

Desarrollo de mercado de productos derivados del membrillo (*Cydonia oblonga*) en la Ciudad de Delicias, Chihuahua

Market development of products derived from quince (*Cydonia oblonga*) in Delicias, Chihuahua

Terrazas-Gómez Marina Imelda¹ Uranga-Valencia Luisa Patricia¹ Armendáriz-Mendoza Martha¹, Palacios-Monarez Abdón¹ y Villarreal-Ramírez Víctor Hugo¹

¹Universidad Autónoma de Chihuahua, Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales. Km. 2.5 Carretera a Rosales, Poniente, 33000 Delicias, Chihuahua. academico.fcaf@uach.mx

NOTA SOBRE LOS AUTORES

Terrazas-Gómez Marina Imelda: miterrazas@uach.mx,  <https://orcid.org/0000-0002-4823-7651>

Uranga-Valencia Luisa Patricia: luranga@uach.mx,  <https://orcid.org/0000-0002-5872-6360>

Armendáriz-Mendoza Martha: academico.fcaf@uach.mx

Palacios-Monarez Abdón: abdonpalacios@hotmail.com,  <https://orcid.org/0000-0001-7919-5709>

Villarreal-Ramírez Víctor Hugo: vvillar@uach.mx,  <https://orcid.org/0000-0003-3087-5062>

Esta investigación fue financiada con recursos de los autores.

Los autores no tienen ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo a Luisa Patricia Uranga-Valencia.

RESUMEN

En este proyecto se logró elaborar un plan de desarrollo de mercado para la empresa productora y comercializadora de productos derivados del membrillo siendo así los productos principales a comercializar de manera artesanal, la cajeta, el vino y el envasado de dicha fruta. Se realizó mediante un estudio de mercado dirigido en la población de la Ciudad de Delicias, Chihuahua; en donde la muestra fue de 115 hogares, llevando a cabo un plan de mercado estratégico y un análisis FODA, donde se obtuvo como resultado la ventaja sobre los productos comerciales y la segmentación del mercado competidor, así como el desarrollo del logo y marca del producto como

Recibido: 05/02/2022

Aceptado: 12/05/2022

Publicado: 30/06/2022



Copyright © 2022 Terrazas-Gómez Marina Imelda, Uranga-Valencia Luisa Patricia, Armendáriz-Mendoza Martha, Palacios-Monarez Abdón y Villarreal-Ramírez Víctor Hugo.

Esta obra está protegida por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

respuestas favorables para su comercialización. Siendo el producto más favorecido la cajeta con un 65%, ya que es el producto más conocido en el mercado; en lo que respecta al vino y al envasado del membrillo existe una oportunidad de crecimiento de mercado dado que el 8% y 13% respectivamente de los encuestados los han consumido. Por lo tanto; se logró la asignación del canal de distribución y puesta en marcha de una campaña promocional.

Palabras clave: Estrategia, canales de distribución, comercialización, competencia local, productos artesanales

ABSTRACT

In this project, it was possible to develop a market development plan for the company that produces and markets products derived from quince, thus being the main products to be marketed in an artisanal way, the cajeta, the wine and the packaging of said fruit. It was carried out through a market study conducted in the population of the City of Delicias, Chihuahua; where the sample was 115 households, carrying out a strategic market plan and a Strengths, Opportunities, Weaknesses and Threats (SOWT), analysis, where the advantage over commercial products and the segmentation of the competing market were obtained, as well as the development of the logo and brand of the product. as favorable responses for marketing. The most favored product is the cajeta with 65%, since it is the best known product on the market; With regard to wine and quince packaging, there is an opportunity for market growth given that 8% and 13%, respectively, of those surveyed have consumed them. Therefore; the distribution channel was assigned and a promotional campaign was launched.

Keywords: Strategy, distribution ducts, marketing, local competition, craft products.

INTRODUCCIÓN

El membrillero (*Cydonia oblonga*) es un árbol de tamaño mediano, originario de la región del Cáucaso, en el suroeste cálido de Asia (Segura y Torres, 2009). Su fruto es agrio, duro y astringente por lo que se usa para hacer mermelada y ate o bien puede pelarse para después asarlo. Su aroma hace que sea un complemento para añadir en pequeñas cantidades para elevar el sabor de otros productos.

