

CAPÍTULO 4

RESULTADOS

4.1 RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

4.1.1 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD A EL GERENTE DE LA EMPRESA HIERBA REAL

De acuerdo a lo que se planteó en el capítulo anterior se obtuvieron los siguientes resultados de los siguientes objetivos de Investigación con base en una entrevista de profundidad que se le realizó a el Lic. Delfino Rosas Olivos quien nos proporcionó la siguiente información.

- Determinar la percepción que posee el gerente de Hierba Real, acerca de la calidad de sus productos, así como también la de sus servicios que actualmente ofrece la empresa.

El Lic. Delfino Rosas Olivos, persona que actualmente administra a la empresa Hierba Real, contacta y negocia con los clientes actuales de la empresa, comenta que en este momento la empresa se encuentra con la actividad principal de la comercialización de plantas medicinales y aromáticas y especias, a empresas nacionales emparadoras de Té.

Para él es muy importante ofrecer un buen insumo o materia prima a su cliente, trata de ofrecer la mejor calidad en estos productos, pero es muy importante mencionar que en estos momentos no se ha implementado una innovación, ni una mejora continua y por lo tanto a falta de estas variables no se da una garantía al 100% de sus insumos. Él esta en las mejores condiciones en estos momentos para adaptar un método de control de calidad para mejorar la calidad de sus productos.

En cuanto a lo que percibe acerca de los servicios que proporciona la empresa actualmente, piensa que son buenos que cuentan con los medios de comunicación apropiados como: teléfono, fax, Internet; comenta que tiene un sitio Web de la empresa y que no se ha dado el uso necesario. También menciona que no cuenta con un equipo profesional para ofrecer un servicio más personalizado, por ejemplo un agente de ventas,

compras etc. Pero conforme el crecimiento de la empresa lo va a ir adquiriendo y él cree que en estos momentos la empresa ya necesita ir formando un equipo profesional.

- Conocer el grado de conocimiento que posee el gerente acerca de los beneficios de las plantas y especias potenciales de Hierba Real.

En cuanto al conocimiento que tiene de sus productos en propiedades comenta que es muy difícil determinar científicamente las partes de cada planta, y los efectos de cada una, pues maneja 106 tipos de plantas y es difícil saber la descripción detallada de cada una, pero sus productos potenciales como son el Té limón, manzanilla, jamaica, Flor de árnica, Flor de Tila. Posee un conocimiento más profundo de estos, como la descripción física, para que sirven y los beneficios que tienen. Para que sirve cada parte de la planta por ejemplo desde la raíz, el tallo, la flor, la hoja, etc. Lo cual representa una ventaja competitiva para la empresa, pues comenta que la experiencia que tiene en este mercado, hace que conozca los beneficios y remedios de estos productos.

4.1.2 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD A EL SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA HIERBA REAL

El objetivo que se planteó para llevar a cabo la entrevista de profundidad por medio del supervisor de producción de Hierba Real, fue el siguiente:

- Determinar la percepción que posee el supervisor de producción, acerca de la producción, procesos que se llevan a cabo para la comercialización de sus productos y el control de inventarios que se lleva a cabo actualmente en la empresa.

A través de este objetivo se llevó a cabo dicha entrevista y se obtuvieron los siguientes resultados:

Sobre la producción que se lleva a cabo en la empresa Hierba Real de acuerdo a la percepción que posee el supervisor de producción, se obtuvo que sólo se produce un solo

producto que es el Té Limón, y que por lo regular la empresa hace convenio con productores y se asocian para la producción de esta planta. Por otra parte, no existe tal como cuál una producción en la empresa, pues lo único que se lleva a cabo es reprocesar la materia prima, es decir, se obtiene el insumo a granel y deshidratado, lo que hace la empresa es hacer una transformación de este producto; lo muelen, después despolvan y por último lo empacan, esto tiene un proceso de 2 días máximo. Sin embargo cuando es el producto es entregado en planta verde este se tritura, posteriormente se deshidrata lo que tarda de 2 a 3 días, una vez deshidratado el producto se muele y por último se despolva, se pesa se empaca y se despacha. Y cuándo el producto no requiere de ningún proceso solamente se reempaca de un costal a otro, con el peso que el cliente requiera y se despacha.

En cuanto al control de inventarios, no se lleva un método específico para llevarlos a cabo, solamente se basan en la demanda de sus clientes, todo se registra por medio de notas de entrada y salida, pero nos comenta que no utiliza una herramienta adecuada para saber cual es la capacidad de sus inventarios con exactitud.

4.1.3 RESULTADOS DE DATOS SECUNDARIOS

4.1.3.1 DATOS SECUNDARIOS INTERNOS

Los datos secundarios que se obtuvieron por este medio, fue la demanda de los clientes actuales de Hierba Real, la identificación de sus productos potenciales (Ver anexo 1), así como también estados financieros y la forma en la que operan sus procesos en la empresa.

4.1.3.2 DATOS SECUNDARIOS EXTERNOS

Por medio de esta investigación se obtuvo la producción nacional de los tres productos potenciales de Hierba Real: Manzanilla, Té Limón y Flor de Jamaica; identificando un estimado de la participación de la empresa en cuanto a la comercialización de dichos productos y se analizo lo siguiente: que el 7% de la producción nacional de Manzanilla lo

comercializa Hierba Real, en la Jamaica el 0.4% y el Té Limón con el 60%.(Ver anexo 4). Así como también se obtuvo una propuesta de un directorio de clientes para la empresa Hierba Real, por medio de Internet (Ver anexo 3). Se proponen datos para el contacto con asociaciones de la Industria naturista que proporcionan información acerca de eventos relacionados con este sector (Ver anexo 6) y también se obtuvieron aspectos legales, de leyes y reglamentos de la salud (Ver anexo7).

