

Asociación Guaritas

Informe final estudio de mercado -Pescado- Asociación Guaritas

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 Polochic

Tabla de contenido

Capítulo I Antecedentes.....	3
Introducción	3
Justificación.....	3
Localización y objetivos.....	4
Localización	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos	4
Capítulo II Actividades y Metodología	5
Descripción de las actividades realizadas	5
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:	8
Capítulo III Análisis previo sobre la oferta.....	8
Antecedentes sobre el estudio de la oferta.....	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
Oferta y demanda de especies	13
Descripción de la venta y compra.....	15
Satisfacción actual y disposición al cambio de proveedor	19
Evaluación de concepto “Proveedor Asociación Guaritas”	22
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	28
Análisis DAFO Asociación de pescadores de Guaritas.....	28
Conclusiones.....	30
Recomendaciones	32
Lecciones aprendidas.....	32
Capítulo VI Anexos.....	33
Cronograma de actividades	33
Instrumentos de recopilación.....	34
Base de datos – Clientes potenciales	41

Capítulo 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. La asociación de pescadores de Guaritas, 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 por parte del grupo objetivo investigado de la asociación de pescadores de Guaritas como un probable proveedor. Lo anterior será fundamental para una evaluación interna de la asociación de pescadores de Guaritas 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

La asociación de pescadores de Guaritas, se encuentra ubicada en la comunidad del mismo nombre en el municipio de El Estor departamento de Izabal, 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 a corto o mediano plazo de la asociación de pescadores de Guaritas, considerando también que los resultados se convirtieran en posibilidad de negocios para la asociación. La cobertura se resume de la siguiente forma:



Región Centro, Nor Oriente con énfasis en
Guatemala (en menor medida)
Zacapa (municipios de paso a Izabal)
Izabal (municipios con potencial)



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 pescado de bocas del Polochic, específicamente peces producidos en Comunidad Guaritas, El Estor, Izabal, Guatemala.

Objetivos específicos

- Analizar la oferta y la demanda de pescado de las siguientes especies: Palometa (*Eugerres plumieri*) Chunte estrella o juilín (*Hexanematichthys guatemalensis*) Róbalo (*Centropomus undecimalis*) o Chombimba o mojarra roja (*Vieja maculicauda*) Tilapia (*Oreochromis niloticus niloticus*) o Guapote Tigre (*Parachromis motaguensis*)
- 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.

Capítulo 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 la asociación de pescadores de Guaritas y su deseo de colocar su producción de con mayor

rentabilidad, lograr aumentar las ventas, así como la mayor probabilidad de alcance comercializador. La asociación de pescadores de Guaritas tendrá mayor potencial y alcance vendiendo principalmente a intermediarios: Restaurantes y Hoteles con Restaurantes, que vendan el pescado cocinado, así como puestos de mercado que pongan a disposición el pescado a consumidoras para prepararlo en el hogar. Se agregó una celda de entrevistas a pescadores no asociados, con el propósito de terminar de entender el entorno de la oferta de pescado. Con lo anterior se entenderá de una mejor forma la demanda del pescado.

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 Pescado	TOTAL
Restaurantes	65
Pescadores	20
Puestos de mercado	20
Hoteles-Restaurantes	35
Total	140

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 formula: “fórmula de margen de error para universos finitos”:

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

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

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

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

Muestra cadena	TOTAL	Error +/-
Pescado		
Restaurantes	65	6%
Pescadores	20	- ²
Puestos de mercado	20	-
Hoteles-Restaurantes	35	8%
Total	140	4.0%

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. (No se toman en cuenta Puestos de Mercado ni Pescadores ya que estos elementos se utilizaron como un complemento muestral.

	Proporción de la muestra	Proporción del Universo
Zacapa	17%	19%
Izabal	83%	81%

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, no obstante siempre respetando el muestreo por cuotas. El equipo de trabajo de Dimerc Group fue capacitado en el manejo de los cuestionarios. DIMERC

² en el caso de puestos de mercados y pescadores no se calcula error muestral ya que el objetivo de incluirlos es un complemento muestral de carácter exploratorio

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.

Capítulo III Análisis previo sobre la oferta

Antecedentes sobre el estudio de la oferta

Actualmente la asociación Guaritas 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 el pescado que es atrapado por pescadores asociados en comunidad Guaritas. 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.

La asociación Guaritas, se fundó en 2008 cuenta con 24 pescadores asociados del lago de Izabal, está acreditada con personería jurídica, cuenta con una junta directiva formada por propios pescadores. Actualmente se atiende a compradores locales que van a revender a mercados comunales u otras comunidades, el pescado se vende al momento de llegar al muelle en donde llegan los compradores para posterior reventa.

La oferta de peces de la asociación Guaritas, coincide con las especies comerciales del lago de Izabal, las especies que Guaritas actualmente está comercializando son: Palometa (*Eugerres plumieri*), Chunte estrella o juilín (*Hexanematichthys guatemalensis*), Róbalo (*Centropomus undecimalis*), Chombimba o mojarra roja (*Vieja maculicauda*), Tilapia (*Oreochromis niloticus niloticus*), Guapote Tigre (*Parachromis motaguensis*).

En ingresos, la asociación Guaritas reporta ventas documentadas anuales de cerca de los Q630,000 quetzales, esto para el año de 2018 (datos proporcionados por ASOCUCH), datos correspondientes al trabajo constante durante todo el año a excepción de la época de veda. Actualmente no existe una logística de clasificación, acopio, pesaje, verificación de calidad, tampoco existe ningún control en cuanto a forma y procedimientos de venta, usos de empaque etc. 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.

Conclusiones sobre el análisis de la oferta

- El apoyo de ASOCUCH a la asociación de Guaritas es de vital importancia y brindará frutos tangibles especialmente para la búsqueda de nuevos clientes para el pescado extraído por la asociación.
- La oferta general de pescado procedente del lago de Izabal está orientada a atender clientes locales y especialmente un cinturón desde el departamento de Izabal al departamento de Guatemala, la asociación de Guaritas es un conglomerado de pescadores que participan de la oferta comercial que sale de este centro acuífero, sin embargo, se realiza de forma informal y artesanal, especializándose principalmente en 6 especies, las cuales están incluidas en las especies con mayor demanda comercial.
- La asociación Guaritas puede describirse actualmente como “pescadores organizados” aunque desea convertirse en “transformador” para búsqueda de nuevos clientes, para lo cual deberá cumplir con criterios de acopio, tecnificación, clasificación, registros para venta. Etc. Adicionalmente, venden de forma independiente, sólo comercializa para venta inmediata en los muelles sin mayor proceso de clasificación, verificación, homogeneidad, criterios de calidad, pesaje, etc.

- Actualmente la asociación Guaritas vende el pescado un precio de Q10 por libra, lo que se encuentra en los rangos que se manejan en las inmediaciones del lago y de la forma en que se comercializa, sin embargo, se deberá hacer un estudio de precios debido a que la comercialización más lejana requerirá incluir en el precio factores de logística para llegar a los clientes y verificar si son capaces de competir eficazmente.
- La asociación Guaritas 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.

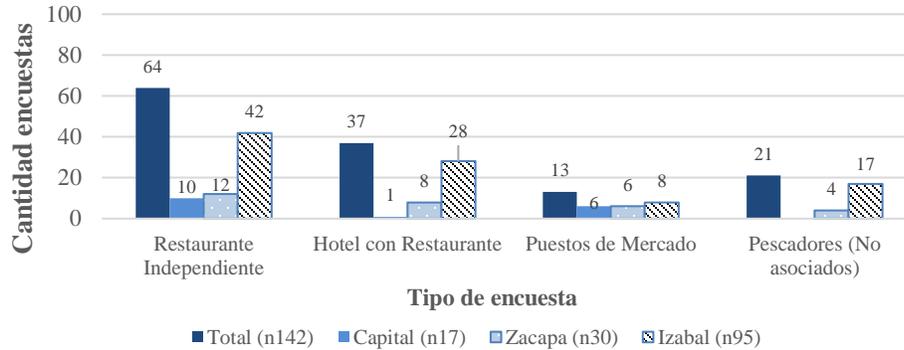
Capítulo IV Resultados del estudio

Análisis y discusión de los resultados:

Descripción de la muestra

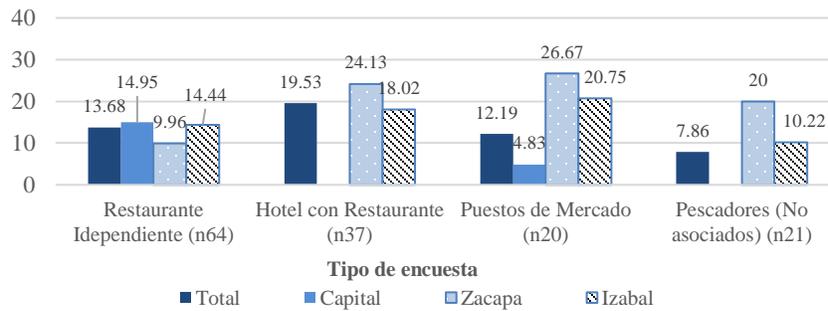
La muestra final estuvo compuesta por 142 casos, siendo 64 Restaurantes independientes, 37 Hoteles-Restaurantes, 13 Puestos de Mercados y 21 Pescadores no asociados, (ver gráfica No.1). Los Restaurantes independientes entrevistados, en promedio tienen 14 años de funcionamiento a nivel total, siendo los más recientes los establecimientos encuestados de Izabal quienes manifestaron tener 10 años de funcionamiento en promedio. Los Hoteles-Restaurantes cuentan a nivel total con un promedio de 20 años de funcionamiento siendo más antiguos en Zacapa con 25 años en promedio. En cuanto a tiempos de comida, la totalidad de Restaurantes sirven almuerzos y casi la totalidad sirve cenas, mientras que desayunos y refacción entre 6 y 7 de cada 10 encuestados (ver gráfica 3). Los Puestos de Mercado atienden normalmente de lunes a domingo (ver gráfica 4), son más variables en tiempo de funcionamiento, partiendo de 5 años en promedio en la capital hasta 26 años en Zacapa. Por su parte los pescadores no asociados entrevistados, la mitad son artesanales y la otra mitad son piscicultores, manifiestan contar con casi 8 años de dedicarse a la actividad, tres de cuatro indican que es una actividad que comparten con otras actividades y siete de cada 10 indica que es una actividad familiar (Ver gráficas No. 5,6 y 7).

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



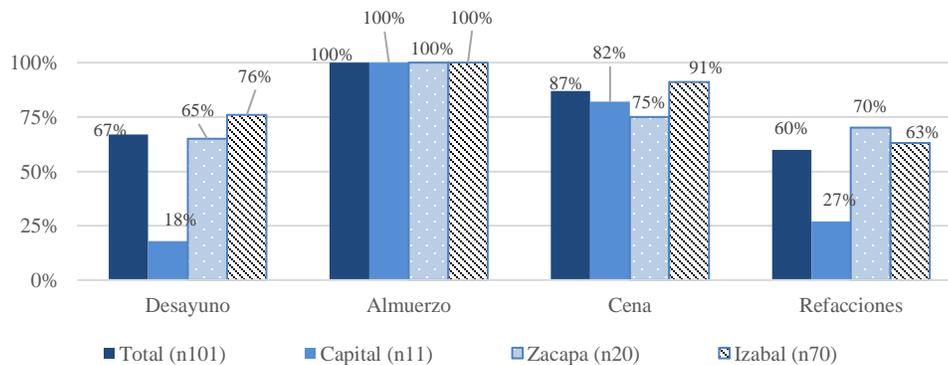
Ref:
Cuadros RH-1 Y PM-1 Y P-1 de la tabulación

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



Ref: RH-Pregunta 1, PM-Pregunta 1 Y P-Pregunta 2
Cuadros RH-3 Y PM-1 Y P-1 de la tabulación

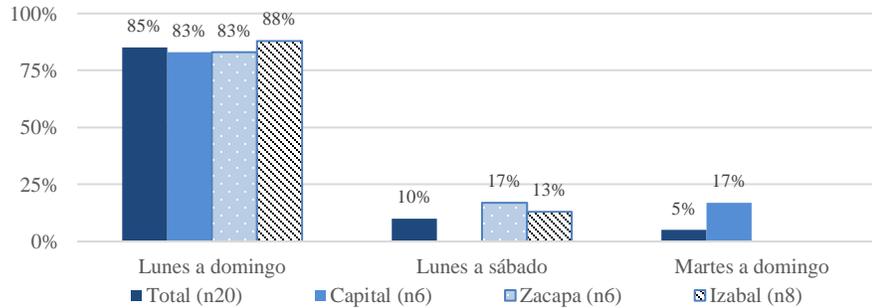
Gráfica No. 3 Tiempos de comida que sirve
Encuestas a Restaurantes y Restaruantes-Hoteles



Ref: RH-Pregunta 3
Cuadros RH-5 de la tabulación

Gráfica No. 4

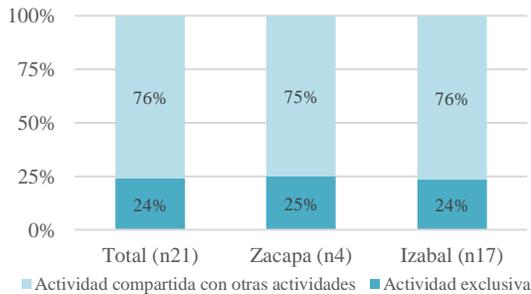
**Días de Atención
Encuestas a Puestos de Mercado**