Las zonas más productoras y consumidoras de membrillos a nivel mundial son Oriente Medio y la antigua URSS y diversas partes de Europa (Carrera *et al.* 2005).

En México la superficie cosechada de membrillo se localiza en los principales estados de Sonora, Jalisco, Durango y Chihuahua. Las 740.50 hectáreas cosechadas en el año agrícola 2018 generaron un valor de la producción 34,325.48 miles de pesos, distribuidos en Sonora (33.6%), Jalisco (17.3%), Durango (14.3%), Chihuahua (13.5%) (SIAP, 2018).

El cultivo de membrillo en el estado de Chihuahua. inició desde hace unos cientos de años, en donde este fruto cubría importantes superficies plantadas. Actualmente los principales municipios productores son Aldama (10.8%) y Allende (98.2%), siendo este último con una superficie

sembrada de 5,545.44 ha y valor producción en miles de pesos de 407,419.94 por año (SIAP, 2018).

Actualmente, este cultivo tiene una gran producción en esta región que no es aprovechada para la comercialización, no existiendo perspectivas para mencionada actividad, lo que hace necesario promover las zonas productoras del municipio de Allende, Chihuahua y a su vez darle un valor agregado al cultivo para su mayor comercialización.

Es por eso, que se pretende realizar un desarrollo de mercado en la Ciudad de Delicias, Chihuahua, la cual tiene una población total de 150,506 personas. (INEGI 2020).

El uso de los productos derivados del membrillo como es el licor, el ate y el envasado de dicha fruta, es desconocido para muchos habitantes de ahí la necesidad de realizar este tipo de estudios. El problema que existe en la actualidad es que la cosecha de membrillo en la región de Allende es abundante, pero debido a la falta de apoyo y el bajo costo en que se vende la fruta, ocasiona el desánimo de los productores, por consecuencia, la sugerencia de dar un valor agregado al fruto y comercializar el producto fuera de ese municipio, buscando nuevos mercados.

En el presente estudio, el propósito fundamental es el desarrollo de mercado para una empresa productora y comercializadora de productos derivados del membrillo en la Ciudad de Delicias, Chihuahua. Para realizar esta investigación es necesario analizar la situación del mercado, conocer los gustos y preferencias de los consumidores en dicha localidad, calcular la demanda potencial de este producto por los habitantes y elaborar un plan estratégico de mercadotecnia, identificando nuevos mercados para la comercialización de la cajeta, el vino y el envasado de membrillo.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se realizó en el municipio de Delicias, Chihuahua en donde se llevaron a cabo encuestas aplicadas mediante el método de Muestreo Estratificado al Azar dando como resultado el total de 44,907 hogares de los cuales se obtuvo un tamaño de muestra de 115 hogares; dichas encuestas se distribuyeron en los diferentes sectores de la ciudad (norte, sur, oriente y poniente), llevándose a cabo mediante la herramienta goggle from, debido a la pandemia que persistía en ese momento y que fue la forma que se usó para conocer los gustos y preferencia de los consumidores.

Para el desarrollo del mercado, se analizó la demanda hacia dónde va dirigido el producto siguiendo la metodología de Baca-Urbina (2016). En donde se elaboró la Misión, Visión y Valores para la empresa, así como la investigación y segmentación de mercado.

Mientras que para realizar el estudio de desarrollo de mercado se utilizó la metodología de Malhorta (2008), Armstrong y Kotler (2001), llevando a cabo un análisis FODA, identificando las ventajas competitivas y análisis de las competencias.

Por último, para lograr el plan de mercadotecnia se implementó la metodología de González (2014), elaborando el logotipo, el registro de marca con etiqueta nutricional, los medios de publicidad y plaza.

Una vez obtenida la información, se procesó mediante el uso de gráficas y cuadros en el programa Excel en los cuales se demostraron los resultados que se obtuvo de la información recabada.

