

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La realización de este estudio, ha sido un punto importante y de mucha utilidad para la empresa Hierba Real, ya que de esta manera se obtuvieron datos, de las necesidades que tienen los consumidores potenciales del producto. Además se identificó al mercado potencial al que se quiere dirigir el lanzamiento y los medios para llevar acabo la campaña del té.

Este estudio fue importante ya que se realizó una investigación y un análisis en el mercado de tés con la finalidad de conocer la situación actual y lanzar el té de Jamaica Hierba Real al mercado. Muchas empresas no están al tanto de las ventajas que un análisis previo tanto del producto como del mercado ofrece en el momento del lanzamiento de los productos, gracias a los análisis se pueden reducir costos con mucha facilidad, aprovechando los datos que se obtienen, se pueden dar cuenta de las fortalezas y las debilidades que tiene el producto y la marca, mejorar éstas y sacarle provecho ante las otras marcas en el mercado.

Ya que la competencia de los tés es una competencia fuerte debido a que McCormick y Lagg's son marcas conocidas, que tiene renombre y además se encuentran bien posicionadas en el público, para llevar a cabo el lanzamiento del té de Jamaica Hierba Real se deben realzar las ventajas que se obtuvieron de este estudio (el buen sabor, el buen color y el buen olor) para estar al nivel de dicha competencia.

En estos momentos, en México, se vive una crisis económica bastante seria, por lo que es bueno que la empresa Hierba Real se haya propuesto hacer una investigación profunda de sus productos para ver cuál era el mejor a lanzar, y además estudiar cuál es el mercado potencial de los tés para atacar directamente a éste con la publicidad y lograr un buen lanzamiento sin correr riesgos teniendo además una planeación de la campaña para lanzar el producto.

La propuesta de la campaña para el lanzamiento del té de Jamaica Hierba Real, fue centrada fundamentalmente en dar a conocer las características, las ventajas y beneficios que ofrece dicho producto al público meta. Basándonos en la investigación del mercado y de los consumidores potenciales, para poder darnos cuenta si el producto estaba listo para salir al mercado o si se le tenían que hacer algunas modificaciones en la producción.

Para el lanzamiento, de la marca Hierba Real, se pensó en el té de Jamaica ya que éste reúne todas las características positivas que pueden hacer que el público acepte de manera favorable el producto, debido a que el estudio arrojó que el té antes mencionado, tiene buen sabor, buen color y buen olor sería el más adecuado para que la marca entrara con fuerza y logre poco a poco el posicionamiento en la mente de nuestras consumidoras.

Para tener un monitoreo profesional en el mercado de tés, se pensó utilizar grupos focales con la finalidad de que en ellos se encontraran y midieran variables de vital importancia para ver la aceptación que tenía el producto en el mercado potencial, gracias a estos, se observó a las participantes de cada grupo logrando reunir las opiniones y sentimientos generadas por los tés, además se pudo tener una amplia visión de las diferencias que se mencionaban a la hora de probar los tés. (ya que en los grupos se pusieron a competir marcas).

Con base en la investigación, también se reunieron las opiniones de nuestras consumidoras potenciales y se pudo recoger esa información para diseñar el empaque con el que el producto saldrá al mercado, ya que el empaque fue seleccionado de muestras presentadas a las consumidoras potenciales, al ser esa muestra la más aceptada, se mejoró y se presentó a la empresa para su aprobación.

Para la campaña de lanzamiento, repropusieron diferentes slogans con el fin de que éstos aparezcan a lado de la imagen del producto, y la agencia publicitaria

diseñe los anuncios que se insertarán en los diferentes medios de difusión en la ciudad de Puebla.

En base a la investigación que se llevó a cabo para conocer la competencia a la que Hierba Real se enfrentaría a la hora de lanzar el producto al mercado, se hizo un estimado del precio que debería tener el té en el mercado, así, tomando también opiniones de los grupos focales referentes al precio que estarían dispuestas a pagar por el té en el mercado, se llegó a la conclusión de que el precio ideal para el té de Jamaica debe ser de \$15 pesos.

Los medios que se utilizarán en la campaña de lanzamiento del té de Jamaica Hierba Real, fueron seleccionados por el perfil del público al que esta campaña estará dirigida, la razón principal fue que las amas de casa consumen medios locales debido a que en el contenido pueden aparecer conocidos, familiares, entre otros. De ahí se investigaron precios de los medios locales y se llegó a la conclusión de que los más accesibles y funcionales serían los periódicos, con anuncios a color de ½ plana para que se aprovechen los colores del empaque y del té (ya que fue una de las ventajas que se encontró en el producto) y revistas/suplementos que incluyen el mismo tipo de información, pero éstas se reparten en zonas específicas de la ciudad de Puebla, a la que nuestro público potencial que son amas de casa las cuales tienen un nivel socioeconómico medio a medio alto frecuentan.

