

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA ZONA DE
CUYAMEL, CIUDAD DE CATACAMAS EN EL AÑO 2024.**

POR:

ELDER JOSUE MARQUEZ OCHOA

DIAGNÓSTICO



CATACAMAS, OLANCHO

HONDURAS, C.A.

SEPTIEMBRE, 2024

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA ZONA DE
CUYAMEL, CIUDAD DE CATACAMAS EN EL AÑO 2024.**

**POR:
ELDER JOSUE MARQUEZ OCHOA**

**JOSÉ ANTONIO PADILLA SALGADO M.Sc.
ASESOR PRINCIPAL**

**ESTUDIO PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE
AGRICULTURA COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AGROPECUARIAS.**

CATACAMAS, OLANCHO

HONDURAS, C.A.

SEPTIEMBRE, 2024

DEDICATORIA

A **Dios**, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y haberme permitido llegar hasta este punto, por darme salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y gran amor.

A **mis amados padres** Fermin Márquez Márquez y Nohemí Elizabeth Ochoa Molina, por sus consejos sabios, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien; por ser ellos una de mis motivaciones de superación, sin ellos no estaría donde me encuentro ahora y por su apoyo permanente para conmigo en la búsqueda de mis aspiraciones.

A **mi esposa** Fátima Damaris Torres Mejía, por haber estado conmigo cuando han existido logros y fracasos en mi vida, por su apoyo incondicional, su confianza para poder culminar mi carrera con éxito, pero más que nada por su amor.

A **mi hermano** Henri Maudiel Márquez Ochoa, quien me ha apoyado en todo momento y nunca ha perdido la fé en mí.

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso por darme la sabiduría y por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi vida.

A mis queridos padres, Fermín Márquez Márquez y Nohemí Elizabeth Ochoa Molina, por el constante apoyo tanto emocional como económico, por su amor, tolerancia, sacrificio, por guiarme y ser los pilares más importantes de mi formación y educación.

A mi esposa, Fátima Damaris Torres Mejía, por haber estado conmigo durante este proceso, por la confianza que ha depositado en mí, por su amor, y por el apoyo incondicional que me da siempre.

A mi hermano, Henri Maudiel Márquez Ochoa, de quien he recibido apoyo incondicional en todo momento, siempre he podido contar con sus sabios consejos y por estar presente en los momentos que he necesitado de su ayuda.

A mis queridos asesores M.Sc. José Antonio Padilla, M.Sc. Mariano Guillen y M.Sc. Selmira Cruz, por darme parte de su tiempo para asesorarme en mi tesis, por su valiosa amistad y por sus importantes aportaciones para la finalización de este trabajo.

A la Universidad Nacional de Agricultura, por brindarme la oportunidad de formarme como profesional. A los docentes que participaron en mi desarrollo académico transmitiendo sus conocimientos para mi formación profesional.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
LISTA DE CUADROS	7
LISTA DE FIGURAS	8
LISTA DE ANEXOS	9
GLOSARIO	10
RESUMEN	11
I. INTRODUCCIÓN	12
II. OBJETIVOS	13
2.1. Objetivo general	13
2.2. Objetivo específico	13
III. REVISIÓN DE LITERATURA	14
3.1. Demanda de mantequilla y queso a nivel mundial	14
3.2. Demanda de mantequilla y queso a nivel de América Latina	14
3.3. Demanda de mantequilla y queso a nivel de Centroamérica	15
3.4. Demanda de mantequilla y queso a nivel de Honduras	15
3.5. Demanda	16
3.6. Tipos de demanda	16
3.6.1. Ventajas y desventajas del método Pull	17
3.6.2. Ventajas y desventajas del método Push	17
3.7. Factores que influyen en la demanda	17
3.8. Queso	18
3.9. Mantequilla	18
IV. MATERIALES Y MÉTODOS	19
4.1. Descripción del lugar	19
4.2. Nivel de la investigación	19

4.2.1.	Nivel descriptivo.....	20
4.2.2.	Investigación no experimental.....	20
4.2.3.	Investigación de corte transversal.....	20
4.3.	Diseño	21
4.4.	Enfoque.....	21
4.5.	Población y muestra.....	22
4.6.	Análisis y tabulación de la información.....	22
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	25
5.1.	Información general.....	25
5.2.	Consumo de queso y mantequilla en su hogar.....	26
5.3.	Producto más consumido en su hogar.....	26
5.4.	Gusto y preferencia del consumidor.....	27
5.5.	Frecuencia de consumo.....	27
5.6.	Frecuencia de compra.....	28
5.7.	Cantidad comprada de lácteos.....	29
5.8.	Precio de adquisición.....	29
5.9.	Presentación del producto.....	30
5.10.	Dónde adquiere sus productos.....	31
5.11.	procedencia de los productos lácteos.....	31
	CONCLUSIONES.....	33
	RECOMENDACIONES	35
	BIBLIOGRAFÍA	36
	ANEXOS	39

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Operacionalización de variable	24
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica del sitio de estudio.	19
Figura 2. Datos generales.	25
Figura 3. Consumo de queso y mantequilla.	26
Figura 4. Consume mayor cantidad de queso o mantequilla.	26
Figura 5. Criterios al momento de la compra.	27
Figura 6. Frecuencia de consumo de productos lácteos.	28
Figura 7. Frecuencia de compra de productos lácteos.	28
Figura 8. Libras de producto lácteo compradas.	29
Figura 9. Precio al que adquiere la libra de productos lácteos.	30
Figura 10. Presentación en la que adquiere el producto.	30
Figura 11. Lugar de adquisición del producto lácteo.	31
Figura 12. Procedencia de los lácteos que compran.	32

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a los pobladores de Cuyamel.....	39
--	----

GLOSARIO

FEDELECHE Federación Nacional de Productores de Leche

EMR Enterprise Market Report

OEC Organismo Evaluador de la Conformidad

ANED Asesores Nacionales Especializados para el Desarrollo

Lean magro, frugal, sin grasa, pobre, escaso.

UNP Universidad Nacional de la Plata

Márquez Ochoa E, J. 2024. Análisis de la demanda de productos lácteos en la zona de cuyamel, ciudad de Catacamas en el año 2024. Diagnóstico Pregrado Administración de Empresas Agropecuarias. Universidad Nacional de Agricultura. Catacamas, Olancho, Honduras. 41 pág.

RESUMEN

Los productos lácteos se consideran básicos en la dieta alimenticia de la población de la zona de Cuyamel. En este trabajo se estudiaron los diferentes gustos y preferencias del consumidor, cantidades y frecuencia de consumo, precio de adquisición al momento de la compra, presentación de producto, la procedencia del producto y su lugar de adquisición. Fueron aplicadas 96 encuestas directas, permitiendo hacer un análisis a cerca de la demanda de productos lácteos. Los resultados muestran que el 67% de los participantes fueron mujeres; en cuanto a las edades, oscilaron entre 31 a 45 años; en su mayoría egresados de la primaria, con 4-6 personas integrando su familia y obteniendo un ingreso mensual menor a 7,000 lempiras; Cuyamel es un buen mercado para los productos lácteos, siendo el queso el producto más consumido, realizando su consumo de 2-3 veces por semana, prefiriéndolo por su sabor, realizando compras de manera semanal, comprando de 1-2 libras y adquiriendo los productos en bolsas plásticas a un precio entre 51-65 lempiras. La mayoría de las personas afirman que los productos lácteos que compran y posteriormente consumen son provenientes de Catacamas y usualmente los adquieren en las pulperías que se encuentran en la zona de Cuyamel.

Palabras claves: demanda, precio y consumo.

