

ANEXO N° 1

NUEVO MODELO ECONÓMICO

La creación, impulso y consolidación de las empresas estatales en Bolivia forma parte de un profundo proceso integral de cambio de la estructura económica del país. Por tanto, estas deben entenderse en el marco del “Nuevo Modelo Económico, Social, Comunitario y Productivo”, vigente desde el año 2006. Modelo cuya característica fundamental es la intervención del Estado. Aspecto que responde a un contexto caracterizado por la crisis y a una historia que muestra el fracaso del neoliberalismo.

El mundo actual padece al menos cinco crisis estructurales: a) energética, b) alimentaria, c) climática, d) financiera y e) políticas macroeconómicas¹.

Frente a esta situación, desde 2006, Bolivia asume una vía alternativa. Esta se caracteriza por un Estado que tiene por funciones planificar la economía, administrar empresas públicas, invertir en el sector productivo, asumir el papel de banquero, regulador y entre otras más, redistribuir el excedente, con preferencia hacia los sectores que históricamente nunca fueron beneficiados.

El nuevo modelo económico parte de identificar dos grandes sectores en la economía: El estratégico, que es el generador de excedentes, y el que tiene capacidad de generar ingresos y empleo.

Cuatro son los sectores estratégicos con capacidad de ofrecer excedentes: Hidrocarburos, minería, electricidad y recursos ambientales.

Se otorga un alto énfasis a la producción con el fin de romper el patrón primario – exportador. Para ello se llevan “los excedentes de los sectores de minería, hidrocarburos, energía eléctrica, hacia los sectores donde se requiere poner la piedra fundamental, la semilla de un país productivo, es decir, en el sector manufacturero, industria, turismo y desarrollo agropecuario”.

Así, las empresas públicas forman parte de un sistema de desarrollo armónico, se espera que con el tiempo las empresas “incubadas” al amparo del Estado comiencen a generar utilidades y apoyen a la dinamización del modelo que, entre otras cosas, también se caracteriza por la redistribución del ingreso entre los agentes económicos bolivianos y, especialmente, entre aquellos sectores excluidos y marginados de la sociedad.

El nuevo modelo que desde 2006 ha comenzado a brindar resultados. En el Crecimiento económico y reducción de la pobreza.

ANEXO 2

Periódico EL PAÍS:

Planta lechera de San Lorenzo se suma a Lacteosbol

La gerente general del Servicio de Desarrollo de las Empresas Públicas Productivas (Sedem), Patricia Ballivián, en su paso por Tarija, informó que la planta procesadora de leche que fue instalada en el municipio de San Lorenzo será parte de la cadena productiva de la empresa estatal Lácteos Bolivia (Lacteosbol), que como una de sus principales tareas tiene como misión dotar de productos para el desayuno escolar en las diferentes capitales del país.

Ballivián explicó que concluidos los trabajos de instalación, en diez días aproximadamente iniciarán las pruebas con agua para identificar si existe algún tipo de fuga en la factoría de leche. Prevé que para el 30 de este mes empiece la producción de los primeros litros de lácteos procesados. La gerente dijo que la puesta en marcha de dicha planta es un paso importante para poder fortalecer la cadena productiva de leche que trabaja Lacteosbol, además de abrir la posibilidad de que en un futuro no muy lejano empiece a producir cítricos.

La planta de San Lorenzo se constituye en la cuarta a nivel nacional y todo apunta a que se repliquen resultados positivos en cuanto a la calidad de productos. En las últimas horas se firmaron contratos con asociaciones lecheras de la zona para garantizar la materia prima y según Ballivián la leche chapaca parece ser la más nutritiva a nivel nacional de acuerdo a estudios realizados.

La autoridad considera que la planta de San Lorenzo es una de las más modernas del país y que procesará seis mil litros de leche al día, hecho que significará que la frontera agrícola y producción lechera en la provincia Méndez crezca. En cuanto a la inauguración oficial de la planta, la funcionaria indicó que la misma será entregada el 15 de abril en honor al aniversario de la gesta libertaria del departamento de Tarija.

Nuevo producto lácteo, desarrollado por LACTEOSBOL - 'KUMIS'

Se incursionó en el procesamiento de Kumis, un producto que previene el cáncer de colon, es bajo en lactosa, con un rico contenido en calcio y que utiliza cepas importadas desde Italia. ,,,

De acuerdo a la gerente de Sedem, el Kumis es un producto destacado por las empresas competitivas y requeridas en el extranjero por su alto contenido nutritivo.

INAUGURAN LA CUARTA PLANTA DE LACTEOSBOL

La Razón / A. Quispe

02:45 / 12 de abril de 2013

El presidente Evo Morales Ayma inauguró ayer la cuarta planta procesadora de leche de Lacteosbol en el municipio de San Lorenzo (Tarija). Su capacidad de producción será de 18 mil litros por día.

La gerente general del Servicio de Desarrollo de las Empresas Públicas y Productivas (Sedem), Patricia Ballivián, indicó que la nueva planta tiene una capacidad de procesar 6.000 litros de leche por turno, lo que representa que en tres turnos se obtendrán 18 mil litros, además de derivados como leche saborizada, bebidas lácteas, queso, yogur y otros.

Para la instalación de la planta se invirtió Bs 15 millones, provenientes del Gobierno y la cooperación internacional. Ballivián agregó que el municipio de San Lorenzo hizo la donación del terreno y la instalación de servicios básicos.

La gerente resaltó que la fábrica cuenta con una “planta de tratamiento de aguas”. Morales añadió que si existen excedentes de leche, se debe ampliar las plantas procesadoras del producto a fin de “optimizar los recursos para el bien de las familias, especialmente de las abandonadas”.

Una de las tareas que se tiene, es el de abastecer el desayuno escolar y el subsidio para las madres en etapa de gestación y pos natal, con productos de alto nivel nutritivo, afirmó la gerente.

Empresa Pública Procesadora de leche LACTEOSBOL, ubicada en San Lorenzo de la Provincia Méndez



ANEXO N° 3

Productos que elabora la empresa LACTEOSBOL

Yogurt de 100 ml, Kumis y leche para el desayuno escolar de las comunidades de la provincia Méndez



Yogurt de 100 ml para el desayuno escolar y el comedor universitario de la Ciudad de Tarija



Queso Fresco y Maduro de 500 grs para el subsidio de la Ciudad de Tarija



Yogurt bebible, probiotico y Kumis de un litro para el subsidio y supermercados



ANEXO N° 4



Productos de LACTEOSBOL para la distribuidora SAN ROQUE (subsido) y el desayuno escolar para las comunidades de la Provincia MÉNDEZ



ANEXO N° 5

SEDEM

Forma parte del nuevo modelo económico la creación de una “incubadora de empresas estatales” que permita impulsar el desarrollo de las mismas. Las incubadoras dan apoyo a las empresas en aspectos de gestión empresarial (plan de negocio, marketing, finanzas, producción, etc.). El SEDEM cumple esta función pues ayuda a la formación, fortalecimiento y consolidación de los agentes de desarrollo económico productivo de carácter público.

El Servicio de Desarrollo de las Empresas Públicas Productivas – SEDEM, es una institución pública descentralizada, de derecho público, con personalidad jurídica y autonomía de gestión administrativa, financiera, legal, técnica y patrimonio propio, bajo tuición del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Creado con el Decreto Supremo N° 590 del 4 de Agosto de 2010, tiene por objeto definir los lineamientos para el funcionamiento de las Empresas Públicas Productivas. Inició sus operaciones el 6 de septiembre de 2010.

El SEDEM tiene como finalidad apoyar la puesta en marcha de las Empresas Públicas Productivas: Lácteos de Bolivia – LACTEOSBOL, Papeles de Bolivia – PAPELBOL, Cartones de Bolivia – CARTONBOL, Cementos de Bolivia – ECEBOL, Azúcar de Bolivia-Bermejo – AZUCARBOL-BERMEJO y la Empresa Boliviana de Almendra y Derivados – EBA.

