

ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DE LA OFERTA Y DEMANDA DE INSUMOS Y PRODUCTOS EN EL ESTADO DE QUINTANA ROO.

Introducción	3
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
Metodología	5
Universo de Investigación:	5
Tamaño de la Muestra del Sector Hotelero:	6
Tamaño de la Muestra del Sector Restaurantero:	6
Variables Cuantitativas:	6
Variables Cualitativas:	6
Entrevistas:	6
Presentación de Resultados	8
Relación de los Insumos y Productos en los Gastos Totales de las Empresas del Sector	8
Análisis por Modalidad de Alojamiento	11
Análisis por Categoría del Servicio Hotelero	11
Estimación de los Volúmenes Totales de Insumos y Productos	13
Principales Variaciones en consumos de 2003 a 2012.	17
Análisis de la Estructura de la Oferta.	21
Productos agrícolas, agropecuarios y mariscos.	21
Las características de la proveeduría de productos agrícolas, son:	21
Frutas y Verduras.	22
Carne, pollo y pescados.	23
Proveedores minoristas y detallista de frutas y verduras.	23
Condiciones del producto.	24
Proveduría actual	24
Condiciones de pago y entrega.	25

Introducción

El estado de Quintana Roo, en su mayoría ha sido reconocido por el proyecto que hace tres décadas fue iniciado: la ciudad de Cancún, conocida como el complejo turístico más importante del país, al contar con hermosas playas y ruinas arqueológicas así como también con otras localidades de gran importancia turística a sus alrededores (Cozumel, Isla Mujeres y las ruinas arqueológicas de Tulum); en este sentido, el turismo se ha convertido en la base de la economía estatal.

Sin embargo, la actividad económica del estado de Quintana Roo no sólo se compone del sector turístico, sino también tiene participaciones significativas de otras industrias tales como agricultura, ganadería, apicultura, pesca, industria extractiva y forestal.

En el caso de la agricultura, aunque cuenta con poca superficie laborable, se ha ido incrementado en los últimos años, así también la ganadería, que se realiza en pequeña escala. Por otro lado, la apicultura es una fuente de ingresos importante –considerando la significativa exportación de miel- al igual que la actividad pesquera como industria extractiva, así como la explotación de recursos forestales (donde se obtiene maderas preciosas como la caoba, el cedro rojo, diversas palmas, el árbol de pimienta y el chicozapote, del que se extrae el chicle).

Es en el producto de muchas de estas actividades donde se enfoca nuestra atención, sin olvidar el vínculo que mantienen con la actividad turística con el fin de lograr un desarrollo integral entre ellas en pro de consolidar el desarrollo estatal –sin olvidar la sustentabilidad del mismo-, que es un reto de la actual administración establecido en el Plan Estratégico de Desarrollo 2000-2025.

Por lo anterior, la ambiciosa propuesta de conocer la demanda de insumos y productos en el Caribe Mexicano, se presenta con el propósito de encontrar áreas de oportunidad que motiven a ese desarrollo integral que se busca para la permanencia en un mundo globalizado, favorecido por muchos factores estratégicos tales como: la calidad de entidad fronteriza, su ubicación en la cuenca del Golfo y del Caribe, su colindancia con Centroamérica y a la vez, la participación en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

El gobierno del estado de Quintana Roo y la Secretaría de Economía, a través de la Universidad La Salle Cancún y su Instituto de Investigaciones Turísticas, realizaron un estudio de oferta y demanda de la industria turística de Cancún y la Riviera Maya en los años de 2002-2004. En el 2011 se efectuó la actualización de dicho estudio con FONDOS PYME.

El presente se pretende proporcionar una herramienta que lleve a realizar estrategias con una visión retadora para lograr una economía activa y dinámica con operaciones integradas.

Objetivo General

Determinar la estructura de los principales productos e insumos demandados por las empresas hoteleras, así como por las empresas turísticas de Alimentos y Bebidas y de servicios complementarios en Cancún, Playa del Carmen, Riviera Maya y Cozumel, de acuerdo a su clasificación, volumen, procedencia y periodicidad con que son adquiridos.

Objetivos Específicos

- Aportar información sobre la demanda de insumos y productos a fin de favorecer las decisiones en materia de inversión de nuevos proyectos e incluso de nuevos componentes en las cadenas productivas.
- Establecer índices sobre la procedencia de productos y en particular sobre los productos e insumos importados a fin de contribuir al diseño de estrategias encaminadas a la sustitución de importaciones.
- Generar información útil a los organismos de decisión estatal que permitan favorecer el desarrollo de proyectos y otorguen al Estado nuevas opciones de diversificación económica.
- Estimar, a partir de los volúmenes de productos y mercancías desplazadas, el peso que en materia económica tiene para el sector comercio y para el Estado.
- Proporcionar información referente a los volúmenes y periodicidad con que se requieren las mercancías para hacer más eficientes los sistemas de distribución y transporte.
- Reorientar los flujos migratorios al interior del Estado mejorando las condiciones de producción y comercialización de los productores y contribuir a la optimización de las cadenas de distribución.

Metodología

Antes de definir la metodología aplicada en nuestro proyecto, hemos de recordar que el enfoque de la investigación se concentra en las líneas de insumos (que se referirán como Clasificaciones) del sector turístico tales como:

- Alimentos
- Bebidas
- Blancos
- Mantenimiento (aceites y lubricantes y artículos y productos de limpieza)
- Cristalería

Para lograr el objetivo del estudio de Análisis de la Estructura de la Demanda de Insumos y Productos por el Sector Turístico en el Caribe Mexicano se ha conformado la siguiente metodología:

Fase 1. Recopilación de la información actual de la demanda de insumos en las líneas (de producto) antes descritas a través de encuestas y entrevistas aplicadas a empresas de prestación de servicios turísticos sobre los volúmenes anuales adquiridos, así como su descripción, marca, presentación y precio.

Para el desarrollo de la primera fase del estudio se establecen los siguientes términos:

Universo de Investigación:

- Hoteles y restaurantes de las principales ciudades del Estado, siendo éstas cuyos municipios participan en el proyecto: Cancún, Islas Mujeres, Cozumel, Chetumal, así como los ubicados en la Riviera Maya.
- Universo total de habitaciones.

El cálculo de la muestra realizada que a continuación se describirá, se ha hecho en base a los 76,000 cuartos de hotel y 26,208 sillas de restaurante (considerando un porcentaje de utilización del 65.00% de silla ocupada de un total de 40,320 en 360 establecimientos con 112 sillas promedio) que existen en su totalidad en el estado de Quintana Roo, en las categorías consideradas bajo estudio.

