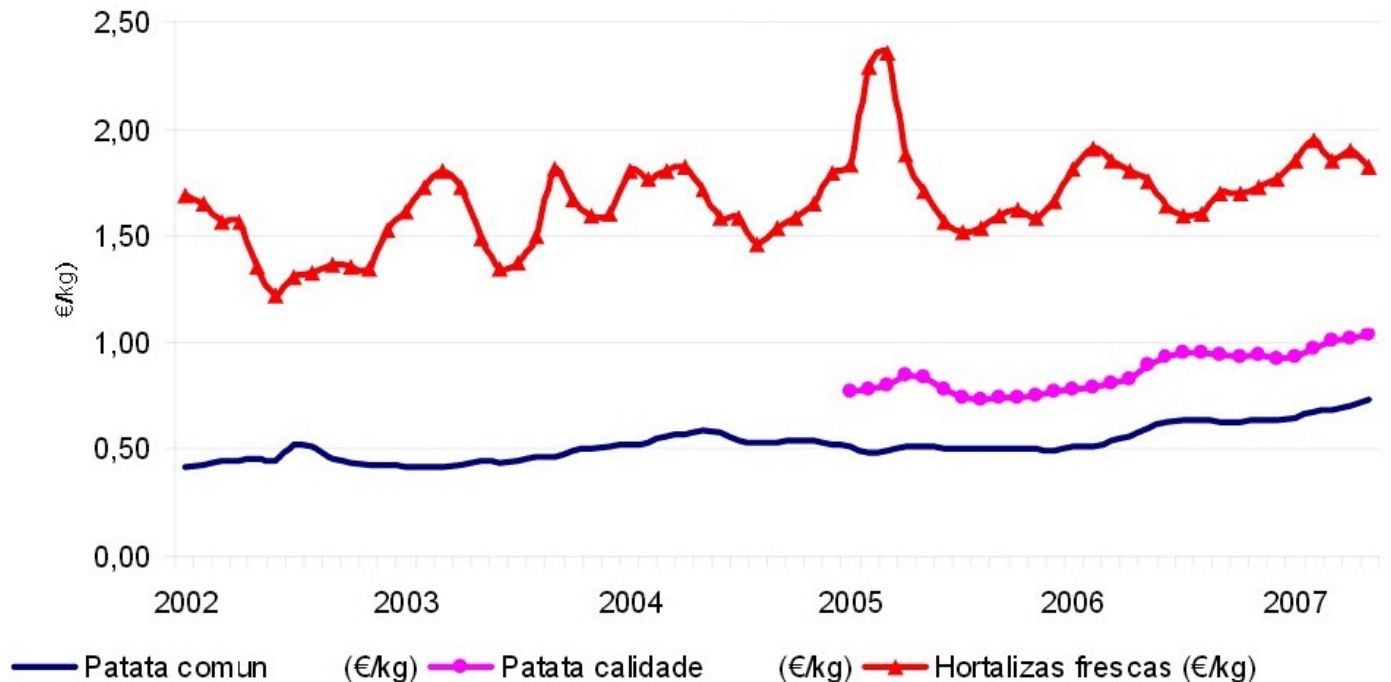


Estudo de mercado

As principais diferenciacións dos cultivos e os seus principais competidores son:

- Pataca: cultivarase a variedade Kennebec. Esta pataca ten un alto recoñecemento da sociedade galega e xunto coa calidade adquirida pola terra e a forma semitradicional de cultivala (abundancia en materia orgánica, escarda mecánica, recollida manual...), terá unha demanda a un prezo superior no mercado. Os principais competidores serán patacas comerciais (como a variedade agria) cun alto rendemento de kg/ha, cunha calidade aceptable e un menor prezo.



- Cebola: cultivarase a variedade autóctona de Betanzos. Esta cebola é moi valorada por moitos sectores e é facilmente diferenciábel das variedades comerciais polo seu sabor máis forte, polo seu olor, pola súa textura, pola súa forma achatada e polo nº e cor das súas capas. A súa principal competidora é a variedade Palla Virtudes, polo seu alto rendemento a prezos máis baixos e con tamaño moi homoxéneo.

- Faba: cultivarase a Faba de Lourenzá. Neste caso non hai grandes diferenzas de custos dos competidores, pois é un cultivo pouco mecanizable. A diferenciación buscarase no tamaño da vaíña (canto máis grande máis atractiva para o comprador) e no menor custo de transporte pola maior cercanía ao mercado, o prezo final será menor ao dos competidores. A Faba Asturiana non suporía competencia, pois realmente son iguais en sabor, aspecto, produción...

