

**UNIVERSIDAD MAYOR REAL Y PONTIFICIA  
DE SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA**

**VIRRECTORADO**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**



**CASO PRÁCTICO DE LA OFERTA Y DEMANDA DE LECHE EN POLVO NIDO DE  
INDUSTRIA ARGENTINA Y PIL DE INDUSTRIA NACIONAL**

**TRABAJO EN OPCIÓN A DIPLOMADO EN FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y  
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

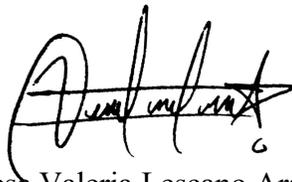
**Vanesa Valeria Lescano Aramayo**

**SUCRE, DICIEMBRE DE 2022**

## Carta de Cesión de Derechos

Al presentar este trabajo como requisito previo para la obtención del Diploma en Formulación, Evaluación y Administración de Proyectos de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, autorizo al Centro de Estudios de Posgrado e Investigación o a la Biblioteca de la Universidad, para que se haga de este trabajo un documento disponible para su lectura, según normas de la Universidad.

También cedo a la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, los derechos de publicación de este trabajo o parte de él, manteniendo mis derechos de autor hasta un periodo de 30 meses posterior a su aprobación.



Vanesa Valeria Lescano Aramayo

Sucre, Diciembre de 2022

## ÍNDICE PRINCIPAL

RESUMEN .....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
1. Antecedentes y Justificación .....	2
2 Situación Problémica.....	3
3. Formulación del Problema de investigación .....	5
4. Objeto de estudio.....	5
5. Campo de acción .....	5
6. Formulación de la construcción teórica. (Hipótesis).....	5
7. Objetivos.....	5
7.1 Objetivo general .....	5
7.2 Objetivos específicos.....	5
8. Diseño metodológico.....	6
8.1 Tipo de investigación .....	6
8.1.1 Descriptiva.....	6
8.1.2 Explicativa .....	6
8.1.3 Correlacional.....	6
8.2 Métodos.....	7
8.2.1 Analítico .....	7
8.2.2 Bibliográfico .....	7
8.2.3 Inductivo .....	7
8.2.4 Deductivo.....	7
8.2.5 Estadístico.....	7
8.3 Técnicas.....	8

8.3.1	Encuesta.....	8
8.3.2	Entrevista .....	8
8.3.3	Revisión documental.....	8
8.4	Población.....	8
8.4.1	Selección de la técnica de muestreo.....	9
8.4.2	Tamaño de la muestra .....	9
CAPÍTULO I.....		11
1.1	Marco teórico .....	11
1.1.1	Definición de mercado .....	11
1.1.1.1	Clasificación de los mercados.....	11
1.1.1.2	Tipos de mercado .....	12
1.1.2	Definición de oferta.....	13
1.1.2.1	Teoría de la oferta .....	13
1.1.3	Definición de demanda.....	14
1.1.3.1	Teoría de la demanda .....	14
1.1.4	Elasticidad de la demanda .....	16
1.1.5	Tipos de bienes.....	17
1.1.6	Definición de comercio informal .....	18
1.1.7	Definición de contrabando en Bolivia.....	19
1.1.8	Competitividad y análisis de las cinco fuerzas de Porter .....	19
1.2	Diagnóstico .....	21
1.2.1	Resultados de la encuesta.....	21
1.2.2	Resultados de la entrevista .....	30

1.2.3 Análisis de la oferta y demanda de leche en polvo Pil (industria Nacional) y Nido (industria Argentina) .....	31
1.2.4 Factores que influyen en oferta y demanda de leche Nido (industria Argentina) y leche Pil (industria Nacional) .....	35
1.2.5 Determinación de la elasticidad precio de la demanda para Pil (Industria Nacional) y Nido (Industria Argentina) .....	37
1.2.5.1 Elasticidad precio de la demanda de leche en polvo Pil (Industria Nacional) .....	38
1.2.5.2 Elasticidad precio de la demanda de leche en polvo Nido (Industria Argentina) .....	38
1.2.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter .....	39
1.2.6.1 Amenaza de ingreso de nuevos competidores .....	39
1.2.6.2 Amenaza de ingreso de productos sustitutos .....	40
1.2.6.3 Poder de negociación de los compradores .....	40
1.2.6.4 Poder de negociación de los proveedores .....	40
1.2.6.5 Rivalidad entre los competidores .....	41
CAPÍTULO II .....	43
2.1 Prueba de hipótesis .....	43
2.2 Conclusiones .....	45
2.3 Recomendaciones .....	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	46
ANEXOS .....	48

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No 1: Familias por distrito del área urbana del municipio de Sucre.....	9
Cuadro No 2: Familias que habitan el área urbana de Sucre proyectada a 2022 .....	10
Cuadro No 3: Familias Sucrenses distribuidas en el área urbana, según distrito y zona en la que habitan.....	10
Cuadro No 4: Edad de los encuestados .....	21
Cuadro No 5 : Familias encuestadas según área urbana de la ciudad de Sucre .....	22
Cuadro No 6: Rangos de miembros que integran las familias que habitan el área urbana de la ciudad de Sucre.....	23
Cuadro No 7: Preferencia de compra de leche .....	24
Cuadro No 8: Tabla de frecuencias de marcas de leche en polvo que también consumen las familias .....	27
Cuadro No 9: Frecuencia de compra de leche en polvo .....	27
Cuadro No 10: Aspectos de oferta de leche en polvo Pil y Nido .....	30
Cuadro No 11: Demanda de leche en polvo Pil (industria Nacional) .....	31
Cuadro No 12: Demanda de leche en polvo Nido (industria Argentina) .....	32
Cuadro No 13: Demanda de leche en polvo Nido (industria Argentina) y Pil (industria Nacional) según zona de abastecimiento.....	33
Cuadro No 14: Oferta de leche en polvo Nido (industria Argentina) .....	34
Cuadro No 15: Oferta de leche en polvo Pil (industria Nacional).....	34
Cuadro No 16: Comparación de la oferta y demanda estimada .....	35
Cuadro No 17: Factores que influyen en la oferta.....	37
Cuadro No 18: Precios.....	37
Cuadro No 19: Datos para determinar la elasticidad precio de la demanda de leche en polvo Pil .....	38

Cuadro No 20: Datos para determinar la elasticidad precio de la demanda de leche en polvo Nido .....	38
Cuadro No 21: Correlación de la oferta de leche en polvo Pil (industria Nacional).....	43

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1: Sexo .....	21
Gráfico No 2 : Encargado de compras.....	22
Gráfico No 3: Familias que consumen leche entera .....	23
Gráfico No 4: Familias que no consumen leche entera .....	24
Gráfico No 5: Familias que consumen leche en polvo Pil .....	25
Gráfico No 6: Envase de leche Pil que compran las familias.....	25
Gráfico No 7: Familias que consumen leche en polvo Nido .....	26
Gráfico No 8: Envase de leche Nido que compran las familias .....	26
Gráfico No 9: Zonas de abastecimiento de las familias que compran leche Pil.....	28
Gráfico No 10: Zonas de abastecimiento de las familias que compran leche Nido. ....	28
Gráfico No 11: Tipos de negocio .....	29
Gráfico No 12 : Nivel de ingreso.....	29
Gráfico No 13: Influencia de variables en la decisión de compra de leche en polvo.....	36
Gráfico No 14: Análisis Porter .....	42

## **RESUMEN**

La presente monografía permitió el análisis de la demanda y oferta de leche Nido de industria Argentina y Pil de industria Nacional en el mercado urbano del municipio de Sucre, el propósito de la investigación es responder a la situación problemática que implica establecer la situación actual del mercado oferente y demandante de leche en polvo para dar respuesta a la interrogante de investigación, se planteó una investigación con enfoque mixto la cual implica estudiar variables cuantitativas y cualitativas aplicando la encuesta y entrevista como técnicas de recolección de información.

Los resultados obtenidos de la encuesta y entrevista se utilizaron para el logro de los objetivos planteados, entre estos la estimación de la oferta y demanda de ambos productos, el establecimiento de los factores que influyen en las variables de estudio y se aplicó el análisis de las cinco fuerzas de Porter para examinar el entorno global competitivo y finalmente se demostró la relación que existe entre las variables de estudio.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se encuentra dentro de las líneas de investigación de monografía en diplomado, está relacionada a la investigación de mercado y ciudades urbanas y su entorno respecto al sector productivo formal e informal en el municipio de Sucre.

### 1. Antecedentes y Justificación

El consumo de leche es de gran importancia para el desarrollo de una buena alimentación debido a que es el alimento más completo para el ser humano por las diversas vitaminas y minerales que brinda para la nutrición humana siendo la fuente de calcio.

Según un estudio realizado por Betancur, Peña y Zapata (2019), en los últimos años el sector lácteo a nivel mundial ha exhibido un crecimiento importante, no obstante, los países desarrollados y aquellos en vía de desarrollo presentan gran disparidad en términos de producción de leche. Por esta razón, el estudio tuvo como objetivo analizar la disponibilidad de leche de vaca en los países de Sudamérica, en la cual se obtuvo como resultados que seis de los países analizados (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia y Paraguay) presentaron un aumento en la disponibilidad per cápita de leche entre la década del 60 y la primera del 2000, donde Brasil, Paraguay y Bolivia mostraron mayor incremento con valores que ascienden a 73,8%, 56,8% y 50,5% respectivamente. Este estudio concluyó que la disponibilidad de leche para consumo humano en los países de América del Sur aumentó a lo largo de los años. Sin embargo, existe una brecha entre lo disponible y la recomendación del alimento y, adicionalmente, la mayoría de los países presentó menor consumo respecto a la cantidad disponible.

A través de un estudio realizado en el país vecino Argentina por Coronel, Arancibia y Masaro (2022) la leche en polvo constituye el principal bien exportable del sector lácteo, representando en promedio más del 40% del valor total de las exportaciones del sector. En particular, la leche en polvo entera (LPE) supera el 36% del total, con un crecimiento casi continuo de los valores y volúmenes exportados hasta 2014, mostrando luego una fuerte caída debido a la disminución de los precios internacionales, recuperándose y estancándose a partir

de 2017 a niveles inferiores a los de 2010 , son 12 los países importadores que se consideran en este estudio, teniendo como resultados que la mayor competitividad en LPE, Argentina la tiene en Paraguay, donde básicamente tiene más del 80% del mercado. Luego en niveles similares le siguen Brasil y Chile; posteriormente, en Nigeria y Bolivia, y por último en Argelia.

Tomando en cuenta los estudios mencionados se puede sintetizar que Bolivia en los últimos años ha incrementado la disponibilidad de leche para el consumo, sin embargo también realiza importación de leche en polvo, razón por la cual se realiza la presente investigación debido a la existencia de importación de contrabando que se introduce al mercado local, productos que comercializados de manera ilegal afectando a la producción de industria nacional.

El mercado de la ciudad de Sucre no está exento de lo que pasa en el mercado nacional en el cual se ofertan distintas marcas de leche en polvo, entre ellas leche PIL que es de industria nacional y leche en polvo de la marca Nido que es de industria Argentina cuyas se venden en los distintos puntos de venta en la ciudad, mediante este estudio se analizó la oferta y demanda de estos dos productos donde objetivo será descubrir que características son tomados en cuenta por la población oferente y demandante para la venta y consumo de estos productos.

El aporte de esta investigación es de aspecto social comercial en beneficio de las personas que habitan la ciudad de Sucre y que además será útil como antecedente a futuras investigaciones.

## **2 Situación Problemática**

El comercio internacional ayuda al crecimiento de las economías de todo el mundo, sin embargo este incluye normas legales para las exportaciones e importaciones a partir de la evasión de dichas normas surge el contrabando que se entiende como el tráfico ilegal de mercancías sin pagar los pertinentes derechos de aduanas tipificados por ley.

Bolivia, con una posición en el centro de Sudamérica limitando con Argentina, Brasil, Chile, Perú y Paraguay, cuenta con extensas fronteras que sobrepasan los 6.000 kilómetros de extensión, característica geográfica que la hace vulnerable al contrabando. (Arancibia, 2018).

A continuación se presente un análisis de causa y efecto del objeto de estudio:

- El ingreso de productos argentinos a Bolivia se da a partir de los acuerdos comerciales que se tiene entre ambos países donmediante la importación de mercancías se genera ingresos al fisco a través del pago que se realiza por las barreras de entrada para proteger la industria nacional ocasionando que dichos productos tengan un precio competitivo en el mercado nacional.
- El tipo de cambio fijo de 6,96 USD para la venta y 6,86 USD para la compra según el BCB (2022) , este tipo de cambio se mantiene en Bolivia desde el año 2011 hasta la actualidad es una de las causas que incentiva a las importaciones ya que realizar compras de bienes en mercados externos resulta ventajoso respecto al precio al momento de realizar la comercialización en el mercado interno.
- Sin embargo, el contrabando de importación es un factor que afecta a todo los acuerdos legales que se tiene entre países, ya que es la entrada ilegal de productos al mercado local rompiendo todas las barreras arancelarias e introduciendo productos con menor precio al mercado de bienes y servicios generando ventaja competitiva que ocasiona un perjuicio al aparato productivo de los distintos sectores del país.
- En la actualidad el vecino país Argentina tiene altas y constantes tasas de inflación provocando la devaluación de su moneda, esta es una de las causas que incentiva el contrabando de importación hacia Bolivia, según el BCB (2022) 1 peso boliviano equivales al 0,045 pesos argentinos , ya que la estabilidad de la moneda boliviana frente a la argentina tiene mayor poder de adquisición y abarca mayores volúmenes de compra pudiendo de esta manera comercializar productos argentinos en el mercado local a menores precios.
- El desempleo tanto en Bolivia como en la ciudad de Sucre presenta altas tasas de desempleo, según Cuba (2021) el desempleo en Chuquisaca afecta al 13% de la población económicamente activa, esta es una de las causas que ocasiona el comercio informal en el país, en el cual muchos de los desempleados buscan

ingresos a través del contrabando de importación ofertando estos productos en el mercado local.

