



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
SANTO TOMÁS

SEMINARIO:
APLICACIONES DE LA PSICOLOGÍA AL TRABAJO
EN MERCADOTECNIA EN FUNCIÓN DE TENDENCIAS
GLOBALES DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

“ESTRATEGIAS PARA EL REPOSICIONAMIENTO
DE LA MERMELADA ORGÁNICA SMUCKER’S”

TRABAJO FINAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

CONTADOR PÚBLICO
PRESENTA:

JORGE PÉREZ PIÑA

LICENCIADO EN RELACIONES COMERCIALES
PRESENTAN:

NORMA ELIZABETH BECERRIL SEGOVIA
YAZMIN DIAZ HERNANDEZ
MARIA DEL CARMEN FLORES AGUIRRE
CASANDRA BEATRIZ HERNANDEZ PASTEN
LIZZETH NIETO FIGUEROA
VERÓNICA RENDÓN CERVANTES



CONDUCTOR: LIC. EN PSICOLOGÍA MARIA ELENA
MORALES PEÑALOZA

MÉXICO D.F.

OCTUBRE 2011



ÍNDICE

Introducción	4
Antecedentes	5
Historia de la empresa	5
Internacionalización de Smucker's	8
Misión	9
Visión	9
Valores	10
Organigrama	11
Portafolio de productos	12
Categoría del Producto "Mermelada"	14
Definición	14
Historia de las Mermeladas	15
Componentes	17
Proceso de Elaboración	19
Alimentos Orgánicos	21
Definición	21
Beneficios de los Alimentos Orgánicos	22
Razones para consumir alimentos Orgánicos	23
Competencia de la Mermelada Orgánica Smucker's	24
Competencia Directa	24
Competencia Indirecta	28
Participación en el Mercado	33
Competencia Indirecta	33
Competencia Directa	34
Metodología	35
Problema	35
Objetivos	35



Tipo de Investigación	38
Capítulo I. Diseño de un nuevo producto	39
Objetivos	39
1.1. Concepto de producto	40
1.2. Tipo de diferenciación	40
1.3. Atributos intrínsecos	41
1.3.1. Categoría de producto	41
1.3.2. Componentes	41
1.4. Atributos extrínsecos	43
1.4.1. Presentación	43
1.4.2. Tipo de envase	43
1.4.3. Etiqueta	44
1.4.4. Logotipo	45
1.4.4.1. Imagen	45
1.4.4.2. Colores	48
1.4.4.3. Tipografía	48
1.4.5. Empaque	49
Capítulo II. Perfil del consumidor	50
Objetivos	50
2.1. Perfil del consumidor para la mermelada Orgánica Smucker's.	51
2.2. Bases para la segmentación de la mermelada Orgánica Smucker's.	51
2.2.1. Características Demográficas.	51
2.2.2. Características Pictográficas	52
2.2.3. Características relacionadas a la situación de uso	53
2.2.4. Características relacionadas a la situación de beneficio	53
Capítulo III. Políticas de distribución	54
Objetivos	54
3.1. Determinación de Intensidad	55
3.2. Diseño de Canales	55
3.3. Criterios para su ubicación. Ruta y Logística	56
3.3.1 Selección de tiendas	57



3.3.2. Ubicación de tiendas (mapas)	57
3.3.3. Ubicación dentro de la tienda	75
Capítulo IV. Políticas de precio	77
Objetivos	77
4.1. Factores para la determinación del precio	78
4.1.1. Costo de la mermelada	78
4.3.2. Categoría de producto	78
4.3.3. Posicionamiento en el mercado	79
4.1.4. Imagen de marca	80
4.1.5. Poder adquisitivo del consumidor	80
Capítulo V. Políticas promocionales	81
Objetivos	81
5.1. Plataforma de inicio para la comunicación integral de marca	82
5.1.1. Audiencia meta	82
5.1.2. Concepto de producto	82
5.1.3. Selección de la mezcla de medios	83
5.1.4. Contenido y Estilo	83
5.2. Objetivos de la mezcla de promoción	84
5.3. Estímulos promocionales	84
Capítulo VI. Imagen de la marca	101
Objetivos	101
6.1. Imagen de marca proyectada por Smucker	102
6.1.1. Las características del producto	102
6.1.2. El perfil del consumidor	102
6.1.3. El Lugar en que se vende	102
6.1.4. Su precio	103
6.1.5. Lo que comunica a través de sus actividades promocionales	103
Conclusiones	104
Recomendaciones	105
Fuentes de consulta	107



INTRODUCCIÓN



En 1887 Smucker's comenzó a manufacturar sidra y mantequilla de manzana, para el año 1921 da inicio con la producción de mermeladas, en 1990 inicia operaciones en México y finalmente en el año 2007 introduce al mercado mexicano su línea de mermeladas orgánicas con sabor a fresa, frambuesa y uva.

PROBLEMATICA

Smucker's comercializa y distribuye en México cuatro tipos de mermeladas: regular, sin azúcar, reducida en azúcar y orgánica.

La mermelada Orgánica Smucker's no cuenta con una fuerte aceptación dentro del mercado mexicano, por lo tanto su desplazamiento en México es bajo.

PROPUESTA

Proponemos a la empresa Smucker's una revisión de su mezcla de mercadotecnia con el fin de detectar los frenos que están afectando el comportamiento del consumidor de acercamiento y consumo de las mermeladas orgánicas en particular y de la categoría de productos orgánicos en general, lo anterior se logrará a través de una investigación de mercados.



ANTECEDENTES

Historia de la empresa

En 1887 Jerome Monroe Smucker recolectaba la fruta de los árboles, con la cual comenzó a elaborar sidra de manzana en un molino de Orrville, Ohio. E. U., tiempo después mezcla la sidra con una receta familiar y es así como crea la mantequilla de manzana.

Para 1921 nace la empresa J.M. Smucker, dando inicio a la producción de mermeladas, debido a la aceptación de sus productos de frutas en 1935 se expandió la producción al estado de Washington.

La distribución nacional de productos Smucker's en E.U.A. se inició en 1942 llevando el primer embarque de mermelada a Los Ángeles.

Con la presencia de la marca y el crecimiento de la empresa, Smucker's introduce al mercado nuevas líneas de productos como los: toppings para helado (1948), Goober el primer producto que combina crema de cacahuete con jalea de fruta (1960), Magic Shell cobertura para helado que endurece con el frío (1982).

Una etapa importante de la empresa es cuando inicia la expansión internacional en 1988 a través de la adquisición de marcas de mermeladas canadienses y australianas como:

- ❖ Mary Ellen: productor y comercialización de prestigiosas mermeladas, jaleas, pasteles y deliciosas magdalenas.
- ❖ Dickinson: marca de productos gourmet (conservas, mermeladas, mantequilla de frutas, condimentos, productos orgánicos y sin azúcar).



- ❖ Knudsen & Sons: es una marca de jugos naturales embotellados. Fabrican más de 125 productos diferentes, muchas de ellas con ingredientes orgánicos.
- ❖ Shirriff: ingredientes de postres y mermelas en una amplia variedad de sabores y productos orgánicos.
- ❖ Laura Scudder: la empresa natural de la Scudder, negocio la mantequilla de maní y fue adquirida por Smucker's en diciembre de 1994.
- ❖ Adams: distribución de ingredientes lácteos en polvo y mantequilla de maní.
- ❖ Crisco: es una marca de acortamiento, fabrica aceite vegetal, de oliva, para cocinar, hornear y un aerosol para cocinar.
- ❖ International Multifoods Corporation:
Con las siguientes marcas:
 - Pillsbury (productos de harina y betún).
 - Hungry Jack (mezclas para tortitas, jarabes, y platos de patatas).
 - Mascotas (productos lácteos).
 - Martha White (mezclas para hornear y los ingredientes).
 - Robin Hood (productos de harina).
 - Río rojo (cereales).
 - Bick's Bick (encurtidos y condimentos).
 - Golden Temple (alimentos indios).
 - Blanca Lily (productos de harina).
- ❖ Águila Familia Alimentos y Rey Kelly: comprendida por Eagle Brand / Borden (productos lácteos) y Kava (ácido neutralizado de café). Rey Kelly dedicada a la producción de mermeladas.



- ❖ Knott 's Berry Farm, Clavel y Folgers Coffee Company: productor de mermeladas, jaleas y conservas, frutas y verduras congeladas, Clavel a productos lácteos y Folgers Coffee Company al café.
- ❖ Millstone Coffee y Rowland Coffee Roasters: ambas marcas dedicadas a la fabricación y comercialización de café y derivados.

En el año 1990 Smucker's inicia operaciones en México, al mismo tiempo sigue diversificando su línea de productos con el lanzamiento de mermeladas reducidas en azúcar.

Para el año 2007 Smucker's cumple 110 años introduciendo al mercado nacional su línea de mermeladas Orgánicas.

El lanzamiento de su crema de cacahuete reducida en grasa Jif y el relanzamiento de su mermelada reducida en azúcar se da en el año 2010.





Internacionalización de Smucker's



La expansión Internacional comienza en Canadá con la adquisición de las mermeladas Good Morning de la empresa Shirriff en el año 1988.



Smucker's en 1989 adquiere Henry Jones Foods, líder en manufacturación de mermelada en Australia.



Para el año 2004 adquiere la empresa Robin Hood en Canadá, dedicada a vender productos de harina tales como galletas, avena, etc. Con la empresa Golden Temple, comercializan comida India.



Con Carnation, empresa Canadiense, comercializó productos lácteos en el 2008.



Misión

Brindar al consumidor los mejores productos del mercado siendo una empresa líder en calidad, sabor y preocupación por la nutrición de las familias.



Visión

Administrar marcas de alimentos que sean No.1 en sus respectivas categorías, con énfasis en el centro de la tienda y en la región de Norteamérica.

Alcanzar crecimiento sustentable a través de:

- ❖ Incrementos en participación de mercado de nuestras marcas.
- ❖ Adquisición de otras marcas líderes en sus categorías.
- ❖ Desarrollo de nuevos productos que ofrezcan conveniencia, sean buenos y saludables y hagan al consumidor sonreír.





Valores

En Smucker's los valores y principios fueron heredados por Jerome M Smucker, para guiar el comportamiento estratégico y la dirección de la compañía, siendo 5 creencias básicas:

❖ *Calidad*

Solo fabrican productos de excelencia que elevan la calidad de vida y el bienestar de las familias del mundo.

❖ *Gente*

Son justos con sus empleados y mantienen un ambiente de responsabilidad personal con la compañía. Creen que personas de excelencia generan productos y servicios de la más alta calidad.

❖ *Ética*

Los valores con los cuales se fundó la compañía marcan los estándares para dirigir el negocio y a ellos mismos.

❖ *Crecimiento*

Se preocupan por el potencial de la compañía por lo que crecer significa para ellos: aspirar al desarrollo de nuevos productos y mercados, descubrir nuevas técnicas administrativas y de producción y crecer a nivel personal, promoviendo el desarrollo de los individuos y sus ideas.

❖ *Independencia*

Tienen un fuerte compromiso con la administración y la herencia de Smucker's, una compañía independiente, gracias al deseo y motivación de controlar la dirección para triunfar



Organigrama



Ubicación

J.M. Smucker de México, S.A. de C.V., tiene sus oficinas en Bosque de Ciruelos No. 180, en la colonia Bosques de las Lomas, delegación Miguel Hidalgo, en la Ciudad de México, Distrito federal.



Portafolio de productos

❖ Mermelada Regular



Elaboradas con la fruta de la más alta calidad, seleccionada en el momento exacto de maduración, las mermeladas Smucker's son 100% naturales, sin conservadores y colorantes artificiales. Cuentan con la mayor variedad de sabores: Fresa, Chabacano, Frambuesa, Mora Azul, Cereza, Zarzamora, Naranja, Piña y Jalea de Uva. Presentaciones: 142g, 340g, 510g, 907g.

❖ Mermelada reducida en Azúcar



Contiene 50% menos calorías, 50% menos azúcar adicionada por porción, 30% más fruta. Es deliciosa para acompañar platillos o crear ricos postres como mousses, empanadas, pies, etc. Se encuentra en sabores: Fresa, Chabacano, Frambuesa y Naranja. Presentación: 440g.

❖ Mermelada sin Azúcar



Las mermeladas Smucker's sin Azúcar tienen 80% menos calorías que las mermeladas tradicionales. Están endulzadas con Splenda, sin calorías elaboradas a partir de azúcar que sabe azúcar. Se encuentran en sabores: Fresa, Chabacano, Frambuesa, Naranja, Zorzamora, Durazno y Mora Azul. Presentación: 285g.

❖ Mermelada Orgánica



Las mermeladas Orgánicas Smucker's, están elaboradas con frutas Premium, producidas y maduras de forma natural sin utilizar pesticidas ni fertilizantes artificiales, se cuida la tierra porque sus procesos son naturales y sus técnicas de cultivos no contaminan. Sabores: Fresa, Frambuesa y Fresa. Presentación: 340g.



❖ Goober



La única crema de cacahuete combinada con tiras de suave jalea de uva, fresa o cremoso chocolate. La crema de cacahuete y el cacahuete son fuente de energía, ya que solamente un puñado o cucharada funciona como combustible, gracias a su alto contenido de vitaminas, minerales y proteínas. Presentación: 340g.

❖ Magic Shell



Smucker's Magic Shell es una deliciosa cobertura sabor chocolate que endurece en segundos cuando entra en contacto con postres fríos, como helados, pies y paletas. Presentación: 205g.

❖ SundaeSyrup



Delicioso jarabe que da al postre un irresistible toque de sabor. Ideal para decorar helados, hotcakes, pan francés, y para preparar licuados y malteadas. Se encuentra en sabores: Caramelo, Fresa y Chocolate. Presentación: 567g.

❖ JIF



La crema de cacahuete JIF está elaborada con el gran secreto de tostar los cacahuates aun frescos y sellada herméticamente, lo que le da una calidad excelente y un sabor único, cremoso y suave. Se encuentra en sabor: Cacahuete, Cacahuete y miel, Extra Crunchy y reducida en grasa. Presentación: 340g.



Categoría del Producto

“Mermelada”

Definición

La **mermelada** de frutas es un producto de consistencia pastosa o gelatinosa que se ha producido por la cocción y concentración de frutas sanas combinándolas con agua y azúcar. La elaboración de mermeladas es hasta ahora uno de los métodos más comunes para conservar las frutas.

Las características más sobresalientes de la mermelada es su color brillante y atractivo, además debe parecer gelificada sin mucha rigidez.

Para evitar confusiones de nombres se definieron también los conceptos de jalea y conserva, que son productos muy parecidos, pero su proceso de elaboración es diferente.

La **jalea** es un gel comestible dulce o salado, obtenido mediante la adición de gelatina o pectina. Son preparaciones a base de cáscara de frutas, ricas en pectina, cocidas con azúcar, de consistencia espesa pero transparente. Para extraer esos jugos, ni se pelan las piezas ni se eliminan corazón y pepitas

La **conserva** es el resultado del proceso de manipulación de los alimentos de tal forma que se evite o ralentice su deterioro (pérdida de calidad, comestibilidad o valores nutricionales). Esto suele lograrse evitando el crecimiento de bacterias, levaduras, hongos y otros microorganismos, así como retrasando la oxidación de las grasas que provocan su enranciamiento. Las conservas también incluyen procesos que inhiben la decoloración natural que puede ocurrir durante la preparación de los alimentos, como la reacción de dorado enzimático que sucede tras su corte.



Historia de las Mermeladas

La historia de la mermelada está ligada al descubrimiento y desarrollo de los diferentes tipos de edulcorantes, en primer lugar la miel, luego la caña de azúcar y posteriormente la remolacha.

Existen divergencias en cuanto al origen de la palabra mermelada. Para algunos expertos procede del nombre latino "*melimelum*" que significa manzana dulce, pero para otros deriva del vocablo portugués "marmelada" que hace referencia al dulce de membrillo.

Independientemente del origen de la palabra, las mermeladas nacieron de la necesidad de conservar los excedentes de fruta durante la estación que eran más abundantes.

Los romanos conservaban las frutas enteras bañadas en miel, ya que no se conocía el azúcar. Fueron los árabes quienes implantaron el cultivo de la caña de azúcar en todo el Mediterráneo.

Durante la Edad Media el azúcar llegó a sustituir a la miel y se popularizó por toda Europa la elaboración de mermeladas, que se preparaban de forma artesanal en casi todos los hogares.

Mientras que el origen preciso de las frutas preservadas aún es objeto de debate histórico, es sabido que la elaboración de las mermeladas probablemente comenzó hace muchos siglos atrás en Oriente Medio. Los árabes la habían traído de los países del Sureste Asiático y del entorno de Nueva Guinea donde la caña de azúcar crecía de manera natural para cultivarla en sus países de origen y posteriormente en España y Portugal.



Una creencia habla de que los cruzados que regresaban de sus invasiones trajeron consigo del mundo árabe conservas a Europa. Hacia la Edad Media las jaleas y las mermeladas de fruta ya eran populares en toda Europa.

El primer libro de cocina conocido por el mundo "De asuntos culinarios" escrito por el gastrónomo romano Marcus Gavius Apicius en el primer siglo d.C., incluye recetas para frutas preservadas.

