de compra de tu mercado meta?** Empezaron primeramente a verificar cual producto les convenía más, es decir cuál era el más económico, cuál era su marca, y a través de eso poderlo comprar, esto sucedió con los primeros clientes, entre otros clientes hay también en los que solo buscan una mejor calidad sin importar el precio. Es por eso que la cartera de productos que ofrece esta empresa es bastante demandada por, ofrecer los productos más comunes que hay.

**¿Qué estrategia sugiere para aumentar sus clientes potenciales?** Para poder atraer y obtener un cliente potencial, se recomienda dar a conocer su variabilidad de productos a través de anuncios publicitarios, páginas web, entre otras, para atraer aquel cliente que no sabe de su variabilidad de productos o incluso su existencia de esta empresa.

**¿Cuáles son las principales preocupaciones del consumidor potencial?** Obtener un producto sin alguna asesoría y que pueda, aplicarlo en malas condiciones, pues siempre aunque haya etiqueta en el envase en recomendable hacerles entender varias cosas en las que deben ser ventajas o desventajas, otra de las preocupaciones son no consumir algún producto nuevo.

**¿Qué beneficio tiene el consumidor actual y potencial, al comprar en la empresa?** Se le ara a conocer los beneficios de acudir a la empresa extreme, los cuales son; comprar en una empresa donde te satisfacen, en donde se le brindara una variedad de productos para su elección y que pueda beneficiar sus expectativas.

**¿Consideras que la mercadotecnia electrónica es buena estrategia para promocionar tu empresa?** Hoy en día las personas usan los medios de comunicación los más comunes son: Facebook, correo, watssap, twitter entre otros, por lo que es más común y beneficiosos para ellos saber de los productos que ofrecen las empresas, observarlos y a través de una información electrónica poder escoger e ir a la empresa para obtenerlo.

**¿Cuál es el nivel socioeconómico del posible consumidor?** Nivel económico Medio.

Ahora si se puede definir con más seguridad cuales son los clientes objetivos o target, para esta empresa, que trabaja para el servicio de un cliente, cuenta con 3 principales clientes por ejemplo, el cliente consumidor personal, cliente estudiantil, cliente negociante, ya que son personas que consumen por lo regular semanal, en donde consumen de todo tipo de productos para poder trabajar, o estudiar, para esta empresa ha sido una gran ventaja estar en un lugar en donde haya este tipo de centros de estudio y también en donde la gente le guste emprender un negocio, pues ya que para la empresa extreme le ayuda en el incremento de ventas y clientes.

## **6. Análisis FODA**

ARTICULOS DE BELLEZA EXTREM es una empresa que surge con la visión de ser líder en el mercado con el mejor producto para sus clientes potenciales, ya que busca entender y satisfacer las necesidades de las mujeres modernas que hoy en día hay, haciendo de ellas unas personas presentables y elegantes con la línea de producto que se brinda. Por lo cual es indispensable identificar y analizar los factores internos y externos que afectaran tanto positiva como negativamente la organización de esta empresa, para ello es necesario hacer una análisis FODA en el cual podremos identificar cuáles son las ventajas y cuales no a esta empresa.

### **FORTALEZAS:**

1. Personal con deseos de superación.
2. Excelente relaciones interpersonales.
3. La existencia de los recursos necesarios.
4. Conducta en valores.
5. Comunicación entre los miembros de la organización.
6. Tener la idea principal del negocio.
7. Ubicación de fácil acceso.
8. Variedad de productos.
9. Cuenta con una profunda experiencia en el sector.
10. Tener a los consumidores satisfechos con el producto.
11. Ofrecer un producto con precios competitivos.
12. Alta cartera de clientes.
13. Se acepta cualquier instrumento de pago.

### **OPORTUNIDADES:**

1. Aceptación en el mercado.
2. Posicionamiento en el mercado.
3. Salida o retiro de un competidor de mercado.
4. Crecimiento en el mercado.
5. Aumento de la demanda y ventas.
6. Solo hay un competidor.
7. Aumento en la cartera de clientes.

### **DEBILIDADES:**

1. Dependencia en las actualizaciones en la tecnología.
2. Falta de capacitación al personal.
3. Falta de promociones durante el año.
4. Falta de publicidad de nuevos productos.
5. No contar con alguna prueba del producto que se ofrece.
6. Tener competidor.
7. Falta de uniforme al personal.
8. Necesidad de promociones.
9. Espacios restringidos para la atención del cliente.
10. Escasez de productos necesarios.

### **AMENAZAS:**

1. Desconfianza de los clientes por ser nuevos.
2. Entrada de un nuevo competidor.
3. Disminución de la demanda y de ventas.
4. La economía del país.
5. Competidor con ofertas que llaman la atención de los clientes.
6. El competidor está a un lado de la empresa EXTREME.
7. Meses señalados en donde las ventas son bajas.

Como se puede observar, las ventajas y desventajas que obtuvimos de este análisis es bastante claro, para la dueña de este negocio, ya que a través de estos previstos resultados sabemos cuáles son las oportunidades que puede tener esta empresa de artículos de belleza pero a su vez cuales son los grandes problemas que están obstruyendo el paso a estas oportunidades.

Según los resultados del análisis FODA se realizara unas encuestas a la dueña de esta empresa, al personal y a su vez a los clientes que visiten la empresa con el fin de saber en cómo, cuándo, y en qué momento se están dando estos problemas internos, es por ello que a través de esta encuesta se destacaran algunas de las necesidades, prioridades, gustos o preferencias que tienen los clientes y por lo cual se podrán resolver continuamente.

