



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

**Estudio de Mercado de la conserva de Chile
Habanero:**

“Don Chato”

Trabajo de Tesis para obtener el grado de:

LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

Presenta:

ZENAIDA ELIZABETH MORENO CHAN

Director de tesis:

Dr. Francisco J. Güemez Ricalde

Chetumal, Quintana Roo 2010



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Trabajo de tesis elaborado bajo la supervisión del comité de asesoría y aprobado como requisito parcial, para obtener el grado de:

LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ

DIRECTOR: _____
Dr. Francisco J. Guemez Ricalde

ASESOR: _____
M. C. José Luis Zapata Sanchez

ASESOR: _____
L. S. C. Lila García Álvarez



CONTENIDO

Introducción	1
Planteamiento de problema	1
Justificación	2
Objeto del estudio	3
Objetivo general	3
Objetivo específico	3
Preguntas a responder	4
Hipótesis	4
Capitulo I Antecedentes	5
Marco teórico	6
Capitulo II Diseño del producto y análisis de la competencia	31
Etiqueta	32
Competencia del mercado	33
Capitulo III Metodología	35
Capitulo IV Propuesta Mercadológica	44
Capitulo V Interpretación de las Preguntas Guiadas	49
Capitulo VI Presentación de Graficas sobre las preferencias del mercado del consumo de picante	55
Capitulo VII Conclusiones y Recomendaciones	75
Bibliografía	79
Anexo	81



Índice de Tablas

Tabla 1.-Estadísticas de producción nacional de chile	16
Tabla 2.-Principales estados productores de chile en México en hectáreas	17
Tabla 3.-Siembra chile habanero primavera-verano Yucatán 2004	18
Tabla 4.-Principales distritos que producen chile habanero	19
Tabla 5.-Datos de producción de chile habanero en los distritos de Yucatán y superficie de sembrado.	19
Tabla 6.-Volumen de producción y valor de pesos de chile verde	20
Tabla 7.-Capacidad de producción anual de chile habanero del invernadero maya	21

Índice de Gráficas

Gráfica 1	55
Gráfica 2	56
Gráfica 3	57
Gráfica 4	58
Gráfica 5	59
Gráfica 6	60
Gráfica 7	61
Gráfica 8	62
Gráfica 9	63
Gráfica 10	64
Gráfica 11	65
Gráfica 12	66
Gráfica 13	67
Gráfica 14	68
Gráfica 15	69
Gráfica 16	70
Gráfica 17	71
Gráfica 18	72
Gráfica 19	73
Gráfica 20	74



INTRODUCCION

El proyecto que se presenta se trata de una conserva de Chile Habanero que se denomina "Don Chato"; con ello, se pretende encontrar mercado para el lanzamiento de una conserva de chiles habaneros enteros elaborada a base de materias primas naturales con lo cual se retarda la caducidad del producto sin la utilización de conservadores químicos.

En esta conserva se retoman las viejas recetas de la familia para la elaboración y conservación de este alimento elaborado a base de la mezcla de productos naturales y típicos, los cuales se encuentran con facilidad en la Península de Yucatán.

Para determinar la viabilidad y aceptación del producto se realizaron encuestas para ubicar a nuestros posibles consumidores y de esta manera obtener datos acerca de las necesidades y características que se requieren para el desarrollo del producto en base a las necesidades del mercado.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La conserva "Don Chato" surge por el gusto de preparar un producto con una antigua receta familiar que ha pasado de generación en generación utilizando la producción de chile habanero de la región de Yucatán lo que permite generar valor agregado y realzar su consumo.

El problema en la elaboración de este producto consiste en que el chile habanero, principal materia prima para su elaboración, se siembra en modalidad de temporal, con lo cual se presenta una sobre oferta de este producto en determinadas épocas del año con lo que se ocasiona un desplome en sus precios y es así que se descubre la necesidad de la transformación del chile habanero y comprar grandes cantidades del producto en temporadas en la que los precios son sumamente bajos y aplicarles el proceso de transformación y conserva, para



no realizar compras que nos elevarían nuestros costos de producción en temporadas en las que el producto principal escasea y los precios incrementan.

Las principales áreas de siembra en donde se puede obtener este producto son: José María Morelos, Felipe Carrillo puerto, Lázaro Cárdenas, todas ubicadas en el estado de Quintana Roo, los tipos de modalidades utilizadas para sembrar este cultivo son de riego y temporal aunque actualmente se cuenta con 32 invernaderos distribuidos de la siguiente manera: 14 en Felipe Carrillo Puerto, 12 en José María Morelos y 6 en Lázaro Cárdenas.

JUSTIFICACIÓN

El chile habanero es picoso y es el más utilizado en la cocina de la Península así como indispensable en la dieta de los mexicanos. En la actualidad existen demasiados productos en el mercado que nos permiten acompañar nuestros platillos de la diversa gastronomía de la región, es por eso que los consumidores se han vuelto más exigentes con estos ya que buscan que cumplan con estándares de calidad, es de esta manera que nos encontramos con una gama de artículos envasados que contienen conservadores, colorantes, saborizantes y sustitutos que inducen a malestares y padecimientos del tracto digestivo así como de otros órganos.

Es por ello que este proyecto pretende ofrecer al mercado un producto para acompañar sus alimentos hechos a base de ingredientes naturales que permita ser ingerido por el consumidor sin correr riesgo de irritación o daños en su organismo. Se retoma las técnicas de nuestros antepasados para la elaboración y conservación de alimentos a base de la mezcla de productos naturales y típicos de la región.



OBJETO DEL ESTUDIO

Satisfacer y posicionarnos en la mente del consumidor cumpliendo con sus necesidades con un producto natural elaborado a base de chile habanero sin conservadores, es decir, que el producto esté en condiciones de cumplir los requerimientos y deseos cuando sea consumido.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar una propuesta mercadológica para introducir una conserva de chile habanero encurtido en escabeche, natural, con calidad y de consumo familiar, elaborada con materia prima que se adquiera de los productores de la región, así como el determinar sus preferencias en el consumo de chile habanero en conserva.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dirigir un producto casero a posibles consumidores.
- Generar la información necesaria que permita conocer la situación actual del mercado de chile habanero.
- Identificar la segmentación de mercado para dirigir el producto.
- Conocer la frecuencia con la que las personas consumen el chile habanero en conserva.
- Saber a que precio está dispuesto a pagar el consumidor por el producto.
- Conocer las preferencias en el consumo de chile habanero en las personas.
- Determinar el tipo de envase para el producto final.
- Saber el tamaño del envase que más consumen las personas.
- Proponer una estrategia mercadológica para la conserva de chile habanero "Don Chato"



- Posicionar el producto en un corto plazo en lugares de consumo, mediante la realización de Expo-ferias gastronómicas, en las cuales se difunda el producto y sus beneficios.
- Fidelizar al cliente basado en sus expectativas en el producto.
- Lanzar campañas de publicidad

PREGUNTA A RESPONDER

- ¿Sería aceptada una conserva de chile habanero sin conservadores?
- ¿Cuál es la mejor forma de lograr su introducción al mercado?

HIPÓTESIS

Con las pruebas del producto en el mercado observaremos de que sí existe demanda de la conserva "Don Chato", nuestros clientes y/o consumidores potenciales debido a que es un producto local elaborado con materias de la región y natural, así como de tomar en cuenta las necesidades de nuestros consumidores finales para cumplir con los requerimientos que desean y buscan en una conserva de Chile Habanero.



CAPITULO I ANTECEDENTES

Capsicum chinense



Clasificación científica

Reino: Plantae

División: Magnoliophyta

Clase: Magnoliopsida

Subclase: Asteridae

Orden: Solanales

Familia: Solanaceae

Género: Capsicum

Especie: Chinense

El chile habanero (*Capsicum Chinense*) es uno de los chiles con mayor intensidad picante del género *Capsicum*. Un habanero maduro es típicamente de 2 - 6 cm. (1 - 2½") de largo.

La cosecha del habanero se inicia entre los 90 y 120 días posteriores al trasplante, y las plantas pueden ser mantenidas hasta por un segundo año de producción.

El consumo del chile habanero está muy arraigado entre los habitantes de la península de Yucatán y forma parte de numerosos platillos y recetas que le han dado fama nacional e internacional a la comida yucateca. Este chile es uno de los productos principales de la agricultura de la península de Yucatán.

Tradicionalmente se vende fresco para consumo directo o como materia prima para preparar salsas picantes, conservas, pastas, chile seco entero, en hojuelas y en polvo.



De ser un cultivo que en sus inicios probablemente no pasó de ser una excentricidad, con el tiempo se convirtió en algo indiscutiblemente unido a la cultura e identidad regionales y en la actualidad posee un valor agregado que no tenía hasta hace algunos años, gracias al aprovechamiento que hoy en día se hace de la capsaicina como componente de diversos productos alimenticios, industriales y terapéuticos.

El chile habanero el fruto típico del chile habanero de Yucatán es una baya hueca en forma de trompo, cuyo color antes de alcanzar la madurez, generalmente es verde; sin embargo, cuando madura puede presentar variantes de color amarillo, naranja, rojo, morado o café. En la parte interna del fruto se localiza la placenta, frecuentemente llamada “corazón”, que es el tejido donde se sintetizan las capsaicinoides. Estos son responsables del picor de todo chile, siendo los principales la capsaicina y la dihidrocapsaicina. El chile habanero producido en Yucatán tiene el reconocimiento nacional e internacional por su alta calidad y se distingue por su elevada pungencia (picante), su aroma, su sabor y su mayor vida de anaquel. El fruto de color naranja tiene mayor demanda para la industria y el verde para consumo en fresco.

MARCO TEÓRICO

Características: fruto picante de la familia de las solanáceas, originario de México, Centroamérica y Sudamérica, del que existen variedades de muchos tamaños, formas y colores. Las que crecen en plantas herbáceas o subarborescentes anuales se denominan *Capsicum annuum*, y las que crecen en arbustos perennes, *Capsicum frutescens*. Se consumen frescos y secos, y dependiendo de su preparación se emplean como verdura o como condimento.

Es un ingrediente indispensable en los guisos de México; de hecho, se dice que es el chile el que define, caracteriza y hace único el sabor de la cocina mexicana. Por ello es también llamado el Rey de la Cocina Mexicana.



En el México prehispánico, el chile fue llamado chilli en náhuatl. Conjuntamente con el maíz y el frijol, formó parte de la dieta diaria de los antiguos mexicanos. Rastros arqueológicos demuestran que el cultivo del chile fue anterior al del jitomate y el maíz. Desde entonces, México ha producido mayor volumen y variedad de chiles que cualquier otro país.

El chile es ampliamente mencionado en las literaturas y mitologías prehispánicas, y en el Códice Mendocino se menciona la cantidad de chiles que algunas provincias debían pagar como tributo al pueblo azteca. La información que existe de aquella época y que comprueba el gran uso y estima que tuvo el chile es muy vasta.

A su llegada, los españoles le llamaron ají (que es una voz haitiana), pimienta y pimienta de las indias; estos nombres los recibió el chile debido a que los españoles desconocían este fruto y su sabor picante lo relacionaban con el de la pimienta, además de que trataban de darle nombre castellano a todo lo que encontraban a su paso. Durante la conquista y después de ella, muchos chiles fueron llevados de México al resto de América, al Viejo Mundo y al Oriente, donde se crearon nuevas variedades. Hoy, en múltiples formas es quizá, el condimento más utilizado en el mundo.

La gran mayoría de los chiles se comen frescos y secos, con usos gastronómicos normalmente diferentes; frescos tienen un nombre y secos otro. El chile poblano se convierte en ancho, el jalapeño en chipotle, el chilaca en pasilla y la bola en cascabel, entre otros ejemplos.

Cada región de México se distingue por algún chile en su cocina, e incluso algunos estados tienen algún chile al que se le podría llamar representativo. En los estados del norte, predomina el chile verde del norte, en sus formas, seco del norte, chile pasado y chile colorado.



En los estados del centro de país se ocupan ampliamente el chile poblano, el ancho, el chile chilaca, el pasilla, el jalapeño, el chipotle, el verde, el chile de árbol y el guajillo, aunque estos chiles abarcan una gran porción territorial que incluye estados que están al norte y al sur, y son muy comunes en todo el país.

Oaxaca es tal vez uno de los estados que más chiles únicos tiene, entre ellos, chilhuacle, negro, rojo y amarillo, el chiscotle, el chile de agua y el pasilla oaxaqueño. En Chiapas, entre otros chiles típicos están el simojobel y el pico de paloma. En Tabasco encontramos el chile amaxito; en Yucatán y otros estados de aquella península, el chile habanero, el xcatic, el chile seco yucateco y el chile dulce.

Pero para los mexicanos de hoy el chile no es tan sólo un ingrediente más de la comida: es un verdadero símbolo de identidad nacional, un símbolo fálico en el que están implícitos la virilidad, el machismo y la picardía de los mexicanos.

En México sorprendentemente en la actualidad todavía, se prohíbe a las mujeres que se acerquen y entren a los chilares, ya que se piensa que la presencia del órgano sexual opuesto produce maleficios irreparables en los plantíos. Así lo creen algunos indígenas y sembradores de chile de los estados de Veracruz, Puebla, Tlaxcala, México y Morelos principalmente.

El chile se encuentra presente en los guisos más representativos e importantes de México: es base de todos los moles verdes, poblanos, rojos, amarillos y negros, además de adobos, salsas crudas y cocidas, pipianes, chileatoles, caldos, sopas, guisos para pescados y mariscos y muchísimos otros.

El chile habanero no sólo es comestible, en virtud de la capsaicina que contiene puede emplearse en la elaboración de cosméticos, pomadas "calientes", gas lacrimógeno, recubrimiento de sistemas de riego o eléctricos para protección contra roedores y por su alta capacidad anticorrosivas, como componente en pintura para barcos.



De manera particular, en Estados Unidos las salsas de chile habanero han comenzado a desplazar a la salsa catsup en establecimientos de comida rápida, refiere el estudio El Sistema Agroindustrial Chile Habanero en Yucatán. El chile habanero (*Capsicum chinense*) originario de Sudamérica, es ampliamente en Yucatán, que es el principal productor en México.

Según el estudio realizado por Joel Corrales-García, conjuntamente con otros investigadores, el chile habanero es uno de los de mayor pungencia o picor (registra de 200,000 a 500,000 unidades "Scoville") por su alto contenido de capsaicina, por lo que es muy apreciado en el mundo. Esto lo demuestra su creciente demanda en Estados Unidos, Japón, China, Tailandia, Inglaterra, Canadá, Cuba y Panamá. Sin embargo, los únicos países exportadores son Belice y México.

El desarrollo del cultivo del chile habanero no se ha consolidado y no existen estadísticas oficiales de su producción, pues está considerado en el rubro de "otros chiles".

La recolección de germoplasma fue un componente primario muy importante para el Proyecto "Rescate, caracterización bioquímica y desarrollo productivo del chile habanero". Se realizó con los objetivos de: a) rescatar la variabilidad Genética existente para su caracterización bioquímica, b) su conservación ex situ y c) para su utilización en la mejora genética del chile tipo habanero del Petén. Las giras de exploración y recolección se realizaron entre julio y noviembre de 2003.

En este proceso se muestrearon 16 sitios geográficos y se obtuvieron 20 colectas de semilla provenientes de poblaciones en campo, mayoritariamente en huertos familiares, pocas plantas en jardines caseros y de mercados municipales. La semilla de estos chiles se conservará en el Banco de Germoplasma del ICTA. Se logró determinar que la mejor época de recolección de semilla de chile habanero en El Petén es durante noviembre.



Esta época coincide con la época de mayor producción del cultivo. El chile tipo habanero nativo preferido en Petén es el de fruta color naranja y de formaacampanulada. Su mayor riqueza genética se localiza en comunidades ubicadas en los alrededores del Lago Peten Itzá y se asocia culturalmente con las poblaciones de origen Maya. Además del uso que se da a la fruta en la alimentación humana, no se logró detectar el uso medicinal que se le da a la especie en otras latitudes.

El chile habanero en Yucatán

El consumo del chile habanero (*Capsicum chinense* Jacq.) está muy arraigado entre los habitantes de la península de Yucatán y forma parte de numerosos platillos y recetas que le han dado fama nacional e internacional a la comida yucateca. Este chile es uno de los productos principales de la agricultura de Yucatán. Tradicionalmente se vende fresco para consumo directo o como materia prima para preparar salsas picantes, conservas, pastas, chile seco entero, en hojuelas y en polvo. De ser un cultivo que en sus inicios probablemente no pasó de ser una excentricidad, con el tiempo se convirtió en algo indiscutiblemente unido a la cultura e identidad regionales y en la actualidad posee un valor agregado que no tenía hasta hace algunos años, gracias al aprovechamiento que hoy en día se hace de la capsaicina como componente de diversos productos alimenticios, industriales y terapéuticos.

En fechas recientes la demanda internacional del chile habanero de Yucatán, fresco o procesado, en países como Japón, Estados Unidos, España, Inglaterra y Alemania están propiciando cambios en las tecnologías de cultivo y procesamiento utilizados tradicionalmente. Estos cambios, propiciados por el mercado internacional se verían beneficiados del conocimiento científico y tecnológico generado en la región y contribuirían a consolidar la posición de liderazgo del estado de Yucatán como productor de chile habanero de excelente calidad. En este sentido, la agroindustria del chile habanero tiene una oportunidad



única para posicionarse estratégicamente en el mercado demandante de capsaicina tanto nacional como internacional.