La mermelada, se piensa, fue creada por el médico de María, Reina de Francia, en 1561, quién mezcló pulpa de naranjas con azúcar molida para aliviar los mareos de la Reina en sus viajes por barco.

Al convertirse en una delicadeza real, los sabores fueron variando y enriqueciéndose. Cronistas reales de la época describen la magnificencia de banquetes lujosos que siempre incluían jaleas y conservas de frutas entre sus menús.

El final del siglo XIX siempre estará marcado por lo importante que es para el hombre la aparición de los nuevos métodos de conservación de los alimentos. El primer método de conservación que se hizo de manera industrial y que llegó a los rincones más remotos del mundo fue el de la conserva enlatada y uno de los primeros productos conservados con calor fue precisamente la fruta, como consecuencia de una fuerte crisis de sobreproducción en Gran Bretaña y a raíz de la cual se instalaron grandes factorías para producir mermeladas de fruta con azúcar.

Existen mermeladas de prácticamente todos los tipos de frutas: ciruela, manzana, fresa, plátano, arándano, mora, cereza, naranja, limón, membrillo, melocotón, albaricoque, y un sinfín de frutas más. Aunque la fruta es el componente básico, algunas mermeladas también se pueden elaborar con hortalizas, como el tomate y la zanahoria.



Componentes

- Frutas

Lo primero que se tiene que tener en cuenta es la fruta que se va a utilizar y buscar la más fresca posible. Normalmente se utiliza una combinación de fruta madura con fruta que ha empezado recién su maduración, ya que si se escoge la fruta demasiado madura la mermelada no gelificará bien. Las frutas más comunes para la mermelada son: papaya, fresa, naranja, frambuesa, ciruela, pera, mora, albaricoque, durazno, piña, etc.

- Azúcar

El azúcar juega el papel más importante en el proceso de gelificación cuando se combina con la pectina. Otro punto importante es el hecho que la mermelada impide la fermentación y cristalización de la mermelada. Es importante saber equilibrar la cantidad de azúcar ya que si se le echa poca cantidad hay más probabilidad de que fermente y si se le echa mucha cantidad se puede cristalizar.

Es preferible utilizar azúcar blanca, porque permite que se mantengan las características propias del color y el sabor de la fruta. Cuando el azúcar es sometida a cocción en medio ácido, se produce un desdoblamiento en dos azúcares (fructosa y glucosa), este proceso es esencial para la buena conservación del producto.

- Ácido Cítrico

El ácido cítrico es importante tanto para la gelificación de la mermelada como para darle brillo al color de la mermelada, mejorar el sabor, ayudar a evitar la cristalización del azúcar y prolongar su tiempo de vida útil.

El ácido se añade antes de cocerla fruta ya que ayuda a extraer la pectina de la fruta.



- Pectina

La fruta contiene en las membranas de sus células una sustancia natural gelificante llamada pectina, la cantidad depende de la maduración de la fruta. La primera fase de la preparación consiste en reblandecer la fruta para poder extraer la pectina.

La fruta verde contiene la máxima cantidad de pectina y la fruta madura menos. Si se necesitan sustitutos para la pectina se utiliza la carragenina y el almidón modificado. La principal función que se le da a este producto en el mercado es su capacidad para formar geles.

- Conservante

Son sustancias que se añaden a los alimentos para prevenir su deterioro, así evitar el desarrollo de microorganismos como hongos y levaduras. Los conservantes más usados son el sorbato de potasio y el benzoato de sodio.



Proceso de Elaboración

1. Selección y pesado. Se eliminan las frutas en estado de podredumbre, se determinan rendimientos y se calcula la cantidad de los demás ingredientes.
2. Lavado y pelado. Se elimina en la fruta cualquier tipo de partículas extrañas, suciedad y restos de tierra, se realiza por inmersión, agitación o aspersion, y se usa una solución desinfectante como la lejía. El pelado se puede hacer manualmente con cuchillos o en forma mecánica con máquinas.
3. Pulpeado. Consiste en obtener la pulpa, libre de cáscaras y pepas, se pueden utilizar licuadoras o pulpeadoras.
4. Cocción de la fruta. Se realiza la cocción la fruta, agregándole una tercera parte de azúcar, luego otro de tercio y casi al final se le agrega la pectina con la última parte del azúcar, se añade el ácido cítrico y los preservantes.
5. Envasado y enfriado. Se realiza el envasado mientras la preparación este en promedio a 85°C. El enfriado se realiza por inmersión, aspersion o rociada.
6. Etiquetado y almacenamiento. Indica a los clientes de donde procede y la calidad del producto. El producto se debe almacenar en un lugar fresco y seco (bajo sombra) evitando la luz directa.

Características de una Buena Mermelada

Debe presentar un color vivo, olor y sabor frescos. Tiene que haber cuajado adecuadamente. Para ello es conveniente utilizar frutas sanas y en el punto ideal de madurez, limpiarlas bien de pepitas, huesos, etc. La cocción, debe hacerse en recipientes apropiados como cazuelas de hierro de fondo grueso, sobre el que se debe aplicar de forma homogénea un foco de calor muy suave. Es imprescindible remover constantemente la mezcla con una cuchara de madera de mango largo, para evitar que se pegue en el fondo, y mantener la olla destapada durante la cocción. Se debe de tener un adecuado proceso de envasado y la conservación del producto en lugares secos, frescos y oscuros.



Proceso de elaboración de la Mermelada Orgánica Smucker's

Cada producto Smucker's es elaborado siguiendo un minucioso control para que sus mermeladas conserven el sabor y tradición, por lo que se caracterizan.

Paso 1: El proceso se inicia en la selección de la fruta natural, con calidad Premium y la limpieza certificada de la línea de producción.

Paso 2: Los ingredientes son cocidos y mezclados para después pasteurizarse mediante flujo al vacío (con la temperatura y presión requeridas, en un proceso similar al de una olla express).

Paso 3: Esta mezcla es evaluada por personal altamente calificado, para garantizar al consumidor el sabor, color, aroma, consistencia y una clara distribución y homogeneidad de la fruta, características de los productos.

Paso 4: El control de calidad incluye desde la inspección visual hasta la verificación de parámetros físico-químicos.

Beneficios

- No contiene aditivos ni colorantes.
- El comerla estimula el sistema digestivo.
- Es un estimulante para el cerebro.
- Disponen de mucho valor energético, gracias a los azúcares que poseen, además de todos los beneficios que aporta de la fruta.



Alimentos Orgánicos

Definición

Se consideran "**orgánicos**" aquellos alimentos en general, vegetales y frutas que en ninguna etapa de su producción intervienen fertilizantes, herbicidas o pesticidas químicos, así como tampoco en los suelos donde son cultivados.

Los **alimentos orgánicos** son aquellos productos agrícolas o agroindustriales que se producen bajo un conjunto de procedimientos denominados "orgánicos". Estos procedimientos tienen como objetivo principal la obtención de alimentos más saludables y la protección del medio ambiente por medio del uso de técnicas no contaminantes, y que además disminuyan el empleo de energía y de sustancias inorgánicas, sobre todo si son de origen sintético.

Según definió la FAO (Food and Agriculture Organization) en 1999, "lo que distingue a la agricultura orgánica es que están prohibidos casi todos los insumos sintéticos y es obligatoria la rotación de cultivos para fortalecer el suelo. Las reglas básicas de la producción orgánica son que están permitidos los insumos naturales y prohibidos los insumos sintéticos".

Los productores de alimentos orgánicos procuran que sus productos estén libres de **agroquímicos** y no se pueden utilizar para su producción semilla o plantas **transgénicas**.

Los **plaguicidas** o **agroquímicos** son sustancias químicas o mezclas de sustancias, destinadas a matar, repeler, atraer, regular o interrumpir el crecimiento de seres vivos considerados plagas.

Transgénicos. Es aquel cuyo material genético es manipulado en laboratorios donde ha sido diseñado o alterado deliberadamente con el fin de otorgarle alguna característica específica.



Beneficios de los Alimentos Orgánicos

La cantidad de nutrientes es similar en los alimentos de producción convencional u ecológica. En los vegetales, el valor alimenticio es similar. En las carnes, está comprobado que las orgánicas son más magras porque tienen menos grasa intramuscular.

El gran beneficio de los alimentos orgánicos es que están absolutamente libres de residuos químicos. No están permitidos los aditivos y conservantes (salvo los naturales); plaguicidas ni fertilizantes; tienen menos o nulos residuos de medicamentos veterinarios; no contienen hormonas; ni metales pesados (presentes en suelos y aguas) y no pueden ser irradiados.

El animal que se cría en forma natural (las pasturas frescas, forrajes y granos que consume también deben ser orgánicos) y sin estrés tiene características especiales. Su carne tiene más cantidad de vitamina E, que es antioxidante, y menos grasa intramuscular (porque no está inmovilizado) que produce menos colesterol en el consumidor.

Las carnes orgánicas no sufren de contaminación biológica, como ser el mal de la vaca loca (encefalopatía espongiiforme bovina), la fiebre aftosa, la intoxicación con *Escherichia coli* (famosa en hamburguesas industriales), ni salmonelosis (en huevos y aves) ya que las certificadoras controlan la **trazabilidad** en los ganados.

La **trazabilidad** es el conjunto de procedimientos técnicos que permite identificar y registrar a un animal desde su nacimiento hasta el final de la cadena de comercialización en sus distintos cortes y subproductos.



Razones para consumir alimentos Orgánicos

- Valor Nutritivo

Cultivados en suelos equilibrados por fertilizantes naturales, los alimentos orgánicos son de mejor calidad por su contenido en vitaminas, minerales, hidratos de carbono y proteínas, por lo que son capaces de satisfacer el equilibrio de sus constituyentes.

- Sabor

Sólo regeneradas y fertilizadas orgánicamente, las plantas crecen sanas y se desarrollan de mejor forma, con su auténtico aroma, color y sabor, lo cual permite redescubrir el verdadero gusto de los alimentos originariamente no procesados.

- Garantía de Salud

Algunos pesticidas prohibidos en determinados países. Los estudios toxicológicos reconocen la relación existente entre los pesticidas y ciertas enfermedades.

- Agua Pura

La práctica de la agricultura ecológica, que no utiliza productos peligrosos ni grandes cantidades de nitrógeno, que contaminan y lesionan el agua potable.

- Suelo Fértil

El suelo es la principal preocupación de la Agricultura Orgánica. Cualquier práctica de laboreo del suelo debe buscar la conservación de la fertilidad del mismo e, inclusive, mejorar su condición, en particular por el aumento del contenido en humus de las tierras aradas.

- Biodiversidad

La agricultura orgánica preserva las semillas para el futuro, impidiendo, de este modo, la desaparición de algunas variedades de gran valor nutritivo y cultural.



Competencia de la Mermelada Orgánica Smucker's

Competencia Directa

- La Vie



Es un proyecto nacido en el año 2004, motivado por la necesidad de cumplir con los requerimientos de un mercado de excelencia y calidad de productos naturales, orgánicos.

Han desarrollado néctar de agave, cuyas propiedades y beneficios de este singular edulcorante y alimento natural, mermeladas, cajetas, frutas en almíbar y dulces típicos mexicanos.

- ❖ Mermeladas Orgánicas: creadas sin conservadores, colorantes ni aditivos.



Mermelada de Durazno

Elaborada con frutas de pulpa carnosa dulce y jugosa, con sabor de gran personalidad.



Mermelada de Mango

Enriquecido con el néctar de agave hace de esta mermelada, un alimento rico y nutritivo.



Mermelada de Nopal

El nopal adicionalmente a su sabor agrega sus cualidades de incrementar los niveles y la sensibilidad a la insulina estabilizando los niveles del azúcar en la sangre.



Mermelada de Ciruela Pasa

Alimento 100% natural y orgánico, sin colorantes, edulcorantes ni saborizantes. Ideal para toda la familia incluyendo personas con diabetes e hipertensos.



Mermelada de Naranja

Mermelada de intenso sabor y alto valor nutrimental sin carecer del intenso sabor de cítricos.



- Aires de Campo



Empresa que inició hace 10 años con el propósito de llevar productos saludables al consumidor, con el propósito de cambiar la forma de cultivar y comerciar en la industria alimentaria, al distribuir productos endulzantes, de abarros, bebidas, congelados, frescos, lácteos y carnes.

- ❖ Mermeladas Orgánicas: de frutas elaboradas con frutas cultivadas orgánicamente de temporada.



Mermelada Orgánica de guayaba

Elaborada con guayaba de cultivos orgánicos. Libre de aditivos, colorantes y conservadores artificiales.



Mermelada Orgánica de Zorzamora

Elaborada con zorzamora de productos orgánicos. Libre de aditivos, colorantes y conservadores artificiales.



Mermelada Orgánica de Mango

Elaborada con mango de cultivos orgánicos. Libre de aditivos, colorantes y conservadores artificiales.



Mermelada Orgánica de Frambuesa

Elaborada con frambuesa de cultivos orgánicos. Libre de aditivos, colorantes y conservadores artificiales.



Mermelada Orgánica de Tejocote

Elaborada con tejocote de cultivos orgánicos. Libre de aditivos, colorantes y conservadores artificiales.



Mermelada Orgánica de Ciruela

Elaborada con ciruela de cultivos orgánicos. Libre de aditivos, colorantes y conservadores artificiales.



Mermelada Orgánica de Manzana

Elaborada con manzana de cultivos orgánicos. Libre de aditivos, colorantes y conservadores artificiales.



Competencia Indirecta

- **La Costeña**



Es una empresa 100% mexicana, fundada en 1923 por Vicente López Racines; dedicada a la elaboración y comercialización de alimentos envasados, que permiten facilitar la preparación de platillos y sean de precio bajo para hacerlos accesibles a todos los consumidores.

Productos de competencia:



Mermelada de Fresa

Presentaciones en 1,025, 540 y 270 gramos.



Mermelada de Naranja

Presentaciones en 540 y 270 gramos.



Mermelada de Piña

Presentaciones en 540 y 270 gramos.



Mermelada de Zarzamora

Presentaciones en 540 y 270 gramos.



- **McCormick**



McCormick se dedica a la fabricación, comercialización y distribución de productos de sabor y otros productos alimenticios especiales para la industria alimentaria (hierbas y saborizantes). Fue fundada en 1947. McCormick de México S.A. de C.V. es una empresa conjunta entre McCormick & Co. Inc. y Grupo Herdez, SA de CV.

Productos de competencia:



Mermeladas Regulares

Con una imagen fresca, casera y coloridos detalles frutales, contiene trozos de fruta y está elaborada sin saborizantes artificiales. Variedad de sabores: fresa, piña, naranja, durazno, chabacano, zarzamora, frambuesa y manzana-canela.



Mermeladas con 50% menos azúcar

Para ayudar a mantener una alimentación balanceada y están elaboradas con ingredientes naturales. Sabores: fresa, piña, zarzamora y durazno.



Línea de mermeladas sin azúcar

Añadida, avalada por la Federación Mexicana de Diabetes. Sabores: Fresa y frutas rojas (fresa, frambuesa, zarzamora y uva).



Mermeladas Squeeze

Nueva presentación, dan sabor, practicidad y diversión a los platillos. Sabores: fresa, uva y durazno.



- **Clemente Jacques**



Es parte de la empresa Sabormex, inicio en el año de 1887 y fue la primera compañía en enlatar alimentos en América Latina. Produce y comercializa 8 líneas de productos; cátsup, chiles, vegetales, aderezos, mermeladas, vinagre, frutas en almíbar y salsas.

Productos de competencia:



Mermelada en envase tradicional

Elaborada con fruta natural, envasada en un recipiente tradicional de vidrio en presentaciones de 1,000 600 y 300 gramos. Sabores: fresa, chabacano, zarzamora y frambuesa.



Mermelada en envase apachurrable

Elaborada con fruta natural y menos espesa para la utilización de su nueva presentación de 370 gramos. Sabores: fresa, chabacano, zarzamora y frambuesa.



- **Del monte**



Es una productora global, comercializadora y distribuidora de frutas y hortalizas frescas y preparadas, jugos, bebidas, aperitivos y postres. Del Monte es una de las tres grandes empresas de frutas citadas en cuanto a la explotación de los trabajadores en naciones en desarrollo.

Productos de competencia:



Mermelada natural

Elaborada con fruta natural en presentación de 270 y 470 gramos. Sabores: fresa y piña



- **Mermeladas de Marcas Genéricas**

Las mermeladas de marcas genéricas, también llamadas con marca del distribuidor, blanca o propia, son aquellas a las que la marca pertenece a una cadena de distribución (generalmente, híper o supermercado), con la que se venden productos de distintos fabricantes.

Great Value



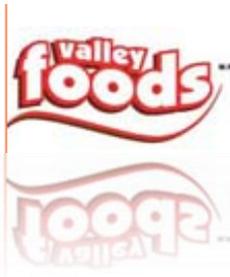
Wal-Mart maneja líneas de productos importados bajo la denominación “Great Value” que es el nombre de la marca propia que tiene.

Golden Hills



La Controladora Comercial Mexicana, maneja a Golden Hills como marca propia en todas sus cadenas de tiendas.

