

Acordi

Informe final estudio de mercado -Carne de Cordero- Acordi

Preparado para:



UNIÓN EUROPEA



Asociación de Organizaciones
de Los Cuchumatanes

Proyecto de Fortalecimiento Empresarial y
Comercial de pequeñas organizaciones de
productores de la Sierra de Los Cuchumatanes,
Sierra de las Minas y Bocas del Pochic



Contenido

Capítulo I Antecedentes	3
Introducción	3
Justificación	3
Localización y objetivos	3
Localización	3
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos.....	4
Capítulo II Actividades y Metodología.....	4
Descripción de las actividades realizadas	4
Diseño y Metodología utilizada.....	5
Grupo objetivo sujeto de estudio	5
Selección muestral	6
Instrumentos de recopilación.....	7
Levantamiento de información:	7
Procesamiento de información:	7
Capítulo III Análisis previo sobre la oferta	8
Antecedentes sobre el estudio de la oferta (análisis realizado por Dimerc Group)	8
Conclusiones sobre el análisis de la oferta	9
Capítulo IV Resultados del estudio	10
Análisis y discusión de los resultados:	10
Descripción de la muestra	10
El mercado de la carne de cordero	13
Descripción del consumo de la carne de cordero en el establecimiento	18
Satisfacción actual y disposición al cambio de proveedor	21
Evaluación de concepto “Proveedor ACORDI”	23
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	27
Análisis DAFO ACORDI.....	27
Conclusiones	28
Recomendaciones	30
Lecciones aprendidas	32
Capítulo VI Anexos	34
Cronograma de actividades.....	34
Instrumentos de recopilación utilizados	34
Base de datos – Clientes potenciales.....	39

Cápítulo I Antecedentes

Introducción

Uno de los fines de asociaciones comunitarias o cooperativas, es buscar proyectos o actividades que sean para el beneficio de sus miembros, cuando se busca colocar productos o servicios, se debe hacer frente a un entorno muy competitivo. Pocas asociaciones o cooperativas logran contar con información del mercado, que permita tanto adaptar la oferta para tener mejor éxito como tomar las mejores decisiones de comercialización. ACORDI, cuenta con el beneficio de recibir apoyo de ASOCUCH a través del proyecto de apoyo de la Unión Europea. Este apoyo contempla precisamente brindar de herramientas e información de gran valor para su desarrollo y crecimiento. El presente estudio de mercado se realizó para cumplir con los objetivos de expuestos por ASOCUCH en beneficio de las comunidades y su fortalecimiento.

Justificación

Una de las formas más eficientes de cumplir con objetivos son los estudios de investigación de mercados, que son una herramienta imprescindible para contar con la información de primera mano de los consumidores o demandantes de productos y servicios. En el presente caso específico de estudio, la investigación se encaminó a encontrar respuesta a las variables más importantes de oferta y demanda de la cadena priorizada de interés: el qué, cómo, cuánto, cada cuánto, dónde, a quiénes, formas y razonamientos de apoyo. Adicionalmente a lo anterior una evaluación teórica de la aceptación de ACORDI por parte del grupo objetivo investigado como un probable proveedor. Lo anterior será fundamental para una evaluación interna de ACORDI sobre el cumplimiento o ausencia de dichos factores, así como crear los planes de acción que consideren para estar a un nivel competitivo ante los clientes potenciales.

Localización y objetivos

Localización

ACORDI, se encuentra ubicada en Cantón San Nicolás, aldea La Capellanía, Chiantla, Huehuetenango, el presente informe detalla la información recabada en el área de influencia determinada de acuerdo al primer análisis presentado por DIMERC GROUP y discutido con

ASOCUCH, luego de discutirlo se llegó a la conclusión que la localización del estudio sería el área de influencia con mayores posibilidades de que fueran parte de los planes de cobertura de ACORDI corto o mediano plazo, considerando también que los resultados se convirtieran en posibilidad de negocios para la asociación. La cobertura se resume de la siguiente forma:



Región Centro, Sur Occidente, con énfasis en

Guatemala
Sacatepéquez
Chimaltenango
Sololá
Quetzaltenango



Objetivo general

ASOCUCH definió el objetivo general del estudio de la siguiente forma: Obtener información de mercado que contribuya a identificar nuevas oportunidades para la cadena de carne de cordero producida en Chiantla Huehuetenango.

Objetivos específicos

- Analizar la oferta y la demanda carne de cordero
- Obtener información relevante a cerca de los niveles de precio y calidad en el mercado actual.
- Identificar los principales canales de distribución.
- Identificar potenciales nichos de mercado para los productos priorizados.

Capitulo II Actividades y Metodología

Descripción de las actividades realizadas

Como parte de la consultoría contratada, se realizaron las siguientes actividades:

- Análisis inicial derivado del acercamiento con ASOCUCH, este análisis sirvió además de definir el área y localización de los estudios, a definir el alcance del estudio en cuanto al grupo objetivo y composición muestral.

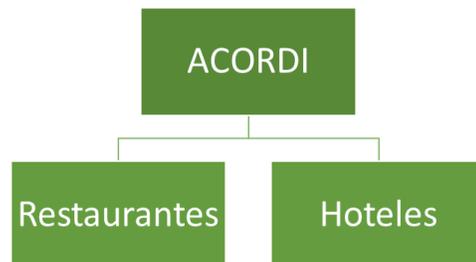
- Elaboración de cronograma de actividades y planes de trabajo.
- Definición de las variables de análisis a incluir en los instrumentos de recopilación.
- Elaboración de los instrumentos de recopilación.
- Levantamiento de información.
- Procesamiento de Información.
- Análisis de información.

Diseño y Metodología utilizada

El presente estudio utiliza un diseño descriptivo concluyente, no utilizando ningún marco de comparación, ni con procesos originales, teóricos o esperados.

Grupo objetivo sujeto de estudio

Luego del análisis inicial y discusión con personeros de ASOCUCH, se define los siguientes grupos para el presente estudio:



La definición del grupo objetivo se concluyó tomando en cuenta el rol que pretende cumplir ACORDI y su deseo de colocar su producción de con mayor rentabilidad, lograr aumentar las ventas, así como la mayor probabilidad de alcance comercializador. ACORDI tendrá mayor potencial y alcance vendiendo principalmente a intermediarios: Restaurantes y Hoteles con Restaurantes, que venden platillos utilizando las diferentes carnes ya cocinada y preparadas para su venta. Con lo anterior se entenderá de una mejor forma la demanda.

Selección muestral

Luego del análisis inicial y discusión con personeros de ASOCUCH, se definió y la siguiente muestra por cada uno de los sujetos:

Muestra cadena Cordero	TOTAL
Restaurantes	75
Hoteles-Restaurantes	50
Total	125

Tomando en cuenta que el análisis es focalizado, la muestra no debe ser representativa a nivel nacional ya que lo más importante es la certeza que pueden arrojar los datos recabados, para establecer el error muestral de nuestro estudio, utilizaremos la siguiente fórmula: “fórmula de margen de error para universos finitos”:

$$\sqrt{\frac{p \cdot q}{n}} \times \sqrt{\frac{\text{Universo} - n}{\text{Universo}}}$$

Donde:
p q= porcentajes de ocurrencia del suceso
n=muestra

Con la anterior fórmula y conociendo nuestro universo /¹ obtenemos el siguiente error muestral:

Muestra cadena Cordero	TOTAL	Error +/-
Restaurantes	75	5.6%
Hoteles-Restaurantes	50	6.9%
Total	125	4.3%

Luego de determinar el tamaño de la muestra, con un aceptable en margen de error se procede a distribuirla. La metodología utilizada es la “no probabilística de cuotas”, este método se utiliza para garantizar que la muestra es representativa en características al universo, en este caso se utilizó la variable “departamento”, a continuación se documenta que la muestra tiene similares características del universo.

¹ Fuente del universo: Hoteles, censo de hoteles realizado en 2018 por INGUAT, Restaurantes, censo de establecimientos realizado por Dimerc Group en 2015.

	Total HyR muestra	Universo proporcional
Guatemala (y municipios)	32%	30%
Antigua G. y Chimaltenango	24%	25%
Sololá	20%	22%
Quetzaltenango	24%	23%
Total	100%	100%

Instrumentos de recopilación

Se definieron variables a evaluar propuestas por DIMERC GROUP, estructurando un cuestionario mixto (preguntas cerradas y abiertas) cara-cara, para todos los grupos objetivos.

Levantamiento de información:

El levantamiento de información se llevó a cabo por un equipo de trabajo propio de Dimerc Group, compuesto por entrevistadores y supervisores, quienes abordaron de manera aleatoria y natural al sujeto de entrevista, el sujeto de entrevista debía pasar un filtro requerido, en presente estudio debían ser restaurantes formales que sirvieran a la carta. Con una base de datos, para la ciudad capital, se eligieron los restaurantes al azar, complementando con recorridos en las principales zonas de la ciudad, en el interior se realizó el recorrido en las zonas urbanas de interés para hacer un abordaje al azar natural. El equipo de trabajo de Dimerc Group fue capacitado en el manejo de los cuestionarios. DIMERC brindó a ASOCUCH el plan de campo para que pudiera acudir a observar el levantamiento en caso así lo deseara.

Procesamiento de información:

El procesamiento de información se llevó a cabo en oficinas de Dimerc Group por un equipo de trabajo propio, especializado en el manejo de datos y programas de computación. Cada una de las entrevistas fueron sujetas de revisión y crítica para garantizar que las entrevistas estaban debidamente diligenciadas. Las preguntas cerradas fueron grabadas en programas propios especializados, mientras que las preguntas abiertas fueron codificadas para asignarles un valor numérico correspondiente. Para finalizar se utilizó SPSS para procesamiento, generando reportes tabulares estadísticos para su respectivo análisis.

Cápítulo III Análisis previo sobre la oferta

Antecedentes sobre el estudio de la oferta (análisis realizado por Dimerc Group)

Actualmente ACORDI recibe apoyo de ASOCUCH derivado del convenio de cooperación con la Unión Europea del Proyecto de Fortalecimiento Empresarial y Comercial, ASOCUCH atinadamente encamina esfuerzos en dicho fortalecimiento y ve la necesidad de realizar estudios de mercado, los cuales tienen como objetivo obtener información que contribuya a identificar nuevas oportunidades de negocio para las cadenas priorizadas de interés, entre las cuales está la carne de cordero que es producida en Chiantla Huehuetenango. A lo anterior hay que agregar el deseo primordial de que la identificación de nuevas oportunidades sea realista y tangible para poderlas transformar en oportunidades aprovechables a un corto plazo en base a las capacidades y alcances de cada asociación que se está apoyando, incluso teniendo la expectativa de que pueda del mismo estudio posibilidades de negocios reales.

ACORDI, se fundó en 1998 cuenta con 25 a 40 asociados aunque este número es variable y ha llegado a 100 miembros por temporada.

Actualmente se atiende a pequeños nichos de compradores en la cabecera de Huehuetenango, algunos restaurantes y ventas en el mercado, cuentan con un principal cliente en el departamento de Guatemala que es un restaurante que compra habitualmente. Otro grupo atendido actualmente son consumidores finales que se han contactado para compra directa, pero son muy pocos debido al precio del producto, que, aunque es de mayor calidad, compite con carne de cordero que se vende en la localidad que es barata, aunque de menor calidad..

En ingresos, ACORDI reporta ventas documentadas anuales de cerca de los Q260,000.00 quetzales, esto para el año de 2018 (datos proporcionados por ASOCUCH). Actualmente ACORDI cumple el rol de “acopiador comercializador”: se dedica a comprar animales para su destace y venta, se cuenta con un rastro en donde se hace el destace en los respectivos cortes para la venta. En lo referente a estructura de comercialización, no se cuenta con una estructura dedicada a ello, lo cual se hace a través de contactos espontáneos o cultura de venta local.

Para entrega de producto según describen los personeros de ACORDI, se compra el producto a los criadores quienes entregan “en pie” para que se revenda. Al comprarlo se procede a su proceso (destace de acuerdo con los cortes deseados o la forma en que se vaya a vender). En lo que respecta a empaque, el producto se envía o se entrega en bolsas plásticas, ya se contaba con una empacadora al vacío, sin embargo, esta ha dejado de funcionar, según les han informado puede ser por la altura, por lo anterior. Adicionalmente a lo anterior, no se está etiquetando el producto ya que, aunque cuentan con una etiquetadora, ésta por el momento tampoco se está utilizando.

