



CAPÍTULO IV

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El objetivo de este capítulo es el de mostrar los resultados alcanzados de la investigación realizada a través de los cuestionarios. Se enviaron vía internet cuestionarios a 15 grandes distribuidores de frutas a las siguientes ciudades del estado de Texas: 5 distribuidores localizados en Dallas, 2 distribuidores en Edinburg, 5 en Houston, 2 en Hidalgo y 1 en Lewisville.

La tasa de respuesta que se obtuvo, se presenta en la siguiente tabla:

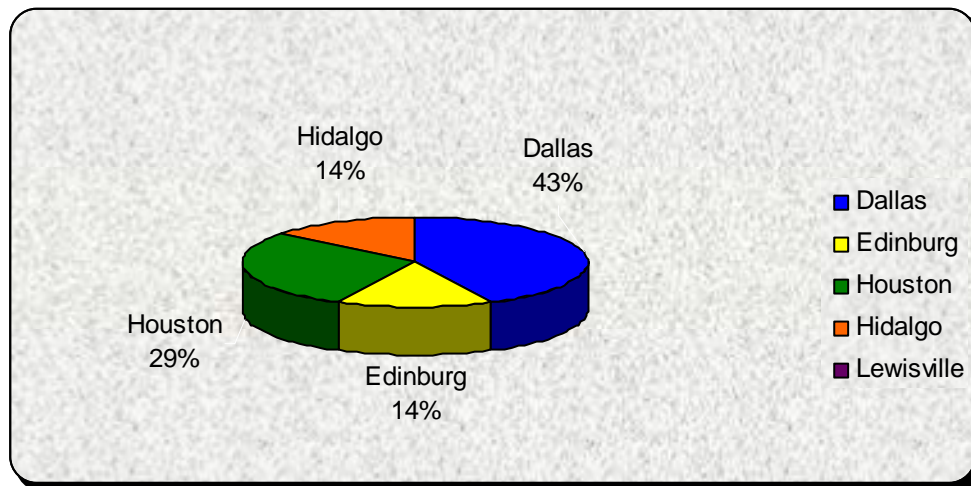
TABLA 1
TASA DE RESPUESTA POR CIUDAD

Ciudad	Frecuencia	Porcentaje
Dallas	3	43%
Edinburg	1	14%
Houston	2	29%
Hidalgo	1	14%
Lewisville	0	0%
Gran Total	7	100%

En la tabla anterior la frecuencia se refiere al número de encuestas contestadas por cada ciudad del total de las investigaciones realizadas, y en lo que respecta al porcentaje representa en base a la frecuencia que porcentaje obtuvo cada país, con respecto al número total de encuestas.

La tasa total de respuesta de 15 encuestas, fue de 7 cuestionarios. La tasa de respuesta mayor se obtuvo en la Ciudad de Dallas, que de un total de 5 encuestas enviadas nos contestaron 3 distribuidores, lo cual representa un 43% y la siguientes más alta fue en la Ciudad de Houston, por un lado esto es razonable ya que son las ciudades con más población en el estado de Texas, y por consiguiente son las que cuentan con un amplio número de distribuidores de frutas frescas.

FIGURA 3
TASA DE RESPUESTA POR CIUDAD



PREGUNTA 1. ¿DE DONDE ES ORIGINARIA LA FRUTA FRESCA QUE COMÚNMENTE ADQUIERE?

Esta es una pregunta abierta, se decidió que fuera así para que los encuestados informaran con amplitud de donde obtienen su fruta y tratar de obtener los nombres de sus proveedores. De dicha pregunta se conoció que la mayoría de la fruta la adquieren principalmente de los siguientes países: Costa Rica, Brasil, Colombia, Guatemala,



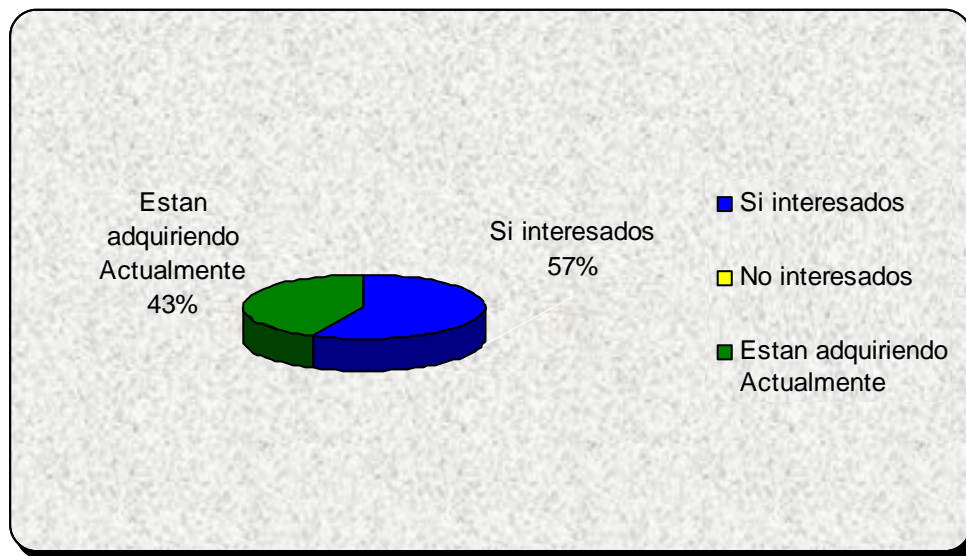
Ecuador, México y uno de los encuestados respondió que la fruta la obtiene dentro del mismo país.