Ref: PM-Pregunta 2
Cuadros PM-4 de la tabulación

Gráfica No. 5

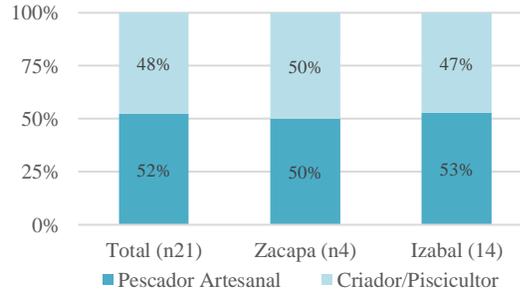
**Tipo de Pescador
Encuestas a Pescadores**



Ref: P-Pregunta 2
Cuadros P-4 de la tabulación

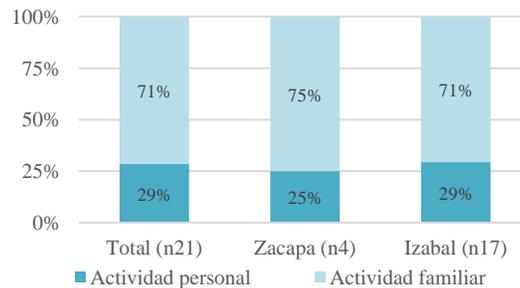
Gráfica No. 6

**Tipo de Pescador
Encuestas a Pescadores**



Ref: P-Pregunta 1
Cuadros P-2 de la tabulación

**Gráfica No. 7 Tipo de Pescador
Encuestas a Pescadores**



Ref: P-Pregunta 3
Cuadros P-5 de la tabulación

Oferta y demanda de especies

Según la asociación Guaritas, la pesca en el lago de Izabal se hace sin control sobre las especies atrapadas teniendo así una oferta de especies variadas sin clasificación, los pescadores artesanales no asociados entrevistados la mitad indica que lo hace de la misma forma y la otra mitad ya clasifica su pescado para la venta, mientras que los piscicultores se especializan en la tilapia. El consumo en Restaurantes se centra en 3 especies, “Mojarra Roja” (siendo vendida por el 61%), “Róbalo” (44%) y “Tilapia” (39%). Por su parte los Puestos de Mercado, aunque venden más variedades como por ejemplo el Chunte, (30%), Palometa (20%) y guapote (15%), también coinciden en que las variedades más vendidas son las mismas mencionadas por los restaurantes “Mojarra Roja” (70%), “Róbalo” (50%) y “Tilapia” (35%). (ver gráfica No.8, 9 y 10).

A nivel total, un Restaurante y Hotel-Restaurante en promedio está vendiendo a través de su menú cerca de 25 libras semanales de pescado, esto es significativamente mayor en la ciudad de Guatemala en donde un restaurante puede vender en promedio 120 libras semanales, contrastando con un promedio de 16 libras en Izabal. En cuanto a Puestos de Mercados se visualiza un grupo objetivo con mayor potencial, a nivel total un puesto de mercado puede vender cercano a 340 libras semanales, la venta por un puesto de mercado es significativamente mayor en Izabal en donde en promedio se puede vender 650 libras semanales mientras que en la ciudad de Guatemala, la venta en promedio por un puesto de mercados es de 94 libras semanales (cabe mencionar que los puestos de mercados entrevistados en la ciudad capital se hicieron en el mercado de la terminal, en el entendido que pueden ser clientes potenciales y no en mercados de colonia donde no habría capacidad de distribución). Hay que tomar en cuenta que los puestos de mercado venden a consumidor final para preparación en casa (Ver cuadro No.1)

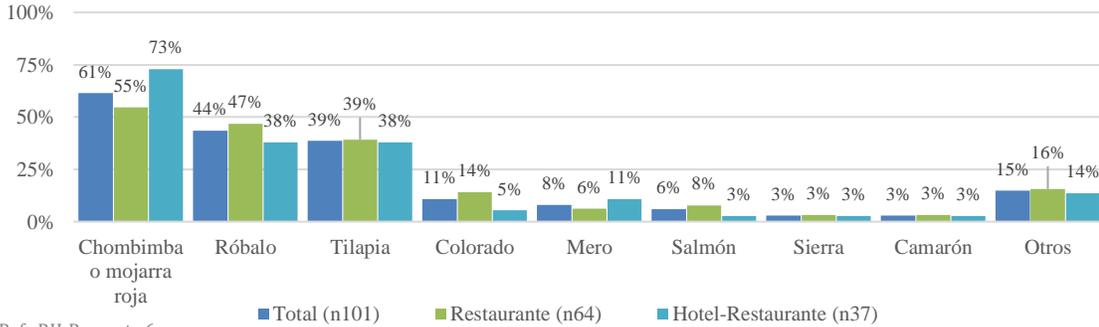
En lo referente a precio de compra de las especies de pescado más compradas, siempre es muy variable, en las especies más compradas: Mojarra Roja y la Tilapia, el segmento de Restaurantes y Hoteles-Restaurantes normalmente pagan Q15 por libra, los puestos de mercado están pagando más barato pues los precios que se están pagando están entre Q8 y Q11. Estos precios nos dan el margen de precios al compararse con los precios de venta, la asociación de pescadores de Guaritas venden el pescado sin clasificar en el muelle a Q10, no obstante lo anterior se debe tomar en cuenta que otros pescadores no asociados artesanales lo más común es que vendan

Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

a Q6 la libra de pescado sin clasificar mientras que piscicultores que venden Tilapia están vendiendo a Q14 la libra (ver cuadro No. 2).

Gráfica No. 8

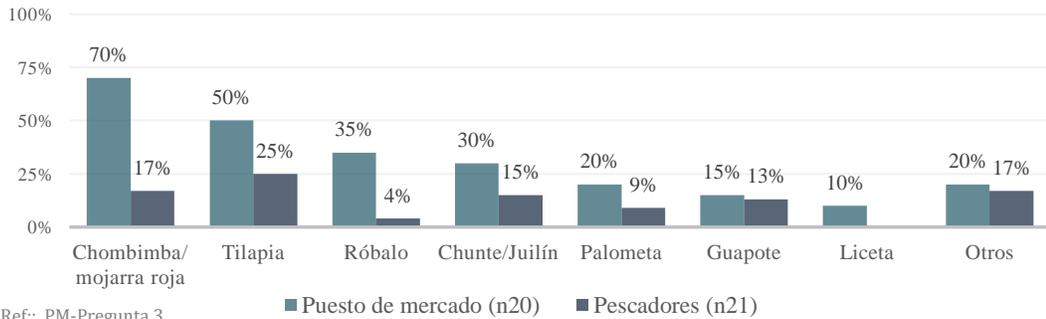
Tipo de Pescado que tiene en el menú
Encuestas a Restaurantes y Hoteles-Restaurantes



Ref: RH-Pregunta 6
Cuadros RH-8 de la tabulación

Gráfica No. 9

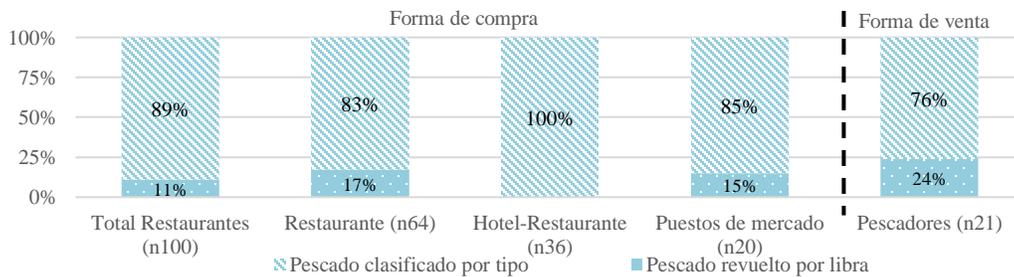
Tipo de Pescado que tiene a la venta/pescado que vende
Encuestas a Puestos de mercado y Pescadores



Ref: PM-Pregunta 3
Cuadros PM-6 de la tabulación

Gráfica No. 10

Forma de Compra / Venta
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado / Pescadores



Ref: RH-Pregunta 13, PM-Pregunta 12 Y P-Pregunta 9
Cuadros RH-103 Y PM-17 Y P-12 de la tabulación

Cuadro No.1 Promedio de Venta		Departamento			
		Total	Guatemala	Zacapa	Izabal
Restaurantes y Hotel- Restaurante	Media	24.98	119.19	19.91	15.66
	Base	101	11	20	70
Puestos de Mercado	Media	339.25	94.17	169.00	650.75
	Base	20	6	6	8
Venta por pescadores no asociados	Media	282.76	-	740.00	175.18
	Base	21	-	4	17

Ref: RH-Pregunta 7, PM-Pregunta 4 y P-Pregunta 5
Cuadros RH-8 Y PM-7a y P-5a de la tabulación

Cuadro No. 2							Precios de venta					
Precios de Compra por variedad y por segmento												
	Restaurantes			Hoteles			Puestos de Mercado			Pescadores		
	Mínimo	Máximo	Moda	Mínimo	Máximo	Moda	Mínimo	Máximo	Moda	Mínimo	Máximo	Moda
Chunte/Juilín	Q13	Q13	Q 13	-	-	-	Q3	Q12	Q3	Q6	Q10	Q 6
Mero	Q17	Q18	Q 17	Q14	Q55	Q14	-	-	-	-	-	-
Palometa	Q10	Q12	Q10	-	-	-	Q6	Q11	Q 6	Q 6	Q12	Q6
Róbalo	Q10	Q65	Q30	Q10	Q70	Q30	Q10	Q18	Q15	Q -	Q6	-
Tilapia	Q10	Q30	Q15	Q12	Q29	Q15	Q10	Q15	Q11	Q7	Q15	Q14
Chombimba mojarra roja	Q12	Q40	Q15	Q12	Q 35	Q15	Q7	Q15	Q 8	Q6	Q15	Q 6

Ref: RH-Pregunta 6, PM-Pregunta 3 Y P-Pregunta 4
Cuadros RH-8 Y PM-8 Y P-6 de la tabulación

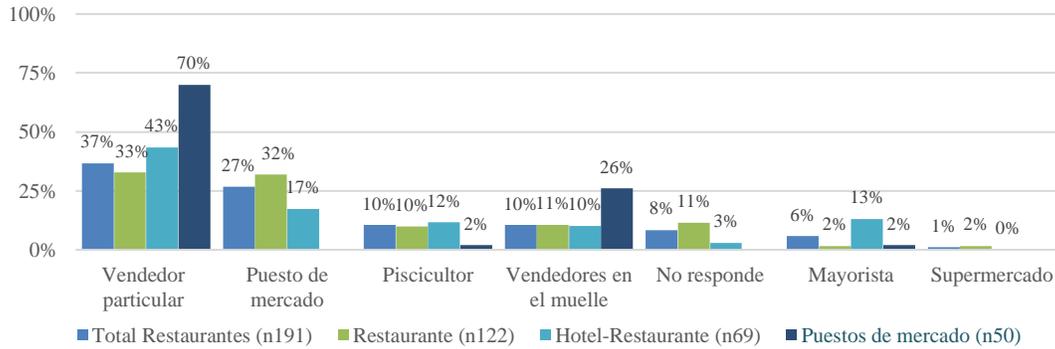
Descripción de la venta y compra

Según la asociación de pescadores de Guaritas, actualmente no cuentan con una red de comercialización y el pescado se vende al momento de llegar al muelle, siendo también lo que hacen los pescadores no asociados casi en su totalidad, por su parte los piscicultores normalmente lo venden directamente al consumidor en un puesto propio. Pasando a la compra del grupo objetivo, el segmento de Restaurantes y Hoteles-Restaurantes principalmente compra con un vendedor particular (cuatro de cada diez) a quien piden para que se lo lleven a dejar, aunque también otro porcentaje importante compra en puestos de mercados (tres de diez) y a donde principalmente acuden para comprar. Por su parte el 70% de Puestos de Mercado compra con vendedores particulares, aunque también acuden al muelle a comprar directamente de los pescadores. (Ver gráficas 11, 12 y 13). La frecuencia de compra de pescado depende del tipo de establecimiento, los Restaurantes entrevistados, compran principalmente una vez por semana, los Hoteles-Restaurantes con menos periodicidad (ya sea quincenal o mensual) mientras que los

Puestos de mercado son quienes compran más frecuentemente (dos veces por semana y en algunos casos a diario), ver gráfica 14.