La entidad apoya a dichas empresas realizando las siguientes funciones:

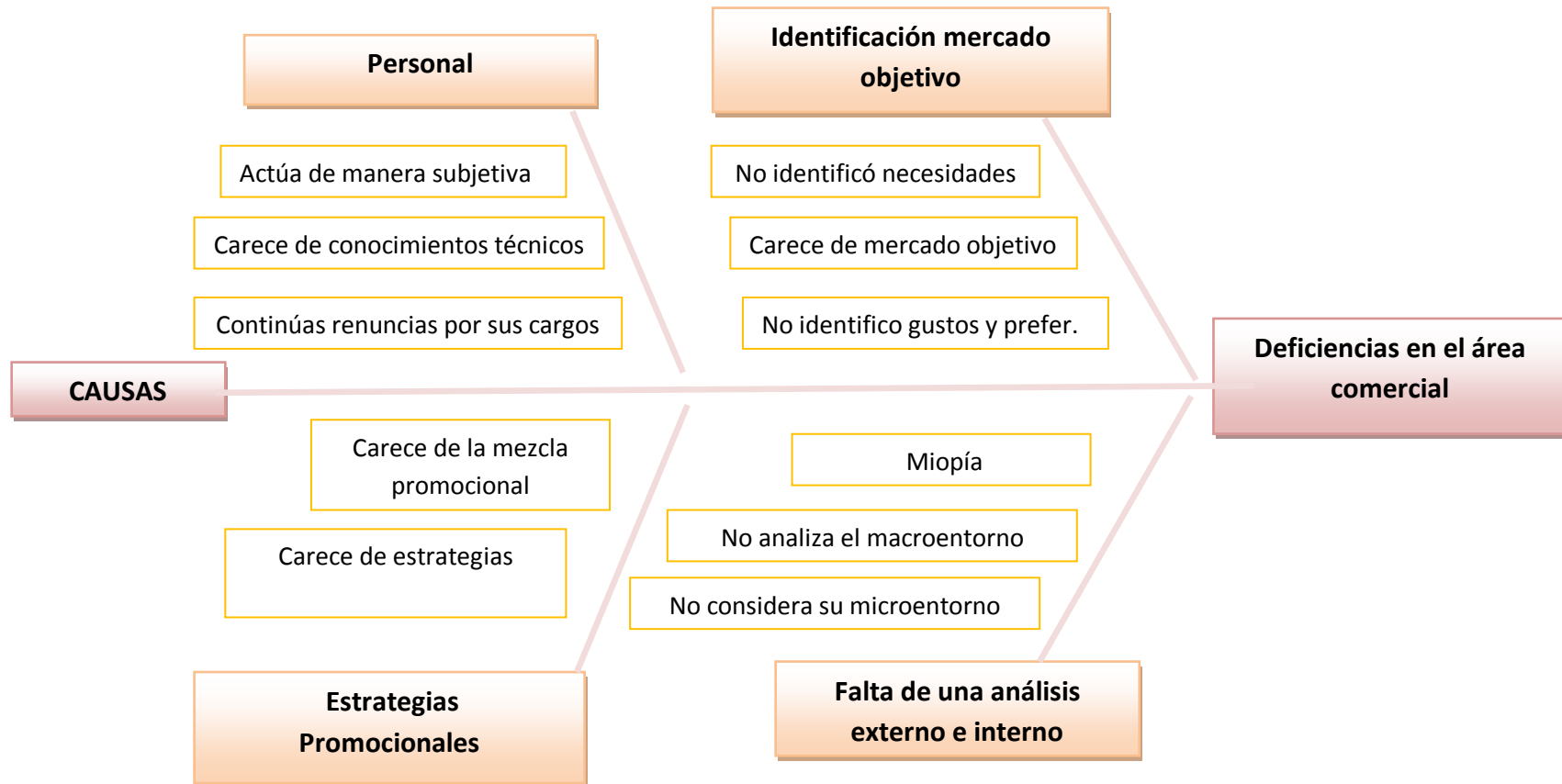
- Apoyar la puesta en marcha de las Empresas Públicas Productivas y acompañar las etapas posteriores de desarrollo de las mismas.
- Coordinar y controlar la gestión de las Empresas Públicas Productivas buscando su modernización.
- Implementar un modelo corporativo de Empresas Públicas Productivas, potenciando las capacidades de articulación y complementariedad que puedan tener.
- Establecer e implementar un sistema integrado de indicadores de gestión con información precisa, veraz y oportuna para la toma de decisiones.



Forma parte del nuevo modelo económico la creación de una “incubadora de empresas estatales” que permita impulsar el desarrollo de las mismas. Las incubadoras dan apoyo a las empresas en aspectos de gestión empresarial (plan de negocio, marketing, finanzas, producción, etc.). El SEDEM cumple esta función pues ayuda a la formación, fortalecimiento y consolidación de los agentes de desarrollo económico productivo de carácter público

ANEXO N° 6

De manera exploratoria y a través de entrevistas con el personal administrativo de la planta, se realiza el siguiente análisis para identificar el problema de la empresa Lacteosbol.



ANEXO 7

Devolución de los productos Lacteosbol (yogurt de 1 litro: Kumis, Probiotico, bebible) de los supermercado “Gatto” y “Tarija”



En el supermercado GATTO, el propietario devolvió 2 kumis de 1 litro, por haber vencido la fecha de consumo y tales productos no se vendieron.





En el supermercado TARIJA, la propietaria devolvió 16 yogurt de 1 litro, por haber vencido la fecha de consumo y tales productos no se vendieron en el supermercado.



ANEXO N°9

www.cambio.bo/.periodico *la paz*

Subirán impuesto a la cerveza para financiar fondo Pro Leche

EL EJECUTIVO TIENE LISTO UN PROYECTO DE LEY Y RESTA ENVIARLO A LA ASAMBLEA

13/08/2011, En los próximos días, el órgano Ejecutivo enviara un proyecto de ley a la Asamblea Legislativa para incentivar el consumo de leche, mediante la creación de un fondo denominado Pro Leche, que será sustentado con una parte de los impuestos a la cerveza y bebidas alcohólicas.

La ministra de Desarrollo Productivo y Economía Plural, Teresa Morales, explico que el fondo será financiado por el gravamen a la importación y comercialización de bebidas alcohólicas, como la cerveza, con la retención de 10 centavos por litro y las bebidas importadas desde 40 centavos hasta 1,30 bolivianos.

Señala que el consumo per cápita de leche en Bolivia es de 30 litros por año, mientras que el consumo de cerveza sin contar otras bebidas alcohólicas es 38 litros. En América Latina es de 104 litros por año y en Europa es más de 200 litros.

Según la Federación Departamental de Productores de Leche, en el país existen 12.000 productores, y un 90% es considerado pequeño productor con menos de 500 litros por día.

“En busca de un mejor equilibrio y armonía hemos decidido como Gobierno hacer una ley para aumentar 10 centavos por litro como retención a la comercialización de la cerveza y entre 40 centavos y 1,30 bolivianos a la comercialización de todo tipo de bebidas alcohólicas importadas”, argumentó la ministra Morales.

Con la aplicación de la medida, los más beneficiados serán los consumidores y productores, porque se congelara el precio de la leche hasta marzo del próximo año, cuando se hagan los ajustes del nuevo precio.

Con relación al destino de los recursos que se generen con el fondo Pro Leche, la Ministra sostuvo que servirán para mejorar la capacidad productiva de las industrias lácteas del país.

Respecto del bajo índice de consumo de leche, indico que alrededor del 40% de las empresas son ociosas, lo que explica, entre otras cosas, la baja producción.