I. INTRODUCCIÓN

La investigación consiste en analizar la demanda de productos lácteos en la zona de Cuyamel, ciudad de Catacamas en el año 2024. El sector de la leche y sus derivados se consideran de gran importancia por las propiedades nutritivas de sus productos para el consumo humano, por lo que se considera un producto básico en la dieta alimenticia de la población. Además, el sector es de gran importancia para la economía nacional y es un gran generador de empleo en el cual participan pequeños, medianos y grandes productores. (Tejeda, 2020)

Los productos lácteos se consideran la mejor fuente dietética por el contenido y la biodisponibilidad del calcio que contienen, y ofrecer la ventaja adicional de proporcionar aportes significativos de otros nutrientes, contribuyendo así a la mejora de la calidad nutricional de la dieta. Se acepta que las mejores fuentes dietéticas de calcio son la leche (120 mg/100 g) y los derivados lácteos (pueden contener hasta 1,1g/ 100 g), con una absorbabilidad del 32 %. (Rovira, 2015)

La mantequilla se considera uno de los alimentos básicos utilizados en muchos productos alimenticios cocinados en el hogar en todo el mundo, lo que lleva a una mayor demanda. (Mordor, 2024) El queso ha sido durante mucho tiempo un alimento básico en la cocina de muchos países y, en aquellas culturas donde se ha introducido más recientemente, la demanda sigue aumentando. (FEDELECHE, 2024)

Esta investigación comprende siete partes la primera muestra la presente introducción, en la segunda los objetivos generales y específicos, la tercera la revisión de la literatura, la cuarta parte muestra la metodología, la quinta el cronograma, la sexta el presupuesto, y por último se presenta la bibliografía y anexos.

II. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Analizar la demanda de productos lácteos en la zona de Cuyamel, ciudad de Catacamas en el año 2024.

2.2. Objetivo específico

Recolectar información sobre demanda actual de queso y mantequilla por la población de Cuyamel.

Analizar la información recolectada bajo criterios previamente establecidos.

Presentar informe de resultados en el cual se muestra la demanda actual y otros aspectos de importancia como gustos y preferencias, elementos económicos, culturales que condicionan el mercado local y que influyen en la demanda, de los productos lácteos.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

3.1. Demanda de mantequilla y queso a nivel mundial

Más de 6,000 millones de personas en el mundo consumen leche y productos lácteos; la mayoría vive en los países en desarrollo. A medida que nos preparamos para una recesión mundial, se espera que la demanda de productos lácteos disminuya. (FAO, 2019)

La Unión Europea se convirtió en el máximo consumidor de queso del mundo en 2022. En concreto, se registró una ingesta de este producto lácteo de aproximadamente 9,4 millones de toneladas métricas en el conjunto de los países de la UE durante el año referido. Estados Unidos y Rusia se situaron en segunda y tercera posición, respectivamente. (Orús, 2023)

El tamaño del mercado de mantequilla se estima en 31,20 mil millones de dólares en 2024 y se espera que alcance los 37,57 mil millones de dólares en 2029, creciendo a una tasa compuesta anual del 3,79% durante el período previsto (2024-2029). El aumento de la producción de productos lácteos debido a la modernización de la producción lechera permite una producción significativa de mantequilla en Asia, América del Norte y otras regiones. Además, los hogares cocinan cada vez más con mantequilla o la untan sobre las tostadas matutinas. Los consumidores tienen fácil acceso a una amplia gama de marcas de mantequilla en cualquier supermercado, hipermercado y minoristas en línea. Estos factores han estado impulsando el mercado de la mantequilla en todo el mundo. (Mordor, 2024)

3.2. Demanda de mantequilla y queso a nivel de América Latina

En cuanto a la cuota de mercado del queso en América Latina en 2020, Brasil produce 750.000 toneladas de queso del mundo, lo que representa el 3,5%. Según un estudio

realizado en 2021, el consumo medio de queso en América Latina representa 455.000 toneladas en Argentina, 569.000 toneladas de queso en México y el más alto en Brasil hasta 824.000 toneladas. Además, estos países son los países con mayor demanda de queso en América Latina. Entre todas las variedades y tipos famosos, el queso fresco es la originaria de América Latina. (EMR, 2022)

El consumo de mantequilla en México 2023, fue de aproximadamente 268 mil toneladas, un aumento del 1.5%, en comparación con 2022, siendo el sector hotelero y restaurantero el principal impulsor del consumo de este lácteo; en tanto que los procesadores de alimentos y el sector de panadería consumen alrededor del 80% del suministro de mantequilla, señala el boletín informativo del Consejo Nacional Agropecuario. (Ríos, 2024)

3.3. Demanda de mantequilla y queso a nivel de Centroamérica

El año pasado el principal comprador de queso y requesón en Centroamérica fue El Salvador, con \$127 millones, seguido de Panamá, con \$54 millones, Guatemala, con \$51 millones, Honduras, con \$17 millones, Nicaragua, con \$7.4 millones y Costa Rica, con \$5 millones. (CentralAmericaData, 2017)

En 2022, Guatemala importó \$11,6M en Mantequilla y otras grasas de leche, convirtiéndose en el importador número 72 de Mantequilla y otras grasas de leche en el mundo. En el mismo año, Mantequilla y otras grasas de leche fue el producto número 422 más importado en Guatemala. (OEC, 2023)

3.4. Demanda de mantequilla y queso a nivel de Honduras

Los productos de mayor demanda en Honduras por los hábitos de consumo son el queso semiseco, mantequilla rala, crema y en la zona norte se acostumbra el consumo del queso fresco. La cobertura del mercado local y el mercado regional, haciendo la entrega según los requerimientos y donde exista una gran demanda insatisfecha. A continuación, se detallan las características de los productos:

□Propiedades del queso en contenido de vitaminas y minerales: a nivel de micronutrientes se puede destacar el alto contenido de vitaminas del grupo B y minerales como el calcio, fosforo y sodio.

□Propiedades de la mantequilla crema: La mantequilla comercial posee un contenido graso de cerca de un 80% de grasas de mantequilla y un resto de 20% agua; la mantequilla artesanal posee una proporción diferente, llegando a un 65% de grasas y 35% de agua. (ANED, 2023)

El sector de la leche en Honduras se divide principalmente en dos sectores:1. Circuito industrial: En estas se incluyen los grandes productores, que cuentan con fincas con grandes infraestructuras que procesan y pasterizan la leche y que producen y comercializan otros productos derivados de la leche.2. Circuito Artesanal: Los pequeños productores que poseen fincas alejadas de centros de población importantes, la calidad de leche es inferior debido a la alimentación del ganado que es a base de pastos. Dentro de su producción se encuentra el queso, cuajada, requesón, crema de jugo y medio jugo, quesillo, mantequilla rala y escurrida entre otros. Estos productos son vendidos a mayoristas y almacenados en bodegas, que a su vez son distribuidos en distintos puntos de venta, incluyendo algunos supermercados y pulperías. (Tejeda, 2020)

3.5. Demanda

La demanda de una empresa se refiere a la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos y son capaces de adquirir de esa empresa en un determinado periodo de tiempo y a un determinado precio. Esta demanda está influenciada por una variedad de factores, incluyendo el precio del producto, la calidad percibida, la disponibilidad de alternativas en el mercado, las preferencias del consumidor, las tendencias económicas y las estrategias de marketing de la empresa. (Torres, 2024)

3.6. Tipos de demanda

Las principales características de los 2 tipos de demanda en los que se centran: el modelo push y el modelo pull.

Modelo push: se caracteriza por la aproximación de producción basada en la demanda anticipada. Implica la necesidad de mantener un mayor inventario y, por tanto, está asociado a una reacción más lenta al cambio de demanda. Uno de sus principales inconvenientes es la falta de ajuste, que propicia la generación de residuos.

