



Propuesta de Estudio de Mercado

Proyecto de Elaboración y

Comercialización de Miel .

VALDIVIA, NOVIEMBRE DEL 2003.

I N D I C E

Estudio de Mercado

- Definición del Problema.
- Objetivos del Estudio
- Descripción general del Producto
- Tipos de Mieles
- Mieles poliflorales
- Mieles monoflorales
- Características del producto y su proceso
- Detalle de las etapas del proceso
- Derivados del producto
- Bienes sustitutos y complementarios
- Sustitutos
- Complementarios
- Desarrollo Del Plan De Investigación y Diseño De Estudio
- Tipo de Investigación.
- Mercado Nacional
- Consumo de Miel en Chile
- Consumo percapita
- Oferta de Miel
- Análisis del sector apícola
- Variables que pueden afectar la oferta nacional de miel.
- Plan de Muestreo.
- Análisis del Sector Industrial
- Barreras de entrada
- Competidores participante de la industria
- Crecimiento de la industria
- Costo de Salida
- Poder de los proveedores
- N° de Proveedores.
- Disponibilidad de sustitutos de los productos de los proveedores
- Amenazas de los proveedores de integración hacia delante.
- Contribución de los proveedores a la calidad de servicios de los productos de la industria.
- Poder negociador de los compradores.

1.- Definición del Problema

En virtud de la idea de realizar un proyecto de Producción y Comercialización de Miel, nos encontramos con la problemática de no conocer el mercado actual de este producto, su consumo, demanda, oferta, costos etc. Para lo cual, se deberá elaborar un plan para recolectar la información y diseñar el estudio. Esto incluye: determinar que tipo de fuente de información será utilizada, que tipo de investigación es más apropiada y dependiendo del tipo de fuente de información y tipo de investigación, que instrumento de investigación, que método de muestreo y que método de contacto será utilizado.

2.- Objetivos del Estudio

El objetivo será realizar un Estudio Descriptivo para la inserción de nuestro producto al Mercado Nacional, para lo cual se investigará sobre los consumidores actuales y potenciales identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones etcétera, para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse nuestra estrategia comercial.

De lo expuesto se desprenden 4 aspectos que deberán ser estudiados profundamente los cuales son:

- El consumidor , las demandas del producto actual y su proyección.
- La competencia y las ofertas del mercado.
- Comercialización del producto.
- Los proveedores, la disponibilidad y precio de los insumos.

3.- Descripción general del producto

La miel es un alimento producido por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores y otras materias azucaradas que recogen de las plantas, las transforman, enriquecen y las depositan en las celdillas de los panales de cera.

4.- Tipos de mieles

Existe una gran variedad de mieles dependiendo del color y sabor de la flor de la que procede el néctar. Se puede distinguir dos grandes grupos de clasificación de miel.

4.1.- Mieles poliflorales

Son aquellas que proceden de una flora variada que hace imposible identificar su procedencia exacta.

4.2.- Mieles monoflorales

Son las mieles que provienen principales de una especie vegetal determinar y poseen, por lo tanto organolépticas específicas que se pueden definir de una manera bastante precisa.

En este estudio, no se considerará la comercialización de la miel tipo monofloral debido sus altas exigencias de cuidado ambiental y dificultad de recolección.

5.- Características del Producto

Es un producto complejo, rico en azúcares, vitaminas, sales minerales y enzimas (sustancias de naturaleza proteica que actúan en procesos vitales). La composición, el aspecto, el sabor, el color, etc. varían mucho dependiendo de las flores de las que proviene.

6.-Derivados del producto

Además de la miel, en la colmena se producen otros productos, entre los que se pueden mencionar la jalea Real, el Polen, y los Propóleos. Estos productos son utilizados en la industria alimenticia y de los Cosméticos.

• Polen

Este producto se presenta en forma de polinielo, que las abejas recogen y transforman en granitos y después transportan a la colmena, luego el agricultor los recolecta con el atrapa polen, lo seca para que no se estropee y lo conserva a una temperatura fija.

La coloración del polen varía en relación con la especie vegetal de la cual procede, siendo generalmente amarillo o marrón claro, aunque también puede ser blanco, violáceo y negro.

El polen constituye la fracción proteica de la alimentación de las abejas. Para el ser humano tiene un gran valor nutritivo ya que posee aminoácidos esenciales y un contenido de proteínas de 15 a 20 %. La demanda del polen por el mercado dietético es cada vez mayor debido a sus características nutritivas.