Gráfica No. 11

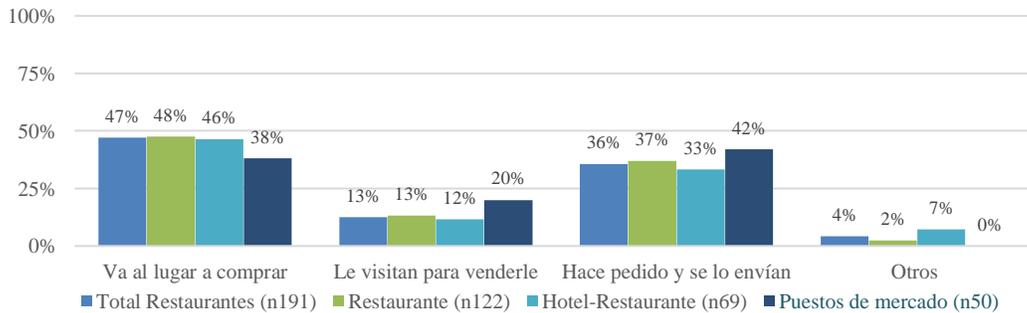
Lugar de compra pescado Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado



Ref: RH-Pregunta 9, PM-Pregunta 6
Cuadros RH-14 Y PM-11 de la tabulación

Gráfica No. 12

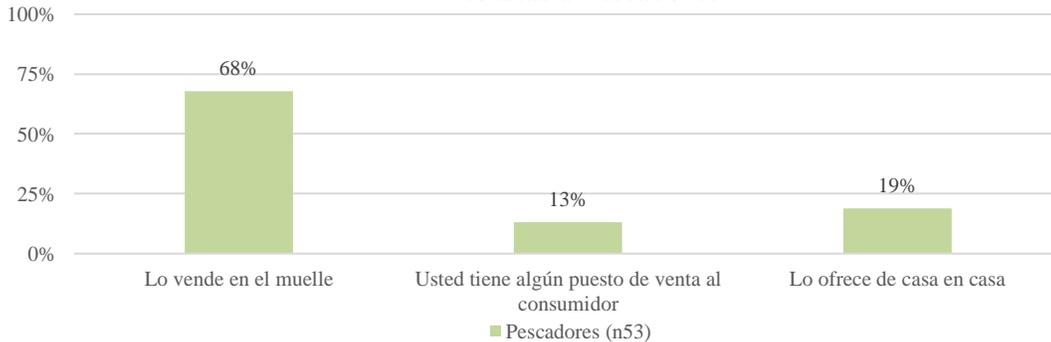
Forma de Compra Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado



Ref: RH-Pregunta 11, PM-Pregunta 8
Cuadros RH-17 Y PM-13 de la tabulación

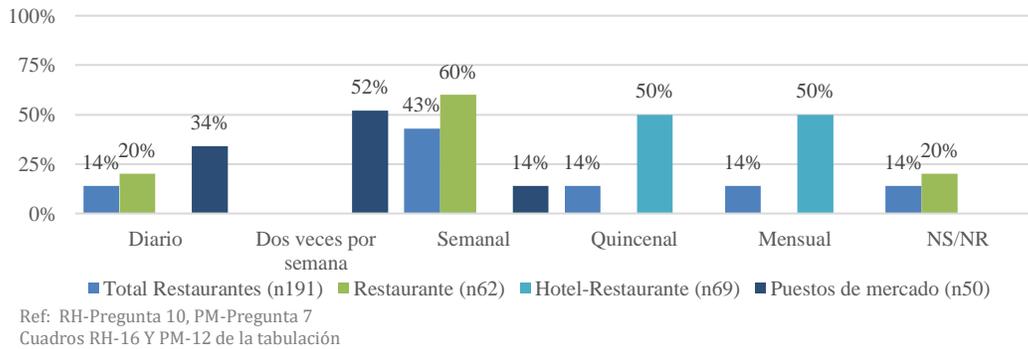
Gráfica No. 13

Forma de Venta Encuestas a Pescadores



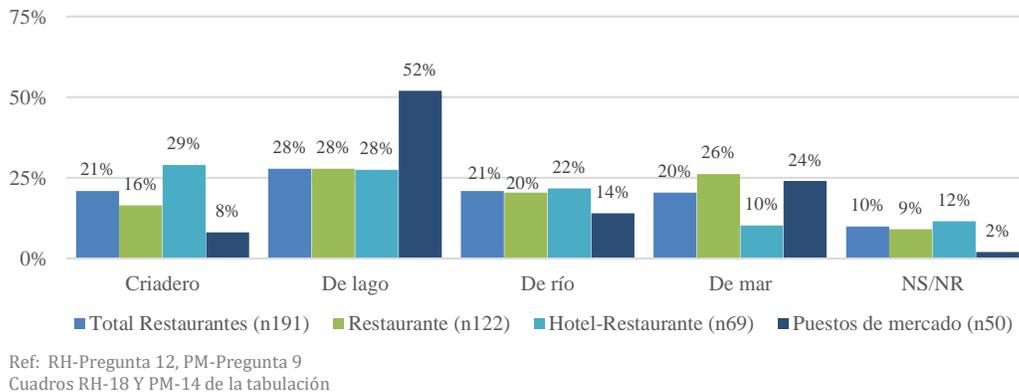
Ref: P-Pregunta 6
Cuadros P-10 de la tabulación

Gráfica No. 14 Frecuencia de Compra
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado



El conocimiento sobre la procedencia del pescado que compran los establecimientos es variado, lo más mencionado por el segmento de Restaurantes es que es “de lago” (28%), seguido de “de criadero”, “de río” y “de mar” (cerca del 20% en cada mención). La mitad de los Puestos de Mercado, según ellos compran pescado “de lago” (ver gráfica No.15).

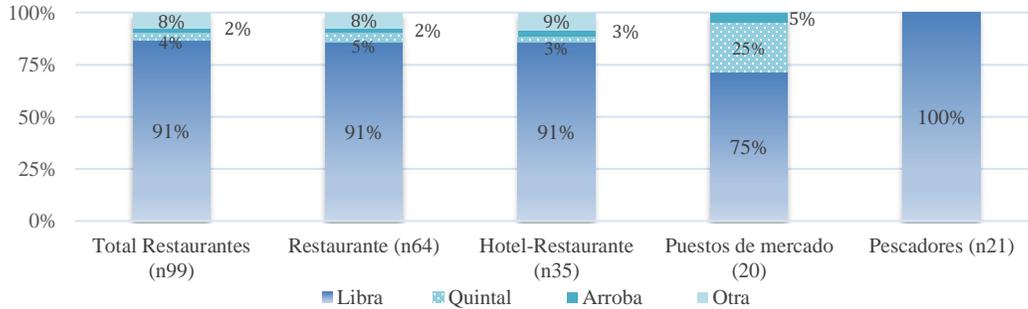
Gráfica No. 15 Procedencia del pescado que compra
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado



El pescado es comprado por libra y sin empaque, tanto en Restaurantes, Hoteles-Restaurantes y Puestos de mercado (aunque algunos puestos de mercado mencionan comprar por quintal), la mayor parte de establecimientos compra pescado “con vísceras” aunque una tercera parte Restaurantes también mencionan comprar “desviscerado”. Los pescadores no asociados manifiestan vender su producto al contado, aunque una pequeña proporción menciona vender al crédito (Ver gráficas No. 16,17, 18 y 19). La asociación de pescadores de Guaritas tiene una forma de venta que coincide con los datos anteriores. Lo anterior brinda información valiosa respecto a la forma de ofertar el producto, y la forma que el grupo objetivo está acostumbrado a comprar.

Gráfica No. 16

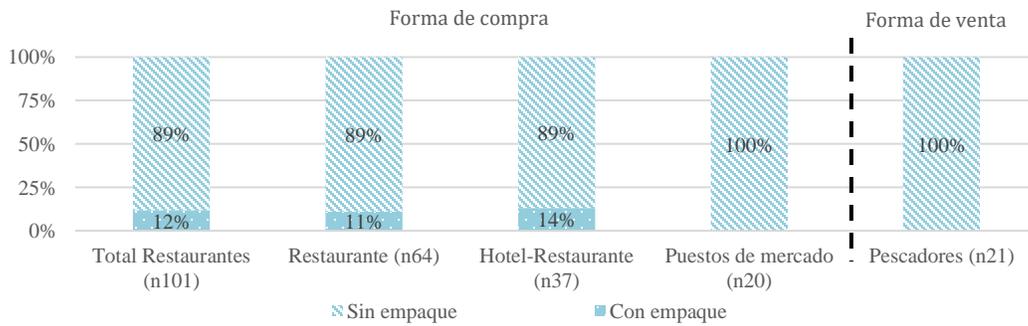
Medida de peso en la que compra el pescado
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado



Ref: RH-Pregunta 14, PM-Pregunta 13 Y P-Pregunta 10
Cuadros RH-104 Y PM-18 Y P-13 de la tabulación

Gráfica No. 17

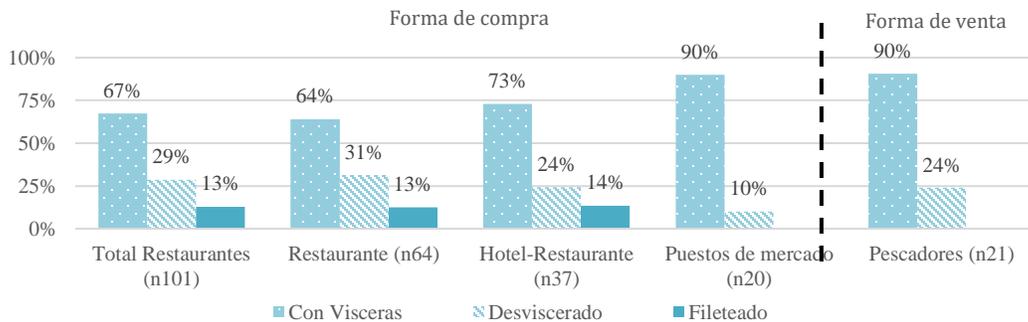
Forma de Compra / Venta
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado / Pescadores



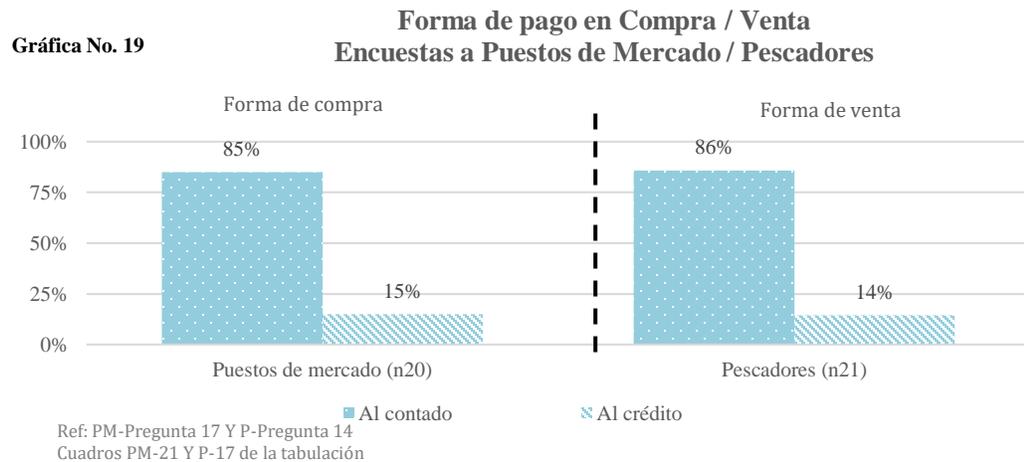
Ref: RH-Pregunta 15, PM-Pregunta 14 Y P-Pregunta 11
Cuadros RH-105 Y PM-19 Y P-14 de la tabulación

Gráfica No. 18

Forma de Compra / Venta
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado / Pescadores



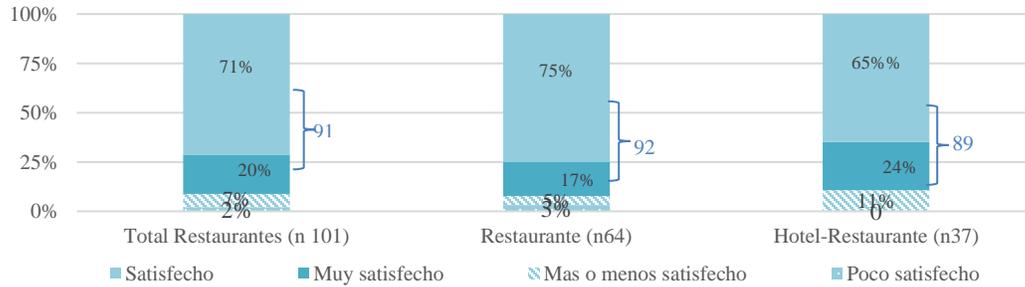
Ref: RH-Pregunta 16, PM-Pregunta 15 Y P-Pregunta 12
Cuadros RH-107 Y PM-20 Y P-15 de la tabulación



Satisfacción actual y disposición al cambio de proveedor

Los proveedores actuales de pescado para Restaurantes y Hoteles Restaurantes brindan un buen servicio, nueve de diez entrevistados en este segmento manifestó estar “Satisfecho” o “Muy Satisfecho” (ver gráfica No. 20). En este sentido hay que recordar a que se están refiriendo principalmente a un “vendedor particular” o un “puesto de mercado” que normalmente es en donde compran. No obstante lo anterior, una décima parte de los entrevistados en este segmento y una quinta parte de Puestos de Mercado manifiesta que “está dispuesto” a cambiar de proveedor y por lo menos 6 de cada diez Restaurantes y Hoteles-Restaurantes mencionaron que “talvez si/talvez no” podrían cambiar, al momento de contactarlos de forma directa (ver gráfica No.21). Para Restaurantes y Hotel-Restaurante, las dos ventajas principales ofrecidas por su proveedor actual son: “Frescura” y “Precio accesible”, siendo mencionadas por la mitad de entrevistados a nivel total en este segmento, otras razones importantes para ellos son “la calidad de producto” (38%) y “buen tamaño del producto” (19%). Para Puestos de Mercado, también se coincide, en que las ventajas del proveedor actual son “frescura” (55%), “Calidad” (40%) y “precio accesible (35%) siendo las tres ventajas más mencionadas (ver cuadro No.3). De igual forma, los Restaurantes y Hoteles-Restaurantes consideran que un nuevo proveedor debe ofrecer principalmente “Buen producto”, “Calidad” y “Frescura” en el pescado que pretenda ofrecer (ver cuadro No.3).

