



Tempoplast, S.A. de C.V.: ¿cristal desechable? [B]^{*}

El Sr. Herrera deseaba conocer más sobre ciertos atributos de los vasos como: material, número de vasos por paquete y tamaño, ya que él pensaba que estos eran los aspectos más identificables y, por lo tanto, los que más les importan a los consumidores.

A partir del sondeo que Tempoplast realizó entre sus consumidores potenciales, se identificaron las características más significativas de un vaso desechable: material, tamaño, calidad, resistencia, precio, marca y número de vasos por paquete.

El documento final de la investigación de mercados contratada por el Sr Herrera se muestra en el Anexo 1. Con base en esta información, el Sr. Herrera pretendía desarrollar una estrategia de lanzamiento exitosa. Cabe recordar que por medio de la investigación de mercados se pretendía determinar: la intención de compra y los atributos más importantes de los vasos, la aceptación de la marca, un rango de precios probable, la forma cómo se daría a conocer el nuevo producto y el mercado meta al que estaría dirigido y el tipo de intermediarios a contratar.

El estudio estuvo restringido al presupuesto de Tempoplast, por lo que solamente se tomó una muestra de 40 distribuidores y 100 consumidores finales. Los resultados del estudio de mercado serán, sin duda, trascendentales para el desarrollo de la estrategia de lanzamiento que el Sr. Miguel Herrera elaborará para sus nuevos vasos (Anexo 1).

* Caso didáctico elaborado por Rogerio Domenge, Profesor del Departamento Académico de Administración del ITAM y Sandra Villegas Gutiérrez y Mario Enrique Gutiérrez Díaz Conti, asistentes, 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 © 2006 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. Versión: Noviembre de 2006