- Nabiza e grelo: variedade Grelo de Santiago. Esta variedade está baixo a Indicación Xeográfica Protexida Grelo de Galicia, baixo a cal será vendida. A diferenciación baséase na longa tradición deste cultivo no concello de Trazo, un dos máis produtores de toda Galicia. A principal competencia está no prezo do produto, pois non existen competidores con produtos similares. Por exemplo, o Grelo de Monfero non comparte o mesmo mercado xeográfico.

Outro aspecto diferenciador será a dun aspecto máis atractivo en canto á frescura, intensidade de cor, largo do manexo... que se producirá por un aumento da profesionalización deste cultivo.

1. Análise da demanda.

A distribución xeográfica da posible demanda situarase na zona da comarca de Santiago de Compostela, parte da comarca de Ordes (Trazo, Ordes, Oroso, Tordoia, Frades) e parte dos concellos de Touro, O Pino e a Estrada.

Estas realizáronse coa finalidade de analizar aos posibles clientes, a natureza dos produtos que consomen, a forma de adquirilos, as variedades que máis lle interesan etc.

(Para ver estadísticas consultar o final deste anexo)

Isto servíume para aclarar principalmente a viabilidade do proxecto e parte do posible mercado potencial.

As enquisas foron realizadas in-situo nos diferentes establecementos e aos responsables de cada un deles.

Elixín catro actividades diferenciadas (2 institucións públicas de ensino, 2 panaderías, 5 restaurantes e 1 mercado).

Todas elas foron escollidas pola proximidade á explotación e por ser diferentes entre eles en tipo de clientela e tamaño.

1. Os dous comedores escolares foron os dos colexios:

- C.P.I. Viaño Pequeno, Trazo (A Coruña), situado nun núcleo rural duns 3.500 habitantes.
- C.E.I.P. Alfonso D. Rodríguez Castelao, Ordes (A Coruña), situado nunha mediana vila de 12.000 habitantes.

2. As dúas panaderías foron:

- Panaderías Liste, Trazo – Santiago de Compostela (A Coruña) con ámbolos establecementos de venda directa neses respectivos lugares.
- Panadería Nogallás, Ordes (A Coruña) na vila de Ordes, situada unha estrada nacional (N-550) con moito tránsito de persoas e vehículos. Conta cun moi bo recoñecemento en toda a Comarca.

3. Os cinco restaurantes que elixín:

- Restaurante – Hostal O Barreiro, Ordes (A Coruña) é un restaurante a pé da N-550) no tramo que une Ordes e a cidade da Coruña que realiza diversos servizos no mundo da restauración (vodas, aloxamentos completos, menú do día e tapas variadas).
- Restaurante O Noso Mesón, Trazo (A Coruña) é un establecemento que se centra principalmente no menú do día cunha afluencia media.
- Restaurante Os Mariñaos, Oroso (A Coruña) sitúase tamén na xa nomeada N-550 neste caso entre o pobo de Sigüeiro e Ordes. A súa actividade é o menú do día, as ceas por encargo e tapas.
- Restaurante Paz Nogueira, Santiago de Compostela (A Coruña) está situado nas aforas de Santiago pero cerca dun centro comercial. Ten un bo prestixio na zona e céntrase principalmente nas comidas por encargo.
- Restaurante San Paio, Santiago de Compostela (A Coruña) está situado nun punto estratéxico do Camiño de Santiago e preto do Aeroporto da Lavacolla. Debido á localización a súa principal clientela é o turismo, menús do día, gastronomía galega e tapas variadas.

4. O mercado elixido foi Mercagalicia situado en Santiago de Compostela (A Coruña), e a súa actividade baséase na compra e venda de hortalizas. Actualmente move pouco volume pero ten gran capacidade e expectativas de crecemento.

As enquisas foron 4, diferenciadas para cada un dos produtos que comercializaría (cebola, faba, nabizas e grelos, pataca).

Nalgúns casos aínda que se tratase do mesmo produto variaron un pouco acordos coas circunstancias específicas ou diferenciadas de cada empresa.

CEBOLA: pescudada aos colexios, ao mercado, aos restaurantes e ás panaderías.

PATACA: a colexios e restaurantes.

Estes dous productos tiveron unhas enquisas moi similares debido ás súas características. As preguntas nestes casos trataron de resolver o volume total do consumo entre os meses de setembro ata maio no caso das cebolas así coma a facturación que lle supuxo o mesmo. No caso da pataca de setembro a xaneiro.

Dese xeito tamén se averiguou o prezo medio por kilogramo.