Modelo pull: de los dos tipos de demanda este es el más Lean. Destaca por una estrategia que logra impulsar la precisión de la producción, basada en información puntual sobre el consumo real. Este modelo puede mantenerse al día, adaptándose sin problemas a una demanda cambiante. En general, opera sobre una base de inventario mucho menor. (EAE, 2023)

3.6.1. Ventajas y desventajas del método Pull

La ventaja del sistema Pull es que evita la aparición del sobre exceso de inventario; los modelos de pull suelen emplear un sistema de gestión JIT (Just In Time), que limita los costes. Ahora su desventaja es con la resolución de incidencias puntuales, como lo es un pico inesperado de demanda que puedan surgir. (Impulsa, 2023)

3.6.2. Ventajas y desventajas del método Push

El sistema push ofrece algunas ventajas en términos de control de la producción y disponibilidad de productos, pero también presenta desafíos importantes, como el riesgo de sobreproducción, mayores costos de inventario y falta de flexibilidad. Para maximizar los beneficios del sistema push, es importante realizar una planificación precisa y una gestión efectiva de los inventarios para evitar desperdicios y optimizar la producción en función de la demanda real del mercado. (Espinoza, 2023)

3.7. Factores que influyen en la demanda

Ingresos: no todas las personas pueden comprar todo tipo de productos o servicios.

Gustos y preferencias: los consumidores muchas veces saben lo que quieren y necesitan, y pueden ser renuentes a la hora de comprar productos o servicios nuevos.

Precios de bienes y servicios relacionados: la demanda puede depender de cuáles son los precios de otros bienes con los que tienen relación. En este punto, los precios de bienes relacionados pueden ser sustitutos o complementarios.

Expectativas de los consumidores: esta expectativa puede ser sobre el precio de los productos o servicios.

Cantidad de consumidores potenciales: existen mercados muy específicos y especializados, mientras que hay otros más que tienen la posibilidad de abrirse paso de forma masiva. (Torres, 2024)

3.8. Queso

Se designa al producto fresco o madurado que se obtiene por separación parcial del suero de leche o leche reconstituida (entera, parcial o totalmente descremada) o de sueros lácteos, coagulados por la acción física del cuajo, de enzimas específicas, de bacterias específicas, de ácidos orgánicos, solos o combinados, todos de calidad apta para uso alimentario; con o sin agregado de sustancias alimenticias y/o especias y/o condimentos, aditivos específicamente indicados, sustancias aromatizantes y materiales colorantes. (UNP, 2020)

3.9. Mantequilla

Es un alimento tradicional que se elabora desde hace siglos a partir de la grasa de leche, la nata, que se bate hasta obtener el producto. Las antiguas mantequerías, donde la leche se batía a mano, hace tiempo que dieron paso a modernos procesos con los que se obtiene un producto menos ácido y más homogéneo que los de antaño. La mantequilla perfecta debe tener un color amarillento y uniforme y un sabor agradable, además de una textura suave que favorezca que se funda fácilmente en la boca. En general, la mantequilla contiene alrededor de 82% de grasa láctea; el resto de su peso es agua, proteínas, lactosa, minerales y ácido láctico. (Lewis, 2014)

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1. Descripción del lugar

El estudio se llevará a cabo en el sector de Cuyamel, ubicado en el municipio de Catacamas, departamento de Olancho. Cuenta con una población de aproximadamente 12,602 habitantes, 5,902 mujeres y 6,700 hombres, es una zona que consta de 45 comunidades; esta población se dedica a la agricultura y ganadería (INE, 2024).

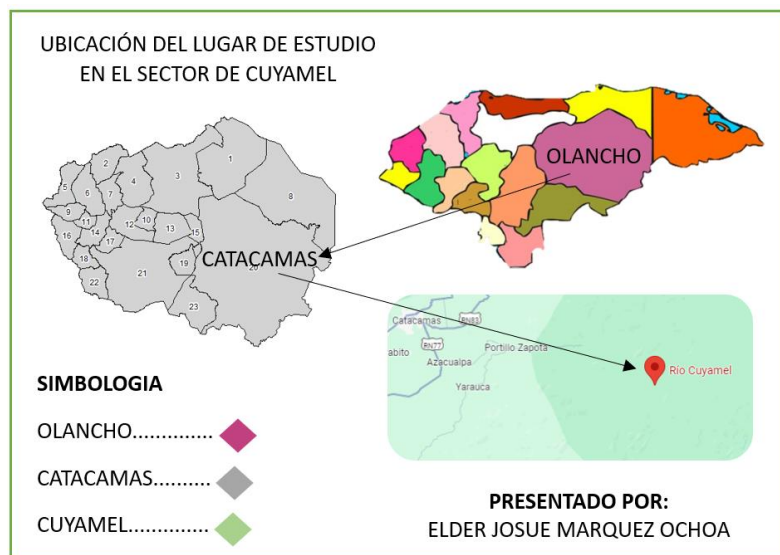


Figura 1. Ubicación geográfica del sitio de estudio.

4.2. Nivel de la investigación

Según su naturaleza o profundidad, el nivel de una investigación se refiere al grado de conocimiento que posee el investigador en relación con el problema, hecho o fenómeno a estudiar. De igual modo cada nivel de investigación emplea estrategias adecuadas para llevar a cabo el desarrollo de la investigación. (Ojeda, 2020)

Por las características propias de la investigación se utilizará un método de diseño no experimental, basados en un enfoque descriptivo. Pues no habrá manipulación deliberada de variables, sino que las unidades muestrales se observarán en su entorno natural, finalmente se recurrirá al modelo transversal, en el cual mediante un instrumento de recolección de información (encuestas), los datos se recolectarán en un tiempo específico.

4.2.1. Nivel descriptivo

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (Arias, 2012)

Se utiliza el alcance descriptivo para esta investigación, por que trata de conocer las características de las personas y comunidades que se implicarán en esta investigación.

4.2.2. Investigación no experimental

El diseño no experimental es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. (Escamilla, 2008)

Se estudiarán las variables en su entorno natural ósea que no será manipulada ninguna variable de la investigación.

4.2.3. Investigación de corte transversal

Corresponden a investigaciones de tipo observacional que permiten estudiar prevalencia de enfermedad, determinar asociación entre variables y el desarrollo de un efecto de interés, conocer propiedades de una prueba diagnóstica, y censar poblaciones; describiendo las características de una población en un momento y lugar determinado.

Esto implica, que no se requieren periodos de seguimiento, que no son prospectivos ni retrospectivos. (Grande, 2023)

Se recolectarán los datos de la variable en un periodo de tiempo específico en una población o grupo de personas predefinidas.

4.3. Diseño

El diseño de la investigación representa las estrategias que adopta el investigador para responder el problema planteado, es decir los pasos que debe seguir para el desarrollo de la investigación: se debe indicar de manera estructurada y funcional las etapas del proceso.

Investigación documental. Un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos, es decir los datos obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales; impresas, audiovisuales o electrónicas.

Investigación de Campo. En cuanto a la investigación de campo, se considera: La recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad, sin manipular o controlar variable alguna. Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen de la realidad o escenarios naturales como, entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

4.4. Enfoque

El enfoque es el punto de vista que se toma a la hora de realizar un análisis, una investigación, una teorización, etc.

Enfoque cuantitativo Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Sampieri, 2004)

El enfoque que se utilizará será el cuantitativo ya que la información se recopilará utilizando la herramienta unidireccional (encuestas). Aplicadas a los consumidores de queso y mantequilla del sector de Cuyamel.

Enfoque cualitativo Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (Sampieri, 2004)

4.5. Población y muestra

Para el desarrollo de la investigación se utilizará el método de selección aleatoria con muestreo probabilístico, para los consumidores de queso y mantequilla del sector de Cuyamel.

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 p \cdot q}$$

N= 12,602

Z= 95%= 1.96

p= 50% = 0.50

q= 50% = 0.50

e= 10%= 0.10

n?

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) \cdot (0.50) \cdot (12,602)}{(0.10)^2 (12,602 - 1) + (1.96)^2 (0.50) \cdot (0.50)} = 96 \text{ encuestas}$$

Para la recolección de datos se aplicarán 96 encuestas con los consumidores de mantequilla y queso que cumplan con las características deseadas en el sector de Cuyamel.

