



Mercado

Innovadora, fuerte, sensual, emprendedora, ¡con actitud! ¿Esta descripción corresponde a la mujer actual o a Vicky Form? Porque al día de hoy, de tanto pensar, elegir y diseñar con y para ellas, es imposible separar la marca de su motivo: la mujer.

El mercado de la lencería en México presenta un fuerte crecimiento, estimado en US\$320 millones, gracias a que, en los últimos años, las ventas se han incrementado debido al movimiento en las tiendas departamentales y *boutiques* especializadas. Esta tendencia deja al descubierto el cambio que los consumidores mexicanos están presentando en sus preferencias.

El concepto de la moda, la innovación y la vanguardia en diseños que hoy día vemos en Vicky Form han venido a redefinir el mercado que hace 10 años presentaba una lencería sin colores y más conservadora, lo cual representó una gran oportunidad que la marca aprovechó para convertirse en la favorita del mercado mexicano.

El principal detonante de este desarrollo fue el sistema de venta por catálogo que maneja Vicky Form, ya que representa un concepto diferente en comparación con otras marcas internacionales de Estados Unidos y Europa, cuyos mecanismos se basan en la distribución de catálogos para que el cliente realice el pedido vía telefónica. Vicky Form cuenta con centros de distribución a nivel nacional (tiendas de catálogo), donde personas emprendedoras independientes se dedican a la venta de la lencería, lo cual permite brindar un servicio personalizado, mejor que el de un empleado de *boutique*.

Las prendas de Vicky Form han creado en las consumidoras un alto nivel de fidelidad; existen modelos que han permanecido en su colección por más de 20 años, debido a su confort y calidad.



1999



Historia

Los años 60, con su aire revolucionario, provocaron una gran transformación en la forma de vestir de la mujer. La creación de nuevos materiales para confeccionar prendas y la entrada en escena de la pantimedia en México provocaron la desaparición gradual de los ligeros, producto que vio nacer a Vicky Form en su Fábrica de Fajas Vicky, en 1964.



Fue en el año de 1966 cuando Vicky Form entró en el escenario de la fabricación de brassieres, y gracias a la venta de estas innovadoras prendas, sus fundadores descubrieron que la calidad y la moda podrían ser la clave para competir en el mercado, dominado en ese entonces por las marcas extranjeras. El éxito no se hizo esperar: Vicky Form se posicionó rápidamente en el gusto del público por ofrecer a sus clientes una excelente alternativa de calidad y precio.

A partir de 1994 Vicky Form despuntó en el mercado mexicano y se consolidó en la preferencia de las mujeres mexicanas con productos de calidad e innovadores diseños, que fueron sustentados por exitosas campañas publicitarias, las cuales muestran a la mujer actual: sensual, atrevida, segura... ¡con actitud!

Producto

Desde hace 46 años el producto principal de Vicky Form es la lencería, sin embargo, debido a las diversas necesidades de los consumidores, la marca ha creado varias líneas adicionales, destinadas a cubrir las demandas que el mercado va exigien-



2000



2001



2007

Logros

Vicky Form se ha convertido en una de las marcas más reconocidas e influyentes en el mundo de la lencería: representa calidad e innovación con diseños distintivos que satisfacen a todos los tipos de consumidores.



2005

Gracias al gran crecimiento de sus puntos de venta, hoy Vicky Form cuenta con 291 tiendas de venta por catálogo, una fuerza de venta con más de 120 mil emprendedores independientes,

do, sin preocuparse solo por la moda y las tendencias, sino también por las necesidades que el cliente plantea. Esto ha permitido introducir líneas de prendas exteriores para mujeres, hombres y niños, así como accesorios, cosméticos y algunos productos naturistas, lo cual permite a la marca expandir su mercado mediante sus más de 120 mil vendedoras independientes, que con sus catálogos hacen llegar la sensualidad a cada rincón del país.

Es innegable que Vicky Form ha sido responsable de la evolución de la ropa íntima en México, al marcar la diferencia desde prendas sencillas y básicas hasta coloridos diseños, con las últimas tendencias europeas, fabricadas con la más alta tecnología y los más estrictos estándares de calidad.

El compromiso de Vicky Form con la moda y la innovación se refleja en la calidad y la tecnología de sus prendas desarrolladas para necesidades específicas de sus consumidoras: Bra 100 Posiciones, Bra Relax, Bra 2 Tallas Max, Panty Simula Tanga, Bra Ultralight, Thermo Panty, Skin Bra y Naked Bra, son algunos ejemplos de cómo Vicky Form se mantiene en la vanguardia del diseño con materiales de última generación.