El fruto típico del chile habanero de Yucatán es una baya hueca en forma de trompo, cuyo color antes de alcanzar la madurez, generalmente es verde; sin embargo, cuando madura puede presentar variantes de color amarillo, naranja, rojo, morado o café. En la parte interna del fruto se localiza la placenta, frecuentemente llamada “corazón”, que es el tejido donde se sintetizan las capsaicinoides. Estos son responsables del picor de todo chile, siendo los principales la capsaicina y la dihidrocapsaicina. El chile habanero producido en Yucatán tiene el reconocimiento nacional e internacional por su alta calidad y se distingue por su elevada pungencia (picante), su aroma, su sabor y su mayor vida de anaquel. El fruto de color naranja tiene mayor demanda para la industria y el verde para consumo en fresco.

Problemática

El incremento en la demanda del chile habanero requiere de iniciativas para modernizar el cultivo y sus procesos industriales, y por tanto del apoyo de la investigación para generar conocimiento que contribuya a hacer más eficiente la producción.

Requerimientos de investigación

La caracterización bioquímica y molecular del germoplasma de chile habanero y el desarrollo de nuevas metodologías de mejoramiento genético permitirá conservar la variación genética y ser fuente a corto y mediano plazo de nuevos cultivares de chile habanero que sean más rendidores en capsaicina y más resistentes al ataque de patógenos y estrés abiótico.



Investigaciones en curso

En México en los últimos ocho años se han realizado diversos estudios sobre chile habanero. Estos estudios se concentraron en siete estados de la República Mexicana entre los cuales destaca Yucatán con el 79.27% de los estudios.

Mecanismos de resistencia a Fito patógenos en chile habanero

A la fecha el CICY cuenta con un banco de germoplasma de chile habanero que está siendo caracterizado genotípica y molecularmente; cuenta con poblaciones avanzadas de semillas derivadas de líneas clonales; se han clonado plantas con características sobresalientes; se han definido metodologías de clonación in vitro e in vivo para chile habanero; se han establecido cultivos celulares in vitro; se han establecido metodologías de cuantificación de capsaicinoides y de diagnóstico molecular para virus, hongos y bacterias, entre otros resultados. Por otra parte, se han graduado numerosos estudiantes de licenciatura, maestría y doctorado que han realizado sus tesis respectivas en las instalaciones del CICY colaborando en los proyectos antes mencionados. También han participado estudiantes que llevan a cabo su servicio social o su residencia profesional.

En Yucatán 95 por ciento del área cultivable es pedregosa y no se puede trabajar con medios mecánicos, existe una gran dispersión del cultivo, especialmente al sur, en los municipios de Mérida, Maxcanú, Uxmal, Oxkutzcab, Halachó y Tekit, donde las condiciones son un poco más favorables para el desarrollo de la siembra.



En general, las parcelas son pequeñas y fluctuantes (de 20 hasta 70 ha, y desde 60 hasta 510 toneladas), lo que provoca fuertes altibajos en los precios. Cuando la producción es muy baja se dificulta cubrir la creciente demanda del exterior, y en ocasiones la producción aumenta a tal grado que satura el reducido mercado local.

La oficina de la Secretaría de Agricultura, Ganadería Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) en Mérida refiere que de los 4 chiles que se cultivan en la región, el habanero es el de mayor costo de producción por hectárea, empero, es el más rentable porque alcanza mejor precio en el mercado.

La producción es de bajo nivel tecnológico, y además, por las condiciones edáficas desfavorables de Yucatán se tienen rendimientos promedio que no rebasan las 10 toneladas por hectárea.

Tipología y organización de productores

Los productores, en su mayoría son de subsistencia, poseen pequeñas superficies de cultivo (de 1,200 a 1,600 metros cuadrados); tienen fuertes limitaciones financieras y no cuentan con medios para la comercialización, por lo que dependen de intermediarios. Prácticamente no existe organización de productores, ni la integración de éstos a la comercialización y menos a la industria.

Se han formado figuras asociativas, algunas en la zona de mayor producción, ubicada en los municipios de Maxcanú, Zepeda, Kochol, Santo Domingo y Muna. Sin embargo, la falta de desarrollo tecnológico, las difíciles condiciones para el cultivo y principalmente la escasa mentalidad empresarial de estos productores, ha dificultado el desarrollo de la actividad.



Manejo post-cosecha

La cosecha se hace manualmente, y se corta con todo y pedúnculo. Se toman los frutos que han llegado a su madurez. No debe permitirse que permanezcan en la planta porque esto los debilita, acelera su senescencia, acorta su vida de anaquel y también el ciclo productivo de la planta.

Los cortes pueden ser uno o dos por semana, de acuerdo con el manejo del cultivo, ya que es una planta semiperenne. Si su sistema radical es sano, incluso pueden podarse las viejas para promover brotes nuevos y obtener más cosechas.

Después de la cosecha, el chile se coloca en arpillas de aproximadamente 10kg (sin previa selección) para posteriormente ser transportado por un intermediario, normalmente en camionetas sin refrigeración, mismas que van acopiando la producción de diversos productores en su ruta hasta los centros de distribución.

En general, el manejo postcosecha es deficiente y poco tecnificado. El proceso de empaque inicia con la recepción (inspección) del producto, el cual normalmente llega en arpillas. Posteriormente es pesado y puesto en las mesas de selección, donde se clasifica y separa en tres categorías: primera, segunda y calidad industrial. También se clasifica por color en verdes, anaranjados y rojos.

Industrialización y comercialización

En Yucatán existen tres empacadoras de chile habanero en fresco: La Hacienda Tropical Fruits, Kuman y Productos Agroindustriales (Hortimaya), desde donde se envía en fresco al mercado de exportación y local. Estas empresas también industrializan parte de la producción que reciben, produciendo salsas y pasta (que envían a diferentes plantas del extranjero o del territorio nacional, donde la emplean para la elaboración de salsas o la extracción de capsaicina).



Los principales centros de distribución de chile habanero en fresco de Yucatán son la Central de Abasto de Mérida, el tianguis de la Casa del Pueblo de Mérida y la Central de Abasto de Oxcutzcab.

Entre las empresas que industrializan el chile habanero en Yucatán destacan 3: El Yucateco, La Anita, y Productos La Extra. Hay otras 4 empresas (Salsas y Alimentos Yucatecos, Productos Agroindustriales Mexicanos. Grupo Industrial Alcohólico y El Pájaro Rojo) que aún no están registradas en dicho organismo.

La tendencia muestra que la exportación de salsas y pasta aumentó, en cambio la exportación de chile habanero en fresco disminuyó. Destacan como empresas exportadoras Kuman y La Hacienda Tropical Fruits.

Como principales amenazas al sistema se ha detectado que otras entidades del país o Belice pueden competir por sus altos rendimientos; por otro lado, muchos productores están siendo absorbidos por maquiladoras, y esto ha provocado el abandono de tierras.

La siembra se puede hacer durante todo el año, prefiriéndose durante el periodo de lluvias, sin embargo, en esta época hay mayor incidencia de plagas y enfermedades. El cultivo de chile habanero requiere de plántulas para el trasplante y éstas deben germinar en charolas especiales con sustratos que pueden ser comerciales (importados o del país) o en camas que se preparan mezclando al suelo materiales de la región (bagazo de henequén) y estiércol.

Las charolas y las camas deben estar bien desinfectadas. En un semillero es importante controlar la radiación solar, la nutrición, la humedad, las plagas y las enfermedades. Antes del trasplante se debe preparar el terreno, desmontando y trazando la plantación para hacer las pocetas (poceteo).



Dadas las condiciones de alta pedregosidad y alcalinidad de los suelos de Yucatán, el cultivo de chile habanero, en la mayoría de los casos, requiere del poceteo, mismo que consiste en remover una porción del suelo, formando una poceta a la que se le incorpora estiércol, esto para favorecer el desarrollo de raíces, conservar la humedad y el desarrollo general del cultivo. Con una distancia de 30 cm entre pocetas se puede tener una densidad de plantación de aproximadamente 30,000 plantas por ha. Cuando los suelos son pedregosos, el riego se puede hacer con manguera o por goteo en sistema de "espagueti", y por gravedad cuando son suelos mecanizables.

Contexto Nacional sobre la producción de chile habanero en Yucatán

Según datos de la Secretaría de Desarrollo Rural de Yucatán, el volumen de producción del picante aumentó 11.8% entre 2003 y 2004, al pasar de las 2,403 toneladas a las 2,687 toneladas. En tanto que el valor de la producción creció 36% entre uno y otro año, desde los \$17.6 millones de pesos hasta los \$24 millones de pesos.

Tablas 1.-Estadísticas de producción nacional de chile

Producción de Chile en México 1991-2001

CHILE VERDE	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Superficie (Ha)	96783	158445	149175	114853	113166	112306	147104	155980	165214	136441	28845
Kg/Ha	9517	8051	8174	8598	10493	10739	12454	11858	10953	6678	N/E

SAGARPA-DIAGRO 2001



Tabla 2.-Principales Estados productores de chile en México (verde y seco) en hectáreas.

Aguas calientes	1,031
Baja California Sur	2188
Campeche	6113
Chihuahua	20230
Durango	6915
Guanajuato	6991
Hidalgo	2204
Jalisco	4775
Michoacán	3030
Oaxaca	2562
Puebla	2296
Quintana Roo	2036
San Luis Potosí	13406
Sinaloa	11636
Sonora	1330
Tamaulipas	2795
Veracruz	4155
Yucatán	440
Zacatecas	39123

Siendo un total de 142,891 hectáreas de producción nacional.

Contexto estatal (Mérida Yucatán)

Se puede decir que los productores que habitan en este Estado, son principalmente ejidales, donde la tenencia de la tierra es ejidal y de uso comunal.

La producción en el estado se puede dividir en tamaño de la propiedad y tipo de la tecnología.

Tamaño de la propiedad

Los productores son principalmente pequeños agricultores que tienen superficie que fluctúan entre 400 y 4000 m por productor (1-10 “mecates”). Ocasionalmente se encuentran productores con superficies de 10,000 m (1 ha.) sin embargo en los últimos 2 años ya existen los agricultores privados que siembran de una a tres hectáreas por fecha de siembra; lo que hace que haya ofertas “espontáneas” de 5 a 10 toneladas de producto por semana.

Actualmente el chile habanero se cultiva todo el año en Yucatán y se siembran según estadísticas de la secretaría de agricultura y desarrollo rural, alrededor de 300 hectáreas anualmente y se obtiene una producción de 3,600 toneladas del producto que se consumen en el estado, se envían a diversas partes de la república mexicana y al extranjero.

Según datos de la Secretaría de Desarrollo Rural de Yucatán, el volumen de producción del picante aumentó 11.8% entre 2003 y 2004, al pasar de las 2,403 toneladas a las 2,687 toneladas. En tanto que el valor de la producción creció 36% entre uno y otro año, desde los \$17.6 millones de pesos hasta los \$24 millones de pesos.

Tabla 3.-Siembra chile habanero primavera-verano Yucatán 2004

2004 / YUCATAN / CHILE HABANERO / PRIMAVERA - VERANO / RIEGO + TEMPORAL

Variable	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Superficie Sembrada (Ha)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9.20	90.00	537.56	268.04	0.00
Superficie Cosechada (Ha)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9.20	85.00	162.22	238.04	0.00
Superficie Siniestrada (Ha)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.00	375.34	30.00	0.00
Producción (Ton)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	94.00	611.00	683.30	1,418.06	0.00
Rendimiento (Ton/Ha)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	10.217	7.188	4.212	5.957	0.000
Precio Medio Rural (/Ton)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7,159.58	11,729.95	9,705.26	9,046.30	0.00
Valor Producción (Pesos)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	673,000.20	7,166,999.72	6,631,601.15	12,828,200.00	0.00

Tabla 4.- Principales distritos que producen chile habanero

Principales Distritos que Producen Chile Habanero

Año/Distrito	Mérida	Ticul	Tizimin	Valladolid	Toneladas Totales
1998	421	423	30	238	902
1999	207	644	55	32	938
2000	376	589	97	32	1095
2001	373	546	53	118	1090

Fuente: SAGARPA, 2002

Esta tabla nos muestra como nos puede ayudar como buscar nuestros proveedores para el chile habanero en el estado de Yucatán.

Tabla 5.- Datos de producción de chile habanero en los distritos de Yucatán y superficie de sembrado

Datos de Producción de Chile Habanero en los Distritos de Desarrollo Rural del Estado de Yucatán. (año 2000)

Distritos	178 (Mérida)	179 (Ticul)	180 (Tizimín)	181 (Valladolid)
Hectáreas sembradas	1.2	8	8.2	-
Hectáreas Cosechadas	1.2	8	8.2	-
Producción (Ton)	24	70	43.5	

Delegación Estatal de SAGARPA, 2001

Superficie de Chile Habanero Sembrado con Recursos del Gobierno del Estado. (Año 2000)

Fuente	No. de beneficiarios	Superficie en Ha.	Municipios
Programa FIRCO	710	88.75	21
Conv. Des. Social	445	55.625	20

Secretaría de Desarrollo Rural, 2001



Tabla 6.- Volumen de producción y valor de pesos de chile verde

Datos de Volumen de Producción y Valor en Pesos de Chile Verde según Disponibilidad de Agua (Estado de Yucatán 1998-1999)

Volumen (Ton)			Valor (Pesos)		
Total	Riego	Temporal	Total	Riego	Temporal
3768.3	3072.3	696.0	34,922,411.0	29,530,061.0	5,392,350.0

INEGI 2000

Principales abastecedores de chile habanero en Quintana Roo

Las principales áreas de siembra en donde se puede obtener este producto son: José María Morelos, Felipe Carrillo puerto, Lázaro Cárdenas, todas ubicadas en el estado de Quintana Roo, los tipos de modalidades utilizadas para sembrar este cultivo son de riego y temporal aunque actualmente se cuenta con 32 invernaderos distribuidos de la siguiente manera: 14 en Felipe Carrillo Puerto, 12 en José María Morelos y 6 en Lázaro Cárdenas.

En la modalidad de riego se tienen cultivadas 18 hectáreas en José María Morelos, 20 hectáreas en Felipe carrillo puerto y 10 en Lázaro Cárdenas, este tipo de siembra tiene un volumen de producción de 18 toneladas por hectárea lo que representan unas 864 toneladas disponibles anuales de esta modalidad.

En la modalidad de temporal o espeque (son aquellas que se siembran de manera tradicional y que dependen de las lluvias y muchas veces auxiliadas con agua de pozos) existen en José María Morelos 50 hectáreas, 50 en Felipe carrillo puerto y 20 Lázaro cárdenas, las cuales tienen un volumen de producción baja obviamente por sus carencias técnicas, económicas, y fitosanitarias que conlleva a tener una producción de 4 toneladas por hectárea aproximadamente. En este tipo de producción se puede contar con 480 toneladas.



Actualmente el estado cuenta con 32 invernaderos sociales en diversas comunidades de los tres municipios en los que se encuentran establecidos, en José María Morelos 12, en Felipe carrillo puerto 14 y 6 en Lázaro cárdenas; de los cuales actualmente se encuentran en producción 25; estos por su alta tecnificación y por no tener problemas para combatir plagas y enfermedades son de alta producción alcanzando cifras record de hasta 30 toneladas, lo que representan unas 750 toneladas del picante.

Derivado de lo anterior se puede observar que el estado cuenta con la producción suficiente para abastecer nuestra pequeña empresa, es importante mencionar que no solo en cantidad si no en calidad ya que la producción del picante en este medio se realiza con todas las condiciones propicias de suelos, clima y factores ambientales que acentúan los colores, sabores y texturas.

En relación a los costos se tiene contemplado la adquisición del chile en temporadas de abundancia o de sobreoferta que es cuando los precios se desploman y se puede comprar grandes cantidades a bajos precios, tomando en consideración que la labor principal u objetivo principal de las conservas es el de precisamente elaborar o transformar frutas, verduras o legumbres en temporadas de precios bajos y poder ofertarlas en todo el año con precios estables.

Así mismo cabe señalar que el traslado del chile se realizará con los vehículos disponibles por la pequeña empresa reduciendo de esta forma los costos de transporte en la materia prima.

Tabla 7.- Capacidad de producción anual de chile habanero del invernadero maya

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN		
PRODUCTO	CAJAS ANUALES	TONELADAS ANUALES
HABANERO	507, 639	1, 828



La tabla nos muestra el número de cajas vendidas por el invernadero maya de la ciudad de Felipe Carrillo Puerto y las toneladas anuales de chile habanero que se producen.

El complejo de producción que nos puede servir como proveedor está ubicado en el municipio de Felipe Carrillo Puerto, en el estado de Quintana Roo, a tres horas del Aeropuerto Internacional de Cancún, dos horas de Puerto Morelos y a 45 horas de la frontera México-Americana, dando a la empresa la flexibilidad de opciones de transporte y logística para atender mejor las necesidades de sus clientes.

El complejo de producción se asienta en una superficie total de 100 hectáreas de propiedad privada, consta de 8 invernaderos de tecnología Holandesa, con una superficie de 5.2 hectáreas cada uno, un semillero de 8,000 m², dos módulos de servicios para el control y automatización de los sistemas, una nave de empaque y un almacén general de 4,550 m² cada una, 16 tanques para almacenamiento de agua con capacidad de 2 millones de litros para fertirrigación, vialidades, rampas de embarque, cámaras frigoríficas con capacidad de 800 tarimas, es decir, 400 toneladas que equivalen a 30 contenedores; además de oficinas e instalaciones de servicio.





Sistema de producción

El método de cultivo que utilizan es por la "hidroponía", con un control biológico y polinización, sin recuperación de solución de acuerdo a los requerimientos del mercado de destino. El uso del sistema hidropónico facilita tener un mayor control del microclima alrededor de las raíces de la planta, obteniendo así un mejor rendimiento.



Sistema de automatización

El sistema controla, monitorea, elabora reportes y emite gráficas respecto a los datos que toma del invernadero tales como: temperatura y humedad, temperatura del agua, indicador de ventilación, cantidad de CO₂, control de la válvula de temperatura de agua y bombeo, control del motor de ventilación, unidades de fertilización. Todo controlado por un Programa de software denominado "Sistema Computacional Integra-Priva" que incluye los sistemas de control de crecimiento de plantas, valores estadísticos históricos, control de calefacción, control de la línea de transporte, control de la caldera, control de clima, medición de temperatura y humedades, control de ventilación, fertilización, irrigación y medida de los fluidos.



