



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

II CONGRESO DE LA RED INTERNACIONAL DE INVESTIGADORES EN
COMPETITIVIDAD

PUERTO VALLARTA, JAL. NOVIEMBRE 27 Y 28 DE 2008

Nombre de la Ponencia: Desarrollo de un Plan de Comunicación para elevar la competitividad de los productores de trucha arcoiris del Estado de México.

Áreas del conocimiento a Desarrollar: Desarrollo Regional

Autores: Dra. en D.E. Elsa Mireya Rosales Estrada

M en A. Eva Martha Chaparro Salinas

M en A. Julio Álvarez Botello

Institución Educativa: Universidad Autónoma del Estado de México.

Datos de Identificación: Facultad de Contaduría y Administración. Tels: 01 (722) 2 14 01 71
Ext. 144; 2 14 00 11.Fax 01 (722) 2 15 47 44.

Correo Electrónico: emre2000@hotmail.com; bebachaparro@yahoo.com.mx;
julioalvarezbotello@yahoo.com.mx

Domicilio: Facultad de Contaduría y Administración Ciudad Universitaria s/n, Cerro de Coatepec. Toluca, Estado de México.

Resumen

El propósito fundamental de este estudio es analizar la vinculación Universidad Sociedad, a partir del acercamiento de la investigación a la Sociedad que coadyuve al desarrollo de la Región. En este sentido el presente estudio, aborda un tema prioritario hoy en día, la Vinculación Universidad Empresa, compromiso tanto de las Universidades como del sector empresarial, considerando las diferentes modalidades de vinculación siendo una de éstas la investigación aplicada, a partir de la cual se presenta esta ponencia, cuyo objetivo principal es abordar un estudio, derivado de un Convenio entre la Universidad Autónoma del Estado de México y la Asociación Mexiquense de productores de trucha arcoirirs. Y cuyo propósito es analizar los hábitos de consumo y la propuesta de un Plan de Comunicación. La metodología del proyecto comprende un estudio cuantitativo de tipo descriptivo basado en 1,400 cuestionarios personales distribuidos en 7 regiones del Estado de México, 200 cuestionarios en cada una de las regiones. El estudio comprende un muestreo probabilístico; la muestra es por conglomerado (región) y dentro de cada conglomerado es estratificada por grupo de edad. Los resultados obtenidos han permitido elaborar un Plan de Comunicación que permita incrementar el consumo y producción de la trucha arcoiris que beneficia no tan solo a la sociedad, sino al desarrollo económico de la región del Estado de México.

Palabras clave: Plan de comunicación, trucha arcoíris, Vinculación universidad-empresa.

Abstract

The basic purpose of this study is to analyze the linkage University Society from a research encounter to society to achieve regional development. In this sense, the present study takes a priority topic nowadays, the linkage University Enterprises, a commitment of both universities and business sectors considering the different modes of linkages being one the applied research, a starting point from where it is presented this paper, which main objective is to take an study derived from the agreement between the State of Mexico's Autonomous University and the Mexican Association of Rainbow's trucha producers. Its purpose is to analyze the consuming habits and the proposal of communication plan. The methodology of the project comprehends a quantitative study descriptive type based on 1, 400 personal questionnaires distributed in 7 regions in the State of México, 200 questionnaires in each region. The study comprehends a probabilistic sample; the sample is by conglomerate (region) and within each conglomerate is stratified by age group. The obtained results have allowed elaborating a Communication Plan which allows to increment consumption and production of Rainbow's trucha which benefits not only to society but the economic development of the State of Mexico's region.

Keywords: Communication plan, Rainbow trucha, University and business linkages.

I. MARCO TEÓRICO

1.1 Vinculación Universidad Empresa

La vinculación con los sectores externos e internos debe considerarse como un aspecto intrínseco de las Instituciones de Educación Superior: “para construir un modelo conceptual estructural, donde cada elemento del sistema contenga principios y acciones de calidad y vinculación de manera explícita, y las preguntas a responder sean ¿qué funciones asume el sistema de universidad con el desarrollo y cómo funciona? ¿Qué criterios de calidad inherentes como valores o principios existen en la realización de sus funciones?

Si bien es cierto que la vinculación de las Instituciones de Educación Superior con los sectores productivo, social y público ha existido desde tiempo atrás, cada vez adopta diferentes modalidades más cercanas a las demandas sociales y productivas.

