

Caracterización del Mercado de Leche en la Cd. Delicias Chihuahua

Characterization of the milk market in Cd. Delicias Chihuahua

Carrasco Rivera Edgar Omar¹, Magaña Magaña José Eduardo¹✉, Villarreal Ramírez Víctor Hugo¹, Christian Mauricio Kiessling Davison¹, González Anchondo María Elvira²

¹Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales-Universidad Autónoma de Chihuahua. ²Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua

✉ Autor para correspondencia. emagana@uach.mx,

Recibido: 15/09/2018

Aceptado: 15/11/2018

RESUMEN

El propósito de este estudio fue para identificar el consumo en forma de leche fresca y evaporada con una aceptación universal. Aplicando 381 encuestas utilizando la tabla arquitectónica facilitada por catastro, en la cual clasificaba al total de los hogares de la ciudad de Delicias, en los cinco sectores socioeconómicos en los que se encuentra dividido, para lograr obtener el tamaño de la muestra a utilizar. Es uno de los alimentos de origen animal más consumido y valorado de nuestra sociedad. Su gran popularidad está dada por su alto valor nutritivo. Este municipio, basa su economía fundamentalmente en el sector lechero, constituyendo una de las más relevantes cuencas lecheras del país, en virtud de su modalidad y visión de los deliciasenses. En la región de delicias se consume leche siendo los niños los mayores consumidores de leche en el hogar, un consumo aproximado es de 1 a 5 litros por semana, donde la marca más consumida es la lala, donde las tiendas de abarrotes y supermercados son los lugares en donde se adquiere con mayor frecuencia el producto, con un gasto semanal aproximado de \$ 51 a 100 solamente en leche. Las características más importantes al adquirir el producto es el sabor como primer carácter de calidad y el precio como primera característica de compra del producto.

Palabras Claves: Delicias, Chihuahua, Mercado de la Leche, Preferencia, Marcas de Leche.

ABSTRAC

The purpose of this study was to identify the consumer in the form of evaporated and fresh milk with a universal acceptance. Applying 381 surveys using the architectural table provided by registry, in which classified to the total number of households in the city of Delicias, in five socio-economic sectors in which is divided, to achieve the size of the sample to use. It is one of the foods of animal origin more consumed and valued in our society. Its great popularity is given by its high nutritional value. This municipality, based their economy in the dairy sector, making it one of the most important watersheds dairy in the country, under its modality and vision of the deliciasenses. In the region of delights consumed milk children being the largest consumers of milk at home, an approximate consumption is from 1 to 5 litres per week, where the most consumed brand is the lala, where supermarkets and grocery stores are the places where is acquired more frequently the product, with an approximate weekly expenditure of

\$51 to 100 only in milk. The characteristics most important to acquire the product is the taste as the first character of quality and price as first feature of purchase of the product.

Keywords: Delicias, Chihuahua, milk market, preference, milk brands

INTRODUCCIÓN

Delicias es una ciudad del estado mexicano Chihuahua, localizado en el centro sur del estado; es un importante centro agrícola. Es la cuarta ciudad más poblada del estado y cabecera del municipio de Delicias, colinda al norte con Meoqui, al este y sur con Saucillo y al Oeste con Rosales; tiene 490 localidades se localiza en la altitud norte 28°11 a una altitud de 1170 msnm.

Este municipio basa su economía fundamentalmente en el sector lechera, constituyendo una de las más relevantes cuencas lecheras del país, en virtud de su modernidad y visión de los delicienses. Delicias es el mayor productor de leche bovina del estado con 219.4 millones de litros anuales.

A pesar de su corta edad de esta ciudad, Delicias ha sobresalido y destacado como una ciudad moderna, en la cual la economía y su infraestructura evolucionan continuamente.

Los principales núcleos de la población son la ciudad de Delicias, cabecera municipal y las localidades colonia agrícola Abraham González (La Quemada), colonia agrícola Cuauhtémoc, colonia agrícola Hidalgo, congregación Terrazas y Estación Armendáriz, colonia Revolución, colonia Vicente Guerrero y colonia Nicolás Bravo.