Valley Foods



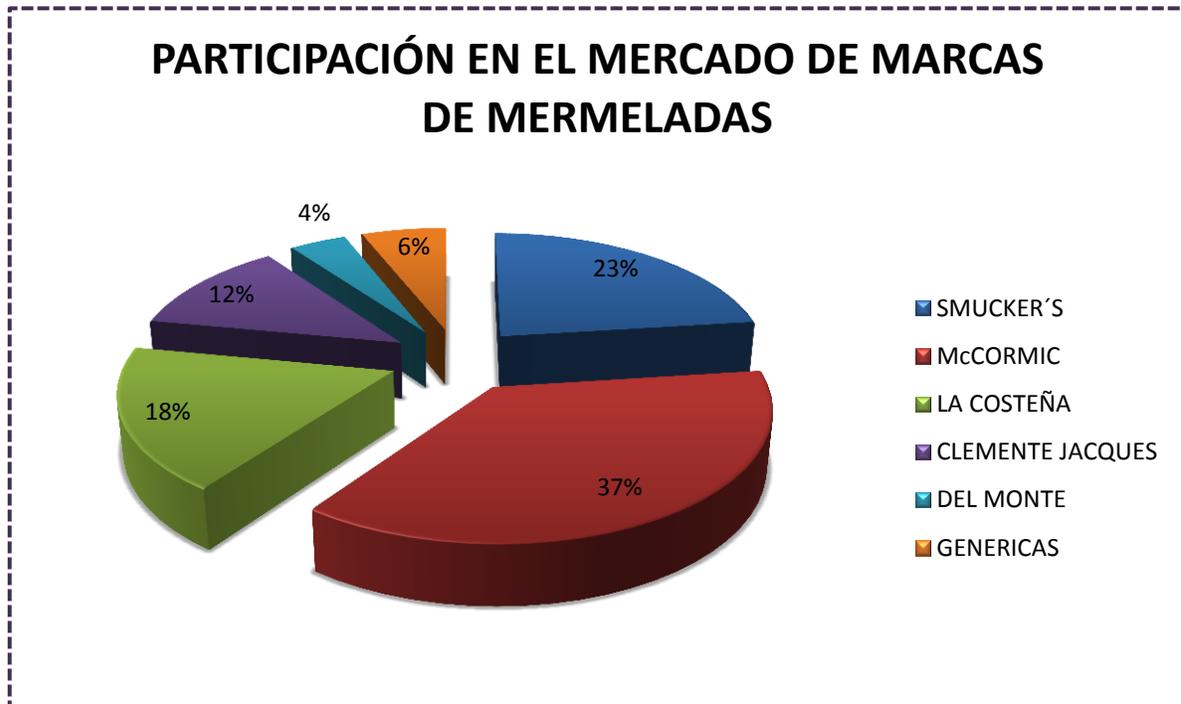
Soriana maneja en sus tiendas la marca exclusiva Valley Foods.



Participación en el Mercado

Competencia Indirecta

- Como Marca en Mermeladas



La gráfica nos representa la participación que tiene las marcas de mermelada en el mercado mexicano, siendo McCormic la que tiene mayor posicionamiento en este con un 37%, siguiendo Smucker's con 23%, que en comparación con la competencia, se posiciona en el segundo lugar de la categoría y siendo una de las principales marcas, La costeña tiene un 18%, Clemente Jacques un 12%, y con una participación menor se encuentra las marcas Genéricas con un 6% y Del Monte con el 4%.



Competencia Directa

- Como Marca en Mermeladas Orgánicas



Smucker's con una participación del 48% en el mercado, es la marca líder en la categoría de mermeladas orgánicas, debido a la imagen de marca que lo respalda, ya que esta cuenta con prestigio, calidad y reconocimiento. Sin embargo, la competencia más cercana es Aire de Campo se encuentra en el segundo lugar con el 36%, dado a que se identifica por ser una empresa dedicada a la comercialización de alimentos orgánicos. Y por último se encuentra la marca La Vie con un 16%.



METODOLOGÍA

Problema

Smucker's comercializa y distribuye en México cuatro tipos de mermeladas: regular, sin azúcar, reducida en azúcar y orgánica.

La mermelada Orgánica Smucker's no cuenta con una fuerte aceptación dentro del mercado mexicano, por lo tanto su desplazamiento en México es bajo.

Objetivos

Capítulo I. Diseño de un nuevo producto.

- 1.1. Determinar el concepto de producto de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 1.2. Establecer el tipo de diferenciación de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 1.3. Determinar los atributos intrínsecos de la mermelada Orgánica Smucker's.
 - 1.3.1. Determinar la categoría de producto a la que pertenece la mermelada Orgánica Smucker's.
 - 1.3.2. Determinar los componentes de la mermelada Orgánica Smucker's.
 - 1.3.3. Establecer los beneficios de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 1.4. Analizar los atributos extrínsecos de la mermelada Orgánica Smucker's:
 - 1.4.1. Presentación.
 - 1.4.2. Envase.
 - 1.4.3. Etiqueta.
 - 1.4.4. Logotipo.
 - 1.4.4.1. Imagen.



1.4.4.2. Colores.

1.4.4.3. Tipografía.

1.4.5. Empaque.

Capítulo II. Perfil del consumidor

2.1. Establecer el perfil del consumidor para la mermelada Orgánica Smucker's.

2.2. Determinar las bases para la segmentación de la mermelada Orgánica Smucker's.

2.2.1. Características Demográficas.

2.2.2. Características Pictográficas.

2.2.3. Características relacionadas a la situación de uso.

2.2.4. Características relacionadas a la situación de beneficio.

Capítulo III. Estrategias de distribución

3.1. Determinar la intensidad de la distribución de la mermelada Orgánica Smucker's.

3.2. Construir el canal para la distribución de la mermelada Orgánica Smucker's.

3.3. Especificar la ruta y logística para la distribución de la mermelada Orgánica Smucker's.

3.3.1. Selección de tiendas.

3.3.2. Ubicación de tiendas (mapas).

3.3.3. Definir la ubicación de la mermelada Orgánica Smucker's dentro de la tienda.

Capítulo IV. Estrategias de precio

4.1. Establecer y analizar los factores que se tomarán en cuenta para la determinación del precio de la mermelada Orgánica Smucker's.

4.1.1. Costo de la mermelada Orgánica Smucker's.



- 4.1.2. Categoría de producto de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 4.1.3. Posicionamiento en el mercado de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 4.1.4. Imagen de marca de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 4.1.5. Poder adquisitivo del consumidor de la mermelada Orgánica Smucker's.

Capítulo V. Estrategias de promoción

5.1. Construir la plataforma de inicio para la comunicación integral de marca de la mermelada Orgánica Smucker's.

5.1.1. Determinar la audiencia meta para las promociones de la mermelada Orgánica Smucker's.

5.1.2. Construir el concepto del producto de la mermelada Orgánica Smucker's.

5.1.3. Seleccionar la mezcla de medios más adecuados para el logro de los objetivos.

5.1.4. Determinar el contenido y estilo de la campaña.

5.2. Determinar los objetivos de los distintos componentes de la mezcla de promoción por utilizarse.

5.3. Construir los estímulos promocionales requeridos para el logro de la campaña.

Capítulo VI. Imagen de la marca

6.1. Analizar la imagen de marca proyectada por Smucker's desde el punto de vista de las siguientes variables.

6.1.1. Las características del producto.

6.1.2. El perfil de su consumidor.

6.1.3. El lugar donde se vende.

6.1.4. Su precio.

6.1.5. Lo que comunica a través de sus actividades promocionales.



Tipo de Investigación

Se trata de una investigación exploratoria, porque se hizo una revisión del comportamiento del mercado de mermelada orgánica; lo que nos permitió obtener una descripción de lo que sucede en cuanto a competencia y tendencia de comportamiento en éste.

Es también concluyente porque de la exploración y análisis descriptivo del mercado de mermelada orgánica nos permitió determinar la serie de estrategias con que la empresa va a competir en este mercado.

Tipo de datos consultados:

- Tipo Primario

Observación científica: se hizo un uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que se necesitaran para resolver el problema de investigación. Observamos el comportamiento del consumidor en el punto de venta de abarrotes sección mermeladas, a fin de detectar las tendencias de exploración o ignorar la opción de la mermelada Orgánica.

- Tipo secundario

Documental: se consultaron fuentes de texto como libros, revistas, reportes de investigación, documentales, páginas web, para obtener información más exacta.



CAPITULO I

DISEÑO DE UN NUEVO PRODUCTO

Objetivos

- 1.1. Determinar el concepto de producto de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 1.2. Establecer el tipo de diferenciación de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 1.3. Determinar los atributos intrínsecos de la mermelada Orgánica Smucker's.
 - 1.3.1 Determinar la categoría de producto a la que pertenece la mermelada Orgánica Smucker's.
 - 1.3.2. Determinar los componentes de la mermelada Orgánica Smucker's.
 - 1.3.3. Establecer los beneficios de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 1.4. Analizar los atributos extrínsecos de la mermelada Orgánica Smucker's:
 - 1.4.1. Presentación.
 - 1.4.2. Envase.
 - 1.4.3. Etiqueta.
 - 1.4.4. Logotipo.
 - 1.4.4.1 Imagen.
 - 1.4.4.2 Colores.
 - 1.4.4.3 Tipografía.
 - 1.4.5. Empaque.



1.1. Concepto de producto

Smucker's Orgánica es la mermelada que gracias a su proceso de elaboración aporta un sabor dulce y agradable al paladar, con el beneficio adicional de que no contiene ningún tipo de componente químico ni artificial que modifique los nutrientes de la fruta.

En concordancia con las tendencias y valores globales del consumidor de contar con una buena nutrición y sustentabilidad y cuidado del ambiente.

1.2. Tipo de diferenciación

❖ Diferenciación Funcional.

En la mermelada Orgánica Smucker's, es de tipo funcional ya que se diferencia de otras por ser un producto **orgánico**, dados los beneficios que acarrea para la salud y el cuidado de la ecología, ya que a través del proceso de elaboración del producto con frutas que son producidas y maduras de forma natural; las técnicas utilizadas no contaminan al medio ambiente, esto quiere decir, que no se utilizan pesticidas ni fertilizante para que no se degrade el sabor casero, color y aroma atractivo de los frutos.

Para su envasado se utiliza la pasteurización mediante flujo al vacío, que evita poner conservadores químicos al producto, logrando el objetivo de la mermelada: que sea rico, saludable y nutritivo.

❖ Diferenciación Emocional

Hoy en día, es difícil mantener una alimentación balanceada, aunado a lo anterior, la preocupación por el cuidado personal va en aumento; sin embargo, existen productos que además de ayudar a tener una vida saludable satisfacen un antojo.



1.3. Atributos intrínsecos

1.3.1. Categoría de producto

Producto Orgánico: Mermelada de frutas

1.3.2. Componentes

- ❖ Azúcar
- ❖ Frutos:
 - Fresa
 - Frambuesa
 - Uva
- ❖ Pectina de fruta
- ❖ Ácido cítrico
- ❖ Citrato de sodio.

Todos los ingredientes utilizados para la elaboración de la mermelada Orgánica Smucker's, son realizados con su propio proceso orgánico, desde la cultivación de la materia prima, hasta el ingrediente final para ser procesado.



1.3.3 Beneficios:

Por su procesamiento orgánico la percepción del sabor es satisfactoria:

- ❖ Nota más cercana a la fruta.
- ❖ Sabor más intenso.
- ❖ Textura suave y homogénea para el paladar al percibir una mezcla uniforme.
- ❖ Por su proceso de elaboración aporta nutrientes de calidad.
- ❖ De manera esencial no tiene afectaciones de degradación medioambientales.

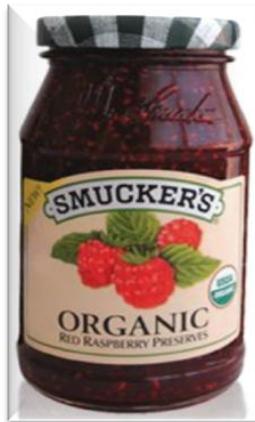
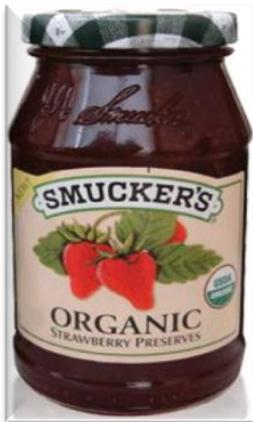
 ORGÁNICA Tablas Nutrimientales	
Mermelada de Fresa ORGÁNICA 340g	
Tamaño de la Porción:	20g
Porciones por envase:	17
Por porción:	
Contenido energético:	221kJ (52kcal)
Proteínas:	0g
Grasas (lípidos):	0g
Carbohidratos totales (hidratos de carbono)	13g
Del cual:	
Azúcar:	12g
Sodio:	0mg
Ingredientes: Azúcar orgánica, Fresas orgánicas, Pectina de fruta, Ácido cítrico.	
Mermelada de Frambuesa ORGÁNICA 340g	
Tamaño de la Porción:	20g
Porciones por envase:	17
Por porción:	
Contenido energético:	221kJ (52kcal)
Proteínas:	0g
Grasas (lípidos):	0g
Carbohidratos totales (hidratos de carbono)	13g
Del cual:	
Azúcar:	12g
Sodio:	0mg
Ingredientes: Azúcar orgánica, Frambuesas orgánicas, Pectina de fruta, Ácido cítrico.	



1.4. Atributos extrínsecos

1.4.1. Presentación

- ❖ Sabores: Fresa, Frambuesa y Uva.
- ❖ Tamaño: 340 gramos.



1.4.2. Tipo de envase

El envase es cilíndrico de vidrio transparente (con la firma J. M. Smucker's grabada en la parte superior del envase).

La tapa es de aluminio pintada a cuadros blancos y verdes.



1.4.3. Etiqueta

❖ *Material:* Papel

Frontal



Contiene en la parte superior central el logotipo de la empresa, en el centro la fruta del sabor de la mermelada, en la parte inferior central el tipo de mermelada y sabor, en la parte inferior derecha la calidad, y la inferior izquierda el contenido.

❖ *Fondo*



Forma: rectangular con un arco sobresaliente en la parte superior,

El color: arena representa la calidez del hogar, el borde inferior verde refleja la frescura y naturalidad del producto.



1.4.4. Logotipo



El estilo de letra representa la tradición artesanal, el color negro de letra representa la elegancia y el compromiso de la empresa.

El contorno color rojo se utiliza para identificar la categoría de alimentos.

1.4.4.1. Imagen

- ❖ *Central:* Fruta natural del sabor de la mermelada (fresa frambuesa y uva).



Las hojas representan frescura y bienestar.

Las fresas, frambuesas y uvas reflejan una selectividad y madurez natural.

- ❖ *Inferior Central:* el tipo de conserva “ORGANIC” y el sabor de la misma.



La palabra denota el proceso orgánico con el que fabrica este producto, reforzando lo anterior con el eslogan “strawberry preserves”, se hace alusión al proceso orgánico.



❖ *Inferior derecho*



En la imagen se muestra que la mermelada orgánica no contiene sabores artificiales ni conservadores en su proceso de elaboración.

❖ *Inferior derecho*



Este punto muestra que es un producto orgánico certificado que cuenta con las normas establecidas por las autoridades correspondientes.

❖ *Inferior izquierda*



Muestra el contenido neto de la mermelada correspondiente a 12 OZ que son equivalentes a 340 gramos.



Posterior



- ❖ *Superior izquierdo*: tabla nutrimental.

Información Nutricional	
Porción de la porción:	20g
Porciones por envase:	17
Por porción	
Contenido energético	221kJ (52kcal)
Proteínas	0g
Grasas (Lípidos)	0g
Carbohidratos totales (Hidratos de Carbono)	13g
Dulz.: Azúcar	12g
Sodio	0mg

- ❖ *Superior derecho*: logo, tipo y sabor de mermelada.



- ❖ *Inferior izquierdo*: ingredientes.



- ❖ *Inferior derecho*: código de barras y fecha de caducidad.





1.4.4.2. Colores

Los colores que se utilizan en la etiqueta y en las letras de la mermelada Orgánica Smucker's, son

- ❖ *Arena*: representa la calidez del hogar.
- ❖ *Verde*: refleja la frescura y naturalidad del producto.
- ❖ *Rojo*: se utiliza para identificar la categoría de alimentos.
- ❖ *Negro*: para dar una imagen elegante y de compromiso.

1.4.4.3. Tipografía

La tipografía que se utiliza en el logotipo y en la etiqueta representa la tradición artesanal, pero novedoso al mismo tiempo, ya que al combinarlo con el color negro se muestra algo clásico pero diferente; al combinar el tipo de letra con el color verde se refleja lo natural y saludable pero en algo rico y divertido.

Análisis de la Gestalt.

Define en la parte superior central el logotipo de la empresa, en el centro la fruta del sabor de la mermelada, en la parte inferior central el tipo de mermelada y sabor, en la parte inferior derecha la calidad, y la inferior izquierda el contenido; el color arena representa la calidez del hogar, el borde inferior verde refleja la frescura y naturalidad del producto. El estilo de letra representa la tradición artesanal y el contorno rojo se utiliza para identificar la categoría de alimentos, lo anterior se refuerza con el eslogan "strawberry preserves", haciendo alusión al proceso orgánico con el que cuenta. En la imagen se muestra que la mermelada orgánica no contiene sabores artificiales ni conservadores en su proceso de elaboración, además de informar que cuenta con la certificación y normas establecidas por las autoridades correspondientes.