Una gran mayoría de los encuestados respondió que su principal proveedor, es la empresa CHIQUITA BANANAS y mencionaron que esa fruta viene directamente de Chiapas, México, con la marca de CARMELITA BANANAS.

TABLA 2
PREGUNTA 2. ¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A ADQUIRIR FRUTAS FRESCAS DE MÉXICO?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	57%
No	0	0%
Están adquiriendo actualmente	3	43%
Total	7	100%

FIGURA 4
INTERESADOS EN ADQUIRIR FRUTA DE MÉXICO

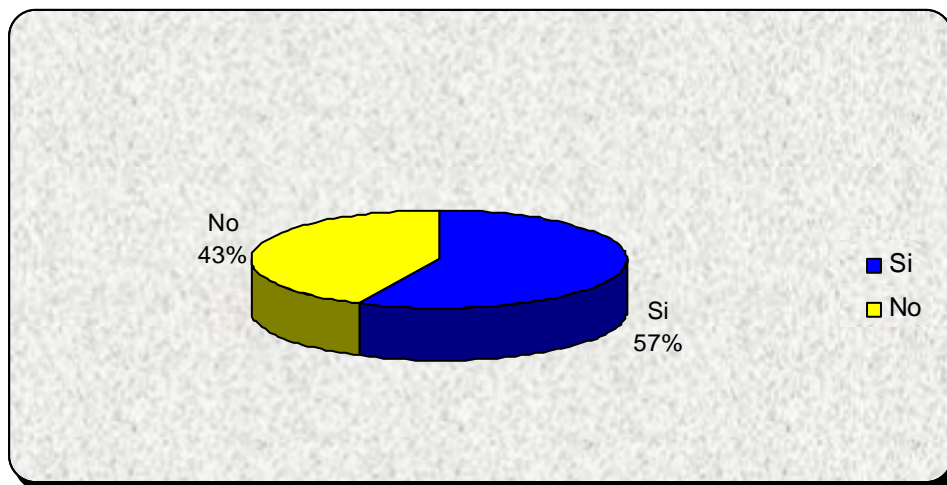


La mayoría de los encuestados están interesados en adquirir fruta proveniente de México, actualmente un 43% ya están adquiriendo fruta de México. Lo cual da un antecedente positivo para el proyecto de exportación.

TABLA 3
PREGUNTA 3. ¿ESTARÍA USTED DISPUESTO A COMPRAR PLÁTANO VARIEDAD ENANO GIGANTE “TABASCO” DEL ESTADO DE VERACRUZ?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	57%
No	3	43%
Total	7	100%

FIGURA 5
DISPUESTO A COMPRAR PLÁTANO VARIEDAD ENANO GIGANTE “TABASCO” DEL ESTADO DE VERACRUZ



En esta pregunta el 57% respondió estar interesado en el producto, el resto nos contestaron que no tenían interés, pero aquí es importante mencionar que los que no respondieron negativamente, no es por que no deseen el producto, sino por que cuentan con convenios comerciales con empresas en las cuáles tienen que cubrir un porcentaje mensual,

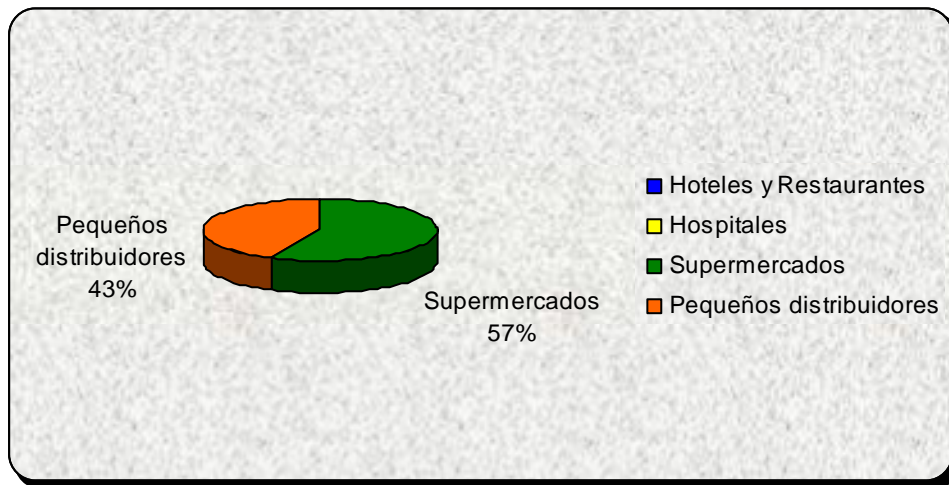


lo cual no les permite poder comprarles a otros proveedores. A menos de que su proveedor les autorice.

