

LA OPINIÓN DEL CONSUMIDOR SIEMPRE ES IMPORTANTE

Durante las promociones en punto de venta que se realizaron del 9 de octubre al 30 de noviembre de 2009, se logró entrevistar a 12,120 consumidores en tiendas de autoservicio, 870 en mercados públicos y 1,847 clientes de centrales de abasto con el fin de conocer su punto de vista con respecto a la percepción que tienen de los Aguacates de Michoacán y a su consumo.

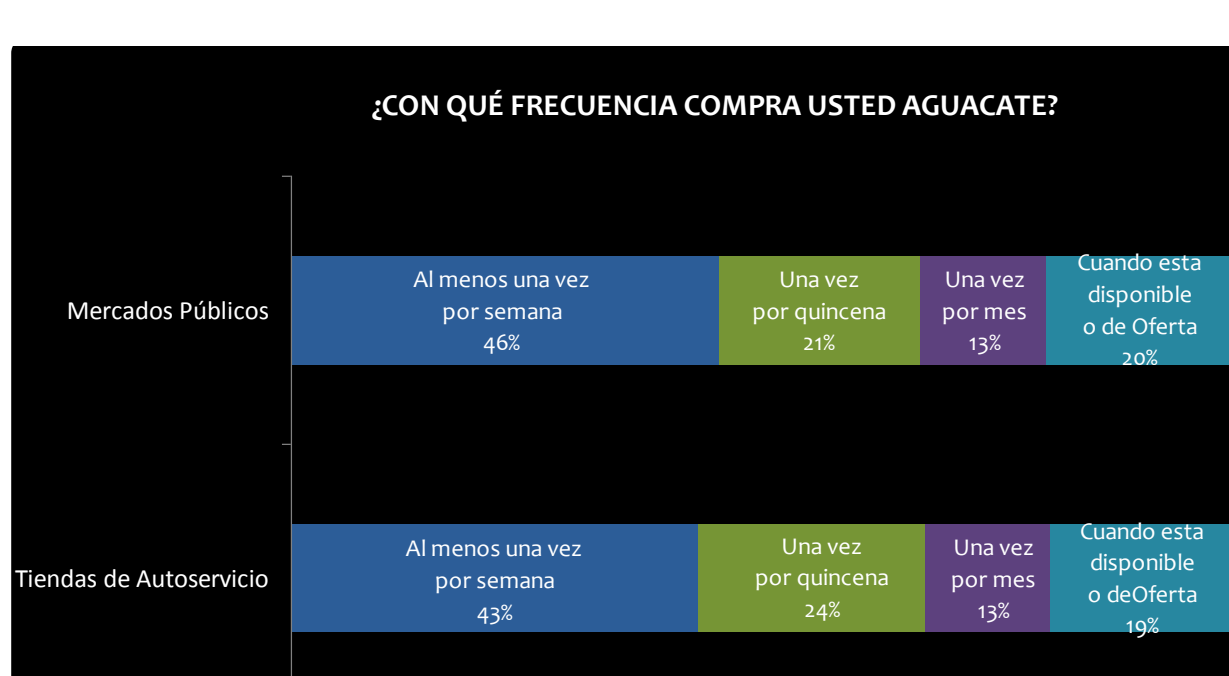
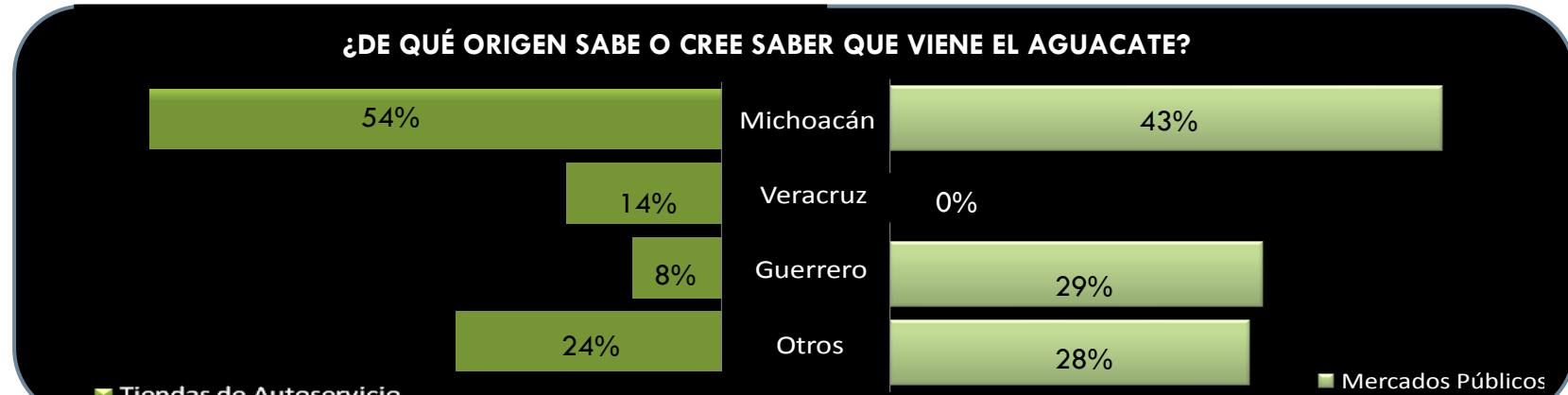
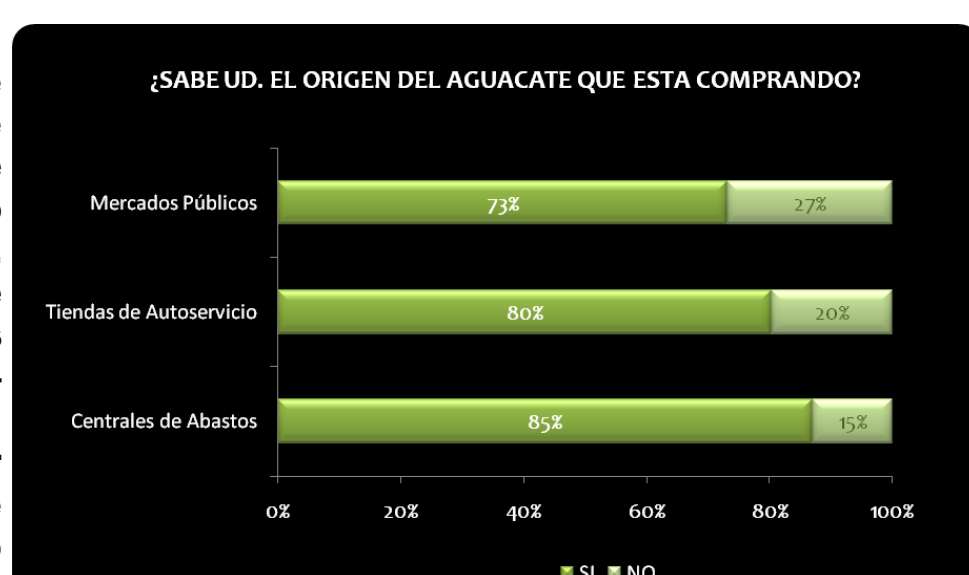
PERCEPCIÓN DE ORIGEN

