

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.

FEBRERO, 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.

FEBRERO, 2024

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	3
LISTA DE CUADROS.....	5
LISTA DE FIGURAS.....	6
LISTA DE ANEXOS	7
GLOSARIO	8
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. OBJETIVOS.....	10
2.1. Objetivo general	10
2.2. Objetivo específico.....	10
III. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
3.1. Demanda de mantequilla y queso a nivel mundial.....	11
3.2. Demanda de mantequilla y queso a nivel de América Latina.....	11
3.3. Demanda de mantequilla y queso a nivel de Centroamérica.....	12
3.4. Demanda de mantequilla y queso a nivel de Honduras	12
3.5. Demanda	13
3.6. Tipos de demanda.....	13
3.6.1. Ventajas y desventajas del método Pull.....	14
3.6.2. Ventajas y desventajas del método Push	14
3.7. Factores que influyen en la demanda	14
3.8. Queso	15
3.9. Mantequilla	15
IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....	16
4.1. Descripción del lugar.....	16
4.2. Nivel de la investigación	16
4.2.1. Nivel descriptivo	17
4.2.2. Investigación no experimental	17
4.2.3. Investigación de corte transversal	17
4.3. Diseño	18
4.4. Enfoque	18

4.5. Población y muestra	19
4.6. Análisis y tabulación de la información	19
BIBLIOGRAFÍA.....	23
ANEXOS.....	26

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Operacionalización de variable	21
Cuadro 2. Cronograma de actividades	22
Cuadro 3. Presupuesto	22

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica del sitio de estudio.	16
--	----

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a los pobladores de Cuyamel.....	26
--	----

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

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

Análisis de 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 pasteurizan 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).

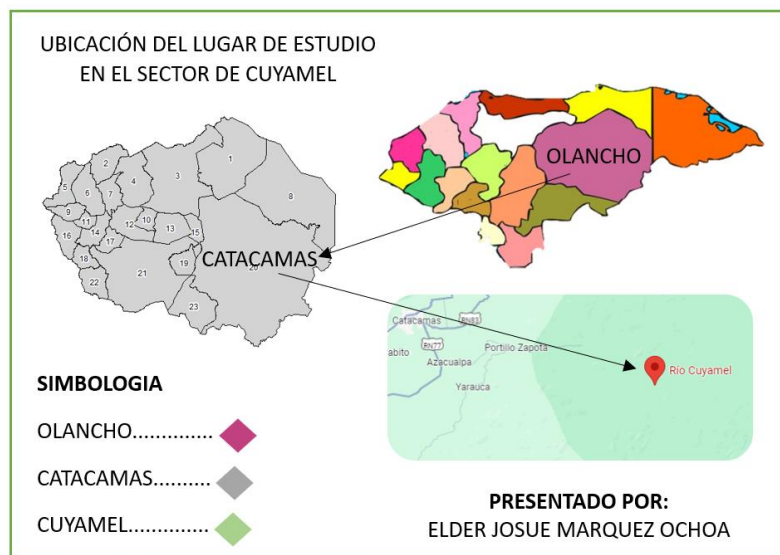


Figura 1. Ubicación geográfica del sitio de estudio.

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.

Cuadro 2. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES													
N°	Actividades	Febrero				Marzo				Abril			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Selección del tema												
2	Objetivos												
3	Elaboración de anteproyecto												
4	Revisión de literatura												
5	Metodología												
6	Materiales												
7	Aplicación de encuestas												
8	Desarrollo de la investigación												
9	Defensa												

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3. Presupuesto

Tabla de presupuesto			
Descripción	Unidades	Costo Unitario	Costo total
Grapadora	1	45	45
Memoria USB	1	300	300
Impresiones	373	2	746
Calculadora	1	210	210
Corrector	1	18	18
Tablero	1	85	85
Sacapunta	1	10	10
Libreta	1	40	40
Folders	2	5	10
Lápiz grafito	2	5	10
Lápiz tinta	5	5	25
Internet	3	700	2,100
Grapas	1	25	25
Encuadernado de tesis	3	610	1,830
Transporte	12	60	710
Total			L. 6,164

Fuente: Elaboración propia.

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