Tamaño de la Muestra del Sector Hotelero:

Dado que se desea realizar una base de datos con un total de 3,195 insumos aproximadamente, incluyendo sólo las líneas especificadas, a partir de su volumen de compra promedio anual y volumen de consumo promedio anual, por habitación, se establecen estimadores de consumo que se determinen con una confiabilidad del 95.00% y un error del 5.00%, por lo que el tamaño de la muestra calculado es de 15,800 cuartos de hotel, obtenida para una población finita, misma que será proporcionada de acuerdo al número de habitaciones en cada categoría, yendo éstas desde Gran Turismo hasta 2 estrella.

Tamaño de la Muestra del Sector Restaurantero:

Dado que el sector restaurantero también está incluido para conformar la base de datos de los 3,195 insumos aproximadamente, se calcula una muestra de 2,464 sillas de restaurante, basada de igual forma para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95.00% y un error estimado del 5.00%, aplicándose la entrevista a restaurantes de comida de todo tipo.

Los componentes de la investigación objetivo, es decir, las variables que se medirán dentro del proceso cuantitativo son:

Variables Cuantitativas:

Volumen de compra total anual de los insumos bajo estudio.
Frecuencia de compra (en caso de no tener su volumen de compra anual).
Número de habitaciones.
Precio promedio de compra.

Variables Cualitativas:

Presentación del insumo.
Calidad del insumo.

Entrevistas:

Las entrevistas realizadas, específicamente a hoteles y restaurantes del Estado, fueron aplicadas de manera personal y por teléfono directamente a gerentes de compra o contadores, y aún en algunos casos a los gerentes generales o administrativos, con el fin de solicitarles la relación de insumos con los elementos necesarios para el análisis para la caracterización de los productos adquiridos por las mismas.

Para realizar dichas entrevistas se procedió a solicitar la cita previamente, enviando la información del folleto de insumos manejado por fax o bien, entregándolo a domicilio en un sobre cerrado mismo en el que se indicó regresar la información para respetar la confidencialidad y promover la confianza en todas las empresas. Se procedió a explicar detalladamente cómo se necesitaba la información y en caso de no obtenerse en la primera entrega, se realizaron repetidas visitas hasta completar los datos inconclusos.

Las características que la información debía cumplir son: volúmenes de compra anual de cada uno de los insumos en las líneas de Alimentos, Bebidas, Blancos, Mantenimiento y Cristalería, respectivamente; porcentaje de los insumos que se compran en la región; porcentaje de los insumos que se importan (tanto de las afueras del Estado como del país); causas de la sustitución, si la hay; y precio. En caso de no tener volúmenes de compra anual: volúmenes de compra mensual; frecuencia de compra; política de inventarios; así también como el porcentaje de los insumos que se compran en la región; porcentaje de los insumos que se importan (tanto de las afueras del Estado como del país); causas de la sustitución, si la hay; y precio.

Fase 2. Estimación de la demanda de insumos por sector de consumo seleccionado.

La estimación de cada sector de consumo seleccionado se establece según las relaciones que se presentan a continuación:

Se considerarán dos subsectores económicos: el hotelero y el restaurantero. Los hoteles serán categorizados según su Modalidad y el número de estrellas que poseen. Siendo éstos de Gran Turismo, 5 Estrellas, 4, 3 y 2. La Modalidad –que sólo se aplica al subsector hotelero- será Plan Europeo o bien, All Inclusive (Todo Incluido).

En general se manejarán unidades (o valores) tales como piezas para cuestión de artículos y/u objetos; kilogramos para los alimentos (salvo algunos que se proporcionen en piezas o litros también); y litros (para las bebidas y aceites en sí).

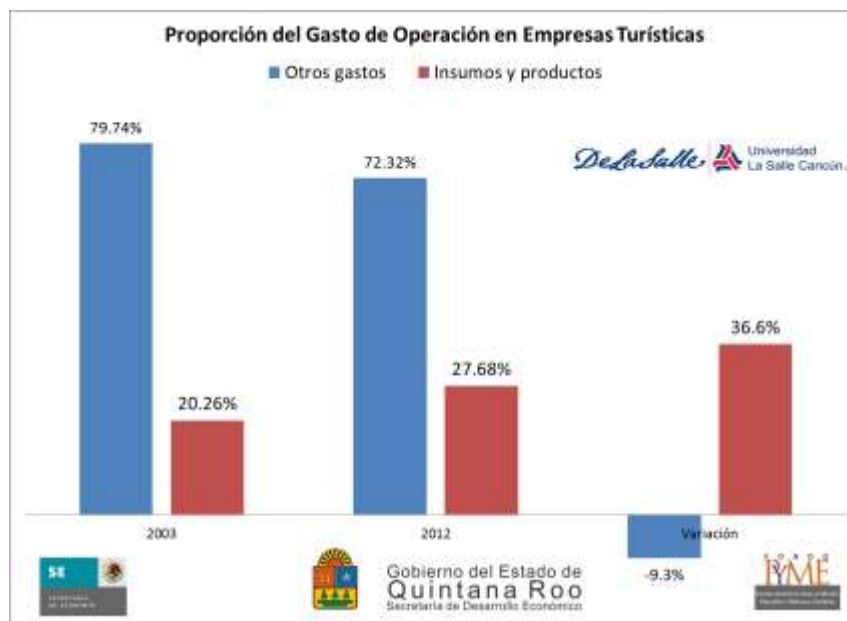
Presentación de Resultados

Relación de los Insumos y Productos en los Gastos Totales de las Empresas del Sector

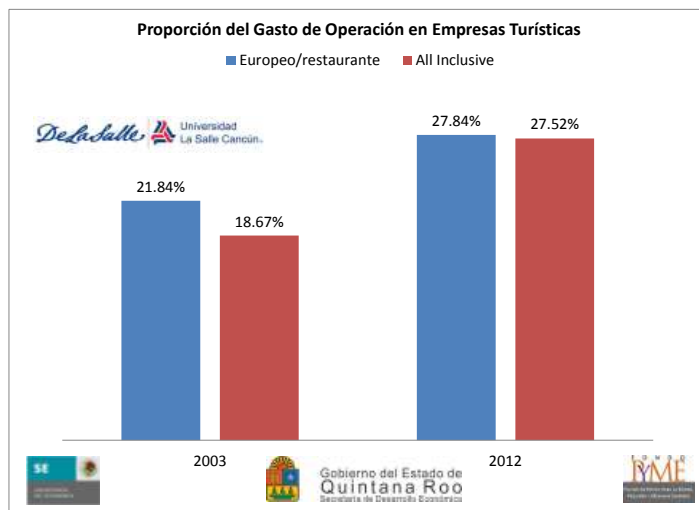
Tratando de determinar el impacto que tiene la adquisición de los insumos y productos bajo estudio en la operación financiera de las empresas que forman parte de su gasto total, así como las características bajo las cuales se dan las condiciones de intercambio, origina que la compra de estos productos tenga injerencia como costo variable al cambiar conforme cambian los volúmenes demandados y como costo fijo al requerir de sistemas de almacenamiento, control y adquisición.