En la actualidad Vicky Form cuenta con un área llamada Astucia Femenina, donde un equipo conformado por mujeres de diferentes especialidades se encarga de dictar los lineamientos para el desarrollo de los productos que el mercado no solo requiere, sino que también desea.

35 *boutiques* y más de 1,900 puntos de venta en cadenas de almacenes, autoservicios y distribuidores mayoristas, además de los servicios de venta en línea en su sitio vickyform.com y su *call center* 01 800 90 VICKY, todo lo cual la posiciona como la marca de lencería con mayor presencia en México.

Asimismo, la marca se ha establecido en otros mercados fuera del suelo mexicano, al contar en la actualidad con presencia en Estados Unidos, Canadá y Guatemala.

Desarrollos Recientes

Vicky Form, creadora de tendencias vanguardistas, ha diseñado una línea completa de prendas íntimas para mujeres de cualquier edad, que gustan de sentirse modernas y seguras de sí mismas. Sus productos van desde cómodos coordinados para el uso diario hasta prendas que pueden lucirse en ocasiones especiales, además de que cuenta con una línea especial de ropa para resaltar la figura, como los modeladores *sexy shapers*.

Dentro de los últimos desarrollos que Vicky Form ha lanzado al mercado se encuentra la línea Sexy Control, la cual cubre las necesidades de las tallas extras "C" y "D", que brinda a sus usuarias la alternativa de tener una prenda que les ofrece control, soporte y, ante todo, sensualidad.

Promoción

La estrategia publicitaria se ha convertido en un sello característico que acompaña a Vicky Form. En los últimos cuatro años ha realizado campañas que muestran la sensualidad en las profesiones que desempeñan las mujeres a diario, así como los cuentos infantiles más reconocidos y los juegos que todos hemos jugado, con la visión muy característica de la marca.



La campaña del 2011, Los 10 Mandamientos de la Mujer, Creados por la Mujer, fue un proyecto con el que Vicky Form abordó el tema de género, abriendo un espacio en la red con su sitio web 10mandamientos.com.mx, para que las mujeres dieran su opinión acerca de los roles que en la actualidad juegan en la sociedad. La frase "¿Quién decidió?" fue el detonante que ayudó a que se cuestionaran su situación social actual y recibieran la invitación a expresarse, para que ellas mismas propusieran cuáles son las reglas o lineamientos que una mujer debería seguir en la actualidad.

Más de 25 mil propuestas de mandamientos y 300 mil votos de mujeres que eligieron los 10 Mandamientos de la Mujer, Creados por la Mujer, representaron para la marca una experiencia que permitió ver cómo una campaña se puede convertir en un movimiento



2009

2010



social, y cómo llega a trascender fronteras, ya que fueron varios los medios de países como Colombia, Argentina, Perú y España, entre otros, que se interesaron por la campaña para llevar este mensaje a su territorio.

Valores

Para Vicky Form todas las mujeres son importantes: esta es la ideología que, como marca, le ha permitido tener clara la visión de que cualquier mujer puede



2011

verse sensual, y esto solo se puede obtener a partir de que se sienta cómoda y segura de lo que refleja. Convencida de esta fórmula, toda su lencería es creada bajo la misma premisa, con la intención de que sus clientas puedan reflejar su interior al exterior.

La actitud es lo que define a Vicky Form como marca, y está consciente de que, para lograr los objetivos, lo más importante es contar con la motivación que le permita proyectarse de forma positiva hacia el exterior.

El gusto, la pasión y la entrega por lo que se hace es lo que permite a la familia Vicky Form mantenerse como creadora de la innovación y la moda en el mercado de la lencería.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Vicky Form

- El 80% de los puestos estratégicos en Vicky Form son desarrollados por mujeres.
- Vicky Form tiene prendas que se han colocado como las preferidas de sus clientas; ¡desde hace más de 25 años!
- Con la producción de brassieres Vicky Form de un año se le podría dar una vuelta al mundo.
- En la fabricación de un brassier participan en forma directa más de 60 personas.
- Vicky Form ha contado con la colaboración de importantes personalidades, como Thalía, que eligió a Vicky Form para desarrollar sus diseños de ropa interior; Ana Guevara, que promocionó el Air Bra, y, en julio del 2005, se firmó contrato con Bárbara Mori para lanzar su línea de lencería.
- Vicky Form fue la primera empresa que introdujo el tirante invisible en el continente americano, en el año de 1999.