TABLA 4
PREGUNTA 4. ¿CUÁL ES EL TIPO DE CLIENTES A LOS QUE LES VENDE FRUTAS FRESCAS?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Hoteles y Restaurantes	0	0%
Hospitales	0	0%
Supermercados	4	57%
Pequeños Distribuidores	3	43%
Total	7	100%

FIGURA 6
TIPO DE CLIENTES



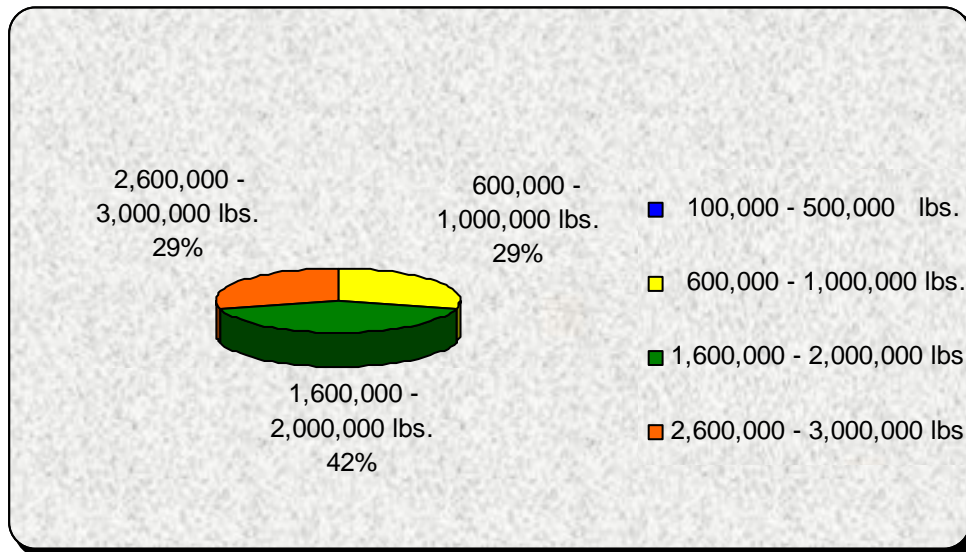
Del total de los 7 distribuidores a los que se realizó la encuesta, el mercado meta se dirige a los supermercados y a los pequeños distribuidores, con esto se concluye que Potingo se puede enfocar al mercado de los Pequeños Distribuidores, ya que es un mercado potencial, al cual se puede atacar, otorgando un buen servicio y ofreciendo un amplio crédito, para que estos puedan trabajar con otros distribuidores y con supermercados.



TABLA 5
PREGUNTA 5. ¿CUÁL ES LA DEMANDA MENSUAL PROMEDIO DE PLÁTANO QUE ADQUIERE?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
100,000 - 500,000 libras	0	0%
600,000 - 1,000,000 libras	2	29%
1,600,000 - 2,000,000 libras	3	42%
2,600,000 - 3,000,000 libras	2	29%
Total	7	100%

FIGURA 7
DEMANDA MENSUAL PROMEDIO



El promedio mensual de compra en estos distribuidores es alta, ya que las cantidades son significativas y oscilan entre las 2, 000,000 libras mensuales e incluso mencionaron que hay ocasiones en que sube la demanda y por lo regular esto sucede en el verano.



PREGUNTA 6. ¿CUÁL ES EL PRECIO APROXIMADO QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR CAJA DE 40 LIBRAS?

En esta pregunta no fue contestada por los distribuidores, ya que comentaron que esos datos no los pueden proporcionar a las personas vía internet, ya que son datos confidenciales de la empresa. Un dato importante que nos facilitaron fue que dentro de los Estados Unidos existe una publicación vía internet que proporciona información sobre el precio del plátano.

Una vez con lo mencionado se dio a la tarea de investigar con un contacto de Estados Unidos e hizo referencia que existe la Corporación Bananera Nacional, dicha institución se encarga semanalmente de publicar un notifax el cual informa una lista de los precios del plátano en todo el mundo, además de revelar información de la fluctuación del productos y de las empresas dedicadas a este rubro.