Gráfica No. 20 Satisfacción con proveedor actual pescado
Encuestas a Restaurantes, Hoteles



Ref: RH-Pregunta 19
Cuadros RH-110 de la tabulación

Gráfica No. 21 Disposición a cambio de proveedor
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado



Ref: RH-Pregunta 22, PM-Pregunta 19
Cuadros RH-113 Y PM-23 de la tabulación

Cuadro No. 3				
Qué ventajas o beneficios tiene su proveedor actual				
	Total, Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante	Puesto de mercado
Pescado es fresco	52%	55%	49%	55%
Precio accesible	52%	52%	54%	35%
Calidad del producto	38%	42%	30%	40%
Buen tamaño del producto	19%	16%	24%	5%
Disponibilidad de producto	17%	16%	19%	10%
A domicilio	7%	8%	5%	20%
Llamadas constantes	-	-	-	10%
Variedad de producto	2%	-	5%	10%
Higiene	5%	5%	5%	5%
Viene vivo el pescado	3%	5%	-	5%
Entrega dos veces por semana	-	-	-	5%
Puntualidad de entrega	8%	6%	11%	13%
Amabilidad del personal	4%	3%	5%	-
Peso exacto	1%	-	-	-
Crédito	9%	8%	11%	-
Tener laguna propia/criadero	2%	-	5%	-
Uno escoge el producto	2%	3%	-	-
Facilitan el transporte	1%	2%	-	-
Ofrecen ofertas	1%	2%	-	-
Está cerca el vendedor	2%	3%	-	-
El producto es limpio	2%	2%	3%	-
Servicio rápido	2%	3%	-	-
Tiene vitaminas	1%	2%	-	-
Ninguna	1%	2%	-	-
Otros	1%	2%	-	-
Base	101	64	37	20

Ref: RH-Pregunta 20, PM-Pregunta 18
Cuadros RH-111 Y PM-22 de la tabulación

Cuadro No.4				
Qué debería ofrecerle un proveedor de pescado				
	Total, Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante	Puesto de mercado
Buen precio/Precio justo	74%	72%	78%	95%
Calidad del producto	56%	63%	46%	40%
Producto fresco	26%	30%	19%	35%
Buen tamaño del producto	16%	14%	19%	15%
Amabilidad del personal	3%	3%	3%	-
Disponibilidad del producto	8%	8%	8%	5%
Variedad del producto	5%	3%	8%	15%
Den crédito	6%	6%	5%	10%
Puntualidad de entrega	3%	3%	3%	-
Higiene	5%	5%	5%	5%
Den Factura	3%	2%	5%	5%
Pescado limpio	4%	3%	5%	
Que lo vendan desviscerados	--	-	-	10%
Servicio a domicilio	3%	2%	5%	5%
Otros	20%	20%	25%	20%
Base	101	64	37	20

Ref: RH-Pregunta 23, PM-Pregunta 20
Cuadros RH-114 Y PM-24 de la tabulación

Evaluación de concepto “Proveedor Asociación Guaritas”

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

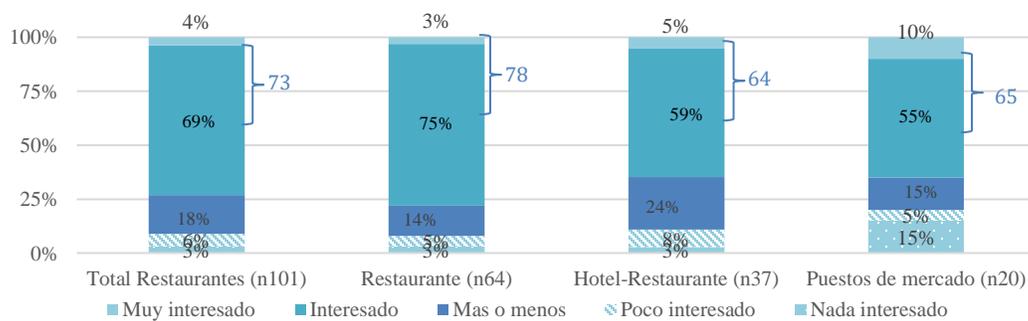
Comunidad Guaritas, es una asociación de pescadores artesanales, ubicada en El Estor, Izabal, la asociación cuenta con centro de acopio, donde se procesa el pescado para la venta. El Pescado que se ofrece actualmente es atrapado artesanalmente en el lago de Izabal obteniendo así pescado de calidad y excelente sabor por sus características especiales. Además, la asociación se rige por las leyes que protegen el lago, respetan la época de veda para garantizar la reproducción de las especies locales. Actualmente la asociación busca clientes para proveerles de este producto guardando la cadena en frío o en fresco. Especialmente las especies que están poniendo a su disposición son Palometa (Eugerres plumieri), Chunte estrella o juilín (*Hexanemachthys guatemalensis*), Róbalo (*Centropomus undecimalis*) o Chombimba o mojarra roja (*Vieja maculicauda*), Tilapia (*Oreochromis niloticus niloticus*) o Guapote Tigre

Según los entrevistados, existe un buen interés en escuchar la oferta de la asociación de pescadores de Guaritas, en el total de Restaurantes, siete de cada diez entrevistados manifestaron positivamente al interés (estarían “interesados” o “muy interesados”) en la asociación de pescadores de Guaritas como opción de proveedor, lo anterior sube a ocho de cada diez en el segmento de Restaurantes independientes. En cuanto a los puestos de mercados el interés baja

levemente a seis de cada diez. Quienes no manifestaron un interés positivo manifiestan principalmente que deben “ver la calidad del producto” y “ver el precio” (el concepto inicial no incluía precios), Puestos de Mercados manifiestan adicionalmente que ya tienen un proveedor definido (ver cuadro No.5). Para finalizar en este punto es preciso enfatizar que a los entrevistados se les presentó el concepto en el entendido de que la asociación funciona con un centro de acopio, el cual hasta el momento del estudio no se encontraba en funcionamiento, lo cual será fundamental el momento de presentar la oferta en el mercado.

Gráfica No. 22

Interés en opción proveedor GUARITAS
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado



Ref: RH-Pregunta 24, PM-Pregunta 19
Cuadros RH-115 Y PM-25 de la tabulación

Cuadro No.5 Razonamiento para estar más o menos/poco o nada interesado en asociación de pescadores de Guaritas como proveedor		
	Total Restaurantes	Puesto de mercado
Hay que ver la calidad del producto	30%	28%
Ver precio	37%	29%
Ya cuenta con proveedor	19%	57%
La mayoría de los productos que ofrece Guaritas no se maneja	-	14%
Conocer sus productos	11%	-
No lo conocen / hay que conocerlos mejor	11%	-
No están los productos que necesitan	7%	-
Evaluar la variedad	8%	-
Trabaja donde abunda el pescado	4%	-
Las personas de acá solo compran en el mar	4%	-
Cuento con criadero de pescado	4%	-
A veces no mantiene en existencia	4%	-
Por la distancia	4%	-
Tal vez por el lugar de procedencia	4%	-
No responde	4%	-
Base	27	7

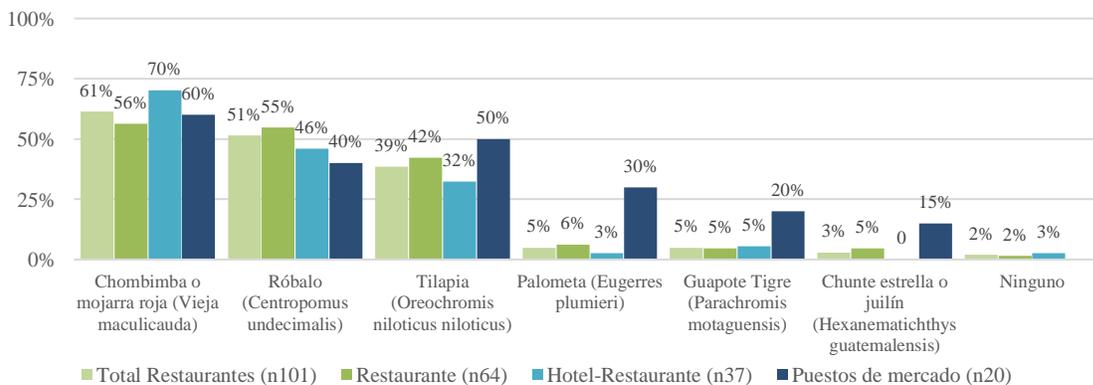
Ref: RH-Pregunta 25, PM-Pregunta 20
Cuadros RH-116 Y PM-26 de la tabulación

Aunque la asociación de pescadores de Guaritas pone a la disposición por lo menos 6 variedades de peces, el mercado mediante los grupos objetivos consultados en el presente estudio, tendrían un interés principalmente en tres especies: “Mojarra Roja”, en cuya especie estaría interesados entre seis y siete de cada diez Restaurantes, Hotel-Restaurante y Puestos de Mercados, “Róbalo”, interés en por lo menos la mitad de los tres grupos objetivos y “Tilapia” (esta última es una especie es una especialidad de oferta de criadero). Los Puestos de Mercados, evidencian un interés en otras especies como Palometa (30%), Guapote (20%) y Chunte (15%) ver gráfica 23.

Los requerimientos para ser tomar en cuenta a la asociación de Guaritas como proveedor, son los mismos aspectos a cualquier proveedor que quiera ingresar con los diferentes segmentos, todos coinciden en demandar principalmente “precio”, “calidad” y “frescura” en el pescado, otros aspectos importantes son “servicio a domicilio” “buen tamaño”, Puestos de Mercado mencionan adicionalmente la “puntualidad de entrega” mientras que Hotel-Restaurante también hacen énfasis en “disponibilidad de producto. (ver cuadro No.6).

Gráfica No. 23

Pescado en el que estaría interesado
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado



Ref: RH-Pregunta 26, PM-Pregunta 21
Cuadros RH-117 Y PM-27 de la tabulación

Cuadro No. 6				
Qué debería de ofrecerle Guaritas para ser considerado como proveedor				
	Total, Restaurantes	Restaurante	Hotel Restaurante	Puesto de mercado
Buen precio/ precio justo	59%	66%	49%	55%
Calidad del producto	50%	52%	46%	25%
Producto fresco	21%	22%	19%	25%
Servicio a domicilio	15%	19%	8%	15%
Puntualidad de entrega	8%	5%	14%	20%
Buen tamaño del producto	11%	8%	16%	10%
Variedad de producto	11%	14%	5%	10%
Disponibilidad de producto	12%	8%	19%	5%
Visitas periódicamente	-	-	-	10%
Pescado limpio	4%	-	11%	-
Que el pescado este en buen estado	4%	3%	5%	-
Faciliten el transporte	3%	3%	3%	-
Otros	22%	26%	21%	25%
Base	101	64	37	20

Ref: RH-Pregunta 27, PM-Pregunta 22
Cuadros RH-118 Y PM-28 de la tabulación

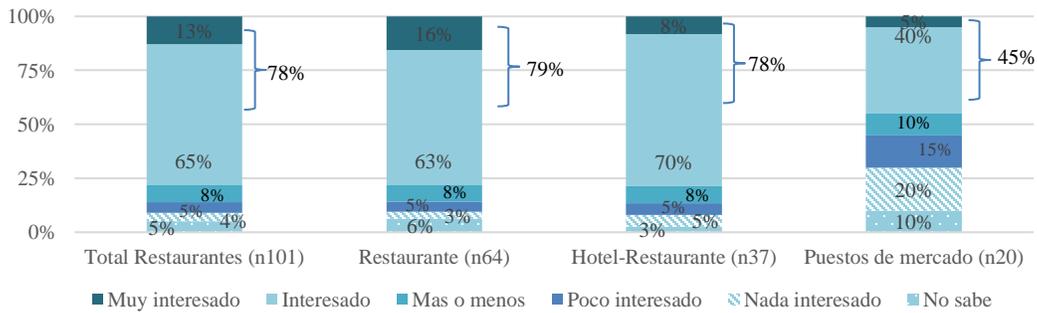
Previo a indicarles un precio de venta probable del pescado por la asociación de pescadores de Guaritas, se les preguntó a los entrevistados cuál sería un precio que sería justo pagar por las variedades de especies que se podrían poner a disposición, aunque los precios son muy variables, se puede observar que, las especies con menor precio asignado son “Chunte” y “Palometa” con menciones entre Q5 y Q10 por libra, mientras que “Róbalo”, “Tilapia” y “Mojarra Roja” tienen precios más altos asignados, entre Q10 y Q25 por libra. Adicionalmente a lo anterior se observa que los Puestos de Mercado siempre asignan precios menores a todas las variedades de pescado, lo que lo hace un segmento más competitivo en el entendido que son revendedores del producto (ver cuadro No. 7).

Cuadro No. 7									
Precios considerados justos por variedad de especie de pescado									
	Restaurantes			Hoteles			Puestos de Mercado		
	Mínimo	Máximo	Moda	Mínimo	Máximo	Moda	Mínimo	Máximo	Moda
Chunte/Juilín	8	15	8	10	20	10	3	12	5
Palometa	8	15	10	10	25	10	4	40	7
Róbalo	10	65	15	10	70	25	5	20	15
Tilapia	10	25	15	12	28	12	9	15	10
Chombimba mojarra roja	10	30	15	10	30	12	5	25	10

ASOCUCH, brindó los precios que se tienen definidos actualmente para incluir en el cuestionario y que fueran evaluados por el grupo objetivo su evaluación, siendo estos Q10 el precio por libra a granel y Q14 el precio por libra a granel, pero desviscerado. Lo anterior generó un interés en el segmento de Restaurantes y Hoteles-Restaurantes de ocho de cada diez entrevistados, que mencionaron estar “interesados” o “muy interesados” en interés de compra a estos precios. El segmento de Puestos de Mercado manifestó menos interés, ya que sólo la mitad de los entrevistados manifestaron estar “interesados” o “muy interesados” en compra con estos precios.

