

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Con este plan, los objetivos establecidos en el capítulo 1 se cumplen de la siguiente manera:

- Realizar un estudio de mercado abarcando las 4P's de la mercadotecnia: Precio, Plaza, Producto y Promoción: El estudio fue elaborado conteniendo el análisis de los datos recopilados en las encuestas, con los cuales se determinó la mezcla de mercadotecnia para el producto Cacahuates estilo Japonés Enchilados BECARI. Que consiste en ofrecer un producto que se diferencie de la competencia, a un precio accesible, distribuido a través de mayoristas y con una estrategia de promoción que le permita posicionarse en la preferencia del consumidor.
- Analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del producto, para conocer los aspectos que podrían darle una ventaja sobre la competencia, y los que podrían disminuir su grado de aceptación por parte del cliente: A través de las encuestas y la observación, se desarrolló el análisis FODA. Se identificaron los aspectos que diferencian a los Cacahuates BECARI de la competencia y se encontró que la principal ventaja competitiva del producto es: su particular sabor que se consigue a través de un proceso de elaboración libre de conservadores.

- Efectuar una investigación de campo mediante encuestas y así detectar las características que el cliente espera encontrar en el producto: Se efectuó una investigación de mercados que implicó la aplicación de encuestas en las ciudades de Veracruz, Boca del Río y Zona Conurbada, las cuales arrojaron como resultado que la mayoría de la población consume cacahuates, al menos una vez por semana, en empaque individual adquiriéndolos principalmente en tienditas. También se identificaron los sabores preferidos de cacahuates, así como el hecho de que los factores que más influyen la compra son el sabor, la calidad y la marca.
- Presentar a la empresa una estrategia de mercado: Se ofrece a la empresa una serie de estrategias y tácticas que le permitirán alcanzar las metas trazadas para el primer año de la aplicación de este plan.

El objetivo General de “la elaboración de un plan de mercadotecnia para los Cacahuates estilo Japonés Enchilados BECARI que contenga una investigación que proporcione información acerca de los gustos y necesidades del cliente; y una estrategia cuya finalidad sea incrementar la participación de la empresa en el mercado” fue cumplido satisfactoriamente y se entrega este trabajo a la empresa BECARI Coffee Shop&Factory para ser implementado a su discreción.

6.2 Recomendaciones Generales

Después de la elaboración de este proyecto se presentan una serie de recomendaciones generales que ayudarán a la empresa a mejorar su desempeño y a facilitar la implementación de este plan de mercadotecnia.

- Establecer un sistema contable estructurado, que permita a la empresa conocer la información detallada sobre los costos, ventas y utilidades del producto.
- Separar la información específica de los Cacahuates estilo Japonés Enchilado BECARI del resto de las operaciones de la empresa.
- Llevar un seguimiento del canal de distribución del producto, tratando de identificar al mayor número posible de puntos de venta finales, a fin de conocer el crecimiento en la cuota de mercado del producto.
- Implementar este Plan de Mercadotecnia y así iniciar una nueva etapa en la comercialización del producto.
- Dar seguimiento a las estrategias que implementen, para evaluar su efectividad.
- Asignar un responsable que de seguimiento a la mercadotecnia del producto (Gerente de Mercadotecnia).
- Estar informado y participar de las ferias o exposiciones de la industria de las botanas a fin de darle mayor presencia al producto.
- Incluir en la página Web de BECARI la historia de la empresa, su misión y visión.