Importante es remarcar que mientras mayor sea la participación de los insumos en los gastos totales, mayor será la sensibilidad del mismo a las variaciones inflacionarias y de distribución o escasez de productos.

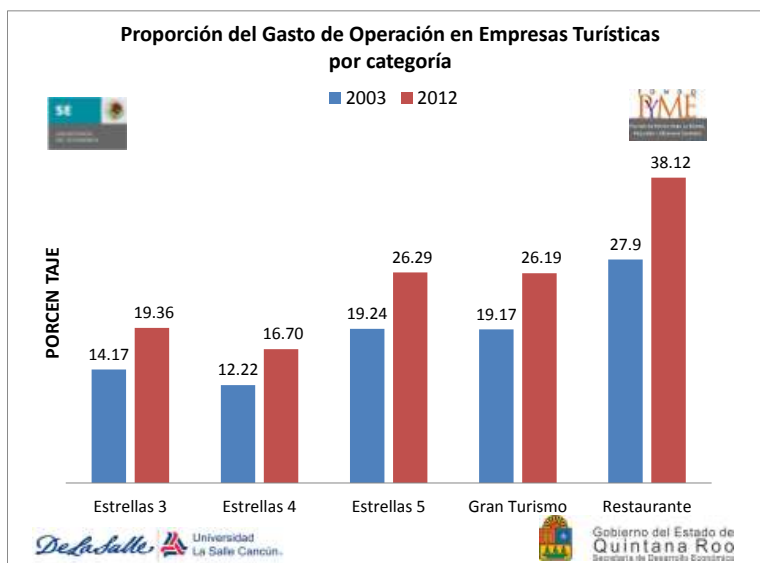
El gasto de los insumos y productos en los rubros de Alimentos y Bebidas, Cristalería y Blancos y Limpieza y Mantenimiento representa en promedio 27.68% contra el 20.26% del 2003, de los gastos totales de las empresas en la muestra. El incremento en la proporción de gastos en insumos y productos hace más sensible a las empresas turísticas a la variación en precios.



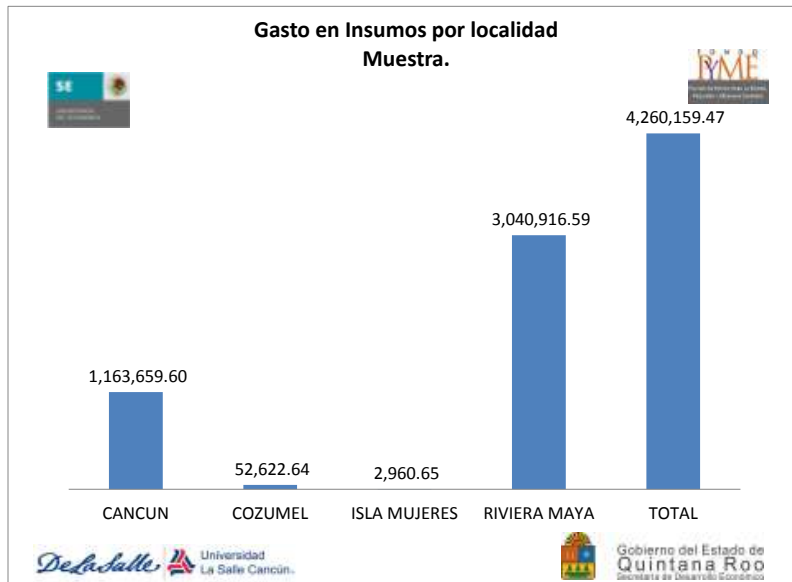
Se incrementó el porcentaje en hoteles bajo la modalidad “todo incluido” en 10 puntos porcentuales. Plan europeo y restaurantes en 6% aproximadamente



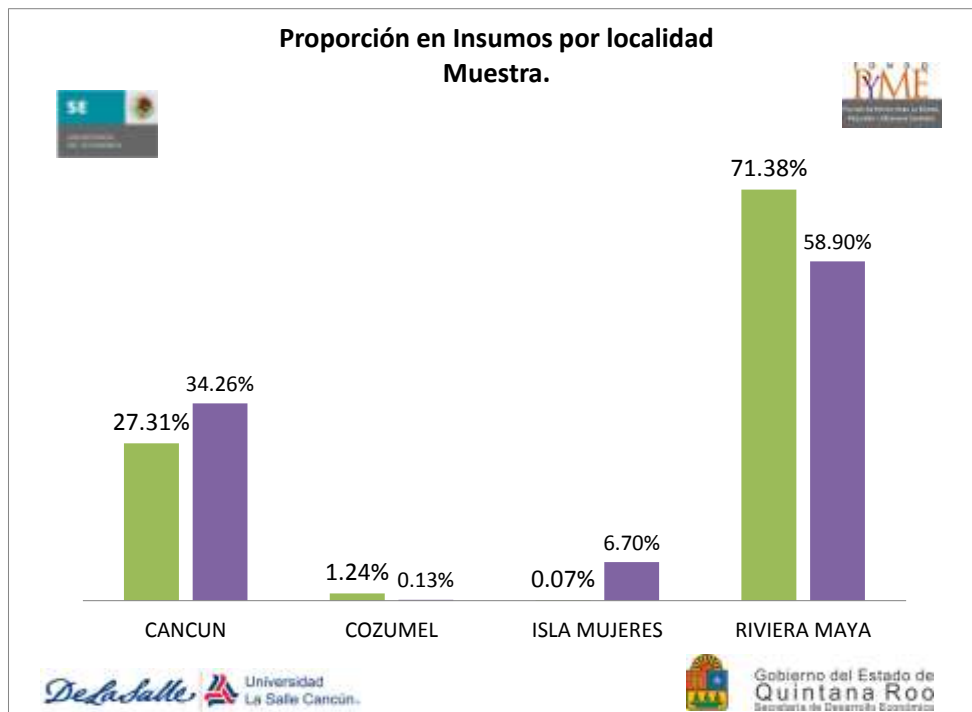
Existe una estrecha relación entre la Categoría del servicio ofrecido y el nivel de gastos que representan los insumos para las empresas hoteleras, observando que a mayor calidad en el servicio mayor porcentaje del gasto total invertido en insumos y productos.



