

Comportamiento de mercado de un producto gastronómico tradicional: la barbacoa de Texcoco



L. En A. Ana Mercedes González Espinosa

Maestría en Economía

Consejo Particular

Dra. Laura Elena Garza Bueno

Dra. Dora María de Jesús Sangermán Jarquín

DR. Roberto Carlos García Sánchez

Barbacoa (definición)

- Método de cocción
- Data de la época Prehispánica
- Introducción del borrego con la llegada de los españoles
- Lugares donde destaca principalmente:
 - Texcoco
 - Tenango de Arista
 - Capulhuac de Mirafuentes
 - Estado de Hidalgo
- Barbacoa de borrego: Producto gastronómico tradicional



Consumo de barbacoa

- Según un estudio realizado por Agro Der (2010), de los 24 estados de la República Mexicana donde se consume la carne de borrego, 12 de ellos la consumen al estilo barbacoa y el 97.8% de la población consume barbacoa de borrego por lo menos una vez al año.
- Existen referencias que relacionan los productos tradicionales como productos nostalgia, por su satisfacción psicológica.



Planteamiento del problema

- Hay pocos estudios donde se analiza el consumo de barbacoa
- Dado los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores es importante ahondar en las tendencias del consumo



Justificación

- La realización de un estudio de mercado, y en concreto una investigación de mercado, sobre el consumo de barbacoa en Texcoco, se espera que contribuya a mejorar su comercialización y expandir el mercado.
- Así mismo permitirá conocer los gustos y preferencias del consumidor:
 - Preferencias del platillo
 - Formas de consumo
 - Lugares de preferencia
 - Fechas



Estudio de mercado: Investigación de Mercado

Objetivo General

- Elaborar un estudio de mercado que permita incrementar la ventaja competitiva de la barbacoa de borrego en el municipio de Texcoco.



Hipótesis

El consumo de barbacoa de borrego depende de aspectos sociales y culturales.

Objetivos específicos

- Conocer las características que determinan la preferencia del consumidor, como: sabor, consistencia, jugosidad, aroma y limpieza.
- Identificar los factores asociados al servicio de la venta de barbacoa de borrego que determinan la preferencia del consumidor, como: complementos de platillo (salsa, bebida, tortillas, acompañamientos), ambiente del lugar, limpieza, atención, forma de preparación.
- Identificar los hábitos de consumo de los consumidores, lugares, días, fechas, y cantidades.
- Conocer los principales factores económicos y culturales que determinan el consumo de barbacoa como precio, tradición, recreación y festejo (nostalgia).

Hipótesis específicas

- El sabor es la principal variable por la cual los consumidores prefieren la barbacoa de borrego.
- El principal factor asociado al servicio que ayuda al consumo de la barbacoa son los complementos del platillo.
- La barbacoa se consume principalmente en fechas que los comensales consideran como fiesta.
- El consumo de barbacoa de borrego se determina por aspectos sociales y culturales.