• Propóleo

El própolis o también conocido como propóleo es una sustancia resinosa de árboles arbustos silvestres, que las abejas extraen con el fin de sellar herméticamente su colmena e impedir que se forme dentro de ella cualquier tipo de infección y que esta se propague; encontramos en algunos casos una laucha, (rata pequeña) dentro del panal completamente cubierta de própolis y dando el efecto momificada o embalsamada y también en algunos casos una gran mariposa rígida y cubierta por este. Ello es debido a que gracias a la acción antimicrobiana del própolis, no existe una descomposición de cadáver que pueda crear infecciones en el interior del colmenar. El própolis es usado desde la antigüedad para la curación de heridas. Es un producto muy interesante que está siendo objeto de numerosos estudios.

c) Apitoxina

Según las observaciones hechas a través de los siglos y las investigaciones de estos últimos años, es posible afirmar hoy día que el veneno de abeja tiene una acción selectiva sobre el sistema nervioso. Así gran número de documentos y experiencias llevan al convencimiento de que las "picaduras" de abejas o las inyecciones de apitoxina determinan en el organismo humano no solamente una inmunidad al veneno de abeja, sino también a ciertas enfermedades infecciosas. Por consiguiente, el veneno de abeja, a condición, sin embargo de ser empleado convenientemente, aparece como un remedio curativo y profiláctico excelente que actúa tanto sobre un órgano aislado o cuando una enfermedad determinada, como sobre el conjunto del organismo. El veneno introducido en el organismo desencadena inmediatamente una reacción de defensa de éste. Esto explicaría en cierto modo el hecho de que los apicultores que trabajan desde hace muchos años con las abejas tengan generalmente una salud excelente y vivan largo tiempo. Poseerían además, una cierta inmunidad frente a diversas enfermedades. Las proyecciones de la apitoxina son que permitiría obtener nuevas vacunas y extender la lista de medicamentos biológicos de que ya disponemos.

d) Jalea Real

La crean ellas mismas para alimentar a las futuras reinas. Es un alimento con características similares del polen.

e) Cera

La crean ellas mismas para realizar las estructuras de la colmena, construyendo celdas para que la reina ponga huevos en ellas y para almacenar los alimentos. Muchas veces la mezclan con propóleo para endurecer la estructura.

7.- Bienes sustitutos y complementarios de la miel

7.1 Sustitutos

Si bien es cierto la miel posee como sustitutos todas aquellas cosas que sean dulces como mermeladas, manjar etcétera, no es menos cierto, que en lo que respecta a salud y origen natural, la miel como producto dulce no tiene sustitutos desde el punto de vista de su confección, pues en ella la mano del hombre solo participa en su extracción.

7.2 Complementarios

Dentro de los productos complementarios que podría diferenciar la miel de las mermeladas se tendrían el té, la limonada, jugos naturales sin dejar de mencionar los productos que son comunes con los otros dulces como lo es el pan, postres, tortas etc.

8.- DESARROLLO DEL PLAN DE INVESTIGACION Y DISEÑO DE ESTUDIO

8.1.-TIPO DE INVESTIGACION.

Dentro de los tipos de investigación que existen podemos encontrar:

- El observacional
- Encuesta
- Experimental

Para nuestro caso utilizaremos, la encuesta, debido a que nuestro proyecto es del tipo descriptivo, donde se busca cuantificar diferentes variables del problema.

8.2.- MERCADO NACIONAL

Se deberá investigar, el total de la producción de miel Nacional, según censo agropecuario, para determinar la fracción que se comercializa en el mercado interno.

8.2.1 CONSUMO DE MIEL EN CHILE

En Chile el consumo de miel, viene generado de una cultura de años anteriores, cultura que no ha sido influenciada grandemente por la publicidad, esto mismo hace suponer que se podría aumentar el consumo de miel con mayor publicidad. Se investigará la influencia de la publicidad en el consumo de miel en Chile.

8.2.2.- CONSUMO PERCAPITA

Referente al consumo per cápita, este se deberá en base a parámetros como Comercialización Nacional, y población, utilizando métodos de recolección de información en base a encuestas realizadas en supermercados con gran presencia en el mercado nacional, tales como: Santa Isabel, Unimarc, Líder.

8.2.3.- OFERTA DE MIEL

Producción Nacional

Con respecto a su producción nacional esta deberá ser determinada para lograr definir incrementos, fluctuaciones y tendencias que nos sirvan de indicador para identificar el comportamiento de la producción.

8.2.4.-ANÁLISIS DEL SECTOR APICOLA

Se deberá identificar las principales empresas que concentran la oferta, y que definen el tipo mercado.