Las empresas dedicadas a la elaboración de Alimentos y Bebidas tienen un gasto mayor en los insumos y productos bajo estudio mismo que se incrementó considerablemente, por el incremento de precios.



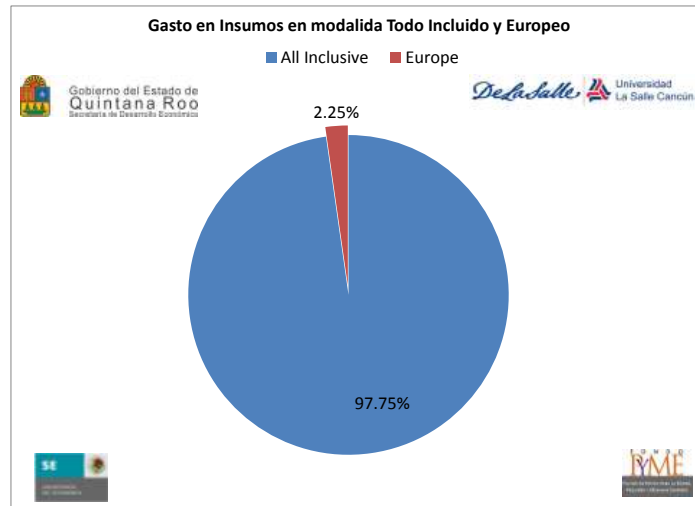
El total de la muestra es de 4,260,159.47 miles de pesos. Tres cuartas partes es consumo en la Riviera Maya.



El consumo en la Riviera Maya es mayor, manteniendo las proporciones en las muestras.

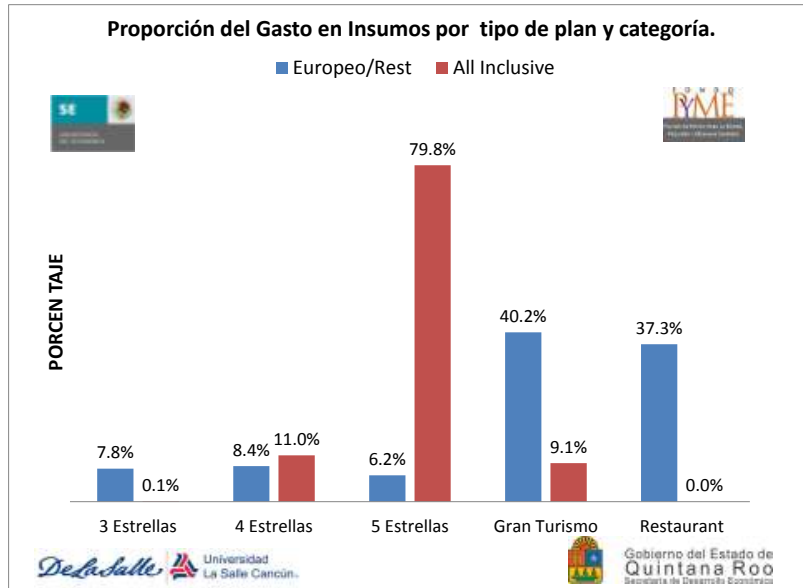
Análisis por Modalidad de Alojamiento

Continuando con nuestro análisis y ahora tomando como punto base la Modalidad de los Hoteles, se tiene que los gastos otorgados por hoteles no pertenecientes a la Modalidad All Inclusive (AI) representan el 97.75% del total.



Análisis por Categoría del Servicio Hotelero

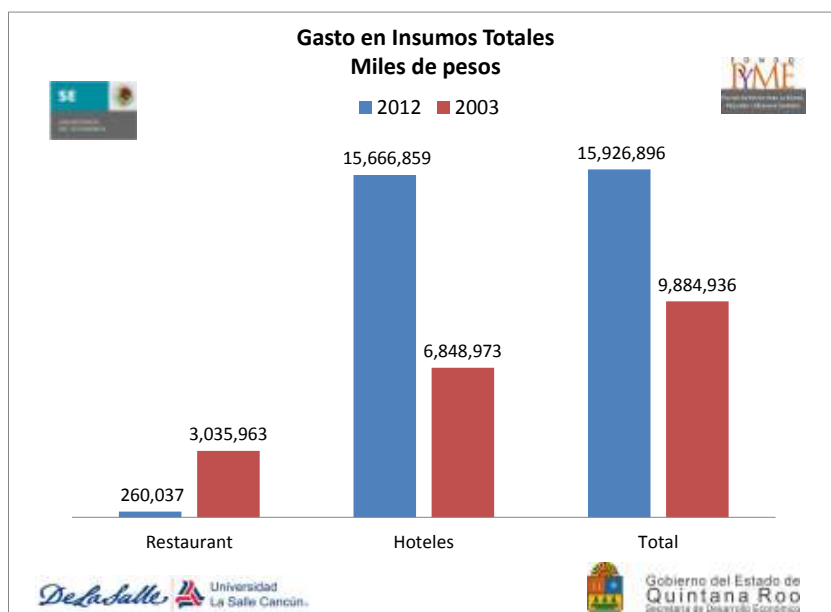
Los gastos totales en relación a los insumos y productos adquiridos, en cada una de las Categorías son:



Los hoteles de 5 estrella, al ser mayoría en la región, dan mayor aporte al gasto en insumos y productos en el sector.