De acuerdo con Patricia Moctezuma (Moctezuma,P. y Manjarrez, A. 1996), consideramos que al igual que el resto de las IES, respecto a su vinculación con el sector productivo y comunitario en apoyo al desarrollo nacional, son tres las perspectivas de trabajo:

1. La Investigación y el desarrollo tecnológico a través de proyectos conjuntos de Investigación básica y aplicada y ante los cuales es imprescindible el trabajo de campo.
2. La educación continua orientada a la actualización y recalificación permanente de los profesionales.
3. La formación de futuros profesionales a través de incorporar y recrear en los planes de estudio las estancias profesionales y el servicio social y el trabajo de campo, como parte fundamental de su formación universitaria, fundamentalmente en micro y pequeñas empresas de sectores tradicionales con gran necesidad de apoyo y asistencia.

Podríamos atrevernos a integrar una cuarta perspectiva de trabajo, siendo esta la Asesoría Consultoría, considerando su importancia hoy en día para el desarrollo e impulso de las Organizaciones, especialmente las pequeñas y medianas empresas (PYMES).

Así mismo, el fortalecer los vínculos entre la academia y el sector laboral es una estrategia necesaria para el crecimiento del país y para generar conocimientos, lo cual puede ser factible si se consideran estructuras flexibles que permitan la participación de todos los sectores, al respecto José Doger Corte (Giacomo B.1997) señala seis misiones fundamentales que la particularicen:

- a. Una misión comprometida con la construcción y el desarrollo del conocimiento, ya que este es el aspecto medular de la educación superior.
- b. Una misión comprometida con la formación de profesionales que la sociedad necesita
- c. Una acción comprometida con ser agente de cambio de la sociedad
- d. Una misión comprometida con la formación del individuo en una perspectiva humanística
- e. Generar organismos pluriparticipativos
- f. Poner frente a frente las necesidades por un lado y capacidades de respuesta por el otro, para construir grandes ejes de diagnóstico y al mismo tiempo, soluciones dentro de un marco de

expectativas esperada.

De esta suerte, la reorientación de la educación superior y de la Investigación debe ser una acción continua de las universidades para apoyar a la sociedad y buscar en ésta un apoyo en un constante círculo virtuoso.

Por otra parte, la globalización económica es un hecho insoslayable que ha propiciado cambios acelerados en todos los ámbitos, esto incluye a la educación superior, para lo cual hay que brindar una respuesta acorde a las necesidades de una sociedad en constante cambio. Ésta debe ser una actividad intrínseca de las instituciones de educación superior. Incluso en el Programa Nacional de Educación 2000-2006, está implícita la necesidad de consolidar un sistema educativo que responda a las necesidades actuales. En este contexto, las Universidades deben asumir un papel preponderante que les permita cumplir con su mística de servicio.

Ahora bien, los elementos de la vinculación han formado parte del terreno de la Educación Superior por más de un siglo. Aunque en muchos países las Antiguas Universidades clasistas, se resistieron durante muchos años a establecer esa relación con las empresas, en estos últimos años se han intentado unir esfuerzos académicos a las necesidades y prioridades del desarrollo Industrial.

Si consideramos a la Vinculación como el conjunto de relaciones entre unas IES (Instituciones de Educación Superior) y la sociedad, a través del cual el sector Académico presta sus servicios profesionales a varias organizaciones, generalmente con base en contratos o convenios. Este tipo de colaboración involucra, la gestión, la transmisión del conocimiento y de la tecnología, innovaciones tecnológicas, transferencia y administración de tecnología, resultados de investigación y el intercambio de elementos de las IES hacia el sector productivo y viceversa, de tal manera que se incluya el elemento de formación teórica-práctica en el cual los Profesores y alumnos, amplíen sus conocimientos, destrezas y experiencias profesionales, desde este punto de vista, la Vinculación juega un papel esencial en la formación de Recurso Humano profesional, que debe dar respuesta en forma continua a las necesidades de actualización, especialización, profesionalización y renovación del cuerpo Académico.

Para el Sector productivo, los conocimientos, las ideas, la experiencia técnica y de investigación, representan la base para el crecimiento y desarrollo, especialmente en el campo tecnológico de una organización, dado que al incorporar el conocimiento y experiencia, las ideas innovadoras, y los resultados de investigaciones, resultado del quehacer de las IES, se puede hacer un trabajo más efectivo, eficiente e interesante, que lleve a la solución de problemas reales a los que se enfrenta este sector.

Desarrollo de la Investigación con el sector productivo

En México, la investigación aplicada como campo se encuentra en proceso de constitución. Esta situación indudablemente afecta y condiciona las prácticas de investigación.

En la nueva perspectiva, la investigación, además de generar conocimiento, debe avanzar hacia su transformación en productos tecnológicos y su posterior utilización. En este nuevo ciclo, de la actividad científica, la ciencia no pertenece sólo a los investigadores, en ella cabe cualquier persona que participe dentro del ciclo; en el cual, los investigadores requieren establecer nexos con otras disciplinas y otros sectores, para que la Innovación ya sea científica o tecnológica, reditué los efectos esperados para la economía mexicana.