Existe un programador por módulo de servicio que opera para 4 invernaderos, dos calderas, 4 unidades de riego, sistema de ventilación para 4 invernaderos, control de CO₂, y monitoreo constante del clima. Todo esto nos permite tener producto los 12 meses del año aún cuando las condiciones climáticas no lo permiten, brindando una continuidad de entrega.



Sistema de fertirriego

Cuentan con un sistema automatizado de fertirrigación que les permite manejar la nutrición de las plantas con mayor precisión e hidropónicamente, utilizando sustrato inerte, como la lana de roca (inorgánico) y fibra de coco (orgánico).

Con este sistema logramos un mejor desarrollo de raíces, y por lo tanto, un mejor crecimiento de plantas y frutos de la más alta calidad.



Sistema de empaque

La sala de empaque cuenta con una máquina Awetta que cuenta con 2 bandas de selección para hacer más eficiente y rápido su empaqueo, el producto se plastifica y se etiqueta de forma automática antes de ser clasificado por tamaño y calidad.



Adicionalmente contamos con una maquina clasificadora Awetta para pimiento morrón y una banda seleccionadora para chile habanero lo cual nos permite lograr una mejor selección y así garantizar la calidad de nuestros productos.



Esto nos convendría porque así sabremos que nuestra materia prima es totalmente cosechada con los debidos cuidados desde su siembra hasta la hora de que llegue a nuestras manos para hacer el producto.

Chile habanero en el estado de Campeche

La industria de la salsa de chile está teniendo gran auge en el estado de Campeche. Se pueden encontrar en el mercado desde salsas que contienen exclusivamente chile habanero hasta salsas que utilizan el chile como principal ingrediente pero ahora mezclado con otros productos como ajos, cebollas o papaya. Así mismo existen cremas de chile habanero.

De acuerdo con datos de la SAGARPA se estima que las variedades Ancho, el Serrano, Jalapeño y Mirasol, abarcan aproximadamente el 70% de la superficie total cultivada a nivel nacional. La variedad habanero no figura en la estadística sin embargo en la zona peninsular del sureste de México es la variedad más conocida.



Según esta misma dependencia los estados del sureste de la república mexicana son los únicos productores de chile habanero. A pesar de que estos estados no figuren en la estadística nacional como alguno de los principales productores de chiles. A nivel nacional se considera a los estados de Sonora, Sinaloa, Guanajuato, Chihuahua y Zacatecas como los principales productores de chile verde.

A nivel nacional el chile habanero se produce en cuatro estados, estos son: Campeche, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán. En el 2003 estos cuatro estados representaron tan solo el 0.45 % de la superficie nacional sembrada y el 9.35 % en valor de producción.

La variación entre la superficie sembrada y la superficie cosechada es poco significativa; sólo existen fuertes variaciones cuando se presentan fenómenos naturales como lo sucedido en el año 2002. Esto se comprueba si observamos los datos de producción de los estados de Campeche, Quintana Roo y Yucatán y los comparamos con los datos obtenidos para Tabasco en ese mismo año. En el caso de Tabasco la variación fue prácticamente nula.

En el caso del estado de Campeche la variación fue sólo del 24 %, es decir, que el 24 % de la superficie sembrada se perdió; en el estado de Quintana Roo se reportó el 30 % de la superficie sembrada como siniestradas; el estado de Yucatán fue el más afectado perdiendo el 56 % de su superficie sembrada. Ésta pérdida se reflejó en los precios del producto para ese año alcanzando un nivel máximo de hasta \$ 100.00 /kg.

La producción estatal y comercialización de Chile habanero

La península de Yucatán es la principal región en donde se produce esta variedad de chile y el estado de Campeche es uno de los estados que integran esta península por lo cual se ubica como uno de los estados productores de chile habanero.



De acuerdo con datos obtenidos por la SAGARPA, la superficie sembrada del estado de Campeche fue, para el año 2002 de 40.5 has. y se redujo en el año 2003 a 34 has. De este total sembrado en el año 2002 se cosecharon solamente el 65.39 % de la superficie, es decir, 30.5 has. con rendimiento promedio de 9 t. por ha. Lo que generó un volumen de producción de 288.01 t. El precio medio rural para ese año fue de \$ 2.44 por kilogramo. Para el año 2003 la superficie cosechada correspondió al precio medio rural que aumentó a \$ 4.77 por kilogramo.

Para el año 2004 se obtuvo directamente de campo a través de la Promotora de Servicios Comerciales del Estado de Campeche, institución que cuenta con un padrón de productores y ante la cual se reportaron un total de 100.5 has sembradas. Se considera igual superficie cosechada.

En el Estado no se cuenta con grandes productores, en su mayoría se trata de pequeños productores que poseen en promedio de una a tres hectáreas. Sin embargo; el valor de la producción es muy importante para este grupo de productores ya que representa una importante fuente de ingreso para ellos. En este sentido se ha detectado un problema que es general en todos los cultivos, el de la comercialización, ya que por tratarse de pequeños productores y que en su mayoría no están organizados, comercializan de manera individual y no cuentan con un volumen de oferta considerable y mucho menos con el poder de negociación para vender en condiciones más favorables.

La producción estatal de chile habanero varía año tras año; esto se debe, en la mayoría de los casos, a las expectativas de mercado y a fenómenos meteorológicos y biológicos.



El estado de Campeche no cuenta con mercados cautivos para este producto o que en el peor de los casos no se les está atendiendo adecuadamente. La comercialización al exterior del estado es inestable a pesar de que se sabe de centros específicos de consumo. Por lo cual es necesario hacer un análisis profundo de los nichos de mercado y del comportamiento de los mismos al momento del consumo para poder plantear estrategias que permitan posicionamiento del producto y estabilización del comercio.

Zonas de producción y rendimiento

El chile habanero es una hortaliza que se produce en diferentes zonas del estado ya que se cuentan con las condiciones naturales favorables para dicho cultivo; sin embargo sobresalen algunos municipios como Campeche, Champotón, Escárcega, Hopelchén, Tenabo, Calkiní y Candelaria, registrando rendimientos de 12 a 14 toneladas en promedio por hectárea.

Cabe señalar que la zona más propicia para el cultivo de esta hortaliza es la región centro-norte del Estado que comprende los municipios de Campeche, Tenabo, Hopelchén, Hecelchakán y Calkiní.

Demanda Nacional de Chile Habanero

Por razones de la cultura mexicana el chile es consumido a nivel nacional y ha pasado a formar parte esencial de la cocina típica. En la península de Yucatán el Chile habanero es el que domina el mercado, es una variedad representativa de la zona. Por lo tanto, dentro de los principales centros de consumo del chile habanero se encuentran los estados de Campeche, Yucatán, Quintana Roo y Tabasco.



El mercado de chile habanero se ha venido desarrollando en los últimos 15 años; lo que anteriormente era considerado un producto netamente regional, actualmente cuenta con nichos de mercado en diferentes partes de la geografía mexicana; es así como podemos encontrar demanda en ciudades como México, Guadalajara, Monterrey, Tampico, entre otros.

Según un estudio de mercado realizado por ICAGRO S.C., existe un déficit en la producción de chile a nivel regional y nacional; esto se hace mayor si consideramos el incremento de la población y por lo tanto una tendencia de aumento en el consumo.

Demanda Mundial de Chile Habanero

El chile habanero ya no sólo se comercializa en el mercado nacional. Ahora es conocido en el mercado internacional y en países como Japón tienen una demanda importante. Las exportaciones de chile habanero se realizan tanto en fresco como procesado en salsas o polvos.

Este producto goza de prestigio internacional como el chile más picante del mundo y es un atributo que ha llamado la atención y que ha permitido su posicionamiento en ciertos países como Japón.

Es importante considerar en este caso que para poder atender a un mercado extranjero se requiere estar preparado para la exportación ya que estos mercados son muy exigentes en cuanto a volumen, calidad y estacionalidad del producto.

La industria de botanas es la principal demandante de chile habanero. Aunque este producto se comercializa también para su consumo en fresco, la industria de las botanas representa un nicho de mercado con mucho potencial.



En los Estados Unidos de Norteamérica existen compañías especializadas en proveer a empresas fabricantes de botanas a nivel mundial. Éstos representan un mercado interesante e importante para la comercialización del chile. El 75% de las exportaciones de chile fresco se destina a este mercado principalmente a los estados de Atlanta, los Ángeles, San Francisco, Dallas, Baltimore y Chicago.

De acuerdo a un estudio elaborado por la Unidad de Investigación y Postgrado de la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Yucatán, señala que el fruto tiene, principalmente, un potencial de comercialización en el mercado norteamericano y asiático.

UQROO.SISBI.CEDOC



CAPITULO II DISEÑO DEL PRODUCTO Y

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Para incluirnos en el mercado de conservas de chile habanero tenemos que tomar en cuenta elementos con los cuales se analiza la aceptación del consumidor y se investiga que adecuaciones se tienen que hacer acerca del producto, así como también considerar ideas sobre la posibilidad del producto de penetrar y de tener éxito en el mercado regional con las conserva de chile habanero “Don Chato”.

Al elaborar la conserva donde el chile habanero es el ingrediente principal preparado en escabeche, donde es acompañado de verduras y condimentos naturales, sin la aplicación de conservadores químicos, colorantes y saborizantes.

“Don chato” ofrece al consumidor una conserva con la característica de ser un producto que no haya perdido ninguna de sus propiedades en el sabor, aroma y color por las cuales es reconocido en nuestra región el chile habanero y que al ser consumido por nuestros clientes ofrecerá un deleite por la exquisita combinación del sabor con lo picante.

Las preferencias de los consumidores se enfocan a la demanda de productos naturales, enriquecidos con vitaminas y minerales, elaborados bajo estrictos estándares de calidad. Y lo más importante del grupo de productos alimenticios, no genera daños secundarios en nuestro organismo. Siendo esta una de las razones por las cuales “Don Chato” hace el compromiso de poner en su mesa una conserva de chiles habaneros encurtidos en escabeche.





Para elaborar la conserva de chile habanero será necesario la materia prima que a continuación se detalla:

- Chile Habanero
- Cebolla
- Zanahoria
- Agua
- Ajo
- Laurel
- Sal yodada
- Orégano
- Vinagre
- Aceite de Olivo
- Pimienta

ETIQUETA:

Tabla Nacional	
Tamaño de la porción	5g
Calorías	10
Total de Grasas	0%
Grasa Saturada	0%
Cholesterol	0%
Sodio (mg)	0%
Carbohidratos	0%
Fibra	0%

INGREDIENTES
 CHILES
 HABANEROS,
 AGUA,
 ZANAHORIA,
 CEBOLLA,
 SAL YODATADA,
 VINAGRE.



"DON CHATO"

Una vez abierto manténgase en refrigeración
 sello de garantía

"DON CHATO"



Competencia del mercado

Dentro de los principales distribuidores que existen en el mercado, se encuentran diversas marcas tales como son Herdez, Clemente Jacques y La Costeña.

Las cuales tienen una comercialización ya establecida y definida dentro del mercado, por lo que cuentan con un reconocimiento por parte del cliente que tiene un alto consumo de estos productos.

Cabe mencionar que los distribuidores antes señalados, no exhiben un producto elaborado con las mismas características que la conserva de chile habanero "Don Chato", sin embargo dichas marcas ofertan otro tipo de picantes encurtido en escabeche, siendo por ello que no se considera a estos distribuidores como competidores del producto en el mercado meta.

UQROO.SISBIC.EDUC



De acuerdo a una visita realizada en los principales almacenes y comercios de la Ciudad de Chetumal, se logro identificar y analizar tres marcas que distribuyen chiles envasados, contenido y costo, por lo que se concluye lo siguiente:

Marca	Presentación	Envase	Costo \$	Contenido Neto
	 Jalapeño entero	Lata	8.00	170 Grs.
	 Jalapeño entero	Lata	6.50	160 Grs.
	 Jalapeño entero	Lata	8.00	140 Grs.

Se puede resumir que las presentaciones que ofrecen las empresas antes mencionadas varían en cortes, sabor, costo y contenido por mencionar sus características más importantes, por lo que se puede concluir que ninguna marca mencionada ofrece un producto con las características y diseño que posee la conserva "Don Chato", ya que éste es elaborado tradicionalmente.

CAPITULO III METODOLOGIA



Investigación de percepciones del consumidor (PRUEBA A CIEGAS)

1.-Producto:

“Don Chato” es una conserva o encurtido de chile habanero que es elaborada con materias primas naturales.

Breve descripción del producto:

Es una conserva que por su sabor e ingredientes y por no tener conservadores por el cual nuestros posibles consumidores se acerquen a probar este encurtido, la conserva esta elaborada con materias primas como son la zanahoria, sal, cebolla, etc. por mencionar algunos ingredientes sin olvidar su rico y agradable olor y picosidad para acompañarlo con la comida de su preferencia.

CONSERVA DE CHILE HABANERO "DON CHATO"



2.-Objetivos:

Conocer la opinión y/o aceptación de los posibles consumidores al probar el original sabor de nuestro producto a través de la degustación.

Con la finalidad de ubicar y asegurar el sector al que va dirigido en origen y otros posibles consumidores.

3.-Estado del Mercado:



La conserva de chile habanero será dirigida al mercado para la gente que guste por el sabor picante y acompañar sus alimentos con este, porque se podría decir que es un condimento importante para la comida y una mezcla de sabores para su paladar.

La conserva de chile habanero representa un negocio importante donde las perspectivas se registran hacia un crecimiento sostenido para el bien del Estado, así como para el resto de la república y con las tendencias mundiales consumidores.

Cabe destacar que la conserva de chile habanero surge con la idea de seguir con la receta familiar y claro hacia un beneficio económico así como de poner en la mesa de las familias de cada hogar un encurtido de chile habanero de primera calidad que fueron seleccionados con estrictas normas de higiene.

4.-Sujetos de estudio:

Mujeres y hombres que tengan entre los 30 a 50 años ya que las mujeres son las que se encargan de hacer la despensa del hogar y los hombres son los que consumen más picante y acompañan a sus parejas hacer la despensa.

Nuestro grupo de segmentación debe incluir amas de casa que no sólo se dediquen a hacer labores domésticas sino también que sean trabajadoras o que desempeñen distintas actividades, con la finalidad de establecer un nicho para conocer las preferencias de las mismas para ubicar o diferenciar los gustos comprendidos de ese segmento.

5.-Metodología:

Degustación, entrevistas individuales y/o grupales en profundidad, observación y anotación sistemática del comportamiento de los consumidores y técnicas proyectivas.

6.-Modelo del proceso perceptivo:



La conserva "Don Chato" obtuvo distintas percepciones las cuales fueron interpretados por nuestros consumidores, en base a lo que ellos percibieron en forma individual y por lo tanto estableciendo así una realidad subjetiva de estímulos tales como: olor, color y sabor.

La percepción que se obtiene de la conserva en cuanto a los estímulos de los sentidos se debe al tratamiento de la información recibida por los órganos sensoriales, también denominados órganos receptores periféricos (boca, nariz, ojos, oídos...). Estos son los que codifican la información en función de la intensidad y la calidad del estímulo. La información sensorial no nos llega tal cual, sino que en nuestro cerebro se ve sometida a un proceso de filtración, reducción y estabilización.

Cuando la información llega a los centros superiores (lugares de la memoria y la consciencia) se integra en nuestro "sistema". Se origina entonces un mensaje que se dice que es global -sensorial y hedónico- íntimamente unido, lo que dificulta que el individuo sea capaz de separar entre los aspectos meramente sensitivos y los afectivos.

De forma general, cuando expresamos espontáneamente lo que sentimos, se evoca primero la nota hedónica (placer experimentado por el individuo), después la cualidad percibida (por ejemplo: el olor, sabor y la intensidad del picor para cada individuo).

No es difícil comprender que el ser humano comience evocando el placer que experimenta antes de establecer la naturaleza e intensidad de la sensación percibida. El placer que las personas experimentan al consumir la conserva de chile habanero, es el resultado de la mezcla de ambos. Si la sensación recibida es buena, la conserva de chile habanero nos gustará. Si por el contrario la sensación es mala, este producto nos causará decepción.



En cuanto a los umbrales perceptivos, se puede decir que es el límite entre tener una sensación y dejar de tenerla. Por lo tanto, si los consumidores perciben el olor, color y sabor de nuestro producto, se dice que han superado el umbral absoluto y si logran diferenciar el producto, se dirá que han superado también el umbral diferencial.

Aplicando las herramientas aprendidas en la dinámica de la selectividad perceptiva, en función a los estímulos que genera nuestro producto en nuestros futuros clientes potenciales, podríamos decir que: (Insumos externos)

Exposición selectiva:

Imaginemos que a una persona/cliente disfruta de su comida favorita con chile habanero en conserva (lo cual implica una predisposición aprendida) es posible que le agrade conocer y degustar nuevos productos. Aunque también puede suceder que recepte en forma pasiva, por ejemplo: al ir a la casa de tus abuelos, al hojear un libro, al ir de compras, etc.

Atención selectiva:

En este proceso se tendrá en cuenta cuando nos exponemos a estímulos que son de nuestro agrado y repelemos o deseamos aquellos que no nos cautivan. Por ejemplo: al consumidor le agradan los sabores ligeramente o muy picosos, por esta razón hay posibilidades de que se exponga a nuestro producto.

Defensa perceptual:

Hace reseña a cuando los consumidores filtran subconscientemente, estímulos que no quieren o no les interesa ver.

Por ejemplo: Cuando el consumidor escoge no ver la leyenda serigrafiada en el envase que dice "fumar es causa de cáncer" o el "Consuma frutas y verduras".