A partir de lo ya mencionado, la oferta de productos argentinos entre estos la leche en polvo de marca Nido que se comercializa en el mercado Sucrense con bajos precios convirtiéndose en una oportunidad de compra para los consumidores. En este contexto, la presente investigación se enfocó en el análisis de la oferta y demanda de leche en polvo.

### **3. Formulación del Problema de investigación**

¿Cuál es la situación actual de la oferta y demanda de leche en polvo Nido (industria Argentina) y Pil (industria Nacional) en el mercado de Sucre?

### **4. Objeto de estudio**

Oferta y demanda de la leche en polvo Nido (industria Argentina) y la leche Pil (industria Nacional) en el mercado de Sucre .

### **5. Campo de acción**

Análisis de mercado, mercado formal e informal de la ciudad de Sucre.

### **6. Formulación de la construcción teórica. (Hipótesis)**

La oferta de leche en polvo Nido (industria Argentina) incide de manera negativa en la demanda de leche Pil (industria Nacional) en el mercado de Sucre.

### **7. Objetivos**

#### **7.1 Objetivo general**

Estudiar la oferta y demanda de leche en polvo Nido (industria Argentina) y leche Pil (industria Nacional) en el mercado de Sucre.

#### **7.2 Objetivos específicos**

- Estimar la oferta y demanda de leche en polvo Nido (industria Argentina) y leche Pil (industria Nacional) en el mercado de Sucre.

- Determinar los factores que influyen en oferta y demanda de leche en polvo Nido (industria Argentina) y leche Pil (industria Nacional) en el mercado de Sucre.
- Examinar el entorno global del mercado de leche en polvo de las marcas Nido (industria Argentina) y Pil (industria Nacional) en la ciudad de Sucre.

## **8. Diseño metodológico**

El enfoque que se aplica al presente estudio es mixto, por lo que se estudiaron variables tanto cuantitativas como cualitativas.

### **8.1 Tipo de investigación**

#### **8.1.1 Descriptiva**

Este tipo de investigación comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de lo que actualmente sucede en el mercado de la ciudad de Sucre, además que el presente estudio se basa en el análisis de un grupo de personas cuáles serán los oferentes y consumidores de productos argentinos.

#### **8.1.2 Explicativa**

Este tipo de investigación se aplicó en el presente estudio para explicar las variables que intervienen en la situación actual de mercado oferente y demandante de leche en polvo en la ciudad de Sucre.

#### **8.1.3 Correlacional**

La investigación de tipo correlacional se utilizó para relacionar las variables de estudio, cuyas son oferta y demanda de mercado, esta se desarrolla en la prueba de la hipótesis planteada que se determinó a partir de datos obtenidos cuantitativos.

## **8.2 Métodos**

### **8.2.1 Analítico**

Se hizo uso de este método debido a que el estudio parte de un análisis general tomando en cuenta que se utilizó información del mercado general para determinar conclusiones del mismo.

### **8.2.2 Bibliográfico**

Se aplicó este método para describir los antecedentes, establecer la metodología de documento y la elaboración del marco teórico.

Se recurrió a fuentes de datos secundarios para sustentar la investigación acerca de la situación de oferta de productos argentinos en el mercado de Sucre.

### **8.2.3 Inductivo**

Se hizo uso de este método en el proceso y desarrollo de la determinación del problema a través del análisis causa y efecto.

### **8.2.4 Deductivo**

Se aplicó este método para el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, que llevan a definir las conclusiones de la presente investigación.

### **8.2.5 Estadístico**

Este tipo de método se aplicó en la recolección y tabulación de datos para evidenciar la investigación e interpretar los respectivos resultados obtenidos a partir de la investigación.

A través de este método se logró obtener; el porcentaje de oferta y demanda y además se estableció la preferencia de consumo de productos argentinos en el mercado de Sucre.

### **8.3 Técnicas**

#### **8.3.1 Encuesta**

Al ser la encuesta un medio rápido y económico para proveer información se hizo uso de esta técnica investigación para analizar la situación actual de la demanda de leche Pil y Nido en la ciudad de Sucre.

La población demandante estuvo segmentada de acuerdo a variables geográficas (área urbana) y demográficas (cual incluye edad) , en este contexto, se elaboró un cuestionario dirigido a ciudadanos que habitan el área urbana de la ciudad de Sucre mayores de 15 años que son los encargados de compras en su hogar.

#### **8.3.2 Entrevista**

A través de esta técnica se obtuvo información acerca de la oferta de leche Pil y Nido en el mercado de Sucre, las variables que se manejaron fueron precio de venta, la cantidad ofertada, la procedencia de los productos, entre otros.

Esta técnica se aplicó a la población oferente que comprende a los distribuidores, ya sean bodegas, tiendas, puestos y ambulantes .Tomando en cuenta las zonas con mayor afluencia de consumidores como lo son la zona mercado campesino y zona mercado central.

#### **8.3.3 Revisión documental**

Se utilizó información secundaria acerca de variables relacionadas al entorno global del sector oferente y demandante de leche, se aplicó en el análisis competitivo de Porter y en el desarrollo de la situación causa y efecto de la problemática del presente estudio.

### **8.4 Población**

La población demandante esta segmentada por las familias del área urbana de la ciudad de Sucre, mientras que la población oferente está constituida por distribuidores de leche en polvo de las marcas Pil Y Nido, ya sean bodegas, tiendas, puestos y/o ambulantes.

Cuadro No 1: Familias por distrito del área urbana del municipio de Sucre

Distrito	Familias	Porcentaje
1	8.854	13%
2	32.010	47%
3	12.259	18%
4	6.811	10%
5	8.173	12%
Total	68.106	100%

Fuente: Elaboración propia en base a censo del año 2012

#### 8.4.1 Selección de la técnica de muestreo

Para el estudio de la población demandante se aplicó el tipo de muestreo probabilístico sin reemplazo, esta técnica permite que cada elemento de la población tenga las mismas posibilidades de ser elegida. Además se basa en un muestreo estratificado ya que se divide a la población por grupos (distritos).

En la población oferente se aplicó el tipo de muestreo no probabilístico a conveniencia debido a que el investigador decidirá según su juicio y criterio qué individuos de la población pasan a formar parte de la muestra en función de la disponibilidad de los mismos.

#### 8.4.2 Tamaño de la muestra

Se determinó la muestra haciendo uso de la fórmula de población finita de proporciones.

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,85 * 0,15 * 80.574}{(0,05)^2(80.574 - 1) + 1,96^2 * 0,85 * 0,15} = 195$$

Dónde:

N= 80.574

Z= 95% (1,96)

P=0,85

Q=0,15

e =5%(0,05)

En el siguiente cuadro se muestra la población proyectada al presente año tomando en cuenta la tasa de crecimiento intercensal (1,54) para el municipio de Sucre, según el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Cuadro No 2: Familias que habitan el área urbana de Sucre proyectada a 2022

<b>Distrito</b>	<b>Familias</b>	<b>Población proyectada 2022</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>N de encuestas</b>
1	8.854	10.475	13%	25
2	32.010	37.870	47%	92
3	12.259	14.503	18%	35
4	6.811	8.057	10%	20
5	8.173	9.669	12%	23
<b>Total</b>	<b>68.106</b>	<b>80.574</b>	<b>100%</b>	<b>195</b>

Fuente: Elaboración propia en base a censo del año 2012

Se determinó una muestra de 195 familias para la aplicación de la encuesta, entendiendo como parte de los distritos a:

Cuadro No 3: Familias Sucrenses distribuidas en el área urbana, según distrito y zona en la que habitan.

Familias que habitan en el centro de la ciudad.	Distrito 1
Familias que habitan desde la zona San Matías hasta el aeropuerto.	Distrito 2
Familias que habitan la zona mercado campesino hacia la fábrica FANCESA.	Distrito 3
Familias que habitan la zona cementerio hacia la zona tejar.	Distrito 4
Familias que habitan desde la av. Américas hacia la zona Azari.	Distrito 5

Fuente: Elaboración propia

# CAPÍTULO I

## 1.1 Marco teórico

La presente investigación estudia la oferta y demanda de leche en polvo Nido (industria Argentina) y Pil (industria Nacional ) en el mercado de Sucre, para el desarrollo de este estudio se realizó bajo sustento teórico el cual implica el desarrollo y la explicación de las definiciones, clasificaciones y teorías claves que conforma la presente investigación. Entre los conceptos a desarrollarse se encuentran: mercado, oferta, demanda, tipo de bien, elasticidad, contrabando, competitividad.

### 1.1.1 Definición de mercado

El concepto de mercado es definido por diferentes autores respecto al enfoque que tiene cada uno de ellos, por esta razón para el presente estudio se consideran los siguientes conceptos:

El mercado es el lugar donde interactúan compradores y vendedores que demandan y ofertan bienes, servicios y recursos. (Reyno, 2020)

El mercado pone en común a agentes económicos oferentes (vendedores) y demandantes (compradores) con la finalidad de realizar intercambios de bienes, servicios o factores productivos. (Sirera, 2020)

De acuerdo al enfoque del presente estudio se considera el segundo concepto como pilar de esta investigación.

#### 1.1.1.1 Clasificación de los mercados

Para Laza (2019) los mercados se clasifican de acuerdo a su extensión, tamaño y tipo de producto, por tanto de acuerdo a la visión de esta investigación solo se considera la clasificación según tamaño de mercado y tipo de producto.

Según el tamaño se clasifican en:

- Mercado mayorista, son en los que se venden mercancías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en

cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

- Mercado minorista, cualquier mercado destinado específicamente a la realización de transacciones de valores de un tamaño relativamente pequeña y, por consiguiente, orientado al inversor individual.

Estos dos términos se utilizan en el estudio haciendo referencia a mercados mayoristas como la principal agencia distribuidora (bodegas) de leche en polvo en el caso de Pil (Industria Nacional) , y los comerciantes que ofertan al por mayor en el caso de Nido (Industria Argentina). Considerando de esta manera el mercado minorista conformado por tiendas, puestos y ambulantes que distribuyen ambas marcas de leche en polvo.

Según el tipo de producto ofrecido se clasifican en:

- Mercado de bienes de consumo, están integrados por los individuos o familias que adquieren productos para su uso personal, para mantenimiento y adorno del hogar.
- Mercado de los revendedores, los demandantes de este mercado son las empresas, personas o instituciones que adquieren los productos con objeto de venderlo o alquilarlos a otros, pero sin transformarlos.

Respecto al enfoque del presente estudio se consideró sub clasificaciones que se adecuan al tema de estudio, en el caso de mercado de bienes de consumo se considera a la leche como un producto relevante para el consumo de los individuos, y el mercado de los revendedores es la manera como circulan los bienes en el mercado de Sucre por lo que muchas veces son la razón por la cual varían los precios.

### **1.1.1.2 Tipos de mercado**

El mercado perfectamente competitivo está compuesto por un alto número de oferentes y demandantes, según Berumen (2020) existen diferentes tipos de mercado según el número de ofertantes y demandantes como se presenta a continuación:

- Competencia perfecta, muchos oferentes y demandantes.
- Oligopolio, unos cuantos oferentes pero muchos demandantes.
- Monopolio, un oferente pero muchos demandantes.
- Oligopsonio, unos cuantos demandantes pero muchos oferentes.
- Monopsonio, un demandante pero muchos oferentes.

El mercado en análisis es perfectamente competitivo ya que está compuesto por muchos oferentes y demandantes de leche en polvo.

### **1.1.2 Definición de oferta**

La oferta de bienes y/o servicios en el mercado se define como:

Oferta es la cantidad de un bien que los productores o empresas están dispuestas a producir para cada uno de los diferentes precios. (Muñoz, 2019)

La oferta del mercado indica la cantidad ofertada de un producto en función del precio mismo. (Sirera, 2020)

El concepto que se toma en cuenta para el presente estudio es de Sirera (2020), debido al que se analiza la oferta de bienes terminados y no a la producción de estos como lo indica Muñoz (2019).

#### **1.1.2.1 Teoría de la oferta**

La teoría de la oferta es relevante para el presente estudio ya que muestra la relación que tienen las variables independientes con la variable dependiente, es decir, explica cómo afecta cada factor a considerarse en la oferta de bienes y/o servicios.