4.6. Análisis y tabulación de la información

Una vez obtenida la información de cada una de las preguntas formuladas en las encuestas se procederá a ordenar, clasificar y procesar la información mediante el uso del programa Microsoft Excel, y finalmente se realizará el análisis de resultados con el propósito de obtener las conclusiones que permitan darle respuesta a los objetivos planteados en la investigación, posteriormente se elaborará y brindará las recomendaciones pertinentes y necesarias para la publicación del documento final.

Cuadro 1. Operacionalización de variable

Objetivo General	Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Definición operativa	Instrumento de medición
Análisis de la demanda de productos lácteos en la zona de Cuyamel, ciudad de Catacamas en el año 2024.	Demanda	Es la cantidad de productos o servicios que los consumidores desean adquirir de esa empresa a diferentes precios y condiciones de mercado. Es una medida de cuánto están dispuestos a comprar los clientes y está influenciada por una variedad de factores (Torres, 2024).	Social	▪ Nivel educativo. ▪ Edad. ▪ Genero.	El desarrollo de la variable y los factores que inciden en esta se operacionalizan con el instrumento de medición encuesta el cual consta de una serie de preguntas y el cual se consideran las siguientes dimensiones como ser social, económica, volumen y preferencia.	Encuesta
			Económica	▪ Ingreso. ▪ Precios. ▪ Frecuencia de compra.		
			Volumen	▪ Unidades de compra ▪ Frecuencia de consumo del producto.		
			Preferencia	▪ Lugar de compra ▪ Atractivo del producto ▪ Tipo de producto ▪ Presentación del producto ▪ Origen del producto		

Fuente: Elaboración propia.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Información general.

En la investigación realizada se muestra que las mujeres fueron las que tuvieron mayor participación (figura 2), sus edades oscilaron entre 31-45 años, la mayor parte de dichos participantes de esta investigación solo cursaron la primaria, las familias están integradas en hogares donde habitan de 4 a 6 personas y sus ingresos económicos son menor a 7,000.00 lempiras. Las mujeres juegan un papel importante en el mercado ya que son ellas las compradoras de los productos que se están investigando, ellas los consumen y también los demás miembros de su familia.

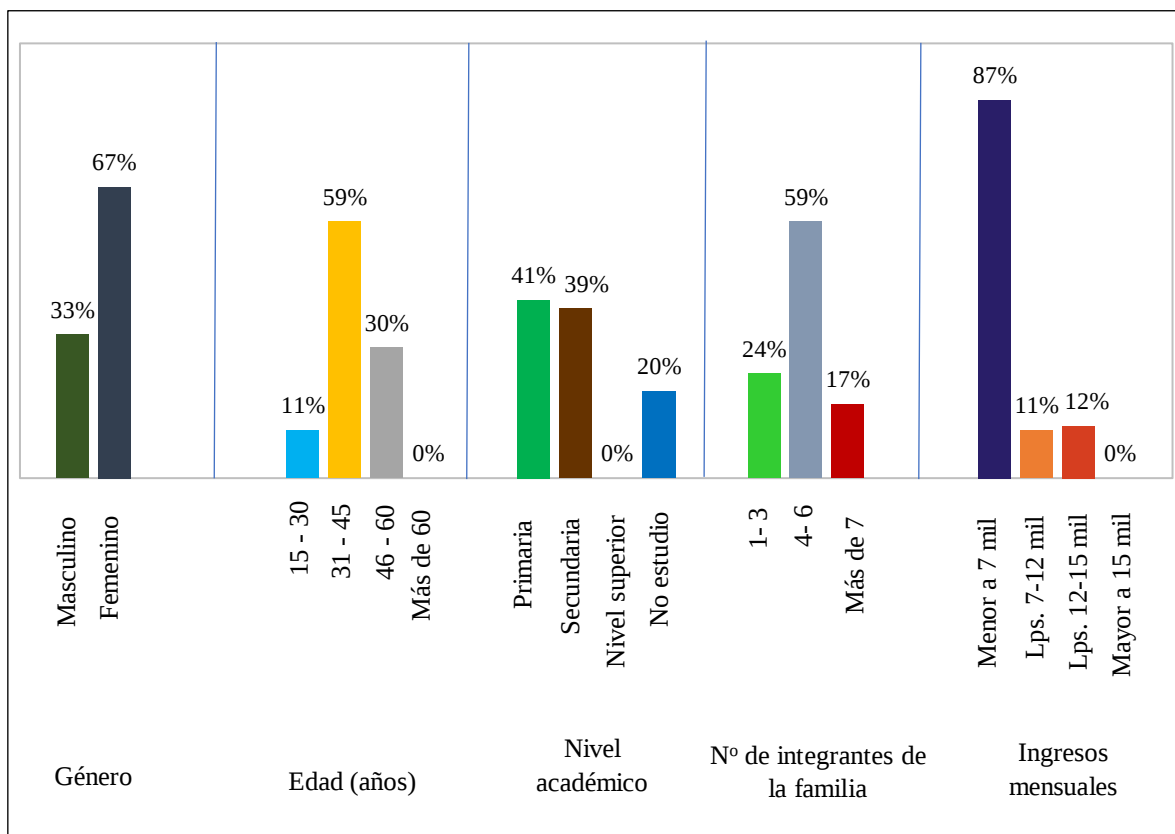


Figura 2. Datos generales.

5.2. Consumo de queso y mantequilla en su hogar.

Al consultar a las personas de Cuyamel si consumen queso y mantequilla en su hogar, se obtuvieron respuestas positivas (figura 3). Lo que indica que, es un buen mercado para los productores de queso y mantequilla.

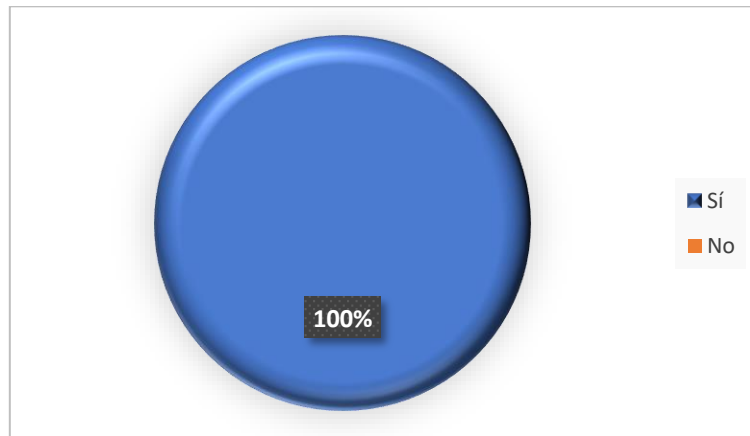


Figura 3. Consumo de queso y mantequilla.

5.3. Producto más consumido en su hogar.

La **figura 4** muestra que la mayoría de las personas encuestadas prefieren acompañar sus comidas con queso en lugar de consumir mantequilla. Representando esta preferencia con 61% la elección del queso.

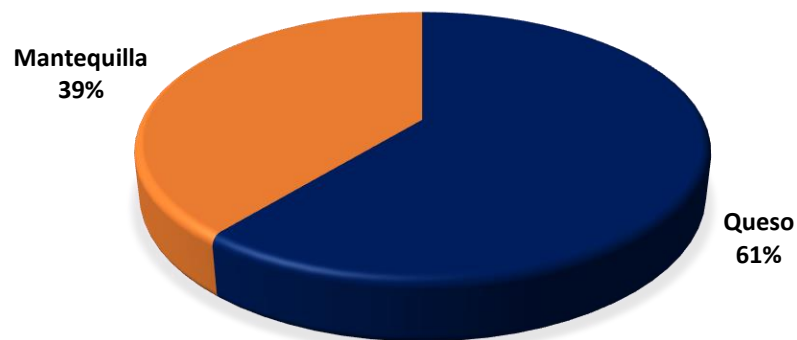


Figura 4. Consume mayor cantidad de queso o mantequilla.

