



COLEGIO DE POSTGRADUADOS  
INSTITUCION DE ENSEÑANZA E INVESTIGACION EN CIENCIAS AGRÍCOLAS  
CAMPUS MONTECILLO  
POSTGRADO DE ECONOMIA

COMPORTAMIENTO DE MERCADO DE UN  
PRODUCTO CULTURAL  
GASTRONOMICO: LA BARBACOA DE  
TEXCOCO

Ana Mercedes González Espinosa

Consejera: Dra. Laura Elena Garza Bueno

Asesora: Dra. Dora María Sangerman Jarquín

Asesor: Roberto Carlos García Sánchez

# Consumo de Carne Ovina



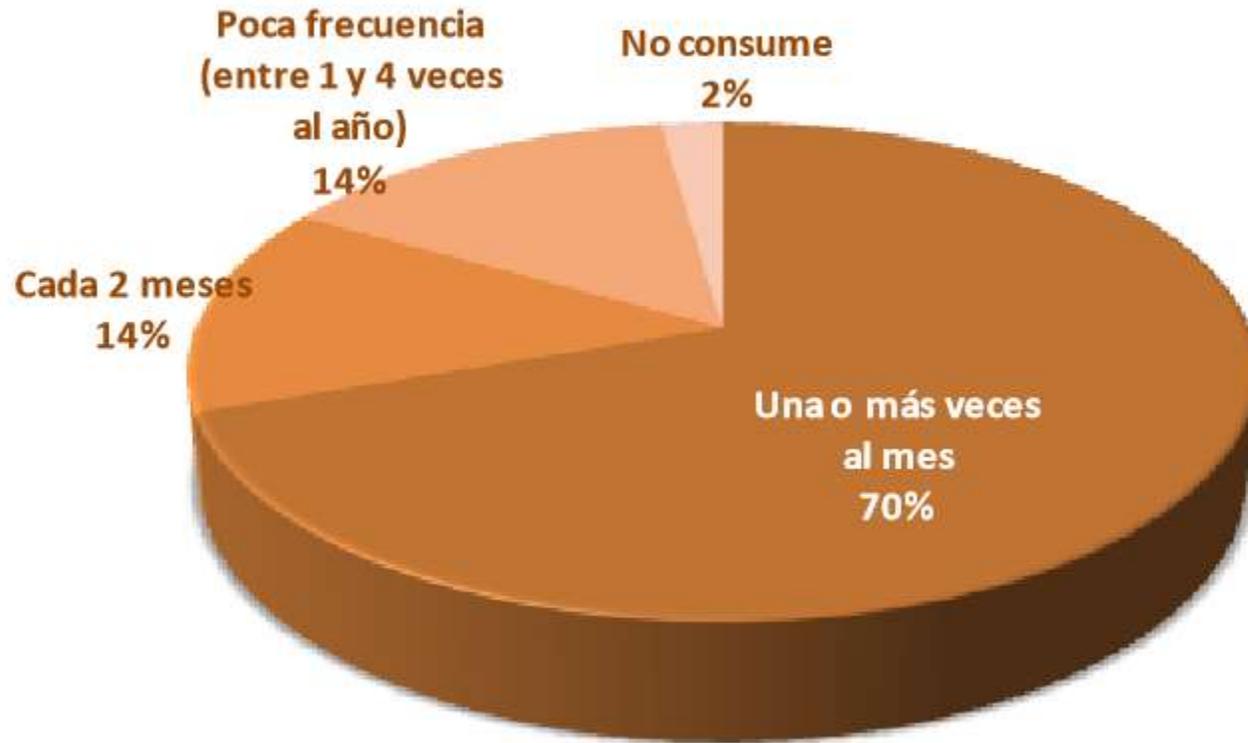
# Lugares de Consumo

	Zonas	Lugares
<b>Barbacoa</b>	Centro	Tianguis, Mercados, Restaurantes especializados
<b>Cortes Finos</b>	Grandes ciudades Destinos turísticos	Restaurantes, Hoteles
<b>Cosnumo Étnico</b>	Grandes ciudades Destinos turísticos	Restaurantes, Hogares
<b>Guisados</b>	Centro	Hogares, Restaurantes
<b>Mixiotes y Birria</b>	Centro, Occidente	Tianguis, Mercados
<b>Industrializado</b>	Grandes ciudades	Autoservicios / Hogar

# Frecuencia de Consumo de Barbacoa

97.8% de la población consume barbacoa por lo menos 1 vez al año

## Frecuencia de consumo de barbacoa



Abasto del mercado de barbacoa:

90% de la producción nacional y 75% de las importaciones

# Introducción

- ▶ En la Época Prehispánica se tenían un método propio de cocción para preparar carnes. Diversos animales de caza y pesca. Los cuales eran cubiertos con pencas de maguey y se cocinaban en un hoyo con piedras calientes y carbones encendidos durante varias horas.
- ▶ Fueron los tlaxcaltecas, quienes enseñaron a los españoles esta forma de guisar, pues utilizaban las pencas asadas del maguey para envolver armadillos, conejos, venados, guajolotes, jabalíes, iguanas y pescados para cocerlos en agujeros debajo de la tierra.