Según Piñeiro (2020) la función de oferta expresa el comportamiento de los vendedores y muestra la cantidad que están dispuestos a vender en la cual intervienen las siguientes variables:

- Precio, mientras un precio alto desanima a los compradores y los induce a buscar productos sustitutos, el mismo precio alto motiva a los oferentes a producir y vender

más de ese bien. En consecuencia cuanto mayor sea el precio, mayor será la cantidad ofrecida.

- Cantidad ofrecida, no necesariamente es igual a la cantidad que en realidad se vende.
- Costos de producción, engloba el precio de los factores productivos, la tecnología, el precio de las materias primas, la tasa de interés del mercado, los alquileres, etc.

En este entendido la función de oferta se determina como:

$$O_x = q_x = f(P_x, CP)$$

Dónde:  $O_x$ =Oferta;  $Q_x$ =Cantidad ofrecida;  $P_x$ =Precio del bien;  $CP$ =Precio de los factores productivos, tecnología, materias primas, clima, etc.

Los variables que son relevantes para este estudio son el precio y la cantidad ofertada de leche en polvo en el mercado de Sucre.

### **1.1.3 Definición de demanda**

Varios autores definen demanda, sin embargo para esta investigación se toma en cuenta los siguientes:

La demanda es la cantidad de un bien que un consumidor desea adquirir en el mercado ante un determinado nivel de precios. (Muñoz, 2019).

La demanda es el conjunto de relaciones posibles entre el precio y la cantidad demandada (Piñeiro, 2020).

En este sentido, se define demanda a la cantidad de bienes que el consumidor desea adquirir respecto a las relaciones posibles que se haga con el precio.

#### **1.1.3.1 Teoría de la demanda**

La teoría de la demanda explica la relación de las variables respecto a la demanda de bienes y/o servicios, según Piñeiro (2020) la teoría de la demanda estudia el comportamiento de un consumidor frente a la decisión de adquirir o no un bien o un conjunto de bienes, ese

comportamiento dependerá de varios factores, pero racionalmente el consumidor analizará el precio; comprará menor cantidad si su precio es más alto y comprará una cantidad mayor si su precio es menor.

Para el complemento del anterior concepto, ya que el precio no es el único factor que afecta a la demanda, se tomó en cuenta a Reyno (2020) quien indica que la cantidad demandada de un bien o servicio es aquella que están dispuestos a adquirir los compradores en un periodo determinado (un día o un año) y depende del precio del bien, así como del ingreso, las preferencias, bienes relacionados, bienes complementarios y gustos del consumidor. A continuación se explica cada una de estas variables, cuales son:

- Precio del bien, el consumidor comprará menor cantidad si su precio es más alto y comprará una cantidad mayor si su precio es menor.
- Ingreso, es el dinero que tiene el consumidor para gastar, por lo tanto cuando el ingreso aumenta los consumidores compran más de la mayoría de todos los bienes y cuando disminuye compran menos de casi todos los bienes.
- Precio de los bienes relacionados, se pueden clasificar en dos tipos de bienes: sustitutos y complementarios. Un bien sustituto, es aquel que puede utilizarse en lugar de otro bien mientras que un bien complementario es aquel que se utiliza junto con otro, es un complemento.
- La población o la cantidad potencial de consumidores, es decir si aumenta la población probablemente aumente el consumo y viceversa.
- Las preferencias, se refieren a las actitudes de los consumidores hacia determinados bienes.

En este contexto, la fórmula explicativa de la función de la demanda es:

$$D_x = qx = f(P_x, Y, P_c, P_s, N, G)$$

Dónde:  $D_x$ =demanda;  $qx$ =cantidad demandada;  $f$ =función de... o depende de...;  $P_x$ =precio del bien;  $Y$ =ingreso del consumidor;  $P_c$ =precio de un bien complementario;  $P_s$ =precio de un bien sustituto;  $N$ =número de consumidores;  $G$ =gustos o preferencias.

Bajo sustento de esta teoría se aplica a esta investigación el análisis de cada una de las variables mencionadas.

#### **1.1.4 Elasticidad de la demanda**

La elasticidad de la demanda se aplica en esta investigación para reflejar la sensibilidad de la demanda ante variaciones en el precio del producto, para esto se consideran los siguientes conceptos acerca de elasticidad:

El concepto de elasticidad se utiliza para analizar en términos cuantitativos como se ajusta el mercado a las variaciones de los factores que influyen en la oferta y demanda (Andrés Di Pelino, 2020).

La elasticidad mide el grado de respuesta de la variable dependiente (la cantidad demandada o la demanda) a cambios en una variable independiente (los precios) (Piñeiro, 2020).

En este comprendido, se define a la elasticidad de la demanda para esta investigación como el análisis cuantitativo que mide el grado de reacción de la variable dependiente ante variaciones de las variables independientes.

Según Di Pelino, García, Molina, Ser, Varela, López y Juan José Fernández (2020) la cantidad de un bien varía cuando:

- Se modifica el precio del mismo
- Se produce una modificación en el precio de bienes complementarios sustitutos.
- Cambian los gustos y preferencias
- Aumenta o disminuye el ingreso de los consumidores

También definen tres elasticidades por el lado de la demanda, entre estas: elasticidad precio de la demanda, elasticidad ingreso de la demanda y elasticidad cruzada de la demanda, en el presente estudio se aplica solo la primera por lo que a continuación se desglosa la misma.

La elasticidad precio de la demanda, mide la magnitud o el grado de sensibilidad de la cantidad demandada de un bien frente a la variación del precio de ese bien. La fórmula de su cálculo es la siguiente:

$$Ep = - \frac{\text{variación porcentual de la cantidad demandada}}{\text{variación porcentual del precio}}$$

Los resultados se interpretan como:

- Si la  $Ep=0$ , la demanda del bien es perfectamente inelástica. Esto quiere decir que frente a la modificación del precio, la cantidad demandada no reacciona ya que no se modifica el comportamiento del consumidor frente al cambio del precio, por tanto, el numerador de la formula da 0.
- Si la  $Ep < 1$ , es decir, un numero entre 0 y 1, la demanda del bien es inelástica. Esto significa frente a una variación del precio, la cantidad demandada se modifica, el consumidor reacciona al cambio del precio, pero su cambio es de proporción menor al porcentaje de cambio del precio.
- Cuando la  $Ep=1$ , la demanda de un bien tienen elasticidad unitaria. En este caso, frente a la modificación del precio el consumidor reacciona al nuevo precio, disminuyendo la cantidad que desea comprar, y esa modificación es de la misma proporción que la observa en el precio del bien.
- Cuando la  $Ep > 1$ , la demanda de un bien es elástica. se dice que la demanda del bien es sensible a las variaciones del precio. Al cambiar el precio del bien, la cantidad demandada se modifica, pero este cambio es de una magnitud mayor a la variación producida en el precio.

### 1.1.5 Tipos de bienes

Los bienes que se ofertan en el mercado tienen diferentes características que los define como distintos, es así como lo indica Muñoz (2019) quien menciona que existen varios tipos de bienes que explican su relación con los factores de la demanda, entre estos: bienes neutros, bienes normales, bienes inferiores, bienes complementarios, bienes sustitutivos y bienes independientes.

Los bienes que se estudian en esta investigación se adecuan a los siguientes tipos de bienes:

- Bienes normales, son aquellos cuya demanda varía en el mismo sentido en que varía la renta del consumidor, es decir, si la renta aumenta su demanda aumenta, y si por el contrario, la renta baja su demanda cae. (Muñoz, 2019)

Este tipo de bien es considerado también como bienes de primera necesidad cuales considera a los alimentos básicos como la leche parte de la canasta familiar que necesitan los individuos.

- Bienes sustitutivos, son aquellos que cubren la necesidad que otros y que, por tanto, el consumidor opta por elegir uno u otro. (Muñoz, 2019).

Para esta investigación se considera a los bienes de otras industrias como sustitutos de los bienes nacionales, ya que tienen las mismas características y cumplen las mismas funciones que el consumidor requiere.

### **1.1.6 Definición de comercio informal**

El término comercio se entiende como la actividad que realizan los individuos con el fin de obtener ganancias así lo sustenta Sillo (2020) quien define comercio como la actividad de aproximación o intermediación con el propósito de lucro, actividad que realizan en forma habitual o profesional las personas o instituciones llamadas comerciales.

Sin embargo, en todas las economías existen las actividades comerciales formales e informales donde el comercio formal es aquel que tributa al fisco y cumple con todos los requerimientos que solicita la autoridad competente para que las personas naturales o jurídicas se establezcan en el comercio formal.

Por tanto, el comercio informal es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transversales de bienes y/o servicios en la sociedad. (Sillo, 2020), al igual que en el resto del país Sucre no está exenta, ya que esta actividad también se desarrolla en la ciudad por lo que se toma en cuenta para el presente estudio.

Medina (2019) relaciona la economía informal con la economía sumergida cuya define como las actividades económicas que eluden los costos y están excluidas de los beneficios y

derechos incorporados en las leyes y normas administrativas que cubren la propiedad, relaciones, licencias comerciales, contratos laborales, crédito financiero y sistemas sociales.

### **1.1.7 Definición de contrabando en Bolivia**

El contrabando es uno de los factores que involucra esta investigación y se entiende como la importación ilegal de bienes del resto del mundo a Bolivia, según la Ley general de Aduanas de Bolivia denominada como Ley N°1990 de 28 de julio de 1999, en el artículo 181 define contrabando a la introducción o extracción de mercancías a territorio aduanero nacional en forma clandestina o por rutas u horarios no habilitados, eludiendo el control aduanero. Será considerado también autor del delito el consignatario o propietario de dicha mercancía.

El contrabando se efectúa en diversas formas una de estas es el denominado contrabando hormiga el cual consiste en la internación de pequeñas cantidades de mercadería, apoyándose en algunos tratados y convenios internacionales de intercambio comercial fronterizo (Escobar, 2018).

### **1.1.8 Competitividad y análisis de las cinco fuerzas de Porter**

La existencia de muchos oferentes y demandantes deriva a la existencia de la competitividad en los diferentes sectores, este término es definido como:

Competitividad es un término relativo, ya que siempre está en función del entorno de negocio de una empresa. Se trata de una comparación exigente con las empresas rivales, habitualmente referida a la posición y futuro de la empresa en el mercado. (Perez, 2019)

En el presente estudio se considera la competitividad entre dos empresas, una de industria Nacional como lo es Pil y Nido de industria Argentina, para realizar el análisis competitivo de este sector se recurrió a la herramienta de las cinco fuerzas de Porter.

El análisis de las cinco fuerzas de Porter se define como:

Los factores generales afectan a todas las empresas de una región independientemente del sector donde actué. Pero las empresas también se ven afectadas por una serie de factores de forma más concreta, que definen la competencia en un sector específico. Para estudiar es

micro entorno de la empresa, Porter estableció un modelo basado en la interacción de cinco fuerzas (Socas, 2020).

Esta herramienta lo que hace es proporcionar un marco de reflexión estratégica para determinar la rentabilidad de un sector específico, para así evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector. (Perez, 2019)

Según (Perez, 2019) los cinco elementos que determinan el análisis Porter son:

- Poder de negociación con proveedores, esta es la capacidad de negociación con la que cuentan los proveedores de un sector. Dependen de factores como:
  - El volumen de compra.
  - Cantidad de materias primas sustitutas que existan.
  - Concentración de número de proveedores versus el número de empresas.
  - Costes que implicaría cambiar de materias primas.
  - Número de productos sustitutos disponibles en el mercado.
- Poder de negociación con los clientes, es la capacidad de negociación con la que cuentan los clientes de un determinado sector / mercado. Depende de factores como:
  - Alto volumen de compra.
  - Costes o facilidades para los clientes puedan cambiar de empresa.
  - Disponibilidad de información por parte del comprador.
  - Concentración de número de clientes versus número de compañías.
  - Posibilidad de negociación, sobre todo en los sectores de coste fijos elevados.
- Barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes), esta amenaza consistiría en la entrada potencial de empresas que vendan productos sustitutos o alternativas a los del sector o mercado.
- Barreras de salida (productos sustitutos), hace referencia a los posibles sustitutos de los productos ofrecidos en ese sector o mercado que pueden ser relevantes para el consumidor.
- Rivalidad entre competidores, son las empresas que compiten directamente en una misma industria o sector, ofreciendo el mismo tipo de producto/servicio. El grado de

rivalidad entre los competidores va a aumentar en función del mayor número de empresas existentes.

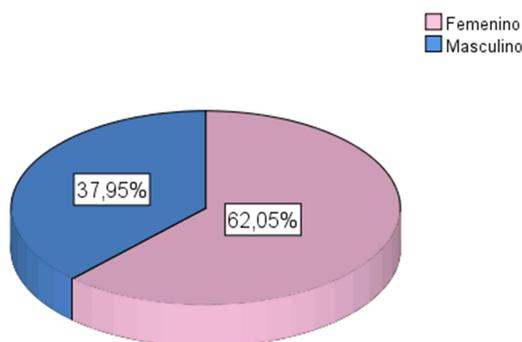
## 1.2 Diagnóstico

### 1.2.1 Resultados de la encuesta

Para el análisis de la demanda de leche entera en polvo Pil y Nido se aplicó la técnica de la encuesta a 195 familias como lo indica el tamaño de muestra, las personas encuestadas son encargadas(os) de compra en su familia que habitan el área urbana del municipio de Sucre.