## MÉTODO DE MARKETING Y SUS ESTRATEGIAS.

### **Definición del problema:**

Falta de estrategias para el incremento en ventas y clientes de la empresa Artículos de Belleza EXTREME.

### **Objetivo general de la investigación:**

Se desea aportar estrategias para la empresa EXTREME con la finalidad de que aumente en las ventas en cuanto el cliente se enfoque más a los productos que se le darán a conocer a través de los cambios establecidos durante un periodo aproximado.

### **Análisis de la situación:**

La empresa “Artículos de Belleza EXTREME” es una empresa que se encuentra ubicada en la cabecera municipal de San Francisco de los Romo, Aguascalientes; su giro de negocio es principalmente en la línea de productos de belleza para el sexo femenino, esta empresa tiene 10 años trabajando en este mismo lugar y con el mismo giro de mercado, su objetivo es la satisfacción de las necesidades del cliente.

Sin embargo, en los últimos 3 años María Sandra Santacruz Nungaray, dueña del negocio, reconoce que ha dejado de hacer un análisis de las ventajas y desventajas que se tienen en la empresa tanto como internas como externas, teniendo como resultado un bajo rendimiento de ventas y que a su vez no contaba con los mismos clientes.

Debido a ello, como parte de la empresa, me dediqué a realizar un estudio para saber cuáles fueron algunos de los problemas en los que se vio afectada esta empresa durante este periodo.

Se destacó rápidamente la falta de atención al cliente ya que se desea, en que sea rápido y favorable el servicio que se está ofreciendo, y por lo tanto es algo que estaba perdiendo constantemente, por ello es que en algunas de las ocasiones se pierdan clientes;

La falta de promociones y publicidad tanto en folletos, pancartas, lonas, o incluso en páginas web, ya que para el cliente es necesario y fundamental saber cuáles son los productos nuevos y cuáles son los que le convenga adquirir, y para la dueña es necesario la publicidad para saber cuáles son las preferencias y necesidades de cada uno de los clientes y que a su vez pueda implementar nuevas estrategias de ventas y productos para poder satisfacer las necesidades

de los clientes, y con ello llevando de la mano la incrementación de clientes y el valor monetario.

Se estima que para los meses de Enero, Febrero, Agosto y Septiembre se encuentran las ventas muy bajas principalmente por las temporadas en climas y en segundo por los gastos familiares en las instituciones educativas, es por ello que se pretende hacer una mejora durante estos periodos establecidos y que en estos cuatro meses en los que se ve afectada la empresa haya mejor eficiencia en las ventas.

También se ve afectada en la falta de demostración de la línea de productos, y más en los nuevos en los que las clientas no conocen, o bien en clases para las principiantes.

Es por eso que la dueña de este negocio se vio en la necesidad de pedir la elaboración de un análisis profundo basándose en un estratégico estudio de plan de marketing y a través de esta filosofía, se busque grandes estrategias para poder implementar y con ello se obtengan grandes resultados de mercado.

De esta forma, se esperó incrementar el nivel de ventas en un 10% y continuamente buscar las mejoras a este entorno laboral, y a través de esto buscar los gustos, preferencias, similitudes, actitudes y oportunidades de cada uno de los clientes y por qué da preferencia a esta empresa.

Por último se busca la mejora para que se mantenga a un nivel de vida organizacional semejante en donde pueda sostener la empresa como tal y a su vez tenga el mejor rendimiento como empresa en donde destaque la calidad de línea de productos, su mejor servicio tanto interno como externo y con base a esto lleve de la mano el incremento de los clientes y ventas durante todo el año, y que a su vez no baje el rendimiento una vez de estar dentro del rango establecido y con forme avance esta empresa se vayan incrementando más estrategias y pueda ser la empresa con mejor beneficencia en la comunidad de San Francisco de los Romo, y el mejor sitio para consumir el mejor producto para el bienestar personal.

#### Determinación de objetivos:

##### OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar un plan estratégico de marketing que permita un mejor posicionamiento en el mercado objetivo del municipio de San Francisco de los Romos que se vea reflejado en un incremento sostenido en ventas de 10%.

##### OBJETIVOS ESPECÍCOS:

- Identificar claramente los gustos y necesidades del mercado potencial.
- Caracterizar el tipo de cliente potencial y a base de eso saber cuáles son sus preferencias de productos.
- Buscar la mezcla de productos que mejor satisfaga las necesidades de los clientes.
- Ofrecer precios competitivos de los productos para todos los clientes con respecto a la competencia.
- Analizar la información histórica de ventas de los últimos tres años para identificar ciclos y establecer estrategias que permitan fortalecer las ventas en los ciclos más bajos.
- Identificar y caracterizar la competencia.

### ELABORACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS:

Las estrategias de marketing, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing de la empresa, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado. Para formular o diseñar estrategias de marketing, además de tomar en cuenta nuestros objetivos, recursos y capacidad, debemos previamente analizar nuestro público objetivo, de tal manera que en base a dicho análisis podamos, por ejemplo, diseñar estrategias que nos permitan satisfacer sus necesidades o deseos.

#### **1. Ser capaz de cobrar el precio más bajo del mercado:**

Es un hecho que el costo de un producto o un servicio es una de las características fundamentales que inciden en la compra de un producto o servicio. Hay un segmento del mercado que está creciendo y ese es el de las personas que compran por precio, así como arrojaron los resultados de las encuestas, las personas del municipio de San Francisco de los Romo, buscan un producto más por su precio.