Bloqueo perceptual:

Es llevado a cabo cuando la persona se "desconecta", bloqueando así el ingreso de una sobrecarga de estímulos.

Por ejemplo: La saturación publicitaria del producto, puede llevar a una situación de rechazo.

Expectativas:

Es lo que funciona como filtros basados en experiencias previas e influyen sobre lo que el individuo desea procesar. Por ejemplo: experiencias similares indicaron a los sujetos de estudio (amas de casa de 40 a 50 años) que es una buena combinación para la comida con un sabor acidito picante.

Motivos:

Los individuos están alertas respecto a estímulos que se relacionan con sus necesidades o carencias actuales. Por ejemplo: si los sujetos de estudio poseen "necesidades del yo" o "necesidades de logro", seguramente tendrán más similitud con el producto de conserva "Don Chato".

Organización perceptual

La organización perceptual permite integrar los estímulos por el olor, color, sabor de las distintas clases de chiles, que a su vez pueden ser diferenciados perceptivamente entre sí.

Interpretación perceptual

En este paso final dentro del proceso de percepción, se hará la interpretación de los estímulos de cuando el individuo/consumidor extrae un significado de los estímulos percibidos. Este significado será individual y único, debido a las bases en experiencias previas, conocimientos adquiridos y motivos e intereses que tenga al hacerlo. Este proceso se podría ver afectado por influencias que distorsionen la percepción, tales como:



Apariencia física:

Por decir un ejemplo que en la publicidad de la conserva de chile, sea utilizado un modelo que inspire prestigio, emoción, modernidad y que este a su vez sea atractivo, maximizamos las probabilidades de persuasión para con nuestros futuros consumidores.

Estereotipos:

Se puede decir que existe un distorsionador de la percepción con la que nuestro producto, esta ligado, debido a que se coquetea con la idea del "mmmmm".

Rasgos irrelevantes:

Esto sucede cuando el consumidor toma su decisión de compra basándose en algún atributo propiamente insignificante; por ejemplo: la persona/consumidor, elige el producto, por la forma del envase o etiqueta.

Primera impresión:

Establece el resultado de una serie de "señales" que son percibidas desde el momento en que se toma un contacto "visual", puesto a que usted es criticado en los primeros segundos cuando se presenta o es presentado por primera vez ante una persona. "Don Chato" puede llegar a ser una parte importante en este proceso, debido a que el consumo de esta conserva indique el gusto por consumir chile picoso.

Salto a conclusiones:

Cuando es captado ciertos estímulos a través de nuestros sentidos se activa en el consumidor una percepción sin un fundamento valido; por ejemplo: el consumidor expresa que la conserva no es de su satisfacción, si haberlo probado previamente.



7.-Imágenes del Consumidor:

Autoimagen real:

Investigadora, organizada, intuitiva y seria.

Autoimagen esperada:

Fresca, casual, relajada.

Autoimagen Social:

Respetuosa, emprendedora, status medio.

Autoimagen Social ideal:

Con carácter, con valores, sutil.

Autoimagen Ideal:

Desarrollándose en el hogar.

La conserva posee un alto valor simbólico debido a que es muy marcado el contenido de su envase.

Objeto:

Conserva de chile habanero

Signo o imagen:

“mmmmm” de rico y picoso.

Significado o interpretación:

Posibles consumidores que les agrada y les permanece el sabor rico y picoso, con un indiscutible nivel de chispa.

8.-Investigación de Percepciones del Consumidor:

Fase 1:

Indagar sobre las costumbres, tipos de conservas de chile habanero que se consume, tipos, diferencias, efectos buscados, ventajas y desventajas.



Fase 2:

Degustación mediante la "prueba a ciegas" con la finalidad de conocer las persuasiones que el consumidor obtiene con el olor, sabor, etc.

Fase 3:

Interpretación perceptual con Connotaciones y Significaciones. En esta fase es donde comprendemos durante las entrevistas en profundidad, observación y anotación sistemática del comportamiento de los consumidores y técnicas proyectivas.

9.-Conclusiones:

Fase 1:

Los consumidores nos dicen que consumen distintos tipos y variadas conservas de chile habanero, las cuales son consumidas en restaurantes y en el hogar acompañado de un platillo.

Fase 2:

Prueba "a ciegas".

(Atributos)

<u>Intensidad:</u>	Olor: fuerte	Sabor: picante
<u>Permanencia:</u>	Olor: medio	Sabor: medianamente picante
<u>Notas:</u>	Olor: a chile habanero	Sabor: picoso

Fase 3:

(Significaciones)

Efectos percibidos:

Toque de sabor en el paladar diferente a la comida, picoso, atractivo para la gente que come chile habanero.



Personalización:

Amas de casa, serias, tranquilas, relajadas, seguras.

Elemento Asociado:

Chile maduro.

Comunica:

Sabor y aroma cítrico picante para el platillo favorito.

UQROO.SISBI.CEDOC



CAPITULO IV PROPUESTA MERCADOLÓGICA

Con el propósito de ofrecer a los consumidores un producto de calidad a un precio justo, surge la necesidad de crear la conserva “Don Chato” que se encuentra en nuestra localidad y esta a la mano de muchos consumidores locales.

Es por eso que se elaborará una conserva preparado en escabeche, teniendo como ingrediente principal el chile habanero acompañado de verduras y condimentos naturales, sin la aplicación de conservadores químicos, colorantes y saborizantes para que no se pierda ninguna de sus propiedades en el sabor, aroma y color por las cuales es reconocido en nuestra región.

Al ser consumido este producto por nuestros clientes ofrece un deleite a su paladar, al combinar los chiles habaneros con verduras y condimentos naturales que hacen una exquisita combinación del sabor con lo picante.

El producto se elaborará utilizando materias primas de la región que permitan lograr nuestro propósito y así contribuir con la producción del chile habanero en el Estado, en la zona donde se cultiva, que comprende los poblados y municipios del Estado de Quintana Roo.

En estos días las preferencias de los consumidores se enfocan a la demanda de productos naturales, enriquecidos con vitaminas y minerales, elaborados bajo estrictos estándares de calidad. Y lo más importante del grupo de productos alimenticios que no generen daños secundarios en nuestro organismo.

Existen en el mercado varios competidores tanto de carácter directo como indirecto, pero cada una marca su mercado con segmentos diferentes.



Las conservas están hechas de diferentes chiles como son jalapeños y chile habanero; también los envases son diferentes de acuerdo al producto como son en botes tetra-pack, vidrio, plástico o en lata.

El crecimiento en el sector ha ido en aumento ya que podemos ver diversas marcas en el mercado y esto significa que existe mucha competencia para nuestro producto.

La mayoría de los productos que vemos en los supermercados no se diferencian mucho unos de otros porque ofrecen las mismas características es por eso que “Don Chato” se diferencia de ellos por ciertas características que lo hacen incomparable como en el sabor, olor y grado de picoso que lo determina la maduración del chile habanero.

Existe subsidio gubernamental para el desarrollo de pequeños productores del chile habanero en el Estado de Quintana Roo, lo cual hace que podamos tener mayor accesibilidad para incursionar en el mercado.

Este producto será envasado en recipientes de vidrio, debido a que no permite algún daño a la salud, por que se ha comprobado científicamente que al envasarlo en lata, éste contenga partículas de plomo y que con el tiempo cause graves daños a la salud de los consumidores, además de que el envase de vidrio posee ciertas características ventajosas con respecto a no emplear conservadores artificiales sino naturales, como lo son el ajo, laurel y demás condimentos, de esta manera el producto tendrá más higiene y ofrecerá una agradable presentación al consumidor, quien puede observar fácilmente el perfecto estado de los chiles habaneros previamente envasados.

Mientras el producto se posiciona en el mercado éste se envasará en una sola presentación; esto debido a que es una presentación media, es decir, que no es muy grande y ni muy pequeña, de igual manera se realizará con el estilo de chiles enteros. Posteriormente habrá diversas presentaciones y tamaños.



Se puede considerar que la población del Estado tiene la conciencia de consumir los productos que se producen en la localidad, ya que de cierta manera los beneficiados son los habitantes del Estado.

El precio del producto se determinara en base al costo de ventas, así como el número de unidades producidas para poder saber el margen de utilidad.

Para dar a conocer la empresa y sus productos logrando la aceptación y preferencia a los consumidores, se realizará la siguiente mezcla promocional.

- Venta personal: constituye la herramienta más efectiva en ciertas etapas del proceso de compra, sobre todo cuando se trata de determinar la preferencia, el convencimiento y las acciones del cliente
- Promoción de ventas: Para llamar la atención del consumidor y proporcionar información que pueda llevarlo a cabo comprar el producto, se ofrecerán incentivos para realizar la adquisición y aportar un valor extra para los consumidores. Con la finalidad de complementar la publicidad y facilitar la venta personal y por consiguiente exista una respuesta más eficaz y rápida.
- Publicidad: Se realizará a través de folletos, volantes, anuncios que aparecerán en los medios electrónicos de la localidad y en los impresos que se utilizará para crear una imagen de largo plazo.
- Relaciones públicas. Se abarcará actividades comunicativas que constituirán a crear otras actividades y opiniones positivas respecto a la organización y su producto. Las actividades que se desempeñarán serán: informes anuales, eventos caritativos o cívicos; llegando así a una audiencia masiva a través de diversos medios.



- Publicidad no pagada: Es una fórmula especial de relaciones públicas en la cual, se incluirán noticias y/o reportajes sobre la empresa y/o sus productos; comunicando un mensaje impersonal a los consumidores o clientes.

La variación de las respuestas de los consumidores ante la mezcla de marketing puede atribuirse a las diferencias de sus hábitos de compra, a las formas de utilizar el bien o los motivos de compra.

Otra de las razones de esta limitación es la heterogeneidad de los mercados formadas por compradores que buscan una cierta calidad y cantidad en los productos y que tienen distintos intereses y necesidades de compra; por otro lado, también existen mercados constituidos por compradores con deseos, requerimientos y necesidades similares.

El proceso de embasamiento que se lleva a cabo para los chiles habaneros enteros, se realiza un proceso de:

- 1.- Selección de Chile y verdura que se utilizara, cuidando que se encuentre en perfecto estado.
- 2.- Lavado de la verdura y el Chile habanero
- 3.- Corte de las verduras en rodajas.
- 4.- Sumergido de chiles en agua en punto de ebullición por 3 minutos.
- 5.- Escurrimiento y enfriamiento a temperatura ambiente los chiles y la verdura por 10 minutos.
- 6.- Mezclado de los demás ingredientes; vinagre, aceite, pimienta, ajo, laurel y sal en agua a punto de ebullición.
- 7.- Escurrimiento y enfriamiento de la mezcla por 10 minutos a temperatura ambiental.
- 8.- Mezclado de todos los ingredientes.



9.- Envasado de cada frasco con la mezcla anterior. Los frascos deben estar previamente esterilizados; dejando un centímetro de espacio entre la tapa y la superficie.

10.- Sellado de los frascos.

11.- Colocación de la etiqueta indicando el nombre del producto, fecha de elaboración.

12.- Almacenamiento del producto terminado.

Los chiles habaneros en escabeche mediante este procedimiento tienen duración de 6 meses, una vez abierto el envase se necesita de refrigeración.

El escabeche se prepara con vinagre y especias, estas constituyen los elementos conservadores del producto.

UQROO.SISBI.CEDOC



CAPITULO V INTERPRETACION DE LAS PREGUNTAS GUIADAS

I.- PREGUNTAS GUIADAS AL ENTREVISTADO QUE CONSUME CONSERVA DE CHILE HABANERO Y QUE ESTAN DIRIGIDAS PARA CONOCER ASPECTOS INTRÍNSECOS DEL PRODUCTO...

1.-¿Qué presentación del producto compra más en conserva de chile habanero?

El entrevistado dio referencia que consume conserva de chile habanero pero que le es muy difícil conseguirlo debido que en los súper mercados no lo encuentra sino en tiendas (que se encuentra cerca de su domicilio) o en el mercado Lázaro Cárdenas en botellas de vidrio hechos en escabeche, aunque también menciona que si consume chile habanero natural y salsa de chile habanero y la presentación que compra es la que viene en botellas de plástico.

2.-¿Qué atributos positivos consideras para el chile habanero en conserva?

Pues la respuesta que nos dio acerca de sus atributos es que la conserva de chile habanero debe de tener un buen aroma, así como un excelente sabor y que el grado de picosidad sea alto por que por lo general las conservas se curten mejor y quedan más picosos lo cual es lo que le gusta

3.-¿Qué atributos negativos le encuentras al producto chile habanero en conserva?

En el aspecto negativo nos menciona que los productos de ahora ya no son naturales como se dice actualmente.

4.-Con que otros alimentos utilizas el producto, para botanas o comidas.

El entrevistado menciona que el producto lo utilizaría para la comida principalmente pero también le gusta para ponerlo en las botanas en sustituto del chile jalapeño esto porque el jalapeño le hace daño.



5.-¿Donde adquiere el producto regularmente, lo encuentra siempre en ese lugar?

El producto de chile habanero en conserva le es muy difícil conseguirlo en el mismo lugar siempre o en los otros lugares que menciono anteriormente y que el chile habanero natural no siempre lo puede adquirir también porque a veces escasea el producto.

CONCLUSION: En esta primera parte de la entrevista se concluye que debido a que el producto no se encuentra en el mercado o es difícil encontrarlo los posibles consumidores que existen para este producto se ven obligados a consumir otro producto sustituto o el consumo del chile natural, lo cual es beneficioso para el producto de conserva “don chato” porque con la penetración de la conserva sería aceptada muy rápidamente por los consumidores ya que se buscara que no falte en las tiendas de fácil acceso para los consumidores.

II.- PREGUNTAS GUIADAS EN LA ENTREVISTA, DIRIGIDAS A CONOCER ASPECTOS EXTRÍNSECOS DEL PRODUCTO CHILES EN CONSERVA DON CHATO

1.-¿Cómo compararía los chiles de conserva Don Chato con respecto a la competencia, quien sería su competidor más cercano..?

El entrevistado comento que posiblemente serian las que el encuentra en el mercado aunque dice que no traen etiqueta o algo que tenga nombre para el fácil reconocimiento o ubicación del producto y también menciona a las vendedoras que están en el parque de “Las casitas”, aunque tampoco sabe el nombre del producto y comenta que no ha comprado algún producto de este lugar debido a que se encuentra muy lejos de su hogar como para ir a comprar una conserva de chile habanero.



2.-¿Qué atributos son determinantes para elegir la conserva “Don Chato” y no otras?

El entrevistado menciona que esta conserva de chile habanero “Don Chato” si le gustó de hecho el sabor lo siente diferente a los otros que ha probado y pues a él le sería mas fácil reconocerla debido a que tiene su etiqueta con el nombre del producto así como también le agrado el color, picosidad y aroma que le son exquisitos para sus sentidos; al igual que hace referencia que como es natural y sin conservadores le agrada porque es lo que siempre está buscando y que en caso de que cumpla con abarcar al mercado le seria fácil adquirirlo.

3.-Si la conserva “Don Chato” fuera un platillo yucateco con cual lo relacionaría.

Esta persona menciona que uno de sus platillos que mas le gusta es el escabeche con lo cual es que relaciona la conserva ya que dice que como es un platillo regional que es rico y con este se come chile jalapeño pues para el estaría excelente comer mejor con chile habanero y que mejor si es conserva debido al encurtido que trae y lo picoso que está.

4.-Si apareciera en el mercado otra conserva en presentación diferente a la de “Don Chato” seguiría consumiendo esta o compraría el de las otras presentaciones.

Esta persona menciona que desde que probó la conserva “Don Chato” ya no lo cambiaria ya que fue de su agrado y que ya no se arriesgaría a seguir consumiendo las otras, porque esta cumple con lo que exige.

CONCLUSION: En esta segunda parte a nuestro entrevistado se le dio a probar este producto de conserva de chile habanero “Don Chato” el cual le resulto muy bueno y agradable para su consumo y el de su familia porque hace mención que en su casa todos comen con chile habanero y que es muy difícil cuando esta escaso el producto, lo cual es fabuloso este producto para ellos porque así ya lo tendrían todo el año para disfrutar de sus platillos más ricos acompañados de un ingrediente importante en la mesa de cada hogar.



I.- PREGUNTAS GUIADAS EN LA ENTREVISTA, A UNA PERSONA QUE NO CONSUME CONSERVA DE CHILE HABANERO, QUE ESTÁN DIRIGIDAS A CONOCER ASPECTOS INTRÍNSECOS DEL PRODUCTO...

1.-¿Qué presentación del producto compra más en conserva de chile habanero?

El entrevistado dio referencia que no consume conserva de chile habanero por el hecho de que el producto no lo ha visto en el súper mercado ni en las tienditas, es por eso que no a tenido la oportunidad de probar o consumir una conserva de chile habanero, lo que si mencionó es que consume chile habanero natural y salsa de chile habanero y la presentación que compra es la que viene en botellas de plástico.

2.-¿Qué atributos positivos consideras para el chile habanero en conserva?

Debido a que no lo consume pues no nos pudo dar una respuesta acertada acerca de qué atributos podría descubrir en una conserva de chile habanero pero en caso de que lo consiguiera nos dice que un atributo importante para la conserva sería indispensable que tenga un buen aroma, así como un excelente sabor y que el grado de picosidad sería excelente debido a que por ser conserva sería muy picoso lo cual le encantaría.

3.-¿Qué atributos negativos le encuentras al producto chile habanero en conserva?

En el aspecto negativo nos menciona que el problema que encuentra es que los productos de ahora ya no son naturales como se dice.

4.- Con que otros alimentos utilizas el producto, para botanas o comidas.

El entrevistado menciona que el producto lo utilizaría para la comida principalmente pero también le encantaría probarlo para las botanas en sustituto del chile jalapeño.



