

# “COMERCIALIZACIÓN DEL ALCATRAZ PARA MEJORA DEL AMBIENTE”

*Laura Paulette Campos Maldonado<sup>1</sup>*

*Magdalena Socorro Patiño Hernández<sup>2</sup>*

## **RESUMEN**

El siguiente trabajo será presentado como el resultado de la estancia que los alumnos de 7mo semestre en la Licenciatura en Agronegocios se encargaron de desempeñar durante un semestre, tomando en cuenta los conocimientos adquiridos pudieron valorar y colaborar con el proyecto de la construcción de un humedal artificial para el tratamiento de aguas residuales en presa de Silva en la comunidad de San Francisco del Rincón Guanajuato con la plantación de alcatraces para su comercialización y apoyo a la comunidad que se les asigno el Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato.

## **Objetivo**

Determinar si el proyecto es viable e implementar estrategias de mejora como; administración de personal, plan de negocio, estrategia de marketing sustentable en la comunidad de San Francisco del Rincón Guanajuato donde se está desarrollando.

## **Alcatraces**

Esta planta es originaria de África “Es una planta herbácea de la familia de las aráceas, capaz de sobrevivir al invierno suave, pero vulnerable en zonas frías. Cuando hay heladas su crecimiento se detiene, pero se recupera rápidamente. Crece de forma natural a partir de

---

<sup>1</sup> 9° semestre, Universidad de Guanajuato, sneaky.bell.3@gmail.com

<sup>2</sup> 9° semestre, Universidad de Guanajuato, magie\_agron@outlook.com

rizomas. Las hojas son grandes y coriáceas, de un verde oscuro y bordes ondulados, de las que salen vástagos que terminan en unas flores blancas o amarillas en forma de trompeta.” (SIAP, 2014). Como agronegocio no sólo se queda en la producción de las flores, también es una alternativa de comercialización y puntos de venta en todo el país, ayuda al ambiente y evita la contaminación, de igual manera se obtiene beneficios económicos con esta actividad y generadora de empleos.

### **Comercialización**

En las primeras semanas se dedicaron a conocer el lugar donde se realizara el estudio de mercado y la institución en la que se trabajara el proyecto de "estudio de mercado de alcatraz" los cuales se producirán en el humedal artificial del ANP Presa de Silva que está ubicado en San Francisco del Rincón “La presa de Silva es un hábitat de importancia internacional en el que hibernan más de 25 especies migratorias procedentes de Canadá y Estados Unidos de Norteamérica” (Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato, 1997). Se realizó un estudio de mercado a la población de Guanajuato Capital, León y San Miguel de Allende, donde se hicieron encuestas del alcatraz (Ver Anexos), posteriormente se graficaron los resultados y de esa manera vimos el impacto que tiene sobre la población, para esto utilizamos de muestra imágenes con 6 tipos diferentes de alcatraces, el blanco que ya se conoce y otros 5 de diferentes colores como lo es el amarillo, blanco con morado, morado oscuro, rojo y rosa, los resultados fueron positivos y se tiene previsto que el producto tendrá buen impacto ya que muchos no conocían sobre la existencia de alcatraces de colores. Se hizo una investigación del producto viendo los meses en los que se siembra y en cuales falta para así realizar estrategias y vender el producto a lo largo del año.

Se hizo un análisis FODA para localizar las principales fortalezas y debilidades que hay posteriormente se hicieron estrategias para unir cada punto, se realizaron algunas ideas para la

marca algo que fuera llamativo que se transmitiera el hecho de ser 100% guanajuatense y ecológico utilizando estrategias del marketing sustentable Maram (2016) con colores y que el nombre tuviera un toque de originalidad sin perder la esencia natural, debía tener una frase o bien un eslogan que llamara la atención y se buscaron significados de los alcatraces y que representa para las personas se hizo un enlistado de ideas, para la publicidad se hizo un catálogo de clientes y se buscaron imágenes en internet sobre estas flores para su venta. A la marca ya diseñada se le hizo una prueba con diferentes personas, esto con el fin de ver que tanta atención atrae y con ayuda de los comentarios capturados se podrá fortalecer este tipo de marca. (Ver Anexos).

Se terminaron los estudios de mercado de las ciudades León, Guanajuato Capital y San Miguel de Allende, en el estudio se calendarizo unas fechas importantes para el consumo de los alcatraces y se comenzó con la publicidad y al diseño de la página de internet.

### **Ambiente.**

Como parte de los avances de investigación, se propuso una estrategia para darle valor agregado al producto y al mismo tiempo un apoyo para el medio ambiente, es el marketing sustentable para impulsar esta actividad y para el beneficio de las comunidades ya que se puede contribuir a la no contaminación utilizando los alcatraces ya que las condiciones del lugar favorecen su proliferación y esta es una oportunidad viable para desarrollar un agronegocio como la floricultura impulsando las comunidades involucradas a obtener beneficios económicos, Maram (2016) define el marketing sustentable como “El proceso por el cual una organización satisface las necesidades del mercado al desarrollar y comercializar, de manera rentable, bienes y servicios que son compatibles con tres ejes: social, económico y ambiental, desde su cadena de valor hasta el posconsumo”.

## **Conclusiones**

En experiencia fuera de los salones de clase, se puede decir con mucha seguridad; que todo aquello que nosotros deseamos lo formaremos nosotros mismos, las expectativas se cumplieron y algunas otras sobrepasaron límites, la estancia es un encuentro contigo mismo, y con un grupo de personas que conocen lo mejor de ti, ayudar al ambiente es un trabajo cotidiano que requiere mucha perseverancia. El desarrollo de este proyecto demostró que es una alternativa viable para impulsar el cuidado del medio ambiente y desarrollar una visión empresarial en la comunidad donde se lleva a cabo.

## BIBLIOGRAFÍA

**Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato**, 1997, Áreas naturales Protegidas,

Consultado: 25 de mayo del 2016, disponible en línea:

<<http://ecologia.guanajuato.gob.mx/sitio/areas-naturales-protegidas/29/Presa-de-Silva-y-%C3%81reas-Aleda%C3%B1as>>

**Luis Maram**, 2016, Inspiring marketing, ¿Qué es el marketing sustentable?, Consultado: 26 de

junio del 2016, disponible en línea: <<http://www.luismaram.com/2013/06/26/que-es-el-marketing-sustentable/>>

**SIAP** (Servicio de información agroalimentaria y pesquera, México) 2014, Consultado: 21 de

mayo del 2016, disponible en línea: <<http://www.siap.gob.mx/alcatraz/>>

## Anexos



Encuestas de alcatrazes.						
¿Te gustan los alcatrazes?	<input type="button" value="Si"/>		<input type="button" value="No"/>			
¿compras seguido los alcatrazes?	<input type="button" value="Si"/>		<input type="button" value="No"/>			
¿Conoces los alcatrazes de colores?	<input type="button" value="Si"/>		<input type="button" value="No"/>			
¿Qué colores prefieres?	<input type="button" value="Rosa"/>	<input type="button" value="Morado"/>	<input type="button" value="Amarillo"/>	<input type="button" value="Blanco"/>	<input type="button" value="Rojo"/>	
¿Cuánto pagarías por un alcatraz?	\$5	<input type="checkbox"/>	\$6.50	<input type="checkbox"/>	\$8	<input type="checkbox"/>
¿Compraría los alcatrazes de manera igual que cualquier otro tipo de flor?	<input type="button" value="Si"/>		<input type="button" value="No"/>			