Hoy en día, las compañías se basan en esta estrategia. Normalmente bajan los costos de sus negocios, externalizando servicios, innovando en la distribución, o desarrollando nuevas tecnologías.

Si la empresa EXTREME es capaz de cobrar el precio más bajo del mercado, esta es su estrategia. Si se encuentra el producto para vender de menor precio, ya tienes estrategia. Si no es así, mucho cuidado de usar el precio como estrategia

de venta. Deberías comunicar el resto de valores que ofrece tu servicio o producto para diferenciarlo del más barato y que tu cliente te compre.

## **2. Ser capaz de ofrecer el mejor producto del mercado, el de mayor calidad:**

La empresa Artículos de Belleza EXTREME tiene como ventaja ser capaz de ofrecer al cliente un producto con buena calidad, para cubrir las necesidades de los clientes, y que a través de eso se valla satisfecho de su compra. Sin embargo al ofrecer el mejor producto! ¡El de mayor calidad! Se desarrolla esta estrategia y se tendrá el mercado ganado.

## **3. Ofrecer productos innovadores:**

Diversifica, innova, añade funcionalidades a tus servicios o productos. Ofrece algo que nadie haya ofrecido antes. Es decir, en el caso de la empresa es recomendable ofrecer productos nuevos, que si estén demandados pero que en el Municipio de San Francisco de los Romo no los haya, por lo que sería un gran estrategia para poder ganar más clientes y que a través de esto no solo conozcan los productos nuevos si no también los que ya existen actualmente dentro de la empresa.

## **4. Innova el modelo de negocio y las experiencias del cliente:**

Hacer cambios en tu negocio interna, con la finalidad de que el cliente se sienta seguro al momento de comprar, se recomienda a la empresa EXTREME hacer una sala de espera, en donde no solo este la sala si no también tener convenio con una máquina de productos de la empresa coca cola S.A de C.V y bimbo S.A de C.V para que las personas que están esperando no se incomoden. Estarías ofreciendo un modelo de negocio diferente. Aquí importa la experiencia del usuario. No tiene que ver con el producto o el servicio en sí, sino con la experiencia.

## **5. El diseño:**

El diseño es uno de los estímulos principales a la hora de comprar un producto, el diseño se puede dividir en varias ramas, por ejemplo, diseño interno y externo de la empresa es donde juegas con logotipos, colores, imágenes, para que tu negocio se vea interesante y llamativo, diseño a la hora de entrega al cliente por ejemplo el empaquetado, diseño en la exhibición de productos es decir tenerlos en buenas condiciones aplicando en ello las 5 “S” para que tengan una buena eficiencia. Ya que el diseño es lo primordial a la hora de entrada y salida de un cliente.

## **6. Publicidad en redes sociales:**

La mayoría de las redes sociales permiten a las empresas la creación de anuncios. Los datos demuestran que, de momento, las promociones más beneficiosas y rentables son las de Facebook y twitter. Quizá sea porque tiene una ventaja con la que cuenta otros canales: permiten hacer una publicidad muy segmentada y dirigida a un público concreto. Por ejemplo a mujeres, de entre 15 a 50 años, que viven en el Municipio de San Francisco de los Romo, Aguascalientes, y que les guste comprar productos de belleza. La posibilidad de acertar y llegar exactamente a usuarios interesantes es elevadísima. Otras redes como YouTube o Pinterest también ofrecen a las marcas la opción de anunciarse para que las personas conozcan la variabilidad de cartera de productos que maneja la empresa “Artículos de Belleza EXTREME”, aunque por ahora el retorno de la inversión no es tan evidente.

## **7. Publicidad impresa:**

Son los anuncios que vemos en folletos, volantes y revistas. En lo particular la empresa EXTREME se miraría con gran ventaja al anunciar sus productos, ya sean los nuevos, sus precios, sus categorías, á trabes de periódicos para poder incrementar su cartera de clientes. Tomando en cuenta que en el Municipio de San Francisco de los Romo, compran mucho periódico, es por eso que se vería en una ventaja para hacer cualquier publicidad.

## **8. Asociación con plantel de estudios de belleza.**

Se puede definir como asociación con el plantel de estudios de belleza que hay en el Municipio de San Francisco de los Romo, para que este plantel consuma el producto con la empresa “Artículos de Belleza EXTREME”, y que a través de eso al consumir varias piezas, se les haga un descuento por la cantidad, y por el cliente frecuente que será.

## **9. Promoción.**

Al hacer las entrevistas nos dimos cuenta que los días en que se vende más productos de belleza, son, en los días viernes y sábado, por lo que se recomienda hacer algunas promociones en los días Lunes y Martes durante los meses de enero, febrero, marzo y octubre, para poder equilibrar las ventas del año, ya sea a través de rebajas, regalos, entre otros. El beneficio tanto para la empresa como para el cliente sería, el cliente visitaría con más frecuencia a la empresa, con la confianza de seguir comprando, en donde encuentra gran variedad de productos y

que a través de eso haya algún descuento, para la empresa el beneficio sería el incremento tanto de clientes como de ventas.

### **10. Cursos**

Los cursos son parte fundamental para los clientes que consumen el producto, por lo que se recomienda, dar cursos a principios del año y a mediados, con la finalidad de que el cliente tenga más conocimiento de cómo utilizarlos, así también a través de eso la empresa artículos de belleza EXTREME tendría un convenio más con esas personas y a la vez podría incrementar sus ventas. Los periodos para los cursos se recomienda que solo sean dos meses como se menciona al inicio y mediados del año, para la inscripción se deja en decisión de la dueña de la empresa.