PLANTEAMIENTO Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

La leche es un alimento nutritivo que se consume en forma de leche fresca y evaporada con una aceptación universal. Es uno de los alimentos de origen animal más consumido y valorado de nuestra sociedad. Su gran popularidad está dada por su alto valor nutritivo. Este municipio, basa su economía fundamentalmente en el sector lechero, constituyendo una de las más relevantes cuencas lecheras del país, en virtud de su modalidad y visión de los delicienses. Delicias es el mayor productor de leche bovina del estado, cuenta con un total de 219.4 millones de litros anuales.

Formulación del problema

¿Cuáles son los factores que influyen en la cantidad, calidad y tipo de leche que se consume en la Ciudad de Delicias Chihuahua?

OBJETIVOS

Objetivo General

Caracterizar el mercado de leche pasteurizada en la Ciudad de Delicias Chihuahua.

Objetivo Específico

- Determinar el consumo de leche pasteurizada.
- Fijar el lugar de compra.
- Especificar el tipo de leche de mayor consumo.
- Analizar las características de calidad.
- Identificar el precio de compra.
- Evaluar la presentación de producto.

MATERIALES Y MÉTODOS

Población Objetivo.

Para llevar a cabo esta investigación, la población objetivo considerada fue la cantidad de hogares pertenecientes a la ciudad de Delicias, Chih. que de acuerdo con los datos obtenidos del programa INEGI (2015) son un total de 44,907 habitantes de ésta ciudad.

Marco Maestral

Los datos utilizados fueron obtenidos de la tabla arquitectónica, otorgada por Catastro, en la cual clasificaba al total de los hogares de la ciudad de Delicias, en los cinco sectores socioeconómicos en los que se encuentra dividido, para lograr obtener el tamaño de la muestra a utilizar.

Datos			
N= 44907	→	tamaño de la población	
Z=95% =1.96	→	nivel de confiabilidad	
p=5%	→	probabilidad de éxito	
q=5%	→	probabilidad de fracaso	
d=5%	⇒	error relativo	
n= tamaño de la muestra			$n = \frac{44907 * 1.96^2 * .5 * .5}{0.05^2 * (44907 - 1) + (1.96^2 * .5 * .5)}$

$n = 380.90 = 381$ encuestas

Para realizar las encuestas se empleó como técnica de muestreo el aleatorio simple, que consistió en un seleccionar cada tercera colonia

de cada uno de los estratos sociales, llegando así a los siguientes resultados:

Colonias	Total de colonias	Encuesta de estrato	Encuestas por colonia
Popular	44	73	7 encuestas por 11 colonias
Económico	89	160	7 encuestas por 23 colonias
Media	50	88	7 encuestas por 13 colonias
Buena	31	55	7 encuestas por 8 colonias
Lujo	3	6	2 encuestas por 3 colonias
Total	217	381	391

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

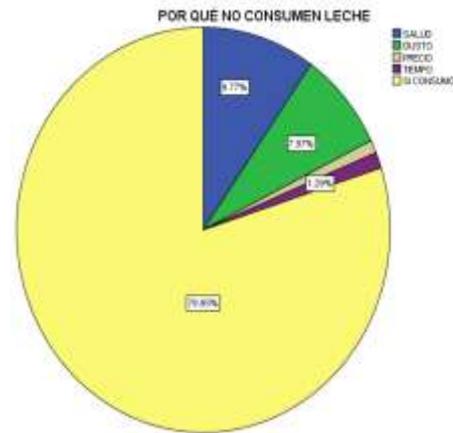
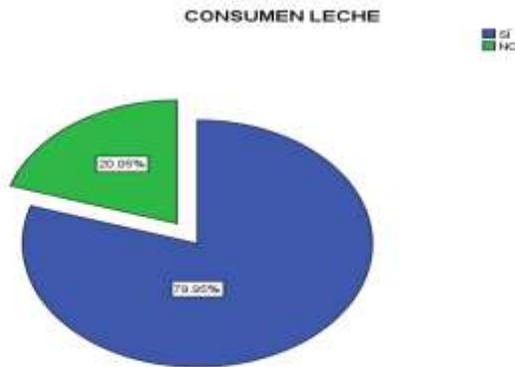
La investigación del mercado partió en base de estas siguientes preguntas:

1. ¿Dónde adquiere su producto?
2. ¿Qué tipo de leche consume?
3. ¿Cuánto consume de leche a la semana?
4. ¿Influye la presentación del producto en la compra?
5. ¿Le parece adecuado el precio de la leche?

6. ¿Consume alguna marca en específico?
7. ¿Qué características de calidad busca en el producto?

RESULTADOS

Los resultados obtenidos, de acuerdo con la captura de datos en el programa de spss, fueron los siguientes:

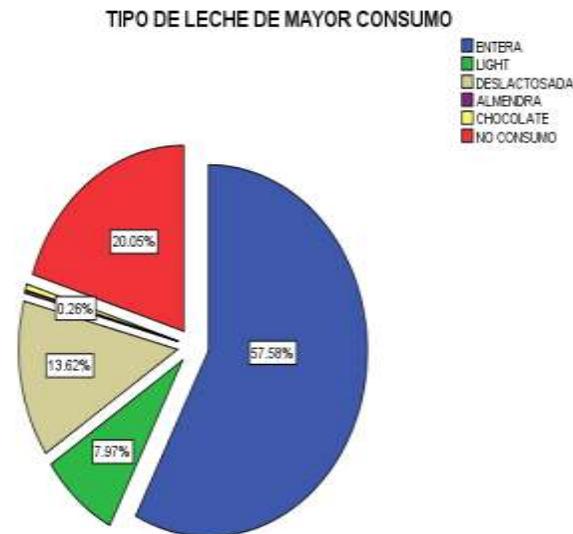


Tenemos que al consumir leche el 80% de los encuestados consumen leche pasteurizada y el

20% no consume leche pasteurizada.

Las causas por las cuales no consume leche pasteurizada son por salud dándole un 9.8%, por gusto el 8%, precio 1% y por tiempo 1.3%.

Siendo la salud, la razón por la cual la mayoría de los encuestados no consume leche pasteurizada.



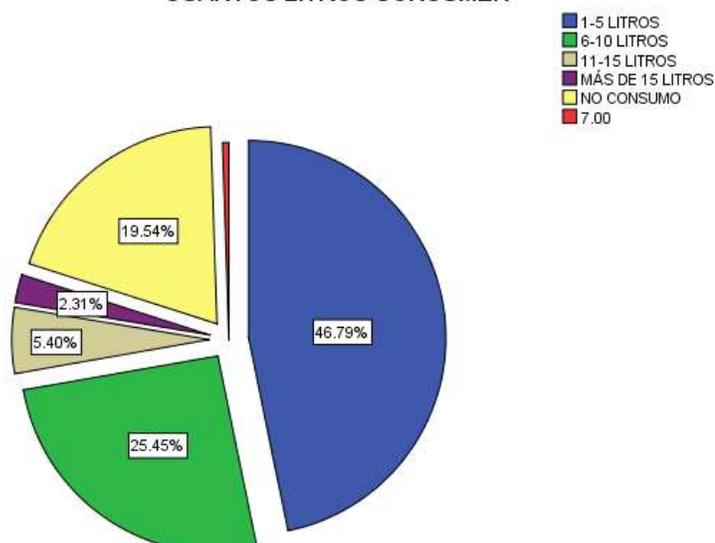
El tipo de leche con mayor consumo en la región, es la leche entera, representando un 57.58.

