

ANEXO 1

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA DE ECONOMÍA

ENCUESTA: “CONSUMO FAMILIAR DE LECHE PASTEURIZADA EN LA CIUDAD DE TARIJA”.

Numero de formulario:

fecha:

I. UBICACIÓN

Distrito:.....

Barrio:.....

II. CARACTERÍSTICAS DE LA FAMILIA

1. Número de personas en su hogar:.....

Miembros de familia	Genero		Edad
	M	F	

2.Cuál es su nivel de ingreso familiar mensual? En bs.

500_1000.....

1001_2000.....

2001_3000.....

3001_4000.....

4001_5000.....

5001_6000.....

6001_7000.....

7001_8000.....

8001_9000.....

9001_10000.....

10001_o mas.....

III. CONSUMO FAMILIAR DE LECHE

3. Su familia consume leche pasteurizada? Si: No:

4. Número de miembros de la familia que consumen leche pasteurizada.....

5. Cuantos miembros de su familia no consumen leche pasteurizada y por qué?

Numero:

Razón:

6. Como es su consumo familiar de leche pasteurizada?

Tipo o Marca	Variedad	Cantidad consumida por semana (bolsas)	Precio de compra
PIL ANDINA S.A. — Entera — Descremada — Deslactosada — otro			
PIL TARIJA S.A. — Entera — Descremada — Deslactosada			
PROLAC — Entera			
OTRAS — Entera — Descremada — Deslactosada			

7. Que cantidad de leche pasteurizada se consume por persona en su familia?

Aproximadamente.....(ml)

8. Frecuentemente donde realiza su compra de leche pasteurizada?

Tienda de barrio:..... Micro mercado:..... Distribuidor:.....

9. De las siguientes opciones cuales toma en cuenta a la hora de comprar?

Precio: Variedad: Accesibilidad:.....

Marca:.....

IV. ACTITUD Y OPINIÓN

10. De las siguientes comidas en cual consume leche?

Desayuno: Almuerzo: Merienda:

11. En su familia en que intervalo de edad se da un mayor consumo de leche pasteurizada?

1 a 12 años..... 13 a 25 años..... 26 a 50 años..... 51 o más años.....

12. Si subiera el precio compraría:

Mas: Igual: Menos: De otra marca:

13. Qué tipo de leche considera de mejor calidad y con mayores beneficios para la salud?

Leche pasteurizada: Leche natural:

14. Desde su punto de vista el consumo de leche contribuye a una dieta balanceada?

Si: No: No sabe:

ANEXO 2

BASE DE DATOS

IBM SPSS Statistics Processor está listo

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo

Editar

Ver

Datos

Transformar

Analizar

Marketing directo

Gráficos

Unidades

Aplicaciones

Ventana

Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Pérdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Distrito	Número	4	0	Distrito donde s...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Barrio	Cadena	20	0	Barrio donde se...	Ninguno	Ninguno	15	Izquierda	Nominal	Entrada
3	Numero_de...	Número	4	0	Numero de per...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
4	Numero_de...	Número	4	0	Numero de varo...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	Numero_de...	Número	4	0	Numero de muj...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Numero_de...	Número	4	0	Numero de niño...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
7	Nivel_de_in...	Número	4	0	Nivel de ingreso...	{1, 500 a ...	Ninguno	25	Derecha	Escala	Entrada
8	La_familia...	Número	5	0	Si la familia co...	{1, sí}	Ninguno	7	Derecha	Nominal	Entrada
9	Miembros_d...	Número	6	0	Numero de mie...	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Escala	Entrada
10	Miembros_d...	Número	6	0	Numero de mie...	Ninguno	Ninguno	13	Derecha	Escala	Entrada
11	Razon_por...	Número	6	0	Principales raz...	{1, no alcan...	Ninguno	7	Derecha	Nominal	Entrada
12	Marca_de_l...	Número	6	0	Marca de la lec...	{1, Pil Andri...	Ninguno	6	Derecha	Nominal	Entrada
13	Variedad_d...	Número	6	0	Variedad de lec...	{1, Entero}	Ninguno	24	Derecha	Nominal	Entrada
14	Cantidad_d...	Número	4	0	Cantidad de lec...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Escala	Entrada
15	Precio_de_...	Número	4	1	Precio al que la...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Escala	Entrada
16	Consumo_p...	Número	6	1	Consumo diario...	Ninguno	Ninguno	16	Derecha	Escala	Entrada
17	Lugar_dond...	Número	4	0	Lugar donde fre...	{1, tienda d...	Ninguno	23	Derecha	Nominal	Entrada
18	Determinant...	Número	4	0	Como la familia...	{1, el precio...	Ninguno	25	Derecha	Nominal	Entrada
19	Habitos_de...	Número	4	0	El Horario de c...	{1, desayun...	Ninguno	25	Derecha	Nominal	Entrada
20	Consumo_s...	Número	4	0	Quenes consu...	{1, 1 a 12...	Ninguno	24	Derecha	Nominal	Entrada
21	Conducta_d...	Número	4	0	Si subiera el pr...	{1, mas}	Ninguno	27	Derecha	Nominal	Entrada
22	Como_susti...	Número	4	0	Que producto c...	{1, leche de...	Ninguno	20	Derecha	Nominal	Entrada
23	Que_leche...	Número	4	0	Que tipo de lec...	{1, leche pa...	Ninguno	18	Derecha	Nominal	Entrada
24	Si_Conoce...	Número	4	0	Desde el punto...	{1, sí}	Ninguno	24	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de datos

Vista de variables

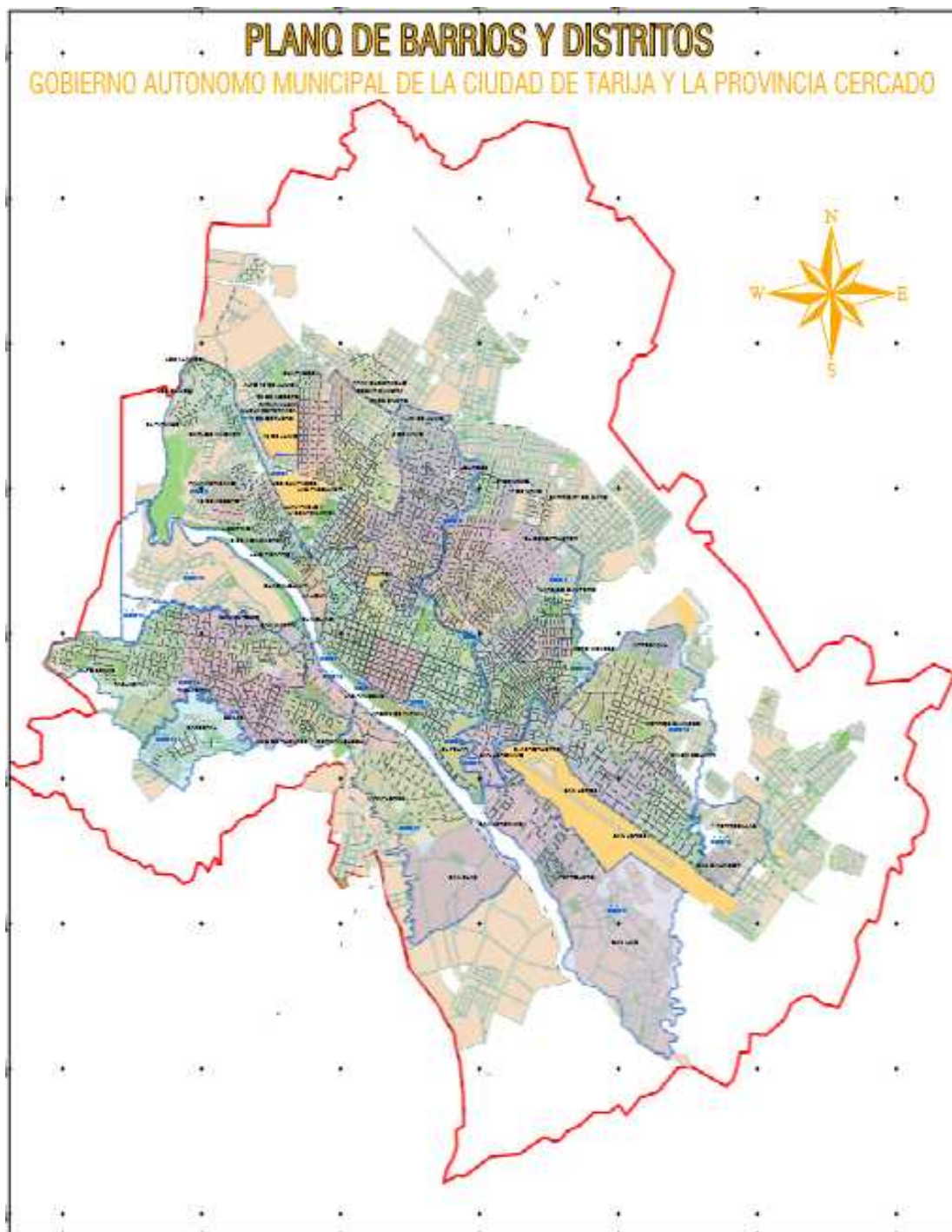
IBM SPSS Statistics Processor está listo