### **11. Pruebas o demostraciones del producto.**

La empresa EXTREME tiene la gran ventaja de estar en un lugar en donde transita muchas personas de un lado a otro, por lo que se recomienda hacer pruebas y demostraciones del producto nuevo, esto le beneficiara para que el cliente conozca el producto nuevo como funciona, que textura tiene, entre otras; ya que para el cliente estas demostraciones y pruebas le serán más fácil de comprar, ya que le estas dando una confianza ante el producto.

### **12. Estand o stand publicitarios.**

Es el espacio dentro de una feria o salón en que la empresa expone y presenta sus servicios y productos. Para la empresa EXTREME la ventaja de anunciar sus productos a través de un stand no solo es para darles a saber cuáles son los mejores o cuales son los nuevos productos sino que también es de gran beneficio para la empresa para sacar todo el producto acumulado que tienen en almacén y ponerlo en oferta, y así la empresa saque todo los productos que están en buen estado pero las personas no los conocen y que por lo tanto no los consumen.

### **13. Bocinas publicitarias.**

Las bocinas publicitarias son de gran ventaja en una empresa, por lo que te ayudan atraer a los clientes potenciales, en la forma en que tu anuncias los productos, precios, marcas, calidad, beneficios, entre otros, para que el cliente además de escuchar una música y voz atractiva le atraiga entrar a comprar con la empresa EXTREME.

### **14. Aplicación del producto.**

Para las personas del municipio de san francisco de los romo, es de gran beneficio que en la misma empresa donde compran el producto también tengan la ventaja de aplicarlo, pues ya varias de las personas que son visitantes no saben de alguna estética y es por eso que la empresa EXTREME debe de tener en cuenta que la aplicación es de gran necesidad para el cliente.

### **15. Evitar intermediarios.**

Para la empresa se le recomienda que para poder tener mejores resultados en las ventas, es recomendable cambiar de proveedores o mejor dicho ser tú mismo el proveedor, para evitar intermediarios, pues ya que existen fábricas de productos de belleza en México o Guadalajara, por lo que es recomendable hacer que la empresa agá las compras directamente de los productos, esto le beneficiara en reducir gastos de envió, paquetería, entre otros. Para que sea algo más eficiente se puede hacer la compra de 3 o 5 meses para que también la dueña de la empresa no tenga tantos tiempos muertos en los traslados, sin embargo para poder hacer la compra de estos meses es necesario primero analizar el inventario para poder apreciar cuanta mercancía y que cantidad es la que se vende más, y así poder comprar sin ningún problema.

### **16. Descuento.**

- La empresa puede manejar descuentos a los clientes que compran varias cosas por lo que se les conoce como mayoristas, que puede ser del 3% de descuento en cuanto lleve una cantidad de \$800.00 o más, con esto al cliente actual se le satisfacera y por lo cual seguirá comprando con la empresa EXTREME, mientras que para el cliente potencial le atraerá este beneficio que ofrece la empresa al comprar con ellos.
- Otro de los descuentos puede ser cuando compras 2 productos y solo pagas 1, que es al 2X1.
- También puede ser un descuento cuando compras 6 productos de diferentes líneas, y te baja el costo a un 3%.

## PLAN DE ACCIÓN.

**Define los objetivos:** La empresa EXTREME tiene como objetivo tener un planteamiento de actividades establecidas adecuadamente para poder tener incremento en clientes y en ventas.

### **Estrategias:**

Las estrategias son parte fundamental a la hora de implementar un plan de acción, por lo que es de gran ayuda saber cuál estrategia es la que tendrá mejor rendimiento y se tendrá una mejora continua en la empresa. Para la empresa EXTREME las estrategias son:

- Ser capaz de cobrar el precio más bajo del mercado:
- Ser capaz de ofrecer el mejor producto del mercado, el de mayor calidad:
- Ofrecer productos innovadores:
- Innova el modelo de negocio y las experiencias del cliente:
- El diseño:
- Publicidad en redes sociales:
- Publicidad impresa:
- Asociación con plantel de estudios de belleza.
- Promoción.
- Cursos
- Pruebas o demostraciones del producto

#### **Planteamiento de las tareas:**

El planteamiento de las actividades son parte importante a la hora de ejecutar las estrategias que se mencionan, por lo que se requiere definir bien las actividades a desarrollar para que se tenga un éxito dentro de la empresa EXTREME.

#### **Elaboración de un plan de acción.**

“El plan de acción es una herramienta que se emplea para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado de tiempo. Gracias a una fácil y cómoda visualización de las acciones a realizar, permite realizar el seguimiento y control del progreso de cada una de las etapas de un proyecto.

#### **Designación de responsables:**

Dueña de la empresa María Sandra Santacruz Nungaray.