Estimación de los Volúmenes Totales de Insumos y Productos

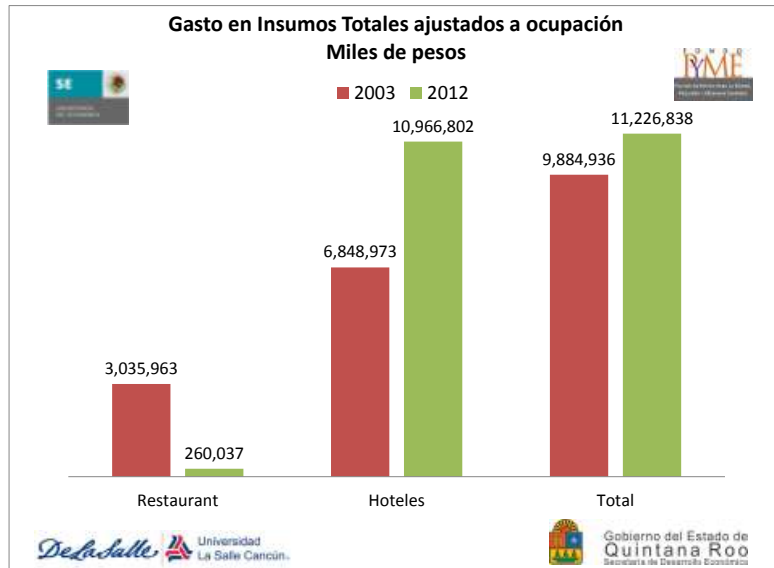
Considerando una población total de 76,000 cuartos de hotel en el estado de Quintana Roo y 360 establecimientos dedicados a la elaboración y venta de Alimentos y Bebidas de consumo inmediatos dedicados al servicio turístico principalmente, generando un estimado en el Estado de 40,7320, con una utilización promedio del 65.00% (26,208 sillas), el volumen total de insumos y productos en el Caribe Mexicano, basado en los promedios muestrales, a precios de mayo de 2012 son:



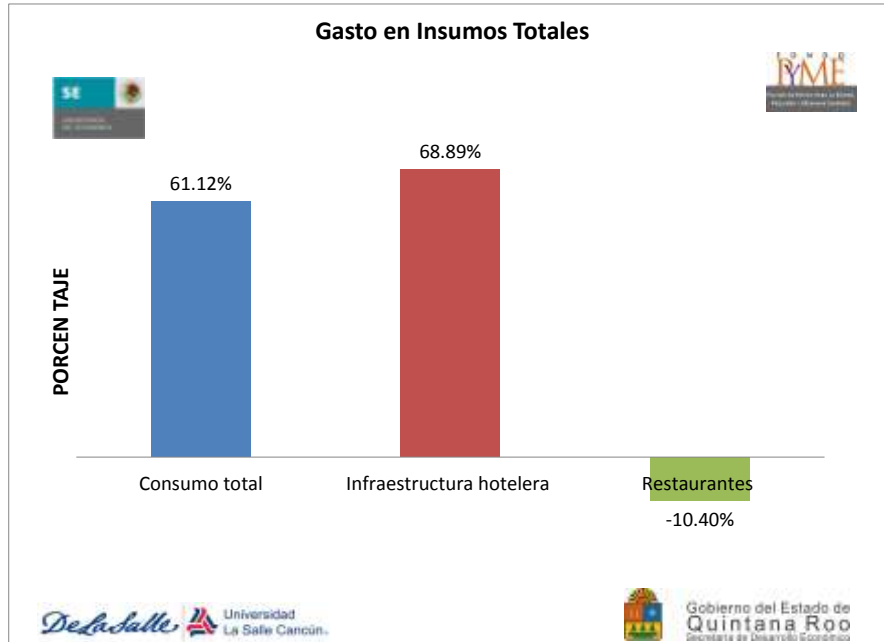
El sector hotelero duplica el valor del sector restauranero, producto principalmente del gasto que realizan las empresas hoteleras en suministros, inversión casi nula en restaurantes.

CATEGORIA	RESTAURANTE	HOTEL
Alimentos	75.21%	77.08%
Bebidas	21.03%	10.86%
Blancos	0.11%	0.89%
Cristalería	0.42%	0.15%
Limpieza	1.99%	6.34%
Mantenimiento	1.24%	4.67%

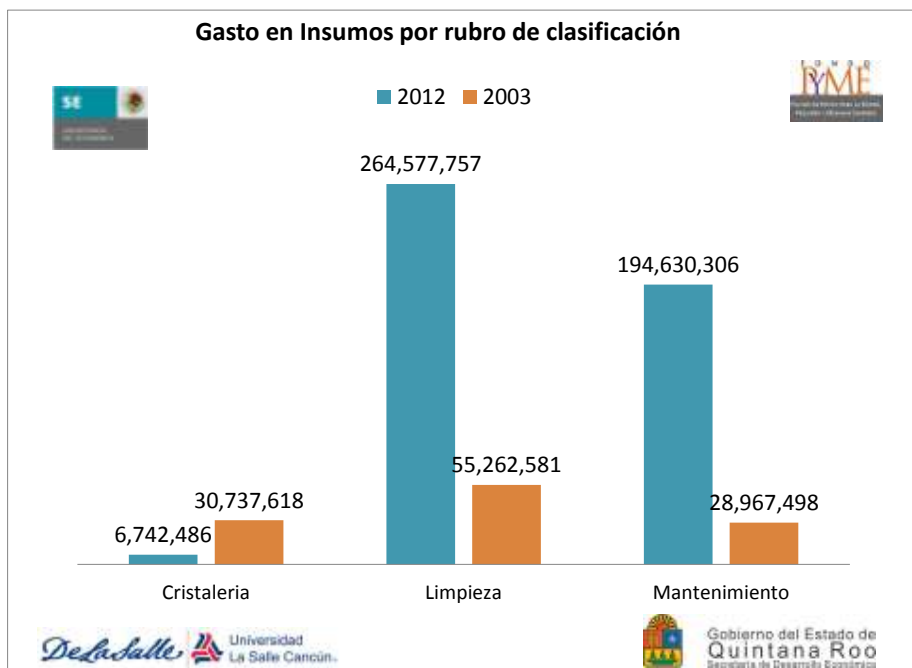
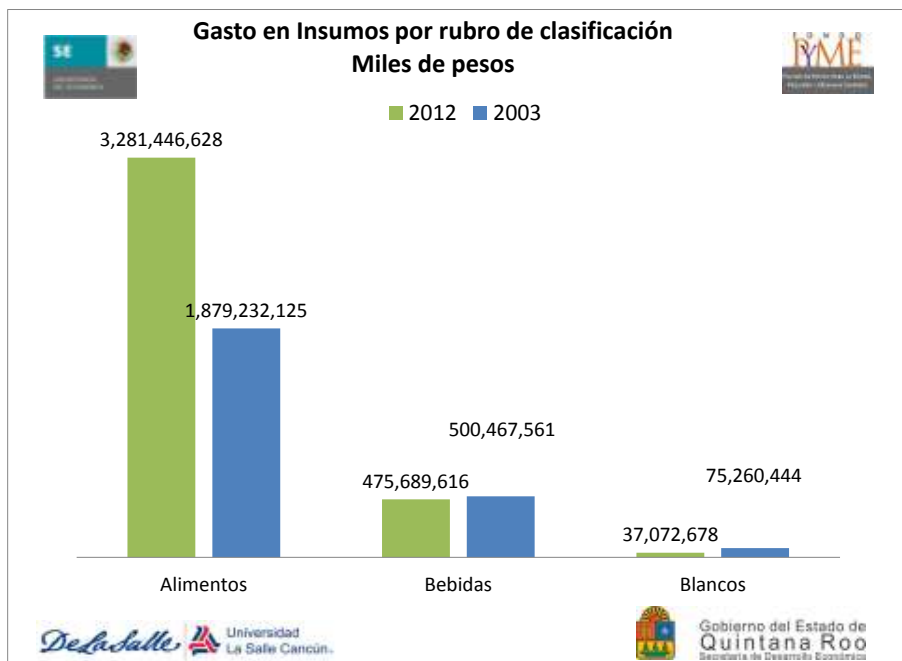
El consumo estimado en los últimos años, ajustado a una ocupación promedio del 70%, es de 11,226,838 miles de pesos.