Una parte de los recursos servirá para apoyar a los pequeños productores de leche y otra parte se destinará a incentivar el consumo de leche, mediante publicidad sin especificar la marca del producto.

Según el proyecto, la vigencia del mencionado fondo será de ocho años con aportes del sector público, y en el siguiente año las empresas privadas lácteas tendrán que sostenerla con aportes privados.

En este sentido, el fondo también recibirá aportes de las empresas lácteas a partir de 2013, y los pequeños productores aportaron en base a cálculos de producción.

ESCALA DE TRIBUTOS

La retención de los impuestos será aplicada una vez promulgados los reglamentos de la norma sobre la base de una tabla de que maneja el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

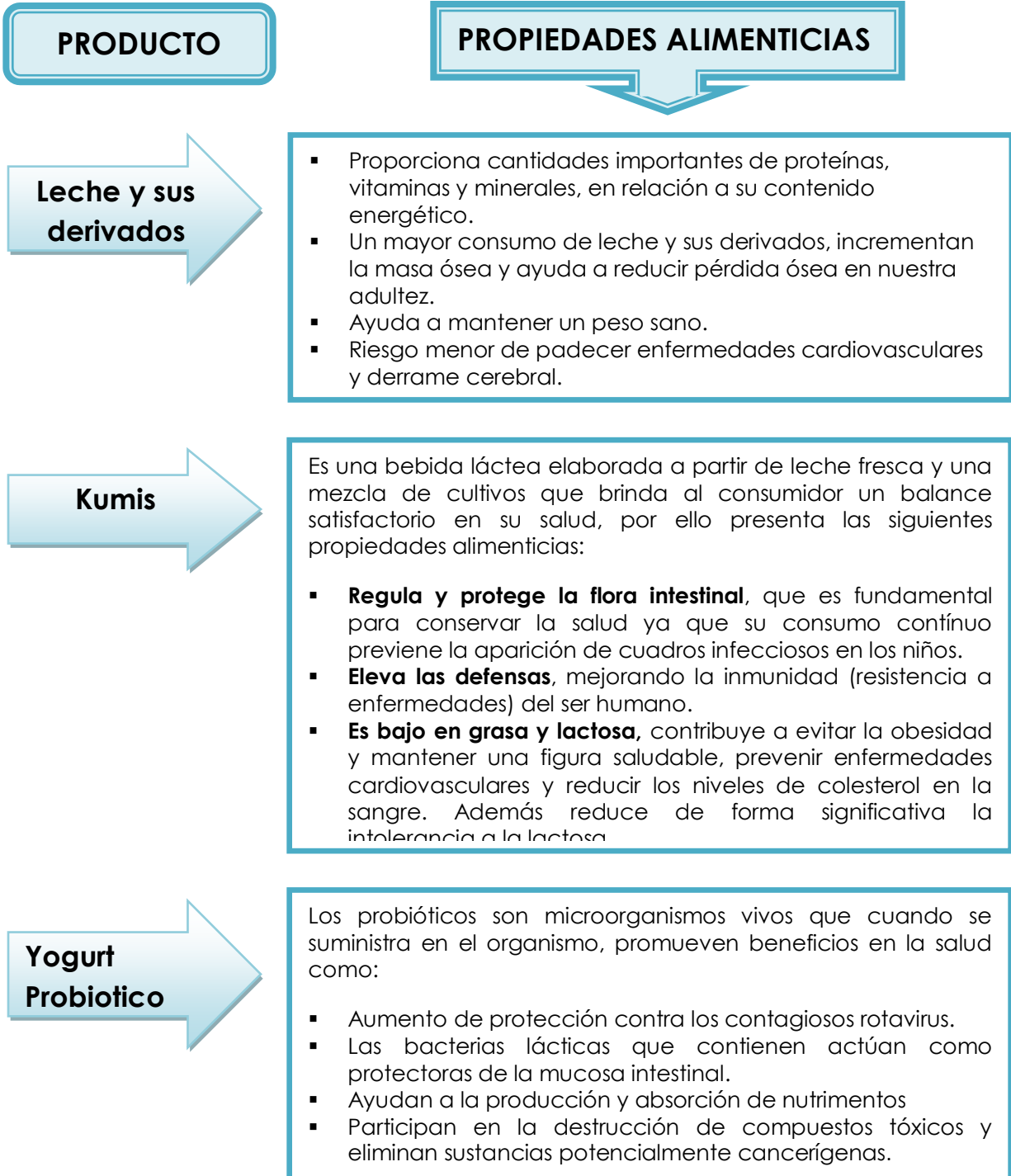
Explico que en la industria nacional está incluida la cerveza con un impuesto de 10 centavos, mientras que los demás productos importados pagaran un impuesto en base a tablas especiales.

Además, señala que los empresarios deberán analizar si este cobro adicional de tributos será cubierto por los consumidores o por las utilidades de las empresas.

El año pasado, el Gobierno modificó el impuesto de consumo específico para cobrar impuestos a las bebidas alcohólicas y cigarrillos para incentivar el deporte.

ANEXO 10

Propiedades del yogurt



ANEXO ° 11

NOMINA DE PERSONAL DE LA EMPRESA LACTEOSBOL DE TARIJA

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO
1	Yañez Balanza Claudia Irene	JEFE DE PLANTA
2	Machicado Copa Dimar Ariel	OPERADOR EN PLANTA
3	Ortega Daza Johan Ivar	ENCARGADO ADMINISTRATIVO FINANC.
4	Birbuet Rodriguez Silvia Patricia	ENCARGADO DE COMERCIALIZACION
5	Jaramillo Avila Lorena Melina	ENCARGADA DE CONTROL DE CALIDAD
6	Choque Ibarra Luis Fernando	ENCARGADO DE MANTENIMIENTO
7	Nina Paredes David Felipe	OPERADOR EN PLANTA
8	Villa Vaca Rafael Marcelo	OPERADOR EN PLANTA
9	Gareca Sossa Javier Fernando	OPERADOR EN PLANTA
10	Choque Mariela Roxana	OPERADOR EN PLANTA
11	Añazgo Rueda Natali	OPERADOR EN PLANTA
12	Farfan Acosta Lilian Soledad	OPERADOR EN PLANTA
13	Aldana Baldiviezo Ayksen Lorenz	EMBALADOR
14	Soto Jaramillo Gilberto Bladimir	EMBALADOR
15	Zenteno Barca Rene	ACOPIADOR
16	Leon Flores Linder Fernando	OPERADOR EN PLANTA
17	Vaca Aguilera Veimar Yamil	CHOFER
18	Guerrero Herminio	PORTERO