Gráfica No. 24

Interés de compra a GUARITAS
Encuestas a Restaurantes, Hoteles y Puestos de Mercado



Ref: RH-Pregunta 30, PM-Pregunta 24
Cuadros RH-126 Y PM-35 de la tabulación

No ha existido mayor experiencia de “asociación” en los pescadores no asociados entrevistados, aunque es importante observar que un pescador mencionó que sí estuvo asociado y dejó de estarlo, manifestando que el estar asociado les perjudicó directamente en las ventas al incrementar los precios. Al consultarles sobre razonamientos para querer asociarse, los pescadores manifiestan diversidad de conceptos, pero principalmente se centran en que una asociación ayude a encontrar mercado para la producción y generar ingresos, así mismo buscar proyectos y ayuda para tener mejores herramientas para mejorar la producción (ver cuadros No. 8,9 y 10).

Cuadro No. 8			
Experiencia de pescadores no asociados actualmente con Asociaciones			
¿Está asociado o no?	Frecuencias	¿Anteriormente estuvo asociado?	Frecuencia
No está asociado	21	Si	1
		No	20
¿Dónde estuvo asociado?		¿Por qué ya no está asociado?	
Asociación ALMINO	1	Porque en la asociación no se gana nada, los productos subieron de precio y a nosotros nos perjudico cuando cambiamos de precio ya no llegan clientes	1

Cuadro No.9
Razones por las cuales le gustaría estar asociado
Dependerá si hay dentro de la asociación alguna persona que apoye con charlas y manejo de cría de pescado
Para mejorar el grupo convertir en una asociación reconocida a nivel nacional para el bien de la comunidad prosperar con la productora de pescado
Para que crezca nuestro grupo y nuestra visión es asociarse con algún proyecto para que así vamos a producir más peces
Para que haya más producción de pescado más venta y más clientes y me gustaría ganar más y tomar como un negocio para ganar dinero
Para que sea como un negocio y que nos apoyen con más proyectos para tener más ingresos
Para saber cómo mejorar la pesca para ya no seguir pescando con atarraya si no con red para que se facilite
Para saber sobre la pesca conocer los beneficios de la pesca
Pero dependerán de quienes integren el grupo y que tan establecidos estén
Porque no sale la ganancia cuando sube el precio cuando sube el precio y da crédito ya no sale la venta baja
Porque salen algunos proyectos y beneficia a la población
Porque aquí hay que esperar muchas veces mientras que con una asociación talvez se muere mas
Porque es una oportunidad para progresar y general más ganancia
Porque hacen tener mejores ideas de cómo vender o mejorar su producción
Porque pueden dejar buena ganancia y quedar más cerca
Porque se presentan proyectos y la visión es asociarse para mejorar el criadero
Porque trae beneficio genera ganancia y mejora la venta
Porque vamos a tomar como un negocio y también la asociación que nos apoye con hieleras y con más redes y comida de los peces
Si porque estamos trabajando con peces para hacerlo en grande y para seguir creciendo y mantenernos
Si porque será más fácil de vender
Tendría que consultar primero para ver si se podría cambiar ya que a veces no cumplen lo que ofrecen
Todavía está indeciso necesita pensarlo mas

Cuadro No. 10 Beneficios o ventajas debería conseguir una asociación

El precio que paguen bien que brinde buen servicio
Encontrar mercado facilitar si en algún momento dado tuviera un tipo de subsidio
La ventaja es que ya nos vamos a dudar de donde vender los peces s atrapamos más cerca más clientes y dinero vamos a ganar y vamos a tomar como negocio
No sabe tendría que ver ya que aún no está funcionando y no se sabe cuando
Qué sean justos con el proyecto que los productos sean baratos y que los concentrados sean baratos para no perjudicar a los clientes
Qué aumentaría la venta de pescado ya que actualmente es poca la venta
Qué brinde información y proyectos para salir adelante
Qué compre los pescados a buen precio que sea todos los días y que sean una empresa permanente para pescar todos los días y que nos apoye con arroz para poder atrapar más pescados grandes y nos den atarrayas para sacar más pescados
Qué de más información que pague bien por los productos
Qué den materiales para pescar como cayucos etc.
Qué nos ayuden a convertir más tanque para poder producir más pescado y vender pescado fresco empacado y pesado fresco
Qué nos paguen bien nuestro producto y que siempre nos lo compren
Qué sea beneficio de nuestro grupo que sea una asociación y un proyecto confiable y permanente y que los productos este en buen precio que nos apoyen en cuanto los alimentos y cuidado de los peces
Qué sea un producto seguro que compre los productos todos los días con buen precio y que nos apoye con hielera con red con atarraya para atrapar más pescado y que sea proyecto permanente
Qué van a apoyar más para mejorar la venta talvez van a mejorar el precio
Si porque es bueno para trabajar en conjunto por el mismo bien que son el de los peces
Talvez la implementación de viveros ya que a veces no hay pescados
Tener un mercado para vender que sea reconocido la asociación que den materiales para criar peces
El precio que paguen bien que brinde buen servicio
Encontrar mercado facilitar si en algún momento dado tuviera un tipo de subsidio
La ventaja es que ya nos vamos a dudar de donde vender los peces s atrapamos más cerca más clientes y dinero vamos a ganar y vamos a tomar como negocio

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

Análisis DAFO Asociación de pescadores de Guaritas

Debilidades:

- A pesar de ser una asociación, los pescadores venden de forma independiente y sin control.
- No tener en funcionamiento el centro de acopio para vender producto garantizado
- No tener control sobre cadena de frío.
- No tener todas las herramientas disponibles (lanchas, redes, etc.) para aumentar la producción.
- No vender pescado clasificado ni por especie, tamaño, calidad etc.
- No contar con personas y planes comerciales para búsqueda y atención a clientes.

Amenazas:

- Pescadores no asociados atienden clientes de forma similar.
- Los intermediarios actuales podrían comprar el producto con otros pescadores.
- Que los precios que da Asociación de pescadores Guaritas no sean tan competitivos al llevar a cabo las mejoras de producto y comercialización.
- Que otros pescadores se asocien de forma más eficiente.
- Expansión de piscicultores con alternativas de buen producto, disponibilidad de producto y mejores precios.
- No contar con producto disponible para clientes en época de Veda.

Fortalezas

- El apoyo de ASOCUCH.
- De forma organizada pueden generar planes más eficientes.
- De forma organizada se pueden buscar proyectos de apoyo.
- El pescado del lago está bien posicionado por su calidad.
- Las especies que la asociación pone a disposición son de las más demandadas por los grupos objetivos.
- Ser una asociación de pescadores brinda confianza.

Oportunidades

- Llegar a los grupos objetivos investigados de forma directa se visualiza factible.
- Por parte de los clientes potenciales, existe una apertura aceptable a nuevos proveedores.
- Llegar a los grupos objetivos investigados requeriría una tecnificación factible.
- Los clientes potenciales investigados, están acostumbrados a comprar de forma informal.
- Las peticiones de los clientes potenciales para aceptar opciones de proveedores son alcanzables.
- Los grupos objetivos estudiados permiten una segmentación para vender diferentes variedades y precios de acuerdo con las necesidades de cada uno.

Conclusiones

- Se determina que tanto Restaurantes, Hoteles-Restaurantes y Puestos de Mercado son clientes con un buen potencial, los Hoteles-Restaurantes son consumidores de más alto volumen, especialmente donde existe mejor consumo en estos establecimientos es en la ciudad capital seguido de Zacapa, aunque quienes mostraron más interés en el grupo de Guaritas como proveedor fue en Izabal y Zacapa. En cuanto a Puestos de Mercado los clientes con mejor potencial son los del departamento de Izabal por su alto volumen de consumo, aunque los puestos de Mercado de la capital se mostraron más interesados.
- Las especies que la asociación de pescadores de Guaritas pone a disposición del mercado coinciden con las que los grupos objetivos estudiados demandan, no obstante lo anterior, no todas tienen igual demanda, las tres principales especies con demanda son “Mojarra roja”, “Róbalo” y “Tilapia” las cuales son las más demandadas tanto por restaurantes (quienes transforman el pescado) como por Puestos de Mercado (quienes lo venden para consumo en el hogar).
- Los Puestos de Mercado dado su rol de intermediarios de consumo para el hogar, son demandadores de más variedades de especie de pescado, estos negocios requieren (aunque en menor medida que las principales) de las otras especies que la asociación de pescadores de Guaritas oferta; “Chunte”, “Palometa” y “Guapote”.
- Tanto Restaurantes, Hoteles-Restaurantes, como Puestos de Mercado principalmente compran el pescado clasificado por especie.
- La demanda de pescado por Restaurantes y Hoteles-Restaurantes asciende en promedio a 25 libras semanales a nivel total, lo cual es significativamente mayor en el departamento de Guatemala donde puede ser 4-5 veces mayor y menor en restaurantes de Izabal.
- Puestos de Mercado demandan en promedio más de 300 libras semanales para la venta, lo cual es inverso comparado con los Restaurantes ya que la venta es significativamente mayor en Izabal que en Guatemala.
- Los precios que actualmente están en el mercado para las principales especies son Q15 es lo más común que se paga para Tilapia y Mojarra roja, siendo el mismo precio que pagan los Restaurantes, Hoteles-Restaurantes y Puestos de Mercados. En el caso de róbalo el

precio que se está pagando es mayor, Restaurantes y Hoteles Restaurantes están pagando Q30 mientras que Puestos de Mercado pagan Q15 por libra.

- Los Puestos de Mercado son un nicho que necesita mejores precios para poder ingresar a competir con sus proveedores actuales.
- Vendedores particulares se convierte en el principal canal de distribución de pescado para llegar, tanto a Restaurantes, Hoteles Restaurantes y Puestos de Mercado, estos vendedores particulares representan el intermediario que le compra a los pescadores. En el caso de los Restaurantes y Hoteles Restaurantes, compran también en puestos de mercado y una pequeña porción compra directamente del pescador. Los puestos de mercado por su parte se acercan más al muelle, aunque la gran mayoría solo compra con vendedor particular.
- Los pescadores no asociados utilizan como canal de distribución la misma forma que la asociación de pescadores de Guaritas (vender en el muelle) vendiendo precios por libra entre Q6 y Q15.
- Los Restaurantes principalmente compran el pescado semanalmente, los Hoteles- Restaurantes, quincenal o mensual mientras que los Puestos de Mercado pueden llegar a comprar dos veces por semana.
- El pescado es comprado “por libra”, sin empaque y principalmente con vísceras en los tres grupos de estudio.
- Lo que los grupos de estudio buscan en el pescado se resume en tres cosas, que sea bueno, fresco y a buen precio, que es lo que están recibiendo ahora.
- Existe un buen interés sobre Guaritas como proveedor, siempre y cuando sea competitivo en precios y producto.
- El precio manejado por la asociación de pescadores de Guaritas, actualmente mantiene el interés den Restaurantes y Hoteles restaurantes, sin embargo, en puestos de mercado el interés baja considerablemente.
- Los pescadores no asociados, no han estado asociados y piensan que asociarse debe ser para aumentar ventas y por ende los ingresos de cada asociado, buscar oportunidades y proyectos de apoyo.

Recomendaciones

- La asociación debe cumplir con sus funciones, en cuanto a control de los aspectos de producción y venta del pescado y que la generación de producto se vea totalizada y no de forma independiente como se trabaja ahora.
- El funcionamiento del centro de acopio será imprescindible para acceder a nuevos mercados, esto permitirá incorporar aspectos como la clasificación, determinación de calidad y tener un mejor potencial.
- Es importante la clasificación de especies para acceder a los mercados de interés, el pescado para su comercialización formal debe ser por libra y separada.
- La clasificación de especies también debe tener como objetivo segmentar el mercado, por ejemplo, ofrecer a Restaurantes y Hoteles las variedades que más demandan, puestos de mercado otras variedades y dejar las variedades que no son demandadas para una venta directa en hogar cercano.
- Verificar y hacer un estudio y una estructura de precios para poder acceder a mercados de acuerdo con la segmentación de grupo objetivo, distancia, cantidad de compra etc.
- Crear planes de negocio orientados a cubrir las necesidades os distintos segmentos de precio, cantidad, periodicidad, tipo de compra.
- Aunque el pescado no es comprado empacado, sería bueno buscar una forma homogénea, higiénica y rentable de transportar el producto hasta el cliente.
- Hay que considerar que una asociación busca el beneficio de sus asociados, pero esto debe ir directamente relacionado con beneficios tangibles económicos que es lo que los pescadores esperan.

Lecciones aprendidas

- La asociación de pescadores de Guaritas tiene un buen potencial de llegar a los mercados de interés.
- No todos los segmentos tienen el mismo interés de especies de pescado.
- No es necesaria una gran transformación del producto para aceptación de los clientes.

