

INSTITUTO POLIVALENTE LAMANI

Red de Institutos Técnicos Comunitarios Modelo Educativo Comunitario EDUCAR



Lugar donde realizó el sondeo:

casco urbano del municipio de Lamani y las comunidades de Los Pintores, Las Mesetas,
Piedra Gorda

Rubros Sondeados: carne de cerdo, tilapia y queso

Lamani Comayagua, agosto 2024



INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	3
OBJETIVOS	4
Objetivo General:	4
Objetivos Específicos:	4
METODOLOGÍA.....	5
ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS RUBROS SONDEADOS	6
ANÁLISIS CUANTITATIVOS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	7
Directorio de compradores	10
CONSUMIDORES DE CARNE DE CERDO:.....	10
CONSUMIDORES DE QUESO:.....	11
CONSUMIDORES DE TILAPIA:.....	12
Oportunidades de negocios identificadas según los rubros promisorios	13
1. Carne de Cerdo.....	13
2. Queso	14
3. Tilapia	14
ESTRATEGIAS COMUNES PARA LOS TRES RUBROS	15
CONCLUSIONES.....	16
RECOMENDACIONES	18
BIBLIOGRAFÍA	19
ANEXOS	20



RESUMEN EJECUTIVO

El presente Sondeo de Mercado fue realizado en el municipio de Lamani, Comayagua, con la colaboración de los estudiantes de undécimo grado del Bachillerato Técnico Profesional en Desarrollo e Innovación Agroforestal. Se llevó a cabo un análisis de las preferencias de compra de carne de cerdo, tilapia y queso, productos que tienen gran relevancia en la economía local.

Se encuestaron a 90 consumidores y 10 mayoristas para identificar las demandas, hábitos de compra y las características del mercado local. Este sondeo reveló que los consumidores prefieren realizar sus compras en mercados ambulantes y pulperías, con días clave como el sábado y viernes. La calidad del producto y el precio fueron los factores más influyentes en las decisiones de compra.

Por su parte, los mayoristas mostraron una preferencia por la compra de queso en mayores volúmenes, manteniendo relaciones regulares con los productores locales. Este sondeo también identificó oportunidades de mejora en la distribución de los productos, especialmente en la carne de cerdo y tilapia.



OBJETIVOS

Objetivo General:

Identificar las preferencias, necesidades y comportamientos de compra de los consumidores y mayoristas en relación con carne de cerdo, tilapia y queso, con el fin de mejorar la oferta de productos y aumentar la competitividad en el mercado.

Objetivos Específicos:

- Analizar las preferencias y hábitos de consumo en los tres rubros sondeados.
- Identificar el perfil demográfico de los consumidores y mayoristas encuestados.
- Evaluar la percepción de calidad, precio y disponibilidad de los productos en los mercados locales.
- Explorar nuevas oportunidades de mejora en la oferta y distribución de los productos.



METODOLOGÍA

La investigación se realizó mediante la técnica de la encuesta, aplicada a una muestra de 90 consumidores y 10 mayoristas del casco urbano de Lamani y las comunidades cercanas de Los Pintores, Las Mesetas y Piedra Gorda. El sondeo se enfocó en tres rubros clave: carne de cerdo, tilapia y queso.

La metodología incluyó un enfoque cuantitativo y cualitativo, donde los datos recogidos fueron agrupados por temas para identificar las preferencias, hábitos de consumo, precios y calidad percibida por los consumidores y mayoristas. La información se procesó y analizó utilizando herramientas gráficas que permitieron visualizar tendencias en la demanda de productos, las frecuencias de compra y los canales de distribución más utilizados



ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS RUBROS SONDEADOS

Carne de Cerdo:

Los consumidores manifestaron preferencia por la carne de cerdo debido a su versatilidad en la preparación de platillos tradicionales de la región. La calidad y el precio son los principales factores de decisión, siendo la pulpería y el vendedor ambulante los canales de compra más frecuentes. Muchos consumidores expresaron su interés en recibir mejores opciones de cortes de carne y mayor disponibilidad en días clave, como los fines de semana, esto según los datos del Sondeo de mercado consumidores.

Queso:

El queso es un producto esencial en la dieta de los habitantes de Lamani, principalmente para consumo doméstico. La mayoría de los encuestados señaló que prefieren adquirirlo semanalmente en pulperías, donde buscan productos frescos y de calidad. A nivel mayorista, la demanda de queso es estable, con compras regulares que oscilan entre 7 y 50 libras por semana, siendo crucial garantizar la frescura del producto, datos arrojados por las encuestas aplicadas tanto a mayoristas como a consumidores.

