

ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO FRUTAS CONGELADAS DE LA EMPRESA DE NUESTRA TIERRA EN LA PROVINCIA DE CARTAGO

Gerardo Antonio Muñoz Díaz

Licenciado en Dirección de Empresas,
Asesor Parlamentario para un Diputado
de la Republica en la Asamblea
legislativa

gerardo.munoz@asamblea.go.cr



Resumen

En los últimos años, los productos congelados se han convertido en una opción popular y práctica en la alimentación diaria de millones de personas alrededor del mundo. Desde frutas y verduras hasta carnes y platos preparados, la variedad de productos congelados disponibles en el mercado es asombrosa y se adapta a diferentes gustos y estilos de vida.

El problema planteado en la tesis presentada fue ¿Cómo influye la aceptación de los productos de frutas y vegetales congelados en el crecimiento de las ventas que tiene la Empresa De nuestra Tierra en la provincia de Cartago, Costa Rica, durante el periodo del año 2023?, cuyo objetivo fue analizar la aceptación de los productos de frutas y vegetales congelados, utilizando un enfoque metodológico de investigación mixta.

Mediante una encuesta realizada se obtuvo como resultado que el 80% de las personas catalogan la calidad del producto como excelente y además que el producto con mayor consumo es el Smoothie Green, por lo que se concluyó que los productos congelados de la empresa De nuestra tierra tienen gran aceptación en el consumidor, y que para ello es importante seguir algunas recomendaciones que arrojo el estudio.

Palabras clave: Frutas Congeladas, Cartago, Costa Rica, Producto, Calidad



ACCEPTANCE OF THE FROZEN FRUIT PRODUCT OF THE COMPANY OF OUR LAND IN THE PROVINCE OF CARTAGO

Abstract

In recent years, frozen products have become a popular and practical option in the daily diet of millions of people around the world. From fruits and vegetables to meats and prepared dishes, the variety of frozen products available on the market is astonishing and adapts to different tastes and lifestyles.

The problem posed in the presented thesis was How does the acceptance of frozen fruit and vegetable products influence the sales growth of the De nuestra Tierra Company in the province of Cartago, Costa Rica, during the period of 2023?, whose objective was to analyze the acceptance of frozen fruit and vegetable products, using a mixed research methodological approach.

Through a survey carried out, it was obtained as a result that 80% of people classify the quality of the product as excellent and also that the product with the highest consumption is the Green Smoothie, so it was concluded that the frozen products of the De nuestra tierra company have great acceptance in the consumer, and that for this it is important to follow some recommendations that the study showed.

Keywords: Frozen Fruits, Cartago, Costa Rica, Product, Quality

Introducción

En los países con climas fríos se utilizaba la congelación como medio de preservación de los alimentos desde muy antiguo. A partir de 1885 se empezó a usar la congelación con fines comerciales para enviar pollos y gansos desde Rusia hasta Londres. Desde la introducción de los alimentos congelados en los años treinta, cada vez se encuentra en los supermercados una mayor variedad de estos productos, desde verduras y hierbas congeladas hasta comidas precocinadas o helados.

Los alimentos congelados precocinados son el sustituto ideal de las comidas caseras. Del punto de vista de la producción, el proceso de congelación también es beneficioso para las empresas ya que aumenta la vida útil del producto en el anaquel, asegura la forma del producto y conserva, mejorando la calidad.

Como planteamiento del problema en la presente investigación se propuso el siguiente cuestionamiento: ¿Cómo influye la aceptación de los productos de frutas y vegetales congelados en el crecimiento de las ventas que tiene la Empresa De nuestra Tierra en la provincia de Cartago, Costa Rica, durante el periodo del año 2023?

Teniendo como objetivo general el Analizar la aceptación de los productos de frutas y

vegetales congelados según el crecimiento de las ventas que tiene la Empresa De nuestra Tierra en la provincia de Cartago, Costa Rica, durante el periodo del año 2023, mediante la aplicación de distintos instrumentos para la mejora en la colocación de los productos en el mercado.

Además, a ello los objetivos específicos fueron los siguientes: Definir los aspectos a partir de los cuales se podrá determinar la aceptación de los productos de frutas y vegetales congelados en la Empresa De nuestra Tierra, durante el periodo del año 2023, mediante la consulta del criterio de los clientes para obtener información de su experiencia.

