

CAPITULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo de este estudio fue determinar si los consumidores de pescado estarían dispuestos a consumir filetes de pescado fritos, pagar el precio establecido y los lugares donde les gustaría adquirirlo además saber si conocían el pescado dorado y los beneficios que este ofrece.

2.1 Determinación del tamaño de la muestra (N)

Para determinar el número de encuestas necesarias se realizaron 30 encuestas preliminares a consumidores de pescado mayores de 23 años. Aplicándose la Fórmula 2.1 que se detalla a continuación (McDaniel, 2005):

Formula 2.1 Cálculo de N

$$N = \left(\frac{z \cdot \sigma}{k} \right)^2$$

Donde:

N es tamaño muestra, z nivel de confianza, σ desviación estándar, k 10 % del promedio.

En la Tabla 2.1 se encuentran los resultados de la encuesta y cálculo de N , basados en la frecuencia de consumo de pescado de las personas encuestadas y en la Tabla 2.2 se muestra el cálculo de N .

Tabla 2.1 Resultados encuestas preliminares

Frecuencia de Consumo	Valor asignado	Número de respuestas	Unidades Mes
Diario	30 unidades/mes	0	0
Algunas veces por semana	12 unidades/mes	8	96
Semanal	4 unidades /mes	10	40
Quincenal	2 unidades/ mes	6	12
Mensual	1 unidad/ mes	6	6
	TOTAL	30	154

Tabla 2.2 Cálculo de N

Sumatoria (unidades/mes)	154
Promedio(unidades/mes)	5,13
Desviación estándar (s)	4,29
z (95%)	1,96
k (10 % del promedio)	0,51
N	272

$$N = \left(\frac{z \cdot x \cdot s}{k} \right)^2$$

Se determinó que el número mínimo de encuestas que debían realizarse era 272 para que el estudio de mercado tenga significancia.

2.2 Características del Estudio de Mercado

El estudio de mercado fue dirigido a consumidores de pescado que cumplieran con el siguiente perfil:

- Edad: Mayores de 23 años
- Género: Masculino y Femenino
- Nivel Socio Económico: Medio, Medio-Alto y Alto
- Estado civil: Todos

Las encuestas fueron realizadas en forma de entrevista personal en el exterior de los supermercados de 2 centros comerciales el primero ubicado en el norte de Quito, C.C. El Bosque y el otro en el Valle de los Chillos, San Luis Shopping.

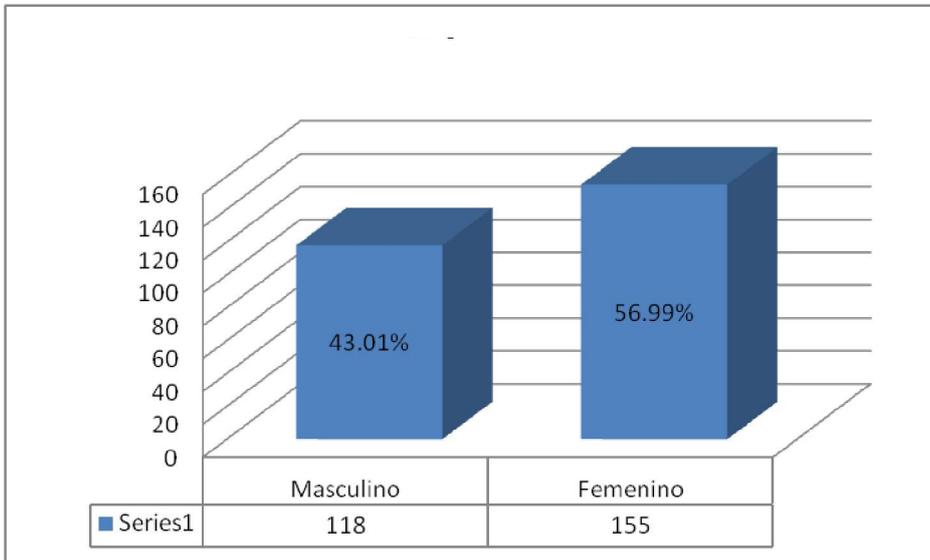
La encuesta utilizada fue breve y concisa, constaba de 7 preguntas para conocer la frecuencia con que consumen pescado, conocimiento del dorado y las propiedades nutricionales de este; Si estarían dispuestos a consumir este producto y pagar el precio establecido y finalmente los lugares donde les gustaría adquirirlo. En el ANEXO 2.1 se puede revisar el formato de la encuesta utilizada.