#### **Ejecución del plan:**

Un método sencillo para elaborar un plan de trabajo es organizar la información recopilada sobre lo que se desea hacer en una secuencia jerarquizada: comience por el objetivo, después pase a los resultados que contribuyen a la consecución de dicho objetivo y, por último, a las tareas que permitirán lograr los resultados. A continuación se muestra un plan de trabajo parcial correspondiente a uno de los diversos objetivos posibles

<b>ACTIVIDAD.</b>	<b>DESCRIPCIÓN.</b>	<b>FECHA.</b>
<b>1. Buscar la empresa.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita a la empresa.</li> <li>• Carta de aceptación.</li> </ul>	29 de Enero del 2018.
<b>2. Definir la guía de residencias profesionales.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formato y guías para la elaboración del proyecto.</li> </ul>	05 de Febrero del 2018.
<b>3. Organizar el estudio de mercado.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que información se necesita.</li> <li>• Guías.</li> <li>• Diseño de encuestas.</li> </ul>	12 de Febrero del 2018.
<b>4. Trabajo de campo.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizaron las encuestas.</li> </ul>	20 de Marzo del 2018.
<b>5. Organizar y preguntar hallazgos.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar información y gráficas.</li> </ul>	16 de Abril del 2018.
<b>6. Entrega del proyecto oficial.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega del proyecto de residencias profesionales, concluido.</li> </ul>	01 de Junio del 2018.

## CAPÍTULO 6

### Conclusión

Con la investigación realizada, se determina que cada uno de los factores, que se analizaron de la empresa “Artículos de Belleza EXTREME” tienen un nivel de eficiencia dentro del mercado bueno, pues ya que esto indica que a la empresa EXTREME le intervienen pocos resultados que pueda tener posteriormente el incremento de ventas y su posición en el mercado. Mediante la investigación realizada se puede demostrar que las personas que acuden a la empresa EXTREME compran el producto principalmente por su precio y marca, pues ya que la empresa les brinda un producto de buena calidad, esto indica que el cliente este satisfecho por su compra.

Según los resultados obtenidos en este proyecto se destacan variables en donde la empresa debe de enfocarse para buscar una mejora y obtener mejores resultados de sus ventas.

La empresa puede incrementar las ventas a un 10% en cuanto cumpla cada una de la estrategia que se menciona en el proyecto las cuales son:

1. Ser capaz de cobrar un precio justo para el cliente: Tener un precio accesible para las personas del Municipio de San Francisco de los Romo, en donde puedan comprar sin ningún problema y que se vallan satisfechas por su compra.
2. Ser capaz de ofrecer el mejor producto del mercado, el de mayor calidad: teniendo el producto de marcas con calidad buena para satisfacer a las personas del Municipio de San Francisco de los Romo.
3. Ofrecer productos innovadores: ofrecer productos nuevos, donde la gente pida su existencia y que no haya en el municipio, primeramente tomando en cuenta si en verdad tiene mucha demanda el producto.
4. Innova el modelo de negocio y las experiencias del cliente:
5. El diseño: cambiar diseño de la empresa, tanto interior como exterior. Para la parte interior se recomienda hacer un cambio de color, mejor acomodo en las vitrinas para el espacio. Y para la parte exterior hacer un cambio en colores, nombre, logotipo, lonas de publicidad de la empresa
6. Publicidad en redes sociales: hacer cuentas en Facebook, watssap, twitter, pinterest, entre otras redes de comunicación, para hacer publicaciones de la empresa o incluso hacer anuncios de los productos para YouTube, y poder aumentar la cartera de los clientes, pues ya que hoy en día las personas a

diario visitan estas páginas y para la empresa sería de gran beneficio poder aumentar clientes potenciales.

7. Publicidad impresa: Imprimir folletos o volantes para entregarlos a las personas que visitan la empresa, que pasan por su lugar o bien visitar a los pequeños negocios para informarles a través de un volante que productos les brinda su calidad y marcas, y sus ventajas al comprar con la empresa EXTREME.
8. Asociación con plantel de estudios de belleza: Tener un convenio
9. Promoción: Hacer promoción en los días en que las ventas están bajas, puede ser al comprar un producto y de regalo un sobre de tratamiento.
10. Cursos: Dar cursos para la aplicación de los productos a las personas del Municipio de San Francisco de los Romo y visitantes.
11. Pruebas o demostraciones del producto: Hacer demostraciones del producto nuevo o el de mejor calidad a las personas para que los conozcan y que puedan comprar con más confianza el producto.
12. Estand o stand publicitario: Aplicar un stand fuera de la empresa EXTREME para dar a conocer los productos y servicios que brinda la empresa, así también se pueden dar varias ofertas de los productos.
13. Bocinas publicitarias: Aplicar bocinas publicitarias en donde se escuche primeramente quien es la empresa y hacia donde se enfoca, y en seguida poder promover el producto por sus precios, marcas, calidad entre otros.
14. Aplicación del producto: Aplicar el producto al cliente por ejemplo dentro de la empresa ver un espacio adecuado para trabajar y con ello empezar aplicar el producto al cliente.
15. Proveedores: Ser tú mismo el proveedor, pues ya que sería de mayor beneficio a la hora de reducir costos, pues ya que si consumes el productos directamente con las fábricas de Guadalajara, y comprar para varios meses tendrías mejor eficiencia y mayores ganancias en la empresa.
16. Descuento: ofrecer descuentos en productos, o incluso por cierta cantidad hacer un 3% de descuento.

Ya que la empresa puede aumentar las ventas y su cartera de clientes, si implementa cada una de estas estrategias, pues ya que son herramientas que suelen ser costosas y se puede llevar vario tiempo en realizarlas, pero sin embargo esto tiene una gran ventaja, para llevar a la empresa al éxito.

Los objetivos y estrategias de marketing para entrar en un mercado de producto en particular deben ser beneficiosos con los recursos y capacidades de los que dispone la empresa, y congruentes con la dirección y asignación de recursos inherentes a las estrategias corporativa y de nivel de negocios de la compañía.