Las interrelaciones entre los determinantes del proceso innovador —tamaño de la empresa, concentración industrial, oportunidad tecnológica, vínculos con los usuarios, mercadotecnia, capacidad interna de financiamiento, internacionalización, mecanización, consumo final y apropiabilidad— hoy nos señalan que éste no dependerá de cómo funcionen los institutos de investigación, las universidades o las empresas, sino en mayor medida de cómo cooperan entre sí.

De aquí se deriva el papel estratégico que juegan los procesos de vinculación de la Investigación, la Ciencia y la Tecnología, con los demás actores del desarrollo económico y social del país, para fortalecer la capacidad de los recursos humanos y el desarrollo de proyectos conjuntos de beneficio recíproco; en síntesis, para mejorar el potencial científico-tecnológico.

La visión de algunos organismos internacionales, sobre la vinculación del sector académico con el sector productivo de bienes y servicios, en lo relativo a la Investigación y transferencia de Tecnología en México, señala que ésta es reducida, con una escasa repercusión de la investigación en el desarrollo económico, pues la mayoría de las universidades son instituciones docentes y formadoras de profesionales, lo que limita el grado de interacción entre la investigación y las necesidades del aparato productivo.

1.3 Logros y tendencias de la vinculación

La vinculación, antes centrada en la problemática técnica, incorpora nuevas funciones como la prestación de servicios de capacitación, control de gestión, sistemas de calidad y estudios de mercado entre otros. Las Instituciones de Educación Superior cambian progresivamente sus perfiles de formación de recursos humanos y de investigación en torno a problemas directamente pertinentes al contexto y a la realidad que viven. (Pallán,F. y Ávila,G. 1997).

El sector empresarial ha manifestado el gran interés en los resultados de la investigación que de respuesta a sus demandas y busca asegurar las ventajas económicas vinculadas con su explotación. Así mismo, la asesoría- consultoría, y la asistencia técnica para crear nuevas formas de hacer el trabajo o de generar un mercado de servicios, requiere de vínculos más complejos y la preparación de los investigadores en las decisiones empresariales.

1.4 Problemática

Para las asociaciones empresariales del Estado de México, (Sánchez. G. 1998). los factores que limitan la vinculación del sector productivo con las IES, son: Falta de información, comunicación y acercamiento entre el sector productivo y las IES; falta difusión y motivación; falta de interés por parte de los empresarios y resistencia de las medianas y pequeñas empresas; falta un programa de vinculación que considere las necesidades del sector productivo; falta que las Instituciones de Educación Superior, hagan investigación aplicada y que las empresas apoyen la investigación; falta seguimiento y coordinación entre los planes de trabajo de sector privado con los educativos.

Si bien las IES cuentan una infraestructura humana y técnica importante como contribución para emprender proyectos y acciones de vinculación, es necesario que atiendan la solución de algunos de los problemas que limitarían su participación, como la carencia de sistemas de costeo y cobros poco competitivos, la ausencia de una normatividad que facilite la facturación, dejar de atender los servicios tecnológicos como una actividad de «tiempo libre» e impulsar y sistematizar sus actividades de atención al cliente.

Lo anterior les permitirá avanzar de una vinculación inercial, centrada en la formación profesional de sus egresados, a una vinculación innovadora que imprima mayor pertinencia a la institución y agilidad en su proceso de desarrollo.

Existe un amplio menú de modalidades en el ámbito de la cooperación tecnológica (ANUIES.CONACYT.(1998) la mayoría de las cuales pueden anclarse en un contexto internacional.

Algunas de estas modalidades son:

- Intercambio o suministro de información sobre sectores o áreas tecnológicas, incluyendo informes de alerta tecnológica.
- Asesoría y asistencia técnica sobre actividades puntuales bajo demanda, donde las Instituciones de Educación Superior poseen capacidades.
- Estudios y consultoría mediante la conformación de equipos humanos para la realización de análisis en profundidad.
- Capacitación y formación permanente mediante una oferta concreta o bien «a la carta» de acuerdo con las demandas.
- Intercambio y contratación de personal por períodos determinados, para actividades docentes y de investigación, en ambos casos.
- Transferencia de conocimientos y tecnologías a través de la licencia de patentes o contratos de transferencia de "know how ", centrados en procedimientos y procesos.
- Empresas conjuntas por medio de asociaciones para la producción de bienes o la comercialización de servicios.
- Redes de cooperación para sustentar o promover las modalidades de vinculación y asociación anteriores.

- Intercambios e interacciones en marcos informales para propiciar el conocimiento mutuo y la detección de demandas que consoliden futuras relaciones.