Tilapia:

La tilapia se considera una opción proteica valiosa para la población local, aunque su compra no es tan frecuente como la de la carne de cerdo o el queso. Los consumidores que adquieren tilapia lo hacen principalmente quincenalmente o mensualmente, y suelen comprarla directamente de vendedores ambulantes o pequeños productores locales. Los compradores valoran la frescura del producto y algunos mencionaron la posibilidad de aumentar el consumo si se ofreciera con mayor frecuencia según la encuesta aplicada en el sondeo de mercado consumidores.

ANÁLISIS CUANTITATIVOS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

No.	Rubro	Lugar	Hallazgos del sondeo de producción	Hallazgos del sondeo de mercado
1	Carne de cerdo		<ul style="list-style-type: none"> ➤ En este rubro son pocas las personas que han emprendido y son conscientes del gran potencial que tiene. ➤ Lo hacen para consumo propio y venta de carne, así como venta de lechones también. ➤ Producen solo 2 veces al año ➤ Carecen de información sobre el manejo. ➤ Conocen las técnicas adecuadas para producir escalonadamente. ➤ No cuentan con ayuda financiera para echar a andar sus proyectos. ➤ Desconocen los mercados para el rubro. 	<p>Frecuencia de compra: La mayoría de los consumidores compra carne de cerdo semanalmente, en volúmenes que van de 2 a 75 libras. Las compras en días como viernes y sábado son predominantes. (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORE).</p> <p>Lugar de compra: La pulpería y los vendedores ambulantes son los canales más utilizados. (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).</p> <p>Factores clave: Los consumidores valoran la calidad y el precio al tomar decisiones de compra (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).</p>



2	Queso		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuestras tierras y climas son aptas para la producción de este rubro. ➤ Se está potenciando en los últimos años. ➤ Lo que más afecta a los productores según la encuesta, es el alto costo de concentrados. ➤ El constante cambio de precio del producto en los mercados locales e internacionales les afecta en su mayoría. ➤ Conocen el mercado para este rubro. ➤ Lo venden al por mayor y menor. ➤ Préstamos a altos intereses 	<p>Frecuencia de compra: Los consumidores adquieren queso semanal o quincenalmente, en cantidades que van desde 1 libra hasta 50 libras, dependiendo de si son consumidores individuales o mayoristas (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES) (SONDEO DE MERCADO A MAYORISTAS).</p> <p>Lugar de compra:</p> <p>La mayoría lo adquiere en pulperías y vendedores directos, valorando su frescura (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).</p> <p>Factores clave:</p> <p>La calidad es el criterio más importante al elegir queso, seguido por el precio (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).</p>
3	Tilapia		<ul style="list-style-type: none"> ➤ La minoría de la población manineña se dedica a la producción de tilapia. ➤ Consumo local y nacional. 	<p>Frecuencia de compra:</p> <p>Las compras de tilapia son menos frecuentes, realizadas de forma quincenal o mensual, en volúmenes entre 3 y 10 libras (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).</p>



			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escases de producción de tilapia. ➤ Se ve afectado el rubro por altos costos de alimentación. ➤ Afectaciones por el cambio climático. ➤ El mercado y la aceptación para este rubro es amplio. 	<p>Lugar de compra: Vendedores ambulantes y productores locales son los principales puntos de venta (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).</p> <p>Factores clave: Los compradores se enfocan en la frescura y el precio (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).</p>
--	--	--	--	--



Directorio de compradores

CONSUMIDORES DE CARNE DE CERDO:

Nombre	Teléfono	Ocupación	Frecuencia de Compra	Cantidad
Arelis Moreno	98111705	Agricultor	Quincenal	75 libras
Idelci Galeas	94124982	Ganadero	Quincenal	8 libras
Jose Emilio Martinez	33876688	Docente	Semanal	2 libras
Justabo Adolfo Masías Ruiz	96382871	Construcción	Quincenal	8 libras
Nery Ariel Canales Fuentes	—	Repartidor Uber	Semanal	2 libras
Juan Ramiro Velasquez	89755103	Docente	Quincenal	6 libras
Roger Moreno	99199720	Agricultor	Quincenal	6 libras
Alba Moreno	96107106	Ama de Casa	Mensual	5 libras
Anyi Diaz	96642341	Ama de Casa	Quincenal	6 libras
Bessi Perez	97870177	Ama de Casa	Quincenal	5 libras
Celia Gabriela Canales	95035984	Ama de Casa	Semanal	3 libras
Elsa Virginia Gomez	96354245	Ama de Casa	Quincenal	2 libras
Erundina Bonilla	99987950	Ama de Casa	Semanal	5 libras
Estela Maldonado	64005155	Ama de Casa	Mensual	25 libras
Fátima Hernández	93773758	Ama de Casa	Mensual	6 libras
Herminia Sanchez Maldonado	97870341	Ama de Casa	Quincenal	10 libras
Juana Masías	96789984	Ama de Casa	Semanal	70 libras
Lilian Moreno	95239195	Ama de Casa	Quincenal	10 libras
Leticia Diaz	94805021	Agricultora y Ganadera	Quincenal	6 libras
Martha Vasquez Urquia	32823478	Ama de Casa	Semanal	3 libras



CONSUMIDORES DE QUESO:

Nombre	Teléfono	Ocupación	Frecuencia de Compra	Cantidad
Alex José Martínez Vásquez	87910011	Trabajo en campo	Mensual	2 libras
Ada Bonilla	—	Ama de Casa	Semanal	40 paquetes
Ana Gabriela Enriquez Núñez	32332285	Ama de Casa	Mensual	4 libras
Belkis Alejandra Martínez	95577484	Ingeniera Agroindustrial	Semanal	1 libra
Carla Rodríguez	98114616	Ama de Casa	Quincenal	2 libras
Diana Lizet Chavez Macías	92971821	Ama de Casa	Semanal	3 libras
Dorila Chirinos Bonilla	—	Ama de Casa	Semanal	5 libras
Esther Lidia Santos	98802022	Ama de Casa	Semanal	4 libras
Fernanda Macias Castro	98877618	Ingeniería Industrial	Semanal	1 libra
Josselin Galeas Moreno	32410561	Ama de Casa	Mensual	7 libras
Lijia Raquel Mendoza Sierra	—	Ama de Casa	Quincenal	5 libras
María Carmen Acosta	98834673	Ama de Casa	Quincenal	10 libras
Norma Diría Martínez Velásquez	33819727	Contador Público	Semanal	1 libra
Suyapa Jimenez	—	Ama de Casa	Diario	1 libra



CONSUMIDORES DE TILAPIA:

Nombre	Teléfono	Ocupación	Frecuencia de Compra	Cantidad
Albert Adrian Canales Velásquez	—	Albañil	Mensual	5 libras
Alfredo Parades	—	Ganadero	Mensual	6 libras
Celia Mabel Canales Vásquez	95968044	Dependiente de ferretería	Mensual	4 libras
Dalia Michel Martinez	92732808	Estudiante	Mensual	5 libras
Elias Moreno	—	Ganadero	Mensual	5 libras
Fernando José Reyes Morales	96872057	Chef	Mensual	10 libras
Ildeliza Macías Maldonado	95524658	Ama de Casa	Quincenal	5 libras
Justin Yassir Contreras Bonilla	98055786	Ganadero	Quincenal	5 libras
Karla Marivel Martínez Liconá	97614503	Estilista	Mensual	5 libras
Mario Moreno Kastellano	97251546	Maestro	Mensual	5 libras
Óscar Fernando Lizardo	96382907	Maestro	Mensual	5 libras
Ruben Adolfo Suazo	32311919	Topógrafo	Mensual	4 libras

Mayoristas:

Nombre del Negocio	Contacto	Rubro	Frecuencia	Cantidad
Guana Catracha	93430503	Carne Bobina	Quincenal	8 libras
Pulpería Martínez	97615939	Carne Bobina	Quincenal	10 libras
Productos Lácteos El Buen Gusto	95854641	Leche de Vaca	Diario	100 botellas
Pulpería Aron	93695897	Queso	Semanal	15 libras
Tortillería Sabor del Pueblo	95035984	Queso	Semanal	20 libras
Pulpería Bendición de Dios	98874960	Queso	Semanal	20 libras
Pulpería Lorena	98207526	Queso	Semanal	15 libras



Oportunidades de negocios identificadas según los rubros promisorios

A partir de los datos obtenidos en el sondeo de mercado aplicado a los consumidores, se identificaron varias oportunidades de negocio para cada rubro. Estas oportunidades se enfocan en mejorar la disponibilidad de los productos, adaptarse a las preferencias del consumidor, y expandir la distribución en el mercado local.