## CAPÍTULO 7

### Recomendaciones.

- Aplicar los resultados obtenidos en base a la generación de estrategias con la finalidad del incremento de ventas.
- De acuerdo al proyecto es necesario la inversión de un acuerdo plan de marketing con la finalidad que la empresa sea reconocida a nivel estatal y poder tener el crecimiento esperado.
- Enfocar esfuerzos en el servicio de venta para conocer las necesidades de los clientes, así como la publicidad que se puede tener dentro de la empresa.
- Un aspecto importante es enfocar esfuerzos en la página web de la compañía para mantener contacto con los actuales clientes y proporcionar los productos a los clientes potenciales.
- Identificar sus espacios de un producto a otro y hacer de ellos una mejor organización.
- Establecer un programa de incentivos y reconocimiento en base al cumplimiento de objetivos planteados por la empresa, con el propósito de tener empleados comprometidos en su trabajo.

### Competencias.

1. Trabajo en equipo.
2. Participación en actividades.
3. Gestión de información.
4. Liderazgo.
5. Análisis de problemas.
6. Aportación de nuevas ideas.
7. Planificación de trabajo.

## CAPÍTULO 8

### Fuentes de información.

Ligas:

<https://www.iebschool.com/blog/como-definir-target-publicidad-online/>

<http://www.fao.org/docrep/007/y5471s/Y5471S05.htm>

Formatos APA de los libros:

- Willam F. Arens, Michael F, Weigold, Christian Arens. (2008). Publicidad. prolongacion paseos de la reforma 1015, torre A, piso 17. col, desarrollo santa fe, delegacion alvaro obregon, Mexico D.F : Num, 736.
- Laura Fisher, Jorge Espejo. (2003). Mercadotecnica. Prolongación Paseo de la Reforma Núm. 1015, Torre A Piso 17, Colonia Desarrollo Santa Fe, Delegación Álvaro Obregón C.P. 01376, México, D.F: Mexicana, Reg. Núm. 736.

Ligas de libros:

[http://www.academia.edu/27963617/Publicidad\\_11edi\\_Williams\\_Ares](http://www.academia.edu/27963617/Publicidad_11edi_Williams_Ares)

[http://www.academia.edu/18897949/Libro\\_Mercadotecnia\\_Laura\\_Fischer\\_y\\_Jorge\\_Espejo](http://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo)

<http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhotra.pdf>

<http://www.bib.uia.mx/gsd/dochig/didactic/EstudiosEmpresariales/mer004.pdf>

## CAPÍTULO 9

### Anexos.

Se anexan solo 5 encuestas aleatoriamente de las 141 encuestas que se realizaron a los clientes, para saber cuáles eran sus gustos o preferencias.



Plan estratégico de marketing para el posicionamiento de la empresa "Artículos de Belleza EXTREME".

10. ¿Dónde compras los productos de belleza?
- CATÁLOGOS
  - SUPERMERCADOS
  - ARTÍCULOS DE BELLEZA EXTREME

11. ¿Por qué? Especifique:

Recomendación.

12. ¿Te gustaría tener una asesoría para saber aplicar el producto que consumes?

SI  
 NO

13. ¿Por qué has decidido comprar en la tienda EXTREME?

PRECIO ACCESIBLE  
 BUEN SERVICIO  
 INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO

14. ¿Estarías dispuesta a probar una nueva marca?

SI  
 NO

15. ¿El producto que consumes satisface tus necesidades?

SI  
 NO

16. ¿Qué te gustaría que hubiera en la empresa, para tu mayor satisfacción?

APLICACIÓN DEL PRODUCTO  
 CURSOS DE APLICACIÓN  
 ENTREGA A DOMICILIO  
 TODOS

17. ¿Qué es lo que no te gusta de la empresa, para mejorarlo y darte un mejor servicio?

Todo está bien.

18. ¿Cómo prefieres ponerte en contacto con la tienda Artículos de Belleza EXTREME?

TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE  
 REDES SOCIALES  
 PAGINAS WEB  
 TODAS

GRACIAS

POR SU COLABORACIÓN.

10. ¿Dónde compras los productos de belleza?

- CATÁLOGOS  
 SUPERMERCADOS  
 ARTÍCULOS DE BELLEZA EXTREME

11. ¿Por qué? Especifique:

Boen Servicio

15. ¿El producto que consumes satisface tus necesidades?

- SI  
 NO

16. ¿Qué te gustaría que hubiera en la empresa, para tu mayor satisfacción?

- APLICACIÓN DEL PRODUCTO  
 CURSOS DE APLICACIÓN  
 ENTREGA A DOMICILIO  
 TODOS

17. ¿Qué es lo que no te gusta de la empresa, para mejorarlo y darte un mejor servicio?

Las marcas y Precios.

12. ¿Te gustaría tener una asesoría para saber aplicar el producto que consumes?

- SI  
 NO

13. ¿Por qué has decidido comprar en la tienda EXTREME?

- PRECIO ACCESIBLE  
 BUEN SERVICIO  
 INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO

14. ¿Estarías dispuesta a probar una nueva marca?

- SI  
 NO

18. ¿Cómo prefieres ponerte en contacto con la tienda Artículos de Belleza EXTREME?

- TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE  
 REDES SOCIALES  
 PAGINAS WEB  
 TODAS

GRACIAS

POR SU COLABORACIÓN.