4.2 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE

En esta investigación se planteó una investigación concluyente descriptiva con un diseño de sección transversal, llamado con frecuencia diseño de investigación de encuesta. Esta investigación, se llevó a cabo entre las empresas a las que les vende actualmente Hierba Real, los siguientes objetivos que se determinaron fueron los siguientes:

- Determinar la percepción que poseen los clientes actuales de la empresa acerca de los productos y servicios que les ofrece Hierba Real.
- Determinar a la competencia directa e indirecta de Hierba Real, que permita establecer el grado de amenaza que ésta representa, para la empresa y sus objetivos.

Los resultados que se llevaron a cabo por medio de este instrumento de medición, de acuerdo a la secuencia de preguntas del cuestionario se muestran a continuación.

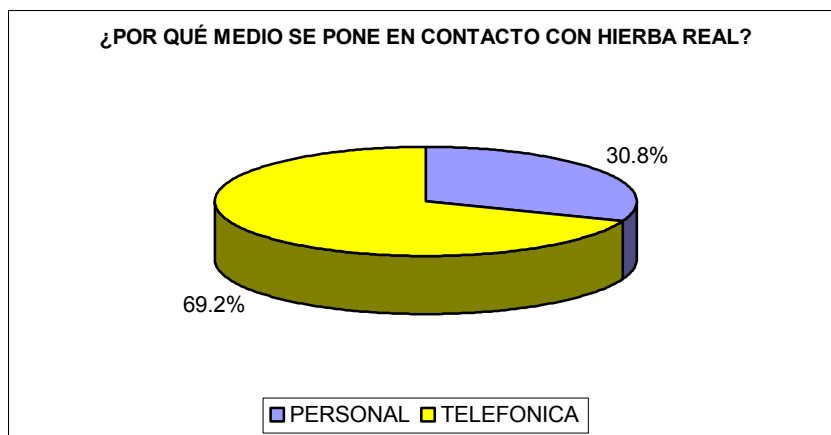
4.2.1 MEDIO ACTUAL DE CONTACTO QUE UTILIZAN LOS CLIENTES CON HIERBA REAL

Es importante saber por cual medio la empresa se contacta con sus clientes, ya que de esta manera sabremos si Hierba Real, tiene eficiencia con este tipo de comunicación. A continuación se presenta una tabla, la que representa los resultados obtenidos.

TABLA: 4.1 MEDIO ACTUAL DE CONTACTO QUE UTILIZAN LOS CLIENTES CON HIERBA REAL

RESPUESTAS		13	MODA		3
SIN CONTESTAR		2	DESVIACION ESTÁNDAR		0.9608
MEDIA		2.3846	VARIANZA		0.9231
MEDIANA		3			
	FRECUENCIA	%	% CONTESTADO	% ACUMULADO	
PERSONAL	4	26.7%	30.8%	30.8%	
TELEFONICA	9	60.0%	69.2%	100.0%	
TOTAL	13	86.7%	100.0%		
SIN CONTESTAR	2	13.3%			
	15	100.0%			

GRÁFICA 4.1 MEDIO ACTUAL DE CONTACTO QUE UTILIZAN LOS CLIENTES CON HIERBA REAL



Como se puede analizar la representación de esta gráfica, 9 de los clientes de Hierba Real se contactan por teléfono y 4 se contactan personalmente.

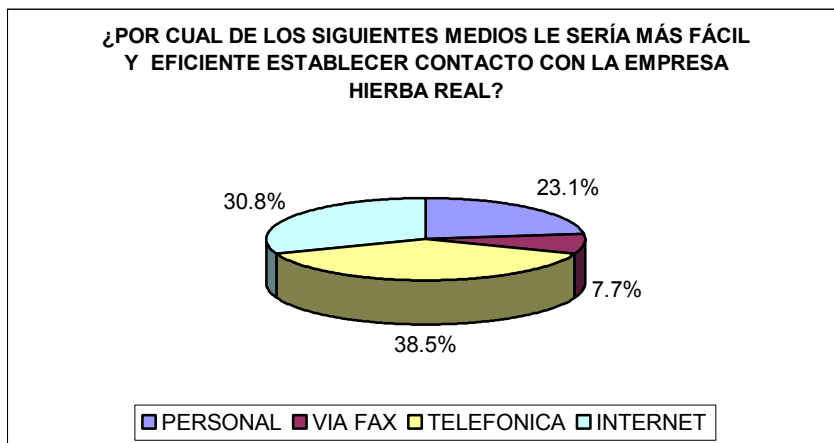
4.2.2 MEDIO EFICIENTE DE LOS CLIENTES PARA TENER COMUNICACIÓN CON HIERBA REAL

Es importante saber el medio por el cual los clientes les sería más eficiente tener contacto con la empresa, en la siguiente tabla se presenta el resultado para obtener dicho propósito.