Determinar los elementos mediante los cuales se determinará el crecimiento de las ventas de los productos de frutas y vegetales congelados en la Empresa De nuestra Tierra, durante el periodo del año 2023, tomando como fuente de información el sistema de facturación interno para crear un mecanismo de medición de ventas.

Analizar los factores que influyeron en el comportamiento del consumo de las personas de los productos de frutas y vegetales congelados en la Empresa De nuestra Tierra, durante el periodo del año 2023, mediante la consulta a los clientes para generar un plan estratégico de oferta.

Las proyecciones o alcances que se estimaron como importantes fueron por

ejemplo generar un impacto en toda una cultura del consumidor por la tendencia de pensamiento hacia los productos congelados de no ser frescos, también se estima ser la alternativa en este mercado en tiempos de escasez de ciertas frutas que son meramente de temporada, ya que al ser producto congelado se puede preservar por mucho tiempo bajo esta condición y por último tener al menos un 50% del mercado meta inicial abarcado para un plazo de 5 años, ya que esto brindara apertura de los productos que se ofrecen y crecimiento de la empresa para abrir mercado en otras zonas.

En el ejercicio de valoración en las limitantes se considera importante el hecho de no ser un mercado maduro o establecido, además se analizó la carencia de competencias que existe en el mercado costarricense respecto a este tipo de actividad y la carencia de información de manera suficiente para poder tener una realidad más exacta de este tipo de mercados y productos.

Metodología.

En tal caso y para efecto de la presente investigación se analizó que el enfoque metodológico más acertado a utilizar es la investigación mixta, ya que es el que se adapta mejor a la actividad de la empresa en mención, y además porque reúne elementos tanto cuantitativos como cualitativos.

Es importante mencionar que la investigación llevo elementos cualitativos por el origen y la naturaleza en la recolección de datos para dicha investigación, y que en el caso de los elementos cuantitativos se basa en datos de origen numéricos y financieros de la empresa.

Se determinó que el tipo de investigación a utilizar es el Descriptivo y a su vez el Explicativo, y que por su particularidad de la operativa y el mercado en que se desarrolla la empresa De nuestra Tierra el tipo de diseño que se ajustó a la investigación es la No Experimental.

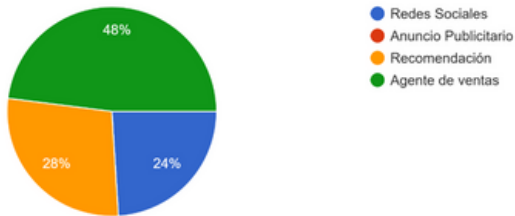
Con una población finita, los instrumentos y técnicas de recolección de datos fueron las siguientes:

- a. Observación a nuestros clientes respecto a su reacción hacia el producto.
- b. Encuesta realizada a una muestra de personas, para conocer a profundidad el interés por el consumo de este tipo de productos.
- c. Entrevistas a los clientes que consumen el producto para conocer sus observaciones hacia el mismo.
- d. Datos estadísticos tomados del sistema de facturación.

Resultados y discusión.

Figura 1. Encuesta muestra de clientes

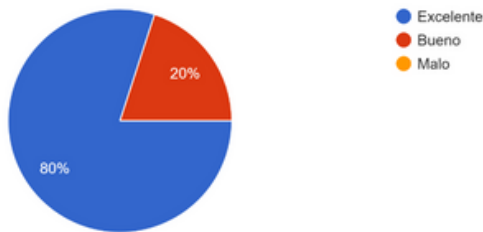
1. ¿Por cuál medio conoció la empresa De Nuestra Tierra?
25 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 2. Encuesta muestra de clientes

2. ¿Qué le parece la calidad de nuestros productos congelados?
25 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 3. Encuesta muestra de clientes

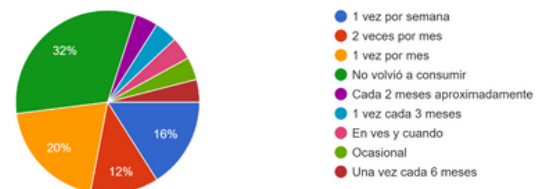
3. De nuestros productos congelados, ¿Cuál es el que consume con regularidad?