**ENCUESTA.**

"Empresa (Artículos de Belleza EXTREME)"

Marcar con una **X** según corresponda.

La encuesta se les realizara a nuestros clientes, con la finalidad de saber cuáles son los gustos y preferencias, de lo cual poder mejorar y brindarles un mejor servicio del producto.

Nombre del encuestador: Maria Guadalupe Sandoval Saucedo.

Nombre del cliente: Marjose Guardia Lopez.

Edad: 18 años.

1. ¿Vives es el Municipio de San Francisco de los Romo?

- SI  
 NO

2. ¿Utilizas productos de belleza?

- SI  
 NO

3. ¿Cómo has encontrado o conocido la tienda EXTREME?

- FAMILIAR Y AMIGOS  
 VIVE CERCA

4. ¿Qué parte de tu cuerpo te cuidas más?

- ROSTRO  
 CABELLO  
 BRAZOS Y PIERNAS  
 MANICURE Y PEDICURE  
 TODAS

5. ¿Qué es lo que buscas primero en un producto de belleza?

- CALIDAD  
 PRECIO  
 MARCA  
 TODOS

6. En tu decisión de compra; ¿Cuánto influye la publicidad?

- NADA  
 MUY POCO  
 BASTANTE

7. ¿Cuánto producto de belleza utilizas habitualmente?

- UNO  
 DE DOS A CUATRO  
 DE TRES A CINCO  
 MÁS DE CINCO

8. ¿Con que frecuencia compras productos de belleza?

- SEMANAL  
 QUINCENAL  
 MENSUAL  
 TRIMESTRAL

9. ¿Qué día es cuando compras frecuentemente?

- MIÉRCOLES.  
 VIERNES.  
 SÁBADO.

**ENCUESTA.**

"Empresa (Artículos de Belleza EXTREME)"

Marcar con una **X** según corresponda.

La encuesta se les realizara a nuestros clientes, con la finalidad de saber cuáles son los gustos y preferencias, de lo cual poder mejorar y brindarles un mejor servicio del producto.

Nombre del encuestador: Maria Guadalupe Sandoval Saucedo.

Nombre del cliente: Gabriela Hernandez Gutierrez.

- Edad: 24 años.
1. ¿Vives en el Municipio de San Francisco de los Romo?  
 SI  
 NO
  2. ¿Utilizas productos de belleza?  
 SI  
 NO
  3. ¿Cómo has encontrado o conocido la tienda EXTREME?  
 FAMILIAR Y AMIGOS  
 VIVE CERCA
  4. ¿Qué parte de tu cuerpo te cuidas más?  
 ROSTRO  
 CABELLO  
 BRAZOS Y PIERNAS  
 MANICURE Y PEDICURE  
 TODAS
  5. ¿Qué es lo que buscas primero en un producto de belleza?  
 CALIDAD  
 PRECIO  
 MARCA  
 TODOS
  6. En tu decisión de compra; ¿Cuánto influye la publicidad?  
 NADA  
 MUY POCO  
 BASTANTE
  7. ¿Cuánto producto de belleza utilizas habitualmente?  
 UNO  
 DE DOS A CUATRO  
 DE TRES A CINCO  
 MÁS DE CINCO
  8. ¿Con que frecuencia compras productos de belleza?  
 SEMANAL  
 QUINCENAL  
 MENSUAL  
 TRIMESTRAL
  9. ¿Qué día es cuando compras frecuentemente?  
 MIÉRCOLES.  
 VIERNES.  
 SÁBADO.

10. ¿Dónde compras los productos de belleza?

- CATÁLOGOS  
 SUPERMERCADOS  
 ARTÍCULOS DE BELLEZA EXTREME

11. ¿Por qué? Especifique:

Buen Servicio.

15. ¿El producto que consumes satisface tus necesidades?

- SI  
 NO

16. ¿Qué te gustaría que hubiera en la empresa, para tu mayor satisfacción?

- APLICACIÓN DEL PRODUCTO  
 CURSOS DE APLICACIÓN  
 ENTREGA A DOMICILIO  
 TODOS

17. ¿Qué es lo que no te gusta de la empresa, para mejorarlo y darte un mejor servicio?

Falta de producto.  
(Pedido).

12. ¿Te gustaría tener una asesoría para saber aplicar el producto que consumes?

- SI  
 NO

13. ¿Por qué has decidido comprar en la tienda EXTREME?

- PRECIO ACCESIBLE  
 BUEN SERVICIO  
 INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO

14. ¿Estarías dispuesta a probar una nueva marca?

- SI  
 NO

18. ¿Cómo prefieres ponerte en contacto con la tienda Artículos de Belleza EXTREME?

- TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE  
 REDES SOCIALES  
 PAGINAS WEB  
 TODAS

GRACIAS

POR SU COLABORACIÓN.

10. ¿Dónde compras los productos de belleza?

- CATÁLOGOS  
 SUPERMERCADOS  
 ARTÍCULOS DE BELLEZA EXTREME

11. ¿Por qué? Especifique:

Buen Servicio.

15. ¿El producto que consumes satisface tus necesidades?

- SI  
 NO

16. ¿Qué te gustaría que hubiera en la empresa, para tu mayor satisfacción?

- APLICACIÓN DEL PRODUCTO  
 CURSOS DE APLICACIÓN  
 ENTREGA A DOMICILIO  
 TODOS

17. ¿Qué es lo que no te gusta de la empresa, para mejorarlo y darte un mejor servicio?

Falta de producto.  
(Pedido).