2.3 Resultados y Análisis del Estudio de Mercado

A continuación se pueden observar los resultados graficados de cada una de las preguntas seguido por su respectivo análisis

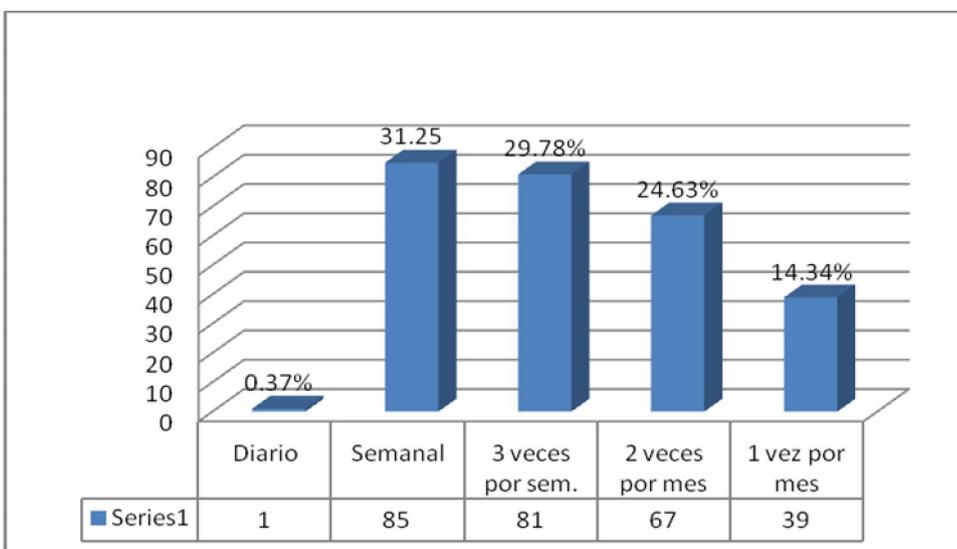
1. Edad Promedio: 37, 47 Años

2. Género:



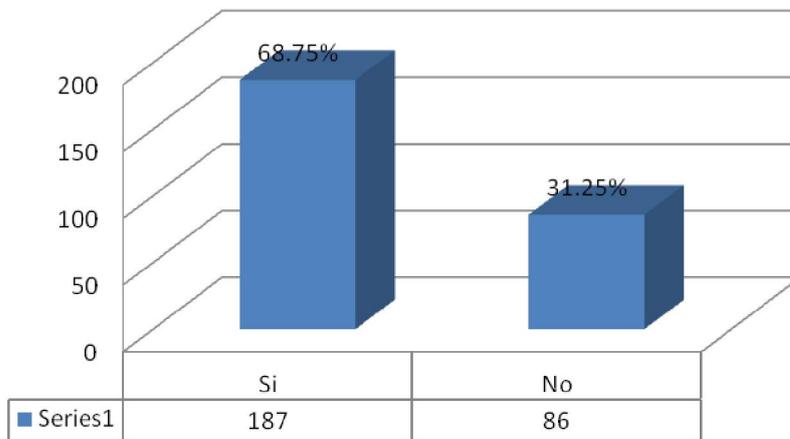
La participación del género femenino fue 13,98 % mayor que el género masculino, lo cual es lógico, porque las mujeres son quienes generalmente se encargan de realizar la compra de los alimentos para la familia en los supermercados.

3. ¿Con qué frecuencia consume pescado?