1. Carne de Cerdo

El sondeo revela que la carne de cerdo es uno de los productos más demandados en el área. Existen varias oportunidades de negocio que se pueden explotar en este rubro:

- a. Aumentar la oferta en días clave:** La mayoría de los consumidores prefieren comprar carne de cerdo los fines de semana, especialmente los viernes y sábados. Se puede aprovechar esta preferencia ofreciendo promociones o aumentando la disponibilidad en estos días, lo cual podría atraer a más clientes regulares.
- b. Diversificar los cortes de carne:** Los consumidores mostraron interés en recibir una mayor variedad de cortes de carne de cerdo. Desarrollar productos pre-empacados con diferentes cortes, tales como chuletas, costillas, y carne molida, podría aumentar las ventas, especialmente si se ofrecen a precios competitivos y en presentaciones que faciliten su uso.
- c. Oferta de productos derivados:** Además de la carne fresca, existe la oportunidad de introducir productos derivados del cerdo, como embutidos (chorizo, salchichas) o productos listos para cocinar. Estos productos podrían ser atractivos para aquellos consumidores que buscan conveniencia



2. Queso

El queso es otro de los productos más consumidos en la zona. A partir de la información del sondeo, se identificaron las siguientes oportunidades de negocio:

Promoción de quesos artesanales y frescos: Los consumidores valoran mucho la frescura del queso, lo que presenta una oportunidad para los productores locales de ofrecer productos frescos y artesanales, diferenciándose de los productos industriales. Los consumidores están dispuestos a pagar más por productos de calidad, siempre y cuando cumplan con los estándares de frescura y sabor.

Introducción de nuevos tipos de queso: Aunque la mayoría de los consumidores adquieren queso blanco tradicional, existe un potencial para introducir otras variedades como el queso semiduro o maduro, así como quesos con ingredientes adicionales (hierbas, especias) que podrían atraer a segmentos más específicos del mercado.

Presentaciones en mayores volúmenes: Se observó que varios consumidores, en especial familias y mayoristas, prefieren comprar queso en volúmenes más grandes (hasta 50 libras semanales). Ampliar las presentaciones del producto en bloques o en porciones más grandes podría facilitar su compra y fidelizar a estos consumidores (SONDEO MAYORISTAS).

3. Tilapia

La tilapia es menos popular que la carne de cerdo y el queso, pero aun así presenta algunas oportunidades de negocio:

- a. **Aumentar la disponibilidad:** La tilapia es comprada principalmente de manera quincenal o mensual. Existe una oportunidad de aumentar la frecuencia de consumo si se mejora la disponibilidad del producto y se ofrecen promociones o descuentos en días clave. Por ejemplo, una promoción de “Viernes de Pescado” podría incentivar más compras.



- b. Mejorar la distribución:** Los consumidores suelen adquirir tilapia a través de vendedores ambulantes y pequeños productores. Establecer alianzas con supermercados o pulperías locales para ofrecer tilapia fresca de manera más accesible podría aumentar las ventas y captar un mercado más amplio.
- c. Productos derivados y valor agregado:** Además de la venta de tilapia fresca, se podrían desarrollar productos con valor agregado, como filetes de tilapia listos para cocinar o empacados al vacío, lo que facilitaría la preparación en casa y podría atraer a consumidores que buscan conveniencia y rapidez.

ESTRATEGIAS COMUNES PARA LOS TRES RUBROS

- **Expansión de Canales de Distribución:** Si bien la mayoría de los consumidores adquieren estos productos en pulperías y mercados ambulantes, existe una oportunidad para expandir la distribución a supermercados y tiendas de conveniencia. Esto no solo aumentaría la visibilidad de los productos, sino que también facilitaría el acceso a los consumidores que prefieren hacer todas sus compras en un solo lugar (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).
- **Promociones y Programas de Fidelización:** Los consumidores valoran mucho el precio y las ofertas. La implementación de promociones regulares (por ejemplo, descuentos por compras al por mayor o programas de fidelización) podría incentivar a los clientes a comprar en mayores volúmenes y con más frecuencia (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).
- **Mejora en la Cadena de Suministro:** Garantizar la frescura, especialmente en productos como el queso y la tilapia, es



crucial. Mejorar los tiempos de distribución y asegurar una cadena de frío adecuada aumentaría la confianza de los consumidores y podría generar lealtad a la marca o productor (SONDEO DE MERCADO CONSUMIDORES).