Anexo n° 12

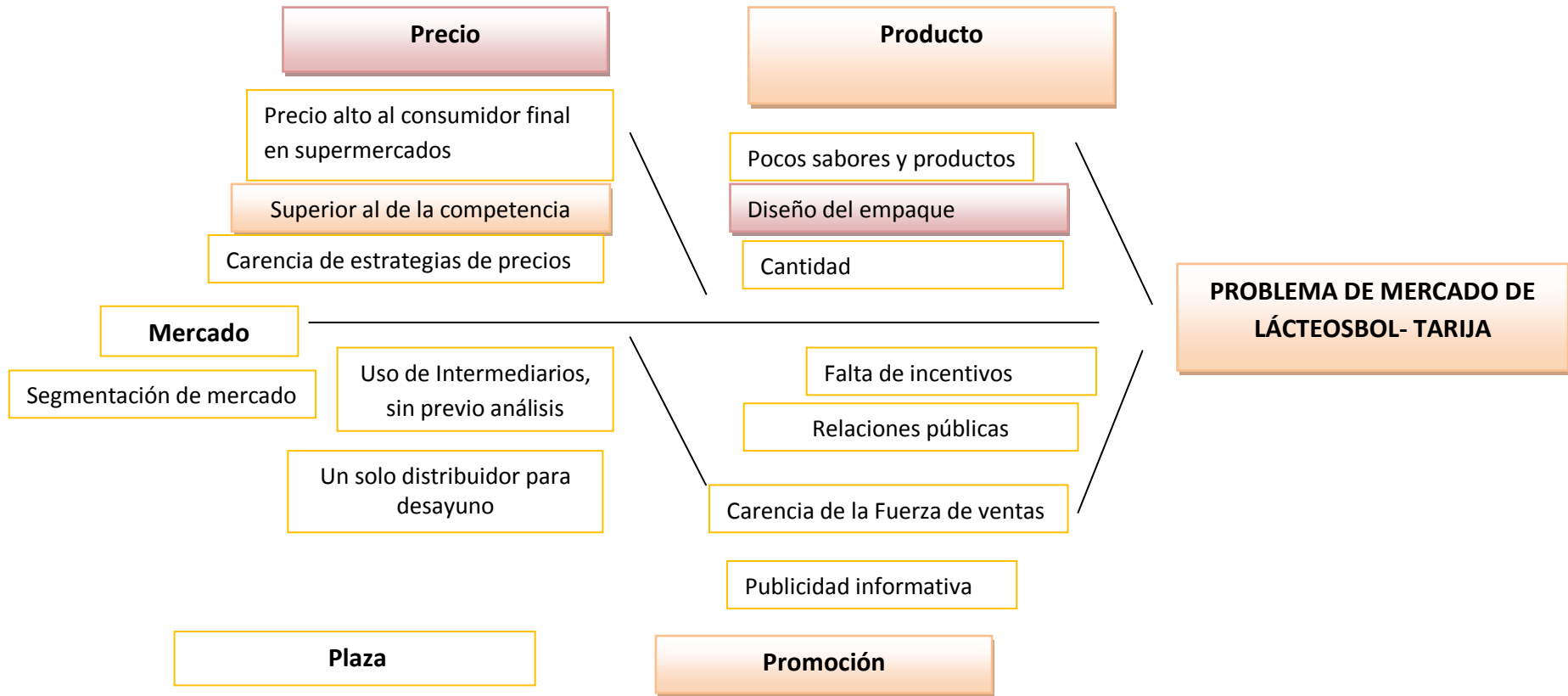
LISTA DE PROVEEDORES DE LECHE

N°	NOMBRE DEL PROVEEDOR	CANTIDAD DE LITROS
1	Angelica León Sanchez	302,50
2	Bernardo Sabas Jerez Gutierrez	28,50
3	Claudia Jaramillo Añazgo	467,50
4	Cristian Marquez Reynaga	726,50
5	Donato Colque Velasquez	1934,50
6	Ermelinda Cruz Sanchez	172
7	Herzont Bravo Gonzales	1109
8	Jorge Arenas Panique	3676
9	Jose Aldana Gareca	1432
10	Jose Ayarde Rodriguez	3553
11	Maria Valdez Gira	772
12	Maria Elva Iñiguez	350
13	Maura Gira Gareca	497,50
14	Osbaldo Yelma Cabezas	292
15	Pedro Aban Serrano	405,50
16	Rolando Cardozo Gareca	789,50
17	Weimar Rosales Mendez	367,50
18	Zulma Nilsa Serrano Gira	572
19	Andrea Guerrero Ordoñez	346
20	Celia Anachuri Romero	174
21	Delia Altamirano Acosta	138
22	Demetria Aguilera Villarrubia	308
23	Edgar Narvaez Villarrubia	490
24	Eduardo Villarrubia Mendez	204
25	Elvia Donaire Villca	176
26	Emiliana Moreno Tejerina	635
27	Eugenio Villarrubia Arias	197
28	Isabel Calisaya	305
29	Maria Julia Villarrubia	141
30	Maribel Galean Rueda	196
31	Máxima Torrez Rivera	316
32	Severo Villarrubia Galean	152

33	Sonia Guerrero Torrez	174
34	Victor Donaire Gutierrez	813
35	Victoria Jurado Rueda	350
36	Waldo Gamual Gonzales	1470
37	Waldo Pago A Transp Leche	8305
38	Wilman Guerrero Torrez	990
39	Orlando Rueda Moreno	294
40	Yeni Villarrubia Guerrero	376
41	Antonina Condori Fernandez	385,50 sella mendez
42	Elena Flores Sanchez	250,50
43	Elvira Castillo Diaz	891,50
44	Hernan Rospillosa Arce	1873
45	Luis Alberto Ortega Velasquez	2180,50
46	Marco Estrada Romero	3148
47	Maria Elena Cruz De Amador	863,50
48	Margarita Cardozo	434,50
49	Virginia Mayda Romero	395
50	Oswaldo Almazan	723,50
51	Agapo Jerez Gutierrez	330
52	Aurianta Villa Ortega	490
53	Ascencion Serrano Gira	204
54	Bacilia Nina Choque	176
55	Edith Choque Garzon	635
56	Eva Gira De Serrano	197
57	Julian Gutierrez	801
58	Lidio Segovia Segovia	529,50
59	Luisa Delgado Choque	173,50
60	Marcelino Serrano Vaca	377,50
61	Maria Valdez Gira	97,50
62	Yelma Nina Rios	260,50
	TOTAL LITROS DE LECHE AL MES	50579,00

ANEXO N° 13

De manera exploratoria y a través de observación directa, y de la propia experiencia en la empresa, se realiza el siguiente análisis para identificar el problema de Investigación de mercado.



ANEXO N° 14
ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MADRES DE FAMILIA

N° Encuesta:

ENCUESTA

La presente encuesta, tiene como finalidad recopilar información sobre el consumo de lácteos en la Ciudad de Tarija, para llevar a cabo una investigación con fines estrictamente académicos. Por lo que usted es la persona más adecuada para proporcionarnos dicha información. Por favor, sería tan amable de responder las siguientes preguntas

MARCA CON UNA "X" LA RESPUESTA QUE CONSIDERE MÁS CONVENIENTE

1. **¿En su familia consume productos lácteos (leche, yogurt, jugos y otros derivados de la leche)?**
SI NO
2. **¿Qué productos lácteos consumen y cuál es el de mayor preferencia?** (puede marcar varios en la opción consume, pero marque SOLO UNA opción del producto que prefiere)

N	PRODUCTO	CONSUME	PREFIERE
1	Yogurt		
2	Leche líquida		
3	Queso		
4	Mantequilla		
5	Jugos derivados		
6	Leche saborizada		
7	Dulce de leche		
8	Otros (especifique).....		

3. **¿Si consume yogurt o leche, en qué tipo de envase lo prefiere?**

N	PRODUCTO	Sachet	Vaso	Botella	Cartón
1	Yogurt				
2	Leche líquida				

4. **¿Cuál es la razón por la que prefiere en ese envase?** (Marcar una sola opción)
 - a) Es económico
 - b) De fácil manejo
 - c) Mayor cantidad
 - d) Presentación
5. **¿Cuál es el atributo que valora más a la hora de adquirir un producto lácteo?** (Marcar una sola opción)
 - a) Cantidad
 - b) Precio
 - c) Calidad
 - d) Sabor
 - e) Otro(especifique).....
6. **¿Cuál es la frecuencia de compra de productos lácteos?** (Marcar una sola opción)
 - a) Cada día
 - b) Día por medio
 - c) 1-2 veces a la semana
 - d) 1 vez al mes
7. **¿Habitualmente de dónde adquiere los productos lácteos?** (Marcar una sola opción)
 - a) Tienda de barrio
 - b) Agencia
 - c) Mercados
 - d) Supermercado
 - e) Otro (especifique).....

8. ¿Frecuentemente de qué empresa productora de lácteos, compra sus productos? (Marcar una sola opción)

- a) PIL TARIJA
- b) PROLAC
- c) PIL ANDINA
- d) DELICIOUS
- e) DELIZIA
- f) OTROS (especifique).....