QUÉ MARCA CONSUME CON MAYOR FRECUENCIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ALPURA	49	12.6	12.6	12.6
LALA	162	41.6	41.6	54.2
ZARAGOZA	54	13.9	13.9	68.1
NUTRILECHE	38	9.8	9.8	77.9
BONALECHE	9	2.3	2.3	80.2
NO CONSUMO	75	19.3	19.3	99.5
VITALIGHT	2	.5	.5	100.0
Total	389	100.0	100.0	

La marca más consumida es la LALA dándole un 44% de la gente encuestada

CUÁNTOS LITROS CONSUMEN



El rango de consumo de leche más consumido en la región es de 1 a 5 litros por semana dándole un 46.79% de los encuestados.

QUIÉN DE LA FAMILIA CONSUME EL PRODUCTO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NIÑOS	132	33.9	33.9	33.9
	ADOLESCENTES	46	11.8	11.8	45.8
	ADULTOS	105	27.0	27.0	72.8
	ADULTOS MAYORES	28	7.2	7.2	79.9
	NO CONSUMO	76	19.5	19.5	99.5
	7.00	2	.5	.5	100.0
	Total	389	100.0	100.0	

Los mayores consumidores de leche en los hogares, está representado por los niños con un porcentaje del 33.9%

DÓNDE AQUIERE EL PRODUCTO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SUPERMERCADO	136	35.0	35.0	35.0
	TIENDA DE CONVENIENCIA	32	8.2	8.2	43.2
	ABARROTES	141	36.2	36.2	79.4
	NO CONSUMO	73	18.8	18.8	98.2
	DOMICILIO	5	1.3	1.3	99.5
	7.00	2	.5	.5	100.0

Total	389	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

Al momento de comprar la leche el lugar donde la adquieren son los abarrotes dándole un 36.2%, pero casi con el mismo porcentaje donde se

adquiere son el supermercado con un 35% siendo estos los dos lugares más importantes para adquirir la leche.

CUÁNTO GASTA A LA SEMANA EN LECHE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0-\$50.00	100	25.7	25.7	25.7
\$51.00-\$100.00	129	33.2	33.2	58.9
\$101.00-\$150.00	52	13.4	13.4	72.2
MÁS DE \$150.00	30	7.7	7.7	79.9
NO CONSUMO	76	19.5	19.5	99.5
7.00	2	.5	.5	100.0
Total	389	100.0	100.0	

El gasto semanal para adquisición de la leche es de \$51 a \$100 pesos por semana dándole un 33.2% de los encuestados.

CONSUMEN LECHE * TIPO DE LECHE DE MAYOR CONSUMO Crosstabulation

Count

		TIPO DE LECHE DE MAYOR CONSUMO						Total
		ENTERA	LIGHT	DESLACTOSADA	ALMENDRA	CHOCOLATE	NO CONSUMO	
CONSUMEN LECHE	SÍ	224	31	53	1	2	0	311
	NO	0	0	0	0	0	78	78
Total		224	31	53	1	2	78	389

De los encuestados que, si consume leche, la de su mayor preferencia es la de tipo entera, que ya

que para ellos cuenta con más nutrientes y es lo más importante para la salud.

		QUÉ MARCA CONSUME CON MAYOR FRECUENCIA							Total
		ALPURA	LALA	ZARAGOZA	NUTRILECHE	BONALECHE	NO CONSUMO	VITALIGHT	
TIPO DE LECHE DE MAYOR CONSUMO	ENTERA	22	119	41	35	7	0	0	224
	LIGHT	10	17	8	1	0	0	0	31
	DESLACTOSADA	17	26	8	2	1	0	0	53
	ALMENDRA	0	1	0	0	0	0	0	1
	CHOCOLATE	0	0	2	0	0	0	0	2
	NO CONSUMO	0	0	0	0	1	75	2	78
Total		49	162	56	38	8	76	2	389

El tipo de mayor consumo de leche es leche entera, con una marca que sobre sale siendo LALA la que más se consume en la región.