## ▶ Barbacoa de Borrego

- ▶ Con la conquista, los españoles introdujeron a la Nueva España o América Septentrional, hoy México; ovinos, caprinos y porcinos; así como pollos.
- ▶ La barbacoa es un método de cocción en el que la carne no tiene contacto directo con el fuego, sólo con el calor del hoyo, sin mezclar líquido alguno que pueda hacerle perder parte de su sustancia y sabor.
- ▶ La palabra barbacoa proviene de la zona del Caribe y significa “zarzo” (tejido de varas, cañas o juncos) o “andamio” que se coloca dentro del horno.





## ▶ Producto Cultural

- ▶ Incorpora una serie de componentes inmateriales, ideas, valores o afectos que interpelan al conocimiento de quienes se hallan implicados en su producción y consumo (Luengo, 2008)
- ▶ Todo objeto cultural se nos presenta físicamente bajo una apariencia sensible (palabras, imágenes, sonidos) la cual permite representar algo (acciones, situaciones, lugares).



## ▶ Ventaja Competitiva

- ▶ Se denomina ventaja competitiva a una ventaja o característica que una compañía tiene respecto a otras compañías competidoras, lo que la hace diferente y permite atraer más consumidores.
- ▶ Este tipo de productos tiene una ventaja innata, ya que por si mismos tienen un consumo, continuo por naturaleza, sin necesidad de publicidad.



# Planteamiento del Problema

- ▶ De acuerdo con lo observado en el comportamiento del producto, el elevado precio en el que se vende, influye en cierta proporción a su consumo. Esto se deriva de la falta de insumo en las diferentes temporadas reproductivas de los ovinos.



# Justificación



- ▶ En los productos llamados culturales o tradicionales, y con exactitud el platillo barbacoa, no existe una investigación de su comportamiento dentro del mercado.
  - ▶ Ayudara a conocer el comportamiento dentro del mercado
  - ▶ Las causas del consumo
  - ▶ Que es lo que buscan los clientes
  - ▶ Que caracteriza y diferencia al platillo

# Objetivos

## ▶ General

Realizar una investigación sobre el comportamiento del producto cultural gastronómico barbacoa y posteriormente realizar las sugerencias pertinentes para su mejora de la ventaja competitiva.

## ▶ Específicos

- ▶ Elaboración de un Estudio de Mercado sobre la barbacoa en Texcoco
- ▶ Identificar los actores y funciones de los mismos dentro de la cadena de valor del producto
- ▶ Conocer los estándares de los insumos ocupados en la elaboración del mismo
- ▶ Analizar los resultados obtenidos para posteriormente ofrecer sugerencias para su mejora.



# Hipótesis

- ▶ El consumo de la barbacoa, se debe a la tradición que se ha ido compartiendo de generación en generación, lo que hace que su consumo sea tradicional lo que lo hace tener una ventaja competitiva a la de otros productos. Aun que el costo de este afecta en parte su consumo, sigue siendo de gran valor cultural para los consumidores.



# Alcance y Delimitación de la Investigación



- ▶ El trabajo se realizara en Texcoco se encuentra ubicado en la región oriente del Estado de México. Sus coordenadas geográficas son  $19.30^{\circ}$  N,  $98.53^{\circ}$  O. Oficialmente el municipio de Texcoco tiene una extensión territorial de 418,69 kilómetros cuadrados. La altitud de la cabecera municipal es de 2250 msnm, su clima se considera templado semiseco, con una temperatura media anual de  $15,9^{\circ}$  C y una precipitación media anual de 686 mm.

# Cronograma de Actividades

N°	ACTIVIDAD	MES																							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	ANALISIS DE LOS PRODUCTOS CULTURALES	■	■	■	■																				
2	ESTUDIO DE MERCADO SOBRE LA BARBACOA					■	■	■	■																
3	OBTENCION DE LOS RESULTADOS									■	■	■													
4	ANALISIS DE LOS RESULTADOS												■	■											
5	EVALUACION DE LA CADENA DE VALOR														■	■	■								
6	ANALISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA																	■	■	■	■				
7	REALIZACION DE LAS SUGERENCIAS																						■	■	■

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

