

IMPULSO DE LA GASTRONOMÍA DE LA REGIÓN DE RINCONADA, VERACRUZ, PARA LA EXPORTACIÓN.

Montiel Vega, Ivette¹

INTRODUCCIÓN

En las siguientes páginas mostraré un producto gastronómico originario de la región de Rinconada, Veracruz. La salsa que lleva por nombre “Mamá Yoya” es un producto que ha sido distribuido a algunas ciudades o pueblos cercanos, pero le falta el reconocimiento de muchas localidades más.

Este ensayo está conformado en tres secciones: en la primera se da a conocer el producto, su descripción general de este y de dónde es; en la segunda parte se habla de cómo podemos hacer que nuestro producto se pueda exportar de manera exitosa, teniendo como misión difundir y rescatar los productos alimenticios típicos mexicanos en el mercado nacional e internacional; finalmente, se hace un estudio de las ventajas y desventajas que tenemos nosotros al introducir al mercado una sal-

sa que posee mucha competencia pero que al ser un producto típico regional lo hace único y diferente.

EXPRESIÓN CULTURAL. SALSA “MAMÁ YOYA”

“Mamá Yoya” salsa, es un producto originario e inspirado de la localidad de Rinconada, Veracruz. Este pueblo se encuentra en la región centro del estado veracruzano, y es reconocido por su gastronomía la cual presenta desde platillos muy elaborados como la barbacoa o el caldo de pescado hasta antojitos siendo la garnacha la que más se destaca.

Las garnachas fueron inventadas aproximadamente hace unos 80 años, cuenta la historia que una señora vendía antojitos a la orilla de la carretera y una persona que pasaba por ahí le pidió que si le podía preparar algo

¹ Estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana; Ensayo final del curso de Sociedad y Multiculturalismo

rápido para comer porque tenía prisa, entonces la señora decidió hacerle una tortilla con salsa, cebolla y carne, era lo que tenía al alcance en su puesto; fue así como nació la garnacha.

Poco a poco se fue haciendo reconocido este antojito, hoy por hoy, se realiza la “feria de la garnacha” en Rinconada, Veracruz, dura aproximadamente 5 días y se hace un recorrido con mariachi, desfile con carros alegóricos, concurso de la garnacha más grande del mundo y el concurso de quién come más garnachas.

La feria es un proyecto nuevo organizado por la Junta de Mejoras, fue creada porque las personas que venían del puerto de Veracruz a la capital del estado pasaban por esas carreteras y podían disfrutar de esos deliciosos antojitos, pero, con el libramiento carretero, la ventas se vinieron a la baja. Había un aproximado de 350 puestos de garnachas y ahora sólo quedan 40 y es por eso que buscan que su economía aumente.

Remontando el producto que estamos estudiando, una garnacha se hace con totillas de maíz a mano y frita, sal-

sa de tomate, cebolla y carne deshebrada, pero la esencia de este antojito es la salsa.

Mamá Yoya, es la salsa tradicional de Rinconada, una salsa de tomate que ha sido hecha para todo el público que quiera llevar el sabor de Rinconada hasta su casa, ya es una marca, que se ha introducido al mercado regional y estatal, cuenta con un slogan que dice: “De rinconada hasta tu mesa”. Tiene etiqueta, con sus respectivos ingredientes y valores nutrimentales, también cuenta con un envase, es un frasco de vidrio y de dos tamaños (uno de 230 ml y otro de 640) el más chico alcanza aproximadamente para 17 tortillas y el grande para 35, su precio al inicio de su distribución fue de \$26 y \$46 respectivamente, comenzaron en la ciudad de Xalapa y Coatepec, el producto fue ganando terreno, la publicidad que se le hizo por medio de internet tuvo resultados y poco a poco empezaron a buscar formas de introducirse en otras localidades del estado de Veracruz, ahora se pueden encontrar en algunas sucursales de las tiendas Fasti, pero con un valor un poco más elevado al que mencioné, ya que se ha recibido una buena demanda en este producto.