5.-¿Donde adquiere el producto regularmente, lo encuentra siempre en ese lugar?

El producto que consume como es la salsa de chile habanero menciona que este producto si lo encuentra en el mismo lugar siempre o en otros lugares pero menciona que el chile habanero a veces le es muy difícil conseguirlo en ciertas temporadas es por eso que menciona que le seria muy práctico y beneficioso conseguir el chile habanero en conserva en cualquier época del año.

CONCLUSION: En esta primera parte de la entrevista se puede concluir que debido a que el producto no se encuentra en el mercado o es difícil encontrarlo los posibles consumidores que existen para este producto se ven obligados a consumir otro producto sustituto o el consumo del chile natural, lo cual es beneficioso para el producto de conserva “don chato” porque con la penetración de la conserva seria aceptada muy rápidamente por los consumidores.

II.- PREGUNTAS GUIADAS EN LA ENTREVISTA, DIRIGIDAS A CONOCER ASPECTOS EXTRÍNSECOS DEL PRODUCTO CHILES EN CONSERVA DON CHATO

1.-¿Cómo compararía los chiles de conserva “Don Chato” con respecto a la competencia, quien sería su competidor más cercano..?

El entrevistado comentó que posiblemente serian las vendedoras que están en el parque de las casitas aunque no sabe el nombre del producto y tampoco reconoce haber probado o comprado alguna de ahí y tampoco sabia de ellas (su mamá hizo el comentario pero tampoco ha comprado).

2.-¿Qué atributos son determinantes para elegir la conserva “Don Chato” y no otras?

Primero que nada menciona que es la única que ella conoce y hasta ahora la ha visto y que el sabor, color, picosidad y aroma son exquisitos para los sentidos; al igual que hace referencia que como es natural y sin conservadores le agrada porque es lo que siempre está buscando.



3.-Si la conserva “Don Chato” fuera un platillo yucateco con cual lo relacionaría.

Esta persona menciona que uno de sus platillos favoritos es el puchero con lo cual es que relaciona la conserva ya que dice que como es un platillo regional que es rico y muy completo para la alimentación y que en cualquier época del año lo puede cocinar es por eso que menciona esa relación. (También hace mención que como es una comida con caldo es ideal y excelente para comer con picante y más si es de chile habanero).

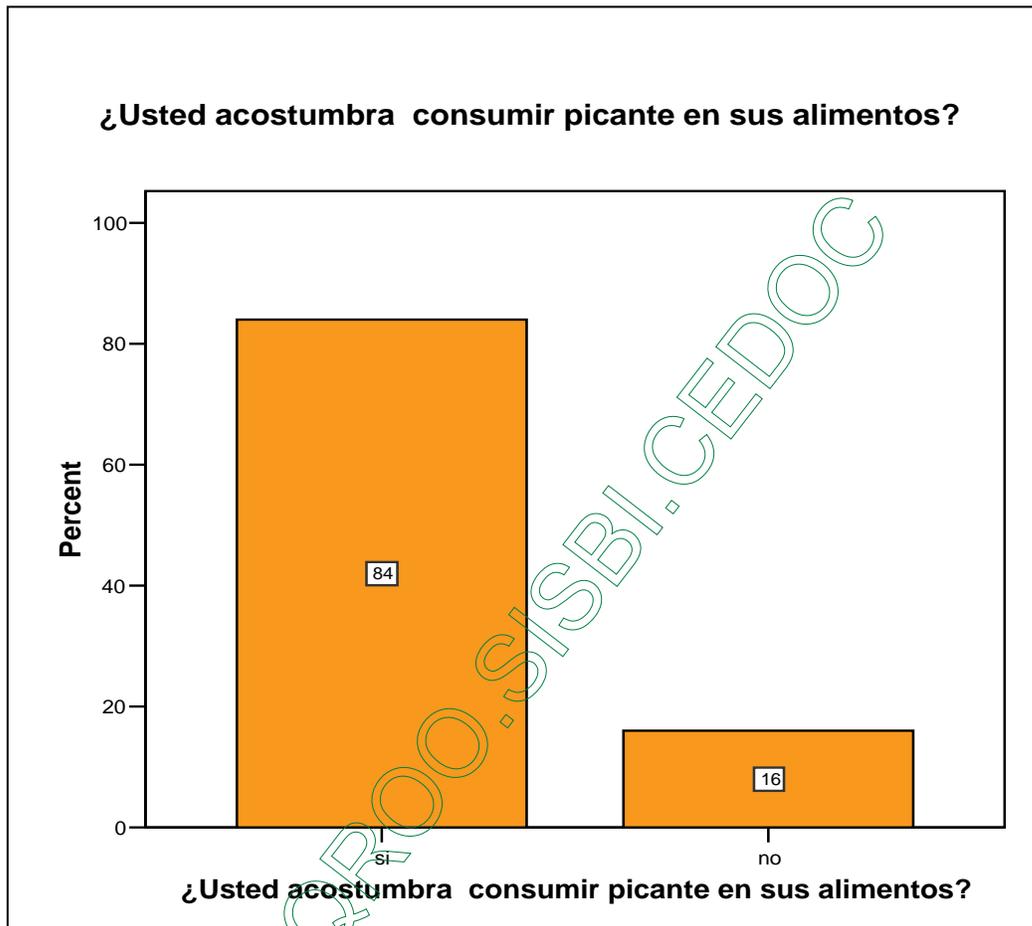
4.-Si apareciera en el mercado otra conserva en presentación diferente a la de “Don Chato” seguiría consumiendo esta o compraría el de las otras presentaciones.

Esta persona menciona que no cambiaría el producto “Don Chato” ya que este fue de su agrado y que no se arriesgaría a probar otras, porque esta cumple con lo que exige.

CONCLUSION: En esta segunda parte a nuestro entrevistado se le dio a probar este producto de conserva de chile habanero “Don Chato” el cual le resulto muy bueno y agradable para su consumo y el de su familia porque hace mención que en su casa todos comen con chile habanero y que es muy difícil cuando esta escaso el producto, lo cual es fabuloso este producto para ellos y totalmente aceptado.

CAPITULO VI PRESENTACION DE GRAFICAS SOBRE LAS PREFERENCIAS DEL MERCADO DEL CONSUMO DE PICANTE

GRAFICA 1

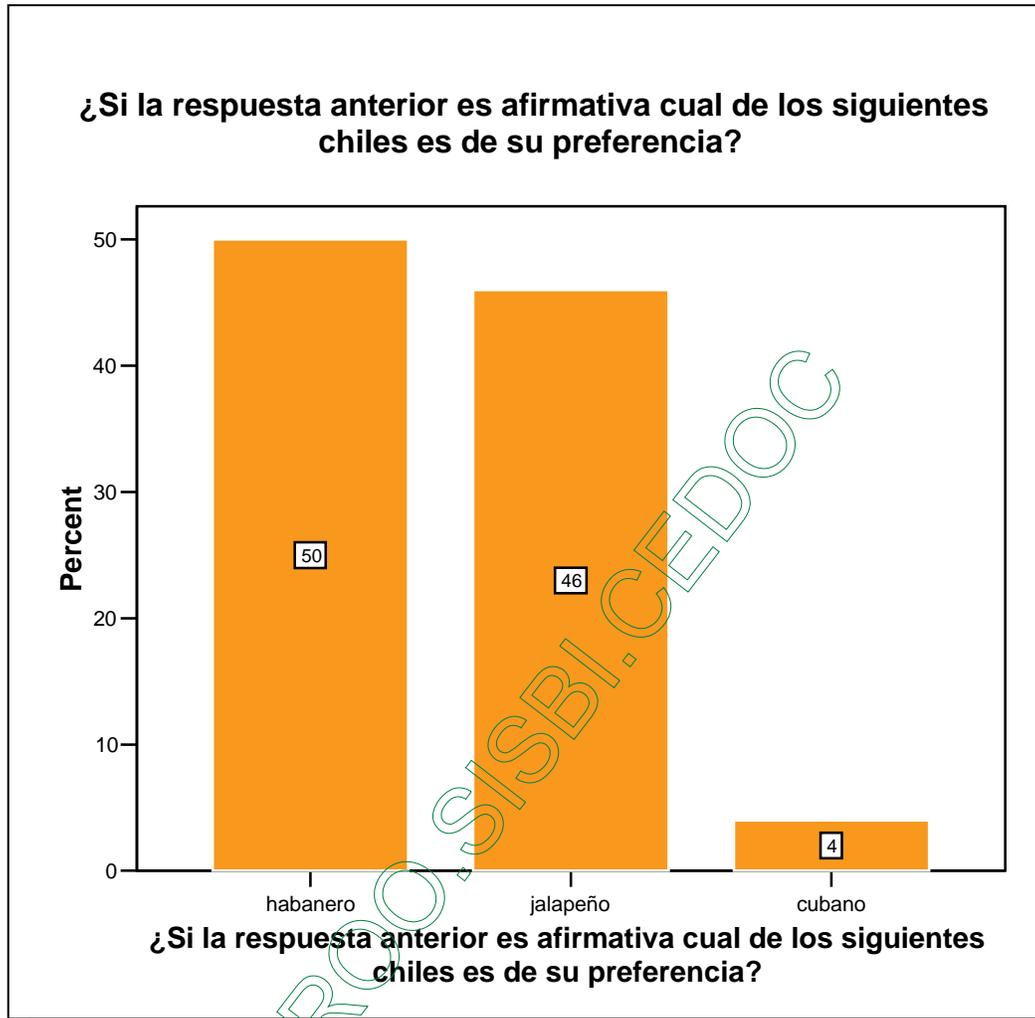


Fuente: Encuesta

Del total de las encuestas aplicadas se obtuvieron los siguientes resultados de que el 84% de los encuestados están acostumbrados al menos a consumir algún tipo de picante en sus alimentos lo cual este resultado es muy relevante debido a que hay una gran demanda del consumo de picante en la región y sólo el 16% respondió que no es consumidor de algún picante.



GRAFICA 2



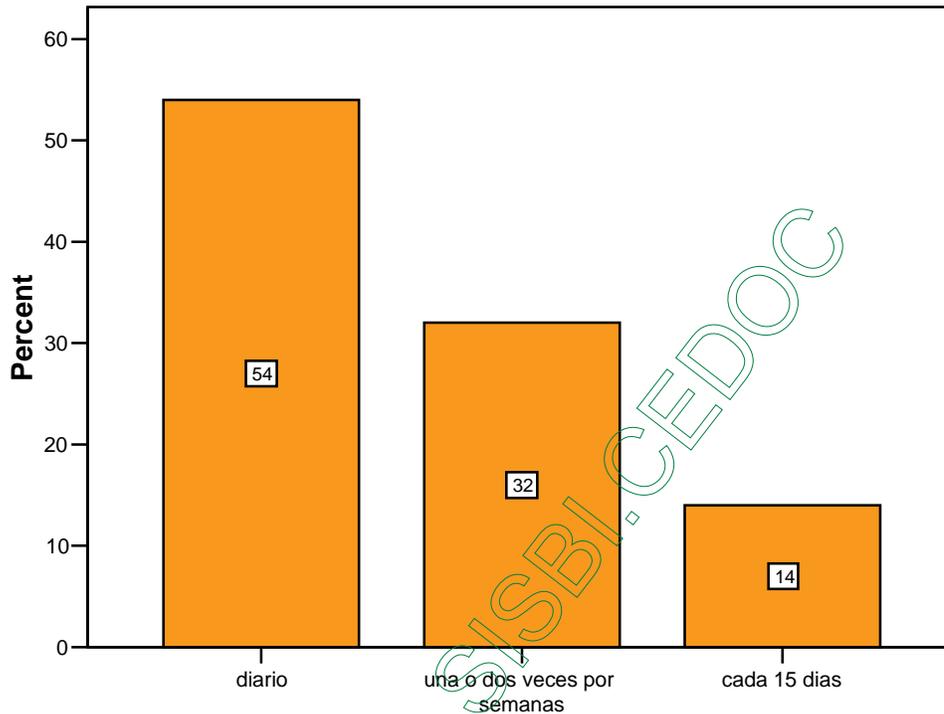
Fuente: Encuesta

El chile que consume más la gente en el estado es el habanero con un 50% de preferencia por parte de la gente lo cual es un dato relevante debido a que la mitad de los encuestados prefiere este chile que es plantado y cosechado en la región, con el 46% lo sigue el chile jalapeño que éste es enlatado y que contiene conservadores dañinos para la salud y con un mínimo está el chile cubano con el 4% de consumo.



GRAFICA 3

¿Periodicidad con la que consume conserva del chile habanero?



¿Periodicidad con la que consume conserva del chile habanero?

Fuente: Encuesta

El 54% de los encuestados nos dijeron que la frecuencia de consumir conserva de chile habanero es de todos los días acompañando sus alimentos lo cual es bueno ya que así nos damos cuenta de que si existe un segmento y un mercado para la introducción del producto “Don chato” y el 32 % es consumidora de alguna conserva de una a dos veces por semana y como se ve en la gráfica los niveles de frecuencia con que se consume este producto.



GRAFICA 4



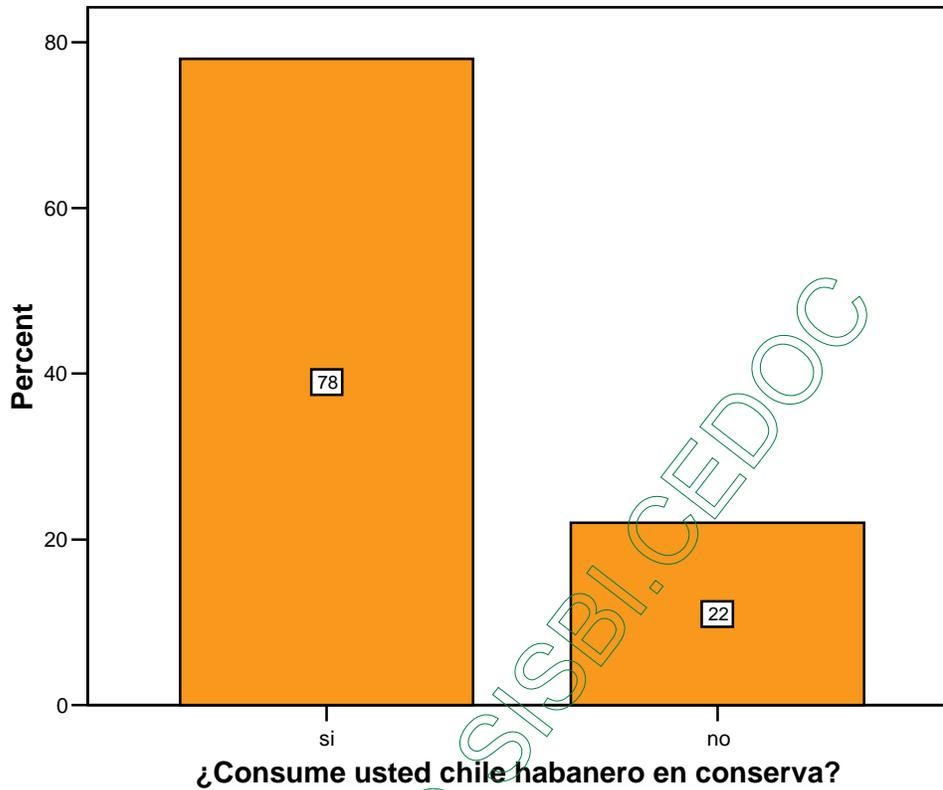
Fuente: Encuesta

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron a través de la aplicación de encuestas nos pudimos dar cuenta que “Don Chato” tendría la mejor aceptación por ser un producto natural debido a que el 100% responde a que le gustaría que exista un producto que sea una conserva natural y la cual no haga daño a nuestra salud.



GRAFICA 5

¿Consume usted chile habanero en conserva?



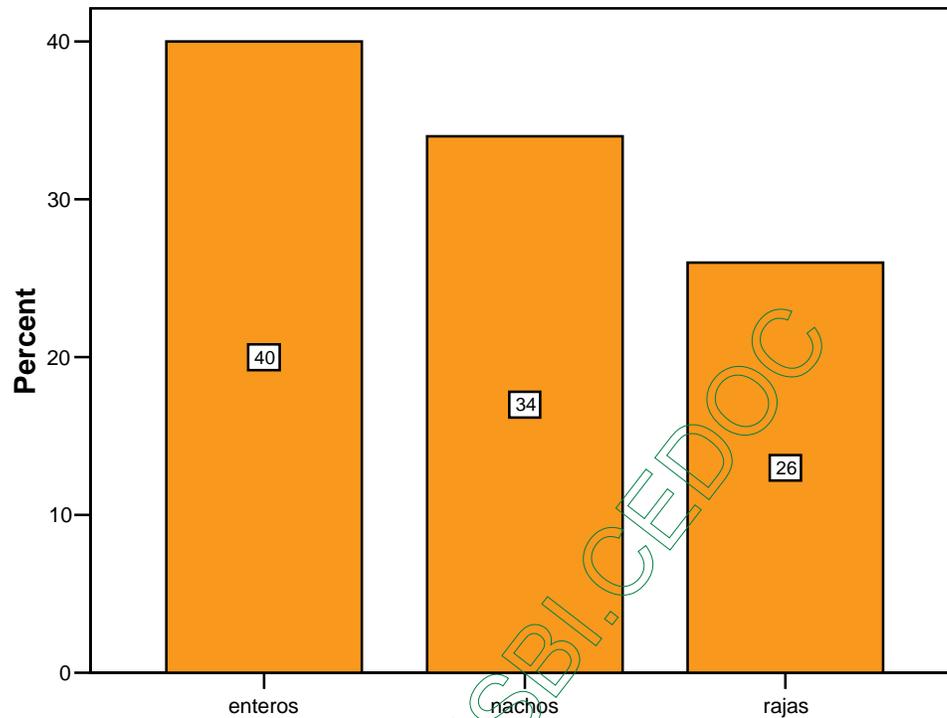
Fuente: Encuesta

El 78% de los resultados de las encuestas salieron de que se consume chile habanero debido a que es un producto regional y que cuando es conserva la gente está más dispuesta a consumirlo debido a que así podrán tener un producto muy rico para acompañar sus alimentos en cualquier época del año ya que a la gente es lo que mas le gusta consumir.