9. ¿Cuál es la razón por la que consume productos lácteos? (Marcar una sola opción)

- a) Por Salud y nutrición
- b) Por recomendación
- c) Por gusto
- d) Por sed

10. ¿Conoce las propiedades alimenticias que proporcionan los productos lácteos?

SI NO

11. ¿Quién de los miembros de su familia es el que más consume lácteos y qué edad tiene?

MIEMBRO	EDAD (Años)		
	0-10	10-20	20 o más

12. ¿Qué medio de comunicación es el que más utiliza para informarse y mencione el canal, sintonía de su mayor preferencia o que periódico ? (Marcar una sola opción)

- a) Television
- b) Radio
- c) Internet
- d) Periodico.....
- e) OTROS (especifique).....

13. ¿Tiene conocimiento de la empresa Lácteosbol de San Lorenzo y de los productos que elabora?

CONOCE		CONSUME	
SI	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>

Si no consume pase a la preg 16

14. ¿Por cuál de los siguientes medios adquirió algún producto de la empresa Lácteosbol? (Marcar una sola opción)

- a) Subsidio
- b) Planta de Lácteosbol
- c) Supermercado
- d) OTROS (especifique).....

15. ¿Cuántas veces consumió algún producto de Lácteosbol? (Marcar una sola opción)

- a) 1 a 5 veces
- b) 5 a 10 veces
- c) 10 veces a más

16. ¿Ud, porque razón cree que los productos de la empresa Lácteosbol, no son conocidos en el medio?

- Falta de publicidad
- Falta de promoción
- Los productos no están disponibles en el mercado
- Otros.....

17. Estaría dispuesto a adquirir algún producto de esta empresa?

SI NO

18. ¿Qué le induciría a adquirir los productos de la empresa Lácteosbol?

- a. Que el producto este a la vista en cualquier tienda
- b. Una degustación
- c. Un comentario positivo de los productos
- d. Escuchar un anuncio publicitario

19. ¿Cuánta importancia le da a los diferentes anuncios publicitarios que se emiten en los medios de comunicación, cuando se trata de productos alimenticios?

No le doy importancia	Le doy importancia	indiferente	Le doy poca importancia

20. ¿Cuándo mira, escucha o lee acerca de los beneficios de un producto alimenticio, se interesa en adquirirlo?

SI NO

Gracias por su colaboración !!!!!

ANEXO N° 15
DEGUSTACIONES EN GRUPOS DE PERSONAS



ANEXO N° 16

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS DE LÁCTEOS BOLIVIA

NOMBRE DEL PRODUCTO	1.- KUMIS
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Es un producto lácteo fermentado, elaborado a partir de leche de vaca, que contiene proteínas, polisacáridos y una mezcla de microorganismos lactobacillus delbrueckii sbsp. Bulgaricus y Lactobacillus acidophilus, así como levadura tales como: Kluyveromyces lactis sbsp. Lactis, candida utilis, candida Kefir, y Saccharomyces cerevisiae.
COMPOSICIÓN	Leche de vaca, azúcar, cultivo o fermento láctico, leche en polvo, benzoato de potasio.
CARACTERÍSTICAS SENSORIALES Y/O ORGANOLÉPTICAS	COLOR: Blanco característico SABOR: agradable con acidez característica, libre de sabores extraños OLOR: agradable característico y libre de olores extraños ASPECTO: uniforme, libre de burbujas y materias ajeas al producto, sin separación de fase.
CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES, CONTENIDO POR 100GR DE MUESTRA	VALOR ENERGÉTICO: 94 Kcal PROTEÍNAS: 4,01 g HIDRATOS DE CARBONO: 17,01 g CALCIO: 131,33 mg FOSFORO: 81,97 mg VITAMINA A: 10,57 ug. VITAMINA C: 2,72 mg
CARACTERÍSTICAS FÍSICO QUÍMICAS	MATERIA GRASA: 3,3g/100g ACIDEZ TITULABLE: 0,88g/100ml Ph: 4,2 – 4,5
CONDICIONES DE MANIPULEO Y CONSERVACIÓN	Mantener siempre la cadena de frío en todas las etapas de distribución y comercialización, lo que significa que el producto debe estar refrigerado entre 2 a 4°C, y no almacenar con productos que imprima un fuerte aroma. Una vez abierto el empaque consumir lo más pronto posible, dejando en condiciones de conservación debidamente tapado.
EMPAQUE	Empaque en canastillos de plástico de 24 unidades
PRESENTACIÓN Y TIPO DE ENVASE	Botellas de plástico, en el envase con logotipo de la empresa, descripción de las condiciones de conservación, fecha de vencimiento, n° de lote, registros sanitarios y características del producto.
CONTENIDO NETO	1000 ml
VIDA ÚTIL	20 días a partir de la fecha de envasado
LOTE N°	La identificación del lote está de acuerdo a normas internas de la empresa

NOMBRE DEL PRODUCTO	2.- YOGURT PROBIOTICO
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	El yogurt es una leche fermentada es decir son productos acidificados por medio de un proceso de fermentación, mediante la acción de Bifidobacterium spp y lactobacillus acidophilus a partir de leche pasteurizada, leche en polvo entera, leche concentrada pasteurizada, suero en polvo, proteínas de leche y otros productos procedentes del fraccionamiento de leche.
COMPOSICIÓN	Leche de vaca, azúcar, cultivo lácticos, estabilizante autorizado, conservantes sorbato de potasio, colorantes, saborizantes autorizados parecidos al natural (coco, durazno, mora, frutilla)
CARACTERÍSTICAS SENSORIALES Y/O ORGANOLÉPTICAS	COLOR: característico SABOR: agradable con acidez característica, libre de sabores extraños OLOR: agradable característico y libre de olores extraños ASPECTO: uniforme, libre de burbujas y materias ajeas al producto
CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES, CONTENIDO POR 100GR DE MUESTRA	VALOR ENERGÉTICO: 80 Kcal PROTEÍNAS: 3,3 g HIDRATOS DE CARBONO: 12,11 g CALCIO: 124,49 mg FOSFORO: 87,78 mg VITAMINA A: 10,57 ug.
CARACTERÍSTICAS FÍSICO QUÍMICAS	MATERIA GRASA: 3,3g/100g ACIDEZ TITULABLE: 0,8g/100ml Ph: 4,2 – 4,5
CONDICIONES DE MANIPULEO Y CONSERVACIÓN	Mantener siempre la cadena de frio en todas las etapas de distribución y comercialización, lo que significa que el producto debe estar refrigerado entre 2 a 4°C, y no almacenar con productos que imprima un fuerte aroma. Una vez abierto el empaque consumir lo más pronto posible, dejando en condiciones de conservación debidamente tapado.
EMPAQUE	En canastillos de plástico de 24 unidades para 1000ml
PRESENTACIÓN Y TIPO DE ENVASE	El producto se puede envasar en envases de polietileno bicapa de baja densidad y Botellas de plástico, en el envase con logotipo de la empresa, descripción de las condiciones de conservación, fecha de vencimiento, n° de lote, registros sanitarios y características del producto.
CONTENIDO NETO	1000 ml, 160 ML, 1000 ml
VIDA ÚTIL	20dias a partir de la fecha de envasado
LOTE N°	EL n° de lote está de acuerdo a normas internas.