25 respuestas

Patacones
Guacamole
Batidos mixtos
Smoothies mixtos
Smoothie frutas
Fresas 🍓
Piña papalla mango
Smoothie green
Petacones

Figura 4. Encuesta muestra de clientes

4. ¿Qué tan continuo compra usted nuestros productos congelados?
25 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 5. Encuesta muestra de clientes

Smoothies Mixtos
Exótico
frutas congeladas
El verde
Frutas
Frescos
Caribbean mix
Smoothie con fresa y maracuyá
Fresa y Patacones
El batido verde
batidos
Fruta
El válido verde
Batido verde y mixto
Los batidos

Fuente: Elaboración propia (2023)

5. ¿Qué recomendaciones nos brindaría para el mejoramiento de nuestros productos congelados?

23 respuestas

Ninguna
Mejorar presentación
Ninguna
Mejor presentación
Más publicidad
Mas sabores
Centros de distribución más cercanos
que puedan traer más variedad, como carne congelada o productos prehechos como pan o tortillas aliñadas.
El banano se pone negro
me parecen perfectos
Adjuntar una recomendación de preparación (horno , frito etc)
Que los refrescos los vendan ya triturados, para no perder tiempo licuando
En cuanto a los productos ninguno
Mayor frescura.
Se recomienda tener a un agente de ventas fluido en la entrega del producto
Ninguna todo es excelente
El guacamole debería venir mejor "arreglado" solamente de descongelar y servir
Todo muy bien
X el momento todo bien
Siguir con la misma calidad y atención
Para mi son excelentes, solo el de Piña se me vencía más rápido, pero lo demás muy bien...
Mayor publicidad

Fuente: Elaboración propia (2023)

Basado en las respuestas de los clientes encuestados mediante la aplicación de 5 preguntas, en este apartado se destaca, primeramente, que el conocimiento de la existencia de la empresa De nuestra tierra ha ido en aumento principalmente por un factor importante el cual es el trabajo realizado por el agente de ventas, además manifestaron un criterio positivo alrededor de la calidad de los productos que ofrece la empresa De nuestra Tierra, por lo que esto demuestra que los

clientes les gusta y agrada los productos como tal, también tienen un alto nivel por el gusto de los smoothies mixtos, producto que combina diferentes frutas en distintas presentaciones, principalmente un gusto especial por el Smoothie Green.

Pese a lo mencionado anteriormente los clientes encuestados no adquieren los productos con mucha regularidad, es más el mayor porcentaje de estos manifestó no haber vuelto a consumirlos, por lo que se debe trabajar el sentido de seguimiento de estos, y la última pregunta se realizó con el afán de que los clientes encuestados manifestaran alguna recomendación, pero se hace contradictorio el hecho de que a pesar de que indican que no consumen los productos con regularidad estos manifiestan que no hay mayores recomendaciones para mejorar los productos. En tal efecto no dejan en claro los motivos en si por qué no los consumen con regularidad, pero a la vez emiten su criterio positivo en cuanto que los productos son perfectos en su calidad y gusto.

Conclusiones

De forma general se concluye que los clientes mostraron un nivel de aceptación alto de los productos, ya que consideran que estos son de excelente calidad manifestando una serie de factores positivos alrededor de estos como la calidad, tener un producto estrella como lo

es el Smoothie Green, además se manifestó en la compra continua de los productos por parte de algunos clientes. El crecimiento se pudo determinar de manera que inicialmente se implementó un plan estratégico de introducción de los productos, analizando a su vez los factores que influyeron en el comportamiento del consumo como por ejemplo la calidad, variedad, combinación y beneficios de los productos como tales.

Referencias bibliográficas

Arenas, J. (2004) Estudio de Factibilidad. Pontificia Universidad Javeriana <https://scholar.google.co.cr/scholar?q=Arenas,+J.+>

(2004)+Estudio+de+Factibilidad.+Pontificia+Universidad+Javeriana&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart

Berneth, D. (2022) Estudio de mercado para los productos precocidos congelados de la Empresa Pikemos ubicada en el municipio de Palmira. Institución Universitaria Antonio José Camacho Facultad de Ciencias Empresariales Tecnología en Mercadeo y Negocios Internacionales, Chile. <https://repositorio.uniajc.edu.co/bitstream/handle/uniajc/1328/Estudio%20de%20mercado%20precocidos%20congelados%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

BBVA. (s.f) Gastos fijos y variables, en qué

consisten y cómo se diferencian. [Página Web]

<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/gastos-fijos-y-variables-en-que-consisten-y-como-se-diferencian/>

Economipedia. (1 de mayo,2020) Proyección de ventas. [Página Web]