Pareceume tamén de moita relevancia saber a orixe de procedencia que máis valoran en cada lugar así coma a qué tipo de distribuidor lle mercan e qué variedade prefiren.

Noutro apartado quixen que valorasen os detalles sobre o produto tales coma certificacións, uniformidade, facilidade de pelado, conservación...

Cales son os principais problemas que lle ocasiona o produto tamén o considere de vital importancia.

Tamén era útil saber cal era o tipo de envasado máis cómodo para eles, se fixan algún prezo para o produto, se mellorarían o produto ou o servizo aumentando o valor do mesmo, número de provedores, a importancia do trato persoal e profesional respecto ao servizo...

NABIZAS E GRELOS: esta enquisa só foi realizada a Mercagalia.

FABAS: tamén só realizada a Mercagalia.

O principal motivo polo que só se lle realizou ao mercado a enquisa foi porque é un produto diario, perecedeiro, e que non compensa vender en pequenas cantidades porque o consumo diario do resto de establecementos non sería suficiente para uns ingresos mínimos compensativos.

As nabizas e os grelos son adquiridas de outubro a marzo e no caso das fabas tan só de outubro a novembro.

Indaguei sobre o volume total e o de facturación neses respectivos meses, a súa orixe, variedade, procedencia, os problemas que adoitan ter, o tipo de envase, o prezo medio, o número de provedores... Tamén referín a enquisa á valoración do servizo e profesionalidade dos provedores así coma do propio produto.

ANÁLISE DOS RESULTADOS:

CEBOLAS – PATACAS (COLEXIOS)

En resumo, o consumo medio de cebolas de setembro a marzo foi de 715kg. O custo total medio foi de 728; deste xeito, o prezo medio é de 1,025€/kg.

No caso das patacas na tempada de setembro a xaneiro o consumo medio foi de 2.100kg e o custo de 1.890€. Tendo como resultado un prezo medio de 0,875€/kg.

Ámbolos colexios prefiren cebolas e patacas de procedencia galega. As cebolas son mercadas nun 92,5% a minoristas e o 7,5% restante a agricultores. As patacas un 70% a minoristas e o 30 restante ao agricultor..

A variedade de cebola escollida por excelencia é a Chata de Betanzos e no caso da pataca a Kennebec ten unha aceptación do 90% e o 10% restante da Baraka.

As características máis valoradas no caso da cebola son a calidade organoléptica, a orixe cercana, a facilidade de pelado e as certificacións e un dos rasgos que menos lle atañen son a uniformidade e a conservación do produto xa que se consome polo xeral nun curto período de tempo por facer pedidos aos provedores cada pouco. Con respecto á pataca valoran as mesmas características pero a maiores preocúpalle o prezo xa que é un produto do que se consome moita cantidade.

O envase preferido nos dous casos son os sacos. Tanto en cebolas coma en patacas en xeral, estarían dispostos a pagar máis por un mellor servizo e produto. A forma preferida para a realización dos pedidos é libre.

No caso da cebola o que máis valoran é a orixe máis a certificación sanitaria; na pataca o certificado de variedade máis o de orixe.

Dispoñen de 2 provedores de media e sempre prefiren contar co mínimo número posible deles. Con respecto ao servizo o que máis valoran é a puntualidade, a formalidade, a confianza e a dispoñibilidade dos seus provedores.

PANADERÍAS – CEBOLAS

As panaderías adquiren o produto de setembro a marzo. De media mercan 8.600kg e o custo de facturación supón 5.040€ polo que o prezo medio é de 0,58€/kg.

A orixe da procedencia das cebolas é española nun 60% e galega nun 40%. Á hora de mercar as cebolas decántanse nun 62,5% polos maioristas e o 37,5% restante polo agricultor.

A variedade elixida está moi igualada entre a Palla Virtudes e a Chata de Betanzos (52,5% - 47,5%). Ás características que máis importancia lle dan é ao prezo, á calidade organoléptica, ao tamaño grande para reducir a man de obra do pelado..

En xeral o que máis lle preocupa é o posible mal sabor, os picos de prezos do produto e o nacemento ou brotación.

O envase máis cómodo para eles é en saco. Valoran dos seus provedores a confianza, a dispoñibilidade do produto e a estabilidade.

RESTAURANTES – CEBOLAS

Os restaurantes aos que lle realicei a enquisa adquiren o produto de setembro a abril.

O volume de kg consumido de media é de 2.192kg e a facturación supón 2.185,6€ polo que sae un prezo medio de 0,99€/kg.

A procedencia máis valorada é a galega. No caso do lugar de procedencia está practicamente igualado nas catro posibilidades (minoristas, maioristas, agricultor, mercado).