NOMBRE DEL PRODUCTO	3.- YOGURT BEBIBLE
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	El yogurt es una leche fermentada, es decir son productos acidificados por medio de un proceso de fermentación, mediante la acción de lactobacillus vulgaricus y estreptococcus thermophilus a partir de leche pasteurizada, leche en polvo entera, leche concentrada pasteurizada, suero en polvo, proteínas de leche y otros productos procedentes del fraccionamiento de leche.
COMPOSICIÓN	Leche de vaca, azúcar, cultivo lácticos, estabilizante autorizado, conservantes sorbato de potasio, colorantes, saborizantes autorizados parecidos al natural (coco, durazno, mora, frutilla)
CARACTERÍSTICAS SENSORIALES Y/O ORGANOLÉPTICAS	COLOR: característico SABOR: agradable con acidez característica, libre de sabores extraños OLOR: agradable característico y libre de olores extraños ASPECTO: uniforme, libre de burbujas y materias ajeas al producto
CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES, CONTENIDO POR 100GR DE MUESTRA	VALOR ENERGÉTICO: 78,94 Kcal PROTEÍNAS: 2,27 g HIDRATOS DE CARBONO: 9,85 g CALCIO: 124,53 mg FOSFORO: 83,12 mg VITAMINA B1: 0,025mg
CARACTERÍSTICAS FÍSICO QUÍMICAS	MATERIA GRASA: 3,2g/100g ACIDEZ TITULABLE: 0,73g/100ml Ph: 4,2 – 4,5
CONDICIONES DE MANIPULEO Y CONSERVACIÓN	Mantener siempre la cadena de frio en todas las etapas de distribución y comercialización, lo que significa que el producto debe estar refrigerado entre 2 a 4°C, y no almacenar con productos que imprima un fuerte aroma. Una vez abierto el empaque consumir lo mas pronto posible, dejando en condiciones de conservación debidamente tapado.
EMPAQUE	Empaque en canastillos de plástico de 24 unidades
PRESENTACIÓN Y TIPO DE ENVASE	El producto se puede envasar en envases de polietileno bicapa de baja densidad y Botellas de plástico, en el envase con logotipo de la empresa, descripción de las condiciones de conservación, fecha de vencimiento, n° de lote, registros sanitarios y características del producto.
CONTENIDO NETO	1000 ml, 100ml
VIDA ÚTIL	20días a partir de la fecha de envasado
LOTE N°	La identificación del lote está de acuerdo a normas internas de la empresa

NOMBRE DEL PRODUCTO	4.- QUESO EDAM
RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA	EMPRESA PUBLICA PRODUCTIVA LACTEOSBOL
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	EL EDAM, es un queso firme/ semiduro madurado. El cuerpo tiene un color que varía de casi blanco o marfil a amarillo claro o amarillo y una textura firme que puede cortarse, con pocos agujeros ocasionados por el gas más o menos redondo con algunas grietas. Al ser un queso semi maduro continua el proceso de maduración en el tiempo por lo tanto puede presentarse desprendimientos de gas por lo tanto perdida de vacío del envase. La forma de presentación es en bloque, el queso que se elabora y vende puede tener corteza seca o no.
COMPOSICIÓN	Leche de vaca, cuajo, fermento, cloruro de sodio, cloruro de calcio y sorbato de potasio.
CARACTERÍSTICAS SENSORIALES Y/O ORGANOLÉPTICAS	COLOR: marfil SABOR: característico OLOR: característico ASPECTO: seco, consistencia firme a semidura.
CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES, CONTENIDO POR 100GR DE MUESTRA	VALOR ENERGÉTICO: 403,14 Kcal PROTEÍNAS: 5,01 g HIDRATOS DE CARBONO: 14,32 g CALCIO: 736,12 mg FOSFORO: 514,98 mg VITAMINA A: 98,14 ug
CARACTERÍSTICAS FÍSICO QUÍMICAS	MATERIA GRASA: 38,80g/100g HUMEDAD: 35,67 g/100g
CONDICIONES DE MANIPULEO Y CONSERVACIÓN	Mantener siempre la cadena de frío en todas las etapas de distribución y comercialización, lo que significa que el producto debe estar refrigerado entre 2 a 4°C
EMPAQUE	Empaque en canastillos de plástico de 30 unidades
PRESENTACIÓN Y TIPO DE ENVASE	Envase al vacío de 70 a 80 micrones, con identificación en el envase con logotipo de la empresa, descripción de las condiciones de conservación, fecha de vencimiento, n° de lote, registros sanitarios y características del producto.
CONTENIDO NETO	500 gr
VIDA ÚTIL	Tres meses a partir de la fecha de envasado
LOTE N°	La identificación del lote está de acuerdo a normas internas de la empresa

Fuente: Ficha Técnica de la empresa Lacteosbol

NOMBRE DEL PRODUCTO	5.- QUESO FRESCO - PRENSADO
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	El queso fresco prensado, proviene de la elaboración única en cuajar y deshidratar la leche. A estos quesos no se aplican técnicas de conservación adicionales, por lo que cuentan con un tiempo de vida corto.
COMPOSICIÓN	Leche de vaca, cuajo, cloruro de sodio, cloruro de calcio y sorbato de potasio.
CARACTERÍSTICAS SENSORIALES Y/O ORGANOLÉPTICAS	COLOR: blanquecino opaco SABOR: característico OLOR: característico ASPECTO: Firme, ligeramente blanda.
CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES, CONTENIDO POR 100GR DE MUESTRA	VALOR ENERGÉTICO: 350,45 Kcal PROTEÍNAS: 20,85 g CALCIO: 668,17 mg FOSFORO: 429,66 mg VITAMINA A: 63,24 ug
CARACTERÍSTICAS FÍSICO QUÍMICAS	MATERIA GRASA: 32,23g/100g HUMEDAD: 44,84 g/100g
CONDICIONES DE MANIPULEO Y CONSERVACIÓN	Mantener siempre la cadena de frío en todas las etapas de distribución y comercialización, lo que significa que el producto debe estar refrigerado entre 2 a 4°C
EMPAQUE	Empaque en canastillos de plástico de 30 unidades
PRESENTACIÓN Y TIPO DE ENVASE	Envase en papel filmina, con identificación en el envase con logotipo de la empresa, descripción de las condiciones de conservación, fecha de vencimiento, n° de lote, registros sanitarios y características del producto.
CONTENIDO NETO	500 gr
VIDA ÚTIL	18 días a partir de la fecha de envasado
LOTE N°	La identificación del lote está de acuerdo a normas internas de la empresa

ENTREVISTAS AL PERSONAL DE LA PLANTA PROCESADORA DE LECHE LACTEOSBOL

Se realizo encuestas para determinar la problemática de la empresa, las características de la misma, su forma de operación en las diferentes áreas, para ello se realizo encuestas orales informales y formales al siguiente personal de la fábrica:

- Jefe de planta: Ing. Claudia Yañez Balanza (Entrevista Formal)
- Encargada Comercial: Ing. Zulma Amanda Miranda (Entrevista Formal)
- Encargado Administrativo Financiero: Lic. Johan Ortega (Entrevista informal)
- Encargado de Producción: Ing. Dimar Machicado (Entrevista Informal)

Entrevista 1

Buenos días/tardes

El presente cuestionario, tiene la finalidad de recabar información sobre el área gerencial de la empresa LACTEOSBOL de Tarija, empresa pública productiva en la que usted desempeña sus funciones, por favor, ¿sería tan amable de responder el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para fines académicos. Gracias.

CUESTIONARIO AL GERENTE DE PLANTA LACTEOSBOL

1. DATOS BÁSICOS DEL OCUPANTE DE PUESTO

Nombre completo: Claudia Yañez Balanza

Estudios superiores, empleo anterior al puesto actual:

Ingeniera en alimentos

Cargo: Jefe de Planta de la Empresa Pública Lacteosbol

Antigüedad en la empresa, y en el puesto: 4 años en la empresa, a nivel nacional

Funciones del cargo:

Supervisar y controlar el normal funcionamiento de la empresa

Coordinar entre todas las áreas para la ejecución de actividades

Capacitar al personal, para el desarrollo de los productos

Gestionar convenios para expandirse en el mercado

Autorizar desembolsos para la empresa, etc.

Tomar decisiones en coordinación con la central de Lacteosbol.