5.4. Gusto y preferencia del consumidor.

Los resultados muestran que más de la mitad de los encuestados (73%) toman una preferencia alta por el sabor del producto; un 21% el precio del producto, posteriormente el olor, seguido de la textura y ninguno de los participantes mostro interés por el color del producto (**Figura 5**). Los consumidores muestran una alta disposición para consumir productos lácteos y consideran que estos alimentos deben tener: un buen sabor y también es muy importante el precio.

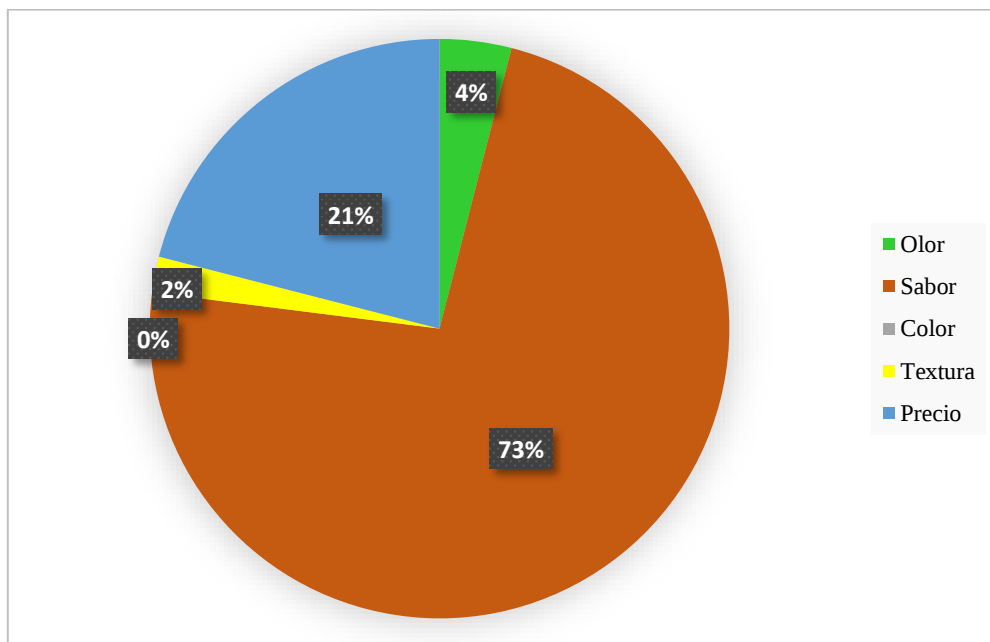


Figura 5. Criterios al momento de la compra.

5.5. Frecuencia de consumo.

La **figura 6** ilustra que el 49% de la población encuestada afirma que consumen de 2 o 3 veces por semana productos lácteos (queso y mantequilla), un 33% consume estos productos de manera semanal y el 18% restante lo consumen diariamente. Estos alimentos tienen una alta demanda, siendo alimentos que se pueden utilizar como acompañantes en diversos platillos que se preparan en los hogares.

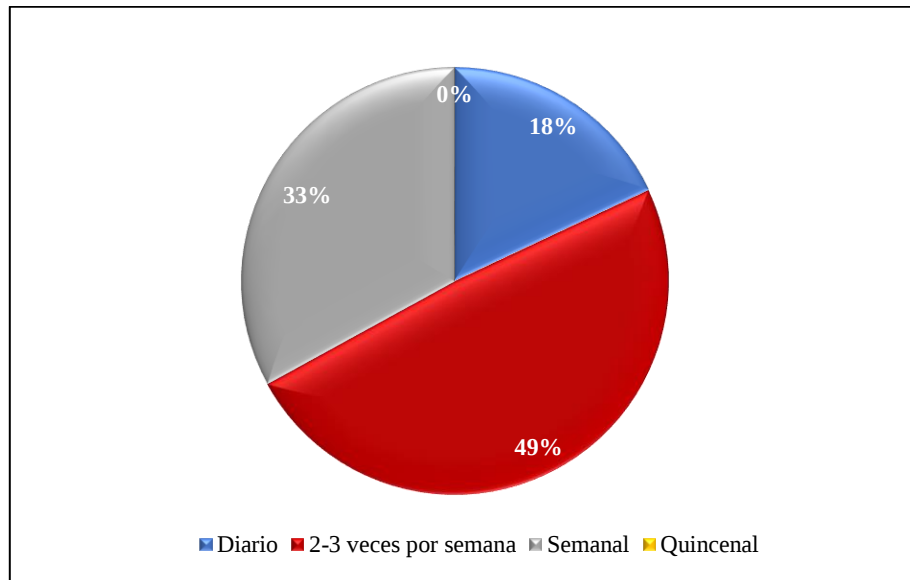


Figura 6. Frecuencia de consumo de productos lácteos.

5.6. Frecuencia de compra.

La figura 7 muestra que la frecuencia de compra en productos lácteos es semanal el cual corresponde a un 84%, posteriormente un 9% lo realizan de manera diaria. Deberían existir varios productores dentro de la zona de Cuyamel para que los costos disminuyan y de esa manera poder mejorar los precios a los consumidores y así poder incrementar la clientela y la frecuencia de compra.

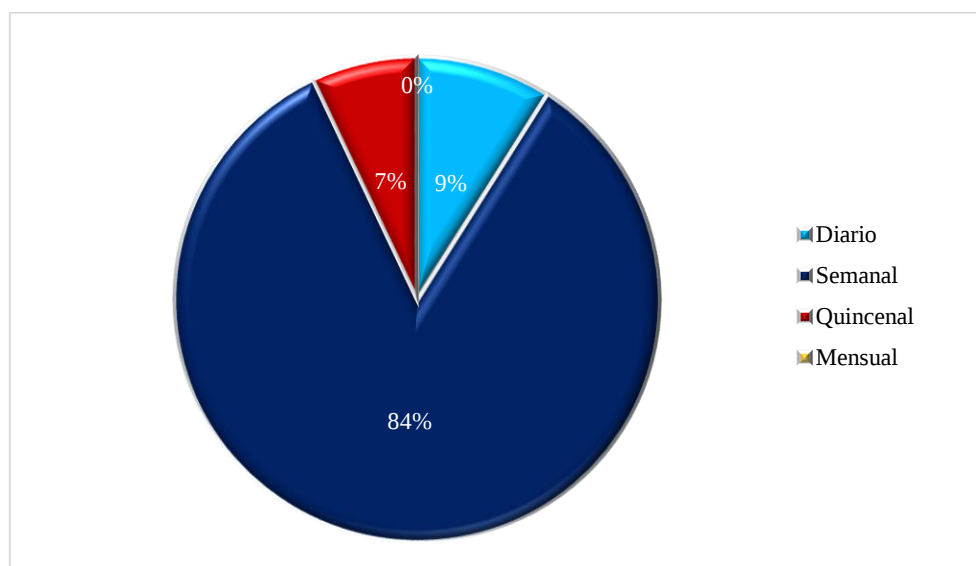


Figura 7. Frecuencia de compra de productos lácteos.

5.7. Cantidad comprada de lácteos.

La **figura 8** nos muestra que el 70% compran entre 1-2 libras de productos lácteos, el 23% compran entre 3-4 libras, un 2% compran entre 5-6 Libras y el 5% restante compran una cantidad mayor a las 6 Libras.