A continuación se presenta los resultados obtenidos de la encuesta:

Gráfico No 1: Sexo



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

En el gráfico No 1, muestra que el 62,05% de las personas encuestadas son mujeres y el significa el 37,95% son varones.

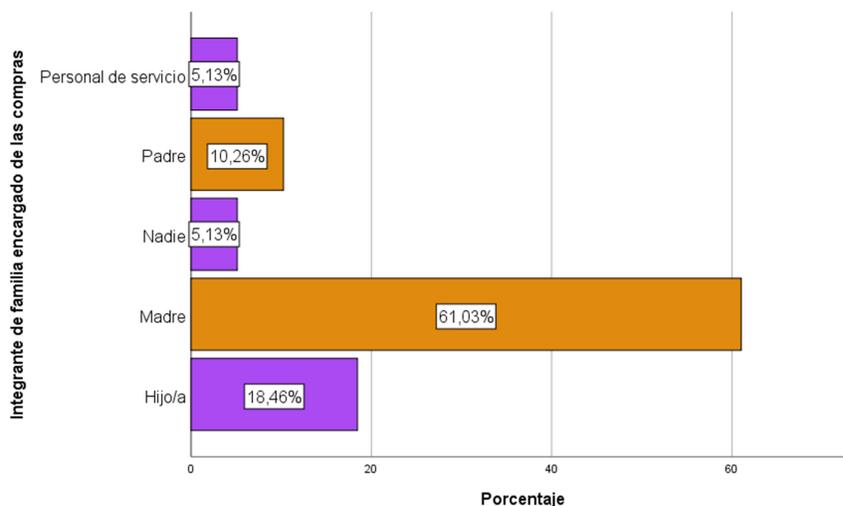
Cuadro No 4: Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre 15 a 18 años	2	1,0	1,0	1,0
Entre 19 a 29 años	65	33,3	33,3	34,4
Entre 30 a 39 años	39	20,0	20,0	54,4
Entre 40 a 49 años	33	16,9	16,9	71,3
Entre 50 a 59 años	28	14,4	14,4	85,6
Mayor a 60 años	28	14,4	14,4	100,0
<b>Total</b>	195	100,0	100,0	

Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

El cuadro No 4, refleja en rangos las edades de las personas encuestadas, las edades con mayor participación en la encuesta son de 19 a 29 años con el 33,3%, seguido de 30 a 39 años y 40 a 49 años con una participación del 20% y 16,9% respectivamente, finalmente coincidiendo con el 14,4% las personas encuestadas son mayores a 40 años.

Gráfico No 5: Encargado de compras



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

En el gráfico No 5, se presenta en porcentajes a los miembros de las familias encuestadas encargados de compras, donde el 61,03% indica que son las madres que realizan las compras del hogar, también tienen participación significativa los hijos/as y los padres de familia con el 18,46% y 10,26% respectivamente, por último con el 5,13% es el personal de servicio que realiza las compras y también se señala que no hay un miembro designado para las compras.

Cuadro No 5 : Familias encuestadas según área urbana de la ciudad de Sucre

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Distrito 1</b>	25	12,8	12,8	12,8
<b>Distrito 2</b>	92	47,2	47,2	60,0
<b>Distrito 3</b>	35	17,9	17,9	77,9
<b>Distrito 4</b>	20	10,3	10,3	88,2
<b>Distrito 5</b>	23	11,8	11,8	100,0
<b>Total</b>	195	100,0	100,0	

Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

Como se determinó en el tamaño de muestra la encuesta fue aplicada según distritos que conforman el área urbana del municipio de Sucre, entre estos; el distrito 2 que tuvo la participación del 47,2% de los encuestados, el distrito 3 con el 17,9%, distrito 1 con el 12,8% y finalmente el distrito 5 y 4 con el 11,8% y 10,3% respectivamente.

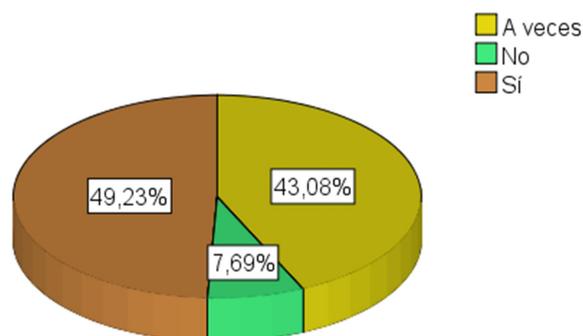
Cuadro No 6: Rangos de miembros que integran las familias que habitan el área urbana de la ciudad de Sucre

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>1 a 2</b>	29	14,9	14,9	14,9
<b>3 a 4</b>	76	39,0	39,0	53,8
<b>5 a 6</b>	55	28,2	28,2	82,1
<b>Más de 6</b>	35	17,9	17,9	100,0
<b>Total</b>	195	100,0	100,0	

Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

El cuadro No 6, muestra el número de integrantes de las familias encuestadas del cual el 39% de las familias son integradas por 3 a 4 personas, seguido del 28,2% que representa de 5 a 6 integrantes por familia, mientras que el 17,9% de las familias son integradas por más de 6 miembros y finalmente en el 14,9% de las familias encuestadas solo integran 2 personas.

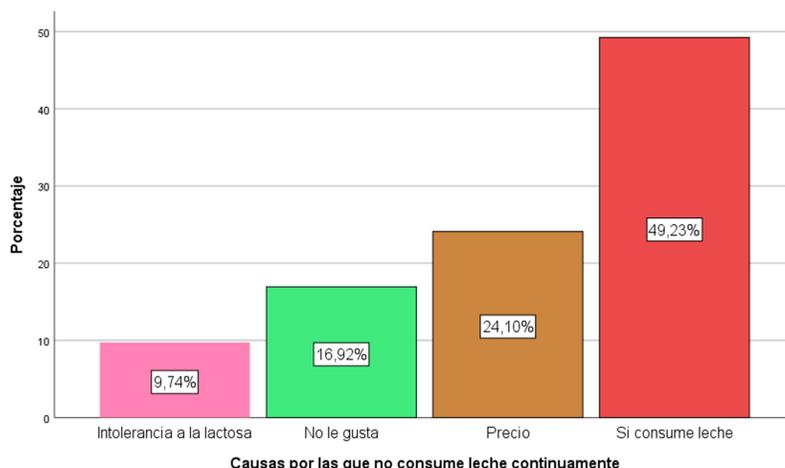
Gráfico No 3: Familias que consumen leche entera



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

Las familias encuestadas que consumen leche entera se reflejan en porcentajes en el gráfico No 3, cual indica que el 49,23% de las familias si consume leche entera, el 43,08% afirma que consume a veces y el 7,69% señala que no consume este tipo de leche.

Gráfico No 4: Familias que no consumen leche entera



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

En el gráfico No 4, se indica las razones por las cuales los encuestados no consumen leche entera. A través de los resultados obtenidos el 24,10% de los encuestados no consumen leche entera continuamente por el factor precio, seguido del 16,92% que no consume porque no le gusta y el 9,74% afirma ser intolerante a la lactosa.

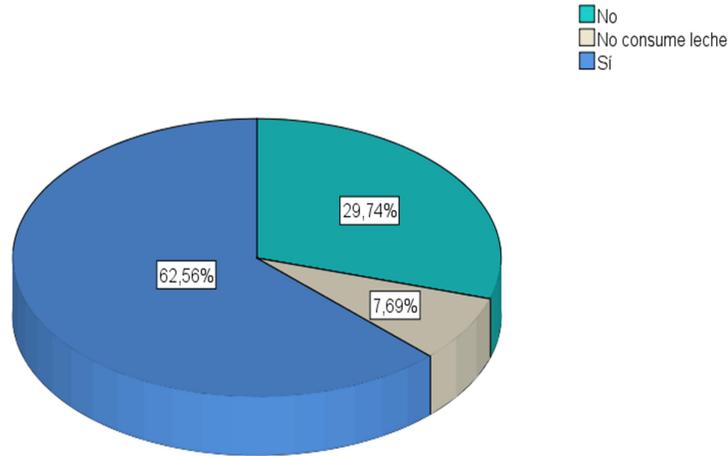
Cuadro No 7: Preferencia de compra de leche

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Leche entera fluida (o líquida)</b>	36	18,5	18,5	18,5
<b>Ambos</b>	95	48,7	48,7	67,2
<b>No consume leche</b>	15	7,7	7,7	74,9
<b>Leche entera en polvo</b>	49	25,1	25,1	100,0
<b>Total</b>	195	100,0	100,0	

Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

Los encargados de compras de las familias encuestadas indican el tipo de leche que prefieren comprar, en el cuadro No 7, se presenta en porcentajes que el 48,7% de los encuestados compra tanto leche líquida como leche en polvo, el 25% prefiere comprar leche entera en polvo y el 18,5% elige comprar leche entera líquida.

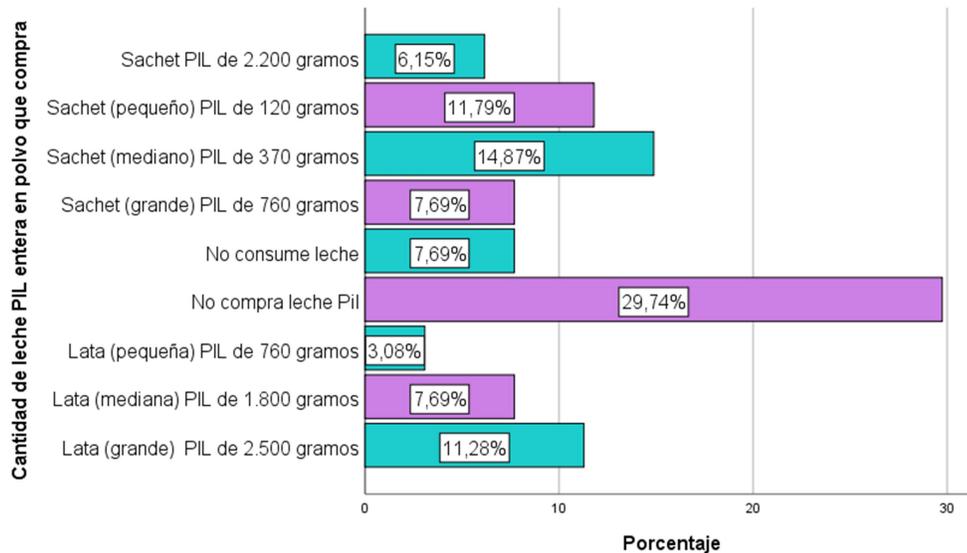
Gráfico No 5: Familias que consumen leche en polvo Pil



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

Se consultó a los encuestados acerca del consumo de leche entera en polvo de la marca Pil (industria nacional), a través de los resultados obtenidos de la encuestas el 62,56% afirma que si consume mientras que el 29,74% no consume, el 7,69% representa a las familias que no consumen leche.

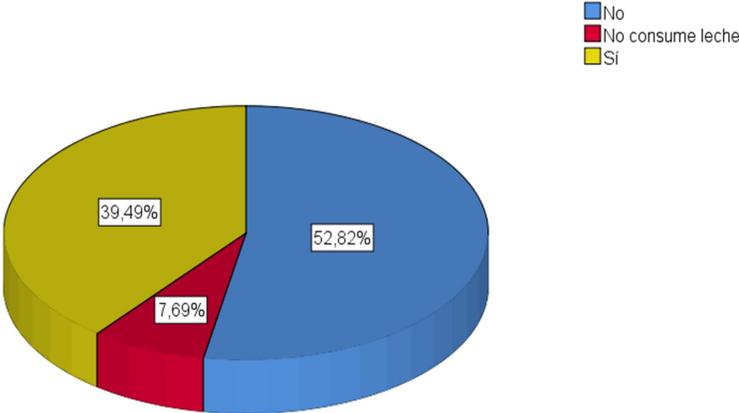
Gráfico No 6: Envase de leche Pil que compran las familias



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

En el gráfico No 6, se puede apreciar los envases más requeridos de leche en polvo de la marca Pil entre estos se encuentra el sachet de 370gr, seguido por los sachet de 120gr, 760gr y 2.200gr, mientras que la presentación en lata de 2.500gr es el preferido por los consumidores encuestados.