TABLA 4.2 MEDIO EFICIENTE DE LOS CLIENTES PARA TENER COMUNICACIÓN CON HIERBA REAL

RESPUESTAS		13	MODA		3
SIN CONTESTAR		2	DESVIACION ESTÁNDAR		1.1658
MEDIA		2.7692	VARIANZA		1.359
MEDIANA		3			
	FRECUENCIA	%	% CONTESTADO	% ACUMULADO	
PERSONAL	3	20%	23.1%	23.1%	
VIA FAX	1	7%	7.7%	30.8%	
TELEFONICA	5	33%	38.5%	69.2%	
INTERNET	4	27%	30.8%	100.0%	
TOTAL	13	87%	100.0%		
SIN CONTESTAR	2	13%			
TOTAL	15	100%			

GRÁFICA 4.2 MEDIO EFICIENTE DE LOS CLIENTES PARA TENER COMUNICACIÓN CON HIERBA REAL



Hay varias preferencias por parte de los clientes para contactarse con la empresa, ya que la mayoría opta por tener contacto por teléfono y por Internet, y algunos por vía fax y personal, entonces hay que considerar un servicio personalizado por teléfono y personal, para que el cliente quede satisfecho al contactar con la empresa Hierba Real.

4.2.3 CLIENTES QUE HAN VISITADO EL SITIO WEB DE HIERBA REAL

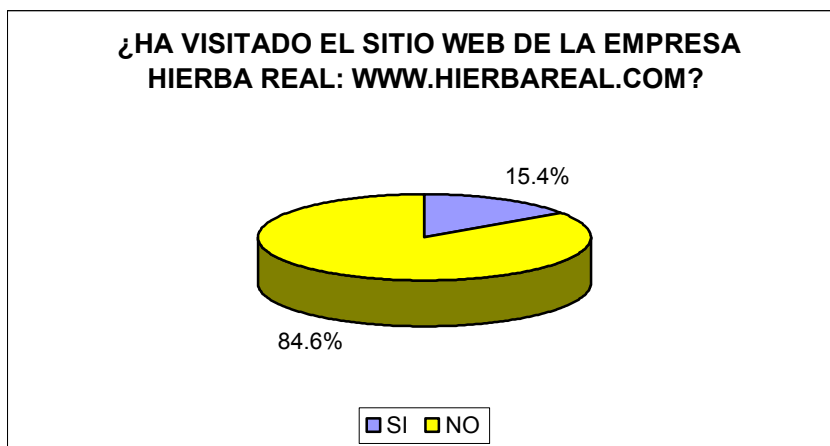
La empresa Hierba Real, ya cuenta con una página Web, se pretende saber si el cliente ya conoce de su existencia.

TABLA 4.3 CLIENTES QUE HAN VISITADO EL SITIO WEB DE HIERBA REAL

RESPUESTAS	13	MODA	2
SIN CONTESTAR	2	DESVIACION ESTÁNDAR	0.3755
MEDIA	1.8462	VARIANZA	0.141
MEDIANA	2		

	FRECUENCIA	%	% CONTESTADO	% ACUMULADO
SI	2	13.3%	15.4%	15.4%
NO	11	73.3%	84.6%	100.0%
TOTAL	13	86.7%	100.0%	
SIN CONTESTAR	2	13.3%		
TOTAL	15	100.0%		

GRÁFICA 4.3 CLIENTES QUE HAN VISITADO EL SITIO WEB DE HIERBA REAL



La mayoría de los clientes excepto 2 de ellos no han visitado la página Hierba Real.

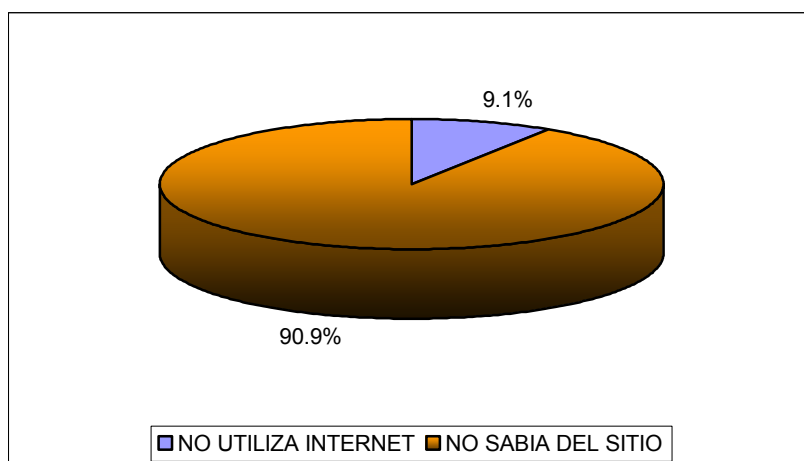
4.2.4 RAZÓN POR LA CUAL NO SABÍAN DE LA EXISTENCIA DE LA PÁGINA WEB

A continuación se presenta una tabla en la cual se obtienen los resultados de la razón del porque los clientes de Hierba Real no conocían de su existencia

TABLA 4.4 RAZÓN POR LA CUAL NO SABÍAN DE LA EXISTENCIA DE LA PÁGINA WEB

RESPUESTAS		11	MODA		2
SIN CONTESTAR		4	DESVIACION ESTÁNDAR		0.3015
MEDIA		1.9091	VARIANZA		0.0909
MEDIANA		2			
		FRECUENCIA	%	% CONTESTADO	% ACUMULADO
NO UTILIZA INTERNET		1	6.7%	9.1%	9.1%
NO SABIA DEL SITIO		10	66.7%	90.9%	100.0%
TOTAL		11	73.3%	100.0%	
SIN CONTESTAR		4	26.7%		
TOTAL		15	100.0%		

GRÁFICA 4.4 RAZÓN POR LA CUAL NO SABÍAN DE LA EXISTENCIA DE LA PÁGINA



Se observa que la mayoría de sus clientes no conocía la existencia de la página Web, por lo que se requerirá poner especial atención en este aspecto.