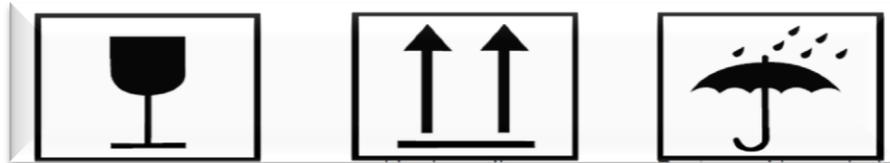
1.4.5. *Empaque*

Para su transportación y distribución el empaque de las mermeladas se realiza en cajas de cartón, lo cual, brinda seguridad y protección al producto, para que llegue en buen estado a su destino.



❖ *Etiqueta de seguridad.*

La caja contiene indicaciones gráficas para la protección de las mermeladas, esto para evitar que las cajas sean manejadas de una manera inadecuada.



Frágil

Hacia arriba frágil

Proteger de la Humedad.

❖ *Divisores de Cartón.*

Se usan para dividir las mermeladas que van dentro de la caja y evitar así que se rompan o quiebre el envase golpeándose uno contra otro.





CAPÍTULO II.

PERFIL DEL CONSUMIDOR

Objetivos

- 2.1. Establecer el perfil del consumidor para la mermelada Orgánica Smucker's.
- 2.2. Determinar las bases para la segmentación de la mermelada Orgánica Smucker's.
 - 2.2.1. Características Demográficas.
 - 2.2.2. Características Pictográficas.
 - 2.2.3. Características relacionadas a la situación de uso.
 - 2.2.4. Características relacionadas a la situación de beneficio.



2.1. Perfil del consumidor para la mermelada Orgánica Smucker´s.

En México existe un sector de la población que busca alimentarse sanamente consumiendo productos 100% naturales, con el objetivo de verse y sentirse bien, teniendo conocimiento de los beneficios de consumir **alimentos orgánicos**. Las amas de casa de este segmento se preocupan tanto por su cuidado personal como el de su familia, buscando que los productos cumplan con los nutrientes necesarios para complementar la salud de su familia analizando a detalle las decisiones de compra sin importar el costo monetario que tengan estos productos.

2.2. Bases para la segmentación de la mermelada Orgánica Smucker´s.

Las bases para la segmentación de la mermelada Orgánica Smucker´s se centran en una interrelación de las características del producto y el consumidor.

2.2.1. Características Demográficas.

Por sus características los consumidores oscilan en un rango de edad que va entre los 25 a los 60 años, debido a que es una etapa en que las personas empiezan a preocuparse y ocuparse por su alimentación y la de su familia.

Son de clase social A/B y C+ debido a que la mermelada orgánica por su proceso de elaboración tiene un costo mayor a la tradicional, convirtiéndose en un producto que no está dirigido a todo público.

Este segmento esta actualizado con los nuevos estilos de vida así como con los productos innovadores que ayudan a cuidar la salud y preservar el medio ambiente.



Como parte de su estilo de vida hacen ejercicio, practican disciplinas como la meditación, el yoga, danza, etc., complementándolo con una dieta adecuada a su forma de vida. Se convierten en líderes de opinión en su medioambiente social, tienen capacidad de liderazgo, al ser innovadores son quienes primero se atreven a probar nuevos productos sean del tipo que sean lo mismo comestibles que tecnológicos, adquieren poder de influencia en su comunidad en la que son respetados, valorados y marcan tendencias con sus recomendaciones boca a boca.

Consumen Smucker's una mermelada Orgánica, por el valor de los frutos no contaminados, producidos de forma natural conservando sus propiedades y con un proceso de producción altamente calificado, en parte por tratarse de un producto nuevo en función de las últimas tendencias globales de valores de nutrición, cuidado de la salud, la sustentabilidad y la responsabilidad social de las empresas.

2.2.2. Características Pictográficas

Lo que se reflejaría en un perfil psicográfico, en donde se conjugan los siguientes rasgos:

Un estilo de vida moderno, en el que la responsabilidad es un elemento central, responsabilidad y compromiso con la propia vida (de ahí el cuidado de la salud, la búsqueda de logros y la construcción de una identidad), responsabilidad con los demás (cuidado de la familia, tolerancia y respeto a los otros), responsabilidad con el entorno (cuidado del ambiente preocupación y acciones comprometidas para resolver los problemas con respecto a su cuidado y conservación), responsabilidad social (acción comprometida en la solución de problemas sociales y de acción colectiva).



2.2.3. Características relacionadas a la situación de uso

Nuestros consumidores son personas que degustan la mermelada en compañía de sus seres queridos en el calor de su hogar, para pasar un momento agradable en cualquier momento del día.

2.2.4. Características relacionadas a la situación de beneficio

La mermelada Orgánica Smucker's ofrece beneficios nutricionales aportados por la fruta, no contiene aditivos ni colorantes, al comerla se estimula el sistema digestivo y es un estimulante para el cerebro ya que dispone de mucho valor energético.



CAPITULO III

POLITICAS DE DISTRIBUCIÓN

Objetivos

- 3.1. Determinar la intensidad de la distribución de la mermelada Orgánica Smucker´s.
- 3.2. Construir el canal para la distribución de la mermelada Orgánica Smucker´s.
- 3.3. Especificar la ruta y logística para la distribución de la mermelada Orgánica Smucker´s.
 - 3.3.1. Selección de tiendas.
 - 3.3.2. Ubicación de tiendas (mapas).
 - 3.3.3 Definir la ubicación de la mermelada Orgánica Smucker´s dentro de la tienda.



3.1. Determinación de Intensidad

Se realizará una distribución selectiva, por el tipo de consumidor al que va dirigido la mermelada, ya que no puede ser masiva por qué no todo el mercado comprará el producto, sino solo un segmento determinado (Ver Capítulo II), y con esto se reafirma la idea de precios diferenciados, que es una característica importante de diferenciación del producto.

3.2. Diseño de Canales

El canal de distribución que se utilizará para mermelada Orgánica Smucker's, es el de Mayorista/Comerciante-Detallista-Consumidor Final.



J.M. Smucker de México, S.A. de C.V, se considera como “mayorista comerciante” dado a que la empresa en México no fabrica las mermeladas Orgánicas, sino las importa de la empresa matriz ubicada en Orrville, Ohio en los Estados Unidos.

Se estableció el canal con un intermediario, por el tipo de producto, ya que como éste no contiene conservadores artificiales que alargue más su periodo de vida, el canal será corto, para aumentar el periodo de tiempo en anaquel y después de la compra.

El consumidor final, será quien adquiera la mermelada, a través, de la compra-venta directa con los detallistas.



3.3. Criterios para su ubicación. Ruta y Logística

❖ Zona geográfica

En ciudades y zonas urbanas del Distrito Federal y Zona Metropolitana.



❖ Área económica

Las mermeladas Orgánicas Smucker's en su función de su costo deben de ser colocados y estar disponibles en lugares en que la población posean los recursos necesarios que les permita adquirirlas.

Para ello se tomará en cuenta el nivel socioeconómico del consumidor al que va dirigido el producto (A/B y C+), y tener una mayor distribución de las mermeladas en donde se concentra la mayor parte de la población con esta característica.



3.3.1 Selección de tiendas

Los detallistas que se eligieron para la distribución de la mermelada serán tiendas de autoservicios, supermercados, hipermercados, megas, cadenas de clubes y tiendas de ultramarinos, con la finalidad de que el consumidor pueda tener un fácil acceso al producto.

La mermelada Orgánica Smucker's, se podrá encontrar en detallistas y sus respectivas sucursales, tales como:

- ❖ Sams's Club
- ❖ Wal-Mart
- ❖ Superama
- ❖ Costco
- ❖ Mega Comercial Mexicana
- ❖ Comercial Mexicana
- ❖ City Market
- ❖ Soriana

3.3.2. Ubicación de tiendas (mapas)

- ❖ **Sam's Club**



Es la cadena de Clubes de Precio más grande del mundo, cuentan con más de 55 millones de Socios. Están respaldados por Wal-Mart, lo que les da un gran poder de negociación en beneficio de sus Socios.

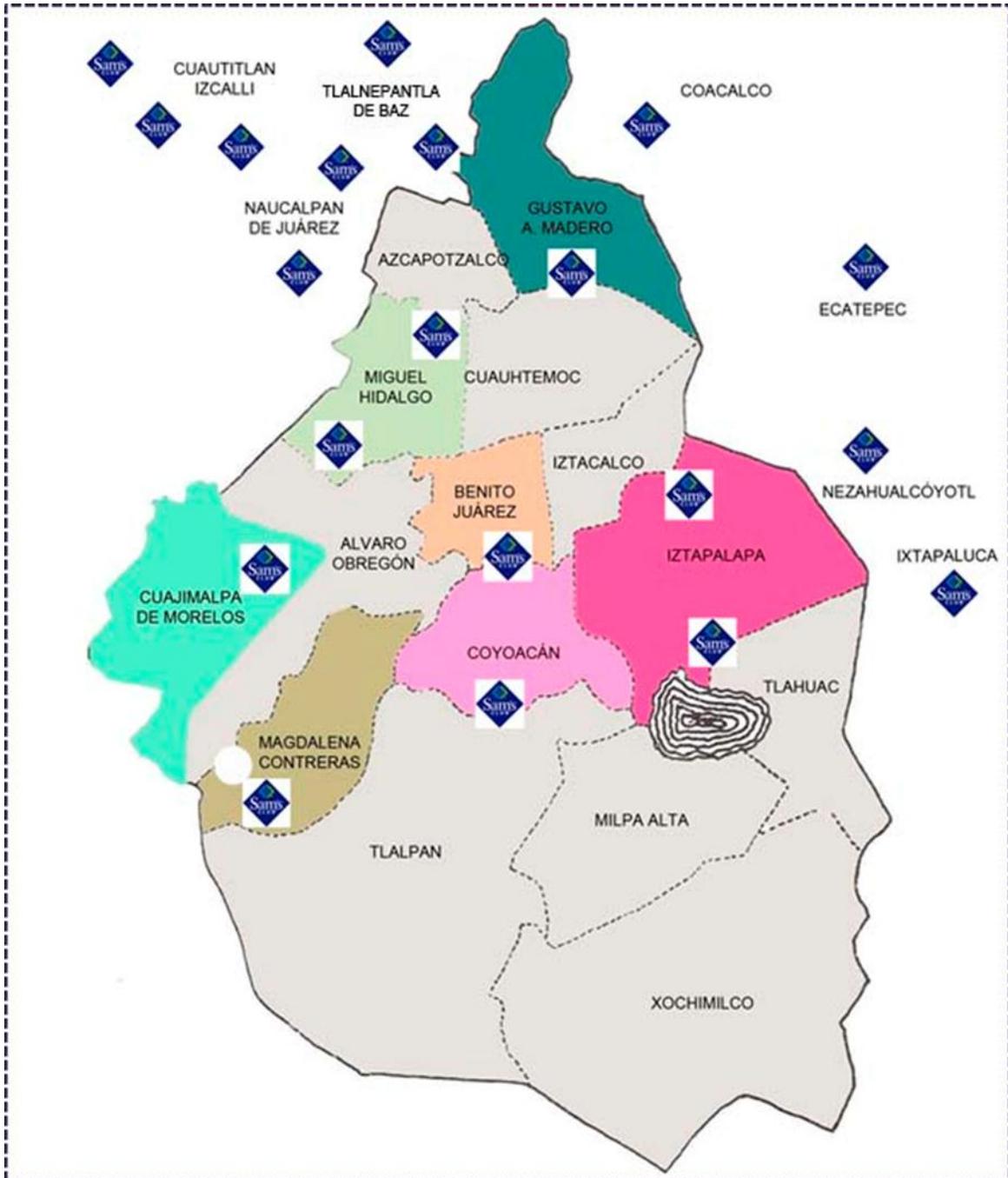


- Tiendas

<u>Delegación/Municipio</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
<i>Benito Juárez</i>	Sam's Club Universidad	Santa Cruz Atoyac
<i>Coyoacán</i>	Sam's Club Acoxta	Exhada Coapa
<i>Cuajimalpa</i>	Sam's Club Santa Fé	La Rosita
<i>Gustavo A. Madero</i>	Sam's Club Tepeyac	Guadalupe Tepeyac
<i>Iztapalapa</i>	Sam's Club Calzada Zaragoza	Tepalcates
	Sam's Club Plaza Oriente	Alfonso Ortiz Tirado
<i>Miguel Hidalgo</i>	Sam's Club Polanco	Granada
	Sam's Club Toreo	Periodista
<i>Magdalena Contreras</i>	Sam's Club San Jerónimo	La otra banda
<i>Coacalco</i>	Sam's Club Coacalco	Zacautitla
<i>Cuautitlán Izcalli</i>	Sam's Club Izcalli	Centro Urbano Cuautitlán
	Sam's Club Periférico Cuautitlán	Parque Industrial Cuamatla
	Sam's Club Santa Elena	El Terremoto
<i>Ecatepec</i>	Sam's Club Las Américas	Las Américas
<i>Ixtapaluca</i>	Sam's Club Ixtapaluca	Geo Villas de Sta. Bárbara
<i>Naucalpan de Juárez</i>	Sam's Club Lomas Verdes	Frac. Lomas Verdes
<i>Nezahualcóyotl</i>	Sam's Club Cd. Jardín	Benito Juárez
<i>Tlalnepantla de Baz</i>	Sam's Club Lago de Guadalupe	San Pedro Barrientos
	Sam's Club Satélite	Viveros de la Loma
	Sam's Club Toltecas	Industrial Tlaxcolpan



- Mapa





❖ **Wal-Mart**



Es una empresa multinacional de origen estadounidense, por sus ventas y número de empleados, es la mayor compañía del mundo. Su concepto de negocio es la tienda de autoservicio de bajo precio y alto volumen.

- Tiendas

<u>Delegación/Municipio</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
Álvaro Obregón	Wal-Mart Las Águilas	Las Águilas
	Wal-Mart Plateros	Lomas de Plateros
Azcapotzalco	Wal-Mart Azcapotzalco	Santa Cruz Acayucan
	Wal-Mart Cuitláhuac	Hogar y Seguridad
Benito Juárez	Wal-Mart Félix Cuevas	Del Valle
	Wal-Mart Tlalpan	Nativitas
	Wal-Mart Universidad	Santa Cruz Atoyac
Coyoacán	Wal-Mart Taxqueña	Chimalistac
	Wal-Mart Copilco	Oxtopulco
	Wal-Mart Miramontes	Jardines de Coyoacán
	Wal-Mart Periférico Sur	Insurgentes Cuicuilco
Cuajimalpa	Wal-Mart Cuajimalpa	San José de los Cedros
Cauhtémoc	Wal-Mart Buenavista	Guerrero
Gustavo A. Madero	Wal-Mart Torres Lindavista	Nueva Industrial Vallejo
	Wal-Mart Tepeyac	Guadalupe Tepeyac
	Wal-Mart Eduardo Molina	D.M. Nacional
	Wal-Mart Acueducto de Gpe.	Santiago Atepetlac



<u>Delegación/Municipio</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
<i>Iztapalapa</i>	Wal-Mart Plaza Oriente	Alfonso Ortiz Tirado
	Wal-Mart Tláhuacc	San Lorenzo Tezonco
<i>Miguel Hidalgo</i>	Wal-Mart Lomas	Periodistas
<i>Tlalpan</i>	Wal-Mart Villa Coapa	San Bartolo Coapa
<i>Venustiano Carranza</i>	Wal-Mart Aeropuerto	Federal
	Wal-Mart Balbuena	Jardín Balbuena
<i>Coacalco</i>	Wal-Mart Coacalco	Zacacuitla
<i>Cuautitlán Izcalli</i>	Wal-Mart San Marcos Izcalli	Jardines de la Hacienda
	Wal-Mart Perinorte	San Martin Obispo
	Wal-Mart Periférico Cuautitlán	Parque Industrial
<i>Ecatepec</i>	Wal-Mart Las Américas	Las Américas
	Wal-Mart Plaza Aragón	Cd. Azteca
<i>Huixquilucan</i>	Wal-Mart Interlomas	Bosques de las Palmas
	Wal-Mart Toltecas	Tlaxcolpan
<i>Nezahualcóyotl</i>	Wal-Mart Ciudad Jardín	Benito Juárez
<i>Naucalpan de Juárez</i>	Wal-Mart Satélite	Ciudad Satélite
	Wal-Mart Pirules	San Pedro Xalapa
	Wal-Mart Lomas Verdes	Lázaro Cárdenas
	Wal-Mart Echeagaray	Santa María Nativitas
<i>Tlalnepantla de Baz</i>	Wal-Mart Lago de Guadalupe	San Pedro Barrientos
	Wal-Mart Multiplaza Arboledas	Centro Industrial



❖ **Superama**



Es una tienda que a través del servicio, busca superar las necesidades de despensa y satisfacer las necesidades de supermercado de la población mexicana. Desarrolló las ventas por teléfono y a través de Internet, aportando el 5.2% de las ventas totales de Wal-Mart de México.

