

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

6.1 Comprobación de Hipótesis

La creación de la identidad visual del Mezcal Tobalá Ensueño, contribuirá a fomentar la competitividad en la región productora (Sola de Vega Oaxaca) y a fortalecer al producto como emblemático de las bebidas de agave en el estado de Oaxaca. Además, contribuye para que la empresa pueda contar con una diferenciación de los demás productos que existen en el mercado.

Los identificadores visuales desarrollados tienen un alto potencial para convertirse en una identidad visual sólida que exprese por medio de estos signos visuales, la construcción y la promoción de la imagen corporativa. Es por ello, que podemos decir que la creación de una nueva identidad visual para el Mezcal Tobalá Ensueño, el

cual tiene un enfoque de mercados específico (en este caso, la clase media alta y alta), contribuye a transmitir los valores culturales que el mezcal tiene como producto tradicional y ayuda a destacar las regiones a las cuales pertenece y es altamente aceptado por el público meta.

Con base a lo anterior, podemos decir que la identidad visual diseñada para el Mezcal de Tobalá (Ensueño), establece una buena imagen en el público meta y que la imagen de contacto del Mezcal de Tobalá (Ensueño) depende de una identidad visual bien definida, por lo que podemos aceptar las hipótesis de investigación planteadas en este proyecto.

6.2 Conclusiones

Las conclusiones emanadas de este proyecto y del estudio de mercado realizado, nos permite puntualizar las siguientes conclusiones:

El consumo de bebidas alcohólicas en el mercado meta, está orientado preferentemente hacia la Cerveza y Whiskey en los hombres, y Tequila, en las mujeres.

En este segmento, a bebida de Agave más identificada es el Tequila, sin embargo el conocimiento del mezcal es aceptable. En el público objetivo, existe la percepción generalizada de que el Mezcal es un producto de bajo costo (y calidad), que debiera estar dirigido a un nivel socioeconómico bajo. Se asocia principalmente a una imagen de bebida tradicional, consumida por hombres y a su lugar de origen.

Respecto a la propuesta desarrollada para la imagen del Mezcal Tobalá "El Ensueño", el segmento entrevistado coincide en considerarla una propuesta innovadora, que representa las características de un buen producto de mezcal y que además tiene detalles que seducen al consumidor por la sutil forma de destacar los atributos culturales y tradicionales que rodean el proceso de elaboración del Mezcal.

Con relación al enfoque socioeconómico que se le ha dado al producto, el segmento considera que si es un producto dirigido a personas de su nivel socioeconómico, aunque según su punto de vista, puede estar dirigido a personas de mayor edad, principalmente de género masculino. Finalmente, se identifica que las intenciones de compra del producto dependerá del sabor y precio, siendo este último un factor que deberá analizarse y definirse con base a los productos de agave de alta calidad existentes en el mercado.