1.5 Objetivo

La vinculación Universidad-Empresa (Acuna, P. 1993), en torno a la Investigación, la Ciencia y Tecnología, es una de las alternativas más viables para el desarrollo de sus actores principales. La apertura económica ha hecho que las empresas enfrenten los retos de una competencia cada vez más intensa, para la cual, en muchos casos, carecen de la infraestructura para identificar, diseñar y desarrollar las modificaciones o mejoras necesarias. Por su lado, las universidades están resintiendo la demanda social por programas y actividades académicas pertinentes. Además, en el caso de las IES públicas, la presión sobre recursos gubernamentales cada vez más limitados para cubrir las necesidades de la sociedad, les está ocasionando dificultades para encontrar fondos suficientes destinados a mantener sus aparatos de investigación, cuyo impacto social es relativamente bajo.

Estas instituciones tendrán que impulsar y consolidar los programas y la infraestructura organizacional para cooperar exitosamente, contribuyendo con recursos humanos, infraestructura, capacidad tecnológica e investigación, bancos de datos, laboratorios y el compromiso por desarrollar servicios y participar en procesos de innovación tecnológica.

La formación de los recursos humanos en Instituciones de Educación Superior está estrechamente ligada a la evolución y mejora de la Institución en la que se forman permanentemente. Por ello, el personal se compromete a las tareas y objetivos Institucionales no de manera aislada, sino bajo una línea que tome en cuenta las condiciones políticas, sociales, laborales que están influyendo, así como el reconocimiento de la identidad profesional y personal de dichos recursos.

El trabajo de los académicos e Investigadores es considerado a veces como una carga, se requiere de la voluntad, el esfuerzo y el compromiso de los involucrados con la Institución, para que este trabajo sea aceptado con agrado. Para ello, se requiere de espacios que den la oportunidad de crecimiento y desarrollo del personal.

Una conclusión que puede obtenerse del análisis de la vinculación de la investigación, la Ciencia y Tecnología con el sector productivo, es que existen condiciones de contexto favorables para su fortalecimiento y expansión. Si bien las relaciones hasta ahora se advierten escasas y de poca intensidad, un mayor conocimiento de las oportunidades y unas mejores prácticas de intermediación y gestión podrán mejorar en el futuro esta cooperación, como base de los nuevos procesos de generación del conocimiento y desarrollo de tecnología.

II.- CASO DE ESTUDIO. “ Propuesta de un Plan de Comunicación para los productores de

trucha arcoirris a partir de los hábitos de consumo de la población del Estado de México ”.

ANTECEDENTES:

La piscicultura de agua dulce se inició en China hace casi 2,400 años, en México se tienen los primeros datos de su práctica desde la época prehispánica.

A mediados del siglo XX se empieza a promover la piscicultura a través del Gobierno Federal, a finales de la década de los años 60, se promueve a través del Instituto Nacional de Pesca y de la Dirección de Acuicultura de la SARH, en 1972 se crea el Fideicomiso para el Desarrollo de la Fauna Acuática (FIDEFA), primer intento importante de promoción de la piscicultura a nivel nacional, se empiezan a producir grandes cantidades de crías para siembra en embalses y a promover la piscicultura comercial, aún incipiente. Durante el sexenio del Presidente López Portillo se crea el Departamento de Pesca que absorbe todos los centros de producción piscícola que estaban diseminados en diferentes dependencias de gobierno (CFE, SARH, SAG, BANRURAL, INP, FIDEFA), y que a la vuelta de un par de años se transforma en la Secretaría de Pesca (1979), en donde se realizan proyectos muy importantes que servirían como impulsores de la actividad comercial de trucha arco iris en gran escala, se construyeron un sin número de granjas en zonas con aguas frías, como es el caso de Amanalco de Becerra, que a partir del inicio de los años 80 comenzó a considerarse un sitio ideal para la construcción de granjas de trucha con fines comerciales.

El cultivo de la trucha en el Estado de México, tiene antecedentes que se remontan al inicio de actividades del Centro Acuícola de “El Zarco”, centro con una ubicación geográfica entre los límites políticos del D. F. y el Estado de México.

En este centro se apoyaron las primeras acciones de promoción del cultivo intensivo, producción de huevo y crías para donación, así como centro de capacitación y demostración del cultivo intensivo de esta especie.