**TABLA 6
PRECIOS DEL PLÁTANO EN ESTADOS UNIDOS**

RANGO DE PRECIOS POR CAJA DE BANANO PARA LA SEMANA 11 En US\$/caja de 18.14 kilos				
ESTADOS UNIDOS				
	COSTA OESTE		COSTA ESTE	
	<u>PRINCIPALES MARCAS</u>			
2004	8.25	10.50	8.25	10.50
2003	7.75	10.00	7.75	10.00
2002	8.25	11.25	9.00	11.75
	<u>OTRAS MARCAS</u>			
2004	5.25	8.25	5.25	8.25
2003	5.25	7.75	5.25	7.75
2002	7.00	8.25	6.75	9.00

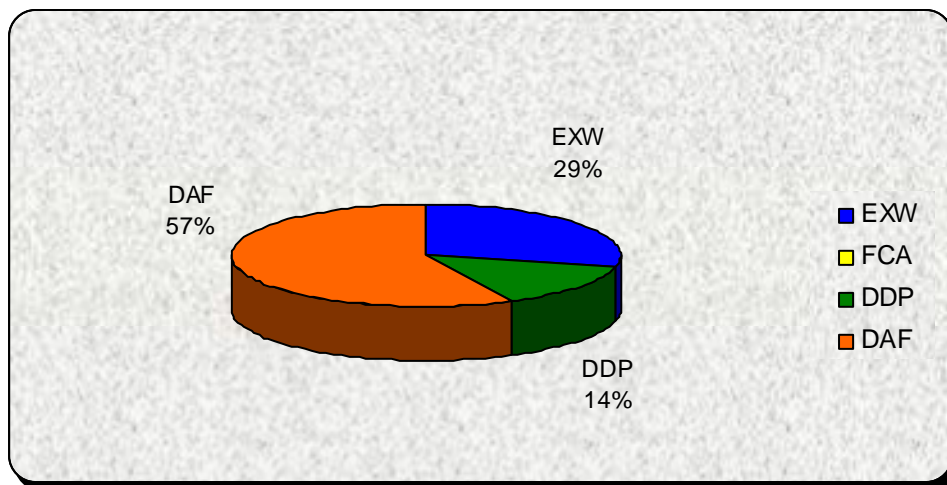
Fuente: Corporación Bananera Nacional. Número 389. 2004.



TABLA 7
PREGUNTA 7. ¿HASTA QUE LUGAR DESEA QUE LA EMPRESA VENDEDORA SE HAGA RESPONSABLE DE ENTREGARLE LA MERCANCÍA?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
EXW (Ex Works)	2	29%
FCA (Free Carrier)	0	0%
DDP (Delivered Duty Paid)	1	14%
DAF (Delivered at frontier)	4	57%
Total	7	100%

FIGURA 8
INCOTERMS



Un 57% desea que la fruta le sea entregada en la frontera, y ellos hacerse cargo de la frontera hasta su negocio, por una parte esto es algo positivo para el plan, ya que al solo entregarlo en la frontera se deslinda uno de muchas responsabilidades y tramitasen el país extranjero.

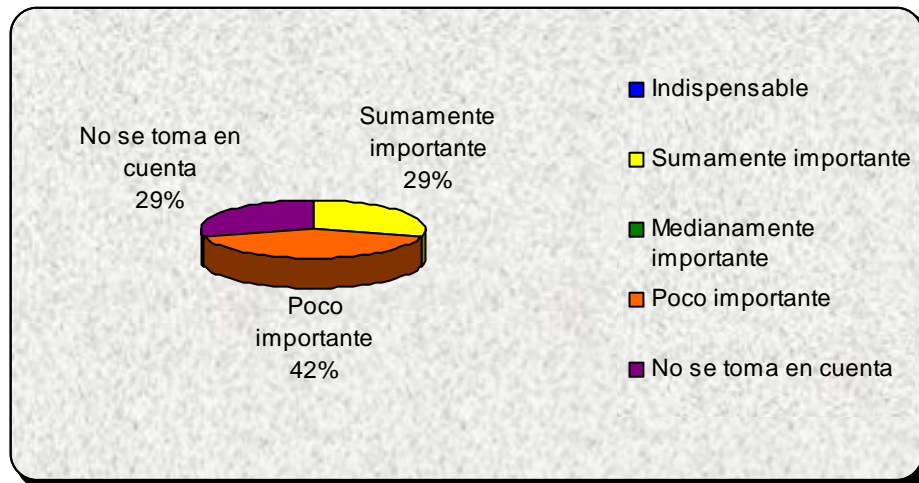


PREGUNTA 8. ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS EN LAS QUE USTED SE FIJA AL SELECCIONAR A UN PROVEEDOR?

**TABLA 8
A. ATENCIÓN**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	0	0%
Sumamente importante	2	29%
Medianamente importante	0	0%
Poco importante	3	42%
No se toma en cuenta	2	29%
Total	7	100%