La salsa de garnacha se considera la esencia del platillo regional tradicional, por lo que antes de que existiera este producto, muchas amas de casa intentaban realizar el antojito pero no tenía el sabor característico. Se dice que hay un ingrediente secreto en la preparación de esta y que solo las “garnacheras” que se encuentran en Rinconada lo saben, es por eso que surgió la idea de hacer una salsa con aquella esencia que sólo la salsa le puede dar.

La producción de esta se llevó a cabo aproximadamente a principios del año 2016 los ingredientes son jitomates, cebolla, ajos, chiles secos, chiles guajillos, especias como clavo y pimienta, y un ingrediente secreto.

Fue entonces que en el año 2009 que la gastronomía veracruzana fue declarada Patrimonio cultural del estado de Veracruz. Por eso y muchas cosas más la salsa es un producto que se puede comercializar a diversas partes de nuestro país y del mundo, para llevar la riqueza gastronómica de lo regional a lo estatal, de lo estatal a lo nacional y de lo nacional a lo internacional.

EMPRESA CULTURAL

A medida que el mercado y el mundo de los negocios crecen de manera global, va aumentando su complejidad, por ello la investigación de mercados es una herramienta indispensable para todo tipo de empresas... saben que el mercado cada día es más difícil y se quejan constantemente con argumentos como: “el consumidor es cada día más exigente”, “los competidores del mercado se multiplican”, “nos invaden marcas internacionales” (Díaz, C. 2015 pág. 18).

Como se sabe son muchos los productos que se introducen al mercado pero muy pocos consiguen el éxito, es por ello que se deben de tener en cuenta una serie de puntos para llevarlo hacia donde tu quieres.

Un primer punto es que el producto se debe diferenciar de sus competidores más cercanos. “Mamá Yoya” es una salsa, que si bien está hecha de jitomate y chiles, tiene un ingrediente un arraigo territorial que le imprime características culturales y de identidad que ha lo ha llevado a ser un producto querido por los consumidores del estado de Veracruz.

Otro aspecto es llamar la atención del consumidor. Para lograrlo se busca modificar el frasco de vidrio típico, el vidrio no lo cambiaría ya que se conserva en mejor estado, pero si la forma, para que quien lo vea, tenga mayores impulsos para adquirirlo. También es importante el mensaje que se emite como slogan del producto, en este caso, el que se ha adoptado desde un principio para la salsa es acertado y resalta los valores el anclaje territorial del producto: "De rinconada a su mesa".

Otros de los factores importantes es que la gente busca algo que sea práctico, delicioso y económico en el caso de la comida, y este es un producto que lo tiene todo, tiene la credibilidad del sabor de la región y cumple con las expectativas económicas del consumidor. Debemos plantear cuál es el objetivo y hasta donde se quiere llegar con la salsa. El objetivo de "Mamá Yoya" es difundir, rescatar y promover las riquezas de la gastronomía de Rinconada, proyectarlo a nuestras generaciones futuras y difundirlo al mercado internacional.

Esta salsa no está muy lejos de llegar a manos de muchas personas, externas al estado veracruzano, pero

¿Cómo podemos lograr eso? Intentar introducir tu producto a diversas empresas reconocidas, tener publicidad en distintos medios de comunicación nacionales, incrementará su popularidad y los mismos consumidores harán la publicidad cuando la salsa sea recomendada por ellos.

¿Es posible introducir este producto al mercado internacional? Podemos iniciar con los países que son parecidos a México, un claro ejemplo de un país al cual se puede exportar la salsa, es Canadá, un país que da oportunidades amplias gracias al tratado de libre comercio, además de que en sus hábitos alimenticios figura el gusto por la comida picante y condimentada usando en sus platillos diversidad de chiles, además miles de canadienses visitan a México cada año por lo que podría ser un buen escenario para darles a probar el producto. Canadá tiene una estrecha relación con países europeos y consideran a México como un país estratégico para inversiones.