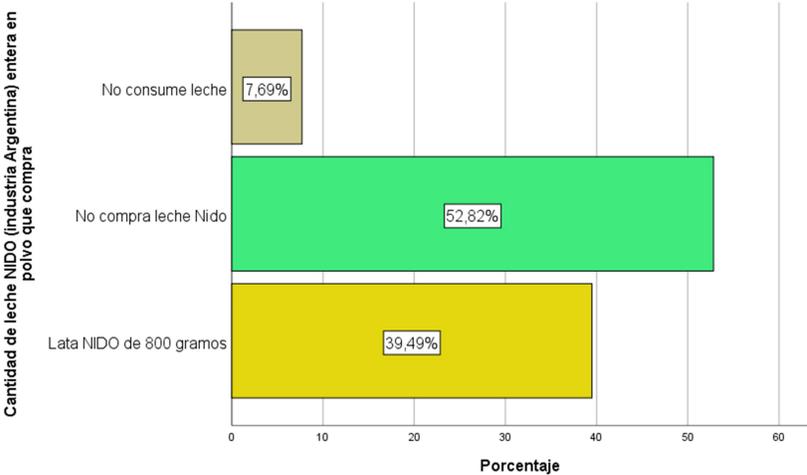
Gráfico No 7: Familias que consumen leche en polvo Nido



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

Se consultó a los encargados de compras de las familias encuestadas sobre el consumo de leche Nido (industria Argentina), en el gráfico No 7, se muestra las repuestas obtenidas del cual el 39,49% si consume a diferencia del 52,82% que no consume.

Gráfico No 8: Envase de leche Nido que compran las familias



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

El gráfico No 8, indica que el 39,49% de los encuestados adquiere la presentación en lata de leche entera Nido en polvo de 800 gr.

Cuadro No 8: Tabla de frecuencias de marcas de leche en polvo que también consumen las familias

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
No respondió	152	77,9	77,9	77,9
Anchor	6	3,1	3,1	81,0
Bonlé	4	2,1	2,1	83,1
Lechera	13	6,7	6,7	89,7
Nestlé	1	,5	,5	90,3
Ninguno	1	,5	,5	90,8
No consume leche	15	7,7	7,7	98,5
Pil Chuquisaca	1	,5	,5	99,0
Pil subsidio	2	1,0	1,0	100,0
<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

En el cuadro No 8, los encuestados señalaron que también consumen leche entera en polvo de las marcas Anchor (industria Argentina), Lechera (industria Argentina), Nestlé (industria nacional), Pil Chuquisaca (industria nacional).

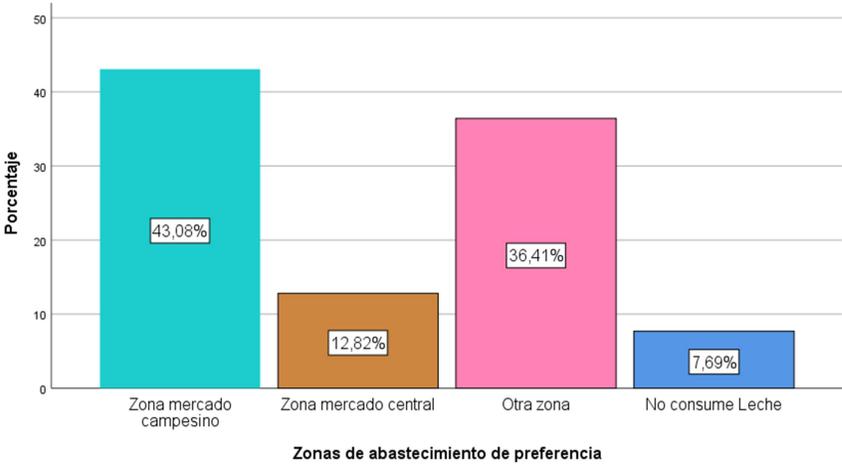
Cuadro No 9: Frecuencia de compra de leche en polvo

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
1 vez a la semana	14	7,1	7,1	7,1
1 vez al año	22	11,3	11,3	18,4
1 vez al mes	50	25,6	25,6	44
1 vez cada 3 meses	14	7,2	7,2	51,2
1 vez cada 6 meses	30	15,4	15,4	66,6
No consume leche	15	7,7	7,7	74,3
2 veces a la semana	19	9,8	9,8	84,1
2 veces al mes	17	8,7	8,7	92,8
2 veces cada 3 meses	14	7,1	7,1	100
<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

El cuadro No 9, muestra la frecuencia de compra de leche entera en polvo en la cual el 25,6% de los encuestados adquiere 1 vez al mes, el 15,4% compra 1 vez cada 6 meses, el 11,3 % adquiere 1 vez al año, el 9,8% indica que compra 2 veces a la semana, el 8,7% adquiere 2 veces al mes , con porcentajes menores al 7% indican que adquieren leche en polvo 1 vez a la semana, 1 vez cada 3 meses y 2 veces cada 3 meses.

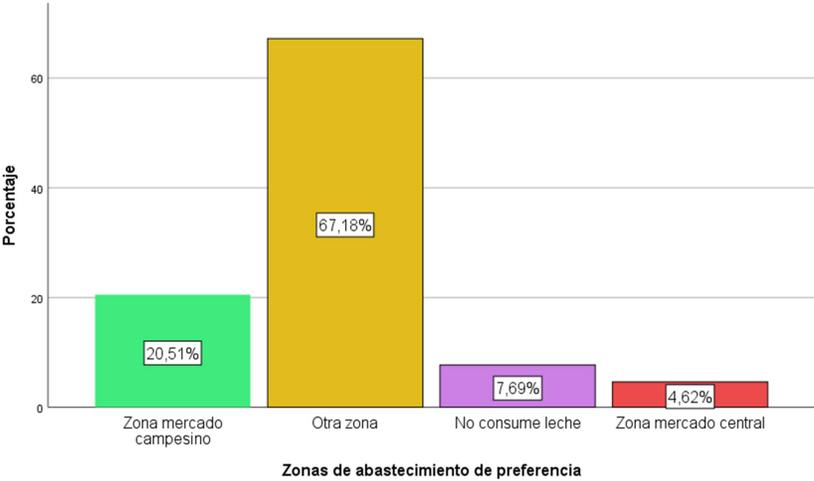
Gráfico No 9: Zonas de abastecimiento de las familias que compran leche Pil.



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

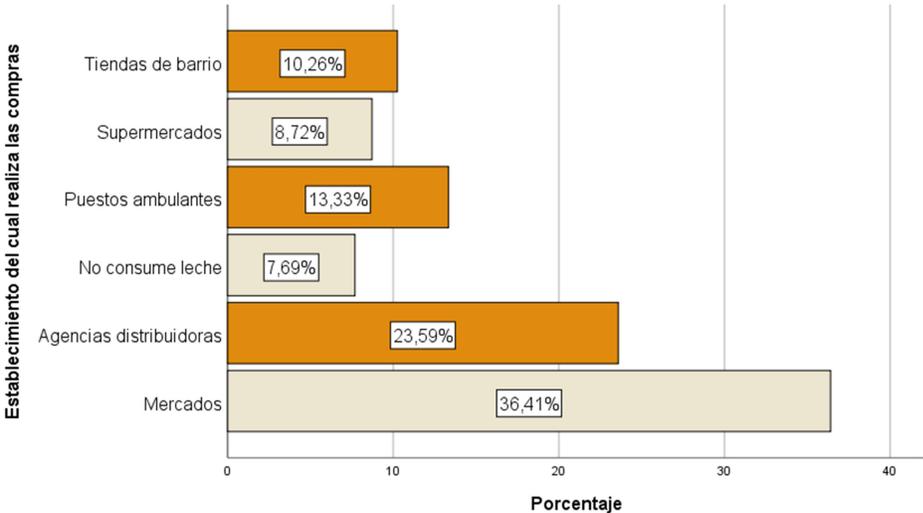
En el gráfico No 9, se muestra la zona de la que se abastecen las familias que consumen leche Pil del cual el 43,08% recurre a la zona mercado campesino, seguido del 36,41% que se abastece de otras zonas , por último el 12,82% adquiere leche en polvo Pil de la zona mercado central.

Gráfico No 10: Zonas de abastecimiento de las familias que compran leche Nido.



Se preguntó a los encuestados a que zonas de abastecimiento acude para comprar leche en polvo Nido de industria Argentina, como se indica en el gráfico No 10, el 20,51% señala que acude a la zona mercado campesino, mientras que el 4,62% se abastece de la zona mercado central, por tanto el 67,18% se abastece de la zona comercial y el 7,69% no consume leche.

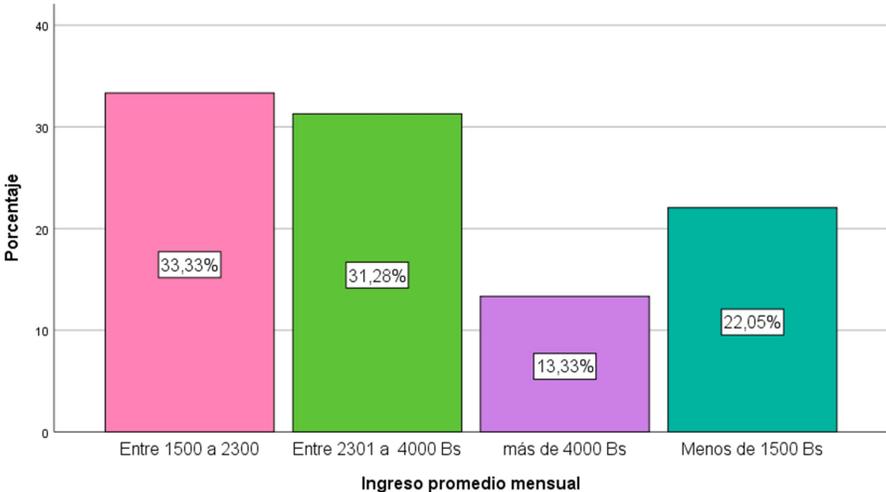
Gráfico No 11: Tipos de negocio



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

El gráfico No 11, muestra que el 36,41% de los encuestados compra de los mercados, el 23,59% adquiere leche de las agencias distribuidoras (bodegas), el 13,33% compra de los puestos ambulantes y con porcentajes menores al 10% adquieren leche de tiendas de barrio y supermercados.

Gráfico No 12 : Nivel de ingreso



El gráfico No 12, indica el ingreso de los encuestados de los cuales el 55,38% señalan que su ingreso promedio mensual es menor a 2300 Bs, seguido del 31,28% que indican un nivel de ingresos entre 2301 a 4000bs , en tanto, el 13,33% obtiene ingresos promedios mensuales mayores a 4000bs.

### 1.2.2 Resultados de la entrevista

Para el análisis de la oferta de leche en polvo de las marcas Pil y Nido se aplicó la técnica de la entrevista la cual se aplicó a cinco comerciantes que venden dichos productos en las zonas de abastecimientos más recurrentes por los ciudadanos de Sucre, los entrevistados fueron cuatro mujeres y un varón dueños de sus negocios ambos, los mismos comprenden edades entre 38 a 65 años y tienen formación primaria, secundaria y bachillerato.

Los oferentes tienen diferentes tipos de negocio entre estas tiendas, bodegas y ambulantes que venden al por mayor y al detalle. En la entrevista los oferentes de leche en polvo Nido afirmaron que obtienen el producto a través de revendedores (oferentes que venden al por mayor), y además que el producto argentino entra a Bolivia por la frontera de Villazón, finalmente se indicó que el factor que los motiva a la venta de este producto es el precio del producto.

Sin embargo, los entrevistados que ofertan leche Pil coincidieron que el factor que influye en la venta es la calidad del producto, dichos vendedores adquieren sus productos de manera directa con las agencias distribuidoras.

A continuación se presenta un cuadro resumen de los aspectos más relevantes de la entrevista.

Cuadro No 10: Aspectos de oferta de leche en polvo Pil y Nido

Zona	Tipo de negocio	Marca	Cantidad	Frecuencia
Mercado Campesino	Ambulante	NIDO	38.400 gr	2 veces al mes
Mercado Campesino	Tienda	PIL	84.640 gr	2 veces al mes
Mercado central	Tienda	NIDO	153.600 gr	4 veces al mes
Mercado Campesino	Bodega	PIL	152.320 gr	3 veces al mes
Mercado central	Bodega	PIL	156.160 gr	4 veces al mes

Fuente: en base a entrevista realizada en Octubre del 2022

En el cuadro No 10, se describe la zona en donde se realizó la entrevista, los tipos de negocio de los que se recogió la información, por último la cantidad y frecuencia en la que adquieren los productos para su respectiva venta.

Las tablas de frecuencia de las distintas variables presentadas se encuentran en anexos.

### 1.2.3 Análisis de la oferta y demanda de leche en polvo Pil (industria Nacional) y Nido (industria Argentina)

En cumplimiento con los objetivos planteados se realizó la estimación de la demanda y oferta de leche en polvo de las marcas Pil y Nido para el año presente. Los datos que se tomaron en cuenta son resultados de la encuesta y entrevista. A continuación se presenta los datos:

Cuadro No 11: Demanda de leche en polvo Pil (industria Nacional)

Envase en gramos	Cantidad de familias	Frecuencia de compra	Consumo por familia / día en gramos	Total consumo día en gr	Total consumo mes en kg	Total consumo año en kg
Sachet de 120 gramos	9504	1 vez a la semana	188,28	151094,17	4532,83	54393,90
Sachet de 370 gramos	11983	1 vez al año	211,1	253154,67	7594,64	91135,68
Sachet de 760 gramos	6198	1 vez al mes	433,76	140429,91	4212,90	50554,77
Lata de 760 gramos	2479	1 vez cada 3 meses	433,76	69739,18	2092,18	25106,10
Lata de 1.800 gramos	6198	1 vez cada 6 meses	1026,28	1263844,84	37915,35	454984,14
Lata de 2.500 gramos	9090	2 veces a la semana	1425,44	1139266,78	34178,00	410136,04
Sachet de 2.200 gramos	4958	2 veces al mes	1254,22	272620,45	8178,61	98143,36
		2 veces cada 3 meses				
		Diariamente				
No compra leche Pil	23966	-	0	0	0	0
No consume leche	6198	-	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>80.574</b>		<b>4.973</b>	<b>3.290.150</b>	<b>98.705</b>	<b>1.184.454</b>

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la encuesta.