Desarrollar nuevos productos para el mercado actual y potencial.

2. ¿Cuáles son los objetivos generales de la empresa: sociales, económicos?

Incrementar las ventas de los productos Lácteosbol.

Desarrollar nuevos productos, derivados de la leche

Ampliar la capacidad de producción de la plantas de leche hasta el 2015.

Mejorar la calidad de los servicios interno de apoyo de regular a excelente

3. Los objetivos, ¿Están por escrito, (o en mente) a que niveles (estratégico - operativo) se han difundido los objetivos de la empresa?

No están por escrito, pero se comunico al nivel estratégico de la empresa, es decir a los encargados de las diferentes áreas de la empresa

4. ¿Qué planes tiene la empresa a corto y a largo plazo?

Entre los planes que se tiene es:

Desarrollar nuevos productos para la empresa Lácteosbol

Lograr cubrir en la ciudad de Tarija el desayuno escolar

Introducir nuestros productos al mercado

Incrementar las ventas de los productos

Aperturar agencias para los productos que la empresa produce.

5. ¿Qué tipo de presupuesto utiliza la empresa pública Lácteosbol?

Los recursos de los que proviene, es de los excedentes del país, pero en esencia se usa de un fondo si avanza que tienen las empresas públicas cuando están iniciando sus actividades, hasta que las mismas puedan autosustentarse.

6. ¿Qué áreas cuentan con un sistema presupuestal, conocen estas áreas su presupuesto asignado (al menos tiene estimaciones) para desarrollar sus actividades?

Específicamente el monto, no se tiene un presupuesto para cada área, todo se presupuesta de acuerdo a las necesidades que se vaya suscitando, si algún encargado de área requiere de algo, tiene que solicitarlo con su debida justificación.

7. ¿Según usted, que problemas pudo observar que existen en la empresa?

Existen problemas como toda institución pero los mismos los vamos subsanando a medida que surgen.

8. ¿Qué estrategias cree usted que serian las más adecuadas como nueva empresa en el medio, para insertarse en el mercado competitivo?

La estrategia de atributos de los productos

Nuestro producto estrella, KUMIS, el que promocionamos con mayor intensidad, ya que el mismo es nuevo para el mercado y esto le atrae al público.
Realizar degustaciones, participando en ferias, presentaciones, etc.

9. ¿Cuál es el mercado al cual está dirigido los productos Lacteosbol, (al margen del subsidio y desayuno escolar)?

Todas las personas son nuestros potenciales consumidores, ya que nuestros productos son alimenticios y aptos para cualquier edad.

10. ¿A quienes considera competidores de la empresa Lacteosbol, como los califica a estos? Describa por favor

Tiene grandes competidores, pero en la realidad la empresa fue creada con fines sociales, por lo tanto no considero competidores a Pil, Prolac, otros porque estos tienen mucha experiencia en el mercado, además son privadas. En tanto que nuestra empresa es Publica y nos interesa el bien social.

11. ¿Cuál es la importancia de contar con una empresa Pública Productiva como lo es LACTEOSBOL en Tarija?

Se fomenta la producción y el consumo de lácteos de calidad, además el productor de leche es mejor pagado a diferencia de otras empresas productoras de lácteos. Es de importancia porque permite generar empleo, al margen que la empresa produce productos 100% naturales y nutritivos.

Buenos días/tardes

El presente cuestionario, tiene la finalidad de recabar información sobre el área comercial de la empresa LACTEOSBOL de Tarija, empresa pública productiva en la que usted desempeña sus funciones, por favor, ¿sería tan amable de responder el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para fines académicos. Gracias.

CUESTIONARIO A LA ENCARDA DE COMERCIALIZACIÓN
DE LA EMPRESA LACTEOSBOL

DATOS BÁSICOS DEL OCUPANTE DE PUESTO

Nombre completo: Zulma Amanda Miranda Herrera

Estudios superiores: Ingeniera en Alimentos

Empleo anterior al puesto actual: Químico de turno por parte del sector cañero.

Antigüedad en el puesto: 1 semana

- 1. ¿Cuál es el mercado al cual está dirigido los productos Lacteosbol, (al margen del subsidio y desayuno escolar)?**

Los productos son alimenticios por lo tanto están dirigidos a la población en general

- 2. ¿Qué políticas hay establecidas en cuanto a:**

Ventas al contado y crédito.-

Precio (costo + utilidad).....

Descuento, Hay descuentos para intermediarios mayoristas desde el 10 y 20%

Distribución.....

Devoluciones.....

Compras para reventa.....

Incentivos.....

Para las otras formas que se citan no se tiene establecido formalmente políticas.

¿Están por escrito dichas políticas? Solo la de descuentos está escrita

- 3. ¿Qué porcentaje de mercado potencial puede cubrir la empresa en función a su capacidad o recursos?**

Nuestra capacidad máxima de procesar leche es de 18.000 litros, a largo plazo podemos cubrir gran parte del mercado.

4. ¿Qué esfuerzos está realizando la empresa para cubrir ese mercado potencial?

De momento solo estamos creando nuevos convenios con colegios y un agente mayorista.

5. Se hacen estudios de mercado en la empresa:

- a) Para lanzar al mercado los productos
- b) Para conocer el nivel de precios a que deben ofrecerse los productos
- c) Para establecer la localización de nuevos centros de distribución
- d) Para conocer los hábitos de compra de los consumidores, así como sus gustos y preferencias
- e) Para conocer la imagen de un producto, estilo, o presentación de un producto

Considero que si, se realiza (de acuerdo lo que la gente pide, por ello se esta pensando en desarrollar un jugo lácteo para el mercado)

6. ¿A quienes considera competidores de la empresa Lacteosbol, como los califica a estos? Describa por favor

PIL TARIJA, PROLAC, PIL ANDINA, estas empresas son privadas por lo que son muy competitivas.

7. ¿Cómo pretende hacer conocer los productos de Lacteosbol al mercado?

A través de las tiendas de barrio, en los supermercados y por medios del desayuno escolar.

8. ¿Cómo pretende promocionar los productos de Lacteosbol?

Realizando ferias donde se pueda hacer degustar los productos.

9. ¿Qué canales de distribución aplicara para vender los productos lácteos?

Por medio de las distribuidoras del subsidio, agencias, supermercado y nosotros mismos como empresa.

10. ¿Cómo piensa diferenciar los productos Lácteosbol en comparación de la competencia, para lograr el consumo de estos?

La calidad

11. ¿Según usted, que problemas pudo observar en el área donde desempeña sus funciones?

La falta de personal de apoyo.

12. ¿Cuál cree que es la razón por la que existen esos problemas?

Porque es una empresa que recién está funcionando.

13. ¿Cuál es la importancia de contar con una empresa Pública Productiva como lo es LACTEOSBOL en Tarija?

Se da un mejor pago a los proveedores y con esto se fomenta la producción en el sector lechero, como así se fomenta al consumo de leche y sus derivados en el país.

**ENCARGADO ADMINISTRATIVO FINANCIERO: LIC. JOHAN ORTEGA
(ENTREVISTA INFORMAL)**

Se realizo entrevistas de manera informal para recabar la siguiente información:

¿De dónde provienen los recursos económicos para la sostenibilidad de la empresa?

Provienen del Estado (TGN) según D.S. N° 0590, y tiene como denominativo fondos de avance, de estos fondos es que se utiliza para pago a proveedores de materia prima, insumos, gastos operativos, en si para todo el funcionamiento de la empresa.

Dichos fondos se pide con anticipación a la central de Lacteosbol (Dpto La Paz), y los mismos se utilizara hasta un punto en que la empresa tenga la capacidad de sostenerse por si sola.

¿Cuánto personal opera actualmente en la planta?

18 personas, 6 administrativos y 12 operarios.

¿Cuáles son los valores, misión, visión y objetivos de la empresa?