12. ¿Te gustaría tener una asesoría para saber aplicar el producto que consumes?

- SI  
 NO

13. ¿Por qué has decidido comprar en la tienda EXTREME?

- PRECIO ACCESIBLE  
 BUEN SERVICIO  
 INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO

14. ¿Estarías dispuesta a probar una nueva marca?

- SI  
 NO

18. ¿Cómo prefieres ponerte en contacto con la tienda Artículos de Belleza EXTREME?

- TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE  
 REDES SOCIALES  
 PAGINAS WEB  
 TODAS

GRACIAS

POR SU COLABORACIÓN.



**ENCUESTA.**

"Empresa (Artículos de Belleza EXTREME)"

Marcar con una X según corresponda.

La encuesta se les realizara a nuestros clientes, con la finalidad de saber cuáles son los gustos y preferencias, de lo cual poder mejorar y brindarles un mejor servicio del producto.

Nombre del encuestador: Maria Guadalupe Sandoval Saucedo

Nombre del cliente: Daniela Hernandez. Muñoz.

Edad: 20 años.

1. ¿Vives es el Municipio de San Francisco de los Romo?

- SI
- NO

2. ¿Utilizas productos de belleza?

- SI
- NO

3. ¿Cómo has encontrado o conocido la tienda EXTREME?

- FAMILIAR Y AMIGOS
- VIVE CERCA

4. ¿Qué parte de tu cuerpo te cuidas más?

- ROSTRO
- CABELLO
- BRAZOS Y PIERNAS
- MANICURE Y PEDICURE
- TODAS

5. ¿Qué es lo que buscas primero en un producto de belleza?

- CALIDAD
- PRECIO
- MARCA
- TODOS

6. En tu decisión de compra; ¿Cuánto influye la publicidad?

- NADA
- MUY POCO
- BASTANTE

7. ¿Cuánto producto de belleza utilizas habitualmente?

- UNO
- DE DOS A CUATRO
- DE TRES A CINCO
- MÁS DE CINCO

8. ¿Con que frecuencia compras productos de belleza?

- SEMANAL
- QUINCENAL
- MENSUAL
- TRIMESTRAL

9. ¿Qué día es cuando compras frecuentemente?

- MIÉRCOLES.
- VIERNES.
- SÁBADO.

**ENCUESTA.**

"Empresa (Artículos de Belleza EXTREME)"

Marcar con una X según corresponda.

10. ¿Dónde compras los productos de belleza?

- CATÁLOGOS  
 SUPERMERCADOS  
 ARTÍCULOS DE BELLEZA EXTREME

11. ¿Por qué? Especifique:

Se encuentra  
Centrico y es  
Facil de llegar al  
lugar.

12. ¿Te gustaría tener una asesoría para saber aplicar el producto que consumes?

- SI  
 NO

13. ¿Por qué has decidido comprar en la tienda EXTREME?

- PRECIO ACCESIBLE  
 BUEN SERVICIO  
 INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO

14. ¿Estarías dispuesta a probar una nueva marca?

- SI  
 NO

15. ¿El producto que consumes satisface tus necesidades?

- SI  
 NO

16. ¿Qué te gustaría que hubiera en la empresa, para tu mayor satisfacción?

- APLICACIÓN DEL PRODUCTO  
 CURSOS DE APLICACIÓN  
 ENTREGA A DOMICILIO  
 TODOS

17. ¿Qué es lo que no te gusta de la empresa, para mejorarlo y darte un mejor servicio?

Falta de publicidad.

18. ¿Cómo prefieres ponerte en contacto con la tienda Artículos de Belleza EXTREME?

- TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE  
 REDES SÓCIALES  
 PAGINAS WEB  
 TODAS

GRACIAS

POR SU COLABORACIÓN.

### ENCUESTA.

"Empresa (Artículos de Belleza EXTREME)"

Marcar con una **X** según corresponda.

La encuesta se les realizara a nuestros clientes, con la finalidad de saber cuáles son los gustos y preferencias, de lo cual poder mejorar y brindarles un mejor servicio del producto.

Nombre del encuestador: Maria Guadalupe Sandoval Saucedo.

Nombre del cliente: Daniela Acosta Vargas.

Edad: 17 años.

1. ¿Vives en el Municipio de San Francisco de los Romo?

- SI  
 NO

2. ¿Utilizas productos de belleza?

- SI  
 NO

3. ¿Cómo has encontrado o conocido la tienda EXTREME?

- FAMILIAR Y AMIGOS  
 VIVE CERCA

4. ¿Qué parte de tu cuerpo te cuidas más?

- ROSTRO  
 CABELLO  
 BRAZOS Y PIERNAS  
 MANICURE Y PEDICURE  
 TODAS

5. ¿Qué es lo que buscas primero en un producto de belleza?

- CALIDAD  
 PRECIO  
 MARCA  
 TODOS

6. En tu decisión de compra; ¿Cuánto influye la publicidad?

- NADA  
 MUY POCO  
 BASTANTE

7. ¿Cuánto producto de belleza utilizas habitualmente?

- UNO  
 DE DOS A CUATRO  
 DE TRES A CINCO  
 MÁS DE CINCO

8. ¿Con qué frecuencia compras productos de belleza?

- SEMANAL  
 QUINCENAL  
 MENSUAL  
 TRIMESTRAL

9. ¿Qué día es cuando compras frecuentemente?

- MIÉRCOLES.  
 VIERNES.  
 SÁBADO.