



Fructis Style Hard Tarro: ¿Un Problema de Posicionamiento?*

Una mañana de noviembre de 2006 se encontraba en las oficinas corporativas de L'ORÉAL en la colonia Nápoles de la ciudad de México, la gerente de la marca Fructis Style en tarro, Erika Burkart, tratando de encontrar una explicación a la poca participación de mercado y débil posicionamiento de la marca en sus diferentes presentaciones en el mercado mexicano. Con el objeto de aumentar el valor de la marca, que traería como consecuencia una mayor participación de mercado y un mejor posicionamiento en la mente del consumidor, Erika Burkart pide a su equipo de la División Gran Público (entre los que se encuentran especialistas en atención al consumidor y category management), su colaboración inmediata para evitar que el producto se convierta en un “perro” de acuerdo a la matriz BCG.

En el primer semestre de 2007, Erika Burkart, coordinó una investigación de mercados para detectar el mercado meta, el perfil de usuarios del producto de ambos sexos y la frecuencia de uso del producto. Además se hicieron: a) un análisis de conjuntos para conocer los atributos que más valoran los consumidores de Fructis Style; b) un mapa perceptual para detectar los atributos y características de Fructis Style y de los productos competidores y; c) dos grupos de enfoque (focus group) con hombres y mujeres para conocer las opiniones, actitudes y motivaciones de los consumidores hacia los estilizadores de cabello. Los resultados fueron relevantes en la tomar decisiones para desarrollar las estrategias más adecuadas, para resolver los problemas planteados.

*Caso didáctico elaborado por Carlos Mondragón, Profesor del Departamento Académico de Administración del ITAM, y Valerie Hauswaldt, asistente, con el objetivo de ser utilizado como base de discusión en clase y no para ilustrar la forma de manejar una situación administrativa. Derechos reservados conforme a la Ley Copyright © 2008 Instituto Tecnológico Autónomo de México. Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso de la Escuela de Negocios del ITAM. Para ordenar copias llamar al 52 (55) 5628-4000 ext. 3400.