En el cuadro No 11, se aprecia la cantidad demandada por las familias que se sitúan en los distritos 1,2,3,4 y 5 de la ciudad de Sucre, en la cual se tomó en cuenta las diferentes presentaciones (envases) de leche en polvo que oferta la empresa Pil convertida en gramos que consumen las familias de manera diaria y la frecuencia de compra del producto de la cual se obtuvo que la demanda total anual es de 1.184.454 kilogramos de leche en polvo.

Para la estimación de la demanda anual de leche en polvo Nido de industria Argentina se tuvo como base de datos a los resultados de la encuesta aplicada, considerando a la lata de 800 gramos como única presentación (envase) que circula en la ciudad de Sucre, se procedió a la conversión por consumo día/gramos de las familias, tomando en cuenta la frecuencia de compra se procedió a realizar el cálculo del cual se obtuvo que la demanda anual es de 619.625 kilogramos , como se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro No 12: Demanda de leche en polvo Nido (industria Argentina)

<b>Envase en gramos</b>	<b>Cantidad de familias</b>	<b>Frecuencia de compra</b>	<b>Consumo familia / día en gramos</b>	<b>Total demanda día en gr</b>	<b>Total demanda mes en kg</b>	<b>Total demanda año en kg</b>
Lata NIDO de 800 gramos	2479	1 vez a la semana	114,28	283300,12	8499,00	101988,04
	4132	1 vez al año	2,22	9173,04	275,19	3302,29
	5785	1 vez al mes	26,67	154280,62	4628,42	55541,02
	2479	1 vez cada 3 meses	8,88	22013,52	660,41	7924,87
	7438	1 vez cada 6 meses	4,44	33022,94	990,69	11888,26
	2892	2 veces a la semana	228,57	661115,87	19833,48	238001,71
	3306	2 veces al mes	53,33	176287,65	5288,63	63463,55
	2892	2 veces cada 3 meses	17,78	51426,87	1542,81	18513,67
	413	Diariamente	800	330560,00	9916,80	119001,60
No compra leche Nido	42560	-	0	0	0	0
No consume leche	6198	-	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>80574</b>	<b>-</b>	<b>1256,17</b>	<b>1721180,6</b>	<b>51.635,42</b>	<b>619.625,03</b>

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la encuesta.

Para realizar mejores comparaciones con la oferta se realizó el cálculo de la demanda total de leche en polvo Nido y Pil considerando a las zonas de abastecimiento mercado campesino y mercado central como se presenta a continuación:

Cuadro No 13: Demanda de leche en polvo Nido (industria Argentina) y Pil (industria Nacional) según zona de abastecimiento.

Marca	Zona de abastecimiento	Porcentaje de zona de abastecimiento	Cantidad de familias	Demanda por familia / día en gramos	Total demanda día en gr	Total demanda mes en kg	Total demanda año en kg
Nido	Zona mercado campesino	8,9%	7154,97	111,55	152840,84	4585,23	55022,70
	Zona mercado central	2,0%	1611,48	25,12	34423,61	1032,71	12392,50
	<b>TOTAL</b>	<b>10,9%</b>	<b>8766,45</b>	<b>136,67</b>	<b>187.264,4</b>	<b>5.617,93</b>	<b>67.415,20</b>
Pil	Zona mercado campesino	28,9%	23285,89	1437,20	950853,3	28525,75	342307,2
	Zona mercado central	8,88%	7154,97	441,60	292165,32	8765,00	105179,52
	<b>TOTAL</b>	<b>37,8%</b>	<b>30.440,8</b>	<b>1.878,80</b>	<b>124.3018</b>	<b>37290,75</b>	<b>447.486,7</b>

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la encuesta.

El cuadro No 13, presenta que el 10,9% de las familias compran leche Nido en las zonas mercado campesino y central lo que equivale a la demanda total anual de 67.415 kg, en tanto la demanda de leche Pil en las mismas zonas comerciales está representada por el 37,8% de las familias obteniendo la demanda total anual de 447.486 kg.

La estimación de la oferta de leche en polvo Nido (industria Argentina) y Pil (industria Nacional) se realizó a través de la aplicación de la entrevista a 5 comerciantes, además el número de oferentes se determinó mediante sondeo en las zonas mercado campesino y mercado central , se presenta a continuación:

Cuadro No 14: Oferta de leche en polvo Nido (industria Argentina)

Tipo de negocio	Frecuencia	Número de pack	Oferta en gr/mes	Número de oferentes	Total oferta en gr/mes	Total oferta en kg/año
Tienda	4 veces al mes	4	153600	34	5222400	62668,8
Puesto/Ambulante	2 vez al mes	2	38400	13	499200	5990,4
<b>Total</b>			<b>192.000</b>	<b>47</b>	<b>5.721.600</b>	<b>68.659,2</b>

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de entrevista.

En el cuadro No 14, se determina la cantidad ofertada anualmente de leche en polvo Nido, donde se tomó en cuenta la frecuencia en la que los oferentes adquieren sus productos, el número de paquetes que adquiere representado en gramos/mes y el número de oferentes teniendo como resultado 68.659 kg/año.

Para la determinación de la oferta de leche en polvo Pil de industria Nacional se utilizó los datos obtenidos de la entrevista, considerando el tipo de negocio, la frecuencia de adquisición de producto, la cantidad expuesta en gramos/mes y el número de oferentes en las zonas mercado campesino y central de la ciudad de Sucre se concluye que la oferta anual de leche Pil de industria argentina es de 451.123 kg, como se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro No 15: Oferta de leche en polvo Pil (industria Nacional)

Tipo de negocio	Frecuencia	Cantidad que adquiere en gr	Oferta en gr/mes	Número de oferentes	Total oferta en gr/mes	Total oferta en kg/año
Tienda	1 vez al mes 2 veces al mes	84640	258560	45	11635200	295372,8
Bodega	3 veces al mes	308480	1081600	12	12979200	155750,4
<b>Total</b>		<b>393.120</b>	<b>1340160</b>	<b>57</b>	<b>24614400</b>	<b>451.123,2</b>

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de entrevista.

A continuación se presenta un cuadro comparativo de la oferta y demanda de leche en polvo Pil y Nido en las zonas comerciales mercado campesino y central.

Cuadro No 16: Comparación de la oferta y demanda estimada

<b>Total</b>	<b>Nido</b>	<b>PIL</b>
<b>Total demanda año en kg</b>	67.415,20	447.486,7
<b>Total oferta en kg/año</b>	68.659,2	451. 123,2

Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro No 16, se puede apreciar que para ambas situaciones la demanda es satisfecha.

#### **1.2.4 Factores que influyen en oferta y demanda de leche Nido (industria Argentina) y leche Pil (industria Nacional)**

En cumplimiento con el segundo objetivo de la presente investigación se presentan los resultados obtenidos de la encuesta y entrevista.

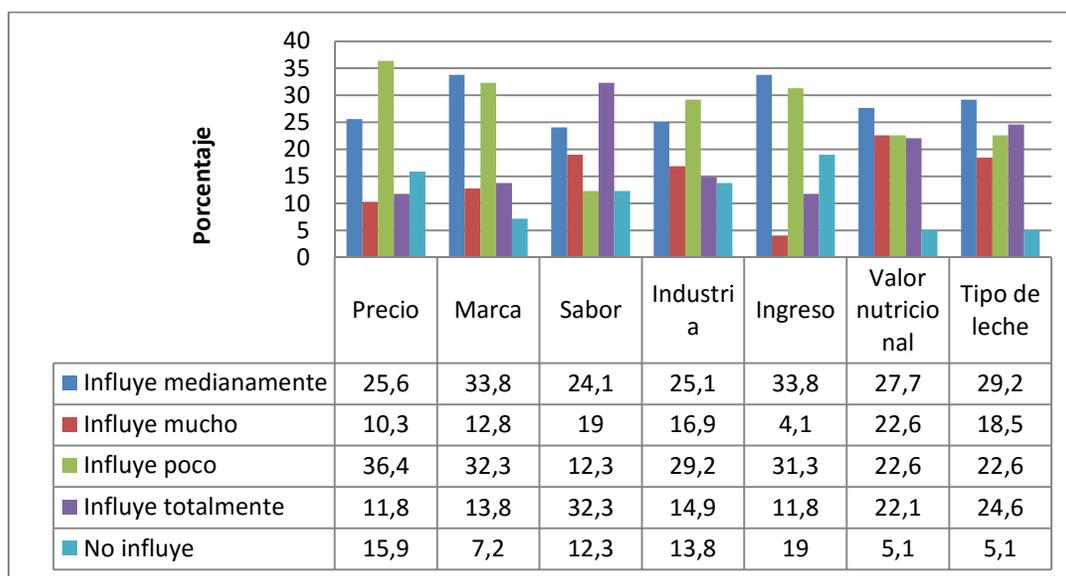
En el gráfico No 13, se muestra la influencia de variables en la demanda de leche en polvo Pil y Nido, en la cual se puede apreciar que:

- El 36,4% de los encuestados considera a la variable precio como poco influyente en su decisión de compra, seguido del 25,6% que considera medianamente influyente a dicha variable, en tanto el 15,9%, el 11,9% y el 10,3% consideran que el precio no influye, influye totalmente e influye mucho respectivamente.
- El 33,8% de los encuestados considera a la variable marca del producto como medianamente influyente en su decisión de compra, seguido del 32,3% que dicha variable influye poco, finalmente consideran influyente la marca como totalmente, mucho y no influyente el 13,3% , 12,8% y 7,2% de los encuestados respectivamente.
- El 32,3% de los encuestados considera a la variable sabor como totalmente influyente en su decisión de compra, seguido del 24,1% que considera medianamente influyente a dicha variable, en tanto el 19% afirma que influye mucho, finalmente con el 12,3 % para ambas situaciones considera que influye poco y no influye.
- El 29,2% de los encuestados considera a la variable industria de la que proviene el producto como poco influyente en su decisión de compra, seguido del 25,1% que dicha variable influye medianamente, finalmente consideran influyente la industria de

origen como mucho, totalmente y no influyente el 16,9% , 14,9% y 13,8% de los encuestados respectivamente.

- El 33,8% de los encuestados considera a la variable ingreso como medianamente influyente en su decisión de compra, seguido del 31,3% que dicha variable influye poco, finalmente consideran influyente la marca como no influyente, totalmente y poco influyente el 19% , 11,8% y 4,1% de los encuestados respectivamente.
- El 27,7% de los encuestados considera la variable valor nutricional del producto como medianamente influyente en su decisión de compra, seguido del 22,6% para ambas situaciones dicha variable influye mucho y poco, finalmente consideran influyente el valor nutricional como totalmente influyente y no influyente el 22,1% y el 5,1% de los encuestados respectivamente.
- El 29,2% de los encuestados considera la variable tipo de leche como medianamente influyente en su decisión de compra, seguido del 24,6% que considera totalmente influyente a dicha variable, en tanto el 22,6%, el 18,5% y el 5,1% consideran influye poco, influye mucho y no influye respectivamente.

Gráfico No 13: Influencia de variables en la decisión de compra de leche en polvo



Fuente: en base a encuesta realizada en Octubre del 2022

Por otro lado, las variables que influyen en la oferta de leche en polvo Nido (industria Argentina) y Pil (industria Nacional) son presentadas en el siguiente cuadro:

Cuadro No 17: Factores que influyen en la oferta

		Variables que toma en cuenta		Total
		Precio	Calidad	
Marca	Pil	0	3	3
	Nido	2	0	2
Total		2	3	5

Fuente: en base a entrevista realizada en Octubre del 2022

En el cuadro No 17, se puede apreciar que los oferentes de leche en polvo Pil coinciden que la variable que influye en la venta de este producto es la calidad, mientras que los ofertantes de leche en polvo Nido coinciden que la variable que influye es el precio.

A continuación se presente los precios de ambos productos en el mercado de Sucre:

Cuadro No 18: Precios

Industria	Marca de leche entera en polvo	Envase	Peso en gramos	Precio en Bs
Nacional	PIL Andina	Sachet	120 gr	10 Bs
Nacional		Sachet	370 gr	23 Bs
Nacional		Sachet	760 gr	40 Bs
Nacional		Lata	760 gr	55 Bs
Nacional		Lata	1800 gr	117 Bs
Nacional		Lata	2.500 gr	155 Bs
Nacional		Sachet	2.200 gr	105 Bs
Argentina	NIDO	Lata	800 gr	30 Bs

Fuente: elaboración propia.

### 1.2.5 Determinación de la elasticidad precio de la demanda para Pil (Industria Nacional) y Nido (Industria Argentina)

Se recurrió al cálculo de elasticidad precio de la demanda para demostrar la influencia del variable precio respecto a la cantidad demandada. A continuación se presentan los resultados con sus respectivas interpretaciones.

