

VII. Conclusiones y Recomendaciones

Mediante el proceso de la tesis se logro cumplir el objetivo específico que fue desarrollar un plan de negocios para la introducción de café tostado al Mercado para la Exportadora de Café de Hidalgo S.A. de C.V. estableciendo los lineamientos necesarios para que este surja de manera correcta.

El plan de negocios no se hubiera desarrollado de manera satisfactoria sin el apoyo del marco teórico, que fue como una guía para crearlo de acuerdo a las necesidades de la empresa y factores que se deben tomar en cuenta.

A través de este plan de negocios se ha logrado determinar el mercado al que estará enfocado, que será la clase media – media alta, y esto se ha logrado determinar por el análisis de mercado realizado en la Ciudad de Pachuca Hidalgo.

También se logro determinar las características que debe tener el café para que este sea del agrado del cliente, que son: el aroma, sabor y consistencia.

Se observo que a los que si les gusta el café ya tienen una marca preferida y que por lo regular toman café de 3 a 4 veces a la semana y saber que presentación es la que compran más, que fue la de 1kg y 500gr.

Se logro determinar que en los centros de autoservicio es donde compran el café tostado, como en Trico, Sams Club, City Club, Aurrera, etc. y donde es donde consumen el café que principalmente lo hacen en casa, oficina y restaurantes.

También se ha logrado determinar el precio del café tostado, por medio de la investigación de mercados o mejor dicho cuanto es lo que pagan por el café que compran.

Se determino cual es la competencia y que marcas son las que compran frecuentemente, como fue el Café los Portales, Members Mark, Folgers, y otros. Y además considerados como competencia indirecta, el café soluble y en grano.

Se identifico que es importante el empaque ya que a los que si les gusta el café y lo compran la dan importancia a este, aunque también no es un factor determinante para que lo compren.

Recomendación 1

La creación de un logotipo que llame la atención, es decir que a través de este demuestre que refleje que el café es de gran calidad, también el empaque tiene mucho que ver, ya que los que compran café tostado si se fijan en el empaque, tratar que este guarde las características principales como el aroma y sabor.

Recomendación 2

Capacitación para el personal, ya que con la compra de maquinaria nueva se tiene que realizar un curso para enseñar al personal cual es uso correcto y así prevenirlos de algunos accidentes que pudieran ocasionar el mal uso.

Recomendación 3

Realizar una campaña de publicidad donde se de a conocer el producto, realizar promociones para que el consumidor se anime a probarlo y volverse cliente, así como dar muestras para que conozcan el café y marca.

Recomendación 4

Investigar al mercado, ya que es importante saber que es lo que otros están planeando hacer para captar la atención del cliente. Ya que no es seguro

confiarse si el producto ha sido aceptado, hay que saber responder de manera rápida y eficiente para los cambios que puedan surgir mediante los competidores y el mercado.

Recomendación 5

Tener en cuenta la ley para sacar a la venta el café tostado, habrá que revisarla para no cometer ninguna falta y que esta no pueda salir a la ventar por algo que no se haya previsto.

Recomendación 6

Es importante analizar si la inversión de la maquinaria, ya que si esta resulta muy costosa tal vez, resulte mejor mandar a tostar el café con una comercializadora y la empresa solo envasar el producto.