Conclusiones sobre el análisis de la oferta

- El apoyo de ASOCUCH a ACORDI es de vital importancia y brindará frutos tangibles especialmente para la búsqueda de nuevos clientes para la carne de cordero.
- Debido al giro de ACORDI que es de ente “transformador” y el desarrollo de ganado ovino en el área, se cuenta con la cantidad necesaria de criadores para proveer de producto a ACORDI y expandir su cobertura.
- La oferta anual de carne de cordero en Guatemala, según datos del MAGA del 2017 corresponde a un aproximado de 9,294 cabezas de ganado ovino, de estas un 45% estaría en el departamento de Huehuetenango representando en valor aproximado de Q1,898,383 (valor del criador). ACORDI por su parte documenta unos Q260,000 en ventas para el año 2018.
- ACORDI es un “Acopiador Transformador” sin embargo deberá trabajar en la mejora de tecnificación y cumplimiento de requisitos para poder tener todas las características que le permitan brindar un producto apto para todos los mercados y clientes.
- Actualmente los precios ofrecidos por ACORDI parecen estar en los promedios que se manejan en el mercado sin embargo deberá tomar en cuenta la necesidad de irse acoplando a los precios esperados por los nuevos clientes, especialmente al inicio para poderse dar a conocer y que puedan comprobar que el producto vale lo que cuesta.
- ACORDI no cuenta con estructura virtual (medios digitales), estructura física (personal para comercialización) ni planes comerciales que permitan no sólo la búsqueda de clientes, sino la atención a los mismos.

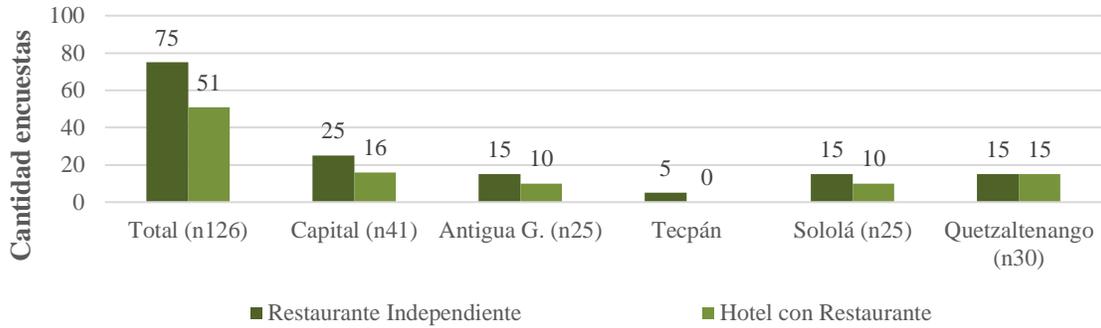
Capítulo IV Resultados del estudio

Análisis y discusión de los resultados:

Descripción de la muestra

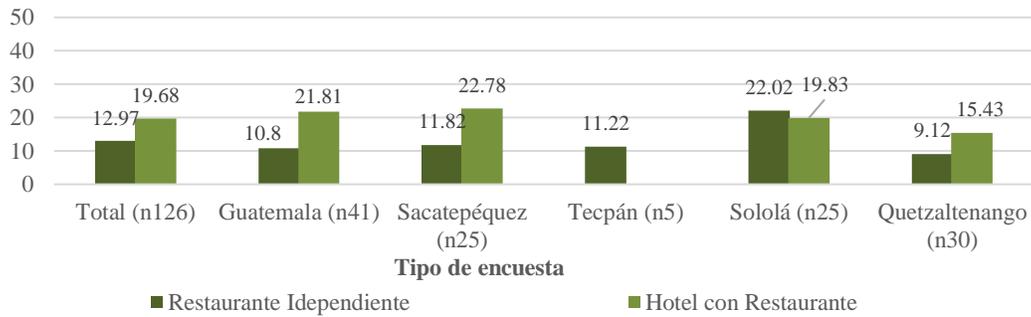
La muestra final estuvo compuesta por 126 casos, siendo 75 Restaurantes independientes, 51 Hoteles-Restaurantes. De los Restaurantes, la tercera parte fue entrevistada en la capital (25), en otros puntos en iguales proporciones (15) en la Antigua Guatemala, Sololá y Quetzaltenango, finalizando con 5 entrevistas en Chimaltenango específicamente en Tecpán. Los Hoteles-Restaurantes se realizaron 15 en la capital y 15 en Quetzaltenango, mientras que en Antigua Guatemala y Quetzaltenango 10 por lugar. Los Restaurantes independientes entrevistados, en promedio tienen 13 años de funcionamiento a nivel total, siendo los más recientes los establecimientos encuestados de Quetzaltenango quienes manifestaron tener 9 años de funcionamiento en promedio. Los Hoteles-Restaurantes cuentan a nivel total con un promedio de 20 años de funcionamiento siendo levemente más antiguos en Antigua Guatemala con 23 años en promedio y más recientes en Quetzaltenango con 15 años (Ver gráfica No. 1 y 2). En cuanto a tiempos de comida, la totalidad de Restaurantes sirven almuerzos y casi la totalidad sirve cenas, mientras que refacción entre 6 y 7 de cada 10 encuestados sin mayor diferencia por lugar. En cuanto a “Desayunos”, se sirven más en Tecpán y Sololá donde entre ocho y nueve de cada 10 Restaurantes y Hoteles-Restaurantes los sirven mientras que en la capital y Antigua Guatemala solo 6 de 10 los sirven (Ver gráfica No.4)

Gráfica No. 1 Descripción de la muestra
Cantidad de encuestas por grupo objetivo y región



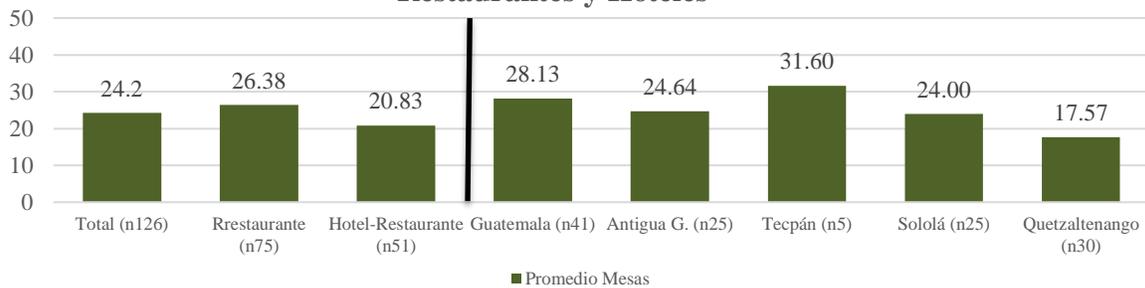
Ref: Cuadro No. 1 de las tabulaciones

Gráfica No. 2 Descripción de la muestra
Tiempo de funcionamiento (promedio en años) por grupo objetivo y región



Ref: Pregunta 1, Cuadro No. 4 de las tabulaciones

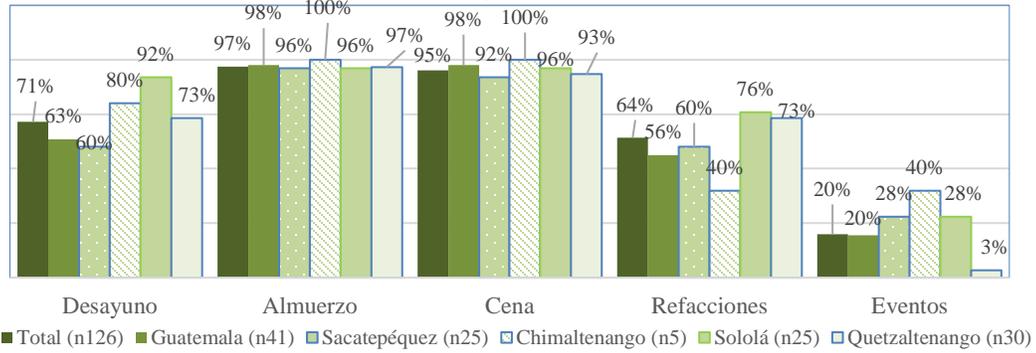
Gráfica No. 3 Mesas para atención
Restaurantes y Hoteles



Ref: Pregunta 2, Cuadro No. 5 de las tabulaciones

Gráfica No. 4

**Tiempos de comida que sirve
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes**



Ref: Pregunta 3, Cuadro No. 6 de las tabulaciones

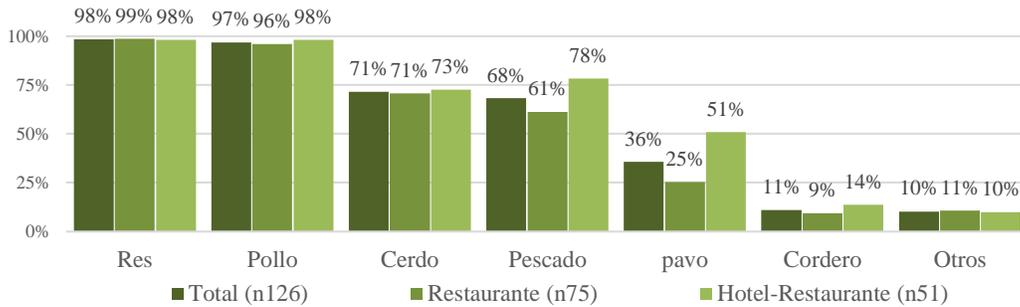
El mercado de la carne de cordero

Según datos de MAGA para 2017 existían aproximadamente 9,294 cabezas de ganado ovino para destace, de estas el 45% (4,182) están en el departamento de Huehuetenango, siendo el departamento más fuerte en la crianza de este tipo de ganado. Según datos de la FAO se estima que a nivel global el consumo de crezca 1.3% anual y se proyecta que para 2022 pueda llegar a un consumo del 5%. Para Guatemala el panorama es más conservador, a pesar de que no existe datos tan exactos sobre consumo de carne ovina, según el “taller sobre el consumo cárnico en Centroamérica realizado en Cuba en 2008”, para la primera década del presente siglo, se estimaba que sólo un 0.5% de población consume esta carne sin tener una estimación de la cantidad anual ya que su consumo es muy esporádico. Al momento de ejecutar el presente estudio, se hizo un pequeño sondeo piloto con amas de casa de todos los niveles socioeconómicos en la capital (n20), resultando que no hay preparación de esta carne en el hogar y las pocas veces que lo han consumido ha sido en algún restaurante.

En lo que a inclusión de carnes se refiere, en Restaurantes y Hoteles-Restaurantes entrevistados, la carne que principalmente se incluye en los menús de estos establecimientos la de res y pollo, la totalidad de establecimientos sirven platillos con estos tipos de carnes, cerdo y pescado son los otros tipos importantes, siete de cada diez establecimientos mencionan incluirlos dentro de sus opciones, el pavo que es otra opción para incluir, fue mencionado por una tercera parte del total de establecimientos y principalmente la incluyen los Hoteles-Restaurantes, en donde es mencionada por la mitad de estos. En cuanto a la carne de cordero, una décima parte del total de entrevistados manifestó incluirla actualmente dentro del menú, aumentando levemente en Hoteles-Restaurantes en donde sube a 14% (ver gráfica No.5), regionalmente es en el departamento de Guatemala en donde más se incluye la carne de cordero, lo que representaría un mejor mercado ya que el 20% manifiesta que sí la incluye. Al consultar a los establecimientos abordados que actualmente no incluyen la carne de cordero, sobre si anteriormente la habían incluido, un 8% manifestó que con anterioridad sí había incluido (ver gráfica No.6), esto al igual que el consumo actual de carne de cordero se refleja más en el departamento de Guatemala donde un 17% manifestó que con anterioridad la había incluido en el menú (ver gráfica No.7).

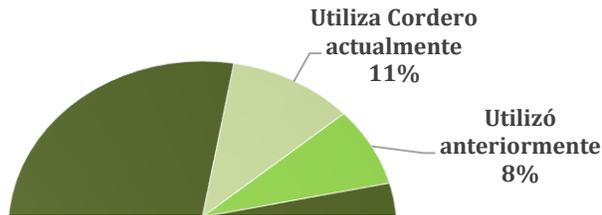
Los datos anteriores confirmarían que la carne de cordero ha llegado sólo a una quinta parte de establecimientos y donde más ha tenido inclusión ha sido en el departamento de Guatemala, en donde un 37% en total incluye o ha incluido la carne de cordero dentro de sus menús (ver gráfica No. 7).