8.2.5.- VARIABLES QUE PUEDEN AFECTAR LA OFERTA NACIONAL DE MIEL

El estudio deberá determinar :

- Variaciones en la cantidad de colmenares.
- Desaparición de flora apícola motivada por la excesiva plantación de pino en el país.
- Menos sitios para la apicultura debido al avance de ciudades sobre los campos.

8.3.- PLAN DE MUESTREO

El plan de muestreo a realizar deberá a responder las siguientes preguntas:

¿A quienes encuestar?

Consistirá en realizar un contacto personal o encuesta directa con las personas. El universo de estudio estará acotado a personas mayores de 25 años y separado por sexo, independiente del grupo socioeconómico.

¿Cuántos encuestar?

En general, mientras más se encuesten mejor, ya que mejora la calidad de los resultados. Sin embargo, para efectos de nuestra investigación esta cantidad será determinada en un fin de semana, que sea fin de mes, fuera de los supermercados que se definan.

¿Cómo escoger a quienes encuestar?

Los sujetos seleccionados para la muestra, serán seleccionados en forma aleatoria, con igual probabilidad. Para esto se ubicara a los encuestadores en los pasillos donde se encuentra el producto ha investigar. De esta manera, se podrá contabilizar los consumidores del producto.

¿Qué información adicional se recopilará?

La información a requerir será la siguiente: cantidad de boletas emitidas por el supermercado donde se realiza la encuesta, salida del producto en el mismo periodo que se controlan las boletas, marcas con mayor comercialización, y cualquier otra estadística que sea pertinente al caso.

¿Cuál será el método de recolección de información?

En esta etapa se realizará una encuesta a los consumidores del producto investigado, efectuando las siguientes preguntas:

- ¿Qué marcas de miel recuerda?
- ¿Hasta que precio esta dispuesta a pagar por el producto?
- ¿Por qué razones consume miel?
- ¿Qué marca de miel consume preferentemente?
- ¿Con que frecuencia consume miel?

- ¿Quiénes en su familia consumen miel?

9.- ANALISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL

Para analizar el sector industrial se deberá desarrollar el análisis de las cinco fuerzas competitivas que permitirán determinar las oportunidades y amenazas de la industria, las cuales son:

9.1 BARRERAS DE ENTRADA

Definir si se encuentra asegurada por parte de los proveedores una materia prima de buena calidad y la experiencia que se necesita en mano de obra para la elaboración de miel ya que esta exige un alto cuidado en su procesamiento.

9.2 COMPETIDORES PARTICIPANTES DE LA INDUSTRIA

Definir la cantidad y la variedad de los competidores a nivel nacional, observando la calidad de sus productos en el mercado.

9.3.- CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA

Investigar el crecimiento del sector a Nivel Nacional y los factores externos que influyeron en este indicador.

9.4.- COSTO DE SALIDA

Acotar los volúmenes de inversión en activos especializados, que presentan poco valor al momento de liquidar la empresa. Al ser el sector apícola bastante especializado, ocurre lo mismo con la mano de obra, la cual adquiriría experiencia, que se perderá si no se continúa con el mismo negocio.

9.5.- PODER DE LOS PROVEEDORES

9.5.1.- NÚMERO DE PROVEEDORES

Realizar análisis de las variables que determinan el poder de los proveedores para el sector apícola.

9.5.2.- DISPONIBILIDAD DE SUSTITUTOS DE LOS PRODUCTOS DE LOS PROVEEDORES

No requiere análisis por cuanto no existe un producto sustituto que se ofrezca al comprador, que cumpla con las mismas cualidades de la miel en cuanto a que sea natural y además un complemento alimenticio rico en vitaminas y minerales.

9.5.3.- AMENAZAS DE LOS PROVEEDORES DE INTEGRACIÓN HACIA DELANTE

Precisar si la venta del producto es un medio de ingreso adicional para los proveedores.

9.5.4.-CONTRIBUCIÓN DE LOS PROVEEDORES A LA CALIDAD DE SERVICIOS DE LOS PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA

El insumo es muy importante para el proceso de elaboración que realiza el comprador o para la calidad del producto final, ya que de esta dependerá la calidad de la miel obtenida como producto final.

9.6.- PODER NEGOCIADOR DE LOS COMPRADORES

Se deberá precisar el poder negociador de los compradores de acuerdo a su cantidad, disponibilidad de sustitutos de los productos en la industria, el costo que significa el cambio de proveedor, las amenazas de los compradores al realizar una integración hacia atrás.