GRAFICA 6

¿Que presentacion prefiere que esté el chile habanero en conserva?



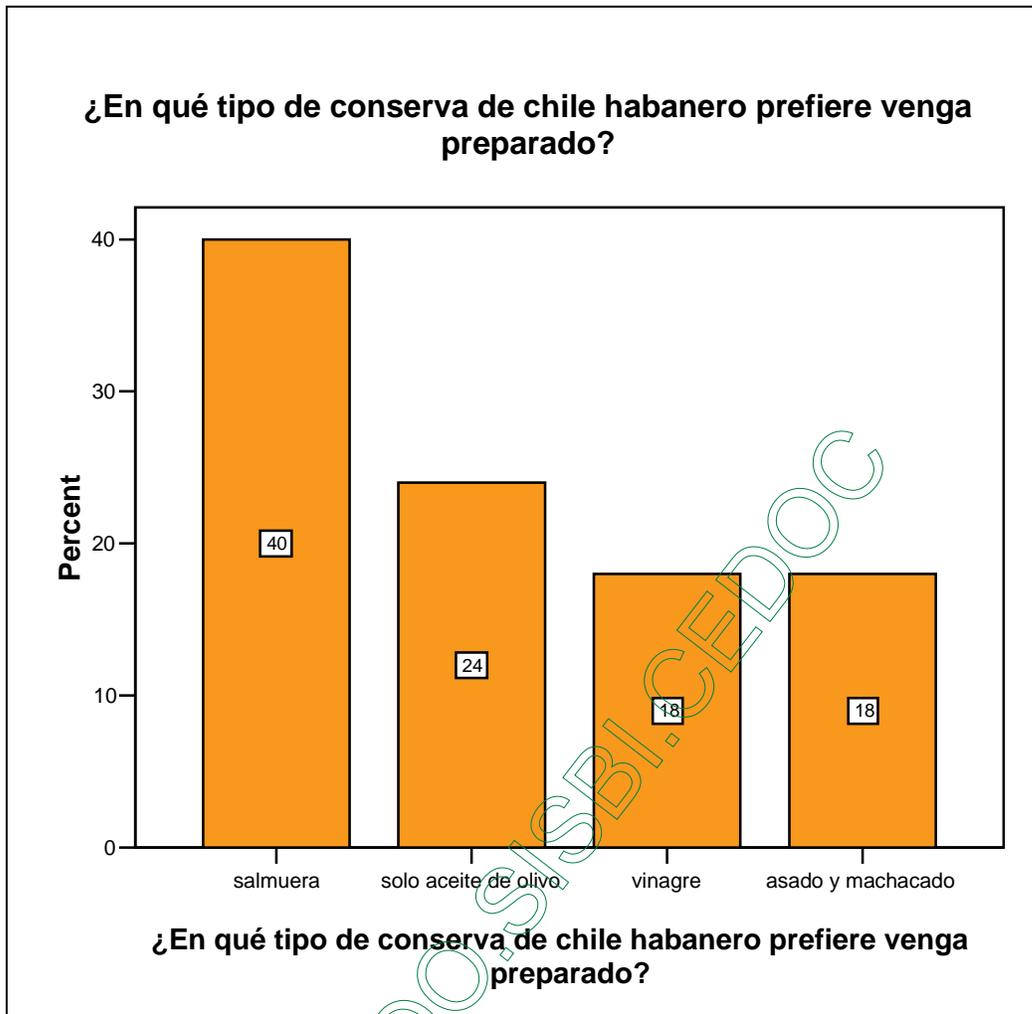
¿Que presentacion prefiere que esté el chile habanero en conserva?

Fuente: Encuesta

La gente encuestada prefiere que el chile en conserva venga en la presentación de enteros con el 40% mientras que el 34% le gusta más que este en nachos y el 26% en rajas.



GRAFICA 7

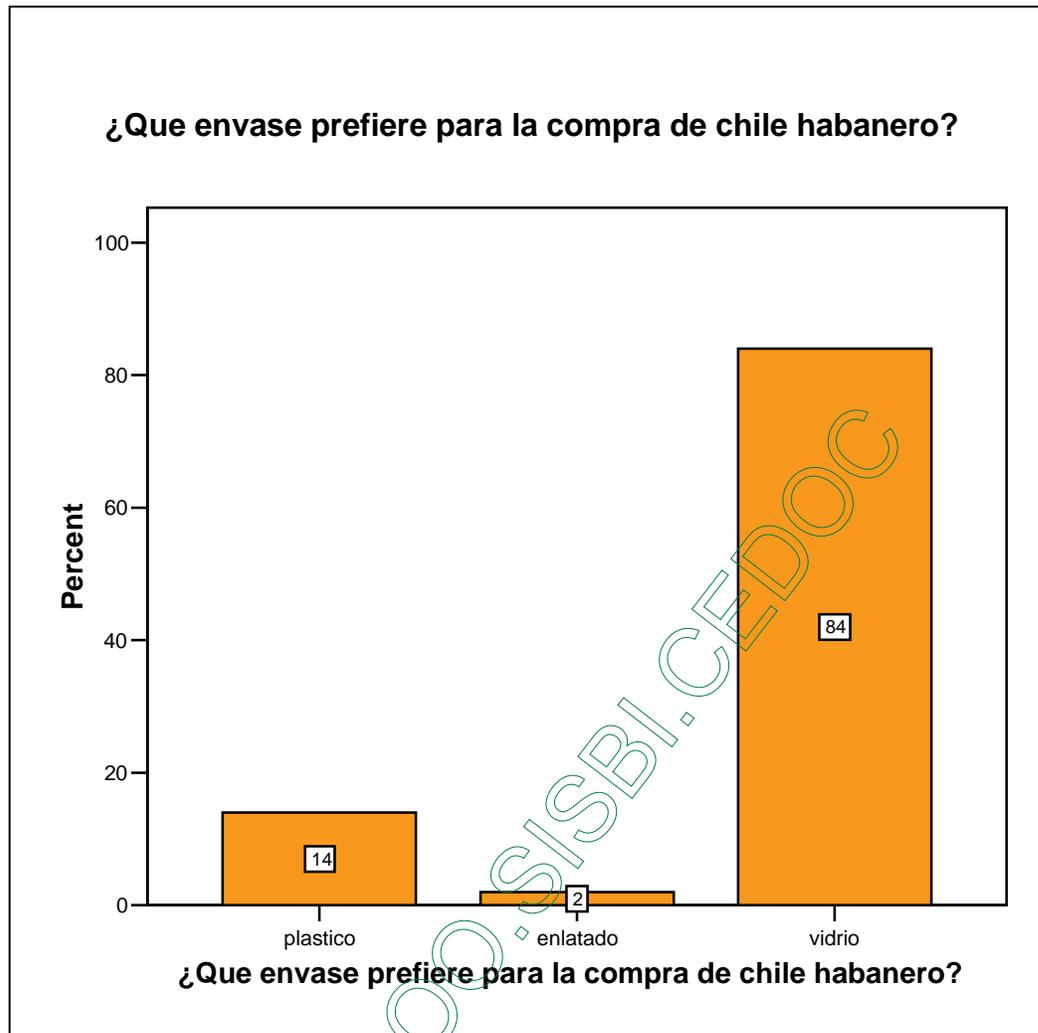


Fuente: Encuesta

A través de los resultados que se obtuvieron de las encuestas se muestra en la grafica que el 40% de la gente prefiere a las conservas que están preparadas en salmuera ya que de esta manera se conserva mas el chile y le da mejor sabor mientras que le sigue con un 24% la conserva que contiene solo aceite de oliva, el de vinagre así como el de chile asado y machacado quedaron iguales con el 18%.



GRAFICA 8

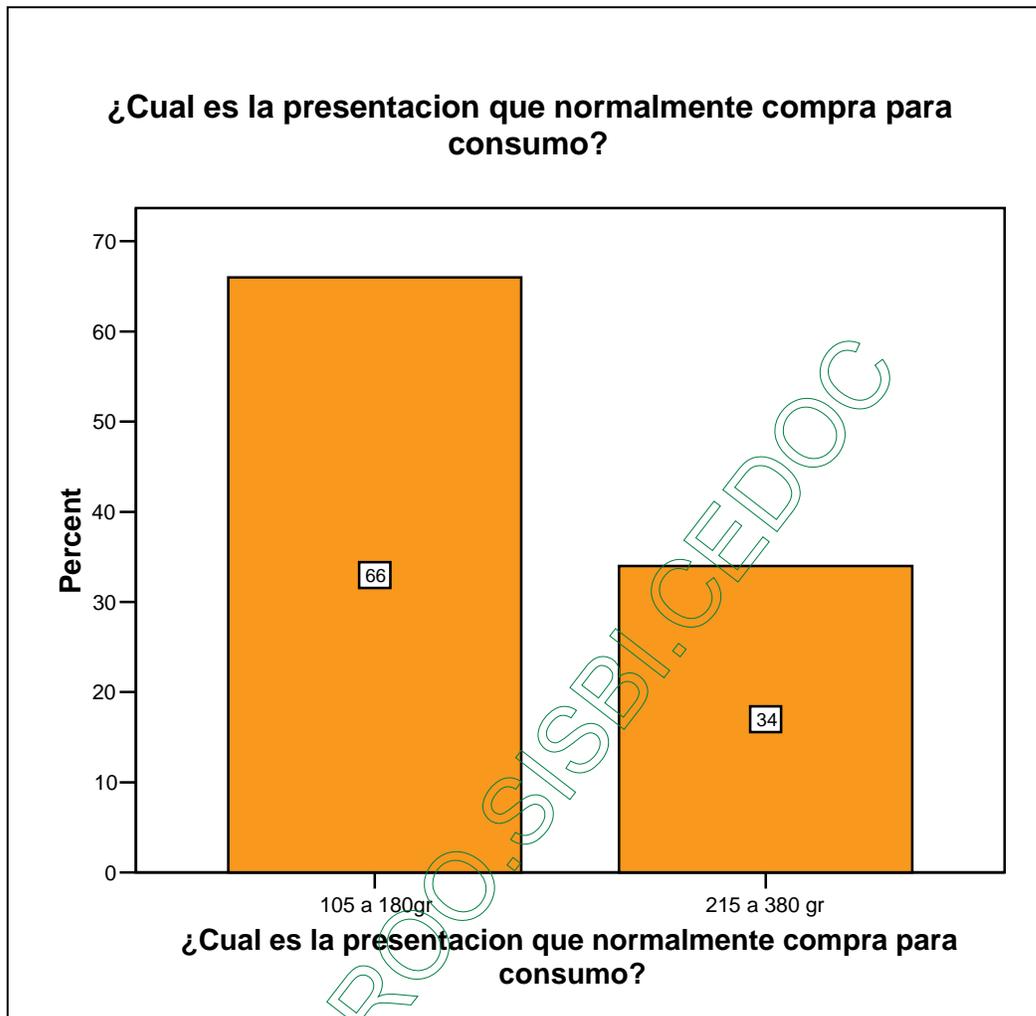


Fuente: Encuesta

El 84% de los encuestados coinciden en que el envase que prefieren para la compra de un producto debe de ser de vidrio para que se conserve mejor y no pierda el sabor la conserva de chile habanero, el menos mencionado fue el enlatado con un 2%.



GRAFICA 9

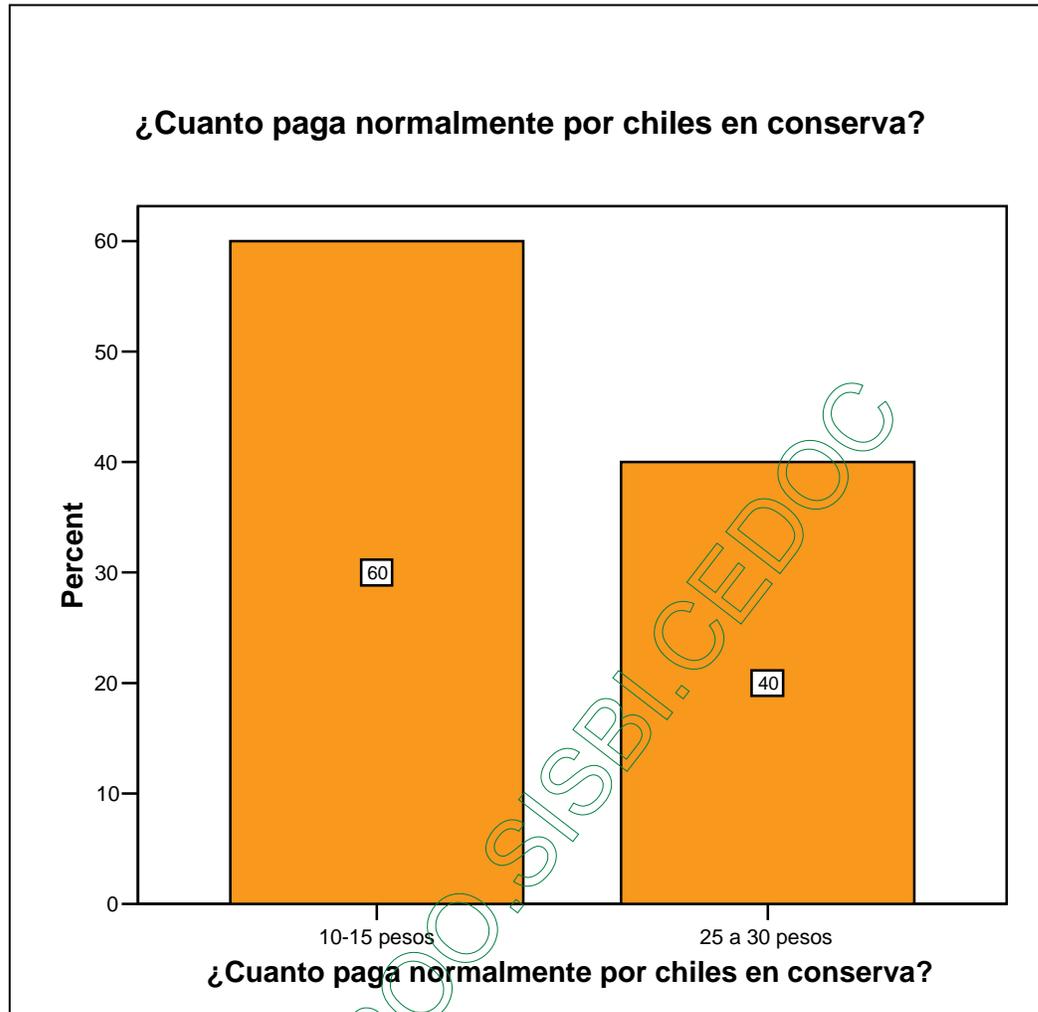


Fuente: Encuesta

Los encuestados que representan un 66% prefieren consumir las presentaciones de conserva de chile habanero de 105-180 gr. cabe mencionar que es mas factible tener nuestro producto con recipientes aproximados a los que los consumidores piden.



GRAFICA 10



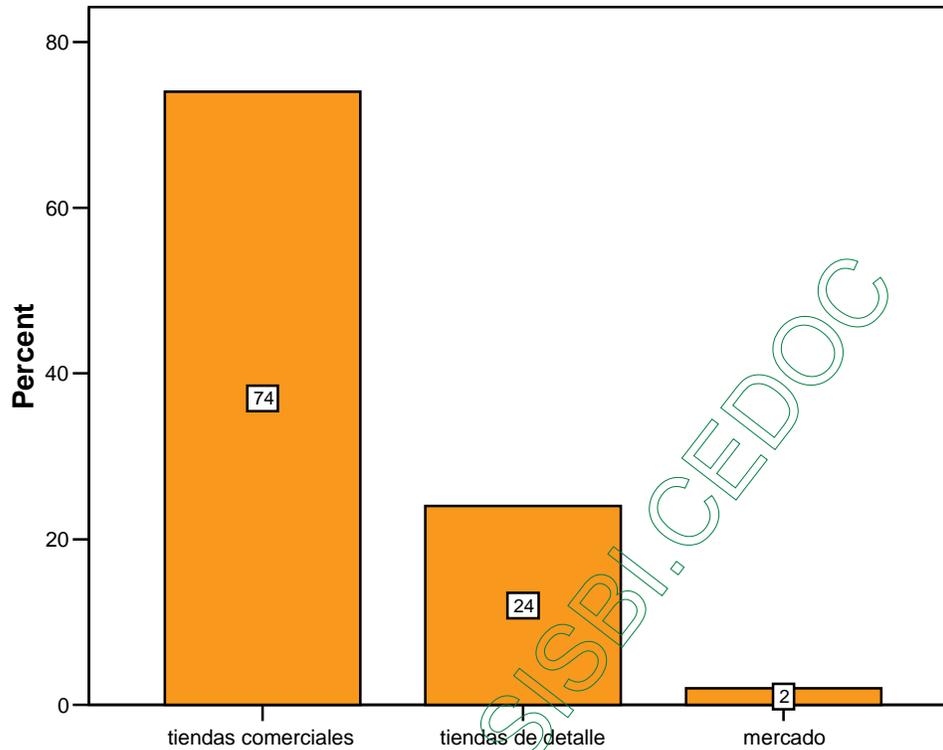
Fuente: Encuesta

Debido a que la demanda de conserva de chile habanero es muy grande los precios no son tan altos al menos el 60 % es lo que los encuestados están dispuestos a pagar ya que las conservas de chile habanero de su preferencia oscila entre los \$10.00 y los \$15.00 pesos.