4.2.5 PERCEPCIÓN DEL CLIENTE ACERCA DE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE HIERBA REAL

En este punto se consideraron los siguientes factores para calificar la calidad del producto que ofrece Hierba Real a sus clientes: presentación, etiquetado, identificación y calidad del producto. A continuación se presenta una tabla donde se muestran los resultados de los 4 factores que calificaron los clientes:

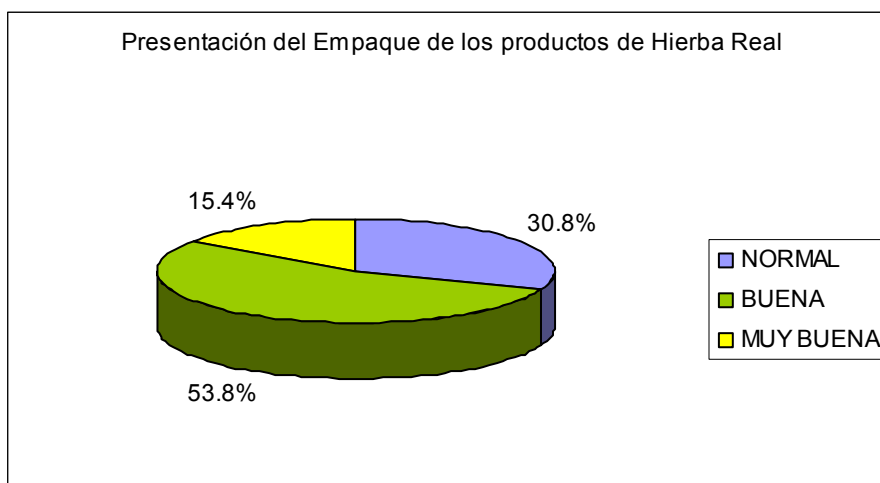
TABLA 4.5 PERCEPCIÓN DEL CLIENTE ACERCA DE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE HIERBA REAL

	MUY MALA	MALA	NORMAL	BUENA	MUY BUENA	NO RESPONDIO	TOTAL
EMPAQUE	0	0	4	7	2	0	13
ETIQUETADO	5	2	2	1	0	0	10
IDENTIFICACIÓN	7	1	1	2	0	0	11
CALIDAD	0	0	0	8	5	0	13
EMPAQUE	0.0%	0.0%	30.8%	53.8%	15.4%	0.0%	100.0%
ETIQUETADO	50.0%	20.0%	20.0%	10.0%	0.0%	0.0%	100.0%
IDENTIFICACIÓN	63.6%	9.1%	9.1%	18.2%	0.0%	0.0%	100.0%
CALIDAD	0.0%	0.0%	0.0%	61.5%	38.5%	0.0%	100.0%

Como se puede analizar en esta tabla, la mayoría de los clientes de Hierba Real, consideran que la calidad de sus insumos son buenos, así como también su la presentación, en el caso de Hierba Real el empaque son los costales donde va el producto, sin embargo la identificación y etiquetado la perciben mala, lo que llega a deducir que si la empresa mejora estos factores pueden ofrecer muy buen producto.

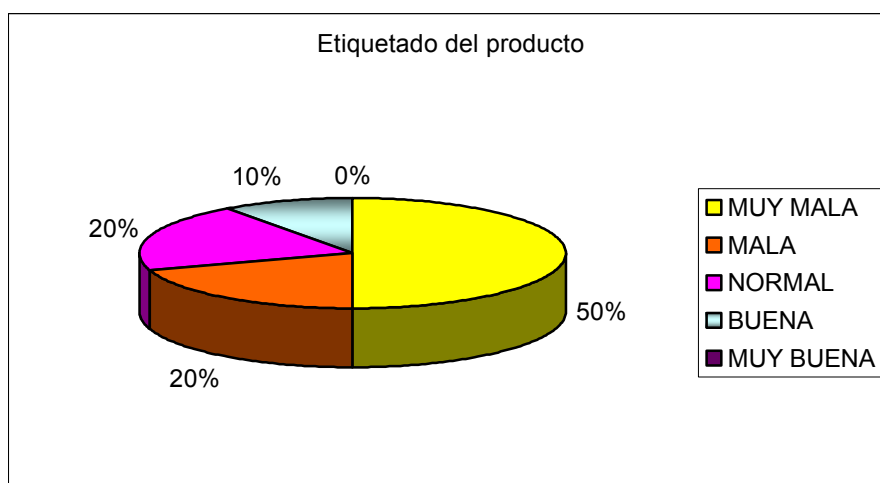
En la siguiente página se presentan gráficas del resultado de cada factor que consideró el cliente.