RESULTADOS

Para conocer las características de los principales consumidores en la encuesta aplicada sobresalieron las siguientes preguntas para la evaluación: ¿Consume productos derivados del membrillo?, ¿Con qué frecuencia es la compra?, ¿En qué presentación compraría los productos?, ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?, ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar? ¿Compraría usted estos productos?

Como resultado de la información recabada se obtiene que el 81% de las personas encuestadas son mujeres amas de casa, mientras que el 19% son hombres los cuales también son considerados como un importante grupo de consumidores.

El 86% de la población encuestada ha consumido productos derivados del membrillo. El 65% de las personas han consumido la cajeta, siendo este un producto más conocido en el mercado. Obteniendo un 8% y 13% respectivamente en el consumo de vino y el envasado.

La frecuencia del consumo de los productos se muestra en la Figura 1. En donde se observa que la mayor frecuencia de consumo es mensual y semanal de cajeta en 50% y 15% respectivamente. Seguido por el envasado con un 38% y 9%, dejando en último lugar el consumo de vino.

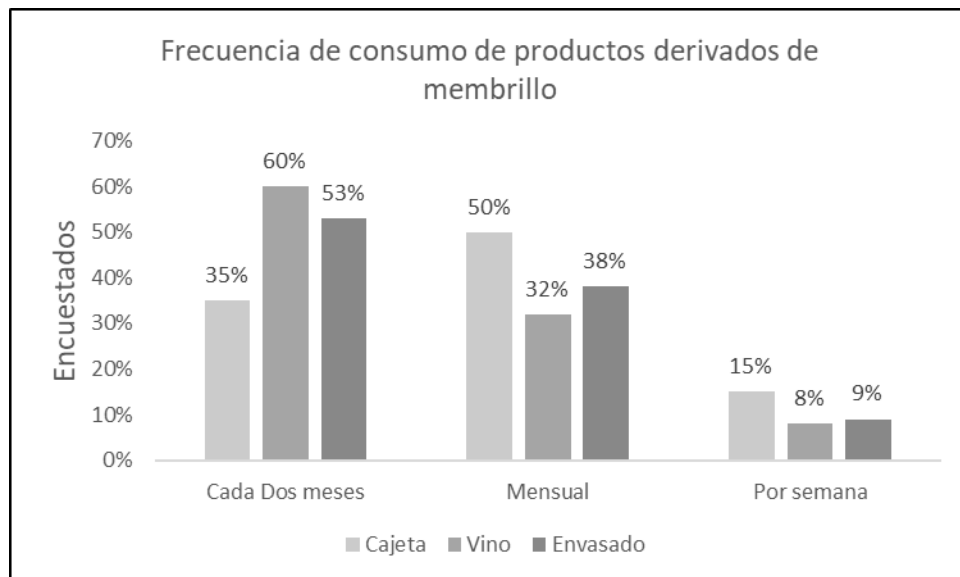


Figura 1. Frecuencia de consumo de productos derivados de membrillo.

El establecimiento de compra para la adquisición de los productos derivados del membrillo, refiriéndose al lugar donde se podrán encontrar los productos para su compra, fue en supermercados con un 55%, en segundo lugar, siendo un punto de venta importante las tiendas de abarrotes con un 31%; y como una alternativa más el desarrollo de un punto de venta digital con un mercado potencial del 14 %.

De las encuestas realizadas se arrojó que los productos a base de membrillo tienen una buena aceptación arrojando un 88%.

Como plan estratégico y debido a los cambios derivados a causa de la contingencia sanitaria (SAR-COVID), el eje central de la difusión de los productos está planteado en gran parte, por la aceptación de una página en la plataforma Facebook, con un porcentaje del 64% de los encuestados, conteniendo la información requerida para la compra y promociones de la cajeta, el vino y envasado de membrillo. Así mismo, la generación de una cuenta empresarial en la aplicación WhatsApp, en donde el 29% de los encuestados lo preferirían para poder realizar sus compras, extender su inquietudes y recomendaciones de una manera más directa para logara satisfacer sus necesidades. Por último, serán circulados spots a través de las estaciones de radio principales, dando a conocer la venta de los productos, así como sus propiedades, logrando captar el interés de más consumidores (Figura 2).