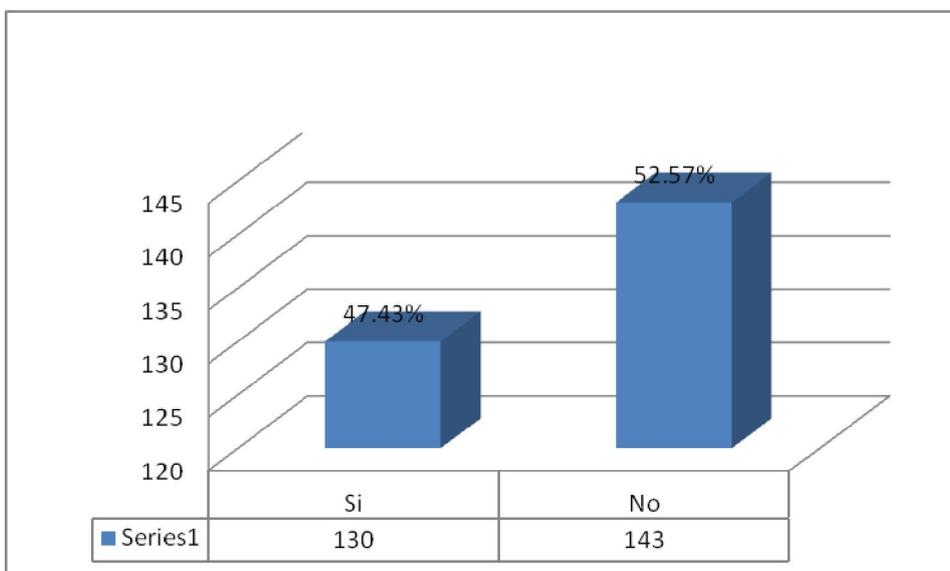
Con los datos obtenidos se puede observar que la mayoría de personas consumen pescado por lo menos 1 vez a la semana, seguido por las personas que consumen 3 veces por semana, por lo que los filetes de dorado fritos podrían tener acogida por parte de las personas consumidoras de pescado.

4. ¿Ha consumido pescado dorado también conocido como Mahi Mahi?



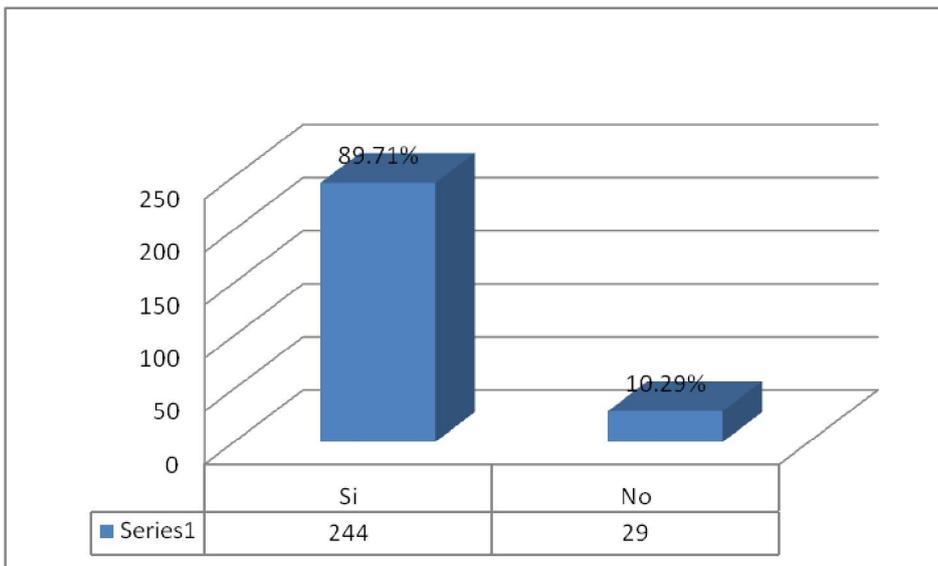
El 68,75 % de los encuestados han consumido pescado dorado, lo cual corrobora lo mencionado en la intruducción respecto a los grandes volúmenes de captura y comercializacion de este tipo de pescado.

5. ¿Sabia usted el pescado de carne blanca tiene alto % de proteína y fósforo?