El incremento en el total del consumo estimado para el sector turístico en el Estado de Quintana Roo es del 61.22%. Este incremento puede ser consecuencia del incremento de la infraestructura hotelera y la inflación.



En la clasificación de alimentos incrementó el gasto en 74%, situación generada por el incremento de hoteles en la modalidad “todo incluido”. Los artículos de limpieza aumentaron su volumen en 16% respecto al 2003. Las otras categorías disminuyen la cantidad reportada.





Principales Variaciones en consumos de 2003 a 2012.

Considerando el consumo reportado en el Estudio de la Estructura de Insumos y Productos elaborado en el 2003, se elaboran cuadros comparativos por tipo de productos e insumos, para aquellos que presentaron mayor volumen consumido, con el 2012.

pclave	pnombre	2012		2003		Variaciones
		ConsumoAnual	CostoAnual	ConsumoAnualAnterior	CostoAnualAnterior	
11121-00135	Sandía	1,573,174.90	21,713,462.45	1,992,300.99	9,870,613.79	-21.0%
11121-00099	PAPA BLANCA	2,020,775.72	15,731,356.09	1,886,951.76	24,074,431.03	7.1%
11121-00068	Jitomate Guaje	1,820,288.50	3,292,981.39	1,583,238.63	10,891,756.51	15.0%
11121-00021	Cebolla blanca	1,215,104.66	15,650,023.28	1,258,468.71	10,624,597.53	-3.4%
11121-00133	Melón Valenciano	976,136.90	14,118,630.40	1,124,165.27	9,210,510.71	-13.2%
11121-00097	Zanahoria	677,318.94	7,140,530.30	849,224.42	4,348,029.30	-20.2%
11121-00075	Lechuga Romana	556,931.30	3,849,237.43	731,669.00	4,434,611.84	-23.9%
11121-00067	Jitomate bola	308,916.95	6,666,397.82	384,304.20	6,325,914.27	-19.6%
11121-00084	Pepino verde	275,535.80	3,480,625.20	360,032.63	2,717,417.53	-23.5%

El consumo de sandía se redujo 21%, mientras que el Jitomate Guaje incrementó el volumen reportado en 2003 en un 15%. Este producto desplazó al jitomate bola.

pclave	pnombre	2012		2003		Variaciones
		ConsumoAnual	CostoAnual	ConsumoAnualAnterior	CostoAnualAnterior	
11132-00008	LIMON SIN SEMILLA	1,048,433.16	1,454,331.49	1,257,987.44	6,777,605.46	-16.7%
11131-00001	Naranja Dulce	2,705,011.76	4,237,101.61	517,862.06	2,065,847.43	422.3%
11132-00004	Toronja	428,396.16	5,170,741.65	369,186.96	2,468,702.98	16.0%
11132-00010	Mandarina	125,981.30	1,520,257.09	147,730.75	1,033,611.32	-14.7%
11132-00009	Lima Fresca	6,089.10	43,141.25	10,125.90	97,378.64	-39.9%
11131-00002	NARANJA AGRIA	3,326.50	30,995.44	8,488.72	68,345.24	-60.8%

La compra de naranja para la elaboración de jugos se privilegió sobre el uso de jugos artificiales. La naranja agria bajó el consumo 60.8%, siendo ésta la que se produce en el Estado. Por los precios presentados en los últimos meses, el jugo de limón embotellado ha sido preferido sobre los limones naturales.

pclave	pnombre	2012		2003		Variación
		ConsumoAnual	CostoAnual	ConsumoAnualAnterior	CostoAnualAnterior	
11133-00030	Piña	1,048,562.10	10,679,812.79	1,093,257.55	11,982,069.57	-4.1%
11133-00035	Plátano Tabasco	989,529.40	9,641,579.54	877,935.64	5,648,191.63	12.7%
11133-00001	Aguacate Hass	901,858.92	23,930,386.12	639,606.16	8,285,826.22	41.0%
11133-00027	Papaya	481,923.44	6,502,449.61	510,078.67	3,532,663.51	-5.5%
11133-00017	Manzana	517,173.02	6,527,281.61	182,104.06	3,598,009.69	184.0%
11133-00034	Plátano Macho	414,051.56	5,549,209.15	164,267.22	1,195,891.86	152.1%
11133-00016	Mango	112,704.00	1,829,185.92	144,242.85	2,822,635.09	-21.9%
11133-00013	Jícama	126,797.88	1,211,993.29	86,524.46	409,472.98	46.5%
11133-00011	Guayaba	196,191.84	3,839,590.12	78,846.01	964,066.39	148.8%
11133-00055	AGUACATE	13,660.40	552,517.76	65,053.18	1,281,993.44	-79.0%

La manzana, guayaba y el plátano macho son los de mayor volumen. El mango y el aguacate los que tienen menor consumo.

pclave	pnombre	2012		2003		Variación
		Consumo	Costo	Consumo	Costo	
31161-00005	Bistec De Res	431,752.02	31,771,799.06	361,417.79	13,832,741.13	19.5%
31161-00158	Arrachera	66,241.38	4,628,696.70	259,482.32	16,825,994.15	-74.5%
31161-00027	Costilla de cerdo entera carga	277,200.00	498,960.00	219,002.12	6,712,732.08	26.6%
31161-00034	Falda De Res	96,396.52	4,810,186.35	25,478.12	944,912.38	278.4%

Respecto a los cárnicos, el bistec de res ha sustituido a la arrachera en algunos centros de consumo. La falda de res casi triplicó el volumen consumido.