GRÁFICA 4.5 PRESENTACION DEL EMPAQUE



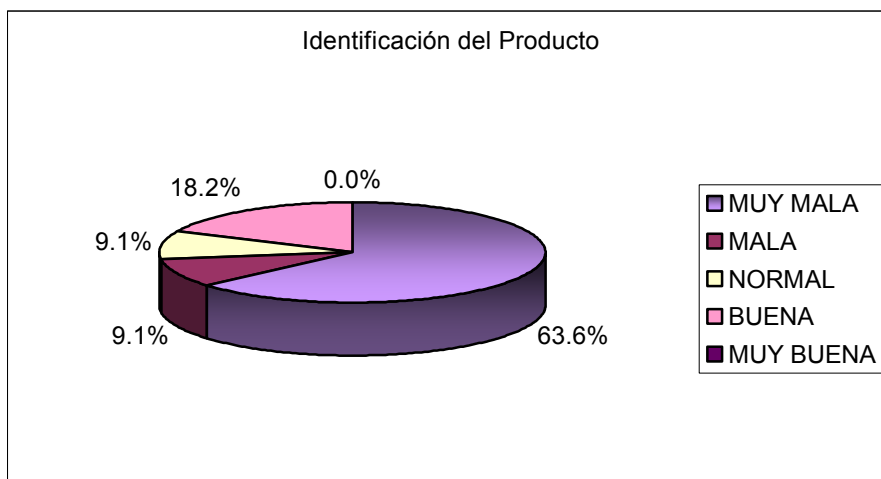
Empaque: la mayoría de los clientes lo califican como bueno, por lo que entendemos que solo tiene que hacer muy pocas modificaciones en su empaque.

GRÁFICA 4.6 ETIQUETADO DEL PRODUCTO



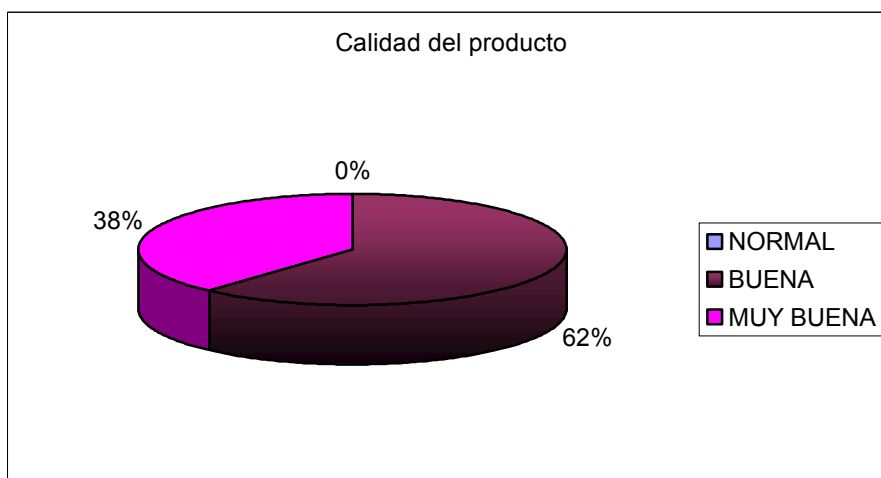
Etiquetado: Esta variable fue percibida por la mayoría de los clientes muy mala a normal y ninguno la consideró buena, entonces esto nos hace determinar que es muy importante que se considere este factor del producto, ya que es muy importante el etiquetado pues da una descripción general del producto.

GRÁFICA 4.7 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO



Identificación: La identificación del producto está calificada muy mala, por lo tanto es importante considerar esta variable en este aspecto ya que se debe de cuidar muy bien la identificación de un producto para que el cliente sepa que es lo que esta obteniendo.

GRÁFICA 4.8 CALIDAD DEL PRODUCTO



Calidad: La calidad del insumo, la mayoría de los clientes lo calificaron como bueno y otros como muy bueno, esto refleja que la empresa ofrece buena calidad de sus productos.

4.2.6 PERCEPCIÓN DEL CLIENTE ACERCA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE OFRECE HIERBA REAL

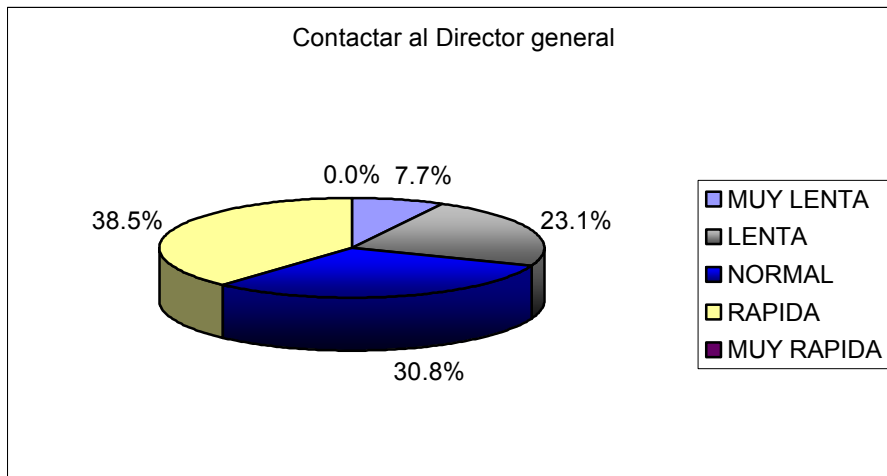
A continuación se muestra una tabla que muestra los resultados que se obtuvieron de los clientes, considerando cuatro factores importantes para calificar el servicio que proporciona Hierba Real los cuales fueron: Contacto con el Director general, respuesta de cotización, atención en el proceso de compra, entrega del producto al cliente.