GRAFICA 11

¿Donde acostumbra usted adquirir sus productos?



¿Donde acostumbra usted adquirir sus productos?

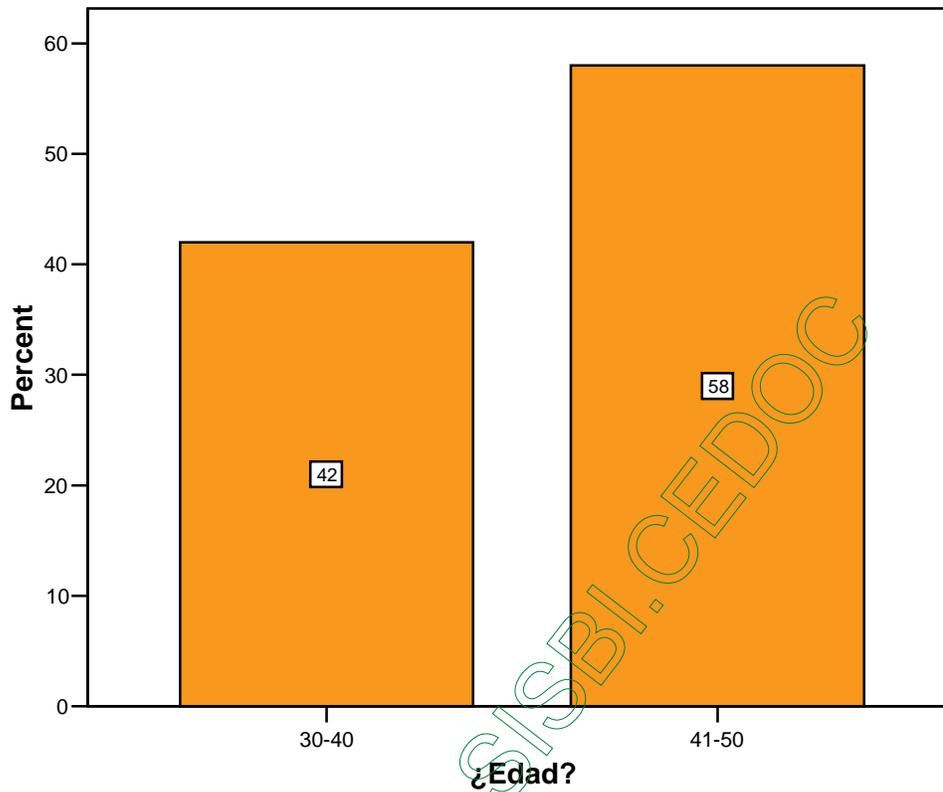
Fuente: Encuesta

Las personas prefieren comprar este producto en tiendas comerciales como son Aurrera, Chedraui, etc. con un 74% debido a que son empresas más grandes y el precio es más económico que en las tiendas de detalle pero cabe mencionar que no sólo se enfocara la empresa a vender en mayoreo sino también en las tiendas de detalle donde en las colonias populares es más la demanda.



GRAFICA 12

¿Edad?



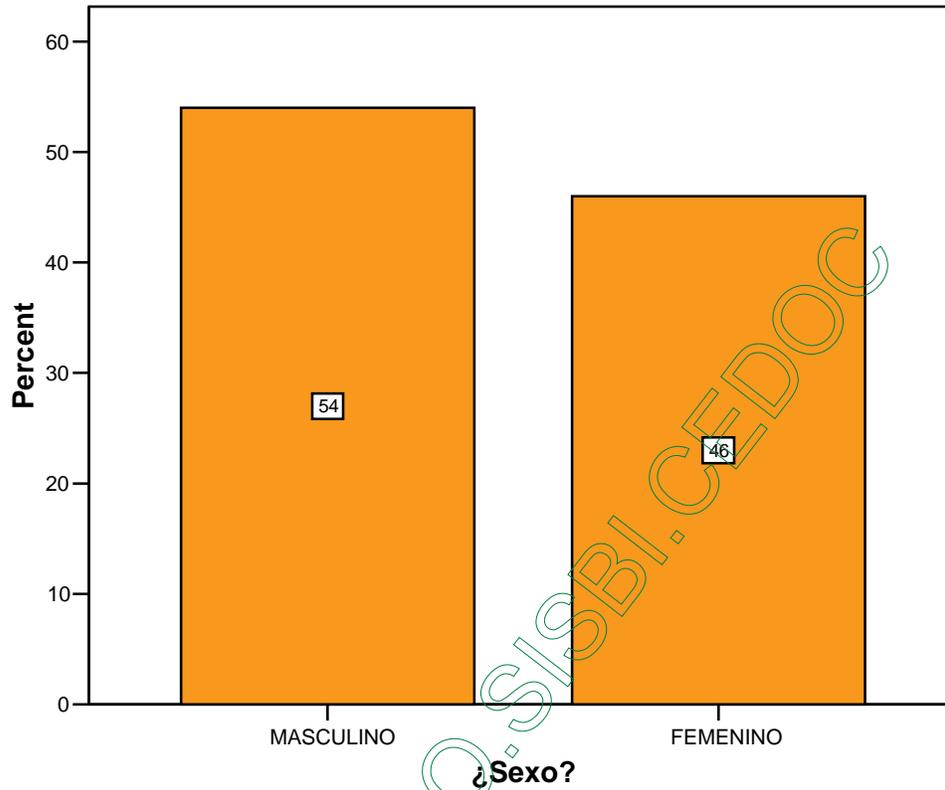
Fuente: Encuesta

La edad promedio de la gente que respondió las encuestas oscila entre los 41-50 años en esta entidad y con un promedio de 58% que serán nuestro mercado más fuerte para introducir la conserva de “Don Chato” y el 42% se encuentra en el rango de entre 30-40 años.



GRAFICA 13

¿Sexo?



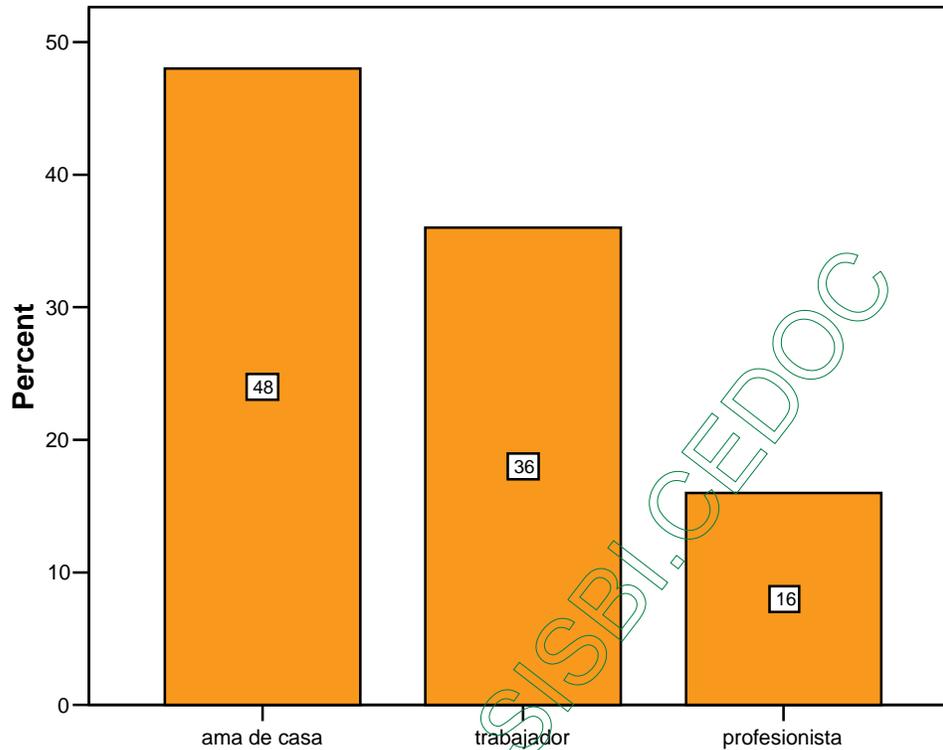
Fuente: Encuesta

Con un 54% el género masculino fue el que mas contestó las encuestas debido a que son un mercado fuerte y con el 46% son el sexo femenino que son las que mayormente hacen las despensas del hogar e incluyen este tipo de productos de en la dieta del hogar.



GRAFICA 14

¿Ocupacion?



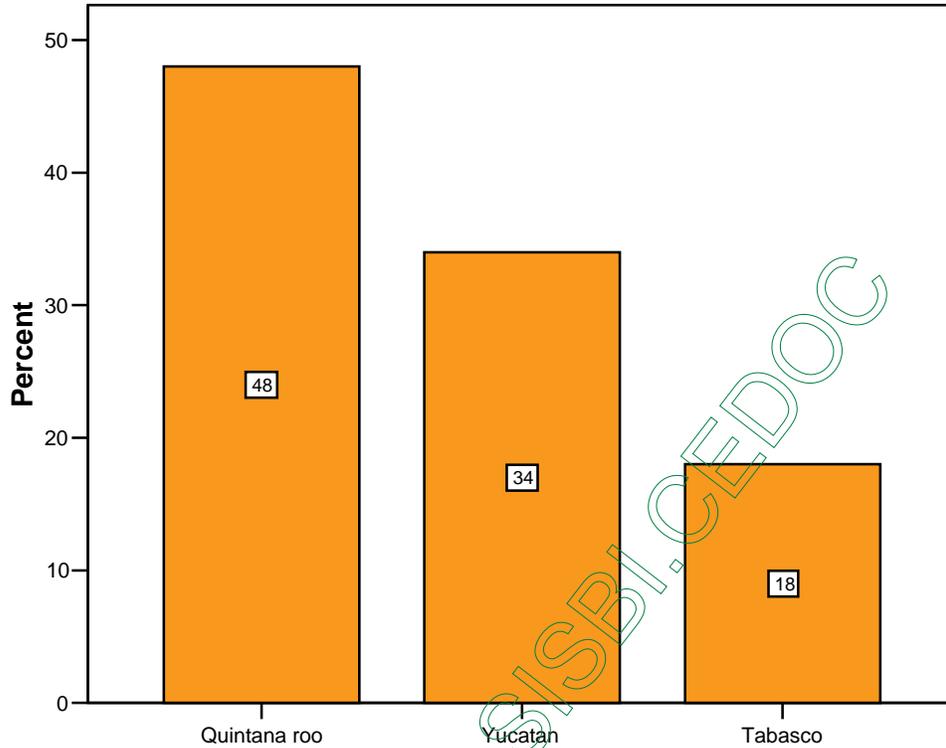
Fuente: Encuesta

El 48% de los encuestados son de ocupación amas de casa como se ve reflejado en la gráfica mientras un porcentaje significativo del 36% trabaja en diferentes empresas y/o en el gobierno y la gente que fue menos encuestada fueron los profesionistas con el 16%.



GRAFICA 15

¿Originario?



¿Originario?

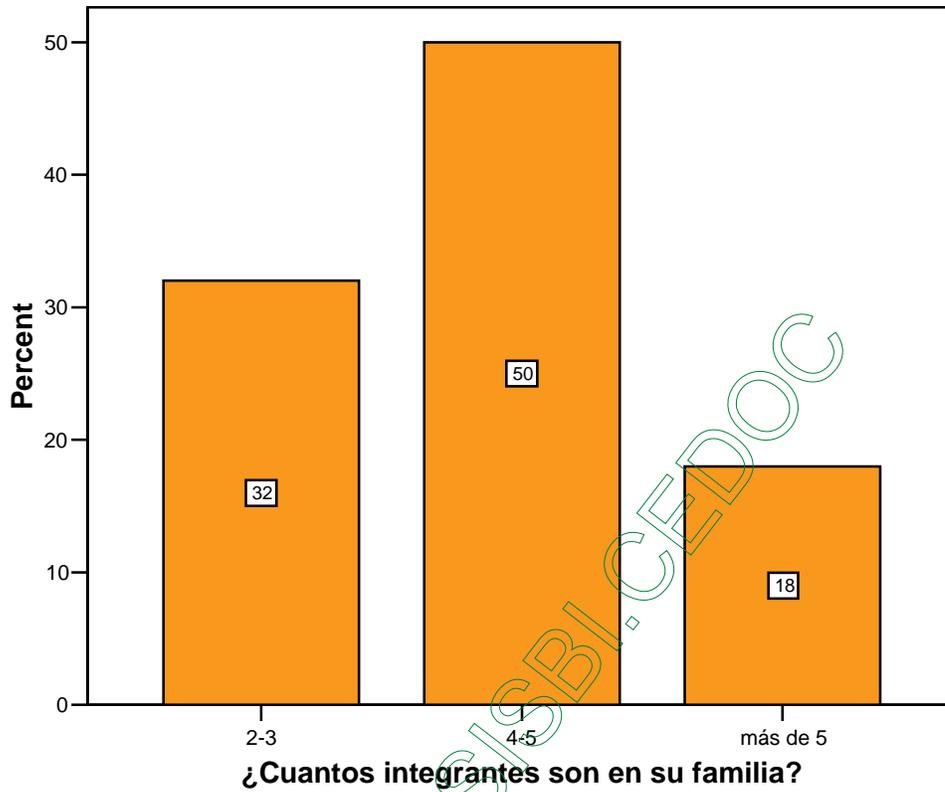
Fuente: Encuesta

La mayoría de la gente que consume conserva de chile habanero es gente que vive en el estado de Quintana Roo con el 48%, mientras que el 34% de los encuestados son gente que vive en Yucatán y le sigue los originarios del estado de Tabasco con un mínimo del 18 % de que son consumidores de conservas de chile habanero.



GRAFICA 16

¿Cuántos integrantes son en su familia?



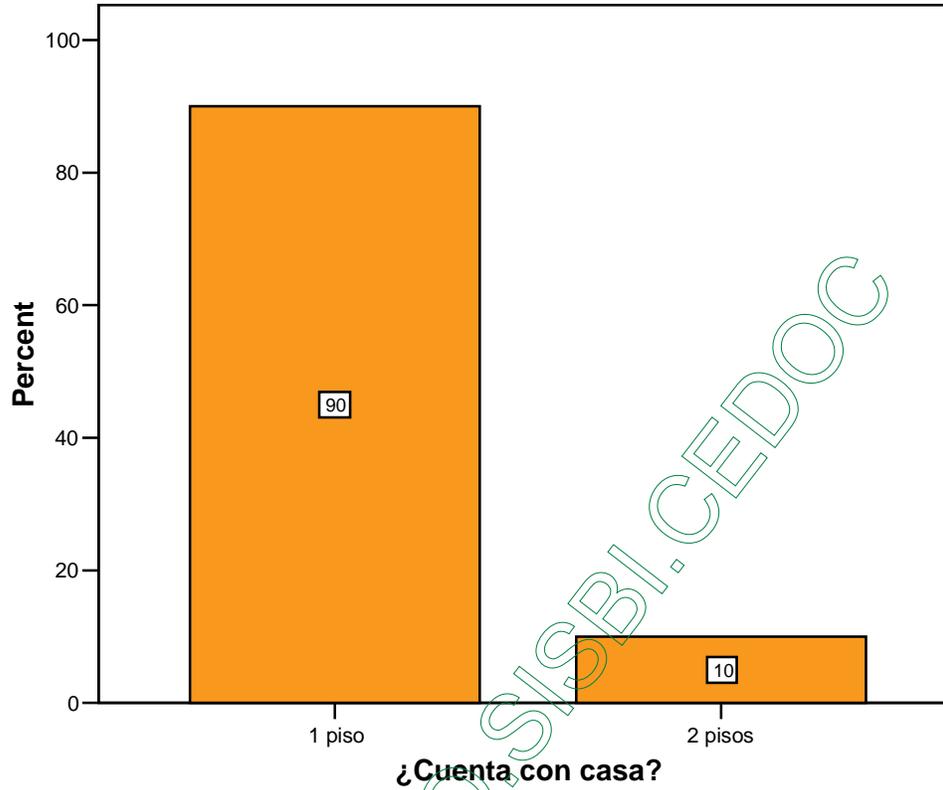
Fuente: Encuesta

Las familias en Chetumal son numerosas con un promedio de 4 a 5 integrantes y el porcentaje de este dato fue de 50% esto quiere decir que de cada familia mínimo un integrante consume el chile habanero.



GRAFICA 17

¿Cuenta con casa?



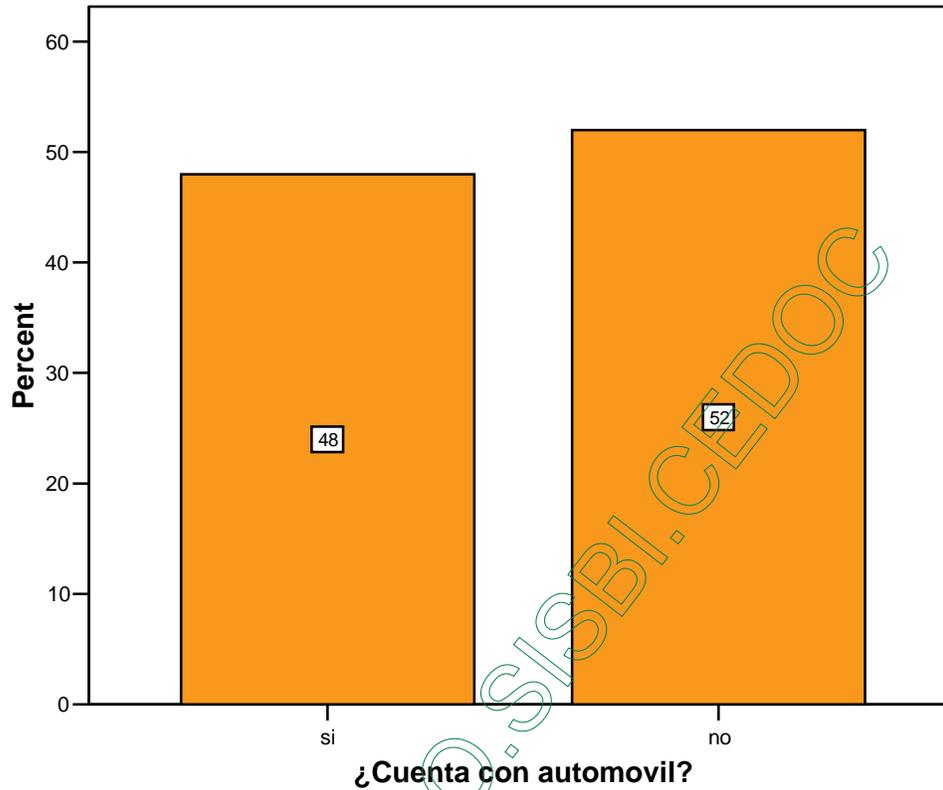
Fuente: Encuesta

El 90% de los encuestados respondieron que si tienen una casa y que la propiedad con la que cuentan es de un piso.