- Tiendas

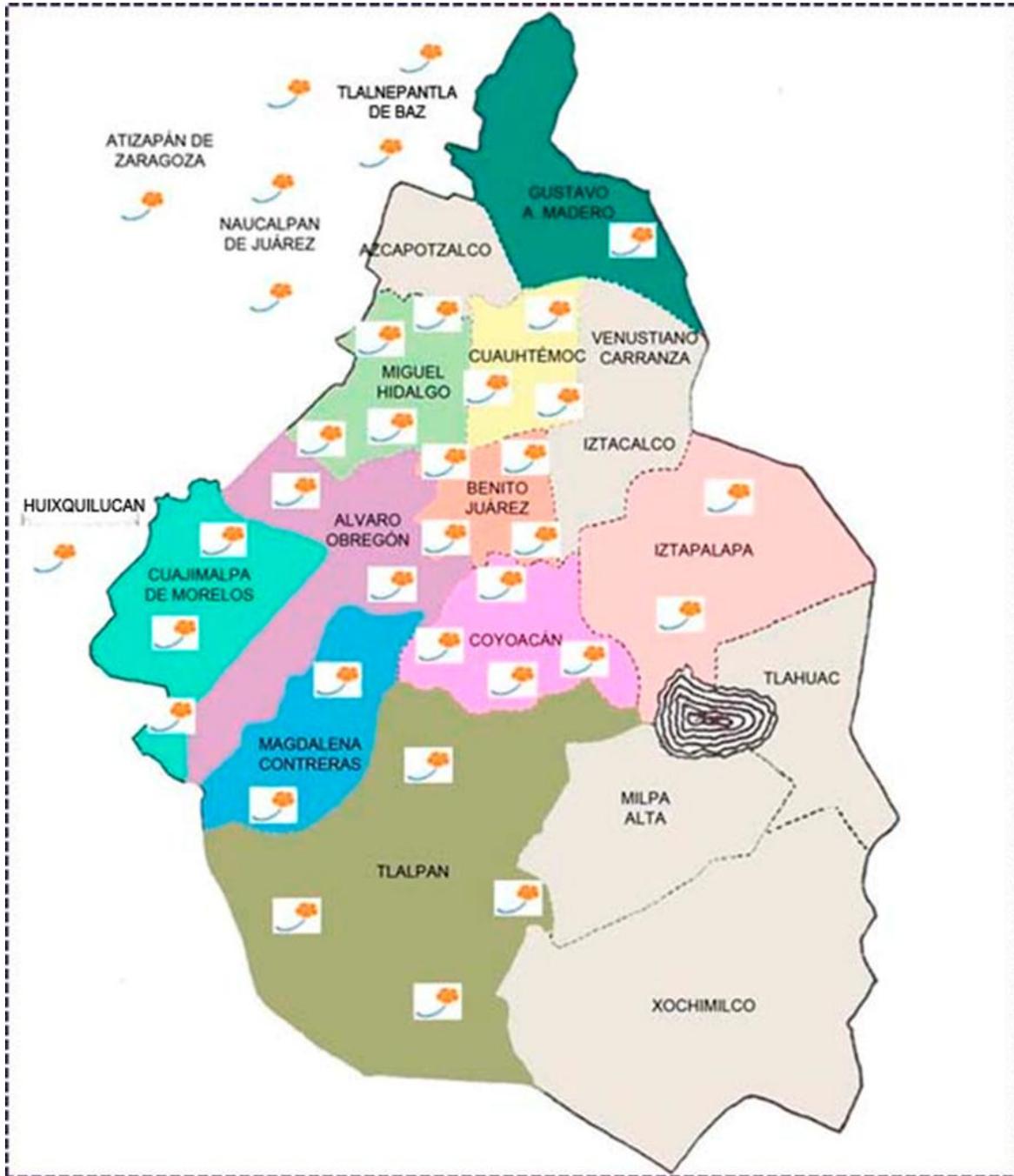
<u>Delegación</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
Álvaro Obregón	Superama Av. Toluca.	Olivar de los Padres
	Superama Jardines	Jardines del Pedregal
Benito Juárez	Superama Dakota	Nápoles
	Superama Del Valle	Del Valle
	Superama Narvarte	Narvarte
	Superama Revolución	Mixcoac
Coyoacán	Superama Churubusco	Campestre Churubusco
	Superama Coyoacán	Coyoacán Centro
	Superama División del Norte	Pedregal Santa Úrsula
	Superama Girasoles	Los girasoles
Cuajimalpa	Superama Lilas	Bosques de las Lomas
	Superama Santa Fé	La Rosita
	Superama Vista Hermosa	Granjas Navidad
Cuauhtémoc	Superama Michoacán	Hipódromo de la Condesa
	Superama Pachuca	Condesa
	Superama Sena	Cuauhtémoc



<u>Delegación</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
<i>Gustavo A. Madero</i>	Superama Lindavista	Lindavista
<i>Iztapalapa</i>	Superama Portal Churubusco	Sector Popular
	Superama Zapata	Doctor Alfonso Ortiz Tirado
<i>Magdalena Contreras</i>	Superama Luis Cabrera	San Jerónimo Lidice
	Superama Bosques	Lomas de Chapultepec
<i>Miguel Hidalgo</i>	Superama Barrilaco	Lomas de Chapultepec
	Superama Gran Polanco	Granada
	Superama Homero	Chapultepec Morales
	Superama Virreyes	Molino del Rey
<i>Tlalpan</i>	Superama Acoxpa	Ex Hacienda Coapa
	Superama Fuentes	Lomas del Pedregal
	Superama Jardines	Jardines del Pedregal
	Superama Periférico	Toriello Guerra
<i>Atizapán de Zaragoza</i>	Superama Esmeralda	Condado Plaza Chiluca
<i>Huixquilucan</i>	Superama Bosques de Minas	Bosques de la Herradura
<i>Naucalpan</i>	Superama Echegaray	Colon Echegaray
	Superama Tecamachalco	Lomas de Tecamachalco
<i>Tlalnepantla</i>	Superama Oradores	Bellavista
	Superama Valle Dorado	Valle Dorado
	Superama Viveros	Viveros de la Loma



- Mapa





❖ **Costco**



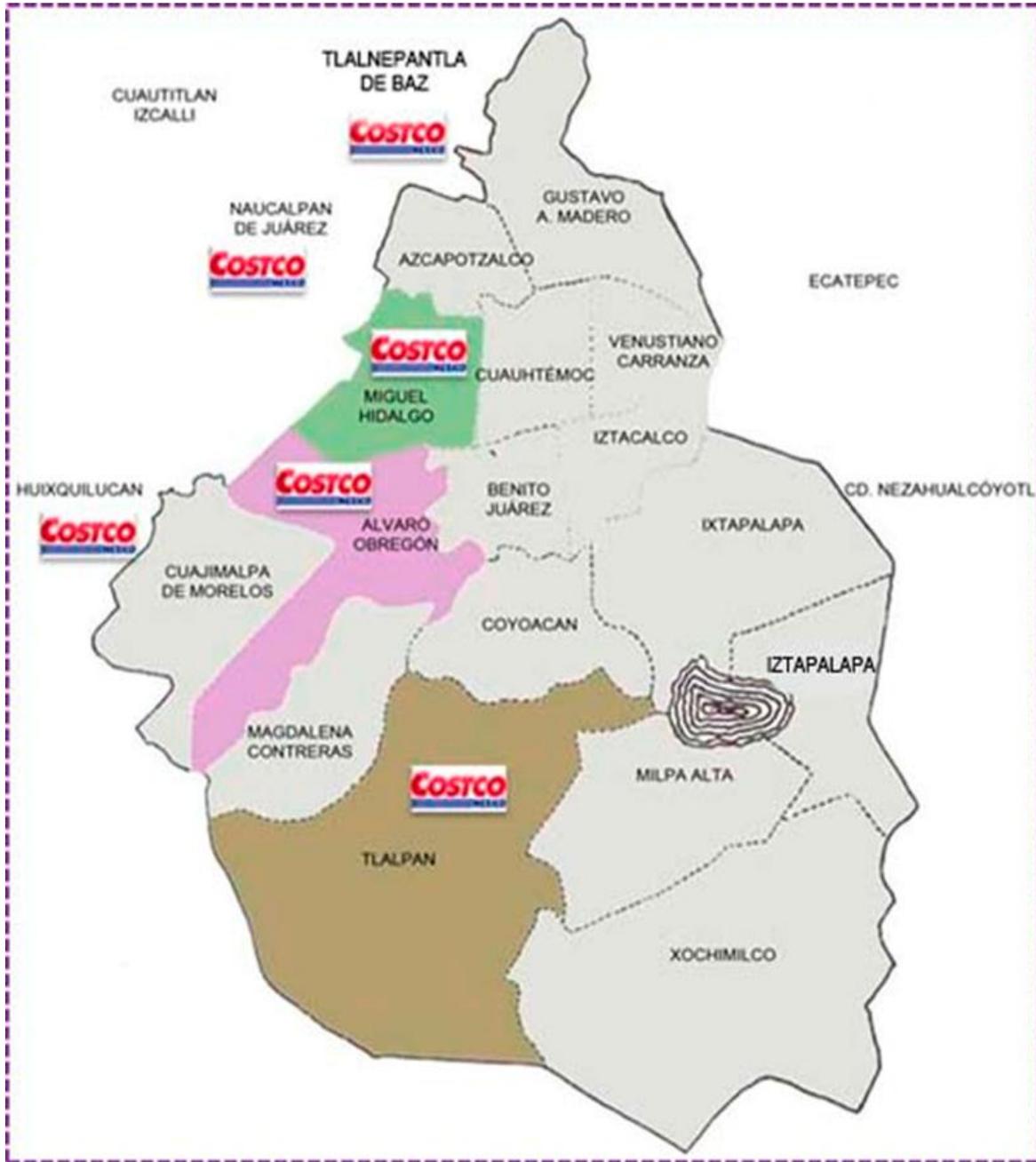
Asociada con la Controladora Comercial Mexicana, Costco es la cadena tipo Club de precios más grande en el mundo basada en ventas al mayoreo. También es la quinta distribuidora minorista en los Estados Unidos.

- Tiendas

<u>Delegación/Municipio</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
<i>Álvaro Obregón</i>	Costco San Antonio	San Pedro de los Pinos
<i>Miguel Hidalgo</i>	Costco Polanco	Irrigación
<i>Tlalpan</i>	Costco Coapa	AMSA
<i>Huixquilucan</i>	Costco Interlomas	San Fernando la Herradura
<i>Naucalpan de Juárez</i>	Costco Satélite	Ciudad Satélite
<i>Tlalnepantla de Baz</i>	Costco Arboledas	San Nicolás Tlaxcolpan



- Mapa





❖ **Mega Comercial Mexicana**



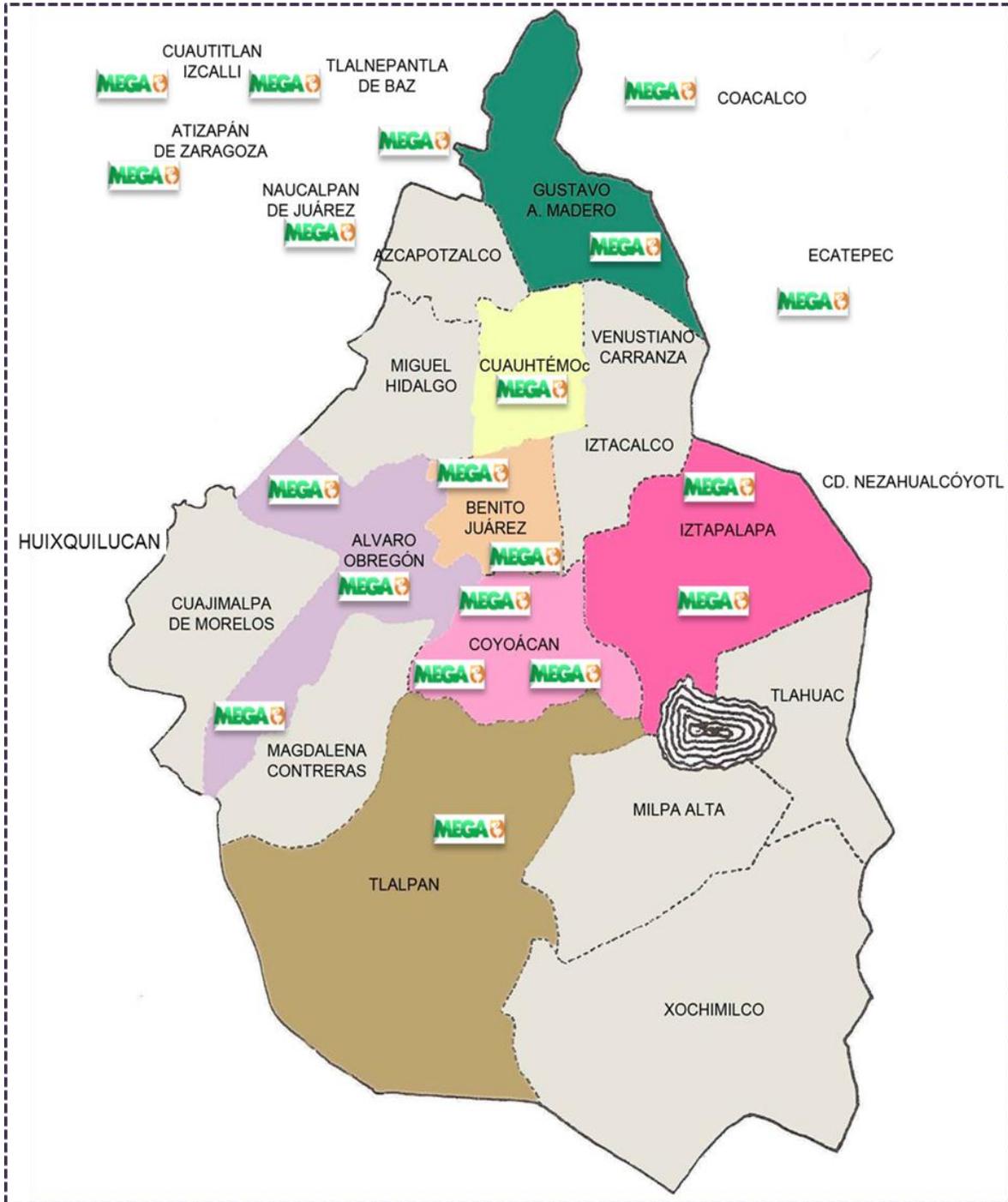
De la cadena Controladora Comercial Mexicana, se crea el formato Mega Comercial Mexicana, un modelo más amplio de tienda.

- Tiendas

<u>Delegación/Municipio</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
Álvaro Obregón	Mega Olivar	San José del Olivar
	Mega San Jerónimo	San Jerónimo
	Mega San Ángel	Olivar de Los Padres
Benito Juárez	Mega Miguel Laurent	Del Valle
	Mega Pilares	Pilares
Coyoacán	Mega Coyoacán	Romero de Terreros
	Mega Gran Sur	Pedregal
	Mega Monte de Piedad	Monte de Piedad
Cuauhtémoc	Mega Tlatelolco	Hipódromo de Peralvillo
Gustavo A. Madero	Mega Guadalupe	Guadalupe Tepeyac
Iztapalapa	Mega La Viga	El Retoño
	Mega Rojo Gómez	Leyes de Reforma
Tlalpan	Mega Coapa	Miramontes
Atizapán de Zaragoza	Mega Atizapán	Pedregal de Atizapán
Cuautitlán Izcalli	Mega Jardines	Jardines de San Miguel
	Mega Izcalli	Arcos del Alba
Ecatepec	Mega Ecatepec	Hogares Marla
Naucalpan de Juárez	Mega San Mateo	Bosques de Moctezuma
Coacalco	Mega Coacalco	Villa de las Flores
Tlalnepantla de Baz	Mega Pisos	San Lucas Tepetlaco



- Mapa





❖ **Comercial Mexicana**



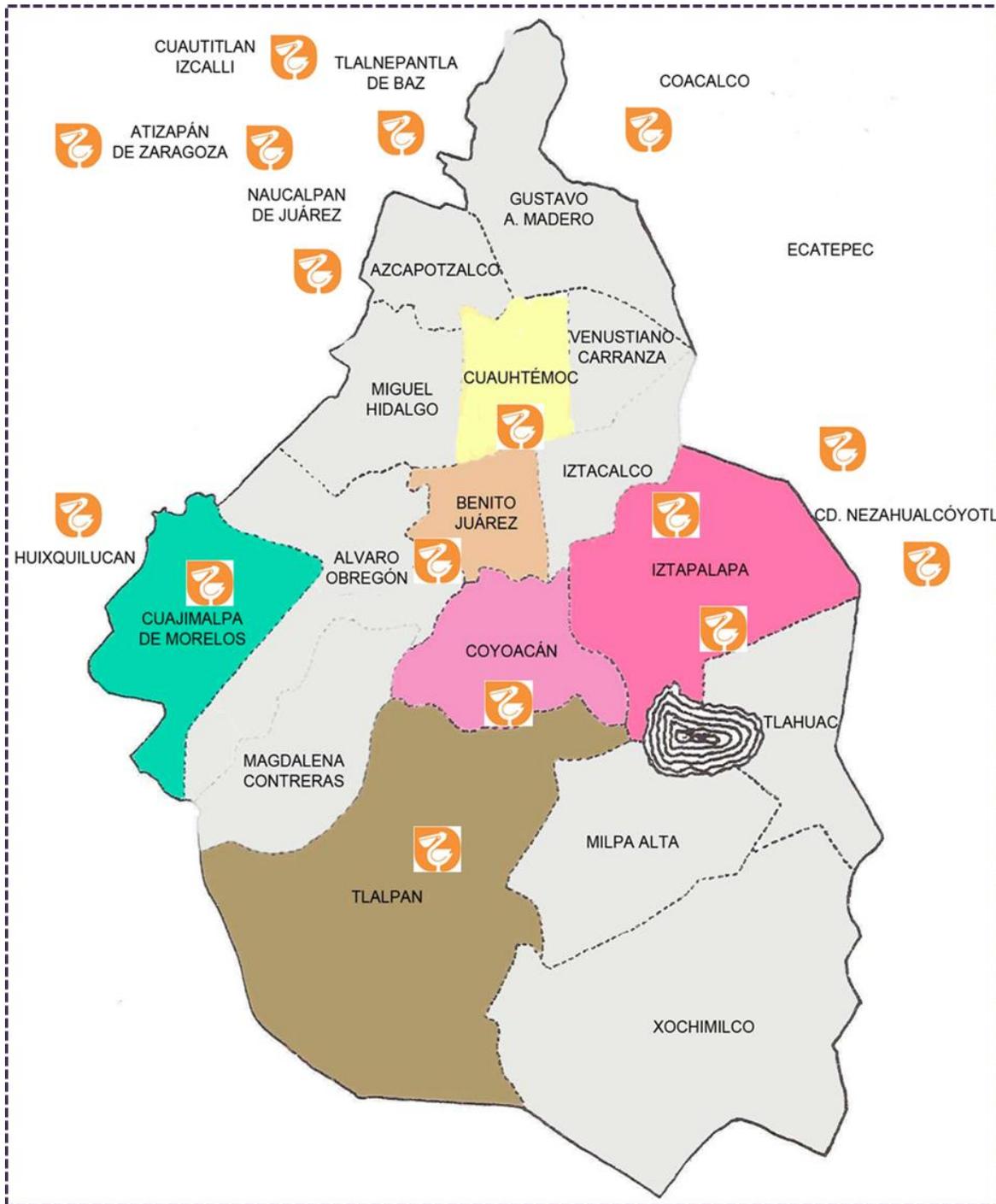
Es una cadena mexicana de supermercados, con gran presencia en el país. Es administrado y controlado por Controladora Comercial Mexicana, quien agrupa a la tienda.

