

Universidad Autónoma de Nuevo León

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Comercio Electrónico

Tienda en línea

Estudios Cualitativos de Mercadotecnia

Felipe Martínez

**Luis Guillermo Lumbreras Alderete**

INDICE

Contenido

[DETALLES DE LA EMPRESA 3](#_Toc515023924)

[QUIENES SOMOS 4](#_Toc515023925)

[HISTORIA 4](#_Toc515023926)

[MISIÓN, VISIÓN, VALORES 4](#_Toc515023927)

[MISIÓN 4](#_Toc515023928)

[VISIÓN 4](#_Toc515023929)

[VALORES 5](#_Toc515023930)

[ESTUDIO DE MERCADO 5](#_Toc515023931)

[ESTRATEGIA (REDES SOCIALES) 5](#_Toc515023932)

[METODOS DE PAGO, PROCESOS DE ENTREGA, POLITICAS DE DEVOLUCIONES 5](#_Toc515023933)

[INSTRUCCIONES DE COMPRA 5](#_Toc515023934)

[ENVIO 6](#_Toc515023935)

[POLITICAS DE DEVOLUCIONES 6](#_Toc515023936)

# DETALLES DE LA EMPRESA



El logotipo representa una gota de aceite con un árbol dentro, esto para recalcar el origen natural de los aceites esenciales.

La tipografía es “Sant Joan Despí”, es suave, moderna y además tiene la característica de que las letras “o” las sustituye por corazones, lo que le da un toque más amigable y ayuda a la marca en cuanto al nivel de aceptación por parte del público femenino.

El nombre surge directamente del hecho de que la empresa vendía aceites esenciales solamente en Monterrey, y ahora ha llegado a tener pedidos a nivel nacional, pero se conservó el nombre original.

El color morado es el color principal junto con el blanco; el morado representa la lavanda, que es de los aceites más populares y benéficos, y el blanco representa la pureza.

# QUIENES SOMOS

Aceites Esenciales Monterrey es una empresa distribuidora de aceites esenciales de grado terapéutico de la marca DoTerra. Busca en primera instancia dar a conocer los beneficios de los aceites esenciales y facilitar el acceso a ellos. Todo con el objetivo de satisfacer las necesidades de nuestros clientes con una gran atención y calidad de servicio.

# HISTORIA

Después de que la fundadora descubriera los aceites esenciales empezó esta empresa en el año 2017, como un pasatiempo, pero con una gran misión: compartir con el mundo los beneficios de los aceites esenciales. Rápidamente la base de clientes creció y con ello la demanda, he ahí la necesidad que hubo de expandirse. A pesar de ser un negocio pequeño, se ha tenido un crecimiento bastante bueno debido a la gran satisfacción de los clientes.

# MISIÓN, VISIÓN, VALORES

##  MISIÓN

Somos una empresa de calzado en Monterrey, dedicadas a la manufacturación de calzado y contribuir a su crecimiento, desarrollo y modernización; a través de la tecnología, capacitación y respaldo técnico que garantice la adecuada ejecución de todos los procesos de fabricación, mediante una gestión empresarial estratégica y con el mejor aporte de todos los miembros de la organización, para entregar un calzado cómodo, elegante y durable al consumidor. orientada a satisfacer las necesidades de los clientes con los estilos en tendencia.

## VISIÓN

Ser la distribuidora líder en aceites esenciales, manejando toda la gama de productos de DoTerra y además incorporando productos originales de calidad que den un sello distintivo. De la mano con un personal capacitado y creciente se podrán satisfacer de mejor manera las necesidades específicas de cada cliente, logrando así un gran nivel de satisfacción que lo lleve a recomendarnos para asi llevar cada vez a más personas los beneficios de los aceites esenciales.

## VALORES

Compromiso

Competitividad

Solidaridad

Honestidad

# ESTUDIO DE MERCADO

Los aceites esenciales son un producto que puede ser utilizado por todos, sin embargo, el mercado de aceites esenciales se concentra principalmente en mujeres de 25 a 55 años, de un nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto, con un estilo de vida saludable.

La principal competencia de nuestra empresa son otros distribuidores de DoTerra. Para tener una ventaja competitiva sobre ellos se realizará la página web y se implementarán estrategias de comercio electrónico, esto ya que la mayor parte de este giro comercial está en tratos de persona a persona, con la página de internet se puede agrandar mucho la expandir la capacidad de atención.

# ESTRATEGIA (REDES SOCIALES)

Como el mercado meta no es precisamente el que usa más las redes sociales, se utilizará solamente facebook. El uso de Facebook será para publicar recetas, tips y demás temas de interés como si tratara de un blog, esto para atraer interacciones con la página. La página será usada como blog y a la vez como una plataforma de venta que redireccione a los compradores a la plataforma web donde podrán proceder con el proceso de compra. Con el fin de eficientizar el proceso de promoción se utilizará la publicidad pagada de Facebook, se segmentará el público y se llevarán a cabo publicaciones periódicas para mantener el interés y finalmente incentivar la compra.

# METODOS DE PAGO, PROCESOS DE ENTREGA, POLITICAS DE DEVOLUCIONES

## INSTRUCCIONES DE COMPRA

**-Primero hay que entrar a la tienda y seleccionar los productos a comprar**

**-Después se procede a abrir el carrito y terminar la transacción**

**-Se selecciona el método de pago**

**-Se llena el formulario con los datos personales y listo**

## ENVIO

* **Los envíos de compras menores a 350 pesos correrán por parte del cliente, siendo su costo de 100 pesos.**
* **En compras mayores a 350 pesos, el envío corre por nuestra cuenta.**
* **El tiempo de entrega es de 3 a 5 días hábiles.**

## POLITICAS DE DEVOLUCIONES

Los productos que sean devueltos en un plazo no mayor a 30 días serán sujetos a revisión para asignar el monto reembolsable. Si el producto ha sido abierto puede aplicar para un reembolso del 50% ya sea en crédito en la tienda o un reembolso íntegro. Si no ha sido abierto puede aplicar para un 100% del reembolso.
NOTA: los productos de temporada, de oferta limitada o que ya no haya en existencia son sujetos a un reembolso en crédito de la tienda. Productos comprados en kits o en conjunto con otros se deberán regresar en su totalidad. Los gastos de envío corren por parte del cliente.