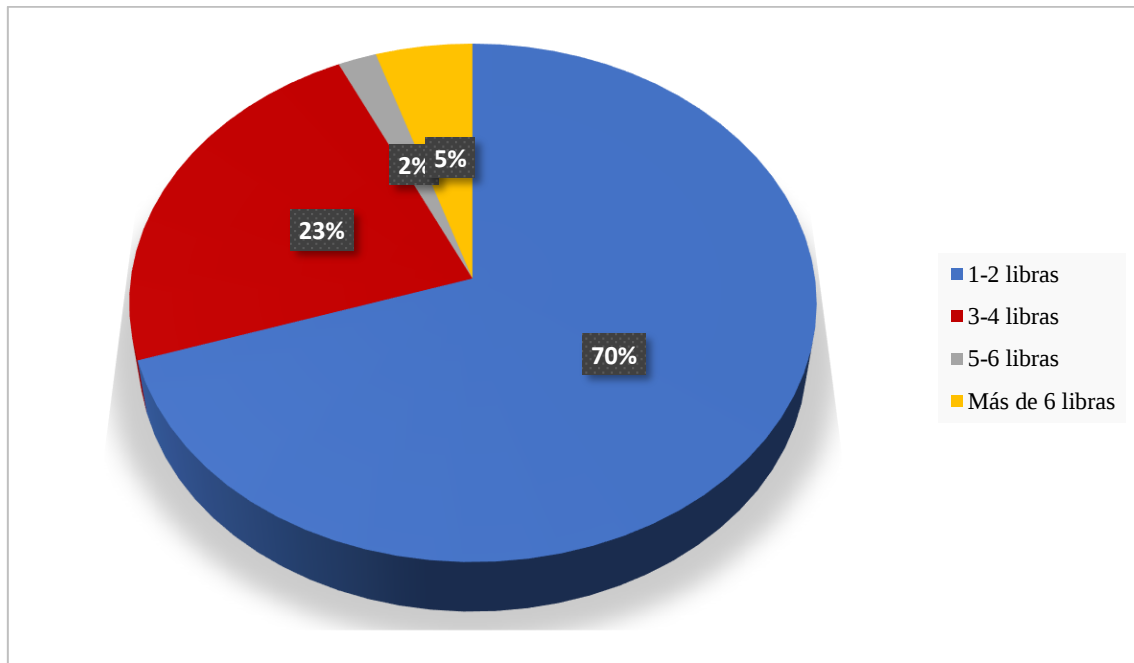


Figura 8. Libras de producto lácteo compradas.

5.8. Precio de adquisición.

La **figura 9** muestra que solamente un 3% de los encuestados adquieren sus productos lácteos a un precio entre 20-35 lempiras, un 26% los adquieren a un precio entre 36-65 lempiras, en su mayoría representado por un 38% lo adquieren entre 51-65 lempiras cada libra y el 33% restante afirma que adquieren estos productos a un precio mayor de 65 lempiras por cada libra.

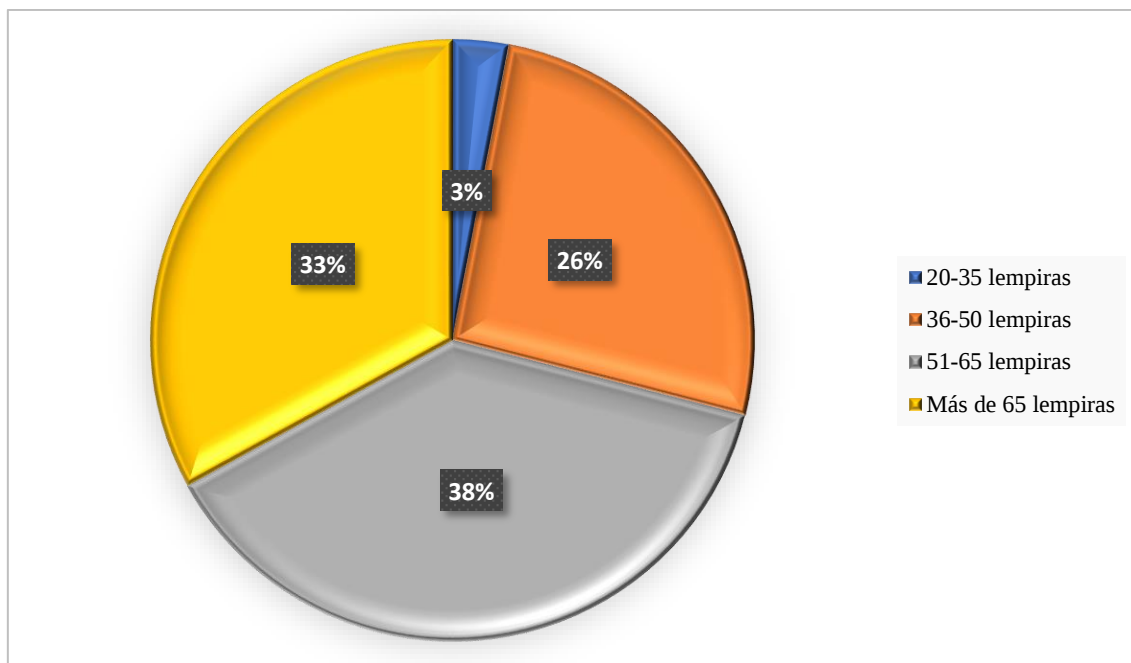


Figura 9. Precio al que adquiere la libra de productos lácteos.

5.9. Presentación del producto.

Definir la presentación en la que se adquieren los productos lácteos. En este sentido la **figura 10**, ilustra que el 98% de las personas adquieren sus productos empacados en bolsa plástica, mientras el 2% los adquieren en bandeja.

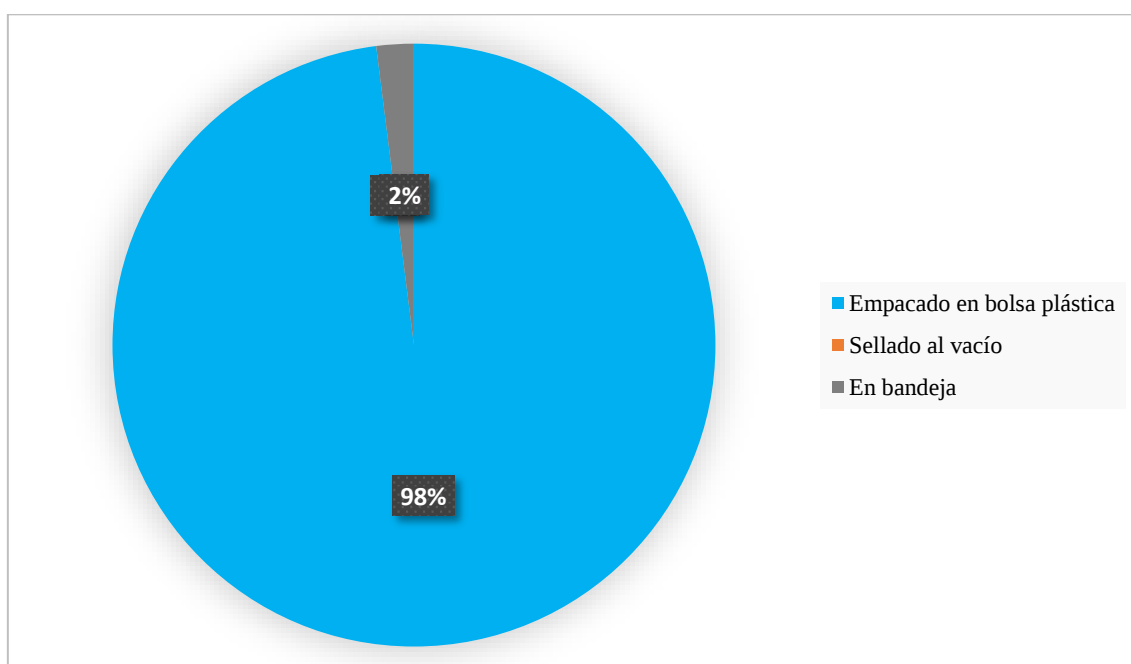


Figura 10. Presentación en la que adquiere el producto.

5.10. Dónde adquiere sus productos.

Según la **figura 11**, muestra que el 96% de los encuestados adquieren sus productos lácteos en pulperías, un 2% los adquieren en supermercados o minisúper y el 2% los adquieren en el mercado.