CONCLUSIONES

El sondeo de mercado realizado en el municipio de Lamani y sus comunidades aledañas arrojó resultados importantes que permiten comprender mejor las preferencias y hábitos de compra de los consumidores y mayoristas en relación con los rubros de carne de cerdo, tilapia y queso.

- La carne de cerdo es el producto más consumido entre los encuestados, especialmente durante los fines de semana. Los consumidores valoran principalmente la calidad y el precio, siendo las pulperías y vendedores ambulantes los puntos de compra preferidos. Se observa una alta demanda durante días específicos, lo que presenta oportunidades para ajustar la oferta a los momentos clave de compra.
- El queso también es un producto de gran importancia, con compras regulares tanto por parte de consumidores individuales como mayoristas. La frescura y la calidad son factores decisivos en la elección del queso. Los consumidores están dispuestos a adquirir mayores volúmenes si se les ofrecen productos frescos y con buenas condiciones de almacenamiento.
- Aunque la tilapia no es consumida con la misma frecuencia que la carne de cerdo o el queso, sigue siendo valorada como una opción saludable y asequible. Los consumidores prefieren comprar tilapia en menor cantidad y con menor frecuencia, pero manifestaron que aumentarían su consumo si hubiera mayor disponibilidad y precios competitivos.



- Se identificaron varias oportunidades de mejora en la cadena de suministro, distribución y diversificación de productos, que podrían aumentar la participación en el mercado de los productores locales y satisfacer mejor las demandas de los consumidores.



RECOMENDACIONES

- Ajustar la oferta de carne de cerdo: Dado que la mayoría de las compras se realizan los fines de semana, se recomienda que los productores y vendedores aseguren una mayor disponibilidad de carne de cerdo en días como viernes y sábado. Ofrecer promociones especiales en estos días podría captar más clientes.
- Ampliar la gama de productos derivados del cerdo: Se sugiere diversificar la oferta de carne de cerdo con productos preempacados y cortes especiales para atraer a consumidores que buscan conveniencia y variedad.
- Mejorar la distribución de queso fresco: Se recomienda trabajar en alianzas con pulperías y supermercados para asegurar una cadena de suministro que garantice la frescura del queso. Además, ofrecer presentaciones en mayores volúmenes y nuevos tipos de queso podría captar a un mercado más amplio.
- Aumentar la oferta de tilapia: Para incentivar el consumo de tilapia, se podrían ofrecer promociones en días clave, como los fines de semana, y mejorar la distribución del producto. También se recomienda explorar la venta de tilapia en presentaciones más convenientes, como filetes o empaques al vacío.
- Promociones y fidelización: Implementar programas de fidelización y promociones por volumen para todos los rubros sondeados. Esto no solo aumentaría las ventas, sino que también podría generar lealtad entre los clientes habituales.
- Expandir la distribución a nuevos canales: Además de los vendedores ambulantes y pulperías, se recomienda expandir la venta de estos productos a supermercados y tiendas de conveniencia, lo que permitiría una mayor visibilidad y accesibilidad.



BIBLIOGRAFÍA

<https://cenida.una.edu.ni>

<https://biblioteca.inia.cl>

<https://www.redalyc.org>

Fuente: Datos del INE (2013, 2016) y el PNUD (2023).

<https://oee.unah.edu.hn/assets/Perfiles-Sociodemograficos/Comayagua-03/Reporte-de-0307-Comayagua-Lamani.pdf>

ANEXOS

14.1 Directorio de compradores

Mayoristas:

Nombre del Negocio	Contacto	Rubro	Frecuencia	Cantidad
Guana Catracha	93430503	Carne Bobina	Quincenal	8 libras
Pulpería Martínez	97615939	Carne Bobina	Quincenal	10 libras
Productos Lácteos El Buen Gusto	95854641	Leche de Vaca	Diario	100 botellas
Pulpería Aron	93695897	Queso	Semanal	15 libras
Tortillería Sabor del Pueblo	95035984	Queso	Semanal	20 libras
Pulpería Bendición de Dios	98874960	Queso	Semanal	20 libras
Pulpería Lorena	98207526	Queso	Semanal	15 libras

14.2 Evidencias de divulgación de resultados



14.3 Fotografías

Ilustraciones fotográficas sobre la aplicación de las encuesta a consumidores y mayoristas.





Jóvenes disfrutando del almuerzo después de aplicar encuestas a consumidores y mayoristas.