**FIGURA 9
A. ATENCIÓN**

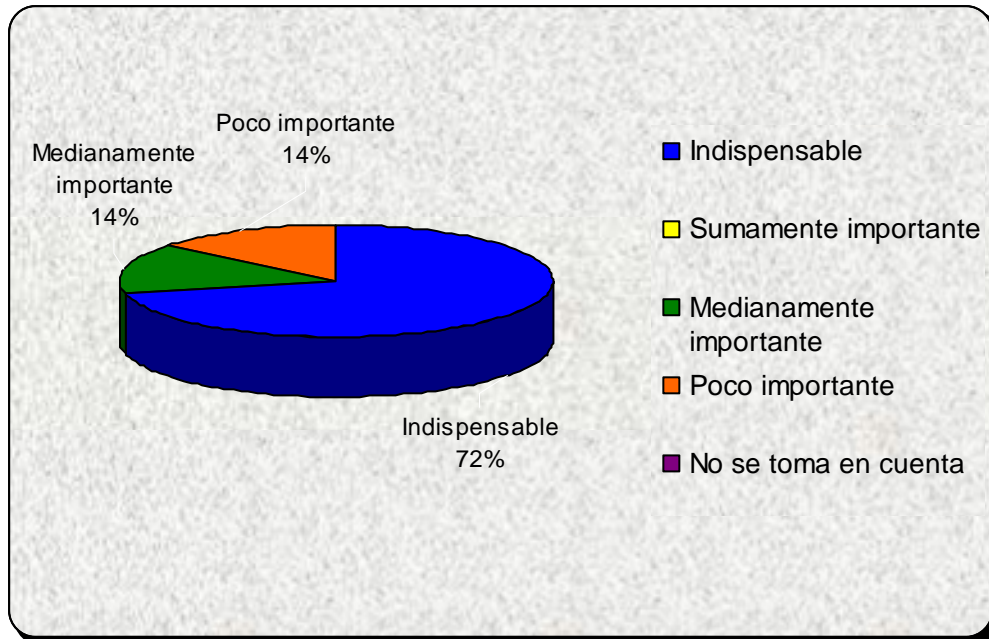


En esta pregunta en lo que se refiere a la atención, un 42% respondió que la atención le es poco importante, entonces en cuanto a este rubro no tenemos que invertirle al proyecto.

TABLA 9
B. CONTAR CON CERTIFICADOS DE CALIDAD

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	5	72%
Sumamente importante	0	0%
Medianamente importante	1	14%
Poco importante	1	14%
No se toma en cuenta	0	0%
Total	7	100%

FIGURA 10
B. CALIDAD



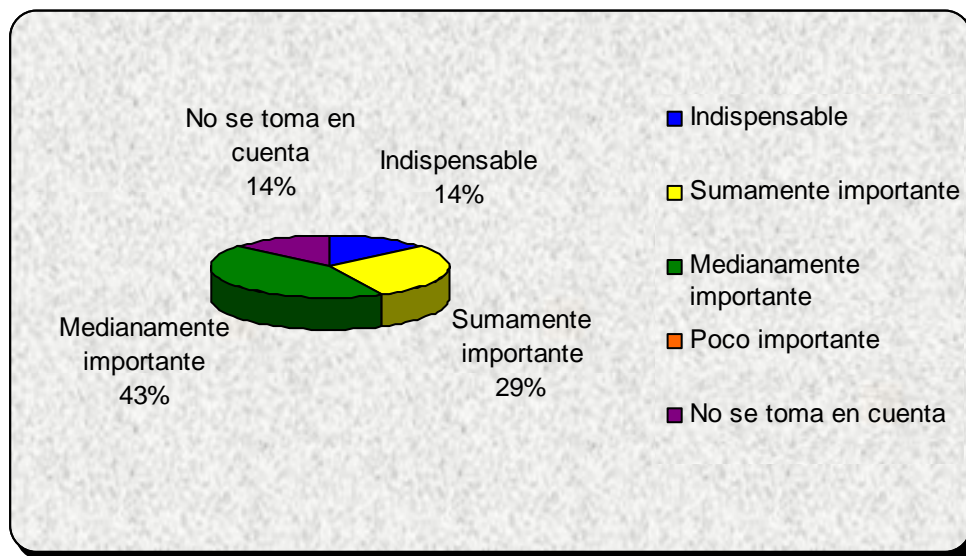
En esta respuesta es un punto clave para el proyecto, ya que de un total de 7 encuestados, 5 respondieron que esto es algo indispensable para seleccionar a un proveedor, ya que esto representa un 72% del total de las respuestas. La empresa Potingo al no contar con ningún certificado de calidad tendría que pensar en implementar planes de calidad en toda la empresa.



TABLA 10
C. OPCIONES DE CRÉDITO

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	1	14%
Sumamente importante	2	29%
Medianamente importante	3	43%
Poco importante	0	0%
No se toma en cuenta	1	14%
Total	7	100%