- Tiendas

<u>Delegación/Municipio</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
<i>Benito Juárez</i>	C.M. Insurgentes	San José Insurgentes
<i>Coyoacán</i>	C.M. Villa Coapa	Los Girasoles
<i>Cuajimalpa</i>	C. M. Pabellón Bosques	Vista Hermosa
<i>Cuauhtémoc</i>	C.M. Asturias	Asturias
<i>Iztapalapa</i>	C.M. Tulyehualco	San Nicolás Tolentino
	C.M. Ermita	San Lorenzo Tezonco
<i>Tlalpan</i>	C.M. Coapa	Chimali
<i>Atizapán de Zaragoza</i>	C.M. Villas de la Hacienda	Pedregal de Atizapán
<i>Coacalco</i>	C.M. Coacalco II	Residencial Coacalco
<i>Huixquilucan</i>	C.M. Lomas Anáhuac	San Fernando La Herradura
<i>Nezahualcóyotl</i>	C.M. Aragón	Bosques de Aragón
	C.M. Netzahualcóyotl	Benito Juárez
<i>Naucalpan de Juárez</i>	C.M. La Herradura	La Herradura
	C.M. Satélite	Satélite
<i>Tlalnepantla de Baz</i>	C.M. El Dorado	Valle Dorado
	C.M. Vallarta	Satélite



- Mapa





❖ **City Market**



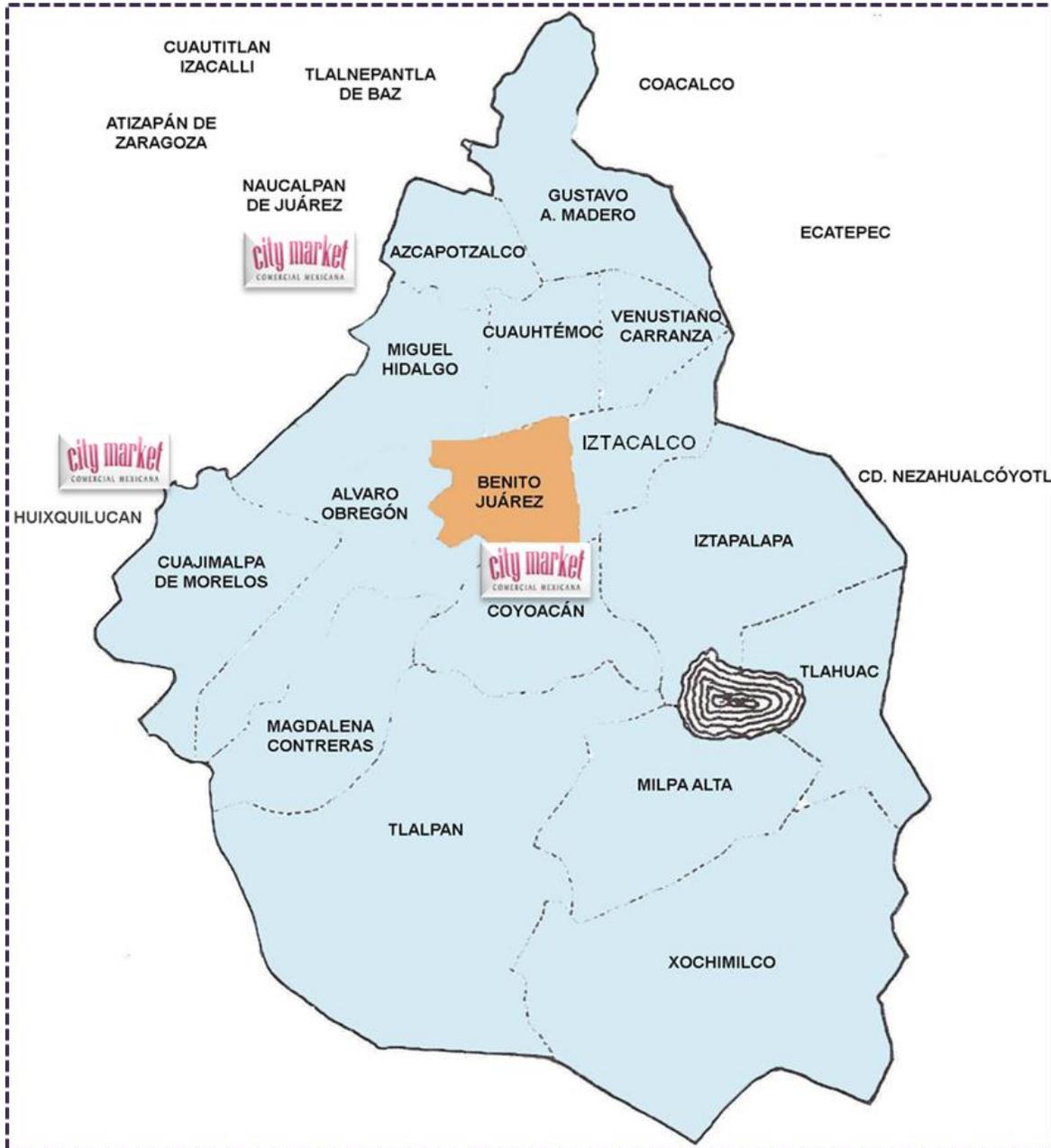
Tienda de ultramarinos, dirigido a un tipo de consumidor de nivel socioeconómico alto; donde existe gran variedad de elementos exclusivos en una tienda gourmet especializada, como quesos, mermeladas, vinos, licores y especias exóticas. Es parte de la cadena de Comercial Mexicana.

- Tiendas

<u>Delegación/Municipio</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
<i>Benito Juárez</i>	City Market Pilares	Del Valle
<i>Huixquilucan</i>	City Market Interlomas	San Fernando La Herradura
<i>Naucalpan de Juárez</i>	City Market Naucalpan	Lomas de La Herradura



- Mapa





❖ Soriana



Es una cadena mexicana de supermercados y almacenes fundada en 1968, sus tiendas son divididas en seis formatos: City Club, Soriana, Soriana Mercado, Soriana Súper, Soriana Express y la cadena de tiendas de conveniencia Súper City.

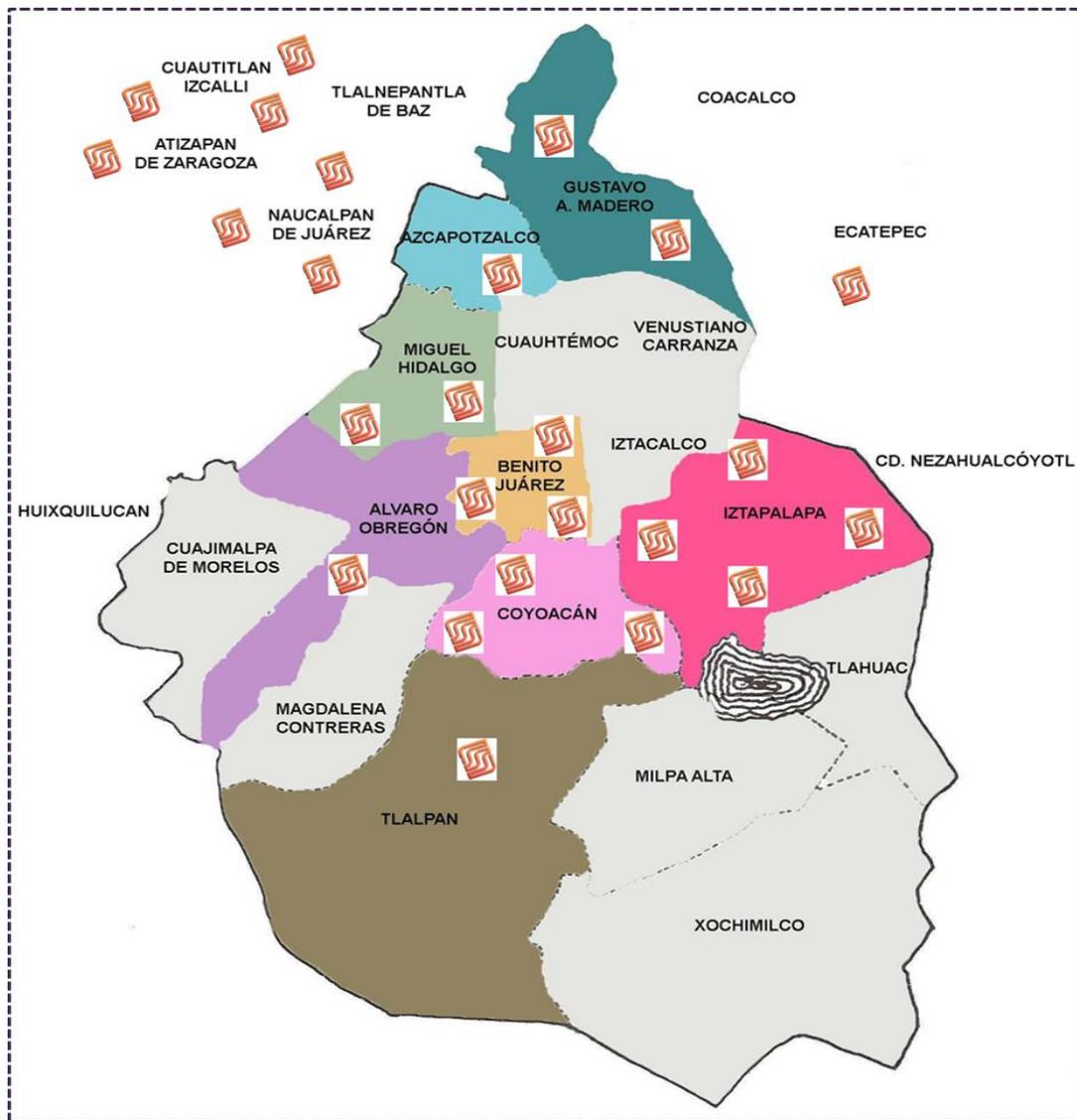
- Tiendas

<u>Delegación/Municipio</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
Álvaro Obregón	Soriana Rosario	Unidad del Rosario
Azcapotzalco	Soriana Cuitláhuac	Sector Naval
Benito Juárez	Soriana Mixcoac	Mixcoac
	Soriana División del Norte	Nueva Santa Cruz Atoyac
	Soriana Parque Delta	Narvarte
Coyoacán	Soriana Tlalpan	Campestre Churubusco
	Soriana Miramontes	San Antonio Coapa
	Soriana Plaza Cantil	Los Reyes Coyoacán
Gustavo A. Madero	Soriana La Villa	Vallejo
	Soriana Consulado	Simón Bolívar
Iztapalapa	Soriana La Viga	Mexicaltzingo
	Soriana Iztapalapa	Los Ángeles
	Soriana Zaragoza	Juan Escutia
	Soriana El Salado	La Colmena
Miguel Hidalgo	Soriana Polanco	Nueva Granada
	Soriana Tacubaya	San Miguel Chapultepec
Tlalpan	Soriana Coapa	Ejidos de Villa
Atizapán de Zaragoza	Soriana Abastos Atizapán	México Nuevo



<u>Delegación/Municipio</u>	<u>Tienda</u>	<u>Colonia</u>
<i>Cuautitlán Izcalli</i>	Soriana Cofradías	Claustos de San Miguel
	Soriana Paseo de La Joya	Cuautitlán
	Soriana Cuautitlán	Corredor Urbano Comercial
<i>Ecatepec</i>	Soriana Aragón	Fracc. Valle de Aragón
<i>Naucalpan de Juárez</i>	Soriana Lomas Verdes	Lomas Verdes
	Soriana Echeagaray	Bosques de Echeagaray
	Soriana San Mateo	Jardines de San Mateo

- Mapa





3.3.3. Ubicación dentro de la tienda

Dentro de las tiendas de autoservicio la mermelada Orgánica Smucker's se localizará en el departamento de abarrotes, en la sección o pasillo donde se localizan alimentos como la cajeta, miel, mermeladas, fruta en almíbar, gelatina, harina y galletas.

El producto se colocará en las góndolas o anaqueles de las tiendas, donde se encontrarán todas la línea de mermeladas Smucker's, y las de la competencia. Se pondrán a lado de las líneas de las mermeladas light, sin azúcar o reducidas en azúcar, con el fin de que los consumidores reales y potenciales encuentren la mermelada ideal que le ayude al cuidado de su salud.



En la ubicación de la góndola, estarán en la parte superior, para que el producto sea visualizado y ubicado con mayor facilidad, por el consumidor, y sea de la primera o una de las primeras opciones de compra.





❖ Planograma

Se manejará en sus puntos de ventas, un acomodo diferente para las mermeladas y otros de sus productos, para ello se tendrán personas capacitadas para realizar dicho acomodo, las reglas de acomodo serán las siguientes:

- No puede haber menos de 2 frentes por producto y por variedad
- Se deben alternar los sabores de las mermeladas por tonos oscuros y claros.
- La subcategoría de crema de cacahuete y la de mermelada deben estar una al lado de la otra.
- Se recomienda que la categoría de toppings se exhiba cerca de la sección de helados.
- La categoría de untables debe estar organizada por marcas.
- Cuando la mermelada Smucker's está junto a las cremas de cacahuete, las ventas de la categoría aumentan.
- La categoría de untables tiene un mejor desempeño cuando Goober está localizado en la sección de cremas de cacahuete.

						Fresa, piña, frambuesa, mora azul, chabacano y cereza 340g
						Fresa, 510g/ fresa, uva y frambuesa orgánica
						Chabacano, zarzamora, naranja, frambuesa, durazno y uva 510g
						Fresa y naranja reducida en azúcar/ fresa, chabacano y zarzamora sin azúcar
						Chabacano y frambuesa reducida en azúcar/ naranja frambuesa y mora azul



CAPITULO IV

POLÍTICAS DE PRECIO

Objetivos

- 4.1. Establecer y analizar los factores que se tomaran en cuenta para la determinación del precio de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 4.1.1. Costo de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 4.1.2. Categoría de producto de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 4.1.3. Posicionamiento en el mercado de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 4.1.4. Imagen de marca de la mermelada Orgánica Smucker's.
- 4.1.5 Poder adquisitivo del consumidor de la mermelada Orgánica Smucker's.



4.1. Factores para la determinación del precio

4.1.1. Costo de la mermelada

La siguiente tabla nos muestra el costo de producción de la mermelada Orgánica Smucker's, con la finalidad de fijar el precio que tendrá en el mercado.

PRODUCTO	UNIDADES	COSTO	COSTO DE PRODUCCIÓN
Mermelada Orgánica	1,850,000	\$19.00	\$35, 150,000

Considerando una utilidad unitaria de \$24.30 M.N. por lo tanto, el precio unitario de venta es de \$43.30 M.N. (127% por encima).