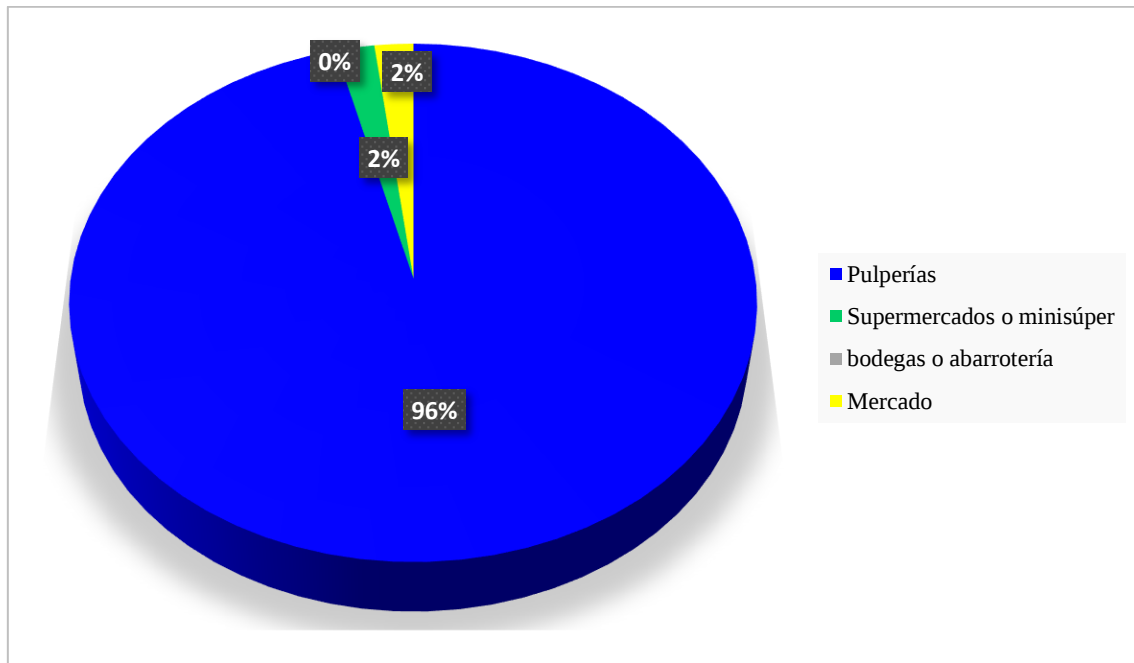


Figura 11. Lugar de adquisición del producto lácteo.

5.11. procedencia de los productos lácteos.

El análisis que se realizó con respecto a la procedencia de los productos lácteos; la **figura 12** nos muestra que el 80% de los que proveen productos lácteos proceden de la Catacamas; un 7% proceden de Juticalpa y el 13% indicaron que los productos lácteos vienen de Tegucigalpa.

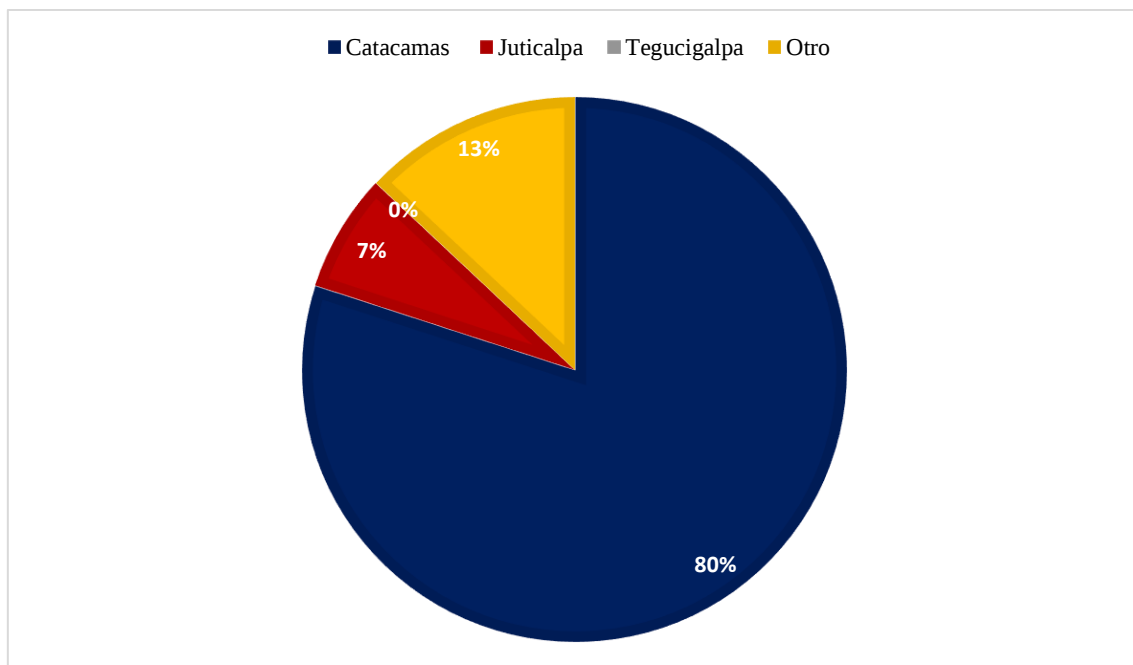


Figura 12. Procedencia de los lácteos que compran.

CONCLUSIONES

De la presente investigación se puede considerar las siguientes conclusiones derivadas de los resultados obtenidos:

De la investigación ejecutada, se concluye que la demanda alcanza los 725,760 lbs/año de productos lácteos como ser el queso y la mantequilla, deduciéndose por la información recolectada que existe una gran demanda por los pobladores de la Zona de Cuyamel.

Con el consumo del 100% encuestados no se identificaron personas con restricciones para este consumo amañera de ejemplo asuntos de salud. Se refleja que existe el mercado de consumo de queso, un mercado bastante amplio como se menciona anteriormente un segmento que representa el 61%.

Se evidencia la importancia que tiene para los consumidores el sabor y el precio ya que el 73% y 21% respectivamente, tienen dentro de su espectro de decisión de compra estos parámetros para los productos lácteos que se ofrecen en el sector de Cuyamel; este estudio refleja que los consumidores muestran una total disposición para consumir los productos lácteos como ser el queso y mantequilla.

La zona de cuyamel es un buen mercado para los productores de queso y mantequilla ya que existe una gran demanda de estos productos por los integrantes de cada familia del sector, en los cuales habitan entre 4 a 6 personas por hogar.

La mayor parte de los consumidores compran sus productos lácteos en las pulperías y los determinantes que influyen al momento de adquirir estos productos lácteos es el sabor y el precio. Según los consumidores la procedencia de los productos lácteos es la ciudad de Catacamas, pero gran cantidad del producto que se consume es netamente de Cuyamel

solo que antes de ser consumido lo trasladan a la ciudad de Catacamas y lo revenden en la comunidad.

Respecto al consumo de productos lácteos, la población encuestada se caracteriza porque el 100% consume productos lácteos y de este porcentaje el 49% tiene un hábito de consumo 2-3 veces por semana de estos alimentos, así pues, los clientes potenciales para este tipo de productos de acuerdo a sus hábitos de consumo, se pueden considerar altos.

Los productos lácteos que están consumiendo proceden de la ciudad de Catacamas y están obteniendo los productos lácteos en bolsas plásticas a un precio entre 51-65 lempiras y realizan sus compras de forma semanal, comprando solamente 1 o 2 libras porque los ingresos de los pobladores son bajos y el producto lácteo que más se demanda en la zona de Cuyamel es el queso, con una participación del 61%, esto significa una oportunidad para el desarrollo de este producto en los mercados

RECOMENDACIONES

Los productores de lácteos deben utilizar leche de calidad y no utilizar leche adulterada para mantener un sabor agradable al paladar de las personas y de esa manera asegurar e incrementar la compra y el consumo de estos productos.