Se le preguntó al consumidor si conocía el origen del aguacate que compra, por lo que el 80% de entrevistados en Tiendas de Autoservicio, el 73% de personas en Mercados Públicos y el 85% de personas entrevistadas en las Centrales de Abasto conocen o creen conocer el origen del aguacate. Estos resultados reflejan que las personas que compran aguacate directamente en las Centrales de Abasto tienen mayor conocimiento sobre el origen del producto ya que muchos de ellos forman parte de la cadena de distribución de alimentos por lo que se ha estado trabajando de forma importante para informar al consumidor el origen del producto que compran y con ello crear en el consumidor la asociación de aguacate, con el estado de Michoacán.

Del 80% que si creen saber el origen del aguacate en las tiendas de autoservicio, el 90% mencionan que es nacional y el 10% que es importado.

Por otra parte del 73% que si creen saber el origen del aguacate en los mercados públicos, el 95% mencionan que es nacional y el 5% que es importado.

Finalmente del 85% de los clientes de las diferentes centrales de abasto que sabe el origen del aguacate, el 100% mencionó que el Aguacate es Nacional mismos que mencionan a Michoacán como el principal productor, por lo que tanto los consumidores que se entrevistaron en tiendas de autoservicio como en los mercados públicos y centrales de abasto consideran a Michoacán como el principal estado productor de aguacate.