Debido ao seu particular uso o que máis lle preocupa é a calidade organoléptica, unha boa conservación, que o prezo sexa relativamente estable e que o tamaño sexa grande para a facilidade do pelado.

O principal problema que pode ter a cebola e que máis lle afecta ao comprador é o posible mal sabor e a podremia.

Polo xeral o saco é o envase preferido e interésalle a partes iguais os certificados sanitarios e de orixe.

De media cada establecemento conta con 3-4 provedores e o que máis valoran deles con diferenza é a súa dispoñibilidade para surtilos co produto polo que tamén lle dan importancia á formalidade e á confianza.

RESTAURANTES – PATACAS

No caso da pataca o obxecto de estudo foi a venda de setembro a xaneiro. A media de kilogramos mercados foi de 2.860 e o valor foi de 1.750€; tendo así un valor medio de 0,61€/kg.

As patacas son unicamente de orixe galego, mercadas a maioristas nun 58% da súa totalidade, un 22% aos agricultores e o 20% restante no mercado.

A variedade elixida por todos os establecementos é a Kennebec e dela valoran a calidade organoléptica, a súa orixe cercana, o seu tamaño grande e a facilidade de pelado.

O que máis lle preocupa é a mala conservación que adoita deribar en podremia e o mal sabor e o certificado destacan entre a importancia que lle dan. O envase é preferible en sacos aínda que nalgún caso almacénase a granel por propia comodidade. Ao igual que noutros casos o que máis valoran dos seus provedores é a formalidade, a confianza e a dispoñibilidade.

MERCADO (Mercagalia) CEBOLAS – FABAS – GRELOS E NABIZAS

Cebolas: de setembro a marzo, 9.600kg e 7.680€ de facturación; 0,80€/kg (Aproximada o 20% da produción estímase que sexa cebola mediana-pequena, que non tería saída para a restauración, colexios e panaderías pero si para o mercado, sendo ademais o tamaño de preferencia).

Fabas: de outubro a novembro, 6.000kg e 12.000€ de facturación; 2€/kg

Nabizas e grelos: de outubro marzo, 16.000kg e 16.000€ de facturación; 1€/kg

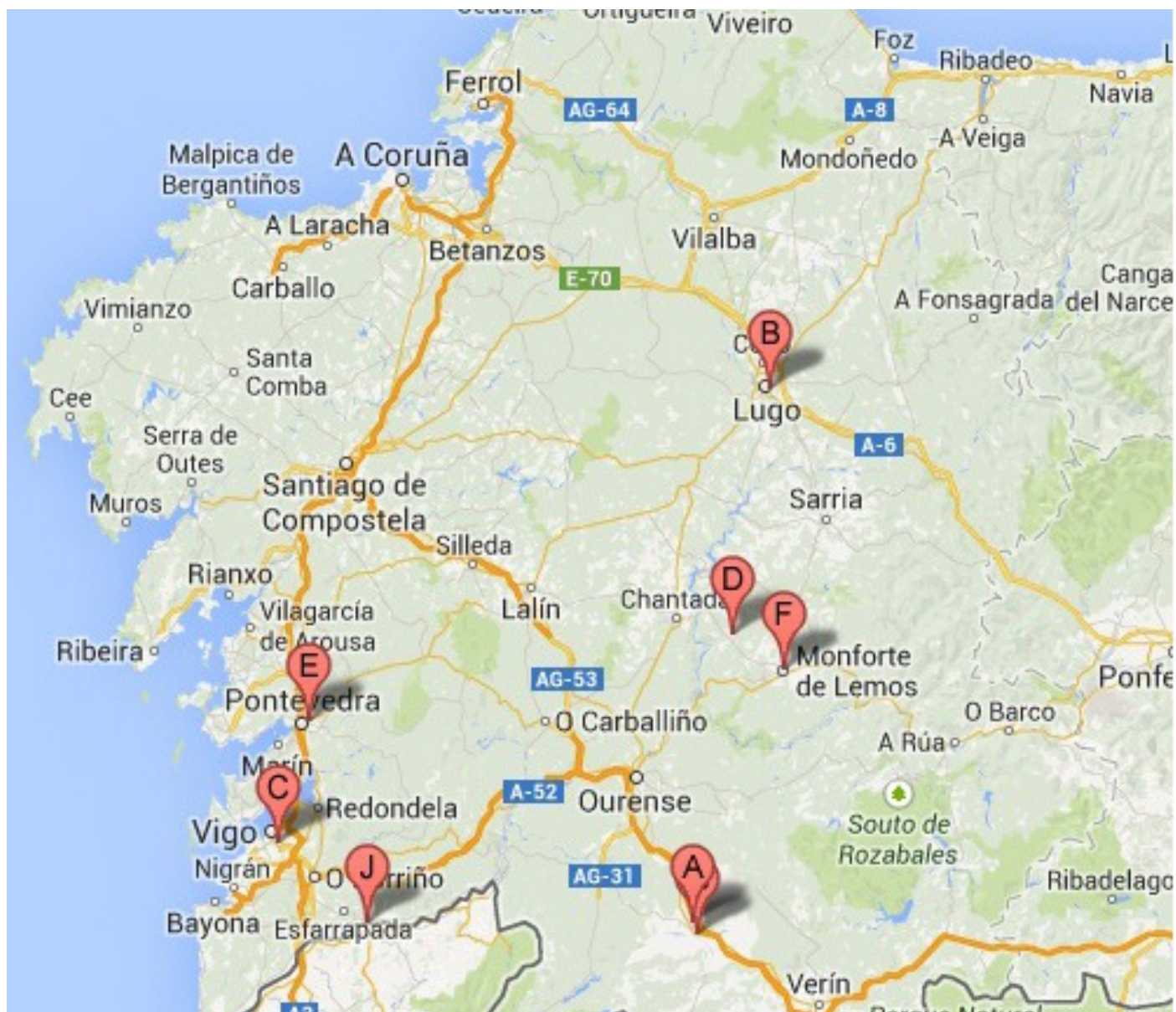
Como conclusión, observando a cantidade media de posible demanda dos produtos, e o número de establecementos potencialmente demandantes, podemos afirmar que demanda será suficiente para a cantidade de produto ofertada. A oferta de produto deberá cubrir os períodos de tempo previstos, non esgotando o produto con antelación, polo que se fará unha previsión da demanda, cun número concreto de demandantes.