Es más fácil exportar nuestra salsa a países que puedan tener una gastronomía similar a la nuestra, pero también es necesario buscar países en el que esta salsa sea algo distinto a lo que hay, y que lo puedan adoptar como

un producto básico en sus hogares, otra idea es abrir restaurantes que permitan dar a conocer la gastronomía mexicana.

Finalmente una de las herramientas más importantes que podemos utilizar a nuestro favor es la tecnología, los medios de comunicación que en la actualidad existen pueden impulsar al producto y alcanzar el reconocimiento y como consecuencia el éxito.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Sabemos que en todo proceso existen ventajas y desventajas, este caso no es la excepción, al lanzar el producto gastronómico regional podemos encontrar:

Ventajas

- Globalización de la marca.
- Se puede disfrutar el sabor de una garnacha original de Rinconada desde la comodidad de tu casa, sin necesidad de ir hasta la región para poder degustarlas.
- Puedes elaborar una comida tradicional en pocos minutos, disfrutar de la compañía de familiares y de manera fácil.
- El precio no es muy elevado.
- Distintos tamaños de envases para adecuarse a la necesidad de cada consumidor.
- Las puedes encontrar en tiendas más cercana.

- Darle difusión a la región de Rinconada y hacer que los turistas quieran visitarla.
- Preservar la gastronomía regional.
- Acceso a nuevos mercados.
- Generar empleos con la producción.

Desventajas

- El producto es 100% natural por lo cual no puede ser conservado por mucho tiempo sin el aditamento de conservadores.
- Falta de información y desconocimiento de mercados.
- Incumplimiento de entrega de mercancía.
- Afectación de los negocios locales en Rinconada Veracruz ya que al tener el producto a tu alcance, ya no tienes que viajar a esa región para conseguirlas.
- Mucho tiempo de gestión y administración para introducir el producto a mercados internacionales.
- La tecnología nos puede dar un giro negativo, si el producto no es lo que esperan, puede haber críticas y desprestigiar al producto.
- Buscar las certificaciones de calidad en las que te exija otro país.

CONCLUSIÓN

Es importante destacar que este ensayo contiene elementos para aquellos que

están interesados en los negocios internacionales. El nuevo mercado mundial exige tener el conocimiento y darle importancia a los factores interculturales.

Tener presente que un producto que es nuevo en el mercado y está en busca de oportunidades es muy difícil posicionarlo, ya que existe un sinfín de empresas con las mismas metas, objetivos y el más hábil es el que podrá lograrlo. Por ello es importante tener claros los objetivos y las metas hacia donde se busca llegar.

En la exportación de los productos existen ventajas y desventajas: conocer los mercados y dar la publicidad adecuada son puntos importantes para llevar a cabo la acción. Con todo lo hasta ahora mencionado es posible decir que para el éxito de los proyectos en negocios internacionales es necesario el conocimiento de la cultura propia y no sólo de la foránea, integrarse a mercados globales y al mismo tiempo adaptar las condiciones locales, creando una perspectiva y punto de vista personal. Así podremos desarrollar actitudes para que los negocios sean realizados de manera exitosa.

REFERENCIAS

Díaz, C. y Cavazos J. (2015) Investigación de mercados para pequeñas y medianas empresas. México. Universitaria. Recuperado el 25 de noviembre del 2016 en: <https://books.google.com.mx/books?id=eznABgAAQ-BAJ&pg=PT9&dq=libros+de+como+introducir+un+nuevo+producto+al+mercado&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKE-wiHo8KgvMrQAhXs7IMKHdRTCK8Q6AEIQTAG#v=onepage&q=libros%20de%20como%20introducir%20un%20nuevo%20producto%20al%20mercado&f=false>

Buitrago, Felipe & Iván duque Márquez, (2013). Economía naranja. Una oportunidad infinita, BID/Aguilar, Colombia, 240 pág.

Schiffman, León G. (2010). Comportamiento del consumidor. Prentice Hall, México.

Sánchez, C. (2005). Plan de exportación. Recuperado el 25 de noviembre de 2016 de: http://www.cieplan.cl/media/publicaciones/archivos/31/Capitulo_2.pdf