Gráfica No. 5 Tipo de Carne utilizada en el menú Restaurantes y Hoteles-Restaurantes

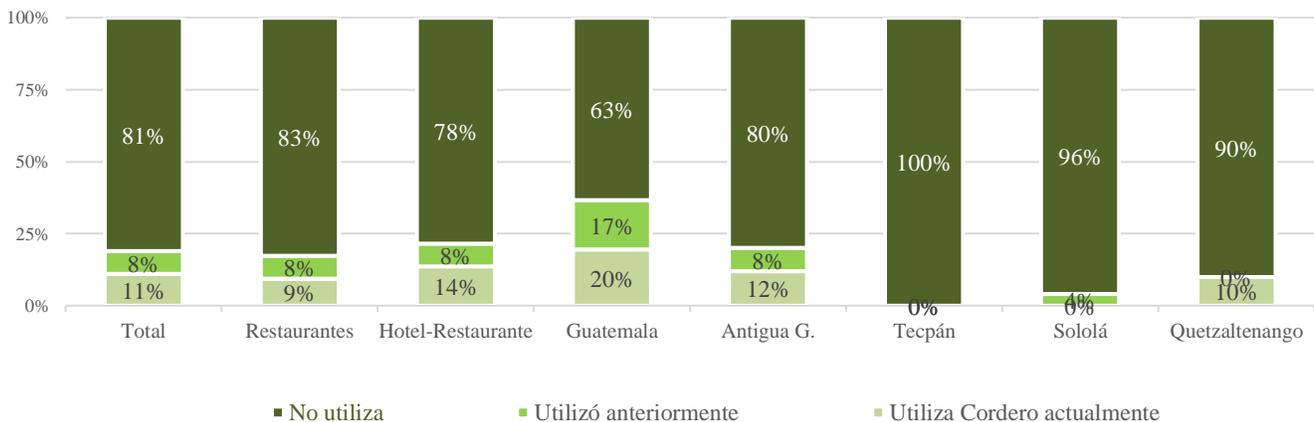


Ref: Pregunta 5. Cuadro No. 8 de las tabulaciones

Gráfica No. 6 Alcance del consumo de carne de Cordero Total Restaurantes y Hoteles-Restaurantes

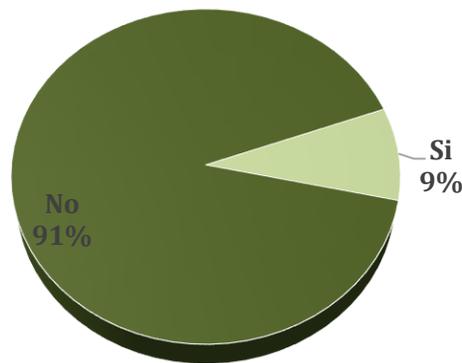


Gráfica No. 7 Alcance del consumo de carne de Cordero Total, por segmento y lugar



Del total de establecimientos que no incluyen actualmente carne de cordero, un 9% ya no lo hacen, manifiestan principalmente que ya no la incluyen porque a “sus clientes no les gusta o no lo piden”, mientras que quienes no la han incluido nunca, manifiestan que “se especializan en otros platillos” y que consideran que “no tiene demanda” (ver cuadro No. 1).

**Gráfica No. 8 Ha incluido Carne de cordero anteriormente
Total Restaurantes y Hoteles-Restaurantes**



**Cuadro No. 1
Razonamiento a no inclusión de Carne de cordero**

Porqué dejó de incluir cordero en el menú	Total	Porqué nunca ha incluido cordero en su menú	Total
Ya no lo solicitan los clientes/no lo piden/no le gustan	60%	Su especialidad son otros/carnes/platillos	33%
Era de Nueva Zelanda, ya no hay	10%	No es vendible/no hay demanda	28%
Calidad no es tan suave	10%	Precio alto/muy costosa	17%
Cuesta conseguir	10%	Por razones internas/decisiones del dueño	13%
No tiene proveedor	10%		
Chuleta muy cara	10%		
Solo lo solicitan clientes/eventos	10%		
BASE	10		102

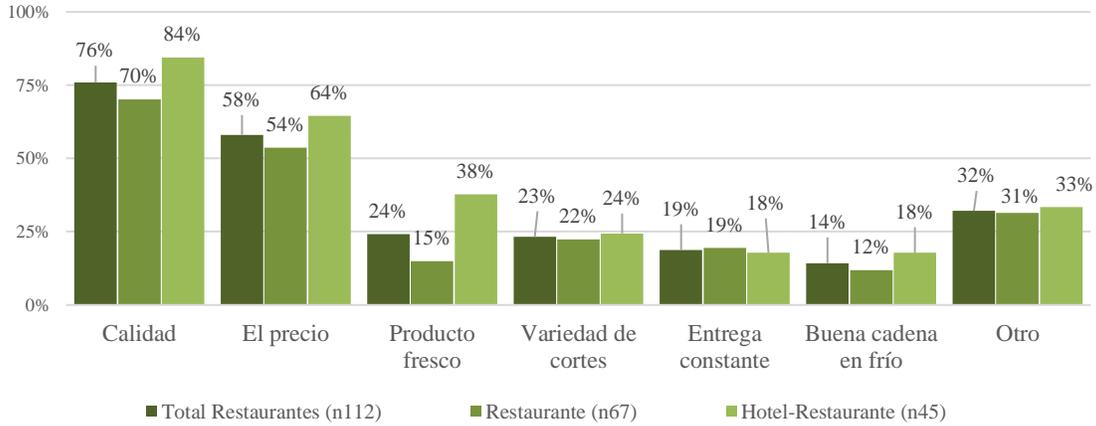
Para los establecimientos que no incluyen carne de cordero, existe un buen concepto de la carne, no habiendo aspectos negativos de peso sobre un rechazo, pensando que es “deliciosa”, “suave” y “diferente” como principales conceptos sobre la carne de cordero. Es importante resaltar

que aunque no hay aspectos negativos, un 41% manifestó que no sabía por lo que no respondió la pregunta, por lo que indica un desconocimiento sobre la carne de cordero, “precio” es el principal aspecto que los entrevistados mencionan como aspecto negativo (ver cuadro No. 2). Para poder incluirla en el menú la carne de cordero deberá tener “calidad” y “buen precio” como principales atributos de entrada complementando estos atributos hay otros que también son importantes a tomar en cuenta: “producto fresco”, “variedad de cortes” y “entrega constante” (ver gráfica No. 9). El precio asignado como “percepción” o lo que se imagina que cuesta una libra de carne de cordero está alrededor de los Q50 (ver gráfica No.9). Para estos establecimientos entre los principales aspectos que un proveedor de carne de cordero debería ofrecer están (en orden de cantidad de menciones) “calidad”, “precios bajos”, “degustaciones”, “frescura”, “variedad de cortes” y “puntualidad de entrega” (ver cuadro No.3).

Cuadro No. 2			
Concepto que tienen de la carne de cordero (Quienes no incluyen actualmente carne de cordero)			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
POSITIVOS			
Es buena/es rica/deliciosa	21%	24%	16%
Es suave/blanda/delicada	13%	12%	16%
No es comida como carnes rojas/es comida diferente	8%	7%	9%
Fácil de utilizar/fácil de preparar/fácil cocinar	5%	6%	4%
Alta calidad/calidad	3%	1%	4%
Sabor fuerte	2%	3%	0%
Nutritiva/vitaminada	2%	0%	4%
Muy importante la carne en el menú	2%	1%	2%
No es dañina/no es tóxica	2%	1%	2%
NEGATIVOS			
Alto precio/costo alto/costo elevado	6%	4%	9%
Olor desagradable/desagradable	3%	0%	7%
Difícil de preparar/tiene que saber preparar	3%	1%	4%
Difícil de conseguir/es exclusiva	3%	4%	0%
Es difícil la aprobación de los menús	2%	1%	2%
Muy Jugosa	2%	3%	0%
No es fresca	2%	1%	2%
Otros	17%	21%	11%
No responde/No sabe	41%	42%	40%
BASE	112	67	45

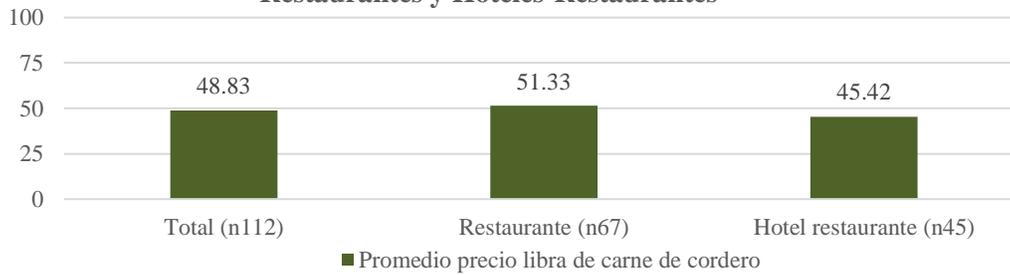
Ref: Pregunta 27, Cuadro No. 34 de las tabulaciones

**Gráfica No. 9 Qué características tendría que tener la carne de cordero para que usted la incluya dentro del menú?
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes**



Ref: Pregunta 26, Cuadro No. 34 de las tabulaciones

**Gráfica No. 10 Precio estimado de libra carne de cordero
Quienes no incluyen (Promedio)
Restaurantes y Hoteles-Restaurantes**



Ref: Pregunta 28, Cuadro No. 36 de las tabulaciones

Cuadro No. 3			
Aspectos que le gustaría de un proveedor de Carne de Cordero			
Quienes no incluyen Carne de Cordero			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Calidad/alta calidad	58%	60%	56%
Precios bajos/precios cómodos	42%	43%	40%
Degustaciones/muestras	15%	16%	13%
Producto fresco	13%	12%	13%
Variedad de cortes/catálogo de cortes	11%	13%	7%
Puntualidad de entrega	10%	7%	13%
Registro sanitario/Certificaciones	7%	7%	7%
Créditos/facilidades de pago	7%	4%	11%
Existencia de producto/disponibilidad del producto	5%	4%	7%
Visitas frecuentes/visitas una vez a la semana	5%	4%	7%
Tamaño de la carne	4%	4%	4%
Higiene	4%	4%	4%
Cumplimiento en cuanto cantidad	4%	3%	4%
Amables/buen servicio/servicio al cliente	4%	3%	4%
Suavidad/no dura/no vieja	4%	6%	0%
A domicilio	4%	3%	4%
Vender cantidades mínimas	3%	3%	2%
Buen sabor	3%	1%	4%
Recetas/enseñen a preparar	3%	3%	2%
Como los alimentan/como los crían	2%	3%	0%
No pellejo/no merma	2%	3%	0%
No muy grasosa/no muy gordo	2%	3%	0%
Cadena en frío	2%	1%	2%
Otros	19%	19%	18%
No responde	3%	4%	0%
BASE	112	67	45

Ref: Pregunta 29, Cuadro No. 37 de las tabulaciones

Descripción del consumo de la carne de cordero en el establecimiento

Según ACORDI, los cortes que se realizan al cordero para su venta son “Chuleta de pierna”, “Chuleta de cuello”, “Costilla French”, “Racks”, “Embutidos” y “Cordero entero”. En los establecimientos donde actualmente se incluye la carne de cordero, lo que más consume es “costilla sin especificar” (50%) , Chuleta (36%) y “pierna” (21%) ver cuadro No. 4.

De los establecimientos que incluyen la carne de cordero la mayoría (10 de 14) manifiestan que la ha empezaron a incluir en el último año lo que indica un tiempo reciente. En lo referente a cantidad de consumo, aunque la mitad no quiso responder por razones de confidencialidad, la mitad de entrevistados manifestó consumir menos de 50 libras cada vez que compra, lo más común es que se compre “semanal” o “quincenal”, los establecimientos, realizan el pedido y se llegan a dejar a sus negocios. Existen varias empresas que distribuyen este tipo de carne y no hay una empresa dominante, también es importante resaltar para beneficio de ACORDI es que son intermediarias y solo una persona mencionó una finca en Taxisco lo que abre la posibilidad de competir de una buena forma al ser más directos. Actualmente se están pagando precios de Q40 por Chuleta y Q110 por costilla. El producto es recibido principalmente en empaque “al vacío” (9 de 14 así lo manifiestan) y la mitad de entrevistados que consumen cordero manifiestan comprar “congelado” (ver cuadro No.5).

Cuadro No. 4 Cortes que utiliza en el menú Cordero Restaurantes y Hoteles-Restaurantes			
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Costilla	50%	43%	57%
Chuleta	36%	14%	57%
Pierna	21%	14%	29%
Lomo	14%	0%	29%
Rack	14%	0%	29%
Cuello	7%	0%	14%
Entraña	7%	0%	14%
Pinchos	7%	14%	0%
Posta sin hueso	7%	14%	0%
Cordero entero	7%	14%	0%
BASE	14	7	7

Ref: Pregunta 5, Cuadro No. 9 de las tabulaciones

Cuadro No. 5					
Descripción de Compra Carne de Cordero					
Hace cuanto usa cordero	Fre- cuencia	Cada cuanto compra cordero	Fre- cuencia	Donde compra	Fre- cuencia
6 meses o menos	3	7 días o menos	4	Importada de México	1
6 meses a 1 año	7	15 días	3	Servirestaurantes	1
más de 1 año	2	30 días	2	Grupo Campeón	1
No responde	2	Más de 30 días	3	Rancho Taxisco	1
		No responde	2	Belica	1
				No responde	9
Cuántas libras compra cuando compra	Precio pagado		Forma de entrega		
20 libras o menos	3	Chuleta	Q40	Usted va a comprarla	2
30-50 libras	3	Costilla	Q110	Hace pedido y se la envían	13
Hasta 150 libras	1	Completo	Q1200		
No responde	7				
Tipo de empaque que recibe	El empaque cumple expectativas				
Al vacío	6	Si	13		
Congelada al vacío	3	No	1		
Fresca en bolsa	1				
Congelada en bolsa	2				
Congelada en caja	1				
En pie	1				
base	14		14		14

Ref: Pregunta 6,7,8,9,10,11,12,16,17 Cuadros No. 11-24 de las tabulaciones

Los establecimientos que ya incluyen la carne de cordero también mencionan que la incluyen por diversas razones, la mitad de ellos menciona que es “porque los clientes la piden” y también “ofrecer variedad en el menú” es otra razón importante. Según los mismos entrevistados, la carne de cordero tiene como beneficios “su sabor diferente”, sus “proteínas y nutrientes” y que es “más saludable” (ver cuadro No.6).