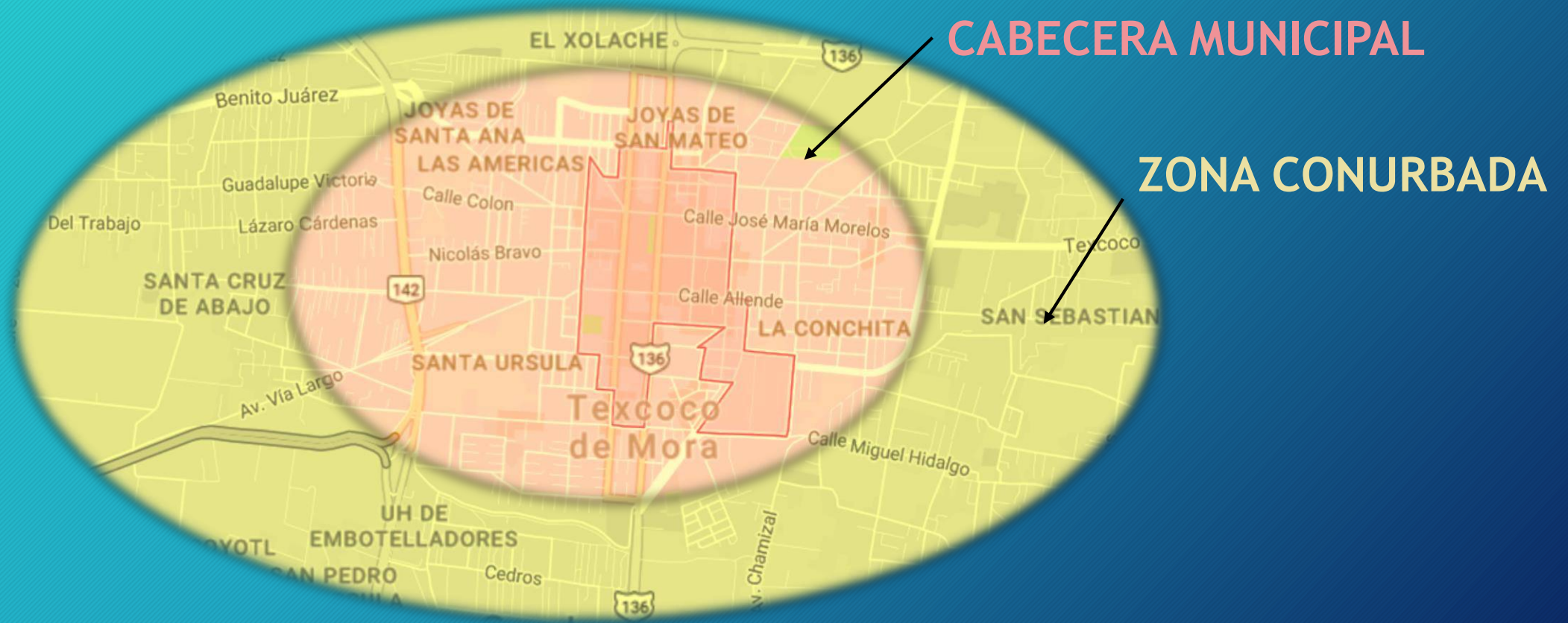
Materiales y métodos

- Los pasos para la investigación de mercado se realizan según Malhotra (2008).
- Paso 1: definición del problema
- Paso 2: desarrollo del enfoque del problema
- Paso 3: formulación del diseño de investigación:
 - Exploratoria y Descriptiva
- Paso 4: trabajo de campo o recopilación de datos
- Paso 5: preparación y análisis de datos
- Paso 6: elaboración y presentación del informe



Investigación de mercado: exploratoria

- La investigación se lleva acabo en dos zonas de Texcoco



Investigación de mercado : exploratoria

- Para la localización de los lugares donde se vende barbacoa de borrego se realizó un mapeo de las dos zonas obteniendo los siguientes datos de cada uno de los lugares
 - Datos generales
 - Tipo de establecimiento
 - Fijo
 - Local
 - Eventual
 - Días de venta
 - Horarios de venta
 - Kilogramos de venta
 - Número aproximado de clientes



Investigación de mercado: exploratoria

- Las entrevistas se dividieron en tres partes fundamentales:
 - Producto:
 - Proceso de elaboración
 - Diferencias que se pueden encontrar
 - Insumos:
 - Que insumos se utilizan
 - Lugar de obtención
 - Características especiales que deben de tener
 - Producción particular:
 - Características diferenciadas
 - Características de calidad
 - Aspectos de herencia



Investigación de mercado: descriptiva

- Se realizó un cuestionario con 41 preguntas de las cuales, 35 son preguntas de opción múltiple y 6 abiertas, divididas de la siguiente manera.
 - Datos generales: 6
 - Cualidades del platillo y consumo: 17
 - Lugar de compra y servicio: 13
 - Calidad y tradición: 5



Investigación de mercado: descriptiva

- De acuerdo con el mapeo de los lugares de venta se determinó el universo total de consumidores, se determinó el tamaño de la muestra con la fórmula de poblaciones finitas:

$$n = \frac{P(1-P)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P(1-P)}{N}}$$

Investigación de mercado: descriptiva

- P igual a 0.5 Tenemos que (1-P) es igual a 0.5
-
- El nivel de confianza fue de 95%, lo cual implica un valor de 1.96 para Z y se utilizó un error permisible igual a 5%.

- Dando de la siguiente manera el numero de consumidores a encuestar:

$$n = \frac{0.5(1-0.5)}{\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{0.5(1-0.5)}{2982}}$$

$$n = 340.3182463$$

Investigación de mercado: descriptiva



- **Cruce de variables**

Para el análisis de los resultados se realizó un cruce de variables, con el programa SPSS 15.0 para Windows, de acuerdo a preferencia y cantidad de consumo, así como para lugares y fechas.

Resultados esperados

- Valores asignados a:
 - Motivos por el cual se consume la barbacoa de borrego
 - Fechas del año que se consume la barbacoa de borrego
 - Preferencias respecto al lugar donde se consumen la barbacoa
 - Modalidades respecto a la forma en que consume la barbacoa de borrego
- Finalidad ultima del estudio
 - Informes a los barbacoyeros
 - Al municipio





GRACIAS POR SU ATENCIÓN