### 1.2.5.1 Elasticidad precio de la demanda de leche en polvo Pil (Industria Nacional)

Bajo el objetivo de realizar un mejor análisis comparativo, se tomó en cuenta la demanda total anual de leche Pil representada como envases en lata de 760 gr como se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro No 19: Datos para determinar la elasticidad precio de la demanda de leche en polvo Pil

Demanda total anual de leche Pil	Cantidad de Latas de 760 gramos	Variación porcentual de la cantidad demandada	Precio	Variación porcentual del precio
25106,10	1.558.492	1%	55 Bs	1Bs

Fuente: elaboración propia.

Introduciendo los datos a la formula se obtuvo:

$$Ep(\text{Pil}) = 0,55$$

La  $Ep$  (Pil) es menor a 1 y mayor a 0, por tanto, la demanda de leche Pil es inelástica esto significa ante la variación del precio la cantidad demandada se modifica, pero este cambio es en menor proporción que el precio.

### 1.2.5.2 Elasticidad precio de la demanda de leche en polvo Nido (Industria Argentina)

Los datos que se toman en cuenta para el cálculo de la  $Ep$  (Nido) se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro No 20: Datos para determinar la elasticidad precio de la demanda de leche en polvo Nido

Demanda total anual de leche Pil	Cantidad de Latas de 760 gramos	Variación porcentual de la cantidad demandada	Precio	Variación porcentual del precio
619.625,03	774.531	1%	30Bs	1Bs

Fuente: elaboración propia.

Introduciendo los datos a la formula se obtuvo:

$$Ep(\text{Nido}) = 0,30$$

La  $E_p$  (Nido) es menor a 1 y mayor a 0, por tanto, la demanda de leche Nido es inelástica esto significa ante la variación del precio la cantidad demandada se modifica, pero este cambio es en menor proporción que el precio.

### **1.2.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter**

Se aplicó el análisis de las cinco fuerzas de Porter para examinar el entorno global del mercado competitivo de leche en polvo en la ciudad de Sucre como se presenta a continuación:

#### **1.2.6.1 Amenaza de ingreso de nuevos competidores**

El sector oferente de leche en polvo de industria nacional en la ciudad de Sucre presenta pocas barreras de entrada frente a nuevos competidores, estos son:

La diferenciación, cumple un rol importante, ya que 32,3% de los encuestados demandantes eligen valorar el sabor de los productos, seguido de la marca con el 13,8%, el valor nutricional 22,1%, la industria de la que proviene 14,9% y el tipo de leche 24,6%, estos factores son positivos para los oferentes de leche Pil de Industria Nacional ya que estos productos gozan de dichas variables de diferenciación lo confirmaron los oferentes a través de la entrevista donde el 100% coincidió que la leche en Pil goza de calidad.

Sin embargo, el 100% de los entrevistados oferentes de leche Nido de industria Argentina coincidieron que el producto goza de precio bajo frente a la competencia, esta es una variable de gran relevancia ya que según datos obtenidos de la encuesta el 24,10% de las familias que no consumen leche es debido al precio.

El aprovisionamiento de leche en polvo al mercado local, si bien existen políticas que protegen la industria nacional, estas muchas son obstruidas dando paso a la entrada de productos sustitutos de leche de contrabando, como lo es la leche en polvo Nido de Industria Argentina que debido a la ubicación geográfica del país existen tres fronteras con Argentina, entre estas; Villazón, Yacuiba y Bermejo. A través de la entrevista a oferentes se obtuvo que la

leche Nido entra a Sucre por la frontera de Villazón debido a que es la frontera más cercana a la ciudad.

#### **1.2.6.2 Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Los factores que amenazan como producto sustitutos de leche en polvo de industria Nacional en el mercado de Sucre son:

Leche en polvo de contrabando, la oferta de leche en polvo de contrabando en el municipio de Sucre es una amenaza alta para el sector oferente de producto Nacional, ya el contrabando es un problema estructural que afecta negativamente a la economía nacional y local porque perjudica la capacidad productiva ya que solo ocasiona competencia desleal y más mercados informales que desfavorecen a las actividades legalmente establecidas como lo es la empresa Pil Andina. Esto ha ocasionado la entrada de productos al mercado de Sucre con menores precios como lo son Nido, Lechera y Anchor de industria Argentina.

#### **1.2.6.3 Poder de negociación de los compradores**

Los precios de los productos nacionales frente a los de otras industrias ocasiona que los compradores tengan un alto grado de poder de negociación, debido a:

La existencia de productos similares ofertados en el mercado de Sucre, da lugar a que los compradores se sientan seguros de que pueden conseguir leche en polvo de otras marcas a precios más bajos, por lo que el poder de negociación de los compradores es alto.

La información que los compradores tengan del mercado en cuestión les permitirá incrementar el grado de poder de negociación de compra, debido que al tener información sobre los productos y precios tendrán más opciones de elegir.

#### **1.2.6.4 Poder de negociación de los proveedores**

La cantidad de proveedores que suministran leche en polvo en el mercado de Sucre son varios, si bien las empresas nacionales trabajan de manera más ordenada a través de sus distribuidores, la oferta de productos de otras industrias se da por diferentes tipos de proveedor

entre estos están los que adquieren su mercadería por ellos mismos, los que adquieren a través de intermediarios, ya sea al por mayor o al por menor, lo que determina muchas veces el precio de los productos. Por tanto la presencia de proveedores que ofertan productos sustitutos de leche en polvo Pil en el mercado local minimiza el poder de negociación de los proveedores.

#### **1.2.6.5 Rivalidad entre los competidores**

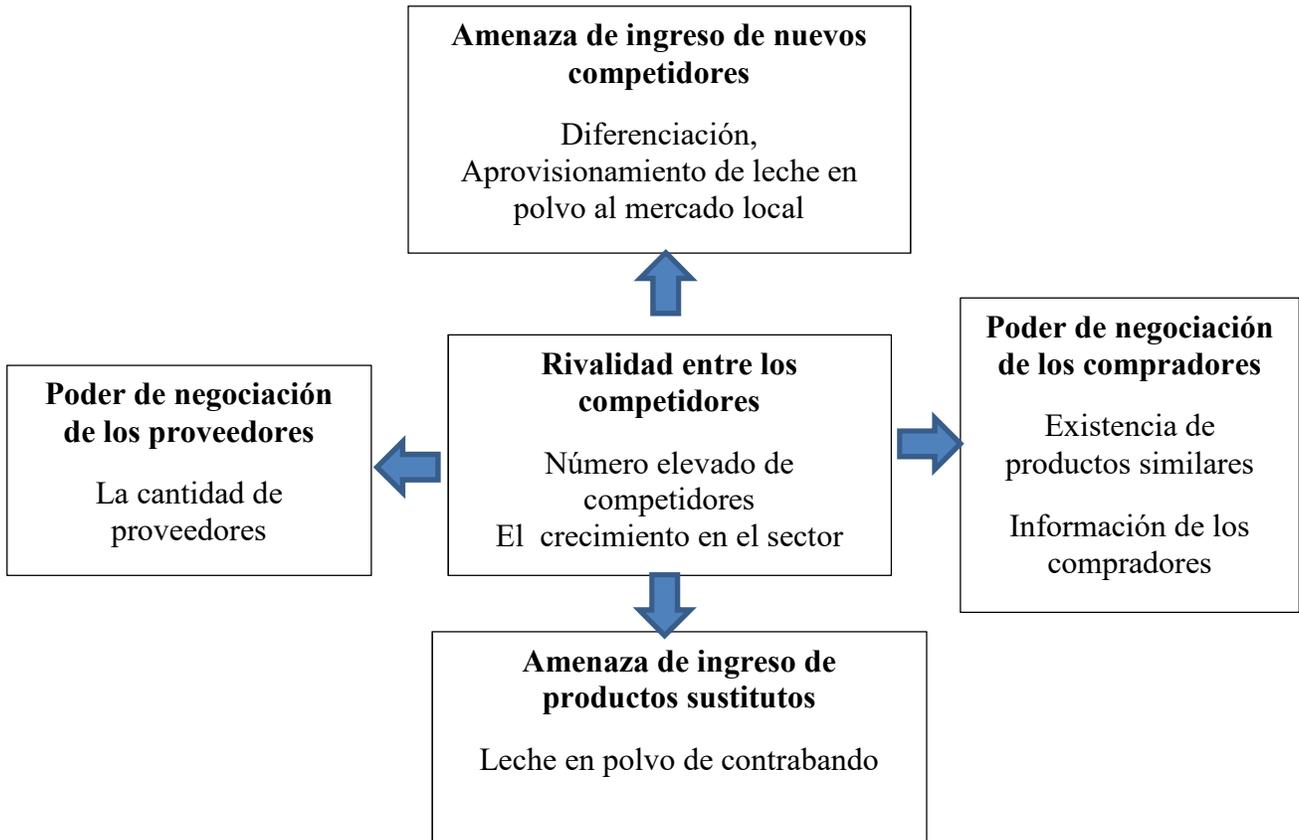
Se considera que el grado de competitividad de rivalidad es alto, ya que existe un gran número de oferentes de leche nacional y de otras industrias en el mercado de Sucre.

Las zonas de mayor afluencia de oferentes de leche en polvo de diferentes marcas e industrias se encuentran en la zona mercado campesino y zona central de la ciudad de Sucre donde existe un número elevado de competidores en el sector, identificado establecimientos como mercados, tiendas, bodegas y ambulantes como favoritos de la población, de esta manera se considera una alta rivalidad competitiva.

El crecimiento en el sector oferente de leche en polvo se ha incrementado en el país desde el año 2020 hasta la fecha, el contrabando según Álvarez (2021) es un flagelo para los comercios formales ya que se incrementó de un 3% al 10% , identificando la leche en polvo como productos de contrabando más abundantes en los mercados.

En este contexto, se concluye que la competencia en el sector es elevada cuya proviene de la entrada de productos sustitutos, el poder de negociación de los compradores y de la rivalidad entre competidores.

Grafico No 14: Análisis Porter



Fuente: elaboración propia.

## CAPÍTULO II

### 2.1 Prueba de hipótesis

Para la demostración de la aceptación o rechazo de la hipótesis, se planteó las siguientes condiciones:

$H_0 = 0$  No existe correlación entre las variables

$H_1 \neq 0$  Si existe correlación entre las variables

Aplicando la correlación de Pearson e introduciendo los datos cuantitativos de la demanda de leche Nido (industria Argentina) y Pil (industria Nacional) se obtuvo:

Cuadro No 21: Correlación de la oferta de leche en polvo Pil (industria Nacional)

<b>Correlaciones</b>			
		<b>Compra de leche Pil</b>	<b>Compra de leche Nido</b>
<b>Compra de leche PIL</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	1	,711*
	<b>Sig. (bilateral)</b>		,032
	<b>N</b>	9	9
<b>Compra de leche Nido</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	,711*	1
	<b>Sig. (bilateral)</b>	,032	
	<b>N</b>	9	9

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos de la investigación.

En el cuadro No 21, el coeficiente de la correlación de Pearson muestra que la correlación entre ambas variables es positiva alta.

Entendiendo que:

Valor Sig. Bilateral (P) es  $< 0,05$  se rechaza la hipótesis nula

Valor Sig. Bilateral (P) es  $\geq 0,05$  se acepta la hipótesis nula y se rechaza la  $H_1$

En el cuadro No, se aprecia que la Sig. Bilateral (P) es menor a 0,05 por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, cuya determina que existe relación entre las variables en estudio, es decir, que la demanda de leche NIDO (industria Argentina) y PIL (industria Nacional) tienen relación directa.

Debido a que el consumo de leche Nido crece en el mismo sentido que la demanda de leche Pil , se sustenta la hipótesis planteada de investigación, cuya indica que la oferta de leche NIDO (industria Argentina) incide de manera negativa en la demanda de leche PIL (industria Nacional) en el mercado de Sucre, es decir que la oferta de leche Nido satisface a un grupo de familias consumidoras de leche siendo una marca no Nacional afectando a la oferta de productos nacionales como lo es la empresa Pil.

## **2.2 Conclusiones**

- La demanda actual de leche en polvo de la marca Pil de industria Nacional es de 1.184.454 kg/año, en tanto la demanda de leche en polvo de la marca Nido de industria Argentina en el área urbana del municipio de Sucre es de 619.625 kg/año.
- La oferta de leche entera en polvo en las zonas comerciales mercado campesino y central de las marcas Pil de industria Nacional y Nido de industria Argentina es de 14.446 kg/año y 12,671 kg/año respectivamente.
- Los factores que influyen en la demanda de leche en polvo en las familias del área urbana del municipio de Sucre son el sabor, tipo de leche, valor nutricional, la industria, la marca, el precio e ingreso.
- Los oferentes de leche en polvo Pil coinciden que el factor que influye en la venta de sus productos es la calidad, mientras que los oferentes de leche en polvo Nido indican que es el precio.
- La elasticidad precio de la demanda para ambos productos indican que es de tipo inelástica.
- El entorno competitivo del mercado de leche en polvo en el municipio de Sucre es afectado por ingreso de productos sustitutos y el número elevado de competidores.
- La oferta de leche Nido satisface a un grupo de familias consumidoras de leche siendo una marca no Nacional afectando a la oferta de productos nacionales como lo es la empresa Pil.