Respondemos a la misión y visión corporativa de Lacteosbol porque tampoco tenemos una misión y visión o valores como Unidad específica.

¿Cuenta con manuales de funciones para los diferentes cargos?

Nosotros aquí nos organizamos de acuerdo a nuestro cargo, la Jefe de planta nos dice como y que tenemos que hacer y de acuerdo a los reglamentos internos del SEDEM tenemos nuestras funciones, pero la verdad no se tiene formalmente un manual de funciones.

¿Cómo se toman las decisiones en la empresa?

Las decisiones que tienen un fuerte impacto o las que son de mayor importancia son consultadas a la central del departamento de La Paz, y las decisiones en cuanto a tareas, programaciones de producción son tomadas por la jefe de planta, de manera que se podría decir que es un tanto centralizada la toma de decisiones por ser una unidad publica y burocrática.

¿Cada área estratégica cuenta con un presupuesto para desarrollar actividades que coadyuven al crecimiento de la empresa?

No se tiene específicamente un monto determinado para las áreas, ya que si alguna requiere de recursos debe especificar para qué son los recursos con su justificación y respaldo debido.

**ENCARGADO DE PRODUCCIÓN: ING. DIMAR MACHICADO
(ENTREVISTA INFORMAL)**

¿Cuánto es la capacidad productiva de la empresa, actualmente y cuanto es la máxima?

La capacidad máxima de la empresa es de 6.000lts de leche por turno (18.000 lts en tres turnos), en la actualidad solo estamos operando en un turno de 7 am a 4 de la tarde y se procesa 2.200 lts de leche por día.

¿Cómo califica la línea de productos?

Por encontrarnos en una etapa de introducción ser recientes en el mercado se desarrolló productos como: yogurt probiotico, bebible, kumis y queso Edam y Prensado, dichos productos fueron planificados desde la central de la Paz de manera que en una segunda etapa se tiene previsto desarrollar crema de leche, leche en polvo, y otras bebidas analcoholicas. Por ello es hasta el momento se tiene una línea reducida de productos, pero se piensa implementar nuevos productos como: leche pasteurizada en sachet, jugos lácteos, queso fundido, leche saborizada.

¿Existe control de calidad en la empresa y sus debidas certificaciones?

Existe control de calidad, por ello se tiene una encargada de controlar, realizar los análisis de los productos y verificar el cumplimiento de las normas impuestas por Senasag para la higiene y la salud inopecuaria de los alimentos, así mismo, la empresa cuenta con certificaciones del Senasag.

¿Cómo es el proceso productivo en la empresa (continuo, intermitente) y en qué cantidades se produce?

El procesos productivo que actualmente está adoptando la empresa es continuo, ya que solo se opera en un turno y en varias ocasiones se detiene el procesos por falta de algunos insumos, los días domingos no se trabaja, corte de energía eléctrica o porque el combustible se acaba.

Las cantidades en que se produce son de acuerdo a pedidos de manera semanal, dichos pedidos provienen de las distribuidoras del subsidio a nivel local y nacional y el desayuno escolar, aunque desde el mes de agosto se produce para el mercado abierto. De dichos canales es que se suma los pedidos y en base a estos se produce las cantidades requeridas, dicha planificación de producción se realiza con la encargada comercial, jefe de planta y encargado de recepción de materia prima.

TAREAS INVOLUCRADAS PARA LA DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- ***Análisis con quienes toman decisiones***

Con las personas que toman decisiones dentro la empresa Lacteosbol corresponde a: la Jefe de planta, la misma menciona lo siguiente en cuanto a la problemática que se tiene en el área comercial.

- ✓ En nuestra primera etapa de funcionamiento de la empresa nos dedicamos a negociar con los proveedores para asegurarnos el abastecimiento principalmente de la leche.
- ✓ Una vez que se inicio la producción de los derivados de la leche, nos concentramos en la creación de convenios institucionales con el Gobierno Municipal de Méndez para abastecer el desayuno escolar en las diferentes comunidades, así mismo, se acordó con la distribuidora San Roque abastecer el subsidio para las madres. En este sentido ya tenemos seguro ese mercado, pero aún falta por cubrir en la ciudad de Tarija el desayuno escolar.
- ✓ Se desea introducir los productos al mercado, pero se tiene un descuido en esta parte debido a que en el área comercial, el personal renuncia de forma continua y esto no permite llevar un mismo ritmo y se tiene algunas debilidades
- ✓ Las personas aun no conocen de los productos que elaboramos, ya que no contamos con agencias de venta, publicidad. Etc. Por ello, participamos en la feria de Empresas Publicas en la ciudad de Tarija y ahí aprovechamos para hacer degustar nuestros productos.
- ✓ Al hacer degustar los productos que laboramos, tuvo una aceptación positiva por parte de las personas, mencionaron que “les gusto” y nos preguntaron el lugar donde adquirirlo.
- ✓ Por primera vez expusimos nuestros productos en los supermercados Gatto y Tarija, lamentablemente la demanda no fue positiva, ya que se tuvo una devolución de casi el 50% de los productos.
- ✓ Considero que los productos van a tener éxito en el mercado, porque la gente que degusta nuestros productos le gusta, por ello creemos que tenemos que vender en los supermercados, para mantener la imagen de la empresa, se tuvo éxito en la Paz y Santa Cruz cuando se puso a la venta los productos en las heladeras de los supermercados.
- ✓ Tuvimos problemas con el precio, existió reclamos por parte de las juntas de padres encargados del desayuno escolar, ya que estos nos mencionaron que el precio es más alto a diferencia de empresas lácteas que operan en el medio.

- **Análisis con Expertos**

Se efectuó una entrevista con el Encargado del área Comercial de la empresa Pil Tarija, de la misma se rescató los siguientes aspectos:

- ✓ Pil Tarija es una empresa prácticamente consolidada en el departamento de Tarija, nuestros productos se caracterizan por ser de calidad por lo que se posicionó con este atributo en la mentalidad de los consumidores.
- ✓ Se cuenta con una cartera de productos relativamente amplia para los diferentes gustos y preferencias de nuestros consumidores ya que estos son la razón de ser de nuestra empresa, por lo que se trata de satisfacer sus necesidades y sobrepasar sus expectativas.
- ✓ Cuando la empresa desarrolla productos nuevos, se realizan los esfuerzos necesarios para comunicarlos de manera adecuada al mercado, la forma en que se promocionan los productos es mediante spots publicitarios por Tv, Jingle por radios, pintados de pared, afiches a nuestros intermediarios para que estos exhiban en sus puntos de venta, descuentos por introducción de los productos. De manera que como área comercial le atribuimos importancia en la comunicación de nuestros productos hacia el mercado, asignando un presupuesto de publicidad para dichas actividades.
- ✓ El sector lácteo es altamente competitivo puesto que nos enfrentamos a grandes Empresas que operan en el medio, tal es el caso de PIL ANDINA y DELIZIA, dichas empresas tienen una amplia capacidad productiva y también demuestran una sólida imagen ante el mercado, pero ante todo la empresa Pil Tarija los considera a los competidores actuales y potenciales como una oportunidad de crecimiento y mejora continua.
- ✓ En cuanto a Lácteosbol, se considera un competidor fuerte en cuanto a la negociación con los proveedores de materia prima y nuestro mercado en cuanto al desayuno escolar y subsidio, ya que de alguna manera esta empresa tiene el fin de abastecer a tales mercados, por lo que se constituye en una amenaza ya que varios de nuestros proveedores de leche se están convirtiendo en proveedores de Lácteos Bolivia.
- ✓ Así también, la empresa Pil Tarija tiene planificado expandirse más en el mercado Tarijeño ya que se está ampliando la capacidad productiva y creando una nueva planta en el municipio de Villamontes, con estas estrategias nuestra empresa producirá en mayores cantidades y nos permitirá cubrir nuevos mercados.