Cuadro No.6			
Razonamiento sobre consumo Carne Cordero			
Razones por las cuáles incluye cordero	Fre- cuencias	Qué beneficios cree que tiene la carne de cordero	Fre- cuencias
Sus clientes la piden	7	Sabor diferente a las demás carnes	4
Variedad en el menú	6	Proteínas/nutrientes	3
Es tradición	2	Es saludable	2
Para ofrecer algo distinto	1	Grasas saludables	2
Por la sociedad embajada Hindú	1	Baja en grasa	1
Tipos de corte	1	No sabe	6
BASE	14		14

Ref: Pregunta 13-14 Cuadros No. 19-20 de las tabulaciones

Satisfacción actual y disposición al cambio de proveedor

Los proveedores actuales de carne de cordero brindan un buen servicio, casi todos los entrevistados manifestaron estar “Satisfechos” o “Muy Satisfecho” (ver cuadro No. 7). No obstante lo anterior, están abiertos a escuchar nuevas ofertas, la mitad de entrevistados manifestó estar dispuesto a cambiar de proveedor (ver cuadro No.8). Entre los aspectos positivos mencionados sobre el proveedor actual (cada entrevistado evaluando a su proveedor), se menciona que “es de calidad” y que “mantienen la existencia de producto” como principales menciones, en contraparte de aspectos negativos, se menciona que “a veces se quedan sin producto” y “tiempo de entrega” (ver cuadro No. 9). Para tomar en cuenta a un nuevo proveedor, lo que piden los establecimientos es: (principales respuestas en orden cantidad de menciones) “buena calidad de producto” (10), “buenos precios” (8), “entregar productos a tiempo” (3), “brindar un buen servicio” (2) y “poder abastecer” (2) ver cuadro No.10.

Cuadro No. 7	
Satisfacción con proveedor actual de Carne de Cordero	
	Total
Muy satisfecho	5
Satisfecho	8
Poco satisfecho	1
Base	14

Ref: Pregunta 15, Cuadro No. 22 de las tabulaciones

Cuadro No. 8 Disposición a cambiar de proveedor	
	Frecuencias
Muy dispuesto	2
Dispuesto	5
Talvez si/Talvez no	3
Poco dispuesto	3
Nada dispuesto	1
Base	14

Ref: Pregunta 21, Cuadro No. 28 de las tabulaciones

Cuadro No.9 Ventajas y Desventajas de proveedor actual de carne de cordero			
Ventajas o beneficios de su proveedor actual	Total	Aspectos o mejoras de su proveedor actual	Total
Calidad/cumple con las normas de calidad	6	A veces se quedan si producto	3
Mantienen existencia siempre/No quedan mal	4	A veces no entregan a tiempo	3
El precio	2	La carne viene con mucha grasa	1
Estándares de inocuidad/Tiene los registros sanitarios	2	Que baje el precio	1
Frescura	2	Ninguna	6
Rapidez en la entrega	2		
Ninguno	1		
Otros	9		

Cuadro No. 10 Aspectos que debería ofrecerle un nuevo proveedor de carne de cordero	
	Frecuencias
Buena calidad	10
Buenos precios	8
Entregar los envíos a tiempo	3
Brindar un buen servicio	2
Poder abastecer	2
Tener todos los permisos	1
Enviar información por correo	1
El cuidado del cordero	1
Registros sanitarios	1
Variedad de cortes	1
Cumpla con todos los estándares	1
Tamaño del producto	1
Formas de pago	1
Productos frescos	1
Muestras de producto	1
Tener crédito	1
BASE	14

Ref: Pregunta 22, Cuadro No. 30 de las tabulaciones

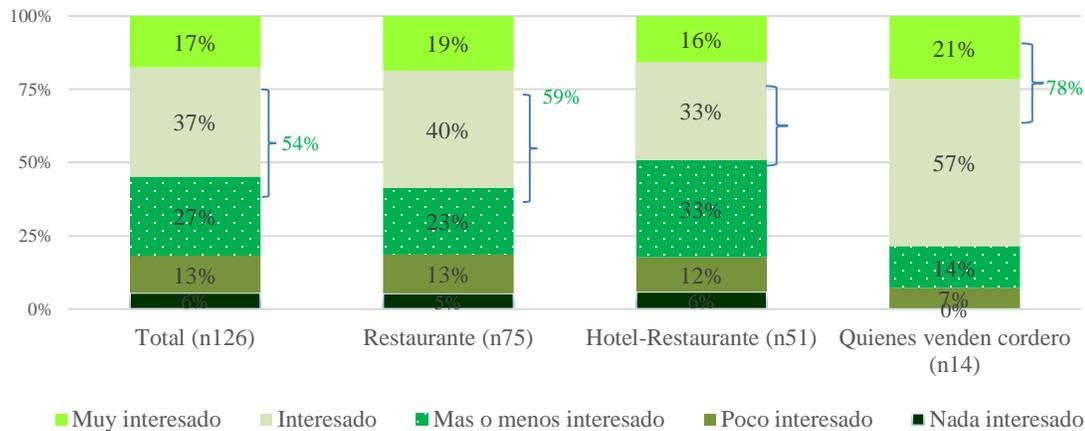
Evaluación de concepto “Proveedor ACORDI”

Se les presentó a los entrevistadores un concepto de proveedor, para que manifestaran su interés:

ACORDI, es una asociación de criadores de Ovinos, ubicada en Chiantla Huehuetenango, la asociación cuenta con un rastro donde se hace el acopio, se destaza, se procesa y se obtienen cortes tipo gourmet como por ejemplo Chuleta de pierna, chuleta de cuello, Costilla french, Rack s y Embutidos como chorizos y longanizas de cordero o venta en canal, aplicando todas las Buenas Prácticas de Manufactura. de igual forma se pueden vender corderos completos. ACORDI cuenta con registro sanitario y se cumplen todos los requisitos de ley. Una característica principal es que se ofrece carne de cordero de animales que no superan los 11 meses de edad que crecen en un proceso de establecido por lo que la carne se caracteriza por tener un sabor especial y alta calidad de los mejores ejemplares de los Cuchumatanes. Actualmente la asociación busca clientes para proveerles de este producto guardando la cadena en frío o en fresco.

Según los entrevistados, a nivel total existe un interés intermedio en escuchar la oferta de ACORDI, la mitad manifestaron positivamente al interés (estarían “interesados” o “muy interesados”) en ACORDI como opción de proveedor, sin mayor diferencia por tipo de establecimiento. Entre quienes ya venden cordero, el interés crece significativamente, 8 de cada 10 manifiesta su interés positivo (ver gráfica No. 11). Quienes no manifestaron un interés positivo manifiestan principalmente que “es algo nuevo y no lo han utilizado”, “las personas no lo conocen/no lo han pedido” y “no conocen específicamente el producto” (ver cuadro No.11). Es importante notar que se enfatiza mucho en desconocimiento y el poco consumo actual de la carne de cordero más que un rechazo sobre ACORDI.

Gráfica No. 11 Cómo definiría su interés en estos productos para incluir en su restaurante? (sin precio)



Ref: Pregunta 32, Cuadro No. 40,54 de las tabulaciones

Cuadro No. 11
Razonamiento para no estar interesado en ACORDI

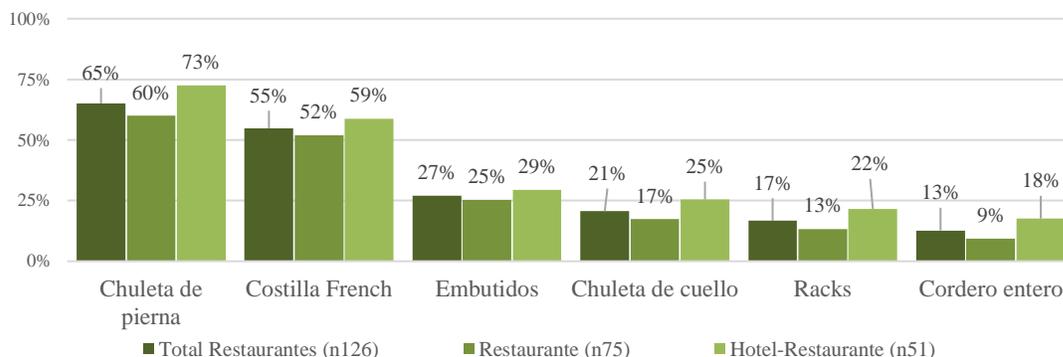
	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Es algo nuevo/no han manejado /no lo han utilizado	26%	19%	35%
Las personas no lo conocen/no lo piden/no se vende/	25%	26%	23%
No conoce la carne/conocer el producto	19%	19%	19%
Debe consultar al gerente/tendría que ver	9%	10%	8%
Precio/muy caro	5%	3%	8%
No es un platillo para vender en el restaurante	4%	3%	4%
Prueba/probarlo/muestra	4%	3%	4%
No creo implementar otro tipo de comida	4%	6%	0%
Debería de tener certificaciones	2%	0%	4%
Proveedores dejan de venir	2%	3%	0%
Solo se utiliza en convivios	2%	0%	4%
Por la calidad del producto	2%	0%	4%
Debe haber un proceso para incluirlo	2%	0%	4%
Sabor tóxico	2%	3%	0%
Proveedores no dan buen precio	2%	3%	0%
No trabaja al horno	2%	3%	0%
No responde	7%	10%	4%
BASE	57	31	26

Ref: Pregunta 31, Cuadro No. 39 de las tabulaciones

ACORDI pone a la disposición 6 productos, los cuales fueron identificados por ASOCUCH como “Chuleta de pierna”, “Chuleta de cuello”, “Costilla French”, “Racks”, “Embutidos” y el “Cordero entero”, de estos productos, Chuleta de pierna fue la que llamó más la atención, causando interés en por lo menos 6 de cada 10 establecimientos entrevistados a nivel total y subiendo a siete de diez en los Hoteles-Restaurantes, el otro producto que causó buen interés fue la “Costilla French”, que interesó por lo menos a la mitad de establecimientos entrevistados (ver gráfica No.11), los otros productos aunque sí interesaron, generaron interés más bajo (una cuarta parte o menos de entrevistados).

Los requerimientos para ser tomado en cuenta a ACORDI como proveedor, son los mismos aspectos a cualquier proveedor que quiera ingresar en estos establecimientos, los primeros atributos de entrada son “calidad del producto” y “entrega rápida” mencionados por la mitad de entrevistados, “el precio del producto” es también importante para cuatro de cada diez entrevistados siendo el tercer aspecto en importancia, la lista de cinco aspectos más importantes se complementa con “crédito” y “registros sanitarios” importante para por lo menos la tercera parte de entrevistados. (ver cuadro No.6).