4.3.2. Categoría de producto

El marco de referencia principal de Smucker's para la determinación de su precio es dentro de la categoría de mermeladas Orgánicas existentes en el mercado, específicamente en el Distrito Federal, dichas mermeladas se enlistan a continuación:

- ❖ Aires del campo: mermelada orgánica con a sabor mango, el contenido neto es de 240 gramos y su precio es de \$32.40



- ❖ La Vie: mermelada orgánica de sabor guayaba el contenido neto es de 240 gramos y su precio es de \$30.40
- ❖ Smucker's, mermelada orgánica con sabor fresa, frambuesa y uva el contenido neto es de 340 gramos, el precio es de \$43.30

Smucker's tiene un precio por encima del rango de la competencia dentro de su categoría, lo que comunica la idea es de que trata de un mermelada especial y confirma que se trata de un producto orgánico.

4.3.3. Posicionamiento en el mercado

La mermelada Orgánica Smucker's dentro de su categoría cuenta con prestigio y reconocimiento debido a que está respaldada por una marca reconocida por la calidad de sus productos.

La percepción que el consumidor tiene de la marca está ligada a su precio más alto, ya que la mermelada ofrece calidad en sus productos desde la selección de sus frutas naturales hasta el proceso de elaboración y envasado, esto justifica que el precio sea elevado frente a la competencia.

Algunas de las características que ofrece la mermelada son: nota más cercana a la fruta logrando que su sabor sea más intenso, su textura es suave y homogénea para el paladar al percibir una mezcla uniforme; de manera esencial no tiene afectaciones de degradación medioambientales



4.1.4. Imagen de marca

La marca Smucker's ha logrado en la mente del consumidor un alto nivel de reputación, confiabilidad y prestigio dentro de su categoría, por la calidad de sus productos como su textura, consistencia, aroma, sabor autentico a la fruta, presentación como envase y por ser un producto de importación y su precio alto.

En México, los productos de importación son idealizados por los consumidores como algo superior y por encima de los productos nacionales. Y están dispuestos a pagar más porque suponen que es un producto de mejor calidad, imagen, ofreciéndoles confianza al adquirirlos y haciéndolos sentir diferentes al resto de su grupo social por la compra realizada.

4.1.5. Poder adquisitivo del consumidor

La capacidad económica de los consumidores potenciales de clase alta, es decir, A, B y C+, garantiza el acceso a la compra de este producto porque son personas que pueden adquirir este producto.



CAPITULO V

POLÍTICAS PROMOCIONALES

Objetivos

5.1. Construir la plataforma de inicio para la comunicación integral de marca de la mermelada Orgánica Smucker's.

5.1.1. Determinar la audiencia meta para las promociones de la mermelada Orgánica Smucker's.

5.1.2. Construir el concepto del producto de la mermelada Orgánica Smucker's.

5.1.3. Seleccionar la mezcla de medios más adecuados para el logro de los objetivos.

5.1.4. Determinar el contenido y estilo de la campaña.

5.2. Determinar los objetivos de los distintos componentes de la mezcla de promoción por utilizarse.

5.3. Construir los estímulos promocionales requeridos para el logro de la campaña.



5.1. Plataforma de inicio para la comunicación integral de marca

5.1.1. Audiencia meta



Perfil General de la audiencia meta:

Mujeres profesionistas entre las edades de 25 a 60 años, que cuenten con un poder adquisitivo de clase alta y media alta, establecidas en zonas urbanas del Distrito Federal y Área Metropolitana; con alta conciencia de la importancia de la necesidad de evitar productos químicos y contaminantes en los alimentos por las repercusiones que puede acarrear al deterioro de la salud y al ambiente, preocupadas por la conservación y el bienestar de su vida y la de su familia.

5.1.2. Concepto de producto

Smucker's posee la característica especial, en su calidad de producto orgánico que no modifica los nutrientes de la fruta, originando ningún tipo de daño sobre la salud y que gracias a esta elaboración Smucker's logra ese sabor dulce y agradable al paladar.



5.1.3. Selección de la mezcla de medios

Selección de medios	<i>Medios impresos</i>	- Revistas
	<i>Medios de transmisión</i>	- Televisión privada
	<i>Medios interactivos</i>	- Internet
Selección de estrategias	<i>Programas de comunicación masiva</i>	- Publicidad en punto de venta
		- Patrocinio
	<i>Programas de comunicación personal</i>	- Marketing Directo (e-mail)

5.1.4. Contenido y Estilo

El contenido de la campaña tendrá un enfoque hacia la mermelada Orgánica Smucker's, resaltando que es un producto orgánico, ayudando a preservar la vida y salud del ser humano como el medio ambiente.

El estilo será informal y cálido transmitido en un clima familiar y de confianza.



5.2. Objetivos de la mezcla de promoción

El objetivo principal del desarrollo de la promoción de la mermelada Orgánica Smucker's, es informar los beneficios y el agradable sabor que contiene el producto, persuadiendo al consumidor a través de la selección de medios adecuada, y con la utilización de figuras públicas como Andrea Legarreta, Michelle Manterola y Aquiles Chávez, ya que se distinguen por tener una personalidad innovadora, confiable y verídica.

5.3. Estímulos promocionales

❖ *Medios Impresos*

Revistas

La difusión se hará en revistas de nutrición y dirigidas a la belleza y cuidado de la mujer, debido a que estas son compradas en su gran mayoría por la audiencia meta.

Objetivo: Informar al consumidor del producto, para que este adquiriera la mermelada orgánica.

Característica: Beneficio "orgánico".

Nutrición

- Saludable
- Balance

Belleza y cuidado de la mujer

- Elle
- Cosmopolitan
- Vanidades



- **Pauta del medio impreso “Revistas”**

Medio	Empresa:	<i>JM Smucker de México S.A. de C.V.</i>			
Revista	Sección	Página	Tamaño de anuncio	Color B/N	Costo x Anuncio
Saludable 	Cocina	Impar	1 plana	Color	\$ 69,069.00
Balance 	Salud	Impar	1 plana	Color	\$ 79,500.00
ELLE 	Salud	Impar	1 plana	Color	\$101,500.00
COSMOPOLITAN 	Salud	Impar	1 plana	Color	\$296,373.00
VANIDADES 	Salud	Impar	1 plana	Color	\$299,376.00

- **Anuncios**

Se desarrollaran cuatro diferentes bocetos de los anuncios, para las diferentes revistas que se manejaran, destacando a la mermelada como la imagen central, y en algunos a Andrea Legarreta, por la personalidad de confianza y la credibilidad que tiene como figura pública.



SMUCKER'S

Tu Vida es más Rica

ORGANICO
SALUDABLE
NATURAL



SMUCKER'S

Tu Vida es más Rica

ORGANICO
SALUDABLE
NATURAL





SMUCKER'S

Tu Vida es más Rica

ORGÁNICO
SALUDABLE
NATURAL

A central image shows a large jar of Smucker's Organic Concord Grape Jam in the foreground. Behind it are two smaller jars of Smucker's Organic Raspberry Jam. The background is a vibrant, close-up shot of various fresh fruits like raspberries, strawberries, and oranges.

SMUCKER'S

ORGÁNICO
SALUDABLE **NATURAL**

Three jars of Smucker's Organic jam are arranged in a cluster. The central jar is Concord Grape, flanked by two Raspberry jars. They are surrounded by fresh raspberries and strawberries. The background is a soft-focus landscape of a green field under a bright, cloudy sky.

Tu Vida es más Rica



❖ **Medios de Transmisión**

Televisión Privada

Se realizarán menciones de la mermelada Orgánica Smucker's, en diferentes programas de cocina, de entretenimiento, de salud y cuidado personal, a través de los conductores de las secciones.

Objetivo: Hacer mención de los principales beneficios de la mermelada Orgánica Smucker's a través de programas de cocina para comunicar el rico sabor de la mermelada, de salud, de cuidado personal y entretenimiento para resaltar los atributos saludables del alimento orgánico y sobre el cuidado del medio ambiente.

Características: Confianza y credibilidad; mandando el mensaje a través de personas expertas en el tema de la salud y nutrición.

Cocina

- La pastelería
- Chepina en tu cocina
- El toque de Aquiles
- Sabores de familia

Salud y Cuidado Personal

- Salud Emocional
- Simplificando la vida

Entretenimiento

- Al empezar el día
- Levántate



- **Pauta del medio de transmisión “Televisión Privada”**

Medio	Empresa:	<i>JM Smucker de México S.A. de C.V.</i>			
Televisión Privada	Plaza	Programa Sección	Hora	Tiempo y No. De Spot	Costo x Anuncio
UTILISIMA 	D.F. Zona Metropolitana	La Pastelería 	Sábado 22:00 - 23:00	1 mención 20 segundos	\$ 22,122.00
		Chepina en tu cocina 	Lunes, Miércoles, Viernes 17:00 - 17:30	1 mención 30 segundos	\$ 22,122.00
		El Toque de Aquiles 	Martes, Jueves 5:30 - 6:00	1 mención 20 segundos	\$ 22,122.00
		Sabores de Familia 	Lunes 5:30 - 6:00	1 mención 20 segundos	\$ 22,122.00



Medio	Empresa:	<i>JM Smucker de México S.A. de C.V.</i>			
Televisión Privada	Plaza	Programa Sección	Hora	Tiempo y No. De Spot	Costo x Anuncio
UTILISIMA 	D.F. Zona Metropolitana	Salud Emocional 	Lunes, Miércoles, Viernes 10:00 - 11:00	1 mención 20 segundos	\$ 22,122.00
		Simplificando la Vida 	Martes, Jueves 13:00 - 14:00		

Medio	Empresa:	<i>JM Smucker de México S.A. de C.V.</i>			
Televisión Privada	Plaza	Programa Sección	Hora	Tiempo y No. De Spot	Costo x Anuncio
TELEMUNDO 	D.F. Zona Metropolitana	Al empezar el día Sección: Cocina 	Lunes, Miércoles, Viernes 10:00 - 11:00	1 mención 20 segundos	\$ 22,122.00
		Levántate Sección: Cocina 	Martes, Jueves 13:00 - 14:00		



- **Menciones**

Se realizará un guión de la mención, para cada programa de televisión, de acuerdo con la personalidad y estilo, del conductor que anunciara.

Programa:	<i>La Pastelería</i>
Escena	Guión
<p>Lugar: Foro de televisión.</p> <p>Escenografía: Cocina del estudio.</p> <p>Personaje: Michel Manterola</p> <p>Imagen: Mermelada Orgánica Smucker's y frutas naturales (fresa, frambuesa y uva).</p>	<p>Mientras se está cocinando la receta del día el chef dice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disfruta tus pasteles y postres con la mermelada Orgánica Smucker's, del sabor de tu fruta favorita, fresa, frambuesa y uva. - La mermelada Orgánica Smucker's, está elaborada con frutas 100% naturales, se utilizan técnicas de cultivo no contaminantes, y gracias a su proceso de elaboración, se obtiene una distribución homogénea de la fruta para darle una consistencia agradable al paladar, y se conserva el sabor, color y aroma natural de la fruta.

Programa:	<i>Chepina en tu cocina</i>
Escena	Guión
<p>Lugar: Foro de televisión.</p> <p>Escenografía: Cocina del estudio.</p> <p>Personaje: Chepina Peralta</p> <p>Imagen: Mermelada Orgánica Smucker's y frutas naturales (fresa, frambuesa y uva).</p>	<p>Enfocan la cara de la conductora mientras dice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sabemos del compromiso que tienes en tu hogar, y en especial con tus hijos, el consentirlos día a día, por eso te recomendamos que tus platillos los acompañes con la mermelada Orgánica Smucker's. - La mermelada Orgánica Smucker's, está elaborada con frutas 100% naturales, y gracias a su proceso de elaboración, se obtiene una distribución homogénea de la fruta, conserva el sabor, color, aroma, consistencia y tradición.



Programa:	<i>El toque de Aquiles</i>
Escena	Guión
<p>Lugar: Foro de televisión.</p> <p>Escenografía: Cocina del estudio.</p> <p>Personaje: Aquiles Chávez</p> <p>Imagen: Mermelada Orgánica Smucker's y frutas naturales (fresa, frambuesa y uva).</p>	<p>El conductor da la bienvenida al programa y menciona al público:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para que consientas a tu familia y se sienta cada vez más ese calor de hogar, disfruta el sabor de las mermeladas Orgánica Smucker's; que están elaboradas con frutas 100% naturales, utilizando técnicas de cultivo no contaminantes y que gracias a su proceso de elaboración, se obtiene una distribución homogénea de la fruta, se conserva el rico sabor, un color profundo, un aroma antojable y una consistencia agradable al paladar, sobre todo la tradición de una mermelada familiar.

Programa:	<i>Sabores de familia</i>
Escena	Guión
<p>Lugar: Foro de televisión.</p> <p>Escenografía: Cocina del estudio.</p> <p>Personaje: Silvia Carmen Santoyo</p> <p>Imagen: Mermelada Orgánica Smucker's y frutas naturales (fresa, frambuesa y uva).</p>	<p>La conductora al iniciar el postre hace mención:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para que tus platillos sepan y luzcan mejor que nunca, te recomendamos que los acompañes con la mermelada Orgánica Smucker's; la cual está elaborada con frutas 100% naturales; no contiene pesticidas, ni fertilizantes artificiales y utilizan técnicas de cultivo no contaminantes. - Gracias a su proceso de elaboración, se obtiene una distribución homogénea de la fruta, se conserva el sabor, color, aroma y consistencia. La pueden encontrar en sus tres deliciosos sabores: fresa, frambuesa y uva.



Programa:	<i>Salud Emocional</i>
Escena	Guión
<p>Lugar: Foro de televisión.</p> <p>Escenografía: Comedor del estudio.</p> <p>Personaje: Martha Reyes</p> <p>Imagen: Mesa donde se muestren las presentaciones de la mermelada con un mantel a cuadros y platos con distintas formas de servir el producto.</p>	<p>Después de la capsula de salud. Martha reyes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amigas para seguir con el tema de vida saludable les quiero presentar un producto que en lo personal me encanta... mermelada Orgánica Smucker's. <p>La sujeta del mostrador y la mantiene en la mano mostrándola a cámara.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les quiero comentar que por ser un producto orgánico no modifica los nutrientes de la fruta, así evita cualquier tipo de daño sobre la salud. <p>Toma una galleta con mermelada Orgánica Smucker's y la prueba.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Además de tener un dulce sabor. Yo, la disfruto en familia. <p>Ella se queda saboreando la galleta.</p>

Programa:	<i>Simplificando la Vida</i>
Escena	Guión
<p>Lugar: Foro de televisión.</p> <p>Escenografía: Sala del estudio.</p> <p>Personaje: Lisset</p> <p>Imagen: Mermelada Orgánica Smucker's y frutas naturales (fresa, frambuesa y uva).</p>	<p>Enfocan a Lisset y ella dice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Señoras sabían que los alimentos orgánicos, por su elaboración no modifican los nutrientes de la fruta además de que no causan ningún tipo de daño a la salud. <p>Pasan imágenes de los cultivos de la fruta con la que realizan la mermelada Orgánica Smucker's (6 segundos), mientras la conductora continúa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por eso hoy les quiero recomendar esta rica y saludable mermelada.



Programa:	<i>Al empezar el día</i>
Escena	Guión
<p>Lugar: Foro de televisión.</p> <p>Escenografía: Cocina del estudio.</p> <p>Personaje: Mónica Patiño</p> <p>Imagen: Mermelada Orgánica Smucker's y frutas naturales (fresa, frambuesa y uva).</p>	<p>Enfocan a Mónica Patiño:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¡Amigas ahora vamos a aprender a cocinar rico y saludable, y para esto Smucker's nos ofrece la mejor opción con su mermelada Orgánica! <p>La sostiene en su mano y dice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Esta mermelada es deliciosa porque nos ofrece el sabor original de las frutas, personalmente te puedo decir que es exquisita. - En estos postres, aparte de comer algo delicioso estamos dándole a nuestra familia algo saludable y libre de conservadores artificiales. ¡No lo pienses más y comprueba que Smucker's es la opción que buscas para consentir a tu familia cuidando su salud!

Programa:	<i>Levántate</i>
Escena	Guión
<p>Lugar: Foro de televisión.</p> <p>Escenografía: Comedor del estudio.</p> <p>Personaje: Alan Tacher</p> <p>Imagen: Mermelada Orgánica Smucker's en sus tres sabores: fresa, frambuesa y uva; En platos de color blanco alimentos, elaborados con la mermelada.</p>	<p>Enfocar a Alan Tacher, sentado en la mesa desayunando. Toma el producto, lo destapa y unta la mermelada Orgánica Smucker's en su postre.</p> <p>Antes de probar la mermelada con su postre. Mencionará:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acompaña tus postres con la mermelada Orgánica Smucker's. Disfruta de su sabor y consistencia. - Elaboradas con frutas 100% naturales, no contienen pesticidas, ni fertilizantes artificiales, y utilizan técnicas de cultivo no contaminantes. <p>Prueba el postre.</p>



❖ **Medios Interactivos.**

Internet

Uno de los medios de comunicación más visitados y de acceso directo e ilimitado es el internet. Smucker's cuenta con su propia página web "www.smucker's.com.mx" donde se le dará especial enfoque a la mermelada Orgánica, destacando aspectos sobre su calidad, el buen y diversificado sabor, describiendo en forma detallada la consistencia, textura y color natural.