FIGURA 11
C. OPCIONES DE CRÉDITO



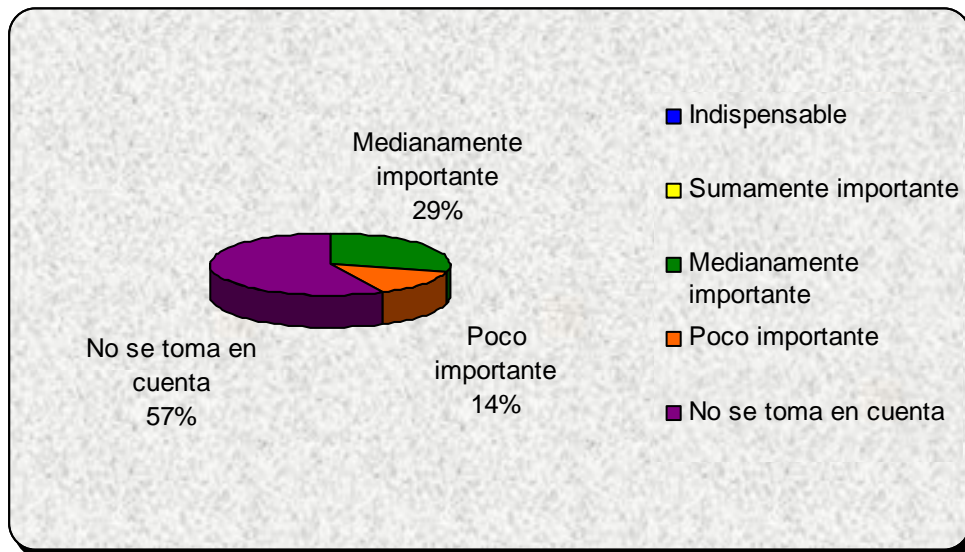
En cuanto a las opciones de crédito un 43% respondió que las opciones de crédito son algo medianamente importante, ya que la mayoría de los proveedores manejan un estándar de días de crédito, esto se comprobó en la pregunta 10 que se muestra.



TABLA 11
D. PRECIO

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	0	0%
Sumamente importante	0	0%
Medianamente importante	2	29%
Poco importante	1	14%
No se toma en cuenta	4	57%
Total	7	100%

FIGURA 12
D. PRECIO

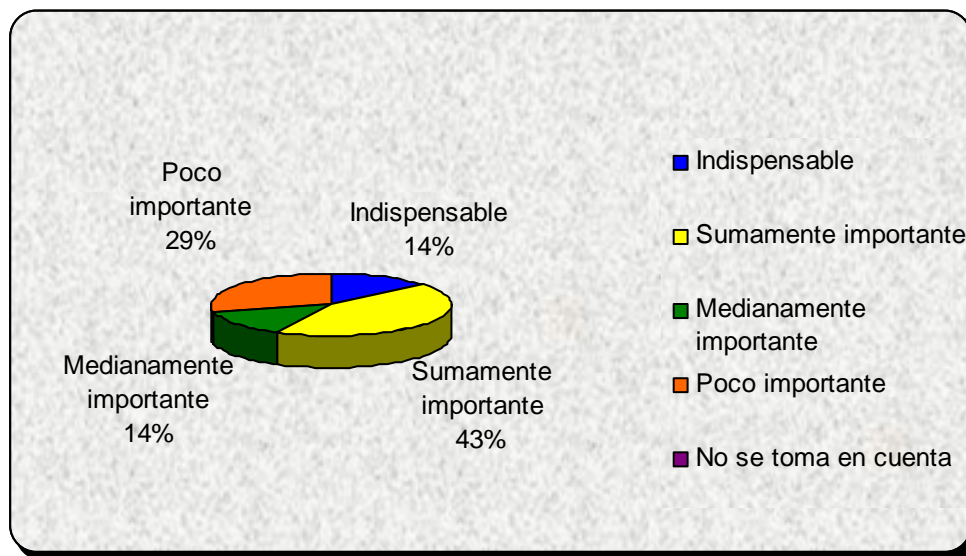


Un total de 57% manifestó que el precio es algo que no se toma en cuenta y esto es por que el precio se rige semanalmente en una publicación de la Corporación Bananera Nacional como se hizo mención en la pregunta 6 de este cuestionario.

TABLA 12
E. ENTREGA A TIEMPO

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	1	14%
Sumamente importante	3	43%
Medianamente importante	1	14%
Poco importante	2	29%
No se toma en cuenta	0	0%
Total	7	100%

FIGURA 13
E. ENTREGA A TIEMPO



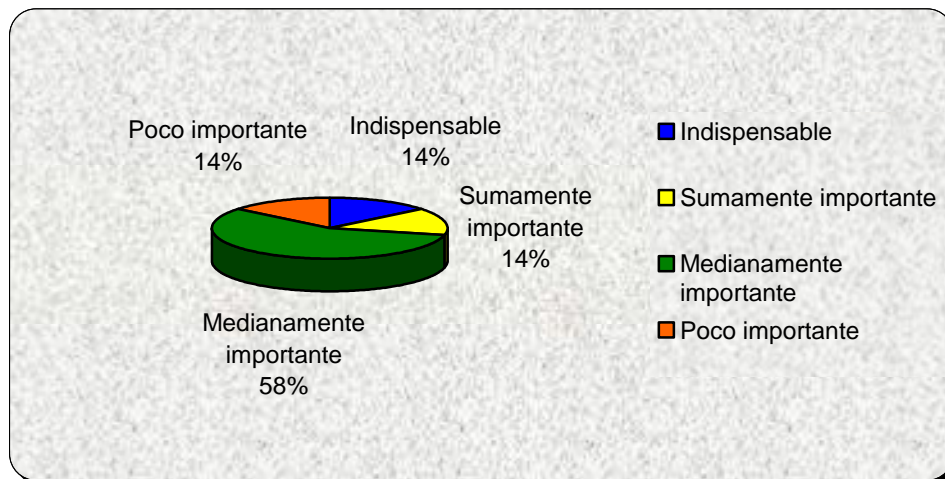
En esta pregunta 3 distribuidores indicaron que la entrega a tiempo es algo sumamente importante, ya que en ocasiones sus bodegas se quedan sin productos para vender a sus clientes y esto les resta puntos. Incluso ellos para no quedarse sin producto optan por comprar fruta a sus mismos competidores para no negarlo a los clientes en sus establecimientos.