Gráfica No. 12 Cortes en los que estaría interesado



Ref: Pregunta 32, Cuadro No. 40 de las tabulaciones

Cuadro No. 12 Aspectos que debe ofrecer ACORDI para proveer Carne de Cordero

	Total Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante
Calidad/estándares de calidad	54%	53%	55%
Entrega inmediata/rapidez de entrega	44%	47%	41%
Precio/mantener precios/precios accesibles/baratos	38%	43%	31%
Créditos/formas de pago/créditos amplios	32%	37%	24%
Registros sanitarios/documentación legal/formal/licencias	29%	28%	29%
Producto fresco	23%	16%	33%
Facturas	20%	17%	24%
Muestras de producto/presentación de producto/prueba	12%	13%	10%
Higiene/condiciones de higiene	12%	16%	6%
Constantes en visitas/insistentes en visitas/frecuentes	11%	13%	8%
Disponibilidad/existencias/abastecimiento	9%	5%	14%
Buena atención/amabilidad/atención rápida	8%	8%	8%
Responsabilidad	6%	7%	6%
Buena cadena en frío/temperatura adecuada	6%	8%	2%
Cortes solicitados/catálogos de cortes/cortes estándares	6%	1%	12%
Fichas técnicas/información de producto	5%	4%	6%
A domicilio	4%	1%	8%
Empresa confiable	3%	1%	6%
Cambio de producto si se arruina	2%	3%	2%
Proceso de del cordero	2%	3%	2%
Información de preparación	2%	4%	0%
Garantía	2%	0%	6%
Pedidos imprevistos	2%	3%	0%
Peso exacto/peso adecuado	2%	1%	2%
Empacado al vacío	2%	0%	4%
Capacitaciones en mesas/capacitaciones en cocina	2%	1%	2%
Sabor	2%	1%	2%
Otros	14%	15%	14%
BASE	126	75	51

Ref: Pregunta 33, Cuadro No. 41 de las tabulaciones

Previo a indicarles un precio de venta probable para la libra de carne de cordero en ACORDI, se les preguntó a los entrevistados cuál sería un precio que sería justo pagar por los diferentes cortes, los entrevistados tienen el concepto en general que la libra podría costar Q30-Q40 (lo más mencionado casi para todos los cortes). Los precios máximos mencionados también son muy similares, los cuales están alrededor de Q150 por libra. Es importante visualizar que tanta variación en precio se debe al poco conocimiento, y hay que contemplar que estos establecimientos buscan platillos que sean rentables para la venta (ver cuadro No. 13).

Cuadro No. 13

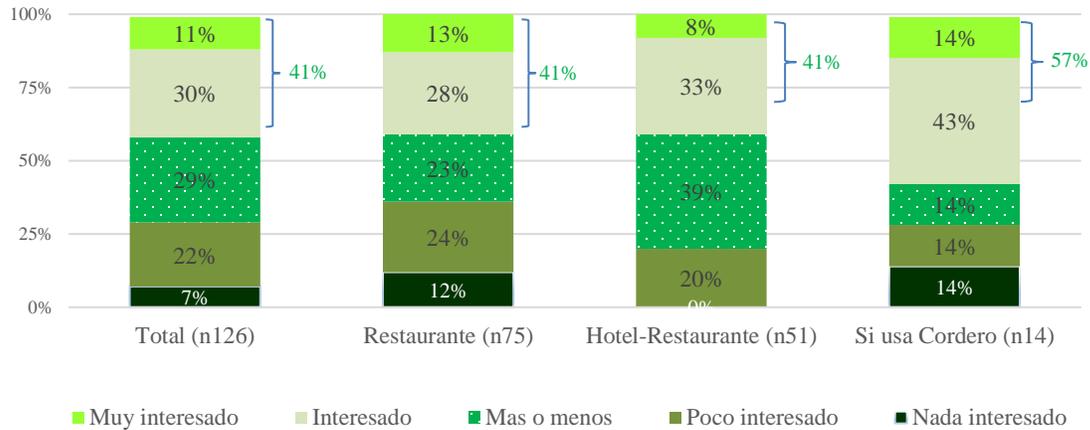
Precios considerados justos por corte de carne de cordero

	Total Restaurantes			Restaurantes			Hotel-Restaurantes		
	Mínimo	Máximo	Moda	Mínimo	Máximo	Moda	Mínimo	Máximo	Moda
Chuleta de pierna	Q15	Q110	Q30	Q15	Q 110	Q30	Q25	Q80	Q30
Chuleta de cuello	Q25	Q150	Q30	Q25	Q150	Q30	Q30	Q40	Q40
Costilla French	Q15	Q150	Q30	Q15	Q150	Q35	Q19	Q100	Q30
Racks	Q20	Q150	Q20	Q20	Q140	Q20	Q20	Q150	Q20
Embutidos									
	Q18	Q40	Q20	Q18	Q40	Q20	Q20	Q35	Q20
Cordero entero									
	Q173	Q1,200	Q173	Q173	Q1,200	Q173	Q700	Q700	Q700

Ref: Pregunta 35, Cuadro No. 43-48 de las Tabulaciones.

ASOCUCH brindó los precios que tienen definidos actualmente para incluir en el cuestionario, siendo los siguientes precios por libra “Chuleta de pierna” Q55, “Costilla French” Q100, “Rack” Q70, “Costilla Normal” Q35, “embutidos” Q38, “Chuleta de lomo” Q42, “Chuleta de cuello” Q40 y “Canal completo”. Lo anterior generó un interés medio entre los entrevistados en Restaurantes y Hoteles-Restaurantes, cuatro de cada diez mencionaron estar “interesados” o “muy interesados en interés de compra a estos precios. Es importante recalcar que el interés sin conocer el precio era más alto (la mitad de entrevistados). Entre quienes si utilizan carne de cordero, la intención crece significativamente a seis de cada diez entrevistados, lo que es muy positivo.

Gráfica No. 13 Cómo definiría su interés en estos productos para incluir en su restaurante? (con precio)



Ref: Pregunta 30, Cuadro No. 38 de las tabulaciones.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

Análisis DAFO ACORDI

Debilidades:

- No contar actualmente con procedimientos claros para guardar la cadena de frio del producto.
- No contar con empacadora funcionando, los clientes están comprando empacado “al vacío”.
- No tener claros los procedimientos del rastro.
- Dificultad para poder convencer sobre la diferencia del producto comparado con otras opciones
- Vender solo fresco, mientras que los clientes están comprando congelado.
- No contar actualmente con logística de distribución para entrega “a domicilio”.

Amenazas:

- Poco conocimiento actual sobre la carne de cordero.
- El consumo en general de la carne de cordero es bajo.
- Crecimiento de intermediarios actuales que son los que proveen la carne de cordero a estos segmentos.

- Que los precios de ACORDI no sean tan competitivos a pesar de ser un ente más directo a la crianza del cordero.
- Que haya una mayor importación de carne de cordero.
- No poder colocar todos los tipos de cortes en todos los segmentos

Fortalezas

- El apoyo de ASOCUCH.
- Trabajar de forma organizada permitirá el crecimiento de oferta.
- De forma organizada se pueden buscar proyectos de apoyo.
- El ganado ovino de Huehuetenango es del mejor del país.
- Se está trabajando en conseguir equipo frío y se tiene miras a la distribución
- Conocer y contar con todos los cortes para ponerlos a la disposición de los clientes potenciales, a quienes les interesa los cortes principales

Oportunidades

- Cuando un producto está iniciando a generar consumo, permite crecer a la par de este.
- El poco conocimiento sobre la carne de cordero se puede aprovechar para posicionarse como proveedor principal de este producto.
- Existe factibilidad de cubrir los clientes potenciales investigados.
- Por parte de los clientes potenciales, existe una apertura aceptable a nuevos proveedores.
- No existen competidores dominantes que ofrezcan carne de cordero.
- Las peticiones de los clientes potenciales para aceptar opciones de proveedores son alcanzables.

Conclusiones

- Se determina que actualmente, los clientes con mayor potencial son principalmente Hoteles-Restaurantes, ubicados en Guatemala y Antigua Guatemala, ya que es en donde más proporción de establecimientos incluyen dentro de su menú carne de cordero, y también donde más establecimientos lo han incluido con anterioridad, adicionalmente consumen mayor volumen.
- Actualmente los tipos de carne que más se sirven en los establecimientos de interés son “res” y “pollo” las cuales son incluidas por la totalidad de entrevistados.

- El cordero actualmente solo se sirve en un 11% de los Restaurantes a nivel total, subiendo levemente en los Hoteles-Restaurantes donde sube a un 14%.
- Tomando en cuenta el consumo actual o que lo hayan hecho con anterioridad, la inclusión de carne de cordero en los establecimientos de estudio ha estado presente en un 19% de estos.
- Los establecimientos que ya no incluyen cordero actualmente pero si lo hacían antes, manifiestan principalmente por falta de consumo, sin embargo entre las otras razones se encuentran problemas con proveedores.
- Los entrevistados manifestaron más conceptos positivos que algún negativo sobre la carne de cordero, sin embargo existe una proporción de 41% que tenía desconocimiento sobre la misma.
- La carne de cordero debe ser un producto de calidad, buen precio y fresco para ser considerada como un producto a incluir para platillos del menú y los establecimientos esperan que sea un proveedor que ofrezca calidad, buen precio, frescura en su producto y a la vez que pueda ofrecer muestras para probar el producto.
- Los establecimientos que actualmente incluyen carne de cordero manifiestan que sus clientes la piden y que es parte de tener variedad en el menú, compran costilla, chuleta y pierna por la que pagan Q110 y Q40 por libra respectivamente, compran entre 20 y 50 libras comprándola cada semana o quincenalmente.
- El cordero es entregado en los establecimientos principalmente empacada al vacío y se recibe congelada, los establecimientos se encuentran satisfechos con este tipo de condiciones.
- Los proveedores actuales de carne de cordero son varios sin existir un posicionamiento marcado, son intermediarios y prestan un servicio a satisfacción especialmente por cumplir con aspectos de calidad y disponibilidad, no obstante lo anterior, los establecimientos están abiertos a escuchar nuevas opciones especialmente si les ofrecen calidad y buenos precios.
- Los establecimientos están abiertos a nuevas propuestas, sin embargo el interés sobre ACORDI es intermedio, sin tomar en cuenta precios, la disposición a contar con ACORDI como proveedor es positiva para la mitad de los entrevistados y al ya tener acceso a precios

posibles el interés baja a cuatro de cada diez entrevistados. Es importante resaltar que el interés no tiene que ver con el concepto como proveedor sino que más bien se evidencia que es porque la carne de cordero no genera todavía un interés tan marcado. Entre quienes ya utilizan carne de cordero el interés crece significativamente, lo que se convierte en el grupo altamente potencial.

- Los cortes de carne de cordero que interesaron más a los establecimientos entrevistados fueron la chuleta de pierna y costilla french que serían los dos tipos que podrían tener más demanda.
- A los entrevistados les interesa que ACORDI pueda cumplir con calidad, entrega inmediata, buenos precios, créditos y que el producto cumpla con todos los registros sanitarios y licencias correspondientes.

Recomendaciones

- Debido a la falta de conocimiento sobre la carne de cordero, ACORDI deberá buscar apoyos institucionales para promover el conocimiento de la carne de cordero y su disponibilidad nacional.
- Además de crear conocimiento sobre la existencia de carne de cordero, otros apoyos importantes serán la promoción de formas de consumo, recetas etc. Existiendo ahora plataformas digitales como páginas de internet o páginas de redes sociales es interesante y más accesible trabajar en páginas institucionales sobre la carne de cordero.
- Geográficamente la ciudad capital representa un mayor potencial, por lo que es preciso enfocar planes para iniciar cubriendo esta área como primera opción.
- Tener bien definidos los procedimientos, canales, etc. Sobre la distribución ya que es posible aprovechar nichos pero no se puede quedar mal ante los clientes por falta de cumplimientos.
- Es preciso que el producto a ofrecer cumple con todas las normas higiénicas que garanticen los aspectos de inocuidad.
- Al iniciar a ofrecer el producto debe garantizarse mantener siempre la calidad del producto para posicionarse en este sentido y no bajar el grado de calidad del producto.



- ACORDI deberá contar con empaque al vacío que brinde la formalidad, calidad e identificación del producto.
- El producto deberá cumplir y expresar en el empaque, catálogos, publicidad etc. Todos los registros sanitarios, licencias y lo necesario para que sea confiable.
- El producto para comercializarse deberá ser congelado por lo que deberá considerarse la necesidad de la inversión en la cadena en frío de la distribución (cuartos y camiones refrigerados).
- Crear planes de negocio orientados a cubrir las necesidades os distintos segmentos de precio, cantidad, periodicidad, tipo de compra.
- Estudiar minuciosamente los precios de cada corte para poder competir de una forma efectiva ante los posibles consumidores.



Lecciones aprendidas

- El consumo actual de carne de cordero en Guatemala es bajo todavía.
- No todos los cortes son deseados de igual forma en el segmento de interés.
- El consumo de este producto si exige normas y procedimientos que garanticen un manejo adecuado.
- La carne de cordero debe ser comercializada en un empaque adecuado.
- El precio, frescura y calidad son los drivers de entrada ante el grupo objetivo, lo cual deberá tenerse muy en cuenta.