La Ley de Desarrollo Rural Sustentable, publicada en el diario oficial de la federación el siete de diciembre de 2001, establece que se debe llevar a cabo “ la planeación y organización de la producción agropecuaria, su industrialización y comercialización, y de los demás bienes y servicios, y todas aquellas acciones tendientes a la elevación de la calidad de vida de la población rural, según lo previsto en el artículo 26 de la Constitución, para lo que el Estado tendrá la participación que determina el presente ordenamiento, llevando a cabo su regulación y fomento en el marco de las libertades ciudadanas y obligaciones gubernamentales que establece la Constitución. Asimismo, en el capítulo XIV de ésta Ley, donde habla de la Organización Económica y los Sistemas de Producto, el artículo 149 establece que “La Comisión Intersecretarial promoverá la organización e integración de Sistemas-Producto, como Comités del Consejo Mexicano, con la participación de los productores agropecuarios, agroindustriales y comercializadores y sus organizaciones...”. Los Comités Sistema-Producto constituirán mecanismos de planeación, comunicación y concertación permanentes entre los actores económicos que forman parte de las cadenas productivas.

PLANTEAMIENTO:

Actualmente el Estado de México, es la entidad que produce más trucha en el país, aportando el 54.47% de la producción total, lo que significa 2,177 toneladas para el 2003, según registros de la SAGARPA. Sin embargo el potencial productivo de esta especie en el Estado es mayor al que se refleja en los datos reportados a la SAGARPA, y esto sólo se logrará integrando a la red de valor de la trucha arcoiris a todos los agentes involucrados en la actividad.

Es por ello necesario, que los integrantes del Sistema Producto Trucha deben tener el conocimiento, la capacitación y la actualización necesarias, para aprovechar las condiciones que se viven hoy en día, impulsando la producción de la Trucha del Estado de México y lograr el incremento de su competitividad a nivel local, estatal, nacional e internacional.

JUSTIFICACIÓN.

Es evidente considerar que la evolución que ha tenido el mercado en los últimos años, ha modificado de manera significativa las demandas de productos alimenticios de ahí que las actividades comerciales describen de forma precisa las características que definen este fenómeno de la globalización:

- a) La economía rige al mundo
- b) La producción es a escala mundial
- c) La tecnología evoluciona a pasos enormes
- d) El medio ambiente
- e) Los cambios sociales

Asimismo, la implementación de nuevas estrategias sociales que transformen a las organizaciones depende mucho de la disponibilidad del recurso humano calificado, no tan solo para enfrentar el progreso productivo y la competitividad internacional, sino también, para el desarrollo del Estado y para los cambios que deben hacerse en toda la sociedad.

Surge por lo anterior, la necesidad de desarrollar un estudio respecto a los hábitos de consumo de trucha arco iris de la población del Estado de México y las principales percepciones que se tienen respecto a este producto, lo cual permita a los productores tomar las mejores decisiones y establecer

estrategias para el incremento en el consumo de la trucha arcoirirs.

Hi. La población del Estado de México no considera a la trucha arcoíris dentro de sus hábitos de consumo.

Hi. La población del Estado de México tiene la percepción de que la trucha arcoiris es un producto regional y de consumo ocasional..

OBJETIVO GENERAL:

Conocer los hábitos de consumo y posicionamiento de la trucha arco iris entre la población del Estado de México.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- Identificar los hábitos de consumo de trucha de la población del Estado de México:
- Determinar las características que evalúa el consumidor final para adquirir pescado (precio, imagen, disponibilidad de producto en el establecimiento, tipo de establecimiento, marca del productor, entre otras).
- Identificar las razones por las cuales consumen y/o no consumen pescado, especialmente trucha.
- Determinar las condiciones que favorecieran el consumo trucha por parte de la población.
 - Tipos de pescado que consumen con regularidad y tipos de pescado que regularmente no consumen y/o nunca han consumido.
 - Frecuencia de consumo de alimentos por semana.
 - Cantidad promedio que consumen a la semana por tipo de alimentos.
 - Establecimientos (carnicería, pescaderías, supermercado, mercado establecido, mercado ambulante) donde regularmente adquieren el producto.

METODOLOGÍA:

Esta fase del proyecto comprende un estudio cuantitativo de tipo descriptivo basado en 1,400 cuestionarios personales distribuidos en 7 regiones del Estado de México, 200 cuestionarios en cada una de las regiones.

El estudio comprende un muestreo probabilístico; la muestra es por conglomerado (región) y dentro de cada conglomerado es estratificada por grupo de edad.

El levantamiento de los datos fue domiciliario; en cada una de las 7 regiones de estudio se seleccionarán aleatoriamente los municipios donde se efectuó la aplicación de cuestionarios, dentro del municipio se seleccionarán aleatoriamente los domicilios por salto sistemático.