PREGUNTA 9. ¿CUÁLES SON LOS ATRIBUTOS QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTES DEL PLÁTANO?

TABLA 13
A. PRESENTACIÓN

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	1	14%
Sumamente importante	1	14%
Medianamente importante	4	58%
Poco importante	1	14%
Total	7	100%

FIGURA 14
A. PRESENTACIÓN

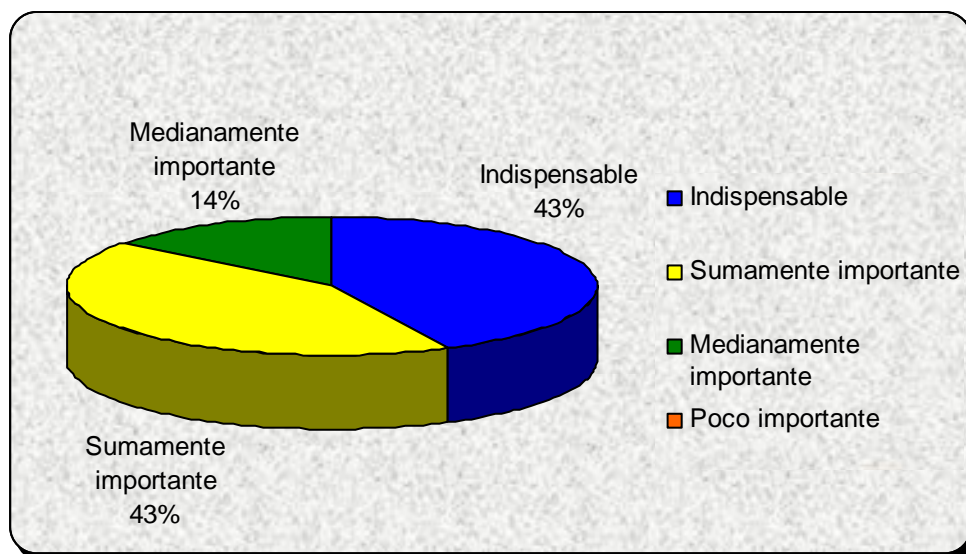


Esto es algo medianamente importante, ya que manifestaron que por lo regular todas las empresas que exportan frutas, tratan de tener calidad en sus productos esto con el fin de que adquirir y ganar más clientes dentro de este rubro.

TABLA 14
B. MADURACIÓN

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	3	43%
Sumamente importante	3	43%
Medianamente importante	1	14%
Poco importante	0	0%
Total	7	100%

FIGURA 15
B. MADURACIÓN

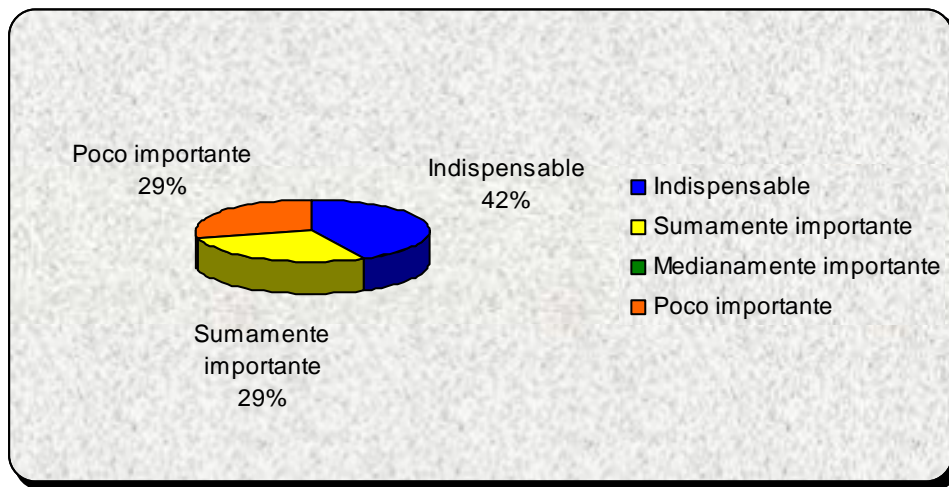


En esta pregunta se dividió el porcentaje en un 43% para cada uno, pero todo concuerda que se inclinó a favor de que la fruta obtenga una buena maduración, ya que si se pasara el gramaje de carburo para la maduración, la fruta puede adquirir un color negruzco para la venta al consumidor final.