Se pensó en los stands como otro medio de difusión para la campaña del té ya que en este se tiene contacto directo con los clientes, y una de las ventajas que este tipo de promoción tiene, es que el cliente puede probar el té antes de adquirirlo, en caso de que el té le haya gustado, el mismo cliente puede recomendarlo con sus conocidos. Otra ventaja es que el stand se encuentra dentro de los supermercados, donde se encuentra el producto, con esto el cliente tiene la facilidad de recordar, el sabor, el empaque y el nombre y comprarlo en ese momento o tenerlo en la mente para su próxima visita.

Las edecanes por último, se pensaron con la finalidad de reforzar los medios antes mencionados, ya que se les reparte muestras del producto a los clientes para que estos lo prueben en su casa y se den cuenta realmente de que el té tiene buen sabor, color y olor; gracias a esto en su visita al supermercado pueden llevar a cabo la compra.

Nuestras recomendaciones para la empresa Hierba Real, son las siguientes:

- Mejorar el sabor, el color y el olor del té de manzanilla, ya que en este no tiene el nivel para competir en el mercado de los tés de manzanilla, ya que en los focus groups las amas de casa no lo aceptaron del todo prefiriendo las otras marcas.
- Investigar las razones por las que el té de manzanilla no gustó y buscar las cualidades que le hacen falta para que se pueda lanzar al mercado.
- A pesar de que en la investigación el té de limón no obtuvo el último lugar en las variables medidas (sabor, color, olor) no es el mejor entre las demás marcas y por lo tanto si se quiere lanzar al mercado se debe mejorar para que el público lo acepte en su totalidad.
- Ampliar el catálogo de sabores para estar a la altura de las marcas con las que compite.
- En cuanto a la empresa, esta debe de contar con la infraestructura para llevar a cabo el proceso de empaque del té de jamaica, para poder venderlo en los supermercados.
- Debería incluir en el organigrama un departamento de promoción y publicidad para la venta de los productos.
- Incluir el producto en la página web de la empresa o que se cree una página adicional del té de jamaica.

La investigación da pie a que otras personas lleven a cabo la creación de futuros estudios, que aporten a la empresa Hierba Real una visión más amplia de las diferentes herramientas de mercadotecnia y comunicación que puede utilizar para su beneficio.

Después de lanzar el té de Jamaica, se podrán realizar estudios para ver si los tés de manzanilla y limón están listos para lanzarse al mercado. Además después de llevar a cabo lo que el presente estudio propone, se puede hacer un análisis situacional de la forma en que está siendo aceptado el té de Jamaica.

Otro estudio se puede realizar a partir de esta tesis es el análisis de la imagen de la marca y cuál es el grado de aceptación que tiene en el mercado. También se podría crear la página de Internet dedicada al té de Jamaica o hacer una propuesta para la renovación de la página de la empresa Hierba Real.

Pensamos que esta fue la mejor manera de realizar el estudio, es decir no haríamos ningún cambio en la manera en que se llevó a cabo la investigación, ya que las reuniones que se tuvieron con el público meta, fueron de gran ayuda y obtuvimos resultados válidos para tomar decisiones que ayuden a la empresa Hierba Real a lanzar el producto, es por eso que se incluyeron recomendaciones en dicho estudio para que se mejoren ciertos aspectos tanto del producto como de dicha empresa.

La motivación principal de esta tesis fue el darnos cuenta de que somos unas personas capaces de manejar grupos de personas de una manera muy responsable para llevar a cabo una investigación seria y de gran importancia para una empresa. Además de tener en nuestras manos el lanzamiento de un nuevo producto al mercado y podernos dar cuenta del gran trabajo que esto implica; del mismo modo, nos queda la satisfacción de haber dado nuestro mejor

esfuerzo y de haber entregado todo lo aprendido a lo largo de la carrera en esta tesis.

Gracias a este estudio descubrimos que somos capaces de realizar proyectos profesionales con responsabilidad ante todo, apoyándonos en los conocimientos generados a lo largo de nuestros estudios universitarios, nos dimos cuenta de que si se trabaja con empeño, organización y con ganas de hacer bien las cosas, los proyectos que vengan en un futuro los podremos sacar adelante.