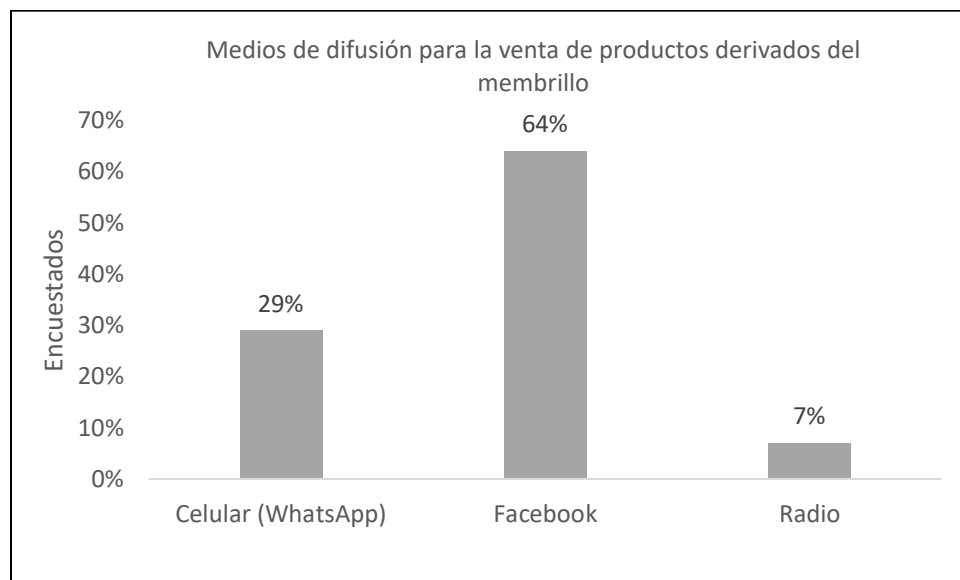


Figura 2. Medios de difusión para la venta de productos derivados del membrillo.

Con base en los resultados obtenidos por medio de la muestra seleccionada de la población en el estudio de mercado, se espera un consumo mensual en la cajeta de membrillo de 86 kilos por mes, 99 litros en lo que corresponde al vino de membrillo y para el envasado de dicha fruta 87

litros, correspondientes a los cuatros sectores urbanos que tomamos en cuenta para el estudio, esto evaluando solamente la muestra aplicada.

Para determinar la demanda potencial, tomando en cuenta los datos del INEGI 2020, en donde el total de hogares en Ciudad Delicias, Chihuahua; corresponde a 44,907 familias, se obtienen los siguientes resultados: para la cajeta de membrillo un consumo mensual de 2,047 kilos, siguiendo con el vino con un consumo mensual de 3,050 litros y por último, 1,050 litros de envasado de membrillo.

Los precios sugeridos se presentan en la tabla 1, los cuales se determinaron con base a los precios de la competencia y los resultados de las personas encuestadas respondiendo a la pregunta, ¿Cuánto pagarían por los productos? cabe mencionar que los precios seleccionados pueden variar en lo que respecta a los meses de cosecha, ya que el precio de la materia prima aumenta o disminuye de acuerdo a la oferta y la demanda del periodo estacional.

Tabla 1. Precios de los productos derivados del membrillo.

Cajeta		Vino		Envasado	
1 kilo	\$70	1 litro	\$170	1 litro	\$70
500 gramos	\$40	750 ml	\$150	750 ml	\$50
250 gramos	\$25	500 ml	\$100	500 ml	\$30

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos podemos destacar que la comercialización de los productos derivados del membrillo en la Ciudad de Delicias, Chihuahua es aceptable, principalmente porque las personas si comprarían los productos y sobre todo los precios se ajustan a sus necesidades.

La competencia con productos a base de membrillos dentro de la Ciudad es casi nula, ya que los productos que están dentro del mercado son marcas comerciales con sabores artificiales y que no son elaborados de manera artesanal que se venden en los supermercados, por lo que no presentan un considerable consumo, ventaja a favor de los productos de la “vallerita” elaborados con productos del huerto garantizando sabor y calidad en el proceso de producción.