Productores más cercanos a la zona de cuyamel deberían ofrecer sus productos en esa zona ya que hay demanda y su precio sería más factible para los compradores ya que eliminarían los costos de traslado del producto y tendrían la capacidad de dar cada libra a un precio más factible para los pobladores y así las personas de la zona podrán consumir con mayor frecuencia esos productos.

Los consumidores saben lo que quieren y necesitan, y pueden ser renuentes a la hora de comprar productos por ello los productores deben mantener la calidad y el sabor agradable de estos productos lácteos. La demanda depende en gran manera de los precios ya que no todas las personas pueden costear los productos, al eliminar los intermediarios pueden disminuir el precio e incrementar la demanda.

BIBLIOGRAFÍA

- ANED. (2023). PERFIL DE INGRESOS Rubro: Lácteos. Obtenido de https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fsen.hn%2Fwp-content%2Fuploads%2F2023%2F04%2FPerfil-de-ingresos-procesamiento-Lacteos.docx&psig=AOvVaw0sH-I8vUfdCnrKO8wYiy_O&ust=1711255626665000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAUQn5wMahcKEwjI8Z6Qy
- Arias, F. G. (julio de 2012). EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN. Obtenido de <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- CentralAmericaData. (14 de septiembre de 2017). Importación de queso crece 4% en Centroamérica. Obtenido de https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Centroamrica_Importacin_de_queso_crece_4
- CIMEC. (14 de Julio de 2023). La investigación descriptiva y sus características. Obtenido de <https://www.cimec.es/investigacion-descriptiva-caracteristicas/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20es%20aquella,%2C%20un%20fen%C3%B3meno%20concreto%2C%20etc.>
- EAE. (7 de marzo de 2023). 2 tipos de demanda y la tecnología que apoya cada estrategia. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/2-tipos-de-demanda-y-la-tecnologia-que-apoya-cada-estrategia/>
- EMR. (2022). Perspectiva del Mercado Latinoamericano de Queso. Obtenido de <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-latinoamericano-de-queso#:~:text=Seg%C3%BAn%20un%20estudio%20realizado%20en,de%20queso%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.>

- Espinoza, C. (2 de agosto de 2023). Ventajas y desventajas del sistema push. Obtenido de <https://blog.parrotfy.com/es/blog/ventajas-y-desventajas-del-sistema-push>
- FAO. (2019). Portal lácteo. Obtenido de <http://www.fao.org/dairy-production-products/production/es/#:~:text=La%20India%20es%20el%20mayor,%2C%20China%2C%20Pakist%C3%A1n%20y%20Brasil>.
- FEDELECHE. (22 de Enero de 2024). La demanda mundial de queso continúa aumentando. Obtenido de <https://www.fedeleche.cl/ww5/index.php/noticias/noticias-internacionales/8434-la-demanda-mundial-de-queso-continua-aumentando#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20informe%20semestral%20L%C3%A1cteos,millones%20de%20libras%2C%20este%20a%C3%B1o>.
- Hurtado, R. O. (2023). ¿Cuáles son los niveles de investigación? Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/investigacion-academica/niveles-y-variables-de-investigacion/72551310>
- Impulsa. (2023). Gestión de inventario Push y Pull: ventajas y desventajas. Obtenido de <https://www.sistemaimpulsa.com/blog/gestion-de-inventario-push-y-pull-ventajas-y-desventajas/#:~:text=La%20ventaja%20del%20sistema%20Pull,de%20demanda%20que%20puedan%20surgir>.
- Lewis, V. M. (Julio de 2014). Mantequilla: situación internacional y evolución de la producción y consumo en Chile. Obtenido de <https://www.aproval.cl/manejador/resources/mantequilla2014-1.pdf>
- Mordor. (2024). Análisis del mercado de mantequilla Source: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/butter-market>. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/butter-market>
- OECD. (2023). Mantequilla y otras grasas de leche en Guatemala. Obtenido de <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/butter-and-other-milk-fats/reporter/gtm>
- Ojeda, P. C. (2020). Niveles de investigación. Obtenido de <https://www.aacademica.org/cporfirio/17.pdf>

- Orús, A. (17 de febrero de 2023). Principales consumidores de queso del mundo en 2022. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1310911/consumo-anual-mundial-de-queso-por-pais/#:~:text=Principales%20consumidores%20de%20queso%20del%20mundo%20en%202022&text=En%20concreto%2C%20se%20registr%C3%B3%20una,segunda%20y%20tercera%20posici%C3%B3n%2C%20res>
- Ríos, L. (24 de enero de 2024). México, principal productor de mantequilla en América Latina. Obtenido de <https://www.vertigopolitico.com/bienestar/notas/mexico-productor-mantequilla>
- Rovira, R. F. (2015). La leche y los productos lácteos: fuentes dietéticas de calcio. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3092/309238518001.pdf>
- Sampieri, R. H. (2004). Metodología de la investigación. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Sánchez. (28 de junio de 2013). NIVELES DE INVESTIGACIÓN. Obtenido de https://grsanchez.blogspot.com/2013/06/niveles-de-investigacion_28.html
- Tejeda, L. (2020). El mercado de leche y sus derivados en Honduras. Obtenido de <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-nacional-autonoma-de-honduras/principios-de-economia/el-mercado-de-leche-y-sus-derivados-en-honduras/28748752>
- Torres, D. (21 de Febrero de 2024). Qué es un análisis de la demanda y cómo hacerlo en tu empresa (incluye ejemplos). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda>
- UNP. (Marzo de 2020). Introducción a la elaboracion de quesos. Obtenido de <https://lipa.agro.unlp.edu.ar/wp-content/uploads/sites/29/2020/03/Guia-QUESOS.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a los pobladores de Cuyamel.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS



Instrucciones: Marque con una X la respuesta de acuerdo a sus preferencias o escriba lo que se le solicita a continuación.

1. Género:

- Masculino ☐
- Femenino ☐

2. Edad:

- De 15 a 30 años ☐
- De 31 a 45 años ☐
- De 46 a 60 años ☐
- Más de 60 años ☐

3. Nivel académico

- Primaria ☐
- Secundaria ☐
- Nivel superior ☐
- No estudio ☐

4. Integrantes en su familia u hogar

- De 1 a 3 ☐
- De 4 a 6 ☐
- Más de 7 ☐

5. Ingresos mensuales promedios

- Menos de L 7,000.00 ☐
- De 7,001.00 a L 12,000.00 ☐
- De L12,001.00 a L15,000.00 ☐
- Más de L15,000.00 ☐

6. ¿Consumen queso y mantequilla en su hogar?

- Sí ☐
- No ☐

7. ¿Qué consume más?

- Queso ☐
- Mantequilla ☐

8. ¿Qué le gusta de ese producto lácteo?

- Olor ☐
- Sabor ☐
- Color ☐
- Textura ☐
- Precio ☐

9. ¿Con que frecuencia lo consumes?

- Diario ☐
- 2 o 3 veces por semana ☐
- Semanal ☐
- Quincenal ☐

10. ¿Con que frecuencia compra los lácteos que ocupa en su cocina?

- Diario ☐
- Semanal ☐
- Quincenal ☐
- Mensual ☐

11. ¿Cuántas libras de producto lácteo compra?

- 1-2 libras ☐
- 3-4 libras ☐
- 5-6 libras ☐
- Más de 6 libras ☐

12. ¿A qué precio adquiere la libra de producto lácteo?

- 20-35 lempiras ☐
- 36-50 lempiras ☐
- 51-65 lempiras ☐
- Más de 65 lempiras ☐

13. ¿Presentación del producto?

- Empacado en bolsa plástica ☐
- Sellado al vacío ☐
- En bandeja ☐

14. ¿Dónde adquiere sus productos?

- Pulperías ☐
- Supermercados o minisúper ☐
- Bodegas o abarroterías ☐
- Mercado ☐

15. ¿Cuál es la procedencia de los productos lácteos que usted consume?

- Catacamas ☐
- Juticalpa ☐
- Tegucigalpa ☐
- Otro ☐

Gracias por su colaboración