2. Análisis da oferta:

-Pataca e cebola.

A oferta é principalmente por maioristas e por agricultores.

A oferta dos maioristas caracterízase por un servizo pouco cercano coa clientela, e por ter pouca dispoñibilidade, pois as principais empresas sitúanse lonxe da zona de influencia no que estaría a demanda.



As características dos produtos non sempre son do gusto do consumidor, pois moven produto en gran cantidade, polo que non sempre se comproba a calidade deste. Ademais a variedade que ofertan moitas veces non é kennebec, debido a que nas grandes zonas produtoras (A Limia), cada vez apostan máis por variedades comerciais de alto rendemento. O prezo da oferta é baixo.

A oferta dos agricultores ven dada principalmente por aqueles cercanos a demanda, que venden os excedentes da colleita de autoconsumo. Isto provoca que haxa unha importante oferta nos meses posteriores á colleita, pero dun breve período de tempo. Por outra parte o servizo caracterízase por ser cercano e pouco profesional en canto á envase, certificacións sanitarias, uniformidade... O prezo case sempre é alto, pois considerase un produto boa calidade.

Fabas e nabizas e grelos.

A principal oferta dana os agricultores. Debido a situación xeográfica na que se sitúa a explotación a competencia é pouca para faba, con poucos agricultores profesionalizados, que cultivan pouca cantidade de produto. Sen embargo, no caso da nabiza e do grelo existe todo tipo de ofertantes (maioristas, minoristas e agricultores), xa que o lugar de venda é onde se move a maior parte do produto de toda a comunidade. Isto provoca que exista unha gran demanda, pero cada vez con máis esixencias de calidade, aspecto e servizo do produto.

3. Prezos:

En función dos resultados obtidos das enquisas e do estudio dos prezos dos ofertantes o prezo á establecer para a consecución das vendas da totalidade do produto será a seguinte:

- Pataca: 0,55 €/ kg
- Cebola : 0,70 €/ kg
- Fabas: 2,00 €/ kg
- Nabizas: 0,90 €/ kg
- Grelos: 1,20 €/ kg

Os prezos das patacas e das cebolas son medios, pois varían en función do tipo de establecemento (restaurante, colexios ou panaderías).

5. Comercialización

Farase persoalmente a través de furgoneta. O trato co cliente será cercano e cun servizo rápido e con total dispoñibilidade. Os envases para as patacas e cebolas serán sacos de yute e de malla respectivamente. Para as fabas, as nabizas e grelos e a cebola do mercado serán de caixas de madeira dun so uso.

En todo envase irá a tarxeta cos datos do produtor, a trazabilidade e a certificación sanitaria, ademais de información sobre o produto (calibres, peso e variedade).