TABLA 15
C. TAMAÑO DE LA FRUTA

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	3	42%
Sumamente importante	2	29%
Medianamente importante	0	0%
Poco importante	2	29%
Total	7	100%

FIGURA 16
C. TAMAÑO DE LA FRUTA



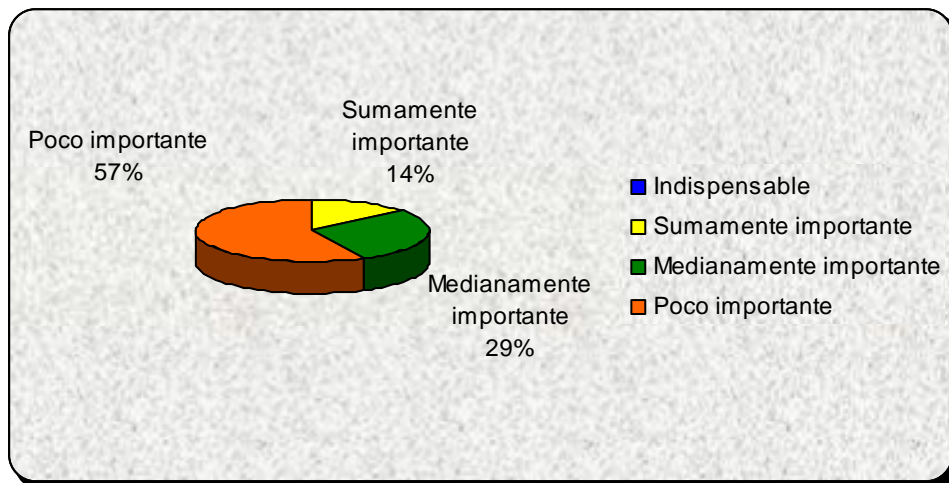
Un 42% respondió que es indispensable el tamaño de la fruta, aunque de alguna forma el tamaño la rige el estado norteamericano a través de las reglas de aceptación de frutas extranjeras, ya que si el producto no cumple con los requisitos establecidos, simplemente no puede entrar a este mercado.



TABLA 16
D. COLOR DE LA FRUTA

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Indispensable	0	0%
Sumamente importante	1	14%
Medianamente importante	2	29%
Poco importante	4	57%
Total	7	100%

FIGURA 17
D. COLOR DE LA FRUTA

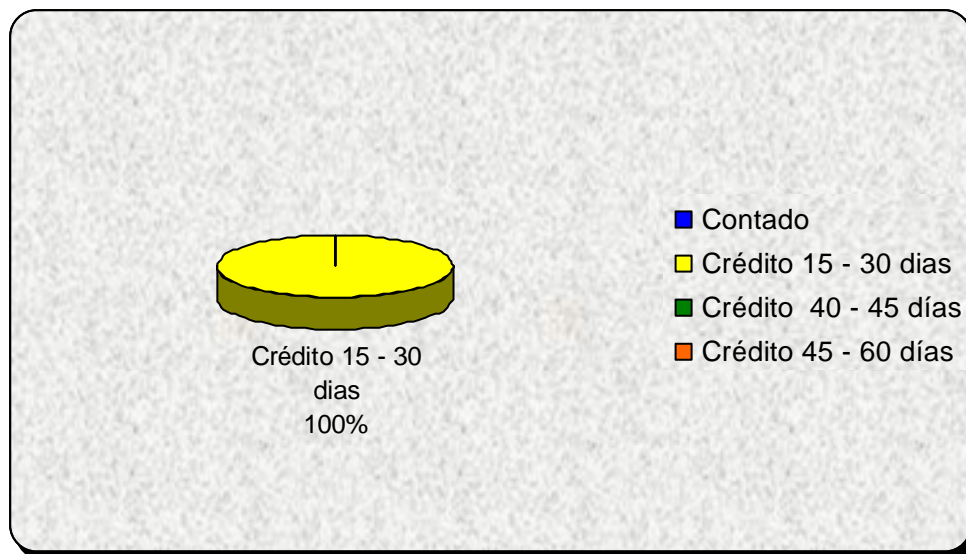


Esto es algo poco importante, ya que sería una pregunta repetitiva por que en el momento en que la fruta adquiere una buena maduración, automáticamente el color tiene un buen aspecto, esto es un indicador de buena maduración.

TABLA 17
PREGUNTA 10. ¿CUÁL ES LA FORMA DE PAGO QUE DESEARÍAN EMPLEAR?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Contado	0	0%
Crédito de 15 - 30 días	7	100%
Crédito de 40 - 45 días	0	0%
Crédito de 45 - 60 días	0	0%
Total	7	100%

FIGURA 18
FORMA DE PAGO QUE DESEARÍAN EMPLEAR



En esta pregunta se corroboró lo de los días de crédito y se comprobó que un total del 100% manejan el crédito de 15 a 30 días, cabe mencionar que de este total todos los distribuidores encuestados revelaron que el crédito que suelen manejar es de 15 días, esto se lleva a cabo de esta manera por que las frutas son productos perecederos y tienen un límite de días para que se pueda vender en buenas condiciones.