Se logró elaborar un desarrollo de mercado para la empresa comercializadora de productos derivados del membrillo, la “vallerita” abriendo el mercado para la aceptación y preferencia por el consumidor.

LITERATURA REVISADA

- Baca, Urbina G. (2016). Evaluación de proyectos. Mc Graw Hill. Consultado en: file:///C:/Users/52639/Downloads/Evaluacion_de_Proyectos_7ma_Ed_Gabriel_B.pdf
- Carrera Morales, M; Galán Saúco, V; González Torres, F; Hidalgo Fernández-Cano, L; Maroto Borrego, J.V.; Mateo Box, J.M.; Navarro Fortuño, J.; De la Puerta Castellon, J.; Rojo Hernández, C y Zaragoza Adriaensens, S. (2005). Prontuario de Agricultura y Cultivos Agrícolas. Ediciones Mundi-Prensa; 1er edición, Madrid, España; 976 páginas. <https://doi.org/10.15381/idata.v16i1.6421>
- Cevallos Condo, B. G. (2016) Elaboración de licor de membrillo para la aplicación en la mixiología. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Consultado en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11251> <https://doi.org/10.29018/978-9942-823-19-9>
- Díaz, E., Lozano, G. (2019). Retos y tendencias en el sector agropecuario en México. EY Latín América North. Consultado en: https://www.ey.com/es_mx/consumer-products-retail/retos-y-tendencias-en-el-sector-agropecuario-en-mexico. <https://doi.org/10.20983/noesis.2015.2.10>
- González, J. (2014) Innovación y calidad como estrategias gerenciales para empresas de servicio. Revista electrónica de Gerencia Empresarial, Vol 6 (2): 43-51. Consultado en: <http://ojs.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/1728>
- Armstrong, G., Kotler, P. (2001). Principles of Marketing.: Prentice Hall. 8ª: Reino Unido ,785 páginas.
- INEGI. (2020). Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. Consultado en: www.inegi.org.mx/sistemas/tabulados.
- Malotra, N. K. (2008). Investigación de mercados. Un enfoque aplicado. 5ª ed. Pearson Educación. México.
- Moyano Catillejo, L.E. (2015). Plan de Negocios. Ed. Macro. Lima, Perú. Consultado en: <https://www.sba.gov/guia-de-negocios/planifique-su-empresa/redacte-su-plan-de-negocios>. <https://doi.org/10.20511/usil.thesis/9474>
- Hernández Rodríguez, O. A.; Arras Vota, A. Ma.; López Díaz, J.C.; Navarro Trejo, C.; Calderón Puente, Ma. C. (2013). Diagnóstico del cultivo de membrillo en el municipio de Allende, Chih. Revista Mexicana de Agronegocios, vol. 33: 496-50317 Consultado en: <https://www.redalyc.org/pdf/141/14127709010.pdf>
- Salazar Martínez, O., & López Escobedo, A. (2006). Manual de Prácticas para el procesamiento de frutas. Memorias de capacitación, Fundación Produce Sinaloa, A.C. Nayarit, México , 32 páginas: Consultado en: <https://docplayer.es/8707007-Manual-de-practicas-para-el-procesamiento-de-frutas.html>. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1zgwmb.4>

- Segura Mugía, S. & Torres Ripa, J. (2009). Historia de las plantas en el mundo antiguo. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Universidad del Duesto, Bilbao, España. 480 paginas. Consultado en: <https://tiendahusqvarna.com/blog/arbol-del-membrillo/>
<https://doi.org/10.3989/ris.2007.07.13>
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (2022). Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural. Expectativas de Producción Agropecuaria y Pesquera. (Documentos). Consultada en: <https://www.gob.mx/siap/documentos/expectativas-de-produccion-agropecuaria-pesquera>.
<https://doi.org/10.1787/9789264030275-es>
- SIAP. (2018). Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Consultado en: www.siap.gob.mx <https://doi.org/10.32870/cer.v0i118.7067>

Copyright © 2022 Terrazas-Gómez Marina Imelda, Uranga-Valencia Luisa Patricia, Armendáriz-Mendoza Martha, Palacios-Monarez Abdón y Villarreal-Ramírez Víctor Hugo.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.