Instrumentos de recopilación

Cuestionario a Restaurantes y Restaurantes de hoteles

CUESTIONARIO CARA-A-CARA

ENCUESTA A RESTAURANTES				
SEXO	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO:	NOMBRE REST.	ENTREVISTADOR
Restaurante independiente...1 Restaurante de Hotel..2	Guatemala1 Sacatepéquez.....2 Chimaltenango.....3 Sololá.....4 Quetzaltenango.....5 San Marcos.....6 Huehuetenango.....7 Zacapa.....8 Izabal.....9	<u>COMUNIDAD:</u>	TELEFONO: ENTREVISTADO: PUESTO	SUPERVISOR: FECHA:
<p>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 conocer su opinión , todos los comentarios son importantes y no hay respuestas buenas o malas</p>				
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 Almuerzo Cena Refacciones	1 2 3 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? SI NO VENDE PESCADO, AGRADEZCA Y TERMINE		Cerdo Cordero Pavo Pollo Pescado Res Camarones Pulpo Otras_____	Utiliza 1 2 3 4 5 6 7 8 9
P.6	¿Qué tipo de pescado prepara para la venta en el restaurante? LEER OPCIONES Y ANOTAR EN CUADRO			
P.7	¿Cuántas libras / unidades / al mes usa para el restaurante? PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO QUE UTILIZA			

Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

P.8	¿Cuánto paga usted por libra de PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO QUE UTILIZA?
P.9	¿En dónde compra SONDEAR POR EMPRESA, O NOMBRE DEL LUGAR, O PROVEEDOR PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO QUE UTILIZA?
P.10	¿Cada cuánto compra PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO QUE UTILIZA?
P.11	Cuando compra el pescado, usted.... 1. Usted va al lugar a comprarla, 2. Le visitan para venderle 3. Hace pedido y se la envían 4. Otro
P.12	¿Sabe usted cuál es la procedencia del pescado PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO QUE UTILIZA? 1. De criadero, 2. de lago, 3. de río 4. de mar 99 No sabe

	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12
Bacalao	2						
Boquerón	3						
Chunte/Juilín	4						
Lenguado	5						
Merluza	6						
Mero	7						
Palometa	8						
Róbalo	9						
Salmón	10						
Sardina	11						
Tilapia	12						
Chombimba o mojará roja	13						
Guapote	14						
Otro	98						
Otro	98						

P.13	¿Como compra usted el pescado?	Pescado surtido/revuelto por libra Precio por libra separado por tipo de pescado	1 2
P.14	¿Usted compra el pescado en qué cantidades? RM	Libra Arroba Quintal Otra_____	1 2 3 8
P.15	¿A Usted le venden el pescado con empaque o sin empaque? RM Si es con empaque preguntar ¿cuál empaque?	Con empaque Sin empaque Cual empaque_____	1 2
P.16	A Usted le venden el pescado... RM	Con vísceras Desviscerado Fileteado	1 2 3
P.17	¿Cómo es la compra de pescado, me puede describir el proceso? PROFUNDIZAR DESCRIBIR EL PROCESO		

Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

P.18	¿Cuál es la razón principal por la cual incluye dentro de sus platillos carne de pescado RU	Sus clientes la piden Es tradición Para ofrecer algo distinto Variedad del menú Otra_____	1 2 3 4 8
P.19	¿Qué tan satisfecho está usted con su proveedor actual de carne de pescado? RU	Nada satisfecho Poco satisfecho Mas o menos satisfecho Satisfecho Muy satisfecho	1 2 3 4 5
P.20	¿Cuáles son las ventajas o beneficios que LE ofrece su proveedor actual de pescado? PROFUNDIZAR		
P.21	¿Usted piensa que el consumo de pescado en su restaurante? RU	Está subiendo Se mantiene Está bajando	3 2 1
P.22	¿Qué tan dispuesto estaría usted a cambiar de proveedor de pescado? RU	Muy dispuesto Dispuesto Tal vez si/Tal vez NO Poco dispuesto Nada dispuesto	1 2 3 4 5
P.23	¿Qué debería ofrecerle un nuevo proveedor de pescado para que usted lo tome en cuenta como su proveedor? PROFUNDIZAR		

CONCEPTO GUARITAS

	Comunidad Guaritas, es una asociación de pescadores artesanales, ubicada en El Estor, Izabal, la asociación cuenta con centro de acopio, donde se procesa el pescado para la venta. El Pescado que se ofrece actualmente es atrapado artesanalmente en el lago de Izabal obteniendo así pescado de calidad y excelente sabor por sus características especiales. Además, la asociación se rige por las leyes que protegen el lago, respetan la época de veda para garantizar la reproducción de las especies locales. Actualmente la asociación busca clientes para proveerles de este producto guardando la cadena en frío o en fresco. Especialmente las especies que están poniendo a su disposición son Palometa (Eugerres plumieri), Chunte estrella o juilín (Hexanematchthys guatemalensis), Róbalo (Centropomus undecimalis) o Chombimba o mojarra roja (Vieja maculicauda), Tilapia (Oreochromis niloticus niloticus) o Guapote Tigre (Parachromis motaguensis)		
P.24	¿Qué le parece esta nueva opción como proveedor? ¿qué tanto le interesaría? RU	Muy interesado Interesado Mas o menos Poco Interesado Nada interesado	5 4 3 2 1
P.25	SI CONTESTÓ MAS O MENOS, POCO O NADA INTERESADO PREGUNTAR ¿Por qué MENCIONE RESPUESTA?		
P.26	¿En qué tipo de pescado estaría interesado? RM	Palometa (Eugerres plumieri) Chunte estrella o juilín (Hexanematchthys guatemalensis) Róbalo (Centropomus undecimalis) Chombimba o mojarra roja (Vieja maculicauda) Tilapia (Oreochromis niloticus niloticus) Guapote Tigre (Parachromis motaguensis)	1 2 3 4 5 6



Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

P.27	¿Qué necesitaría ofrecerle Guaritas en cuanto a condiciones de producto y entrega para que usted considere comprar este producto? PROFUNDIZAR													
P.28	¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre Guaritas y sus productos?													
P.29	¿Cuánto es un precio que usted estaría dispuesto a pagar por libra de pescado?	<p>Palometa (Eugerres plumieri) Q. _____</p> <p>Chunte estrella o juílín (Hexanematchys guatemalensis) Q. _____</p> <p>Róbalo (Centropomus undecimalis) Q. _____</p> <p>Chombimba o mojarra roja (Vieja maculicauda) Q. _____</p> <p>Tilapia (Oreochromis niloticus niloticus) Q. _____</p> <p>Guapote Tigre (Parachromis motaguensis) Q. _____</p>												
P.30	¿Si yo le dijera que el precio de una libra de este producto es de Q10 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	<table border="0"> <tr> <td>Muy interesado</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Interesado</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Mas o menos</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Poco interesado</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Nada interesado</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>No sabe/No está seguro</td> <td>0</td> </tr> </table>	Muy interesado	5	Interesado	4	Mas o menos	3	Poco interesado	2	Nada interesado	1	No sabe/No está seguro	0
Muy interesado	5													
Interesado	4													
Mas o menos	3													
Poco interesado	2													
Nada interesado	1													
No sabe/No está seguro	0													
P.31	SI CONTESO 3,2,1,0 ¿Por qué?													
P.32	¿Qué requisitos debe cumplir un proveedor 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: _____

Cuestionario a Puestos de Mercado

CUESTIONARIO CARA-A-CARA

ENCUESTA A PUESTOS DE MERCADO				
TIPO Dentro de Mercado.....1 Local afuera de mercado.2	DEPARTAMENTO Guatemala1 Sacatepéquez.....2 Chimaltenango.....3 Sololá.....4 Quetzaltenango.....5 San Marcos.....6 Huehuetenango.....7 Zacapa.....8 Izabal.....9	MUNICIPIO: COMUNIDAD:	NOMBRE PUESTO: 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 ASOCH, 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 conocer su opinión, todos los comentarios son importantes y no hay respuestas buenas o malas

GENERALES

P.1	¿Cuánto tiempo tiene el puesto de funcionar?		
P.2	¿Qué días atiende al público y en qué horarios?		

COMIDA

P.3	¿Qué tipo/clase de pescado pone a la disposición de sus clientes? LEER OPCIONES Y ANOTAR EN CUADRO
P.4	¿Cuántas libras / unidades / a la semana vende aproximadamente? PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO QUE UTILIZA
P.5	¿Cuánto paga usted por libra de PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO QUE UTILIZA?
P.6	¿En dónde compra SONDEAR POR EMPRESA, O NOMBRE DEL LUGAR, O PROVEEDOR PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO?
P.7	¿Cada cuánto compra PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO QUE UTILIZA?
P.8	Cuando compra el pescado, usted.... 1. Usted va al lugar a comprarlo, 2. Le visitan para venderle 3. Hace pedido y se la envían 4. Otro
P.9	¿Sabe usted cuál es la procedencia del pescado PREGUNTAR PARA CADA VARIEDAD DE PESCADO QUE UTILIZA? 1. De criadero, 2. de lago, 3. de río 4. de mar 99 No sabe 99
P.10	¿Cuál es el precio al público del pescado que vende? PREGUNTAR POR CADA VARIEDAD
P.11	Para que le sea rentable, ¿cuánto le debería quedar a usted aproximado de ganancia por libra de pescado?

	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11
Bacalao	2								
Boquerón	3								
Chunte/Juilín	4								
Lenguado	5								

Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

Merluza	6								
Mero	7								
Palometa	8								
Róbalo	9								
Salmón	10								
Sardina	11								
Tilapia	12								
Chombimba o mojara roja	13								
Guapote	14								
Otro	98								
Otro	98								

P.12	¿Como compra usted el pescado?	Pescado surtido/revuelto por libra Precio por libra separado por tipo de pescado	1 2
P.13	¿Usted compra el pescado en qué cantidades? RM	Libra Arroba Quintal Otra _____	1 2 3 8
P.14	¿A Usted le venden el pescado con empaque o sin empaque? RM Si es con empaque preguntar ¿cuál empaque?	Con empaque Sin empaque Cual empaque _____	1 2
P.15	A Usted le venden el pescado... RM	Con vísceras Desviscerado Fileteado	1 2 3
P.16	¿Cómo es la compra de pescado, me puede describir el proceso? PROFUNDIZAR DESCRIBIR EL PROCESO		
P.17	¿Actualmente cuando compra pescado, la compra es...? SI MENCIONA CRÉDITO PREGUNTAR A CUANTOS DÍAS	Al contado Al crédito de _____ días	1 2
P.18	¿Cuáles son las ventajas o beneficios que tiene su proveedor actual de pescado? PROFUNDIZAR		
P.19	¿Qué tan dispuesto estaría usted a cambiar de proveedor de pescado? RU	Muy dispuesto Dispuesto Tal vez sí/Tal vez NO Poco dispuesto Nada dispuesto	1 2 3 4 5
P.20	¿Qué debería ofrecerle un nuevo proveedor de pescado para que usted lo tome en cuenta como su proveedor? PROFUNDIZAR		

Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

CONCEPTO GUARITAS			
	Comunidad Guaritas, es una asociación de pescadores artesanales, ubicada en El Estor, Izabal, la asociación cuenta con centro de acopio, donde se procesa el pescado para la venta. El Pescado que se ofrece actualmente es atrapado artesanalmente en el lago de Izabal obteniendo así pescado de calidad y excelente sabor por sus características especiales. Además, la asociación se rige por las leyes que protegen el lago, respetan la época de veda para garantizar la reproducción de las especies locales. Actualmente la asociación busca clientes para proveerles de este producto guardando la cadena en frío o en fresco. Especialmente las especies que están poniendo a su disposición son Palometa (Eugerres plumieri), Chunte estrella o juilín (Hexanematchthys guatemalensis), Róbalo (Centropomus undecimalis) o Chombimba o mojarra roja (Vieja maculicauda), Tilapia (Oreochromis niloticus niloticus) o Guapote Tigre (Parachromis motaguensis)		
P.19	¿Qué le parece esta nueva opción como proveedor? ¿qué tanto le interesaría? RU	Muy interesado Interesado Mas o menos Poco Interesado Nada interesado	5 4 3 2 1
P.20	SI CONTESTÓ MAS O MENOS, POCO O NADA INTERESADO PREGUNTAR ¿Por qué MENCIONE RESPUESTA?		
P.21	¿En qué tipo de pescado estaría interesado?	Palometa (Eugerres plumieri) Chunte estrella o juilín (Hexanematchthys guatemalensis) Róbalo (Centropomus undecimalis) Chombimba o mojarra roja (Vieja maculicauda) Tilapia (Oreochromis niloticus niloticus) Guapote Tigre (Parachromis motaguensis)	1 2 3 4 5 6
P.22	¿Qué necesitaría ofrecerle la asociación Guaritas en cuanto a condiciones de producto y entrega para que usted considere comprar este producto? PROFUNDIZAR		
P.23	¿Cuánto es un precio que usted estaría dispuesto a pagar por libra de pescado?	Palometa (Eugerres plumieri) Q. _____ Chunte estrella o juilín (Hexanematchthys guatemalensis) Q. _____ Róbalo (Centropomus undecimalis) Q. _____ Chombimba o mojarra roja (Vieja maculicauda) Q. _____ Tilapia (Oreochromis niloticus niloticus) Q. _____ Guapote Tigre (Parachromis motaguensis) Q. _____	
P.24	¿Si yo le dijera que el precio de una libra de pescado es de Q10 por libra más el flete, el cual dependerá de la periodicidad y cantidad de compra, qué tan interesado estaría usted en comprarle pescado a esta asociación? RU	Muy interesado Interesado Mas o menos Poco Interesado Nada interesado No sabe/No está seguro	5 4 3 2 1 0
P.25	SI CONTESTO 3,2,1,0 ¿Por qué?		
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: _____



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 -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