La distribución muestral:

- a) 200 cuestionarios con mujeres, madres de familia y amas de casa, que residen en la región centro del Estado de México (Toluca y municipios aledaños); 50% con mujeres jóvenes (de 18 a 34 años) y 50% con mujeres adultas (mayores de 34 años).
- b) 200 cuestionarios con mujeres, madres de familia y amas de casa, que residen en la región noroeste del Estado de México (Atlacomulco y municipios aledaños); 50% con mujeres jóvenes (de 18 a 34 años) y 50% con mujeres adultas (mayores de 34 años).
- c) 200 cuestionarios con mujeres, madres de familia y amas de casa, que residen en la región poniente del Estado de México (Valle de Bravo y municipios aledaños); 50% con mujeres jóvenes (de 18 a 34 años) y 50% con mujeres adultas (mayores de 34 años).
- d) 200 cuestionarios con mujeres, madres de familia y amas de casa, que residen en la región sur del Estado de México (Ixtapan de la Sal y municipios aledaños); 50% con mujeres jóvenes (de 18 a 34 años) y 50% con mujeres adultas (mayores de 34 años).
- e) 200 cuestionarios con mujeres, madres de familia y amas de casa, que residen en la región suroeste del Estado de México (Tejupilco y municipios aledaños); 50% con mujeres jóvenes (de 18 a 34 años) y 50% con mujeres adultas (mayores de 34 años).
- f) 200 cuestionarios con mujeres, madres de familia y amas de casa, que residen en la región norte del Estado de México (Zumpango y municipios aledaños); 50% con mujeres jóvenes (de 18 a 34 años) y 50% con mujeres adultas (mayores de 34 años).
- g) 200 cuestionarios con mujeres, madres de familia y amas de casa, que residen en la región oriente del Estado de México (Texcoco y municipios aledaños); 50% con mujeres jóvenes (de 18 a 34 años) y 50% con mujeres adultas (mayores de 34 años).

RESULTADOS

El Estado de México es la entidad federativa que produce más trucha en el país, aportando aproximadamente el 55% de la producción total.

En este momento el Sistema Producto Trucha Mexiquense, organización que agrupa a los principales productores de trucha de diferentes municipios del Estado de México, tiene la necesidad de fomentar el consumo de este producto entre la población de la entidad y por ello se acercó a la Universidad Autónoma del Estado de México.

La Universidad Autónoma del Estado de México desarrolló el Plan de Comunicación de Mercadotecnia para incentivar el consumo de la trucha arco iris entre la población del Estado de México, a través de la Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados y de la Facultad de Contaduría y Administración.

La Universidad Autónoma del Estado de México para desarrollar el programa de fomento al consumo del producto requería información respecto a los hábitos de consumo de trucha arco iris de la población del Estado de México y las principales percepciones que se tienen respecto a este producto

RESULTADOS

Dieta alimenticia de la población mexiquense

La dieta alimenticia de la población del Estado de México está basada en carne (incluyendo pollo y pescado), verduras, frutas y lácteos. No percibe a la tortilla como un alimento, sino como un complemento de los alimentos que consume.

El 99% de la población mexiquense come carne; el 84% consume pollo, el 79% pescado, el 70% carne de res, el 29% carne de cerdo y el 6% otro tipo de carne.

Consumo de pescado de la población mexiquense

El 79% de la población de la entidad consume pescado; la población de la región centro (Toluca y alrededores) presenta el mayor consumo y en la región suroeste (Tejupilco y alrededores) se presenta el menor porcentaje de consumo del producto.

Las principales razones por las cuales acostumbran a consumir pescado son:

Porque se busca una dieta balanceada.

Porque a los integrantes de la familia les gusta.

Porque se tiene la costumbre.

Los principales tipos de pescado que prefiere la población de la entidad que consume este alimento son:

Mojarra.

Atún.

Sierra.

Trucha.

La principal característica que el ama de casa evalúa para adquirir pescado es que el producto sea fresco, y la manera de reconocer la frescura es que el pescado tenga los ojos brillantes y no sumidos, la firmeza y textura de la carne, y el color rosado debajo de las branquias.

La población de la entidad presenta un consumo frecuente de pescado; del 79% de la población que lo consume, el 55% lo comen por lo menos una vez a la semana.

Un 21% de los hogares que consumen pescado, lo comen una vez a la quincena.

En promedio, los hogares del Estado de México consumen pescado una vez a la semana.

La mayoría de la población de la entidad que consume pescado compra entre 750 gramos y un kilo y medio; el 32% adquiere entre 750 gramos y un kilo y el 27% entre un kilo y un kilo y medio.

Las amas de casa del Estado de México compran en promedio un kilo de pescado, cada vez que lo van a consumir.

Los principales lugares donde acostumbran a adquirir pescado son en establecimientos ubicados en mercados fijos (35%) o ambulantes (30%); el 21% de la amas de casa que acostumbran adquirir pescado lo realizan en pescaderías.