TABLA 4.6 PERCEPCIÓN DEL CLIENTE ACERCA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE OFRECE HIERBA REAL

	MUY LENTA	LENTA	NORMAL	RAPIDA	MUY RAPIDA	NO RESPONDIO	TOTAL
CONTACTAR DIR. GRAL.	1	3	4	5	0	0	13
RESPUESTA A SUS COTIZACIONES	0	0	8	3	2	0	13
ATENCION PROCESO DE COMPRA	0	0	3	8	2	0	13
ENTREGA DEL PRODUCTO	1	7	3	2	0	0	13
CONTACTAR DIRECTOR GENERAL	7.7%	23.1%	30.8%	38.5%	0.0%	0.0%	100.0%
RESPUESTA A SUS COTIZACIONES	0.0%	0.0%	61.5%	23.1%	15.4%	0.0%	100.0%
ATENCION PROCESO DE COMPRA	0.0%	0.0%	23.1%	61.5%	15.4%	0.0%	100.0%
ENTREGA DEL PRODUCTO	7.7%	53.8%	23.1%	15.4%	0.0%	0.0%	100.0%

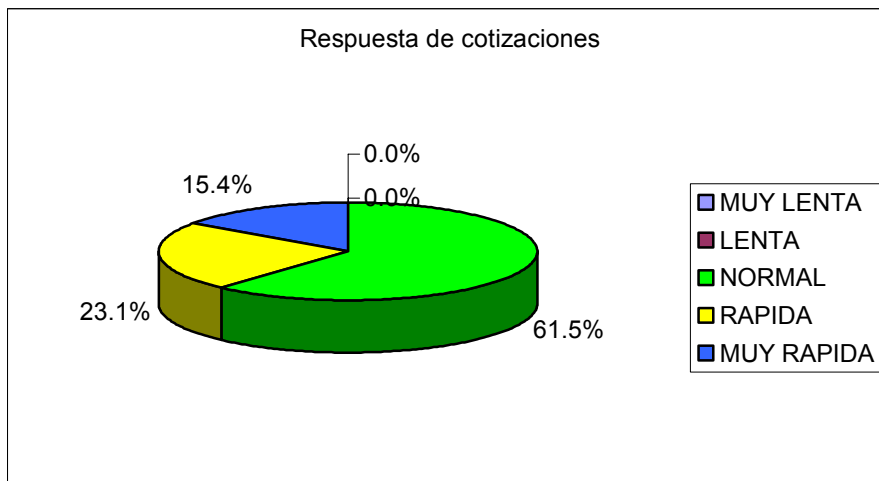
A continuación se muestran gráficas de cada variable que el cliente calificó, de acuerdo a sus percepciones.

GRÁFICA 4.9 CONTACTO CON EL CLIENTE



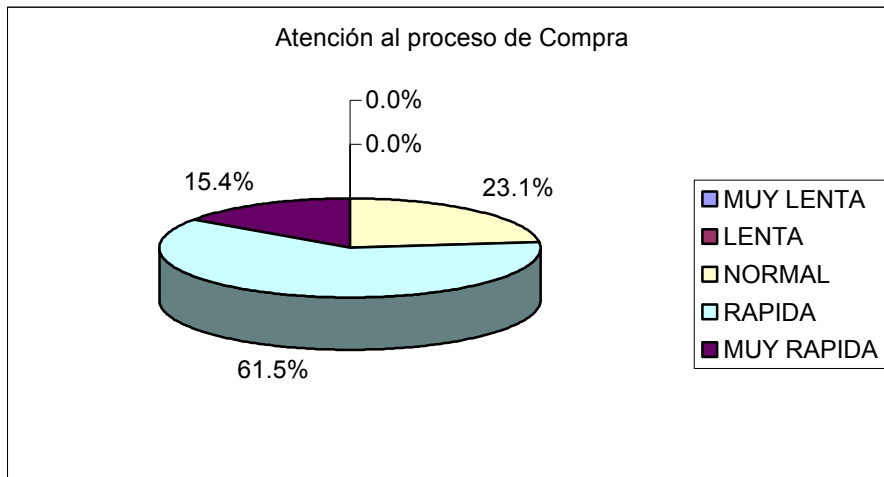
Contacto con el Director General: A la mayor parte de los clientes se les hace rápido el contacto con el Director General, a otros se les hace normal y lento. Sin embargo a un cliente sí le es muy lento localizarlo, lo que hay que cuidar de este aspecto en ofrecer un servicio más eficiente.

GRÁFICA 4.10 RESPUESTA DE COTIZACIONES



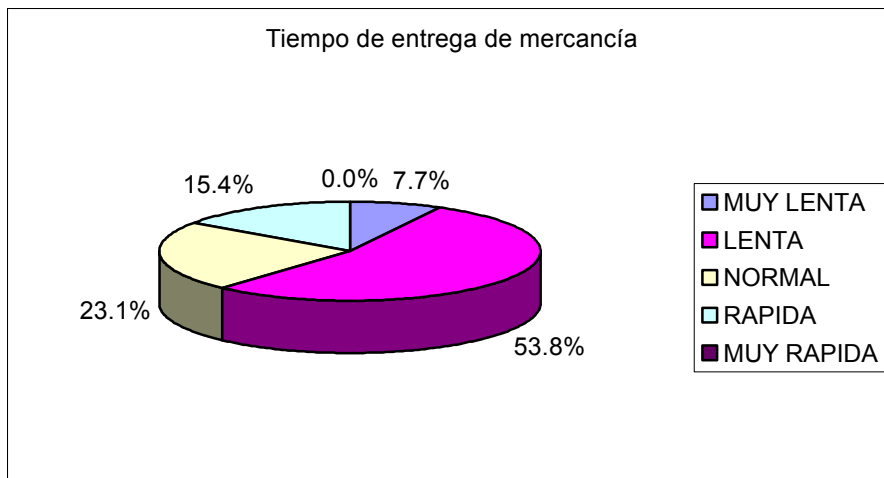
Respuesta a sus cotizaciones: Los clientes perciben que sus respuestas a sus cotizaciones son buenas, solo se debe de cuidar más este aspecto, ya que es un factor importante para un cliente y no pierda en interés de hacer compras con la empresa.