Proyecto de Fortalecimiento Empresarial y Comercial
de pequeñas organizaciones de productores de la Sierra de
Los Cuchumatanes, Sierra de Las Minas y Bocas del Polochic



Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

CUESTIONARIO CARA-A-CARA

ENCUESTA A RESTAURANTES

SEXO Restaurante independiente...1 Restaurante de Hotel..2	DEPARTAMENTO Guatemala1 Sacatepéquez.....2 Chimaltenango.....3 Sololá.....4 Quetzaltenango.....5 San Marcos.....6 Huehuetenango.....7 Zacapa.....8 Izabal.....9	MUNICIPIO: COMUNIDAD:	NOMBRE REST. TELEFONO: ENTREVISTADO: PUESTO	ENTREVISTADOR SUPERVISOR: FECHA:
---	---	--	--	---

INTRODUCCION: Muy buenos días/tardes, mi nombre es _____ y trabajo para **Dimerc Group** y Estamos realizando un proyecto de apoyo a ASOCUCH, que es una asociación de organizaciones ubicada en Huehuetenango, el interés principal es conocerle y ponerle a su disposición algunos productos que le pueden interesar, así como conocer sus necesidades, para que los productos que se le puedan ofrecer respondan a las necesidades de establecimientos como el suyo. Los datos que nos proporcione son con el propósito de conocer su opinión , todos los comentarios son importantes y no hay respuestas buenas o malas

GENERALES

P.1	¿Cuánto tiempo tiene el restaurante de funcionar? RU		
P.2	¿Cuántas mesas tiene disponibles para atender clientes? RU		
P.3	¿Qué tiempos de comida atienden en el restaurante		Desayuno 1 Almuerzo 2 Cena 3 Refacciones 4
P.4	¿Tienen alguna especialidad? ¿cuál?		

TIPOS DE CARNE

P.5	¿Qué tipo de carne utiliza para sus platillos sin importar los tiempos de comida? ¿Qué tipo de cortes utiliza de.... PREGUNTAR PARA Cerdo, Cordero y Res?	Cerdo	Utiliza	Cortes
		Cordero	1	_____
		Pavo	2	_____
		Pollo	3	_____
		Pescado	4	_____
		Res	5	_____
Otras _____	6	_____		

SI USA CORDERO

P.6	¿Hace cuánto tiempo que usa Cordero?	
P.7	¿Del total de platillos que vende aquí, en qué porcentaje de platillos del menú diría que usa la carne de cordero?	

Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

P.8	¿Cada cuánto compra carne de cordero?		
P.9	¿Cuántas libras de cordero compra cada vez que compra carne de cordero?		
P.10	¿En dónde compra carne de cordero?		
P.11	¿a qué precio está comprando la libra de Cordero? Es un mismo precio sin importar la pieza o cual es el precio de cada una	Chuleta Q _____ Costilla Q _____ Embutidos Q _____ Cordero entero Libra Q _____	
P.12	La carne de cordero ... RM	Usted va al lugar a comprarla Le visitan para venderle Hace pedido y se la envían Otro	1 2 3 4
P.13	¿Cuál es la razón principal por la cual incluye dentro de sus platillos carne de cordero	Sus clientes la piden Es tradición Para ofrecer algo distinto Variedad del menú Otra _____	1 2 3 4 98
P.14	¿Qué beneficios cree que tiene la carne de cordero?		
P.15	¿Qué tan satisfecho está usted con su proveedor actual de carne de cordero? RU	Nada satisfecho Poco satisfecho Mas o menos satisfecho Satisfecho Muy satisfecho	1 2 3 4 5
P.16	¿En qué tipo de empaque y en qué condiciones recibe usted la carne de cordero? (congelado, al vacío, etc.) PROFUNDIZAR		
P.17	¿La forma en que recibe la carne de cordero cumple con sus expectativas? SI CONTESTA QUE NO ¿por qué no?	Si No Por qué no?	1 2
P.18	¿Cuáles son las ventajas o beneficios que tiene su proveedor actual de carne de cordero? PROFUNDIZAR		
P.19	Sabiendo que nada es perfecto, ¿qué aspectos de mejora o negativos tiene su proveedor actual de carne de cordero? PROFUNDIZAR		

Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

P.20	¿Usted piensa que el consumo de carne de cordero en su restaurante? RU	Está subiendo Se mantiene Está bajando	3 2 1
P.21	¿Qué tan dispuesto estaría usted a cambiar de proveedor de carne de cordero? RU	Muy dispuesto Dispuesto Tal vez si/Tal vez NO Poco dispuesto Nada dispuesto	1 2 3 4 5
P.22	¿Qué debería ofrecerle un nuevo proveedor de carne de cordero para que usted lo tome en cuenta como su proveedor? PROFUNDIZAR		
QUIENES NO VENDEN CARNE DE CORDERO			
P.23	¿Alguna vez a incluido cordero en el menú?	Si No	1 2
P.24	Si dice que sí en pregunta anterior preguntar, ¿Por qué dejó de incluirlo?		
P.25	¿Por qué nunca ha incluido carne de cordero en el menú?		
P.26	¿Qué características tendría que tener la carne de cordero para que usted la incluya dentro de su menú? RM	El precio/precio bajo Calidad Entrega constante Variedad de opciones de cortes Qu tenga una buena cadena en frío Que sea un producto que venga en fresco Otro _____ Otro _____ No sabe Ninguna, no vendería carne de cordero	1 2 3 4 5 6 98 98 97 99
P.27	¿Qué concepto tiene usted de la carne de cordero en cuanto a su consumo, uso, facilidad de utilizarse, etc.?		
P.28	En su conocimiento, según su experiencia o lo que se imagina, cuánto cuesta una libra de carne de cordero? RU		
P.29	Si hubiera un proveedor que le ofrezca carne de cordero, ¿Qué debería ofrecerle para que usted lo tome en cuenta como su proveedor? PROFUNDIZAR		

Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

CONCEPTO ACORDI			
	<p>ACORDI, es una asociación de criadores de Ovinos, ubicada en Chiantla Huehuetenango, la asociación cuenta con un rastro donde se hace el acopio, se destaza, se procesa y se obtienen cortes tipo gourmet como por ejemplo Chuleta de pierna, chuleta de cuello, Costilla french, Rack s y Embutidos como chorizos y longanizas de cordero o venta en canal, aplicando todas las Buenas Prácticas de Manufactura. de igual forma se pueden vender corderos completos. ACORDI cuenta con registro sanitario y se cumplen todos los requisitos de ley. Una característica principal es que se ofrece carne de cordero de animales que no superan los 11 meses de edad que crecen en un proceso de establecido por lo que la carne se caracteriza por tener un sabor especial y alta calidad de los mejores ejemplares de los Cuchumatanes. Actualmente la asociación busca clientes para proveerles de este producto guardando la cadena en frío o en fresco.</p>		
P.30	¿cómo definiría su interés en estos productos para incluir en su restaurante? RU	<p>Muy interesado 5</p> <p>Interesado 4</p> <p>Mas o menos 3</p> <p>Poco Interesado 2</p> <p>Nada interesado 1</p>	
P.31	SI CONTESTÓ MAS O MENOS, POCO O NADA INTERESADO PREGUNTAR ¿Por qué MENCIONE RSPUESTA?		
P.32	¿En cuales cortes o productos estaría interesado usted? RM	<p>Chuleta de pierna 1</p> <p>Chuleta de cuello 2</p> <p>Costilla French 3</p> <p>Racks 4</p> <p>Embutidos 5</p> <p>Cordero entero 6</p> <p>Ninguno 9</p>	
P.33	¿Qué necesitaría ofrecerle ACORDI en cuanto a condiciones de producto y entrega para que usted considere comprar este producto? PROFUNDIZAR		
P.34	¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre ACORDI y sus productos?		
P.35	¿Qué precio es un precio justo por libra a pagar por cada uno de los cortes o productos que acabamos de ver ?	<p>Chuleta de pierna _____</p> <p>Chuleta de cuello _____</p> <p>Costilla French _____</p> <p>Racks _____</p> <p>Embutidos _____</p> <p>Cordero entero 8</p> <p>No le interesan 9</p> <p>No sabe qué precio _____</p>	
P.36	¿Si yo le dijera que el precio de una libra de este producto es de Q70 por libra más el flete, el cual dependerá de la periodicidad y cantidad de compra, qué tan interesado estaría usted en incluir cordero en su menú? RU	<p>Muy interesado 5</p> <p>Interesado 4</p> <p>Mas o menos 3</p> <p>Poco Interesado 2</p> <p>Nada interesado 1</p>	



P.37	¿Qué requisitos debe cumplir un proveedor de miel de abejas para que ustedes puedan tomarlo en cuenta y trabajar con él? ENFOCARSE EN ADMINISTRATIVOS O ASPECTOS CONTRACTUALES	
------	---	--

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION

Nombre _____

Dirección _____

Teléfono _____

Agradecerle su colaboración y despídase cortésmente. FIN DE ENTREVISTA DECLARACIÓN DEL ENCUESTADOR
Declaro que esta encuesta ha sido conducida estrictamente con los acuerdos y especificaciones del código de conducta de **DIMERC GROUP**, transcribiendo fielmente las respuestas brindadas por el entrevistado.

Firma: Encuestador _____ Fecha: _____ Supervisor: _____

Base de datos – Clientes potenciales



Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

Numcuc	Tipo de restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre de restaurante	Teléfono	Nombre de entrevistado	Puesto	E-mail	Usa carne de Cordero	Interés de compra	Cantidad de libras compradas
45	Independiente	Guatemala	Guatemala	13 Calle 6-05 Zona 10	GRACIA COCINA DE AULA	23668699	BYRON AROCHE	DUEÑO Y ENCARGADO DE COMPRAS	BYRONAROCHE@HOTMAIL.COM	Si	Muy interesado	17
55	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	14 Calle 0-20 Zona 10	CAMINO REAL	24050000	SILVIA MORALES	ENCARGADA DE COMPRAS	COMPRAS_DOS@CAMINOREAL.COM.GT	Si	Muy interesado	No responde
28	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	7 Ave 15-45 Zona 9	BARCELO	23784100	JUSTO BENAVENTE	ENCARGADO DE COMPRAS	GUATEMALACITY.COMPRAS-GTE@BARCELO.COM	Si	Interesado	10
115	Independiente	Guatemala	Guatemala	13 Calle 5-72 Zona 10	JUNGLA GRILL	22065454	KEVIN GARCIA	ENCARGADO DE COMPRAS	GRILL@JUNGLA.COM	Si	Interesado	30
36	Independiente	Guatemala	Guatemala	18 Calle Los Proceres Zona 9	LITL INDIA RESTAURANT	41066772	JILVER PREMIOR	DUEÑO Y ENCARGADO DE COMPRAS	DK260526@HOTMAIL.COM	Si	Interesado	150
11	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	3 Calle Y 12 Ave Zona 1	UTIZ HUQ	77611169	ESTUARDO	PROPIETARIO	ESTUARDO_1577@HOTMAIL.COM	Si	Interesado	No responde
101	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	4 Ave 6-91 Zona 10	CLARION	23782727	DOUGLAS GUZMAN	GERENTE DE COMPRAS CORPORATIVO	COMPRAS@DHI.COM.GT	Si	Interesado	No responde
118	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	4 Calle Oriente #8	PALACIO DE DOÑA LEONOR	79620202	ALEJANDRA HERNANDEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	GERENTE@PALACIODELEONOR.COM	Si	Interesado	No responde
52	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	Via 4-68 Zona 4	HOTEL CONQUISTADOR	23340926	FREDY PAYES	AUXILIAR DE COMPRAS	COMPRAS@CONQUISTADOR.COM.GT	Si	Mas o menos	50
33	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	8 Calle Poniente #1	PENSATIVO HOUSE HOTEL	79310654	CARLOS HERNANDEZ	ASISTENTE DE COMPRAS	COMPRASANTIGUA@PORTAHOTELS.COM	Si	Mas o menos	No responde
12	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 Ave 1-49 B Zona 1	PUNTO MX	48461783	LUIS ENRIQUE RODAS	GERENTE DE COMPRAS	LRODAS35@GMAIL.COM	Si	Poco interesado	No responde
125	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	Calzada Roosevelt 26-95 Zona 11	HIBISCON	24100845	LIGIA ALBIZUREZ	ENCARGADO DE COMPRAS		Si	Poco interesado	No responde
10	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	Km 225 Carretera Sur Quetzaltenango	ALPUJARRA	56901906	GUILLERMO CHUC	ADMINISTRADOR DE COMPRAS	ALPURRARESTURANTES@GMAIL.COM	Si	Nada interesado	15
89	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	4 Calle Oriente Casa #14 Centro Comercial La Fuente	PETRA	78326141	ADA PINEDA	ENCARGADA DE COMPRAS	HANI.ARTEYESO@GMAIL.COM	Si	Nada interesado	40
39	Independiente	Guatemala	Guatemala	14 Calle 1-42 Zona 1	MARIOS	23676767	CESAR LEIVA	ENCARGADO DE COMPRAS	CESARLEIVA1234@GMAIL.COM	No	Muy interesado	
42	Independiente	Guatemala	Guatemala	Ruta 1 4-48 Zona 4	KAFFA	22345813	ANGEL HERNANDEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	INFO.KAFFA.GT@GMAIL.COM	No	Muy interesado	
44	Independiente	Guatemala	Guatemala	3 Ave 12-35 Zona 14	METIZ	25092708	BENJAMIN THOMAS	DUEÑO	INFO.METIZ@GMAIL.COM	No	Muy interesado	
58	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	Final Calle Santander	POSADA DE DON RODRIGO	77622332	AROLD GARCIA	ENCARGADO DE COCINA	EVENTOS@POSADADEDONRODRIGO.COM	No	Muy interesado	
69	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	Km 82 San Jose Chirijuyu	MIRADOR	42847654	REINA TEZAGUIC	GERENTE DE COMPRAS	WILSONORLAND@GMAIL.COM	No	Muy interesado	

Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre de restaurante	Teléfono	Nombre de entrevistado	Puesto	E-mail	Usa carne de Cordero	Interés de compra	Cantidad de libras compradas
77	Independiente	Sololá	Panajachel	Calle Santander	LAS PALMAS	77620058	LUCIA SOLIS	ADMINISTRADORA	LASPALMAS.MULTISERVICIOS@GMAIL.COM	No	Muy interesado	
79	Independiente	Sololá	Panajachel	Calle Santander Centro Comercial Jardin Tipico	LOS CAYUCOS	77620235	MARIA LUISA PUAC	CHEF		No	Muy interesado	
80	Independiente	Sololá	Panajachel	Centro Comercial Los Patios Calle Santander Zona 2	LAZZARONI PIZZA	77626036	HILDA SOLIS	CHEF	LAZZARONISSOLIS@GMAIL.COM	No	Muy interesado	
87	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	3 Ave Sur #1	LAS ANTORCHAS	78320806	PHILIPPE NEMBERT	DUEÑO Y ENCARGADO DE COMPRAS	RESTAURANTE@LASANTORCHAS.COM	No	Muy interesado	
96	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	5 Ave #31	LOS TRES TIEMPOS	78323956	FERNANDO HERNANDEZ	NO INFORMO	LOSTRESTIEMPOS@GMAIL.COM	No	Muy interesado	
106	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	13 Calle 7-65 Zona 9	HLTON GARDEN INN	22230881	EDGAR AMBROSIO	ENCARGADO DE COMPRAS	EAMBROSIO@HGIGUATEMALA.COM	No	Muy interesado	
112	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	9 Calle Oriente #19	HOTEL LOS PASOS	79556262	ALVARO JAVIER TUY	CHEF	GERENCIA@HOTELLOSPASOS.COM	No	Muy interesado	
7	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	4 Calle 15-45 Zona 1	NUEVO SALON TECUN	34116079	HECTOR LOPEZ	CHEF		No	Interesado	
20	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	7 Ave 15-96 A Zona 5	HATVEST	77612983	ANDRES SALES HERNANDEZ	ASISTENTE DE GERENTE	HARVESTHOTEL@HOTMAIL.COM	No	Interesado	
21	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	Frente A Los Antiguos Juzgados Zona 1	HOTEL LUNA VELA	77631246	MARIELOS DE LEON	CHEF	LUNAVELAQUETZALTENANGO@HOTMAIL.COM	No	Interesado	
22	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	7 Ave 8-90 Zona 5	ARCOS INN	77611043	ROXANA REYES	ENCARGADA GENERAL	HOTELARCOSINNQUETZALTENANGO@GMAIL.COM	No	Interesado	
27	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	7 Ave A 18-20 Zona 5 Las Rosas	HOTEL MANSION DE EL VIAJERO	79268315	ANIBAL CIFUENTES	CHEF	HOTELMANSIONDELVIJERO@HOTMAIL.COM	No	Interesado	
30	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	15 Calle 1-11 Zona 10	TIERRA ESPERANZA	22000502	JORGE NORIEGA	ENCARGADO DE COMPRAS	NOREIGAJOG540@GMAIL.COM	No	Interesado	
31	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	Ave Reforma 4-22 Zona 9	GUATEMALA INN	23069999	ELIAS VELASQUEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	GUATEMALAINNHOTEL@GMAIL.COM	No	Interesado	
40	Independiente	Guatemala	Guatemala	5 Ave 10-30 Zona 9	RINCON DEL STEAK	23327005	DONALD ORELLANA	ENCARGADO DE COMPRAS	COMPRASRINCONSTEAK@GMAIL.COM	No	Interesado	
47	Independiente	Guatemala	Guatemala	1 Ave 12-16 Zona 10	MYKONOS	53454545	NO QUISO DAR	ADMINISTRADOR	RESERVACIONES@DELGRIEGO.COM	No	Interesado	
54	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	Calle Rancho Grande	HOTEL RANCHO GRANDE IN	77621554	MAYNOR MERIDA	ENCARGADO GENERAL	RESERVACIONESRACHOGRANDE@COM	No	Interesado	
56	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	Final Calle Monterrey Zona 1	JARDINES DE LAGO	47699155	RONI TZOC	ENCARGADO DE COMPRAS	COMPRAS@JARDINESDELLAGO.COM	No	Interesado	
57	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	Finca San Buenaventura	SAN BUENVENTURA	77622559	CARLOS DE LEON	ENCARGADO DE COMPRAS	SANBUENAVENTURADEATITLAN@GMAIL.COM	No	Interesado	
60	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	Finca San Buena Aventura	HOTEL VISION AZUL	34855744	JOSELYN ALVARADO	GERENTE GENERAL	JOSELYNRIVERA.A@GMAIL.COM	No	Interesado	

Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre de restaurante	Teléfono	Nombre de entrevistado	Puesto	E-mail	Usa carne de Cordero	Interés de compra	Cantidad de libras compradas
61	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	Frente A Gasolineras Texaco	HOTEL SELINA	42714765	MANUEL LOPEZ	ENCARGADO DE COCINA	CHEFMANI.5484@GMAIL.COM	No	Interesado	
62	Rest. de hotel	Sololá	Solola	11 Calle 7-54 Zona 2	HOTEL CASA DE DON MEMO	77624889	MARIA TERESA PUZUL	ENCARGADA COMPRAS	IMPRESOSDANTESOLOLA@GMAIL.COM	No	Interesado	
63	Rest. de hotel	Sololá	Solola	Barrio El Calvario	COFRADES	42314484	BRYAN JULAJUJ	CHEF	HOTELLOSCOFRADES@GMAIL.COM	No	Interesado	
65	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	7 Ave Callejon Zona 3	LA COLINA	40790483	MARVIN MORALES	CHEF		No	Interesado	
70	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	Km 84.5 Ruta Interamericana	VISTA BELLA	77797739	JORGE ROMERO	CHEF	JLROMERO_1983@HOTMAIL.COM	No	Interesado	
72	Independiente	Sololá	Panajachel	Calle Rancho Alegre Zona 2	EL TRIGAL	34386595	MIGUEL CASTRO	ENCARGADO DE COMPRAS	JOSEMIGUELYO27@GMAIL.COM	No	Interesado	
74	Independiente	Sololá	Panajachel	Calle Santander	HAMBURGUESA GIGANTE	47647684	MAYNOR QUECHE	ENCARGADO GENERAL		No	Interesado	
76	Independiente	Sololá	Panajachel	Calle Santander Frente A Escuela Central	EDEN	49180057	EVER MORALES	DUEÑO CHEF		No	Interesado	
81	Independiente	Sololá	Panajachel	Calle Santander Edificio Rincon Say	RESTAURANTE Y PIZZERIA ULSAN	77622338	ELIDA CABRERA ORDOÑEZ	CHEF	SHUTLESYRESTAURANTEULSAN@GMAIL.COM	No	Interesado	
85	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	4 Calle Poniente #20	CHERMOL	34502337	PAOLA GARCIA	GERENTE	PAOLA@CHERMOL.COM	No	Interesado	
86	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	5 Ave Norte #35	GALA	78325610	ALEJANDRA PEREZ	ENCARGADA Y DUEÑA	M4PUNTOS@GMAIL.COM	No	Interesado	
95	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	5 Ave Sur #13	NIFU NIFA	78329550	WENDY VAZQUEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	NIFUNIFA.DEANTIGUA@HOTMAIL.COM	No	Interesado	
97	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	Carretera Vieja Km 1.5 #18-Ac.C. Villa Vieja	JOES GRILL	79346623	HECTOR REYES	ENCARGADO	JOESGRILL8@GMAIL.COM	No	Interesado	
102	Independiente	Guatemala	Guatemala	3 Ave 12-38 Zona 10	SAKURA	25087026	MYNOR RODRIGUEZ	ENCARGADA DE COCINERO Y COMPRAS	AMOR9833@GMAIL.COM	No	Interesado	
110	Independiente	Guatemala	Guatemala	7 Ave 10-65 Zona 9	GAUCHOS	23341302	MARTA LAINEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	DAVIDREYES@RESTAURANTES.COM.GT	No	Interesado	
111	Independiente	Guatemala	Guatemala	18 Calle 8-50 Zona 10 Gourmet Center	LA TOVOLA BISTRO	22286310	ANDREA PEÑA	ENCARGADA DE COMPRAS	ANDREA.PENA97@OUTLOOK.COM	No	Interesado	
119	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	2Da Calle Poniente #15	POSADA DE DON RODRIGO	57090833	ALEJANDRO CARCIA	ENCARGADO DE COMPRAS	POSADACORPOLL@GMAIL.COM	No	Interesado	
123	Independiente	Guatemala	Guatemala	1 Ave 13-78 Zona 10	FACUNDO	24415397	ENRIQUE RODRIGUEZ	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	FACUNDORESTAURANTE@GMAIL.COM	No	Interesado	
124	Independiente	Guatemala	Guatemala	3 Ave 15-43 Zona 14 Plaza La Hoja	LA CARMINA	23673690	MABEL PORTO	ENCARGADO DE CARNES		No	Interesado	

Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre de restaurante	Teléfono	Nombre de entrevistado	Puesto	E-mail	Usa carne de Cordero	Interés de compra	Cantidad de libras compradas
1	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	7 Calle 12-52 Zona 3	LA CABRERA STEAK HOUSE	77253806	ROLVIN GARCIA	ADMINISTRADOR	NIVLER88@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
2	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	5 Calle 14-48 Zona 3	EL APASTE	77676249	ALEJANDRO DE LEON	PROPIETARIO	EL.APASTE@LIVE.COM	No	Mas o menos	
3	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	6 Calle 13-40 Zona 3	LA CABAÑA	77677842	ADOLFO VAZQUEZ	GERENTE DE COMPRAS Y VENTAS	PARRILLA Y RESTAURENTE LA CABAÑA (FACEBOOK)	No	Mas o menos	
4	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	15 Ave 2-40 Zona 3	YATIS	77655838	ERICK ABAC	PROPIETARIO		No	Mas o menos	
6	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	5 Calle 8-4 Zona 1	LA FLAUTERIA	53432628	KARINA GARCIA	ENCARGADA DE COCINA		No	Mas o menos	
9	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 Ave A 3-22 Zona 1	EL PUENTE	77611571	RIGOBERTO CARIAS	CHEF	RIGO.KARIAS@GMAIL.COM / ELPUENTEREST@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
13	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	Km 3.5 Carretera A Olintepeque	ANNA INN CORTE MADERA	77639280	MYNOR CALDERON	NO RESPONDE	INFO@HOTELANNAINN.COM	No	Mas o menos	
14	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	0 Calle 0-30 Zona 2	HORIAMI	56116259	GLORIA DE IXCOT	PROPIETARIA Y ENCARGADA DE LA COCINA	GLORIAANGELICACOCINERA@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
15	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	29 Ave 1-49 Zona 7	XELA-COMFORT	77672295	EDILSER GUINAC	ADMINISTRADOR		No	Mas o menos	
18	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	0 Ave 8-95 Zona 7	PORTAL DE LOS ALTOS RESTAURANTE BARCACIO	77674827	IRVIN JUAREZ	ADMINISTRADOR	IRVINJUAREZVASQUEZ@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
19	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	4 Calle 0-20 Zona 3	CUESTA REAL DON RAFAEL	77619784-77619785	LUCY ALARCON	AUXILIAR DE ADMINISTRACION Y COCINA	HOTELCUESTAREAL@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
23	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	0 Ave 1-75 Zona 11	POCHOLOS	77260166	MANUEL QUIROA	ADMINISTRADOR	POCHOLOS@YAHOO.COM	No	Mas o menos	
24	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	4 Calle 10-50 Zona 1	BONIFAZ	77231100	ALCIRA LOPEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	BONICOMPRAS@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
25	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	1 Ave 8-25 Zona 11 Km 195.5	CASTILLOS DE LOS ALTOS	79268007-57711723	JOSELINE GONZALEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	CASTILLODELOSALTOS@HOTMAIL.COM	No	Mas o menos	
26	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	13 Ave 3-32 Zona 1	LOS OLIVOS	77610215	JORGE GONZALEZ	GERENTE DE COMPRAS	HOTELLOSOLIVOS13@HOTMAIL.COM	No	Mas o menos	
29	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	11 Ave 35-02 Paseo Cayala Zona 16	AC LOUNCH MARRIOT	22252600	ALBERTO PUELLO	SUPERVISOR DE A Y B Y COMPRAS	ALBERTO.PUELLO@MARRIOT.COM	No	Mas o menos	
34	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	3 Calle Oriente #3	HOTEL POSADA DEL HERMANO PEDRO	77905100	JORGE VASQUEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	CONTABILIDAD@HOTELPOSADADERMANOPEDRO.COM	No	Mas o menos	
35	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	9 Calle Poniente #17	HOTEL EL CARMEN	78323680	DALILA ARIANO	SUPERVISOR DE COMPRAS	COMPRAS@ELCARMENHOTEL.COM	No	Mas o menos	
38	Independiente	Guatemala	Guatemala	14 Calle 5-08 Zona 10	EL ESTABLO	23630822	VICTOR ORTIZ	ENCARGADO DE COMPRAS	BARESTABLOS@GMAIL.COM	No	Mas o menos	

Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre de restaurante	Teléfono	Nombre de entrevistado	Puesto	E-mail	Usa carne de Cordero	Interés de compra	Cantidad de libras compradas
43	Independiente	Guatemala	Guatemala	Ruta 3-5 Zona 4	COFFEE DISTRICT	23607795	ANA LUCIA JUAREZ	ENCARGADO DE COMPRAS	JEREZROBERTO@COFFEE.DISTRICT	No	Mas o menos	
50	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	8Va Calle 3-67 Zona 10	HOTEL CIUDAD VIEJA	22107900	SUSANA DIEGUEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	INFO@HOTELCIUDADVIEJA.COM	No	Mas o menos	
59	Rest. de hotel	Sololá	Panajachel	Calle Santander	HOTEL KAQCHIQUEL	57309686	ROSA XEP	ENCARGADA DE COMPRAS	TZAY.ROSA25@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
64	Rest. de hotel	Sololá	San Pedro La Laguna	Casero Jaibalito Santa Cruz La Laguna	LA CASA DEL MUNDO	52045558	RAMOS SINAN	ENCARGADO DE COMPRAS	DIOSAMAATODO@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
67	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	Km 82.5 Carretera Interamericana Tecpan	PUEBLO REAL	77743000	NEHEMIAS GARCIA	ENCARGADO DE COMPRAS	BODEGA@PUEBLOREALTECPAN.COM	No	Mas o menos	
71	Independiente	Sololá	Panajachel	Playa Publica Panajachel	ATITLAN	77620924	DAVID RODAS	GERENTE DE COMPRAS	DAVIDRODASRAS@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
73	Independiente	Sololá	Panajachel	Calle Santander	RICASSOLI PIZZA STEAK HOUSE	77620686	NASARIO SOLIS	DUEÑO	LAZZARONISOLIS@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
82	Independiente	Sololá	Panajachel	Playa Publica Panajachel	LAS PALMAS	59503288	FLORINDA YIACH	ENCARGADA DE COCINA		No	Mas o menos	
88	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	4 Ave Oriente Centro Comercial La Fuente	APETITO	42068934	MIGUEL ANTONIO AJUCHAN CORDERO	NO INFORMO	MIGUELAJUCHANCORDERO@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
92	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	4 Calle Oriente #15	ROOTS	78325226	PAOLA GALICIA	ENCARGADA DE COMPRAS	PAOGS1616@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
99	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 Ave 5-37 Zona 3	DISTINO	77676510	SAMUEL BULEX	ADMINISTRADOR GENERAL	GERENTEGRUPODISTINO@GMAIL.COM	No	Mas o menos	
104	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	2 Ave 6-45 Zona 7 Carretera A Trigales	EL POTRERO	55899003	MAGALY DE MORALES	GERENTE DE COMPRAS		No	Mas o menos	
107	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	2 Ave 12-2 Zona 10	HOTEL Y RESTAURANTE ESTOFELA	23108600	JOSUE RAMOS	ENCARGADO DE COMPRAS	ASITCOMPRAS@STOFELA.COM	No	Mas o menos	
108	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	5 Ave Norte #24	DEL ARCO	78323610	AZUCENA POCON	ENCARGADA DE COMPRAS	RESTAURANTEDELARCO@OUTLOOK.COM	No	Mas o menos	
109	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	7 Calle Poniente 33B	CAMINO REAL ANTIGUA	78737000	YOLANDA AVILA	ENCARGADA DE COMPRAS	COMPRAS_ARANTIGUA@CAMINOREALANTIGUA.COM.GT	No	Mas o menos	
126	Independiente	Guatemala	Guatemala	Calzada Roosevelt 32-027 Zona 11	EL BRASERO	24396068	GLENDA VEGA	ENCARGADA DE COMPRAS		No	Mas o menos	
5	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	20 Ave 2-68 Zona 3	TEMOS- STEAK HOUSE	77651068	ASTRID LOPEZ	ENCARGADO DE RESTAURANTE	STEAKHOUSETEMOS@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
8	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 Ave A Zona 1 Plaza Marcia	DON FERNANDO	54884225	CARLOS DANIEL MOLINA	NO INFORMO	AIORIA98MR@HOTMAIL.COM	No	Poco interesado	

Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

Numcuc	Tipo de restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre de restaurante	Teléfono	Nombre de entrevistado	Puesto	E-mail	Usa carne de Cordero	Interés de compra	Cantidad de libras compradas
16	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	0 Ave 11-10 A Zona 8	JALAPEÑOS	77252706	ELIZABETH GOMEZ	ENCARGA DE COCINA		No	Poco interesado	
17	Rest. de hotel	Quetzaltenango	Quetzaltenango	14 Ave A 2-31 Zona 1	PASAJE MEDITERRANEO INTERIOR DE HOTEL MODELO	54452385	ROLANDO HERRERA	ADMINISTRADOR DE COCINA	SALONTECUN@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
32	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	9 Calle Poniente Final Carretera A Ciudad Vieja	SOLEIL ANTIGUA	78794422	FLOR GOMEZ	ASISTENTE DE COMPRAS	ASISTENTE.COMPRAS@SOLEILANTIGUA.COM	No	Poco interesado	
41	Independiente	Guatemala	Guatemala	Via 4 Local 107 Edificio Compas Zona 4	SANTO PAN	22931331	WALFREDO RODAS	ASISTENTE DE COMPRAS	SANTOPAN2511Z64@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
46	Independiente	Guatemala	Guatemala	7 Ave 13-01 Zona 9	LA SALTEÑA	23315328	MAURICIO ORTIZ	ENCARGADO DE COMPRAS	MAURICE090766@HOTMAIL.COM	No	Poco interesado	
48	Independiente	Guatemala	Guatemala	Via 4 1-00 Zona 4 Edificio Tecnológico Local 115	TRES ELEFANTES	2218 3151	INGRID GONZALES	ENCARGADA DE RESTAURANTE	HOLA@3ELEFANTES.COM	No	Poco interesado	
49	Independiente	Guatemala	Guatemala	1 Ave 13-42 Zona 10	CASA CHAPINA	23680663	LEO PELICO	ENCARGADO DE COMPRAS	LEOPELICO83@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
51	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	Ave Reforma 7-67 Zona 10	HOTEL RESIDENCIAL CASA GRANDE	23310907	JAROL MEYER	AUXILIAR DE COMPRAS	HOTELRESIDENCIALREFORMA@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
53	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	Ave Las Americas 9-08 Zona 13	HOTEL LAS AMERICAS	24225000	ERICK ESQUIVEL	ENCARGADO DE COMPRAS	COMPRAS@LASAMERICAS.COM.GT	No	Poco interesado	
66	Independiente	Sololá	Panajachel	Calle Santander	PARRILLADA ATITLAN	77621699	BRENDA IXCAYA	ENCARGADA	MARISOLIXCAYA@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
68	Independiente	Chimaltenango	Tecpan	Carretera Interamericana Km 78.5 Tecpan	CAFE RANCHO	30407552	MARIO PENICH	GERENTE GENERAL		No	Poco interesado	
75	Independiente	Sololá	Panajachel	Calle Santander	PARRILLADA SANTANDER	59554036	YANET IXCAYA LOPEZ	ENCARGADA DE COMPRAS	PARRILLADASANTANDER@HOTMAIL.COM	No	Poco interesado	
83	Independiente	Sololá	Panajachel	Ave Rancho Grande	EN BUEN GUSTO	77621170	DIANA TZUL	DUEÑA	DICELI04@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
84	Independiente	Sololá	Panajachel	2 0-93 Ave Principal Zona 2	CASA BLANCA	77621231	ASTRID KATT	PROPIETARIA	RES.CASABLANCA@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
91	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	5 Ave Sur #6	MONOLOCO	78322216	KATERINE POSADAS	ENCARGADO DE COMPRAS	COMPRAS@RESTAURANTEMONOLOCO.COM	No	Poco interesado	
94	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	4 Ave Norte #3	LAVA	78320268	SHENNY SANTOS	NO INFORMO	CASADELBARRIO76@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
98	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	6Ta Calle #15	ASADOS LA ANTIGUA	78321046	PATRICIA RAMOS	DUEÑA	PATRICIA.ROS.RAMOS@GMAIL.COM	No	Poco interesado	
100	Independiente	Guatemala	Guatemala	6Ta Calle 3-34 Zona 1	CAFE DE IMANI	23323722	OLGA RODAS	ENCARGADA DE COMPRAS		No	Poco interesado	
105	Independiente	Quetzaltenango	Quetzaltenango	20 Ave Y 3 Calle 3-10 Zona 3	LA RUEDA STEAK HOUSE	77614358	BEATRIZ RODAS	ADMINISTRADORA		No	Poco interesado	

Informe final Estudio de Mercado -Carne de Cordero-ACORDI – Guatemala abril de 2019

Numcuc	Tipo de restaurante	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre de restaurante	Teléfono	Nombre de entrevistado	Puesto	E-mail	Usa carne de Cordero	Interés de compra	Cantidad de libras compradas
113	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	12 Calle 1-24 Zona 10	CASA VERANDA	24114100	LESBIA CUMES	ENCARGADA DE COMPRAS	COMPRAS@HOTELCASAVERANDA.COM	No	Poco interesado	
114	Independiente	Guatemala	Guatemala	5 Calle 10-22 Zona 9	ARRIN CUAN	57508605	CESAR GIRON	NO INFORMO	ARRINCUNAZONA9.COM (PAGINA)	No	Poco interesado	
117	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	12 Calle 12-51 Avenida Reforma Zona 10	HOTEL REFORMA SUITE	23836100	MYNOR HERNANDEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	RESTAURANTE@SUITESREFORMA.COM.GT	No	Poco interesado	
121	Rest. de hotel	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	Alameda Del Calvario #28	VILLA COLONIAL	77203100	JULIO XICAY	ENCARGADO DE COMPRAS	BODEGACENTRAL@VILLASDEGUATEMALA.COM	No	Poco interesado	
122	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	5 Calle 3-36 Zona 1	LA CASA DE LOS NAZARENOS	22532645	EMILIO MOTERROSO	ADMINISTRADOR DE COMPRAS		No	Poco interesado	
37	Independiente	Guatemala	Guatemala	12 Calle 3-28 Zona 10	MONTANOS	25057700	MIGUEL GUDIEL	ENCARGADO DE COMPRAS	BODEGA10@MONTANOS.COM.GT	No	Nada interesado	
78	Independiente	Sololá	Solola	Principio De Calle Santander Frente A Restaurante Casa Blanca	CHEF ALEX	77620204	GLADIS BEN	DUEÑA		No	Nada interesado	
90	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	3 Ave Norte #33 A Calle Del Arco	PARILLADAS	30321639	MARIO BARRIOS	ENCARGADO DE COMPRAS	GUATELARIA@GMAIL.COM	No	Nada interesado	
93	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	4 Calle Entre 3 Y 4 Avenida	BAMBU	78321990	ROSMERY ZURES	ENCARGADA DE COMPRAS	ROSSEMARYJUAREZ@GMAIL.COM	No	Nada interesado	
103	Independiente	Guatemala	Guatemala	3 Ave 12-53 Zona 10	BBQ CHICHO CHANCHO	23623639	RODRIGO ALVARADO	DUEÑO, CHEF ENCARGADO DE COMPRAS	BIRBORNGUATEENDE@GMAIL.COM	No	Nada interesado	
116	Independiente	Guatemala	Guatemala	13 Calle 3-43 Zona 10	RUSTIKA	23324338	MARVIN RALDA	ENCARGADO DE COMPRAS	RESTAURANTERUSTIKA@GMAIL.COM	No	Nada interesado	
120	Independiente	Sacatepéquez	Antigua Guatemala	Lote Avenite Norte #18	CULINARIA	78824098	YOCASTA ARCHILA	ENCARGADA DE COMPRAS	COMPRASCLS2015@GMAIL.COM	No	Nada interesado	