<https://economipedia.com/definiciones/proyeccion-de-ventas.html>

Edga Futura. (s.f). Aspectos legales de la empresa. [Página Web]

<https://www.egafutura.com/categoria/aspectos-legales-empresa#:~:text=Los%20aspectos%20legales%20de%20la%20empresa%20son%20todos%20los%20tr%C3%AAlmites,un%20departamento%20de%20asuntos%20jur%C3%ADdicos.>

Flores, B. (20 de junio, 2007). Importancia de los productos congelados para hostelería. [Página Web]

<https://www.larepublica.net/noticia/congelados-bajo-cero-explora-mercado-de-comida-preparada>

Fripozó. (6 de marzo,2016). Una breve historia de congelación. [Página Web]

<https://www.kantar.com/latin-america/buscador#e=0&q=industria%20productos%20congelados>

germandebonis. (27 de diciembre, 2021).

Importancia de los productos congelados para hostelería. [Página Web]

<https://germandebonis.com/importancia-de-los-productos-congelados-para-hosteleria/>

Gitnux. (s.f) Inversión inicial: qué es, ventajas, riesgos y más. [Página Web]

<https://blog.gitnux.com/es/inversion-inicial/>

Gómez, S. (2007) Aspectos Tecnológicos en la Congelación de alimentos. Universidad de las Américas, México.

<https://es.scribd.com/document/356939299/ASPECTOS-TECNOLOGICOS-DE-LA-CONGELACION-EN-ALIMENTOS-pdf>

Hernandez, R. (2014) Metodología de la Investigación. Interamericana Editores S.A DE C.V.

Inboundcicle. (22 de febrero,2022). Las 4 P del marketing: qué son, cuáles son y para qué sirven. [Página Web]

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

Intertec. (s.f).Producción y mercadeo de productos frescos congelados. [Página Web]

<https://costaricafrozenfruits.com/es/productos-alimenticios-congelados/>

Marquidconsulting. (28 de octubre,2014).

Herramientas útiles para la comercialización y venta de una empresa de servicios. [Página Web]

<https://www.marquid.com/herramientas-venta/>

Mordor Intelligence. (2023) Alimentos congelados Indonesia Tamaño del mercado y análisis de acciones tendencias de crecimiento y pronósticos (2023 - 2028). [Página Web]

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/indonesia-frozen-food-market>

Nación. (29 setiembre,2017). Economía. [Página Web]

https://www.nacion.com/economia/agro/banano-naranja-y-pina-predominan-en-consumo-de-los-costarricenses/DPW7E33LVJD3FF7MHQ_QYRG6YN4/story/

Navarro, M. (2012) Técnicas de ventas. Eduardo Duran Valdivieso

<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/estrategias-de-marketing/tecnicas-de-venta/57056889>

Oposinet. (s. f). La distribución y comercialización de los productos. [Página Web]

<https://www.oposinet.com/temario-de-tecnologia/temario-1-tecnologia/tema-13-la-distribucion-y-comercializacion-de-productos-el-mercado-y-sus-leyes-bsicas/>

Rockcontent. (10 de julio,2019). Que es localización de productos en el marketing. [Página Web]

<https://rockcontent.com/es/blog/localizacion-de-productos/>

Saluzzo. (s.f).Congelado y fresco en uno. [Página Web]

<https://www.saluzzocr.com/sistema-pfs/>

Solís, M. (2016)Análisis del consumo de frutas, hortalizas, pescado y mariscos en los hogares costarricenses. Programa Integral de Mercadeo Agropecuario.

<https://www.pima.go.cr/wp-content/uploads/2017/07/Analisis-Consumo.pdf>

Tschohl, J. (s/f) Servicio al cliente. Service Quality Institute Latin América

<https://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>

The food tech. (s.f). Alimentos congelados, tendencias y su posición en el mercado [Pagina Web]

<https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/alimentos-congelados-tendencias-y-su-posicion-en-el-mercado/>

Universidad de los Andes. (s.f). Explorando el Estudio Económico. [Página Web]

<https://ese.cl/ese/blog/explorando-el-estudio-economico/2023-04-25/170233.html#:~:text=El%20objetivo%20del%20estudio%20econ%C3%B3mico%20es%20determinar%20si%20una%20inversi%C3%B3n,y%20beneficios%20de%20una%20inversi%C3%B3n.>

UJMD. (s.f). Historia de la congelación en los alimentos. [Página Web]

<https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADMP0000596/C1.pdf>