

Propuestas de comercialización para las Empresas queseras menonitas del noroeste de Chihuahua

Mercado Herrera Iliana Wendolyn, wen.mh.12@gmail.com, Universidad de Guadalajara. ASESOR: Dr. Elizabeth Bautista Flores, elizabeth.bautista@uacj.mx, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde 2012, las empresas queseras de las colonias menonitas han vivido una transformación en cuanto a la elaboración, pues en menos de 10 años pasaron del queso tradicional a la producción con base en tecnología de acero inoxidable, la pasteurización de la leche y la integración de empresas pequeñas que desplazan el producto a diferentes regiones del estado.

A pesar de estos cambios aún hace falta construir un conocimiento empresarial formal en cuanto al mercado o la mercadotecnia, ya que se carecen de estrategias específicas en lo referente a la comunicación para la comercialización del queso.

Por lo tanto, esta ponencia tiene como objetivo describir la situación comercial en la que se encuentran las empresas dedicadas a la producción de queso menonita en el noroeste de Chihuahua, ello para sugerir algunas propuestas que ayuden al desarrollo de una estrategia de comunicación para el posicionamiento de marca.

METODOLOGÍA

Esta investigación se desarrolló durante una estancia de investigación en el verano de junio a julio de 2018, por ello se utilizaron técnicas etnográficas, que permitieron realizar el trabajo de campo en colonias menonitas de los municipios de Ascensión, Buenaventura y Janos, donde se aplicaron herramientas tales como la entrevista abierta a empleados de las queserías desde producción como dirección y/o administración, así como también observación y recorridos a las tiendas en Nuevo Casas Grandes para comparar de precios en los puntos de venta. Donde además se recopilaron imágenes fotográficas como parte de documentos de análisis.

CONCLUSIONES

A manera de conclusión se puede decir que son necesarias diferentes estrategias de *benchmarking* en cuanto a las áreas funcionales de las empresas productoras de queso menonita para fortalecer las buenas prácticas con el fin de posicionar su marca y estar presentes en la mente de los consumidores mediante la diferenciación de sus productos,



PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN Y EL POSGRADO DEL PACÍFICO

ubicación de regiones y fortalecimiento de la identidad.