## **2.3 Recomendaciones**

- Se demostró la oferta de leche en polvo de Nido y Pil de las zonas comerciales mercado campesino y central, se recomienda hacer un estudio que abarque todas las zonas comerciales del área urbana del municipio de Sucre.
- Para un mejor análisis competitivo se recomienda incorporar al estudio todas las marcas de leche en polvo que se ofertan en el mercado local

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, P. (26 de Junio de 2021). Chuquisaca: El contrabando y la pandemia afligen a los empresarios. Correo del Sur.
- Andrés Di Pelino, A. G. (2020). Temas de Economía. Buenos Aires: EUDEBA.
- Arancibia, R. J. (3 de Abril de 2018). El contrabando en Bolivia. Correo del Sur.
- BCB, B. C. (2022).
- Berumen, S. A. (2020). Lecciones de economía. Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Coronel, M. N. (2022). Competitividad de las exportaciones argentinas de quesos y leche en polvo: Un análisis a partir de la demanda externa de los principales importadores. Estudios económicos, 39(78), 187-221.
- Coronel, M. N.-2. (2022). Competitividad de las exportaciones argentinas de quesos y leche en polvo: Un análisis a partir de la demanda externa de los principales importadores. Estudios económicos, 39(78), 187-221.
- Cuba, P. (01 de 09 de 2021). La tasa de desempleo en Chuquisaca alcanza al 13,6%, según una encuesta.
- Escobar, R. D. (2018). Tema: propuesta de procedimientos de control del contrabando hormiga en la localidad de desaguadero. La paz, bolivia: umsa.
- INE. (2020). Instituto Nacional de Estadística. Obtenido de <https://nube.ine.gob.bo/index.php/s/ScBaqvua5kYGLVI/download>
- Laza, C. A. (2019). Entorno e información de mercados. UF1779. Tutor Formación.
- Medina, L. y. (2019). Arrojando luz sobre la economía sumergida: una base de datos global y la interacción con la oficial. Disponible en SSRN 3502028.
- Milenio, F. (2018). Informalidad, costos laborales y productividad.
- Muñoz, M. D. (2019). Economía 1º Bachillerato (2019). Editex.
- Nestlé. (2022). Nuestras Marcas: Leche Infantil Nido. Obtenido de <https://www.nestle.com.ar/marcas/nido>
- Perez, J. B. (2019). Fundamentos de estrategia. España: Editorial Elearning, SL.

- PIL. (2021). Pil Andina. Obtenido de <https://pilandina.com.bo/product-category/productos-en-polvo/leche-entera-en-polvo/>
- Piñeiro, M. &. (2020). Economía: Una Introducción. Buenos Aires: EUDEBA.
- Restrepo-Betancur, L. F.-S.-L. (2019). Disponibilidad de leche de los países sudamericanos en las últimas cinco décadas: elementos para análisis y perspectivas futuras. Scielo, Información tecnológica, 30(4), 77-84.
- Reyno, J. E. (2020). Principios básicos de economía. Mexico, Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Sillo, M. P. (2020). Externalidades del comercio informal y su incidencia en el crecimiento económico (Periodo 2006-2016). La Paz, Bolivia: UMSA.
- Sirera, L. M. (2020). Economía 1º Bachillerato. Edición y revisión José Sande.
- Socas, E. (2020). Economía de la empresa: 2º Bachillerato. España.

## ANEXOS

### Encuesta a consumidores

Esta encuesta está dirigida a los habitantes del área urbana del municipio de Sucre, el fin de esta encuesta es netamente académico. Por favor colabore con esta investigación

<p><b>1. Sexo</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Masculino</li><li><input type="radio"/> Femenino</li></ul> <p><b>2. ¿Cuál es su edad?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Entre 15 a 18 años</li><li><input type="radio"/> Entre 19 a 29 años</li><li><input type="radio"/> Entre 30 a 39 años</li><li><input type="radio"/> Entre 40 a 49 años</li><li><input type="radio"/> Entre 50 a 59 años</li><li><input type="radio"/> Mayor a 60 años</li></ul> <p><b>3. ¿Quién es el encargado de compras en su familia?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Padre</li><li><input type="radio"/> Madre</li><li><input type="radio"/> Hijo/a</li><li><input type="radio"/> Personal de servicio</li><li><input type="radio"/> Otro.....</li><li><input type="radio"/> Nadie</li></ul> <p><b>4. ¿Es usted el/la encargado (a) de compras de alimentos en su familia?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Sí</li><li><input type="radio"/> No</li></ul>	<p><b>5. ¿En qué distrito de la ciudad de Sucre vive?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Distrito 1</li><li><input type="radio"/> Distrito 2</li><li><input type="radio"/> Distrito 3</li><li><input type="radio"/> Distrito 4</li><li><input type="radio"/> Distrito 5</li><li><input type="radio"/> Otro .....</li></ul> <p><b>6. ¿Cuántas personas integran su familia?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> 1 a 2</li><li><input type="radio"/> 3 a 4</li><li><input type="radio"/> 5 a 6</li><li><input type="radio"/> Más de 6</li></ul> <p><b>7. ¿En su familia consumen leche entera?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Sí</li><li><input type="radio"/> No</li><li><input type="radio"/> A veces</li></ul> <p><b>8. Si respondió NO o A VECES en la anterior pregunta, responda esta pregunta ¿Cuáles son las causas por las que no consumen leche entera continuamente en su familia?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Intolerancia a la lactosa</li><li><input type="radio"/> Precio</li><li><input type="radio"/> No le gusta</li><li><input type="radio"/> Otro .....</li></ul>
--	---

<p><b>9. ¿Qué tipo de leche prefiere comprar?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Leche entera en polvo</li><li><input type="radio"/> Leche entera fluida ( o líquida)</li><li><input type="radio"/> Otro.....</li></ul> <p>Si No consumen leche entera en su familia pase a la pregunta</p> <p><b>10. ¿Compra Leche PIL entera en polvo?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Sí</li><li><input type="radio"/> No</li></ul>	<p><b>15. ¿Cada que tiempo suele comprar leche entera en polvo de su preferencia?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Diariamente</li><li><input type="radio"/> 1 vez a la semana</li><li><input type="radio"/> 2 veces por semana</li><li><input type="radio"/> 1 vez al mes</li><li><input type="radio"/> 2 veces al mes</li><li><input type="radio"/> 1 vez cada 3 meses</li><li><input type="radio"/> 2 veces cada 3 meses</li></ul>
---	--

<p><b>11. Si respondió SI en la anterior pregunta, por favor responda esta ¿Qué cantidad de leche PIL ENTERA EN POLVO suele comprar?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Sachet (pequeño) PIL de 120 gramos</li> <li><input type="radio"/> Sachet (mediano) PIL de 370 gramos</li> <li><input type="radio"/> Sachet (grande) PIL de 760 gramos</li> <li><input type="radio"/> Lata (pequeña) PIL de 760 gramos</li> <li><input type="radio"/> Lata (mediana) PIL de 1.800 gramos</li> <li><input type="radio"/> Lata (grande) PIL de 2.500 gramos</li> <li><input type="radio"/> Sachet PIL de 2.200 gramos</li> </ul> <p><b>12. ¿Compra Leche NIDO ( de industria Argentina) en polvo?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Sí</li> <li><input type="radio"/> No</li> </ul> <p><b>13. ¿Qué cantidad de leche NIDO (industria Argentina) entera en polvo suele comprar?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Lata NIDO de 800 gramos</li> <li><input type="radio"/> Otro.....</li> </ul> <p><b>14. ¿Qué otras marcas de leche entera en polvo compra?</b> R.- .....</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> 1 vez cada 6 meses</li> <li><input type="radio"/> 1 vez al año</li> </ul> <p><b>16. ¿A qué zonas de abastecimiento acude para comprar leche de su preferencia?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Zona mercado campesino</li> <li><input type="radio"/> Zona mercado central</li> <li><input type="radio"/> Otro.....</li> </ul> <p><b>17. ¿De dónde suele comprar la leche de su preferencia?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Tiendas de barrio</li> <li><input type="radio"/> Mercados</li> <li><input type="radio"/> Supermercados</li> <li><input type="radio"/> Agencias distribuidoras</li> <li><input type="radio"/> Puestos ambulantes</li> <li><input type="radio"/> Otro.....</li> </ul> <p><b>18. ¿A cuánto asciende su ingreso promedio mensual?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Menos de 1500 Bs</li> <li><input type="radio"/> Entre 1500 a 2300</li> <li><input type="radio"/> Entre 2301 a 4000 Bs</li> <li><input type="radio"/> más de 4000 Bs</li> </ul>
--	--

**19. Marque en qué medida influyen las siguiente variables en su decisión de compra de leche.**

Variables	No influye	Influye poco	Influye medianamente	Influye mucho	Influye Totalmente
Precio					
Marca					
La industria de la que proviene					
Nivel de ingreso					
El valor nutricional					

## Entrevista a oferentes

Zona comercial:..... Tipo de negocio:.....

Sexo:... Edad:.....Procedencia:.....Cargo del entrevistado:.....

Ocupación..... Nivel de educación.....

### 1. ¿Oferta (o vende) leche entera en polvo?

	PIL	NIDO (de industria Argentina)
SI		
NO		

### 2. ¿Qué cantidad de leche entera en polvo oferta?

(x)	PIL	Cantidad	(x)	NIDO (industria Argentina)	Cantidad
	Sachet (pequeño) PIL de 120 gramos			Lata de 800 gramos	
	Sachet (mediano) PIL de 370 gramos				
	Sachet (grande) PIL de 760 gramos				
	Lata (pequeña) PIL de 760 gramos				
	Lata (mediana) PIL de 1.800 gramos				
	Lata (grande) PIL de 2.500 gramos				
	Sachet PIL de 2.200 gramos				

### 3. ¿Con qué frecuencia adquiere leche Pil / NIDO (industria Argentina) entera en polvo para su respectiva oferta (o venta)?

.....

#### 4. Usted vende:

- Al por mayor (más de 2 planchas)
- Al por menor (1 planchas)
- A detalle
- Todos los anteriores

Otro.....

#### 5. De qué forma adquiere leche NIDO para su respectiva oferta:

- Compra directa (va a la frontera y trae por mayor)
- Compra mediante intermediario ( proveedor que realiza entrega leche Nido en Sucre)
- Compra mediante intermediario ( proveedor mayorista que le envía leche Nido a Sucre)

Otro.....

**6.Cuál de los siguientes factores toma en cuenta en el momento de adquirir sus productos**

- Precio
- Cantidad
- Fácil de acceder
- Otro.....

**7.De qué forma adquiere leche PIL para su respectiva oferta:**

- Compra directa
- Compra mediante intermediario
- Otro.....

**8. ¿Porque prefiere vender leche PIL/NIDO y no leche NIDO / PIL?**

.....

### Determinación de la elasticidad

$$Ep = - \frac{\left( \frac{1.558.492 - 1.542.907}{1.558.492} \right) * 100}{\left( \frac{55 - 56}{55} \right) * 100} = - \frac{1\%}{-1,82\%} = 0,55$$

$$Ep = - \frac{\left( \frac{774.531 - 766.786}{774.531} \right) * 100}{\left( \frac{30 - 31}{30} \right) * 100} = - \frac{1\%}{-3,33\%} = 0,30$$

### Tabla de frecuencias de la entrevista a oferentes

#### Zona comercial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Zona mercado campesino	3	60,0	60,0	60,0
	Zona mercado central	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

#### Tipo de establecimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tienda	2	40,0	40,0	40,0
	Bodega	2	40,0	40,0	80,0
	Ambulante	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

#### Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	1	20,0	20,0	20,0
	Femenino	4	80,0	80,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

### Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 35 a 45 años	2	40,0	40,0	40,0
	De 46 a 56	1	20,0	20,0	60,0
	Mayor a 57 años	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

### Nivel de educación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	1	20,0	20,0	20,0
	Bachiller	2	40,0	40,0	60,0
	Primaria	1	20,0	20,0	80,0
	Universo	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

### Marca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PIL	3	60,0	60,0	60,0
	NID O	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

### Cargo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Dueño	5	100,0	100,0	100,0

### Frecuencia de adquisición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2 veces al mes	2	40,0	40,0	40,0
	3 veces al mes	1	20,0	20,0	60,0
	4 veces al mes	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

#### Forma de adquisición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Compra directa	2	40,0	40,0	40,0
	Compra mediante intermediario	3	60,0	60,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

#### Variables que toma en cuenta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Precio	2	40,0	40,0	40,0
	Calidad	3	60,0	60,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

#### Origen de la mercadería

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desconoc e	1	20,0	20,0	20,0
	Sucre	3	60,0	60,0	80,0
	Villazón	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

#### Cantidad ofertada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	38400	1	20,0	20,0	20,0
	84640	1	20,0	20,0	40,0
	152320	1	20,0	20,0	60,0
	153600	1	20,0	20,0	80,0
	156160	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	