FRECUENCIA DE COMPRA

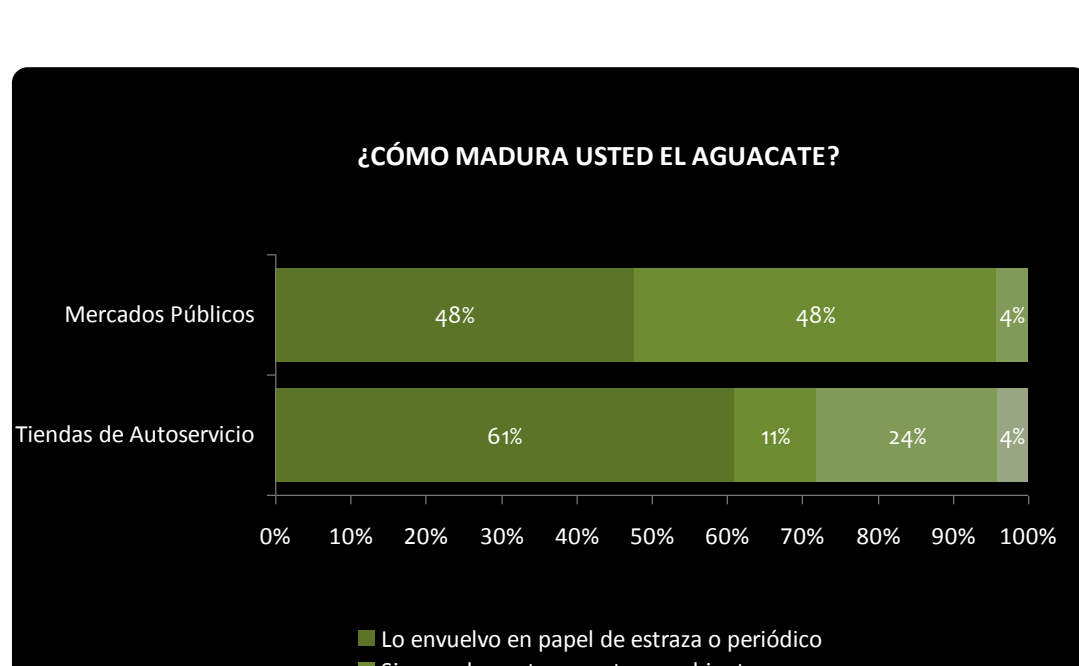
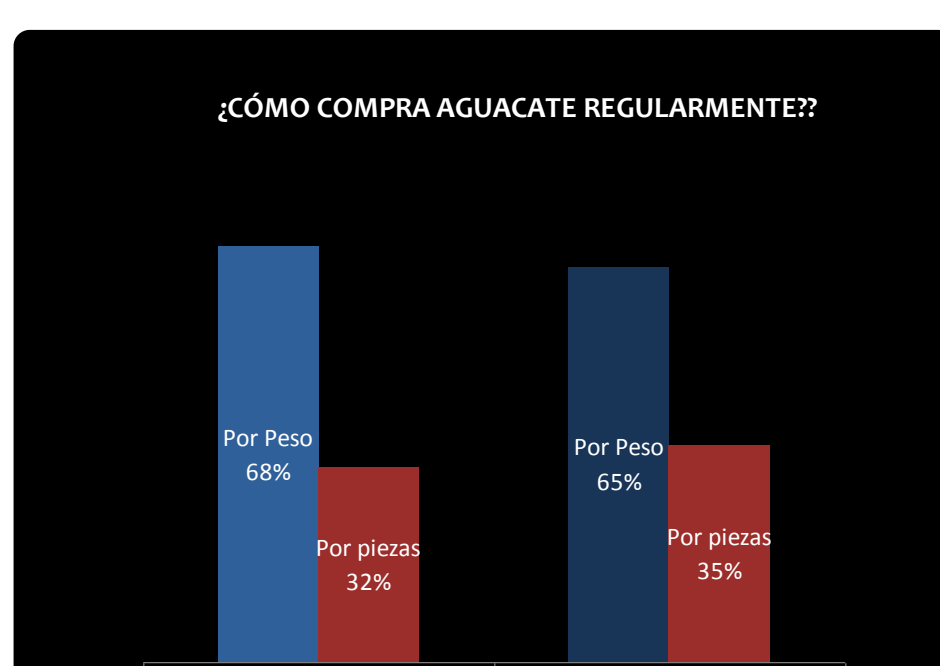
La frecuencia en la que el consumidor compra aguacate en mayor proporción es al menos una vez por semana. Por lo que es importante identificar los factores que limitan la compra de aguacate con el fin de ampliar el número de consumidores que compran aguacate por

CANTIDAD DE COMPRA

Los consumidores tienen dos formas de compra ya sea por kg o por pieza.