Base de datos – Clientes potenciales

Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de entrevista	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre	Teléfono	Enrevistado	Puesto	E-mail	Interés de compra	Total libras a la semana
71	Independiente	Zacapa	Teculután	Calle Principal	TECU CAFÉ	33699072	ANGELICA MARTINEZ	ENCARGADO DE COMPRAS		Muy interesado	5
66	Independiente	Zacapa	Zacapa	Barrio Samarital	MAGIC RESTAURANTE	79414080	ELIZA CANDAVERY	PROPIETARIA		Muy interesado	9
26	Rest. de hotel	Zacapa	Rio Hondo	Km 149 Ruta Al Atlántico	VALLE DORADO	45971810	RAMIRO GUERRA	GERENTE GENERAL	RGUERRA@HOTELVALLEDORADO.COM	Muy interesado	14
76	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	6Ta Ave 8Va Calle	MAXIM	79482258	JORGE CHEW	PROPIETARIO	JORGECHWCHANG@YAHOO.COM	Muy interesado	15
95	Independiente	Guatemala	Guatemala	1Era Ave 13-42 Zona 10	CASA CHAPINA	23680663	LEO PELICO	ENCARGADO DE COMPRAS	LEOPELICO83@GMAIL.COM	Muy interesado	20
37	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	1Era Calle 5Ta Ave	SAFARI	79480563	DOLORES ALDANA	ADMINISTRADORA DEL RESTAURANTE		Muy interesado	21
88	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	1Era Calle 5Ta Ave Barrio El Rastro	LA PESCA	79485694	ERASMO VILLA VICENTE	ENCARGADO DE RESTAURANTE		Muy interesado	25
91	Independiente	Guatemala	Guatemala	5Ta Ave 10-52 Zona 9	EL PIRATA	22345790	EDUARDO GUERRERO	ENCARGADO DE COMPRAS	EDWARDGUERRERO@UPR.EDU	Muy interesado	33
68	Independiente	Zacapa	Estanzuela	Km 140.5 Centro Comercial Megaplaza C-A-10 Cc	EL ESTABLO	79336381	HUGO LIZANDRO	GERENTE DE RESTAURANTE	YESSENIA.DIAZ@ELESTABLOZACAPA.COM	Muy interesado	35
33	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Sal Felipe De Lara	HOTEL Y RESTAURANTE MANSION DEL RIO	79305020	VERA OREGON	GERENTE DE SERVICIOS	GERENCIADSERVICIOS@MANSIONDELRIICO.COM.GT	Muy interesado	53
97	Independiente	Guatemala	Guatemala	Ruta 1 4-48 Zona 4	RAFFA	22345813	ANGEL HERNANDEZ	ENCARGADO DE COMPRAS COCINERO	INFO.KAFFA.GT@GMAIL.COM	Muy interesado	63
31	Rest. de hotel	Izabal	El Estor	Cabaño Del Lago Barrio La Coroza	HOTEL ECOLOGICO	40376235	SERGIA DE FAJARDO	PROPIETARIA	ECOHOTELHUGO@HOTMAIL.COM	Muy interesado	75
101	Independiente	Guatemala	Guatemala	35 Ave 22-81 A Zona 5	LOS CHAVOS 1	23354284	CARLOS RAMOS	ENCARGADO DE PEDIDOS		Muy interesado	200
21	Rest. de hotel	Zacapa	Teculután	A La Par De La Tortilleria Calle Por Banrural	MALU	79348029	MARIA PAZ	ENCARGADA DE COMPRAS	HOTELRESTAURATEMALU@GMAIL.COM	Interesado	2
41	Independiente	Izabal	Los Amates	Km 107 Aldea Cuacamaya	BOCHES	56128705	ANA MARIBEL CORDOBA DE BOCHE	PROPIETARIA		Interesado	2
16	Rest. de hotel	Izabal	Morales	Barrio Nuevo	CHINA EXPRES	59801305	GLENDA GOMEZ	PROPIETARIA		Interesado	3
23	Rest. de hotel	Zacapa	Teculután	Km 122	HOTEL CALIFORNIA Y RESTAURANTE LA FOGATA	79347646	DAYANA ZABALETA	ASISTENTE DE GERENCIA	HOTELCALIFORNIA7934@HOTMAIL.COM	Interesado	3
28	Rest. de hotel	Izabal	Morales	Calle De Atrás Morales	HOTEL Y RESTAURANTE MANSION DEL VIAJERO	79489566	MARLON LEIVA	GERENTE Y PROPIETARIO		Interesado	3

Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de entrevista	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre	Teléfono	Enrevistado	Puesto	E-mail	Interés de compra	Total libras a la semana
51	Independiente	Izabal	Morales	Calle Principal Ave Simon Bolivar	CHAPIN FOOD	58060956	CARLOS ORELLANA	ENCARGADO DE COMPRAS	WWW.FACEBOOK.COM/CHAPINFOOD	Interesado	3
65	Independiente	Zacapa	Zacapa	6Ta Calle 14-61 Zona 1	LOS TECOMATES	32078227	FREDY GARCIA	PROPIETARIO	FREDYOGM@GMAIL.COM	Interesado	3
70	Independiente	Zacapa	Teculután	Teculután A La Par De Pinchazo Calle Principal Calle Principal Campero	MR PISTACHO	79548012	MARCO ANTONIO BARRIENTOS	ENCARGADO	MKIT01995@GMAIL.COM	Interesado	3
72	Independiente	Zacapa	Zacapa	6Ta Ave Barrio Tamarindal	QUIERO CAFÉ	30181064	JOSE RAMIREZ	ENCARGADO DE COMPRAS	QUIEROCAFE.CENTRAL@GMAIL.COM	Interesado	3
10	Rest. de hotel	Izabal	Rio Dulce	Rio Dulce	HOTEL Y RESTAURANTE DON PACO PICANTE	51655198	MISHELL GALVEZ	ADMINISTRADORA		Interesado	4
18	Rest. de hotel	Zacapa	Teculután	Km 126 Carretera Al Atlantico	SANTA CRUZ	79349936	ERITA PAZ	ENCARGADA DE COMPRAS	HOTEYRESTAURANTE@HOTMAIL.COM	Interesado	4
43	Independiente	Izabal	Los Amates	Km 199	KABANA DE SON SANTIAGO	48795262	MARIA TERESA ARDON	PROPIETARIA		Interesado	4
45	Independiente	Izabal	Morales	Barrio Mitehal	CASTILLO	33746914	FREDY ANTONIO CASTILLO	CHEF PROPIETARIO		Interesado	4
73	Independiente	Zacapa	Gualan	Barrio Las Flores	LA BODEGUITA	44982644	CARLOS VARGAS	ENCARGADO DE RESTAURANTE	CEVP06@GMAIL.COM	Interesado	4
85	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	18 Calle Final Orilla Del Mar	ALEX HOUSE	33980339	DOUGLAS MARCOS	GERENTE DE COMPRAS	DOUG.MARC23@GMAIL.COM	Interesado	4
6	Rest. de hotel	Izabal	Puerto Barrios	6Ta Calle 1Era Ave	HOTEL DEL NORTE	79480087	CLAUDIA LINARES	ENCARGADA DE COMPRAS	RESERVACIONESHOTELDELNORTE@HOTMAIL.COM	Interesado	5
39	Independiente	Izabal	Morales	Morales	NINETH	30185837	SERVINIO ARRIAZA	ADMINISTRADOR Y PROPIETARIO	SERNINO@HOTMAIL.ES	Interesado	5
40	Independiente	Izabal	Morales	Km 243 Cruce De Morales	RESTAURANTE 243	53562344	CARLOS COT	ENCARGADO DE COMPRAS	COMPRAS@OASIS243.COM	Interesado	5
52	Independiente	Izabal	Morales	Km 256 Aldea La Quebrada	CLARITA	40713637	LETI MENCHU	PROPIETARIA		Interesado	5
53	Independiente	Izabal	Morales	Avenida Simon Bolivar	RESTAURANTE Y LICOR TITA	50045872	BERTA LIDIA	PROPIETARIA		Interesado	5
54	Independiente	Izabal	Livingston	Barrio El Rellno	ANTOJITOS KARLITAS	30604046	KARLA DORADO	ENCARGADA DE COMPRAS		Interesado	5
79	Independiente	Izabal	Los Amates	Aldea Mariscos	RANCHON CLARITAS	32414682	VENIGNO SANTOS CALDERON	PROPIETARIO		Interesado	5
1	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Barrio El Relleno	BAKPA CRERS	79305168	LESVIA PEREZ	ENCARGADA DE COMPRAS		Interesado	6
17	Rest. de hotel	Izabal	Morales	Aldea Las Pozas	EL PARAISO	49937728	YAMILETH ADRIANO	ENCARGADA DE COMPRAS		Interesado	6
48	Independiente	Izabal	Los Amates	Mariscos Los Amates	LOS PILOTOS	57215428	SANDRA NAVAS	PROPIETARIA		Interesado	6



Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de entrevista	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre	Teléfono	Enrevistado	Puesto	E-mail	Interés de compra	Total libras a la semana
56	Independiente	Izabal	El Estor	5Ta Calle 7Ma Ave	ELSITA	79497007	ALEJANDRO ANALISCA	PROPIETARIO		Interesado	6
2	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Rio Dulce Bajo Puente	POSADA DEL RIO	79305167	DANIEL HERNANDEZ	ENCARGADO DE COMPRAS		Interesado	8
11	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	San Felipe Lara	LA CABAÑA DEL VIAJERO	79305062	MICHELL ORELLANA	PROPIETARIA	LACABANADELVIJERO@GMAIL.COM	Interesado	8
12	Rest. de hotel	Izabal	Puerto Barrios	4Ta Ave 10 Y 11 Calle	COSTA CARIBEÑA	79480384	DORA ZACARIAS ARIAS	ENCARGADA DE COMPRAS		Interesado	8
34	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Cruce A San Felipe	RESTAURANTE Y HOTEL DON RONY	50189071	YENERFER ZEPEDA	ENCARGADA DE HOTEL Y RESTAURANTE		Interesado	8
84	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	O Calle	THE KINGS	49451626	MARY GARCIA	ENCARGADA DE COMPRAS		Interesado	8
90	Independiente	Izabal	Livingston	Barrio El Centro	LOS PINCHOS	79305185	ELIZA SIERRA	ADMINISTRADORA	MARIAELIZA2081@GMAIL.COM	Interesado	8
27	Rest. de hotel	Izabal	Morales	Barrio Nuevo	EL CENTRO	79478163	DANIA PEREZ	ENCARGADO DE COMPRAS	HOTELRESTAURANTEELCENTRO@YAHOO.COM	Interesado	9
38	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	Playa Publica De Santo Tomas	LA PLAYA	30716134	JOSELYN VENTURA	PROPIETARIA	VGERSONEDUARDO@GMAIL.COM	Interesado	9
8	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Calle Al Castillo De San Felipe	HOTEL Y RESTURANTE SAN FELIPE	48747976	ALBERTO BOTZOC	GERENTE ADMINISTRATIVO	BOTZOCXIALBERTO@HOTMAIL.COM	Interesado	10
60	Independiente	Izabal	Livingston	Rio Dulce	RANCHO MARIA	59009744	MARIA ALEJANDRA DOMINGUEZ	PROPIETARIA	ALE:DOMINGUEZV@HOTMAIL.COM	Interesado	10
59	Independiente	Izabal	El Estor	Barrio En Centro	ANDREA	33566298	ANDREA MISEL	PROPIETARIA		Interesado	11
93	Independiente	Guatemala	Guatemala	12 Calle 6Ta Ave Zona 10	LA HOLA	45551521	NOEMI LOPEZ	ENCARGADA	MIMI29@GMAIL.COM	Interesado	11
42	Independiente	Izabal	Los Amates	Barrio La Cabaña	STEAK HOUSE	79473440	CLEMENTINO MEJIA GLENDA HERNANDEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	RANCHOGRANDESCH@YAHOO.COM	Interesado	13
89	Independiente	Izabal	Livingston	Rio Dulce	SUNDOG CAFÉ	55765489	DAVID	ENCARGADO DE RESTAURANTE		Interesado	13
58	Independiente	Izabal	Livingston	Barrio La Cnacha Bajo El Puente	EL RANCHITO	57767142	LESLY ESCOBAR	PROPIETARIA		Interesado	14
22	Rest. de hotel	Progreso	San Agustin Acasaguastlan	Paseo Del Rancho Km 85	HACIENDA 85	79561100	ERICKA CHINCHILLA	GERENTE ADMINISTRATIVO	CAMINOLARGO@PASEODELRANCHO.COM.GT	Interesado	15
32	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Aldea San Felipe De Lara	HOTEL Y RESTAURANTE BANANA PALMS	79305078	HENRY LOPEZ	ENCARGADO DE COMPRAS	ALMACEN@BANANAPALMSHOTEL.COM	Interesado	15
77	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	1Era Calle	CANGREJO AZUL	79487350	VICENTE BARILLAS	ENCARGADO Y PROPIETARIO		Interesado	15
75	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	El Malecon	BAY SIDE	79948601	SANDRA ROMAN	ENCARGADA DE RESTAURANTE		Interesado	19
47	Independiente	Izabal	Los Amates	El Centro Mariscos	RESTAURANTE DAYLI	52067300	DAYLISI MONTENEGRO	PROPIETARIA	DAYLISECRUZ20@GMAIL.COM	Interesado	20

Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

Numcuc	Tipo de entrevista	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre	Teléfono	Enrevistado	Puesto	E-mail	Interés de compra	Total libras a la semana
87	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	17 Calle Orilla Del Mar	EL MANGLE	55654888	BYRON ARCHILA	PROPIETARIO		Interesado	21
3	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Barrio Bajo El Buente	JOSELYN	79305740	MIGUEL DOMINGUEZ	ENCARGADO DE COMPRAS		Interesado	23
4	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Barrio El Relleno Rio Dulce	MARMARINE	79305090	KENI VOLLAT	ENCARGADA DE COMPRAS	GERENCIA@MARMARINE.COM.GT	Interesado	23
9	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Calle Principal	HOTEL Y RESTAURANTE MONTE VERDE	48585805-49530840	ANTONIO CAMPOS	ENCARGADO DEL HOTEL Y RESTAURANTE		Interesado	23
29	Rest. de hotel	Izabal	El Estor	3Era Calle 7-41 Zona 1	CALLE REAL	79497869	VIOLETA MORALES	PROPIETARIA	HOTEYRESTAURANTE.CALLERREAL@GMAIL.COM	Interesado	24
36	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Bajo El Puente	HOTEL MARINA BRUNOS	79305175	MARISOL ELIS	ADMINISTRADORA DEL RESTAURANTE	BRUNOHOTELMARINA@GMAIL.COM	Interesado	24
5	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Frontera Rio Dulce	HOTEL Y RESTAURANTE ANOTOJITOS YAIR	79305131	ELSA VARGAS	PROPIETARIA		Interesado	25
49	Independiente	Izabal	El Estor	Barrio El Centro A Un Costado Del Muelle De Piedra	RANCHON CHAABIL	54227554	BLANCA MEDINY	PROPIETARIA	MIRADA.PIANO@GMAIL.COM	Interesado	25
7	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Barrio El Relleno Rio Dulce	HOTEL MARINA Y RESTAURANTE	77907676	ALEXANDER MANCHAME	ENCARGADA DE COMPRAS	ALEXANDER@HOTELMAMAJUANA.COM	Interesado	34
96	Independiente	Guatemala	Guatemala	5Ta Ave 10-30 Zona 9	RINCON DE STEAK	23327005	DONALD ORELLANA	ENCARGADO DE COMPRAS	COMPRASRINCOSTEAK@GMAIL.COM	Interesado	37
83	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	Playa Publica Santo Toma De Castillo	EL TAJAMAR	32164898	WENDY MADRID	ENCARGADA DE RESTAURANTE		Interesado	40
63	Independiente	Izabal	Morales	Entre Rios Placa No.1	DONDE MARLON	52040960	MAROLYN ALVARADO	PROPIETARIA	CONIZALVARADO@GMAIL.COM	Interesado	43
30	Rest. de hotel	Izabal	Livingston	Aldea San Felipe De Lara	VIÑAS DEL LAGO	30209112	OSCAR PENSAMIENTOS	GERENTE ADMINISTRATIVO	HOTELVINAS@GMAIL.COM	Interesado	45
78	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	6Ta Calle 8Va Ave 9Na Calle	NINETH LA B	58531954	YOVANY ALVARADO	ENCARGADO DE COMPRAS		Interesado	50
81	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	16 Calle 3Era Ave Orilla Al Mar	EL VIAJERO	42863866	KIMBERLY ALEJANDRA GOMEZ	PROPIETARIA		Interesado	50
44	Independiente	Zacapa	Gualan	Barrio Las Flores	LA PLAYA	44191092		PROPIETARIA		Interesado	63
69	Independiente	Zacapa	Rio Hondo	Santa Cruz	MAREA ROJA	59858677	ROSA HERNANDEZ	ENCARGADA DE RESTAURANTE		Interesado	100
100	Independiente	Guatemala	Guatemala	7Ma Ave 10-65 Zona 9	PUERTO BARRIOS	23341302	DAVID REYES	ENCARGADO DE COMPRAS	DAVIDREYES@RESTAURANTES.COM.GT	Interesado	121
92	Rest. de hotel	Guatemala	Guatemala	Ave Las Americas 9-08	HOTEL LAS AMERICAS	24225000	ERICK ESQUIVEL	ENCARGADO DE COMPRAS		Interesado	470
99	Independiente	Guatemala	Guatemala	Ruta 5 1-36 Zona 5	EL OCHARO		PEDRO LUCERO	ENCARGADO DE RESTAURANTE	FLOCHAVO@SULMENDEZ.COM	Interesado	No responde

Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de entrevista	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre	Teléfono	Enrevistado	Puesto	E-mail	Interés de compra	Total libras a la semana
20	Rest. de hotel	Zacapa	Teculután	Km 120 Ruta Atlántico Teculután	HOTEL Y TURICENTRO TECULUTAN	79634949	CLAUDIA BARRIENTOS	ASITENTE DE GERENTE DE TURICENTRO	HOTELEYTURICENTROTECULUTLAN@GMAIL.COM	Mas o menos	4
25	Rest. de hotel	Izabal	Los Amates	Km 200	SANTA MONICA	79473838	LAURA PEREZ	ENCARGADA DE RESTAURANTE		Mas o menos	5
67	Independiente	Zacapa	Estanzuela	Estanzuela	RESTAURANTE MAGIC	79336089	HEIDI DE LANDAVERDE	ADMINISTRADORA DEL RESTAURANTE		Mas o menos	5
82	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	0 Calle 8 Ave Barrio El Estrecho	RANCHON LOS MANGARES		INGRID ALDANA	ENCARGADA DE COMPRAS		Mas o menos	5
74	Independiente	Zacapa	Rio Hondo	Km 143 Ruta Al Atlántico	MESON DE LA SIERRA SA	79303473	JOSE LUIS MORALES	GERENTE ADMINISTRATIVO	RESTAURANTEMESONDELASIERRA@GMAIL.COM	Mas o menos	22
62	Independiente	Izabal	Morales	Km 243.5 La Ruidosa	ALTA MAR	57451037	LISBETH CABRERA	PROPIETARIA	LIZ.CABRERA1990@GMAIL.COM	Mas o menos	38
35	Rest. de hotel	Izabal	El Estor	Las 3 Cruces	HOTEL Y RESTAURANTE NINFAS DEL LAGO	53625436	GUILLERMO SANCHEZ	PROPIETARIO		Mas o menos	43
64	Independiente	Zacapa	Zacapa	Colonia Pocara	VILLA DEL MAR	79411172	JULIO REYES	ADMINISTRADOR DE COMPRAS	WILLYVILLA5665@GMAIL.COM	Mas o menos	90
15	Rest. de hotel	Izabal	Los Amates	Mariscos	CAFETERIA Y HOSPEDAJE LOS ALMENDROS	59708734	MANUEL DURAN	ENCARGADO DE CAFETERIA Y HOSPEDAJE		Poco interesado	6
55	Independiente	Izabal	Livingston	San Antonio Ceja	EL CHEQUE	53603307	YANIRA COMAPA	PROPIETARIA		Poco interesado	6
61	Independiente	Izabal	Livingston	Bajo El Puente	ANTOJITOS GLENDY	57682755	MAYRA HERNANDEZ	PROPIETARIA		Poco interesado	6
19	Rest. de hotel	Zacapa	Teculután	Km 126 Carretera Al Atlántico	LONGARONE	79638686	MARLEN SOSA	ENCARGADA DE COMPRAS	LONGARONE@GMAIL.COM	Poco interesado	9
94	Independiente	Guatemala	Guatemala	13 Calle 6Ta Ave A Zona 10	PALACIO CRISTAL	41313898	DAVID WON	ENCARGADO DE COMPRAS		Poco interesado	No responde
57	Independiente	Izabal	El Estor	Barrio El Centro	DOÑA VICKY	55696960	GEORGINA BARILLAS	PROPIETARIA		Nada interesado	7
14	Rest. de hotel	Izabal	Morales	Barrio Nuevo	TORRE FUERTE	40333751	NATALY OLIVA	PROPIETARIA	NMMO24@HOTMAIL.COM	Nada interesado	8
24	Rest. de hotel	Zacapa	Rio Hondo	Km 125 Santa Cruz Rio Hondo	HOTEL Y RESTAURANTE PASABIEN	79330606	SANDY PORTILLO	ENCARGADO DE COMPRAS		Nada interesado	9
86	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	Barrio El Estrecho	EL TUMBAO	41345876	BELLALINA MARROQUIN	PROPIETARIA		Nada interesado	10
50	Independiente	Izabal	Morales	Aldea San Francisco li	MAMA SARA	41380004	ANGELA CHACON	ENCARGADA		No sabe/no está seguro	5
46	Independiente	Izabal	Livingston	Rio Dulce	RANCHO	53315234	KEVIN TEC	ENCARGADO DE RESTAURANTE		No sabe/no está seguro	10



Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de entrevista	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre	Teléfono	Enrevistado	Puesto	E-mail	Interés de compra	Total libras a la semana
80	Independiente	Izabal	Puerto Barrios	13 Calle 6Ta Ave	ANTOJITOS MEXICANOS CHARLIES SNACKS	55294705	PATRICIA MENDEZ	PROPIETARIA		No sabe/no está seguro	10
13	Rest. de hotel	Izabal	Puerto Barrios	6Ta Calle Y 8Va Ave	HOTEL Y RESTAURANTE TACANA	79482357	CONCEPCION CASTRO MANCIA	PROPIETARIA		No sabe/no está seguro	15
98	Independiente	Guatemala	Guatemala	Ruta 2 6-12 Zona 2	RIBERA DEL RIO	23602869	MARIA ORTIZ	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	RIBERARIO66@GMAIL.COM	No sabe/no está seguro	No responde
2	Puestos de mercado	Izabal	Morales	Mercado Municipal Morales	PUESTO DE MERCADO	31566457	JUAN REYNOSO LUX	PROPIETARIO		Muy interesado	2321
7	Puestos de mercado	Zacapa	Gualan	Mercado Central Gualan	SANDRITA	48923967	SANDRA VILLAS	PROPIETARIA		Interesado	40
14	Puestos de mercado	Izabal	Puerto Barrios	Mercado Central	ALEJANDRA	79480122	MARITZA MEDINO	VENDEDOR AMBULANTE		Interesado	105
6	Puestos de mercado	Zacapa	Zacapa	Mercado Central	PUESTO DEL MERCADO CENTRAL	53400015	GUILLERMO RAMOS	PROPIETARIO		Interesado	145
15	Puestos de mercado	Guatemala	Guatemala	9 Calle 1 Avenida Pescaderia La Terminal Z.4	EL ROBALO	51227514	FEDERICO TU JAB	PROPIETARIO		Interesado	175
12	Puestos de mercado	Izabal	Puerto Barrios	Mercado Municipal	PUESTO DE MERCADO	48407706	JOSE ANTONIO GUZMAN	PROPIETARIO		Interesado	190
4	Puestos de mercado	Zacapa	Teculután	Teculután Zacapa	PESCADO VIVO	46022188	ERWIN EDUARDO LOPEZ	PROPIETARIO		Interesado	200
8	Puestos de mercado	Zacapa	Zacapa	Mercado Central Zacapa	ARECELY	48602354	MARIO FRANCISCO ALONZO	PROPIETARIO		Interesado	279
9	Puestos de mercado	Izabal	Livigston	Pescaderia Municipal Rio Dulce	PESCADERIA MUNICIPAL	48480902	JOSE MORALES	PROPIETARIO		Interesado	950
17	Puestos de mercado	Guatemala	Guatemala	9 Calle 1 Avenida Pescaderia La Terminal Z.4	SAN MIGUEL	41397889	GABRIEL COC	PROPIETARIO		Mas o menos	80
10	Puestos de mercado	Izabal	Los Amates	Barrio La Casona	VENTA DE PESCADO VIVO	59092654	MARVIN HERNANDEZ	PROPIETARIO		Mas o menos	700
19	Puestos de mercado	Guatemala	Guatemala	9 Calle 1 Avenida Pescaderia La Terminal Z.4	LA CONCHA FELIZ	45110168	ROBERTO CRUZ	PROPIETARIO		Poco interesado	85
20	Puestos de mercado	Guatemala	Guatemala	9 Calle 1 Avenida Pescaderia La Terminal Z.4	PESCADERIA MAR LIBRE	41397944	DANIEL CHUQUIN	PROPIETARIO		Poco interesado	90
3	Puestos de mercado	Zacapa	Teculután	Barrio Nuevo Teculután	VENTA DE PESCADO VIVO	32351718	HEIDY PEREZ	PROPIETARIA		Poco interesado	200



Informe final Estudio de Mercado -Pescado- Guaritas – Guatemala abril de 2019

Numcue	Tipo de entrevista	Departamento	Municipio	Dirección	Nombre	Teléfono	Enrevistado	Puesto	E-mail	Interés de compra	Total libras a la semana
16	Puestos de mercado	Guatemala	Guatemala	9 Calle 1 Avenida Pescadería La Terminal Z.4	LAGO DE ATITLAN	32911381	CARLOS RAMOS	PROPIETARIO		Nada interesado	60
18	Puestos de mercado	Guatemala	Guatemala	9 Calle 1 Avenida Pescadería La Terminal Z.4	ALTA MAR	53886263	LUIS CULAJAY	PROPIETARIO		Nada interesado	75
5	Puestos de mercado	Zacapa	Zacapa	Barrio La Bolsa	CALLE DE LOS ALMENDROS	47149870	MARVIN EDUARDO	PROPIETARIO		Nada interesado	150
13	Puestos de mercado	Izabal	Puerto Barrios	Mercado Municipal	MACARIA	NO TIENE	MACARIA RUIZ	PROPIETARIA		Nada interesado	200
11	Puestos de mercado	Izabal	El Estor	San Jorge	JUAN CHE	NO TIENE	JUAN CHE	PROPIETARIO		No sabe/no está seguro	100
1	Puestos de mercado	Izabal	Morales	Mercado Morales	DANIELA	57741818	DANIELA PINEDA	PROPIETARIA		No sabe/no está seguro	640