En la región noroeste (Atlacomulco y alrededores), la mayoría de la población acostumbra adquirir el pescado en mercado ambulante; en las regiones sur (Ixtapan de la Sal y alrededores) y suroeste (Tejupilco y alrededores), en pescaderías; y en el resto de la entidad, principalmente en mercados establecidos.

En la zonas metropolitanas un canal de distribución importante para la comercialización del producto son los supermercados.

El 21% de la población del Estado de México no acostumbra a consumir pescado; las principales razones son:

- Porque lo consideran más caro que otros alimentos.
- Porque no les gusta a todos los integrantes de la familia.

Consumo de trucha de la población mexiquense

Del 79% de la población mexiquense que consume pescado, solamente el 27% acostumbra comer trucha con cierta regularidad.

Las amas de casa del Estado de México compran en promedio un kilo de pescado, cada vez que lo van a consumir.

Los principales lugares donde acostumbran a adquirir pescado son en establecimientos ubicados en mercados fijos (35%) o ambulantes (30%); el 21% de la amas de casa que acostumbran adquirir pescado lo realizan en pescaderías.

En la región noroeste (Atlacomulco y alrededores), la mayoría de la población acostumbra adquirir el pescado en mercado ambulante; en las regiones sur (Ixtapan de la Sal y alrededores) y suroeste (Tejupilco y alrededores), en pescaderías; y en el resto de la entidad, principalmente en mercados establecidos.

En la zonas metropolitanas un canal de distribución importante para la comercialización del producto son los supermercados.

El 21% de la población del Estado de México no acostumbra a consumir pescado; las principales razones son:

- Porque lo consideran más caro que otros alimentos.
- Porque no les gusta a todos los integrantes de la familia.

Consumo de trucha de la población mexiquense

Del 79% de la población mexiquense que consume pescado, solamente el 27% acostumbra comer trucha con cierta regularidad.

El 73% del 79% de los hogares (que consumen pescado con regularidad) no acostumbran a consumir trucha; el 41% de éstos nunca la han probado.

Las principales razones por las cuales la población mexiquense no acostumbra ha comer trucha son:

Porque consideran que es más cara que otras variedades de pescado.

Porque no les gusta a todos los integrantes de la familia.

Porque no se consigue fácilmente.

Porque no se tiene la costumbre.

Las principales condiciones que favorecerían el consumo de trucha entre la población de la entidad son:

Producto a un precio accesible.

Facilidad de encontrar el producto.

Información para prepararla.

Entre la población del Estado de México, el pescado está posicionado como un alimento rico en nutrientes y bajo en calorías, que permite tener una dieta balanceada; sin embargo, también se tiene la percepción de que es un alimento con un precio mayor a la carne.

Respecto a la trucha, las madres de familia consideran que es uno de los pescados que tiene más espinas y éstas son muy delgadas; además, existe la asociación de la trucha con salir de paseo y principalmente a determinados lugares en la entidad.

De manera general, la población mexiquense presenta un importante desconocimiento respecto a la trucha: se desconoce sus propiedades y las diversas maneras de preparar algún platillo con este alimento.

De acuerdo al Programa Maestro para el Sistema Producto Trucha Estado de México realizado por la Universidad Autónoma del Estado de México en el año 2007, la producción anual es de 4,380 toneladas en la entidad y con una capacidad de producción de 5,300 toneladas anuales 1.

Con la información obtenida en el presente estudio de hábitos de consumo de trucha entre la población del Estado de México, el mercado actual en la entidad corresponde a 2,233 toneladas al año y se muestra un crecimiento potencial del mercado del 45%, que está dentro del rango de la capacidad de producción actual. Derivado de lo anterior se propone

El Plan de Comunicación de Mercadotecnia que integra 3 propuestas de marcas para el producto, dos de ellas (Aguazul y Ecotrucha) enfocadas al mercado de NSE D, D+ y C (bajo, medio bajo y medio), para seleccionar alguna de ellas, y una (Del Lago) para un producto gourmet dirigida al mercado de NSE C+ y A/B (medio alto y alto).

Se diseñaron 3 campañas de publicidad; las campañas “Mil maneras de preparar trucha” y “Ponle

trucha” van dirigidas al mercado de NSE D, D+ y C, y la campaña “Bon Appetit” al mercado de NSE C+ y A/B.

Se propone la implantación de 2 de las 3 campañas de publicidad diseñadas, una de las campañas para el mercado de NSE D, D+ y C en una primera fase y otra campaña para mercado de NSE C+ y A/B en una segunda fase.

Asimismo se recomienda apoyar las campañas de publicidad con 5 actividades de Relaciones Públicas y 2 concursos como acciones de Promoción de Ventas.