Objetivo: Permitir el acceso directo de los consumidores, así como tener una difusión masiva acerca de la mermelada Orgánica.

Características: Información actualizada y lista para ser vista a la hora que se requiera.

Página Web

El diseño de la página web, se estableció para dar una imagen de tradición pero vanguardista a la vez, con un sentido familiar y de diversión.

La página tiene links, para cambiar a otra ventana dentro de la misma, con opción a información de la empresa, de los productos de la marca, recetas y tips de cocina, noticias de innovaciones de productos y reconocimientos de la empresa, así como la opción de recomendaciones por parte de los visitantes a la páginas y el contacto con la empresa para alguna duda o aclaración.

Dentro de una ventana se encuentra toda la información de la mermelada Orgánica Smucker's, tanto sus beneficios, características de elaboración, presentaciones, recetas, como información sobre los productos orgánicos.

Se manejan imágenes de los productos para el que visitador a la página conozca el producto y le sea más fácil de reconocerlo físicamente.



Página de Inicio

Quiénes somos Sólo para ti **Nuestras mermeladas** Otros productos Recetas Ideas con sabor

Recetas **Especiales**
para estas Fiestas Patrias

[haz clic Aquí](#)

SMUCKER'S
IDEAS CON SABOR

Para descubrirlas
haz clic **aquí**

Ventana de la mermelada Orgánica Smucker's

Quiénes somos Sólo para ti **Nuestras mermeladas** Otros productos Recetas Ideas con sabor

Orgánica

Regular
Reducida en Azúcar
Sin Azúcar
Orgánica

SMUCKER'S
ORGANIC
STRAWBERRY PRESERVES

Así sabe la calidad ¿Qué son los alimentos orgánicos? Presentaciones Recetas

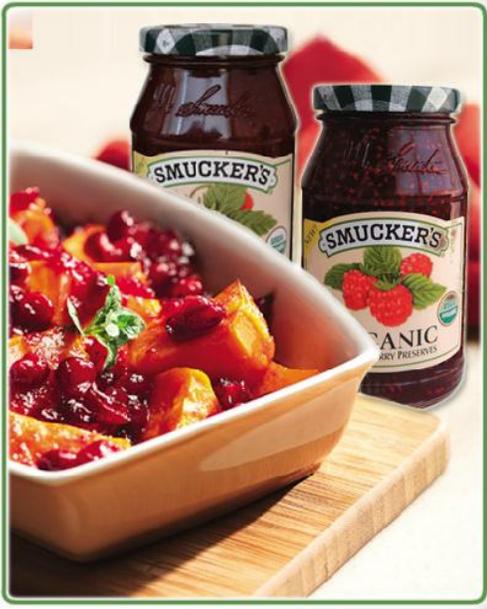
Las mermeladas orgánicas Smucker's® son una deliciosa opción natural para toda tu familia por que:

- Están elaboradas con fruta premium de la mejor calidad, producida y madurada de forma natural sin utilizar pesticidas ni fertilizantes artificiales.
- Cuida la tierra por que imita sus procesos naturales.
- Utilizan técnicas de cultivo **no contaminantes**.



Ventana del Recetario de la mermelada Orgánica Smucker's

cerrar
®





Índice de recetas

Ensaladas, aderezos y cubiertas

- Dip picoso sabor uva Pág.3
- Ensalada de frijol en salsa tropical Pág.5
- Ensalada de pollo mixta Pág.7

Plato fuerte

- Bolitas de carne glaseadas Pág.9
- Papas dulces Pág.11

Índice alfabético Pag.13

Página actual 1 / 2
Ir a la pagina
Portada
Zoom

Ventana de información de productos orgánicos



Quiénes somos
Sólo para ti
Nuestras mermeladas
Otros productos
Recetas
Ideas con sabor

Orgánica

- Regular
- Reducida en Azúcar
- Sin Azúcar
- Orgánica



Así sabe la calidad

¿Qué son los alimentos orgánicos?

Presentaciones Recetas

Son aquellos productos que se elaboran mediante un método legalmente definido y supervisado, en el que se procura utilizar técnicas ecológicas y no contaminantes.

El objetivo es aprender e imitar procesos naturales, procurando la obtención de alimentos más saludables y la protección del medio ambiente.

Durante su cultivo no se utilizan fertilizantes, sustancias tóxicas o químicos dañinos y se enriquecen a base de compostas especiales, logrando un alimento de mejor calidad gracias a su alto contenido en vitaminas, minerales, hidratos de carbono y



Descargables
Tablas nutrimentales



❖ **Programas de Comunicación Masiva.**

Punto de Venta

Se llevaran a cabo degustaciones de los diferentes sabores de la mermelada Orgánica Smucker's (fresa, frambuesa y uva), en tiendas donde se distribuirá.

Objetivo: Acercar la mermelada al consumidor para que compruebe su calidad.

Características: Interactuar con el consumidor para motivarlo a realizar la compra.

Tienda	Lugar	
Sam's Club	- Coyoacán - Miguel Hidalgo - Cuajimalpa	- Acoxpan - Polanco - Satélite
Wal-Mart	- Cuauhtémoc - Satélite - Gustavo A. Madero	- Buenavista - Lomas Verdes - Plaza Tepeyac
Superama	- Benito Juárez - Álvaro Obregón - Magdalena Contreras - Del Valle	- Pedregal - Bosques de Chapultepec
Mega Comercial Mexicana	- Álvaro Obregón - Iztapalapa	- San Ángel - Rojo Gómez
Costco	- Álvaro Obregón - Tlalpan	- San Antonio - Coapa
Comercial Mexicana	- Benito Juárez	- Cuauhtémoc
City Market	- Benito Juárez	- Pilares
Soriana	- Coyoacán - Miguel Hidalgo - Tlalpan	- Miramontes - Tacubaya - Coapa



❖ Patrocinio

Se realizarán convenios con algunos restaurantes de alta cocina como Sanborns, Centro Libanes, Ambrosia, Restaurante El Lago, el Restaurante de Liverpool y el Palacio de Hierro, así como en la cafetería “Garabatos”, la presentación de esta, se hará a través de los tripees que se encuentran en el centro de la mesa, y el anuncio que se utilizara para estos, serán las mismas imágenes que se utilizará para los medios impresos.

Objetivo: Que los consumidores conozcan y degusten la mermelada orgánica sola o acompañada de algún postre.

Características: Ser llamativo para atraer la atención de los consumidores al momento de su llegada a la mesa para despertar el ellos el deseo de degustarla.



❖ Programas de comunicación personal.

Marketing Directo (Correo Electrónico)

A los posibles consumidores de la mermelada Orgánica Smucker's según los datos del perfil, se enviará un correo personalizado con la información necesaria acerca del proceso de elaboración y los beneficios que tiene al consumir.

Objetivo: Hacer sentir al consumidor que la empresa se preocupa por cubrir sus necesidades.

Características: Información personalizada.



Correo Electrónico

El correo personalizado que se enviará, tendrá como característica principal la imagen de la mermelada Orgánica Smucker's, y la información benéfica y la calidad del producto.

CUIDA TU SALUD - Mensaje (HTML)

Herramientas de imagen

Archivo Mensaje Insertar Opciones Formato de texto Revisar Formato

Para... morqanica@smucker.com

Enviar

Asunto: CUIDA TU SALUD

SMUCKER'S

La mermelada orgánica Smucker's es una deliciosa opción natural para toda tu familia ya que:

- Están elaboradas con fruta de la mejor calidad.
- Tiene un sabor excepcional
- Lo puedes acompañar con lo que más te guste.

Te invitamos a probar ésta deliciosa mermelada y comprobar que puedes comer rico y saludable. Sus tres sabores son:

FRESA **UVA** **FRAMBUESA**

VISITA NUESTRA PÁGINA WEB PARA CONOCER MAS BENEFICIOS DE NUESTRA MERMELEDA, TAMBIEN PODRAS ENCONTRAR RECETAS PARA SORPRENDER A TU FAMILIA CON ALGO ORIGINAL Y DELICIOSO.

www.smuckers.com.mx



CAPITULO VI

IMAGEN DE LA MARCA

Objetivos

- 6.1. Analizar la imagen de marca proyectada por Smucker desde el punto de vista de las siguientes variables.
 - 6.1.1. Las características del producto.
 - 6.1.2. El perfil de su consumidor.
 - 6.1.3. El lugar donde se vende.
 - 6.1.4. El precio.
 - 6.1.5 Lo que comunica a través de sus actividades promocionales.



6.1. Imagen de marca proyectada por Smucker

6.1.1. Las características del producto

Por su proceso de elaboración es un producto ORGÁNICO, que refleja naturalidad y salud, por lo tanto resulta atractivo para las personas que se preocupan por estos aspectos; esto se va a reforzar a través de las características del envase, como: el logotipo, la etiqueta, las imágenes de las frutas, los colores que se utilizan y el fondo.

6.1.2. El perfil del consumidor

Son conscientes porque van de acuerdo a las tendencias globales de cuidar su salud y contribuyen al cuidado medio ambiente.

6.1.3. El Lugar en que se vende

La consciencia de cuidado en sí mismos y la responsabilidad con el medio ambiente hace que sea un producto exclusivo y de calidad que no es vendido en cualquier tienda.



6.1.4. Su precio

El precio es elevado porque refuerza la percepción de que es un producto ORGANICO con proceso de elaboración costoso.

6.1.5. Lo que comunica a través de sus actividades promocionales

Las imágenes mostrando un ambiente natural de campo, las frutas jugosas, atractivas y el mantel a cuadros, proyectan al producto como natural saludable y antojable.



CONCLUSIONES

En el desarrollo de la investigación anterior, pudimos apreciar que la mermelada Orgánica Smucker's no cuenta con fuerte aceptación dentro del mercado mexicano, su desplazamiento es bajo, por lo cual se propone a la empresa una revisión de su mezcla de mercadotecnia con el fin de detectar los frenos que están afectando el comportamiento del consumidor de acercamiento y consumo de las mermeladas orgánicas, esto se lograra a través de la investigación de mercado que se realizó.

En la investigación exploratoria de mercado realizada, sobresalió la imagen innovadora, saludable y ambientalmente responsable de los consumidores de la mermelada Orgánica Smucker's, así mismo se refleja el poder adquisitivo alto para pagar los costos que conlleva adquirir dichos productos ya que son más caros que los tradicionales por sus múltiples beneficios, por las características del producto únicamente se desplaza en las tiendas que cubren con el perfil de nuestros consumidores.

Después de haber analizado la investigación se llegó a la conclusión que la forma de contrarrestar la falta de información que se tiene de los productos Orgánicos será realizando una campaña de persuasión y recordación para lograr el reposicionamiento de la mermelada, usando los medios de comunicación masivos como: revistas, la web y el marketing directo, obteniendo mayor aceptación del producto mismo que se verá reflejado en el aumento de las ventas.



RECOMENDACIONES

La propuesta de las Políticas Promocionales para la mermelada Orgánica Smucker's fue centrada fundamentalmente en dar a conocer y destacar de la competencia, las características, ventajas y beneficios que ofrece dicho producto en su calidad de orgánico.

Estamos convencidos que se requiere promocionar la mermelada Orgánica, con mucho intensidad, aplicando estrategias adecuadas, que permitan dar a conocer los beneficios que se obtienen al consumir alimentos orgánicos, para lograr así el verdadero posicionamiento.

Una vez terminado el análisis de la empresa Smucker's y estudiar a su mercado meta, pudimos darnos cuenta de los medios viables para dar a conocer su mermelada Orgánica.

Es por esto que recomendamos a la empresa:

- ❖ Informar al público los beneficios de PRODUCTO ORGANICO, debido a la poca o nula información que se tiene acerca de este tema; para lograr que estos conozcan sus beneficios y ya convencidos se inclinen a comprar productos de éste tipo. Ya que en el mercado no saben lo que es un PRODUCTO ORGANICO y con la actual preocupación por el ambiente, Smucker's tiene la oportunidad de crear consciencia entre la población; una consciencia de buscar únicamente productos orgánicos como su propia mermelada cuya principal ventaja es la preservación del medio.

- ❖ La utilización de medios masivos, impresos y la web (televisión, revistas y página de internet), eligiendo únicamente a los que está expuesto el target con el fin de conservar consumidores al recordarles los beneficios que la



mermelada Orgánica posee en comparación de la mermelada común y atraer nuevos consumidores al darle la información necesaria para comunicarle confianza acerca del producto.

- ❖ Establecer una permanente relación marca/consumidor, respaldando siempre a la mermelada Orgánica por su tradición, los años en el mercado, la calidad, y la satisfacción que Smucker's como empresa sólida, consolidada y comprometida con el bienestar que ofrece a las familias mexicanas.

Posterior a el primer trimestre del siguiente año, si no se tienen los resultados esperados (30% de aumento en las ventas), se recomienda a Smucker's revisar la mezcla de medios utilizados para la comunicación de sus mensajes. Así como, contemplar la posibilidad de ampliar sus canales de distribución, con la finalidad de acercar más la mermelada Orgánica al consumidor.



FUENTES DE CONSULTA

❖ <http://www.smuckers.com.mx/>

® Registered trademarks of The J.M. Smucker Company

© 2000, The J.M. Smucker Company

❖ <http://www.mailxmail.com/curso-cocina-conservas-saladas-dulces/mermeladas>

México

Año 2010

❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Jalea>

México

Agosto 2005

❖ <http://www.organicoynatural.cl/mermelada.htm>

México

Año 2009

❖ http://sweetlifemx.com/Mermeladas_.html

México

Año 2010

❖ <http://saboresdemexico.mx/portfolio/mermeladas/>

México

©2011 Sabores de México

❖ <http://www.agroterra.com/s/zarzamora>

México

© 1999 - 2011 Agroterra

❖ <http://www.lacostena.com.mx/historia.html>



❖ www.mccormick.com.mx/

México

© 1997 - 2011 McCormick

❖ <http://www.clementejacques.com.mx/index.php/descubre2?tipo=3>

México

© 2008 Clemente Jacques

❖ <http://www.delmonte.com/products/>

México

© 2011 Del Monte Foods

❖ AMAI basada en IPOBE-NIELSEN 2008

<http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>

México

Noviembre 2009

❖ www.sams.com.mx/Pages/SelectClubList.aspx?state=9

México

© 1999 – 2011 Sam's

❖ www.wal-mart.com.mx/Pages/SelectClubList.aspx?state=9

México

© 2011 Wal-Mart

❖ www.superama.com.mx/Directorio-De-Tiendas.asp

México

© 2011 Superama

❖ www.seccionamarilla.com.mx/Resultados/costco-tiendas/DF

México

© 2011 seccionamarilla.com

❖ www.comercialmexicana.com.mx/img/promocentro/l_tiendas.xls

México © 2011



- ❖ http://www.grupoalianzaempresarial.com/tiendascomercialmexicanasadecvcitymarket_e_377249.html

México

© 2011 Wal-Mart

- ❖ www1.soriana.com/?p=3121

México

© 2011 Wal-Mart

- ❖ <http://www.cuerpomente.es/>

México

© 2011 Cuerpo y Mente

- ❖ <http://www.revistabuena salud.com/informacion/>

México

© 2011 – XYZ

- ❖ www2.esmas.com/CosmopolitaN

México

© 2011

- ❖ vanidades.esmas.com/vive

México

© 2011

- ❖ www2.esmas.com/entretenimiento/tele-mundo/?country_code=US

México

© 2011 – XYZ

- ❖ <http://www.publicidadmt.com.mx/item/tarifario-media-vyasa.html?id=5627>

México

© 2011

INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

En la Ciudad de México, D.F., el día 24 de octubre de 2011 los que suscriben:

Norma Elizabeth Becerril Segovia
Yazmin Díaz Hernández
María del Carmen Flores Aguirre
Casandra Beatriz Hernández Pasten
Lizzeth Nieto Figueroa
Jorge Pérez Piña
Verónica Rendón Cervantes

Pasantes de las Licenciaturas:

1.-Contador Público.

2.- Licenciado en Relaciones Comerciales.

Manifiestan ser autores intelectuales del presente trabajo final, bajo la dirección de la Lic. María Elena Morales Peñalosa y ceden los derechos totales del trabajo final Estrategias para el reposicionamiento de la mermelada orgánica Smucker's, al Instituto Politécnico Nacional para su difusión con fines académicos y de investigación para ser consultado en texto completo en la Biblioteca Digital y en formato impreso en el Catalogo Colectivo del Sistema Institucional de Bibliotecas y Servicios de Información del IPN.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, graficas o datos del trabajo sin permiso del autor/o director del trabajo. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección electrónica jperez_1817@hotmail.com. Si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

NOMBRES:

Norma Elizabeth Becerril Segovia
Yazmin Díaz Hernández
María del Carmen Flores Aguirre
Casandra Beatriz Hernández Pasten
Lizzeth Nieto Figueroa
Jorge Pérez Piña
Verónica Rendón Cervantes

FIRMAS:



Handwritten signatures of the authors, including Norma Elizabeth Becerril Segovia, Yazmin Díaz Hernández, María del Carmen Flores Aguirre, Casandra Beatriz Hernández Pasten, Lizzeth Nieto Figueroa, Jorge Pérez Piña, and Verónica Rendón Cervantes.