GRÁFICA 4.11 ATENCIÓN AL PROCESO DE COMPRA



Atención al proceso de compra: Se observa que la atención al proceso de compra, la perciben los clientes de Hierba Real como rápida en el 61.5% de las respuestas, aunque un 23% considera lento este proceso. Se necesita en consecuencia mejorarlo aunque no lo encuentren en su mayoría mal.

GRAFICA 4.12 TIEMPO DE ENTREGA DE MERCANCÍA



Entrega del producto: En este punto se destaca que la mayoría de los clientes contestaron que el tiempo de entrega de su mercancía es lenta, por lo tanto es necesario que se cuide también este aspecto.

4.2.7 EVALUACIÓN DE LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR PROCESOS ADICIONALES A LOS PRODUCTOS DE HIERBA REAL

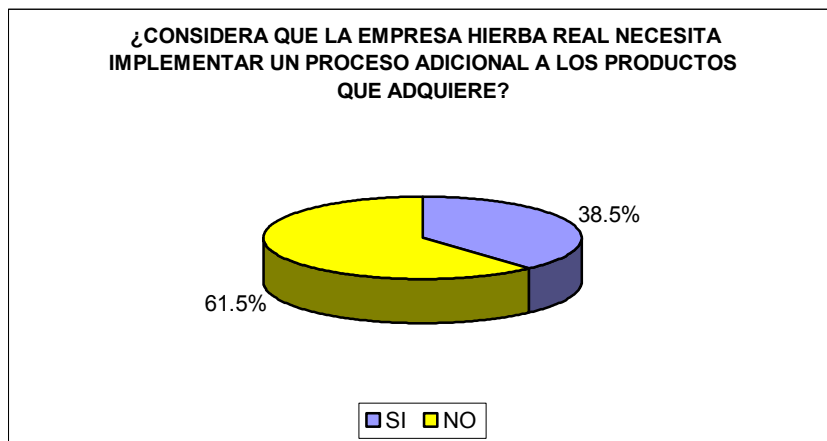
A continuación se presenta una tabla en la que se analiza si la empresa Hierba Real necesita implementar un proceso adicional a los productos que oferta.

TABLA 4.7 EVALUACIÓN DE LA NECESIDAD DE IMPLEMENTAR PROCESOS ADICIONALES A LOS PRODUCTOS DE HIERBA REAL

RESPUESTAS		13	MODA		2
SIN CONTESTAR		2	DESVIACION ESTÁNDAR		26.0317
MEDIA		8.5714	VARIANZA		677.6484
MEDIANA		2			
	FRECUENCIA	%	% CONTESTADO	% ACUMULADO	
SI	5	33.3%	38.5%	38.5%	
NO	8	53.3%	61.5%	100.0%	
TOTAL	13	86.7%	100.0%		
SIN CONTESTAR	2	13.3%			
	15	100.0%			

En este punto se considera que la mayoría de los clientes están satisfechos con el proceso que se le da Hierba Real a su producto, por otra parte algunos clientes consideraron que si lo requieren.

GRÁFICA 4.13 EVALUACIÓN DE LAS NECESIDAD DE IMPLEMENTAR PROCESOS ADICIONALES A LOS PRODUCTOS DE HIERBA REAL



4.2.8 PROCESOS ADICIONALES SUGERIDOS POR ALGUNOS CLIENTES DE HIERBA REAL

Debido a que en la pregunta anterior solo contestaron 5 clientes que si requerían la implementación de sus productos, se determinaron todos los puntos que consideraron.

De los 5 clientes, solo 4 contestaron que contestaron que si requieren otra implementación de procesos a sus productos, cada uno contestó un diferente proceso, a continuación se mencionan las diferentes necesidades:

- Sanitización
- Análisis de Laboratorio
- Control de Calidad
- Empacadora para Té

4.2.9 PRODUCTOS DEMANDADOS POR LOS CLIENTES

Es necesario saber cuales son los productos que el cliente demanda con mayor frecuencia en general, por lo tanto se tomaron en cuenta todos los productos que mencionaron.

- Manzanilla
- Telimón
- Jamaica
- Hierba Buena
- Zarparrilla
- Flor de azahar
- Plantas varias.

4.2.10 ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS CON LA COMPETENCIA

A continuación se presenta una tabla con los resultados de los clientes para determinar si adquieren productos con otras empresas:

TABLA 4.8 ADQUISICION DE PRODUCTOS CON LA COMPETENCIA

RESPUESTAS		12	MODA		1
SIN CONTESTAR		3	DESVIACION ESTÁNDAR		0
MEDIA		1	VARIANZA		0
MEDIANA		1			
	FRECUENCIA	%	% CONTESTADO	% ACUMULADO	
SI	12	80.0%	100.0%	100.0%	
NO	0	0.0%	0.0%	100.0%	
TOTAL	12	80.0%	100.0%		
SIN CONTESTAR	3	20.0%			
	15	100.0%			

Por lo que se pudo observar en la tabla, todos los clientes de Hierba Real, si adquiere productos con otras compañías.