DÓNDE AQUIERE EL PRODUCTO * QUÉ HACE SI NO ENCUENTRA LA MARCA

		QUÉ HACE SI NO ENCUENTRA LA MARCA					Total
		NO COMPRA	COMPRA OTRO MARCA	VA A OTRO LUGAR	NO CONSUMO	7.00	
DÓNDE AQUIERE EL PRODUCTO	SUPERMERCADO	25	54	56	1	0	136
	TIENDA DE CONVENIENCIA	9	15	7	1	0	32
	ABARROTOS	16	83	42	0	0	141
	NO CONSUMO	0	0	0	73	0	73
	DOMICILIO	1	1	0	3	0	5
	7.00	0	0	0	0	2	2
Total		51	153	105	78	2	389

Donde se adquiere la leche con mayor frecuencia es en las tiendas de conveniencia (Abarrotos), al momento de no encontrar la marca de su

preferencia se compra de otra marca, por el hecho de consumir leche.

CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SABOR	142	36.5	36.5	36.5
	TEXTURA	77	19.8	19.8	56.3
	CADUCIDAD	52	13.4	13.4	69.7
	OLOR	21	5.4	5.4	75.1
	COLOR	19	4.9	4.9	79.9
	NO CONSUMO	76	19.5	19.5	99.5
	7.00	2	.5	.5	100.0
Total		389	100.0	100.0	

Las características de calidad que los consumidores le dan más importancia para adquirir el producto, como número uno el sabor,

seguido textura de la leche, la calidad, el olor que la caracteriza y como último tenemos el color

CARACTERÍSTICAS DE COMPRA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRECIO	105	27.0	27.0	27.0
	MARCA	81	20.8	20.8	47.8
	ENVASE	46	11.8	11.8	59.6

PRESENTACION	79	20.3	20.3	79.9
NO CONSUMO	76	19.5	19.5	99.5
7.00	2	.5	.5	100.0
Total	389	100.0	100.0	

Las características de compra que debe tener el producto para ser atractivo al consumidor y poder adquirirlo son, principalmente el precio por que depende del alcance financiero de cada uno, seguido de la marca, algunos consumidores le son fieles a la marca, envase se ha caracterizado por echo visual para adquirirlo y por último la presentación porque así dosifica la cantidad de consumo y proyecta el tiempo de consumo.

CONCLUSIONES

Se concluyó que en la región de Delicias Chihuahua se consume leche siendo los niños los mayores consumidores de leche en el hogar, un consumo aproximado es de 1 a 5 litros por semana; las tiendas de abarrotes y supermercados son los lugares en donde se adquiere con mayor frecuencia el producto; con un gasto semanal aproximado de \$ 51 a 100 solamente en leche. Las características más importantes al adquirir el producto es el sabor como primer carácter de calidad y el precio como primera característica de compra del producto.

LITERATURA CITADA

- <https://atochaeconomia.wikispaces.com/file/view/1%C2%BAA+Leche.pdf>
- <http://www.redalyc.org/pdf/141/14125584005.pdf>
- <http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/64162-mexico-octavo-pais-consumo-global-leche>
- Malhotra Naresh, 2008. Investigación de Mercados.5a Edicion Pearson Educación, Mexico.
- Holmes Rodríguez E.; Luis Fernando Restrepo B.; Libia Inés Martínez H. 2014. Conocimientos, gustos y prácticas sobre el consumo de lácteos en una población escolar de la ciudad de Medellín-Colombia. *Perspectivas En Nutrición Humana. Colombia.*
- Estudio de Mercado de la Leche. 14 de Noviembre, 22:00 horas.
- <https://atochaeconomia.wikispaces.com/file/view/1%C2%BAA+Leche.pdf>
- <http://www.redalyc.org/pdf/141/14125584005.pdf>

Copyright (c) 2018 Edgar Omar Carrasco Rivera, José Eduardo Magaña Magaña, Victor Hugo Villarreal Ramirez,

Christian Mauricio Kiessler Davison y María Elvira González Anchondo



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.

[Resumen de licencia - Texto completo de la licencia](#)