GRAFICA 18

¿Cuenta con automovil?

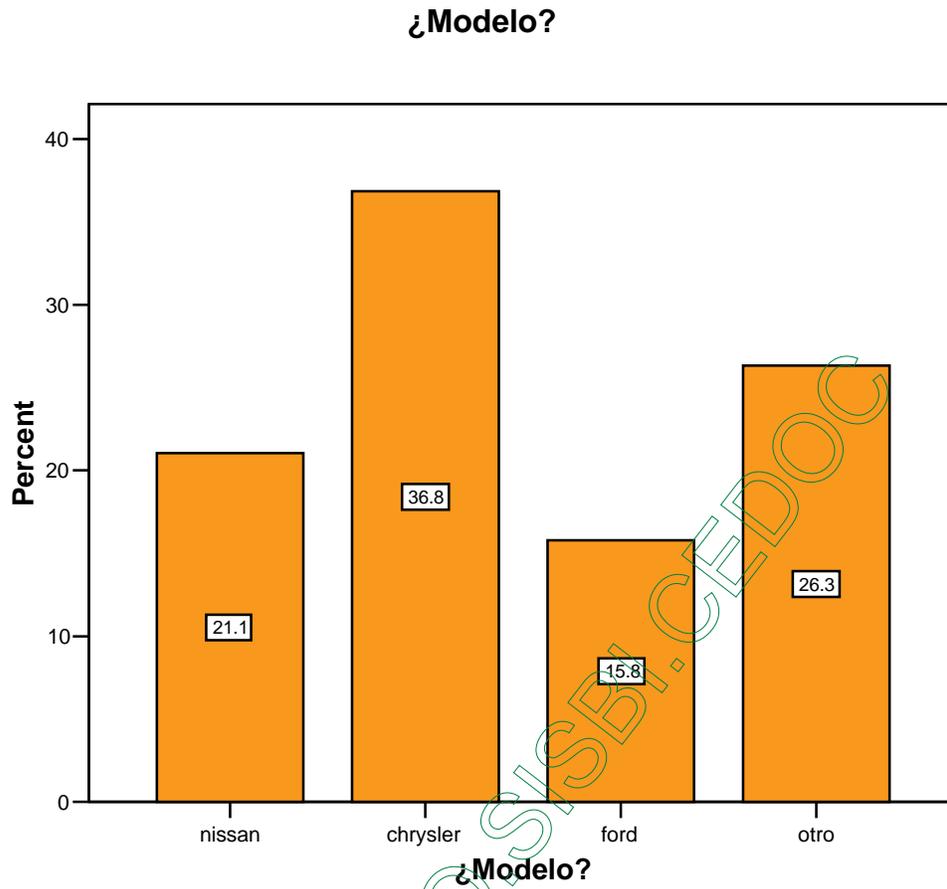


Fuente: Encuesta

La gente que fue encuestada representaron el 52 % los que no cuentan con un carro esto indica que la gente no tiene ingresos muy altos pero que si tiene un nivel económico para comprar una conserva de chile habanero a un precio bajo pero no hay que olvidar que también queremos captar al consumidor de recursos moderados que son el 48% de los encuestados y es significativo este porcentaje de la sociedad.



GRAFICA 19



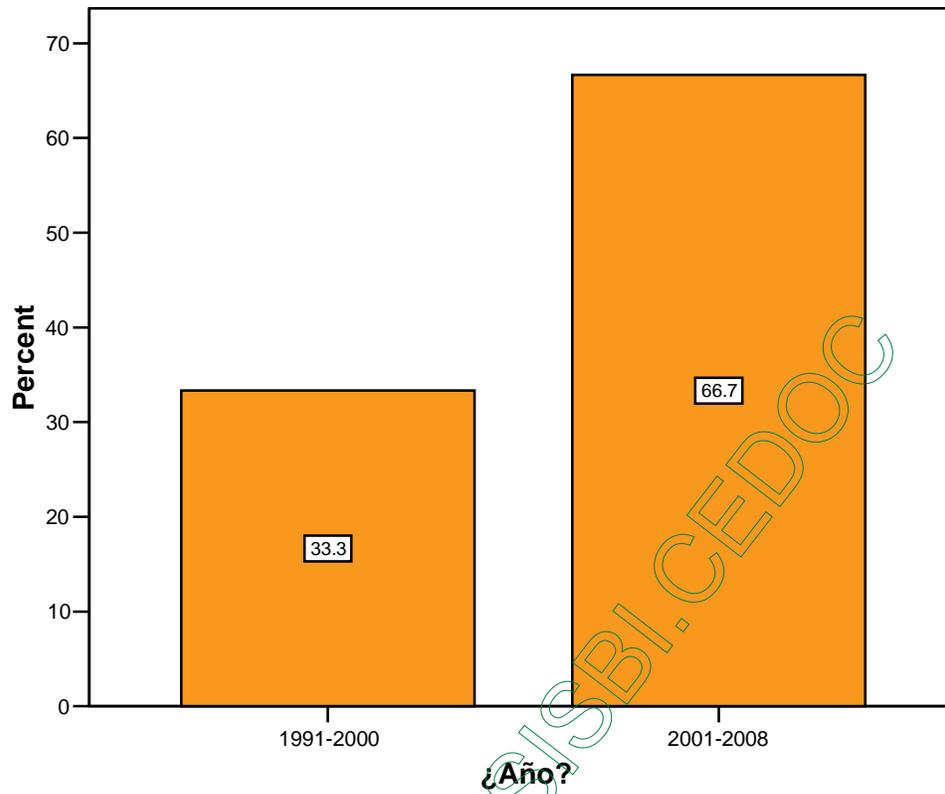
Fuente: Encuesta

Como sabemos en el mercado automotriz existen muchos modelos y todas estas son fuertes cada una por sus características pero siempre luchando en la competencia pero en este caso el que tuvo mas mención fue el de la Chrysler con el 36.8% de que la gente cuenta con un auto de esta empresa.



GRAFICA 20

¿Año?



Fuente: Encuesta

En la gráfica anterior nos pudimos dar cuenta que la gente cuenta con automóviles del modelo Chrysler pero el año del carro que predomina es del 2001-2008 con un porcentaje del 66.7%.



CAPITULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la realización de esta tesis se constató que el chile habanero es una hortaliza que mucha gente consume en la ciudad de Chetumal, el cual tiene diferentes usos debido a que lo podemos encontrar en salsas, pastas, polvo y de forma natural, pero ahora se trae una forma diferente y presentación para encontrarlo en todo el año en las tiendas, en los súper y en el mercado , de una manera que pocos pueden encontrar y disfrutar esto es en conserva que es una manera práctica y útil de tener en la mesa de tu hogar para que así puedas acompañar a tus platillos favoritos.

En el mercado podemos encontrar diferentes variedades de productos que tienen como ingrediente principal el chile habanero, pero estos contienen demasiados químicos los cuales son conservadores, saborizantes y colorantes artificiales los cuales son dañinos o irritantes para la salud del consumidor, es por eso que con el producto “Don Chato” siendo una conserva echa a base de ingredientes naturales y sin conservadores artificiales es una buena opción para que la gente lo consuma debido a que esta ofrece un producto que es delicioso y está hecho con una receta familiar.

“Don Chato” es una conserva que está elaborada de forma natural con materia prima cuidadosamente seleccionada, este encurtido está elaborado en escabeche lo cual hace que se diferencie de la competencia por su color, grado de picante, olor, consistencia, sabor y otras características; para este producto me di a la tarea de investigar y buscar las diferencias que son varias por mencionar algunas éstas serian como su consistencia, que no se utiliza ningún conservador, así como que es natural y de receta familiar.



Durante el proceso de este trabajo se pudo constatar que con la introducción de una conserva de chile habanero que tiene diferentes características las cuales lo hacen único y que se diferencie de los demás hace que sea un producto novedoso y que entre al mercado con mucha fuerza debido a que “Don Chato” está elaborado sin conservadores lo cual es muy atractivo para los futuros consumidores que queremos captar y hacer que se fidelicen con el producto.

Para que se logre una buena aceptación de la conserva “Don Chato” es importante tener una buena campaña publicitaria, para que la gente identifique el producto y comience a relacionarlo y acompañar este producto con sus platillos favoritos. Lo que se planea hacer es que “Don Chato” se pueda adquirir en cualquier lugar para que así la gente pueda comprar el producto en la tienda más cercana a su hogar o en los tiendas de autoservicio donde la gente acostumbra a hacer la despensa del hogar así estaremos un paso mas adelante de la competencia porque de esta manera abarcaremos mas el mercado que el que ellos ya tienen.

A través de los estudios realizados para saber la preferencia de los consumidores acerca de productos de chile habanero se obtuvieron los resultados que en el estado la gente esta familiarizada con el consumo de este al natural y que hay gente que le gustaría consumirlo todo el año pero debido a que escasea en ciertas temporadas pues les es difícil y que seria mas fácil para ellos e indispensable que se tuviera en conserva para poder disfrutar del chile y de sus propiedades acompañado de un rico platillo de la región porque éste le da un toque de sabor diferente debido a que no contiene conservadores artificiales.

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron con las encuestas se puede concluir que el lanzamiento de este producto de conserva seria un acierto debido a que por lo menos una persona de cada hogar es consumidora de chile habanero y esta dispuesta a consumir este producto en conserva.



También se delimitó nuestro consumidor final los cuales sería personas del sexo masculino que oscilan entre los 41 a 50 años de acuerdo a los resultados de las encuestas pero debe quedar claro que a pesar de estos resultados la conserva “Don Chato” siempre buscara abarcar y crecer mas en el mercado de conservas para que así no solo un determinado segmento se atienda sin buscar mas posibles consumidores.

Tomando en cuenta las opiniones de encuestados se llega a la decisión de que el mejor envase para que una conserva tarde mas y que sea mas higiénico es el de vidrio para que así el envasado también tenga mejor presentación y para comenzar a introducir en el mercado será de 105 a 180 gr. Debido a que es un envase de medida estándar y de acuerdo a la aceptación se buscará agrandar más las presentaciones de la conserva de chile habanero “Don Chato” que está preparado en salmuera listo para adquirir en cualquier época del año y disfrutar siempre un rico platillo acompañado de una buena conserva echa de manera natural y tradicional - familiar .

UQROO.SISBIC.FEBOO



RECOMENDACIONES

- Buscar que el producto sea aprobado por el segmento al que va dirigido para que de esta manera se pueda crecer y se manejen diferentes presentaciones de conserva de chile habanero.
- Alcanzar metas de ventas en el mercado de conservas picantes y buscar distribuir el producto no solo local sino estatal.
- Agrandar el segmento buscando otros posibles consumidores de conservas de chile habanero.
- Buscar la posibilidad de relacionarnos con una empresa para que de esta manera se busquen distribuidores para el producto.
- Crear, estructurar y desarrollar ofertas así como promociones para el producto.
- Dar mayor auge e importancia al chile habanero para el estado, así como de sus bondades y delicias para los platillos.
- Elaborar un producto de calidad hecho a base de materias primas de la región que permita la producción del chile habanero y así hacer una conserva libre de conservadores.



BIBLIOGRAFIA

Referencias Bibliográficas:

- Baca Urbina, Gabriel
Formulación y Evaluación de Proyectos
Editorial Mc Graw Hill, Interamericana de México S. A. de C. V. Pag. 125
- Ferrell, O.C. y Hartline, Michael D.
Estrategia de marketing. (2000)
México Thomson. Pág. 628
- Fisher, Laura y Espejo, Jorge
Mercadotecnia Técnica
Editorial: Mc Graw Hill. Pág. 230
- Fisher, Laura.
Mercadotecnia Edición 1993
Editorial Mc GRAW Hill, Interamericana de México.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary.
Fundamentos de mercadotecnia, (1991). Ed. 2da.
Editorial Prentice Hall.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary.
Fundamentos de mercadotecnia, (1991). Ed. 6ta.
Editorial: Prentice Hall. Pág. 65
- Martínez Selva, José María.
Marketing de servicios profesionales: para la pequeña y mediana empresa
Editorial Madrid: Prentice Hall. Pág. 251
- Mc- carthy Jerome y Prreault William
Marketing planeación estratégica de la teoría la practica. Edición 1.Tomo 1
Editorial: Mc Graw Hill Pág. 247
- Munuera Alemán, José Luís y Rodríguez Escudero, Ana Isabel.
Estrategias de marketing: de la teoría a la práctica. (2006)
Editorial Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC. Pág. 338
- Nirmalya Kumar
El marketing como estrategia: Claves para innovar y lograr crecimientos sostenidos. (2005)
Editorial: Barcelona: Deusto. Pág. 258



- Quintana Daza, Miguel Ángel.
Principios de marketing. (2005)
Editorial Bilbao: Deusto, Pág. 278
- Rapp, Stan y Collins, Tom
El gran libro de la mercadotecnia

Referencias Hemerográficas:

Artículo: "El chile habanero de Yucatán". Revista Ciencia y Desarrollo Mayo 2006 vol. 32, no. 195. Disponible en la página electrónica del CONACYT en la sección de comunicación y divulgación: <http://www.conacyt.mx/>

Tomás González Estrada, Ignacio Islas Flores, Nancy Santana Buzzy y Felipe Vázquez Flota. Centro de Investigación Científica de Yucatán A. C.

Consejo nacional de ciencia y tecnología del estado de Yucatán año 2003

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática
Edición 2006
Cuaderno Municipal de Othón P. Blanco
Impreso en Quintana Roo

Referencias de Internet:

- <http://www.amad.org/> base de datos sobre la agricultura
- <http://www.conacyt.mx/> datos sobre la materia prima en la península de Yucatán.
- <http://www.economia.gob.mx/> datos sobre la economía del país.
- <http://www.fao.org/docrep/x5056s/x5056S03.htm> /datos para la conservación del chile habanero.
- http://www.floridata.com/ref/c/caps_spp.cfm / significado del chile habanero.
- <http://www.inegi.gob.mx/> estadística sobre población.
- www.invernaderomaya.com/ datos para saber el distribuidor de la materia prima.
- <http://www.secofi-sniim.gob.mx/> dato sobre el precio del chile habanero
- <http://www.siap.sagarpa.gob.mx/> información sobre la agricultura del chile.



ANEXO

OBJETIVO DEL CUESTIONARIO: Conocer la futura demanda que pudiera tener la conserva de chile habanero “Don Chato”, en Chetumal, Q. Roo. Con el fin de comercializar un producto natural elaborado sin conservadores químicos. Por lo que se le pide contestar las siguientes preguntas:

Instrucciones: Lea y conteste cuidadosamente subrayando la respuesta elegida.

1. ¿Usted acostumbra consumir picante en sus alimentos?

- a) Si b) No

2. ¿Si la respuesta anterior es afirmativa cual de los siguientes “chiles” es de su preferencia?

- a) Habanero b) Jalapeño c) Cubano d) Otro Cual? _____

3. ¿Periodicidad con la que consume conserva del chile habanero?

- a) Diario b) una o dos veces por semana c) cada 15 días d) cada mes

4. ¿Le gustaría que existiera una conserva natural, que no produzca irritación estomacal?

- a) Si b) No

5. ¿Consume usted chile habanero en conserva?

- a) Si b) No

6. ¿Qué presentación prefiere que esté el chile habanero en conserva?

- a) Enteros b) nachos c) Rajas d) Otro Cual? _____

7. ¿En qué tipo de conserva de chile habanero prefiere que venga preparado?

- a) Salmuera b) Solo aceite de olivo c) Vinagre d) Asado y Machacado

8. ¿Que envase prefiere para la compra de chile habanero?

- a) Plástico b) Enlatado c) Vidrio d) Otro Cual? _____



9. ¿Cuál es la presentación que normalmente compra para su consumo?

a) 105 a 180 gr. b) 215 a 380 gr. c) 380 a 800 gr. d) Otro Cuál? _____

10. ¿Cuanto paga normalmente por chiles en conserva?

a) 10 a 15 pesos b) 25 a 30 pesos c) 35 a 40 pesos d) Otro Cuál? _____

11. ¿Dónde acostumbra usted a adquirir sus productos?

a) Tiendas comerciales b) Tiendas de detalle c) Mercado d) Otro
¿Cual? _____

Datos Generales del entrevistado		
Edad:	Sexo: M F	Ocupación:
Originario de:	¿Cuántos integrantes son en su familia?	
Tiempo de vivir en la región:	Qué tipo de lecturas acostumbra:	

Cuenta con casa: 1 piso _____ 2 pisos _____

Cuenta con vehículos: Si _____ No _____ **Cuantos tiene:** _____

Marca _____ **Modelo** _____ **Año** _____

¡Gracias por su colaboración!

Ya que este estudio permitirá lanzar al mercado un nuevo producto para el beneficio del consumidor.