pclave	pnombre	2012		2003		Variación
		Consumo	Costo	Consumo	Costo	
31171-00234	Filete De Pescado Importado	799,086.72	114,005,702.34		0.00	0.00
31171-00025	Filete de pescado mojarra	342,461.28	5,055,407.54	4,772,714.69	26,891,449.65	-92.8%
31171-00024	Filete De Mero	131,670.00	2,895,192.21	449,191.42	28,296,043.01	-70.7%
31171-00097	Filete Mahi Mahi	41,565.00	3,574,590.00	440,945.95	16,176,975.22	-90.6%
31171-00094	Camarón 26/30	122,171.44	22,655,471.83	119,999.35	17,133,253.54	1.8%
31171-00071	Lonja De Mahi-mahi	29,530.30	2,214,772.50	70,597.24	2,873,073.82	-58.2%
31171-00076	Camarón 16-20	69,007.88	13,781,900.39	64,425.99	10,475,485.76	7.1%
31171-00015	Camarón Pacotilla	40,972.44	5,015,463.86	52,915.44	5,592,587.41	-22.6%

31171-00139	Camarón Pelado 36	9,544.32	1,306,331.08	8,514.36	1,404,869.40	12.1%
31171-00104	PESCADO ENTERO HUACHINANGO	4,859.00	901,052.96	1,852.64	268,203.60	162.3%

El “filete de pescado importado” se refiere al filete basa (conocido en México como bagre) congelado, que se importa principalmente de Vietnam y otras partes de Asia, ha sustituido a pescados como Mahi Mahi (dorado), la mojarra y al mero.

El consumo no reportado en 2003, para la muestra, es cercano a los 800,000 kilogramos, que, extrapolado al total de hoteles y restaurantes presenta un consumo estimado cercano a las 5,600 toneladas anuales.

En los rubros de cristalería y blancos se han modificado las características del consumo. Existe un decremento importante de vasos de vidrio y, en contra posición un incremento de vasos de acrílico utilizados en las áreas comunes de los hoteles “todo incluidos”.

pclave	pnombre	2012		2003		Variación
		Consumo Anual	Costo Anual	Consumo Anual Anterior	Costo Anual Anterior	
32721-00001	Vaso Princesa 12 Oz	72,000.00	472,003.20	113,090.00	1,016,806.32	-36.33%
32721-00112	Vaso Acrílico 12 Oz	48,384.00	1,072,189.44	1,975.00	37,762.00	2349.82%
32721-00026	Plato Llano 27 Cm	22,006.00	769,010.16	22,351.00	1,247,870.52	-1.54%
32721-00072	COPA CHAMPAGNE TRADICIONAL 8 OZ	13,210.00	369,880.00	17,940.00	381,045.60	-26.37%
32721-00031	Plato Cafetero	13,102.00	260,003.84	14,096.00	455,486.40	-7.05%
32721-00035	PLATO ARTIL 19 CM	9,790.00	292,320.94	14,751.00	345,982.08	-33.63%
32721-00122	Plato Panero No. 2 16 Cm	9,350.00	17,559.03	7,606.00	123,217.20	22.93%
32721-00104	Vaso Old Fashion 10 Oz (300 ML)	8,406.00	114,040.08	7,570.00	102,278.63	11.04%
32721-00147	Vaso Cambro Liso P/bares	8,400.00	56,052.00	6,787.00	120,815.20	23.77%
32721-00036	TAZON SOPERO 350 ML	6,880.00	219,828.91	6,819.00	189,869.70	0.89%

La mantelería disminuyó su consumo anual. Se incrementa el uso de toallas alberqueras 190 x 90 cm, sustituyendo a las de 180 X 90 cm. Los tapetes disminuyen su consumo casi nulificándose, y sustituyéndose por toallas.

pclave	pnombre	2012		2003		Variación
		ConsumoAnual	CostoAnual	Consumo Anual Anterior	Costo Anual Anterior	
31412-00042	MANTELES TROQUELADOS	208,700.00	1,831,194.50	950,988.00	4,194,324.00	-78.05%
31412-00020	Toalla Facial 34x34	256,773.00	2,638,905.90	259,814.00	1,218,102.36	-1.17%
31412-00021	Toalla Alberca 1.90x90	408,518.00	28,115,339.00	224,218.00	13,087,502.06	82.20%
31412-00028	TAPETE DE WAFFLE	1,644.00	151,198.68	111,284.00	695,525.00	-98.52%
31412-00019	TOALLA DE MANO 70X40	5,488.00	147,901.60	88,508.00	5,447,938.39	-93.80%
31412-00026	Toalla Blanca 150x80	9,467.00	811,591.64	80,283.00	25,528,523.18	-88.21%
31412-00035	CUBRE BOCAS	61,575.40	48,028.81	57,660.00	27,720.00	6.79%
31412-00030	SERVILLETA 40X40 NATURAL	3,715.00	341,668.55	28,732.00	718,300.00	-87.07%
31412-00016	TOALLA TAPETE DE BAÑO 90X55 CMS	20,310.00	186,791.07	22,833.00	5,491,978.75	-11.05%
31412-00017	SABANA MATRIMONIAL BCA	23,195.00	3,898,499.55	22,383.00	10,600,495.20	3.63%

Análisis de la Estructura de la Oferta.

En relación al padrón de proveedores del sector turístico se ha modificado. Cerca del 44.8% de los proveedores listados en el 2004, cerraron operaciones. Comparando los datos con el 2004, se han detectado al momento 14 nuevos proveedores al sector turístico y la proveeduría se ha concentrado en 18.96%.

Las principales razones de cierre de las empresas son falta de capital de trabajo por carteras vencidas, falta de liquidez e inseguridad.

En términos generales, todas las transacciones de compra – venta se realizan a crédito. En 2003 se refirió un plazo promedio de pago de 20 a 30 días. En el 2012, los proveedores mayoristas y minoristas señalan la ampliación de estos plazos. La generalidad hace acuerdos comerciales a 90 días. Algunos casos reportan hasta 150 días.

De los entrevistados, el 32% (mayoristas y minoristas) se dedican exclusivamente a abastecer a hoteles y restaurantes. 65% de ellos ha decidido ampliar su operación a la Riviera Maya en la búsqueda de la disminución de los costos de transporte.

Los criterios para la realización de la compra han cambiado teniendo como base principal el precio y el crédito.

Productos agrícolas, agropecuarios y mariscos.