4.2.11 OTRAS EMPRESAS CON LAS QUE ADQUIEREN SUS PRODUCTOS LOS CLIENTES DE HIERBA REAL

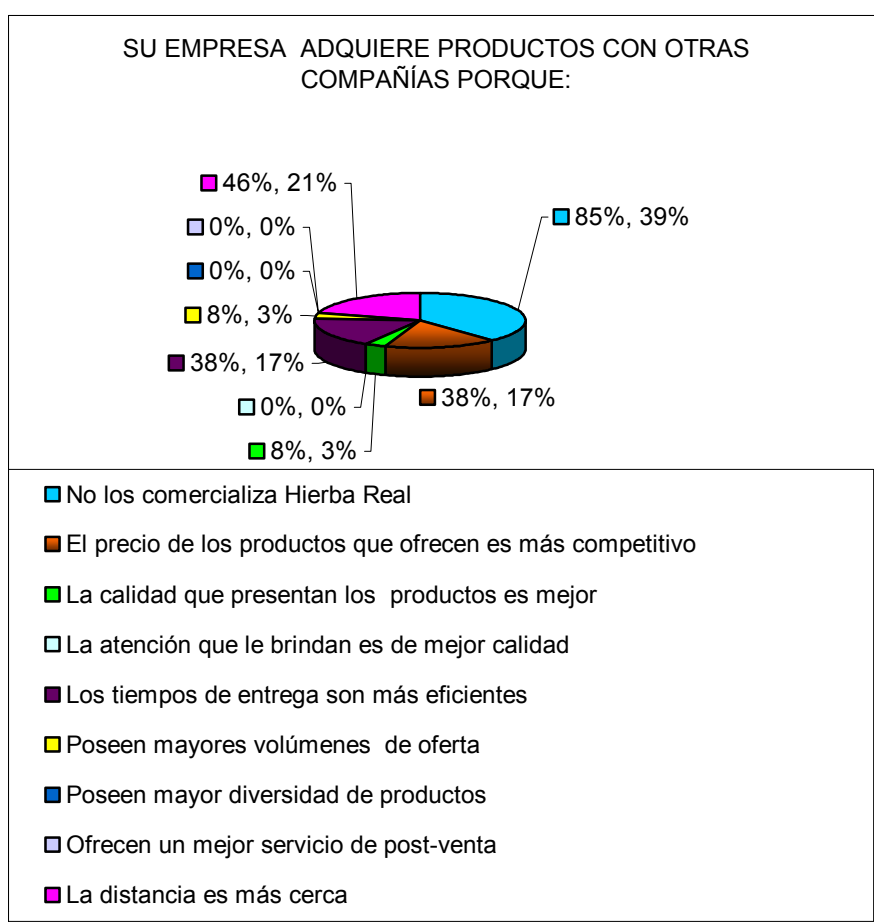
Las empresas con las que adquieren productos los clientes de Hierba Real, se mencionan a continuación:

- Félix Molina
- Condimentos y especias
- Sr. Isidoro Huerta
- Sr. Gregorio Trejo
- Sr. Víctor Ríos
- Sr. Oscar del Rosario
- Productores agrícolas regionales
- Varios productores agrícolas (agrupaciones campesinas)

4.2.12 RAZONES POR LAS CUALES LOS CLIENTES COMPRAN CON OTRAS EMPRESAS

Es importante saber cuales son las razones por las cuales los clientes de Hierba Real, compran con otras empresas, a continuación se presenta una gráfica con los resultados obtenidos.

GRÁFICA 4.14 RAZONES POR LAS CUALES LOS CLIENTES COMPRAN CON OTRAS EMPRESAS



Analizando la gráfica anterior se puede observar que el principal motivo por el cual los clientes de Hierba Real, realizan compras con otras compañías es debido a que Hierba Real no los comercializa. También se observó que el precio de los productos influyó como

segunda razón en las compras con otras compañías. Otra razón de importancia que dieron los clientes al comprar sus insumos con otras compañías fue por el tiempo de entrega.

Como se pudo observar en este análisis en general de la empresa Hierba Real, que hay muchos puntos de que cuidar para seguir manteniendo una buena relación con los clientes, pues es muy importante que un cliente quede satisfecho en la realización de su compra con la empresa.

4.3 LIMITACIONES EN LA INVESTIGACIÓN

Algunas de las limitaciones que se presentaron en esta investigación fueron las siguientes: De las 15 encuestas que se pretendían realizar no se pudo establecer contacto con 2 de los clientes, por lo que el número de encuestas realizado finalmente fue de 13.

En los datos secundarios externos, no se pudo encontrar información oficial del último año, en relación a los productos producidos en el país, por lo que el análisis se efectuó con la fecha más reciente disponible que son datos del 2002.

Como clientes para la encuesta se determinó a todos los clientes que han efectuado compras en la empresa en los últimos 3 años. Cabe mencionar que algunos de estos no efectuaron compras en el 2003, por lo que no se mencionan en el análisis de la demanda presentado en el Anexo 1.

Con base en la información obtenida se elaborará la propuesta del plan de negocios a la empresa Hierba Real.