Del 65 % y 68% correspondiente a cada tipo de mercado que compran los aguacates por peso, en su mayoría compran de 1/2 a 1 kg.

Por otra parte, los consumidores que compran el aguacate por pieza mencionan que influye el precio del aguacate, el nivel de maduración y el número de personas por familia por lo que no especifican el número de piezas de aguacate que compran regularmente.



MADURACIÓN

En cuanto a la maduración de los aguacates, se le preguntó al consumidor si sabe como madurarlo, por lo que el 80% de Mercados Públicos y el 82% de personas entrevistadas en tiendas de autoservicio si saben como madurarlo, por lo que utilizan diferentes métodos de maduración como:

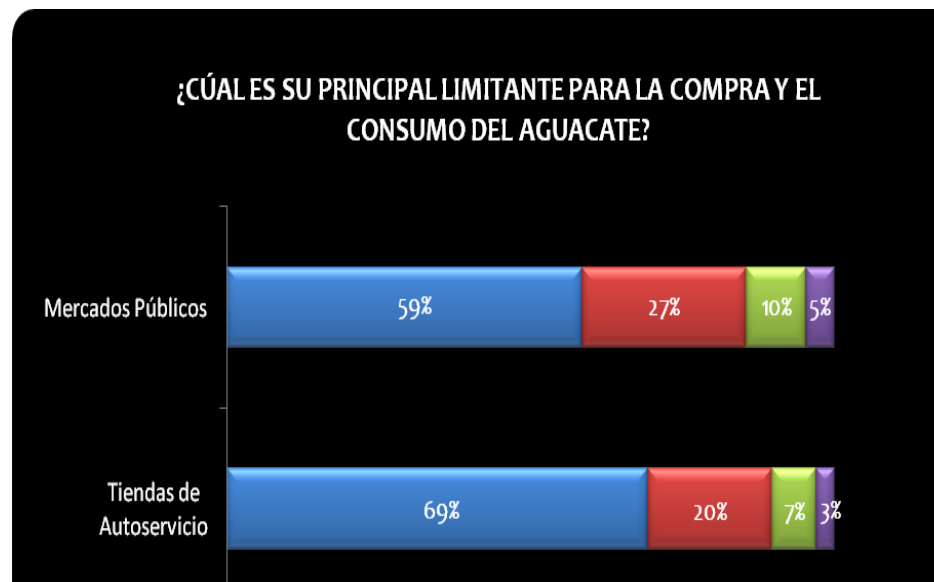
- ★ Envolverlo en periódico o papel estraza
- ★ Dejarlo a temperatura ambiente
- ★ Guardarlo en el horno
- ★ Colocararlo junto a frutas como manzanas o plátanos

Debido a estos resultados se observa que el consumidor puede madurar los aguacates en su casa en caso de no encontrar aguacates maduros en el mercado que acostumbra realizar sus compras con ayuda de las bolsas de maduración que obsequiamos durante las promociones que se están realizando.

FACTORES LIMITANTES DE COMPRA

La principal limitante que tiene el consumidor para comprar aguacates es el precio del producto debido a la situación económica que esta atravesando el país. También consideran como limitante al estado de maduración del producto ya que a pesar de que mucha gente conoce la forma de madurarlo, les gustaría consumirlo el mismo día o al siguiente.

Es recomendable mostrarle a sus clientes la versatilidad y atributos nutrimentales del producto así como tener disponible en su negocio aguacates con diferentes niveles de maduración con el fin de ofrecerles un producto con valor agregado aumentando así sus ventas.



EL PERFIL DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS EN LAS CENTRALES DE ABASTO

Las personas entrevistadas en Tiendas de Autoservicio y Mercados Públicos son consumidores finales a diferencia de las personas que se entrevistaron en la Central de Abastos, ya que nos encontramos con compradores de Tiendas de Autoservicio, Hoteles, Restaurantes, Mayoristas de otras Centrales de Abastos y en su mayoría sumando el 78%, propietarios de locales o puestos de Recauderías, Mercados y Tianguis.

