

<b>FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO</b>			
<b>1.- Equipo:</b>	Equipo Vicalú		
<b>2.- Nombre de los integrantes del equipo:</b>	Karina López Jiménez. María Guadalupe Vázquez Lozada. Patricia Valencia Hernández.		
<b>3.- Nombre de la asignatura:</b>	Administración Fiscal de las organizaciones		
<b>4.- Nombre del proyecto:</b>	"Mejora tu marketing y no pierdas ventas"		
<b>5.- Presentación:</b>	Uno de los problemas que existe en la tienda de ropa "Vicalú" es el bajo volumen de ventas lo que genera la elevación de los costos financieros, pues la inversión se queda en almacén sin generar flujo de efectivo ni rendimientos de igual manera se producen pérdidas por obsolescencia por el cambio de temporada lo que altera el nivel de servicio al cliente al ofrecer algo que no requiere de momento.		
<b>6.- Objetivo:</b>	Diseñar una propuesta de marketing mix de acuerdo a la necesidad de la empresa.		
<b>7.- Tiempo de realización:</b>	25 de marzo al 31 de mayo de 2019		
<b>La metodología seleccionada para trabajar el proyecto, se divide en tres fases:</b>	(1)Preparación (2)Desarrollo y (3)Comunicación.		
<b>8.- Fase de Preparación</b>			
<b>8.1.- Identificar los temas de aprendizaje que saben y los que no saben.</b>	Alumno	Lo que sabe	Lo que no sabe
	Karina López Jiménez.	Estructura del marketing mix	Las herramientas de la mezcla de mercadotecnia.
	María Guadalupe Vázquez Lozada.	La importancia del marketing mix	Identificar las variables de las 4 P's que se utilizan el mercadotecnia
	Patricia Valencia Hernández.	La estructura de las variables de Marketing mix	Como ir organizando toda la información acorde a la estructura que requiere el marketing mix

<b>8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.</b>	Alumno	
	Karina López Jiménez.	Diseñar una propuesta de marketing mix la cual podamos crear estrategias y transformarlas en programas para que la tienda pueda potencializar sus ventas.
	María Guadalupe Vázquez Lozada.	Investigar las variables controlables para que la empresa pueda alcanzar el nivel deseado de ventas, es decir, el precio, plaza, promoción y producto.
	Patricia Valencia Hernández.	Analizar por qué han bajado las ventas en estos últimos meses. Esto lo podemos hacer mediante una entrevista al dueño de la tienda para saber específicamente que genera el problema.
<b>8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.</b>	<p>Detallaremos cada una de las actividades que se realizaran para el desarrollo de las actividades. En este proyecto nos propusimos llevar acabo la siguiente planeación en los siguientes tiempos que hemos determinado para la realización de nuestro proyecto.</p> <p><b>25 de Marzo de 2019 / 26 de marzo de 2019.</b> Identificaremos los temas en los que tenemos mayor conocimiento como la estructura, la importancia y las variables del marketing mix, de igual manera reconoceremos los temas en los cuales tengamos poco conocimiento; y así poder documentarnos para reforzar nuestras ideas para el desarrollo del proyecto.</p> <p><b>27 de Marzo de 2019</b> Generaremos una lluvia de ideas para plantear posibles soluciones al problema como el diseñar una propuesta de marketing mix que servirá para poder potencializar las ventas.</p> <p><b>28 de Marzo de 2019 / 29 de marzo de 2019.</b> Se le asignara a cada integrante tareas y actividades, donde de manera individual se aportará información para el diseño y desarrollo del proyecto. Así mismo se buscará toda la información posible en las fuentes pertinentes que nos ayuden en la comprensión del problema para darle una solución.</p> <p><b>01 de abril de 2019 / 02 de abril de 2019.</b> Fundamentaremos en equipo las acciones que realizaremos durante el proyecto en base a los resultados de la información que obtendremos mediante los recursos que utilizaremos para llevar a cabo el proyecto. De igual forma elaboraremos un plan de acción.</p> <p><b>03 de abril de 2019 / 05 de abril de 2019</b> Iniciaremos la fase 2 desarrollando la gráfica de Gantt la cual especificara las actividades que realizaremos durante el proyecto. También organizaremos la información y las fuentes consultadas que obtendremos en la investigación y por ultimo haremos un reporte en Word.</p> <p><b>08 de abril de 2019 / 31 de mayo de 2019</b> Finalizaremos con la fase 3, en la cual desarrollaremos la presentación en power point del proyecto mostrando así el resultado que obtendremos del proyecto.</p>	

<p><b>8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.</b></p>	<p><b>María Guadalupe Vázquez Lozada:</b> Realizara la entrevista al dueño de la tienda para identificar con profundidad la problemática.</p> <p><b>Karina López Jiménez:</b> Contemplara los costos y los recursos para la realización del proyecto.</p> <p><b>Patricia Valencia Hernández:</b> Organizara la información de manera clara para presentar el proyecto mediante diapositivas en la plataforma de power point.</p>
<p><b>8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.</b></p>	<p>Hoy en día la situación económica en el país ha generado que el comercio decaiga en cuanto a ventas generando una pérdida en las utilidades llevando a muchas empresas a la quiebra.</p> <p>Es por ello que muchas empresas han optado por mejorar su estrategia de marketing para generar utilidades. Esto mediante el Marketing Mix debido a que dicha herramienta forma parte de un nivel táctico de la mercadotecnia, en el cual, las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que coloque el producto en el lugar correcto y en el momento más oportuno.</p> <p>Kotler y Armstrong, definen la mezcla de mercadotecnia 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"</p> <p>Por ello es indispensable que las empresas conozcan qué es la mezcla de mercadotecnia y cuáles son las herramientas o variables (más conocidas como las 4 P`s) que la conforman e implementar esta herramienta para incrementar sus ventas.</p>
<p><b>8.6.- Recursos:</b></p>	<p>Utilizaremos libros, la computadora, hojas, lapiceros, impresiones, comidas, bebidas, transporte, llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo aire del celular Cámara fotográfica, Cámara de video, Escritorios, Sillas, Memorias USB...ETC</p>

8.7.- Elaborar un plan de acción.		Actividad	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Duración	Responsables y observaciones	estatus
	1	Tema de aprendizaje (que sabe y que no sabe )	25 de marzo	26 de marzo	2 días	Equipo completo (trabajaron de manera efectiva)	Terminado
	2	Lluvia de ideas	27 de marzo	27 de marzo	1 día	Equipo completo (todos aportaron ideas)	Terminado
	3	Tareas asignadas	28 de marzo	29 de marzo	2 días	Equipo completo (se asignó actividades a cada integrante)	Terminado
	4	Fundamentación de las acciones a realizar	01 de abril	02 de abril	2 días	Equipo completo (El equipo colaboro para realizar esta actividad)	Terminado
	5	Fase 2: Desarrollo	03 de abril	05 de abril	3 días	Equipo completo (Se elaboró una gráfica de Gantt, recopiló evidencias y organizó la información)	Terminado
	6	Fase 3: Comunicación	08 de abril	31 de mayo	30 días	Equipo completo	Proceso