Las características de la proveeduría de productos agrícolas, son:

- En la mayoría de los casos, los proveedores son locales, teniendo 4 principales en el rubro de frutas y verduras: Del Campo, DAC, El Guabano y El Chabacano.
- Los principales proveedores de mariscos son: OCEAN LEADER y AMERIMEX
- Los principales proveedores de carnes son: El Paraíso, Comercializadora Norteamericana, Exim del Caribe, Grupo Avícola, Pollos Cancún y Cordialli.
- Los proveedores de abarrotes con mayor venta en el mercado son: Pacsa, Sygma, Comalca y Jugos Deli.
- El precio de los distintos proveedores es similar, variando solamente en la compra por volumen.

- El servicio ofrecido es relevante, considerando:
 - Acomodo del producto
 - Abastecimiento constante
 - Condiciones crediticias (hasta de 90 días)
 - Presentación acorde a las necesidades.
- El consumo registra recuperación después de la crisis económica y la influenza, mas no los flujos de efectivo.
- Los periodos de compras para mariscos, pescados y carnes son semanales.
- Para productos agrícolas, las compras se hacen semanales pero con entregas diarias.
- Los precios de los productos varían, dependiendo de los distribuidores, cada 15 o 30 días, por lo que la revisión de las listas del proveedor es continua.
- Todos los distribuidores son mayoristas, sin embargo ninguno es productor. Los hoteles desconocen en su mayoría el estado de origen de los productos.
- Los hoteles cuentan con al menos dos proveedores para cada tipo de producto (pesquero, carnes y abarrotes).
- En el caso de los productos agrícolas, todos los hoteles cuentan con la política de garantía de producto, donde si algún producto no cuenta con la calidad que requieren, el proveedor está obligado a cambiarlo.

Frutas y Verduras.

En relación a las Frutas y Verduras, las condiciones de compra-venta en este rubro son:

- Si el volumen de compra es bajo, el pago es contra-entrega (contado), pero el 100% de los casos hace uso de crédito hasta por 90 días.
- Algunas cadenas hoteleras cuentan con un solo proveedor para todos los distintos productos, por lo que ellos solo pasan la lista de requerimientos y el proveedor se encarga de adquirir los productos y entregarlos al hotel.

Carne, pollo y pescados.

Dados los resultados obtenidos se tienen las siguientes conclusiones:

- Existe una oportunidad de negocios en frutas y verduras si se logra la consolidación de envíos, manteniendo poca variabilidad en precios y control de calidad en el producto.
- Se requiere de un capital de trabajo suficiente para otorgar facilidades de pago hasta de 90 días.
- La recuperación de la hotelería es evidente más no los flujos de efectivo, por lo que el capital de trabajo sigue siendo un factor importante.
- La restaurantería localizada en el centro de la Ciudad usa las promociones de los autoservicios en frutas y verduras en un porcentaje elevado.
- Las carnes en hotelería se requieren congeladas, empacadas en cajas de 5 a 10 kilogramos y con certificación TIFF.
- El filete de pescado basa vietnamita es una competencia muy fuerte.

Proveedores minoristas y detallista de frutas y verduras.

Los potenciales compradores de frutas y verduras con venta al detalle o al menudeo, se localizan en la zona norte de la Ciudad, a partir de la Av. López Portillo.

Se ubicaron 21 fruterías que refieren ventas en volúmenes medianos a grandes. El análisis de estos distribuidores minoristas o al detalle, arrojó los siguientes resultados preliminares.

- Los montos de compra semanal van desde \$4,000 hasta \$40,000.
- En promedio tienen entre un año y año y medio de ventas a la baja, registrando bajas de hasta 60%.
- Las bajas en el consumo iniciaron en 2006, después del huracán Wilma, sin mostrar signos importantes de recuperación a la fecha.

Los criterios de compra de este tipo de comercio son: precio, calidad, condiciones de pago y condiciones de entrega, en ese orden respectivo.

Es el precio el principal criterio de compra, lo que hace tener poca fidelidad hacia un proveedor, variando constantemente.

Un bajo porcentaje de la muestra (4%) tiene un solo proveedor; el resto es muy variado. Existen proveedores de un solo producto hasta los que surten una amplia variedad de frutas y verduras (hasta 15 proveedores para un solo establecimiento).

La oportunidad que tienen al mantener varios proveedores es que pueden negociar el precio. Siempre algún proveedor bajará el precio con tal de colocar el producto dado la vida del mismo.

Existe mucha variación entre pedidos de los precios de los productos nacionales y locales como papaya, limón y los de temporada como el mango.

Condiciones del producto.

Dadas las condiciones de frescura y madurez, los productos se adquieren 2 veces por semana en promedio; productos como el limón, cada 3 días, y hasta 15 días para productos duros como la sandía.

La demanda gusta de comprar fruta con el color adecuado y la consistencia adecuada; si está ligeramente pasada, pedirá que le bajen el precio hasta un 40%.

Proveeduría actual

Principalmente, la proveeduría a este tipo de distribuidores la realizan proveedores locales que traen el producto a Cancún de Oxcutzcab, Campeche o bien del centro del país.

En el 95% de los casos, el producto se entrega en piso. El resto de las fruterías busca su producto a pie de campo o en la Central de Abastos.

El control del producto entregado es una de las debilidades de la proveeduría actual. En ocasiones los proveedores a fruterías no logran recuperar sus costos por la aseveración de que el producto se entrega en condiciones inadecuadas negando el pago. Ante esto, es apreciable un control de calidad constante en el producto a entregar.

Condiciones de pago y entrega.

Casi la totalidad de estos comercios encuestados (99% de ellos) tiene crédito con sus proveedores, siendo el único documento probatorio de la compra la nota de remisión. Al ser pequeños contribuyentes no exigen factura fiscal.

Los tiempos para liquidación de crédito van de los 3 hasta los 7 días. El proveedor siempre busca que se le liquide un día anterior o el mismo día de la entrega. Si no se realiza el pago se suspende la entrega de producto.

Conclusiones.

- Existe una oportunidad de negocios en frutas y verduras si se logra la consolidación de envíos, manteniendo poca variabilidad en precios y control de calidad en el producto así como una producción constante.
- Se requiere de un capital de trabajo suficiente para otorgar facilidades de pago hasta de 90 días.
- La recuperación de la hotelería es evidente más no así los flujos de efectivo, por lo que el capital de trabajo sigue siendo un factor importante.
- La restaurantería localizada en el centro de la Ciudad usa las promociones de los autoservicios en frutas y verduras en un porcentaje elevado.
- Las carnes en hotelería se requieren congeladas, empacadas en cajas de 5 a 10 kilogramos y con certificación TIFF.
- El filete de pescado basa vietnamita es una competencia muy fuerte.
- Se recomienda mantener la actualizada la base de datos mediante sondeos anuales en los tres segmentos.