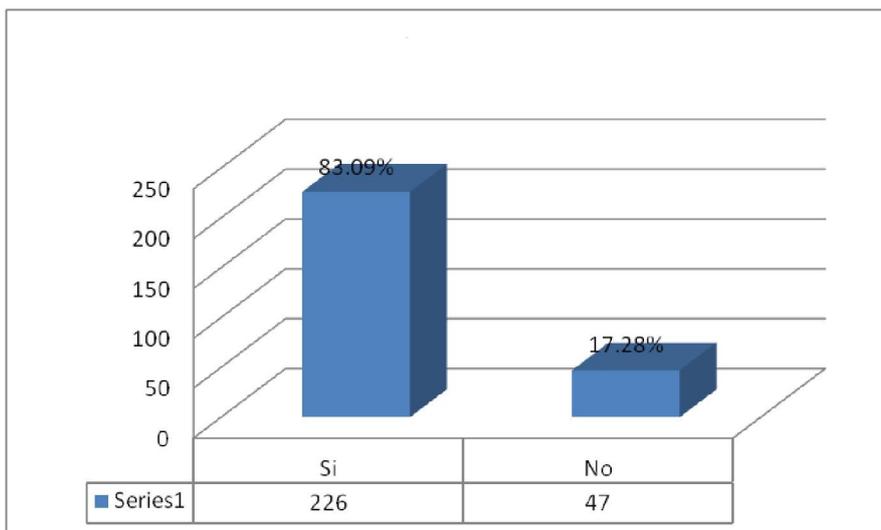
Un poco mas de la mitad no conoce de los beneficios nutricionales que el pescado ofrece.

6. ¿Si existiese filetes de pescado dorado marinados, apanados, fritos y congelados listos para ser consumidos con un previo calentamiento ¿Estaría dispuesto a consumirlo?



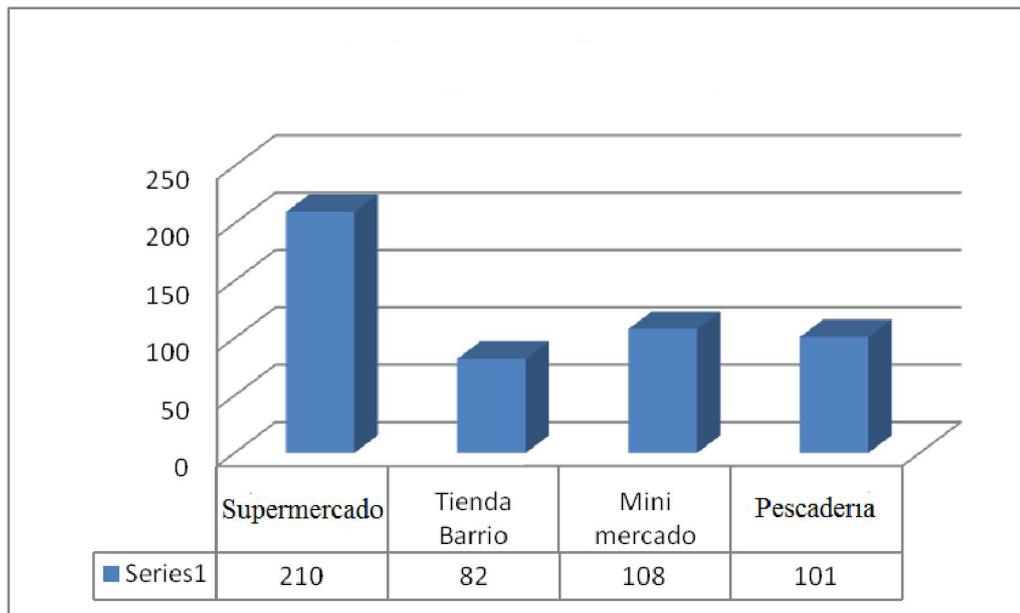
EL 89,71% de las personas encuestadas estarían dispuestas a consumir los filetes de dorado fritos por lo tanto, el producto tendría buena acogida.

7. Si se ofreciera este tipo de producto en una presentación de aproximadamente 1 libra ¿Estaría usted dispuesto a pagar 3 dólares con 50 centavos (\$3.50)?



EL 83,09 % de las personas encuestas estaría dispuesto a pagar \$ 3, 50, precio que fue establecido comparando con los precios de productos similares existentes en el mercado que tan solo son filetes congelados empacados y que se venden a un promedio de \$ 4,50 la libra, por lo que los filetes de dorado fritos tendrían mayor acogida por tener valor agregado y menor precio.

8: ¿En cuál de los siguientes lugares le gustaría encontrar este tipo de productos? Puede escoger mas de 1.



Los datos obtenidos muestran que la gente tiene mucha mas confianza en comprar este tipo de alimentos en un supermercado, pero no se descartan los minmercados, pescaderías y tiendas que tambien podrian ser canales de venta interesantes.