CONCLUSIONES

El panorama sobre la Vinculación que hace años se visualizaba, es hoy un hecho; no obstante, es imprescindible comprender sus antecedentes, la actualidad que vivimos y acercarnos al futuro que se avecinda para tomar de las oportunidades que mañana nos ofrecerá este campo.

Fomentar el desarrollo científico y tecnológico del país y fortalecer la investigación en todas las áreas del conocimiento, a través del apoyo a los investigadores es una prioridad inmediata, por lo que es necesario enfocar tanto la formación como la actualización del recurso humano en materia de investigación, Donde se establece la necesidad de actualización de todo el personal a través de espacios de análisis y reflexión sobre temas en el marco de la investigación.

Servir a la sociedad es prioritario, sobre todo si coadyuva la participación de las Universidades y las IES en el Desarrollo de la Región.

Bibliografía

- Acuna, P. (1993). Vinculación Universidad- sector Productivo. Revista de la Educación Superior, núm 87. México. Artículo de Revista.
- Aguilera H. y Noriega, C.P. (1988. 57pp.). *La Trucha y su cultivo*. FONDEPESCA. Subsecretaría de Pesca.México, D.F.
- Alcocer M., A. (2000. pag 9-10.). *Selección de Reproductores*. Ed. Nieto, Montaña y González (Eds.). Memorias del II Foro Nacional de Truticultura, 16-17 de octubre de 1997. Cuajimalpa, D.F., México.
- ANUIES.CONACYT.(1998) Diagnóstico sobre la Vinculación UNIVERSIDAD- EMPRESA; CONACYT-ANUIES. Biblioteca de la Educación Superior. Investigaciones. México.
- Castañeda, M. (1996). La Universidad y su vínculo con el Sector Productivo . Revista de la Educación Superior, núm.97, enero-marzo. México.
- Consultado en línea: 2003.
- Estado de México.(2006) En línea: http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_Mexico. Consultado en 2006. Base de datos.
- FAO (Food and Agriculture Organization) (2006). *Fisheries global information system* Aquaculture. En línea: <http://www.fao.org/figis>. Consultado. En 2006 en la base de datos.
- FIRA (Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura). (2003). *Acuerdo Nacional para el campo*. Consulta base de datos. México.
- FIRA (Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura).(2000). *Productos y servicios financieros*. En línea: <http://www.fira.gob.mx>. Consultado en (2006) en la base de datos.
- Giacomo. B. (1997). Vinculación Universidad- Sector Productivo, una reflexión sobre la Planeación y Operación de programas de Vinculación. Biblioteca de la Educación Superior. Universidad Autónoma de Baja California/ ANUIES . México.
- Glockner R., F. (2000. 14 - 15 p.) *Alevinaje y Crianza*. Ed. Nieto, Montaña y González. México.
- Moctezuma, P.y Manjarrez, A. (1996). La Reorganización Universitaria Orientada por la Vinculación. Un Estudio de Caso. México. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. ANUIES.México.
- Pallán, C. y Ávila, G. (1997). Estrategias para el Impulso de la Vinculación Universidad-Empresa. México. Universidad Autónoma del Estado de México/Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. México
- Portilla L., J. A. (2000). Situación Actual de la Truticultura en México. En: IV Foro Nacional de Anuario estadístico de pesca.
- Sánchez. G. (1998). La Investigación y la Vinculación Tecnológica: Un Enfoque Regional. México. Universidad Autónoma de Puebla/Universidad Autónoma de Sinaloa. México.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación SAGARPA (2003. p135). En línea: www.sagarpa.gob.mx/planeación/anuario/anuario2001.zip.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). 2001. Gobierno Federal. México.

Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP). 1999. *Anuario estadístico de pesca*. En: www.semarnap.gob.mx. Consultado en línea: 2001.

Secretaría de Pesca. 1994. *Cultivo de Trucha Arco iris*. Secretaría de Pesca. México, D.F. 37

Velázquez E., M.A. y Espinosa H., M.R. (1989. 73 p.). *Diagnosis del Estado Actual del Cultivo de la Trucha Arcoiris de México*. México D.F. Secretaria de Pesca.

REFERENCIAS DOCUMENTALES

1. ANUIES (1999). *La educación superior hacia el siglo XXI, Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior* . México.
2. CONACYT (1990-1999) *Indicadores de Actividades Científicas y Tecnológicas* . México.
3. SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. (2001-2006) *Programa Nacional de Educación*. México
4. CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (2001-2006). *Programa Nacional de Ciencia y Tecnología*. México.
5. CONSEJO MEXIQUENSE DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (2001-2006). *Programa Especial de Ciencia y Tecnología*.