10: Hábitos_de_consul. 1

	Miembro de la familia que consume la leche	Razón por la que consume la leche	Marca de leche pasteurizada que consume la leche	Variedad de leche pasteurizada que consume la leche	Cantidad de leche consumida	Precio de compra para el detalle	Consumo por persona	Lugar donde compra la leche pasteurizada	Determinantes de la adquisición de leche
1	2	prefiere o...	Prolac	Entera	4	5.0	250.0	tienda de barrio	la accesibilidad a la hora de adquirir e...
2	2	no le gus...	Pil Andí	Entera	4	5.5	250.0	tienda de barrio	el precio
3	1	prefiere o...	Pil Tarif	Entera	2	5.5	250.0	tienda de barrio	la marca del producto
4	3	no le gus...	Prolac	Entera	4	5.0	250.0	tienda de barrio	el precio
5	4	no le gus...	Pil Tarif	Entera	4	5.5	250.0	tienda de barrio	la accesibilidad a la hora de adquirir e...
6	0		Pil Tarif	Descremada	5	6.0	250.0	tienda de barrio	la accesibilidad a la hora de adquirir e...
7	3	prefiere o...	Pil Andí	Entera	3	6.0	125.0	tienda de barrio	la marca del producto
8	1	prefiere o...	Pil Tarif	Entera	3	6.0	62.5	tienda de barrio	la marca del producto
9	2	no le gus...	Prolac	Entera	2	5.0	62.5	tienda de barrio	el precio
10	2	prefiere o...	Pil Tarif	Entera	3	6.0	125.0	tienda de barrio	la marca del producto
11	1	prefiere o...	Pil Andí	Entera	3	6.0	125.0	micro mercado	la marca del producto
12	2	no le gus...	Pil Tarif	Entera	3	5.5	125.0	tienda de barrio	la accesibilidad a la hora de adquirir e...
13	5	no conoc...							
14	2	no le gus...	Pil Andí	Otra variedad	3	6.0	250.0	micro mercado	la variedad del producto
15	3	no le gus...	Pil Andí	Descremada	3	6.0	62.5	tienda de barrio	la accesibilidad a la hora de adquirir e...
16	2	prefiere o...	Pil Tarif	Entera	5	5.5	125.0	tienda de barrio	la accesibilidad a la hora de adquirir e...
17	3	no le gus...	Pil Andí	Desleitosada	3	6.0	62.5	tienda de barrio	la marca del producto
18	2	prefiere o...	Pil Andí	Descremada	3	6.0	125.0	tienda de barrio	el precio
19	2	no le gus...	Pil Andí	Desleitosada	5	6.0	500.0	tienda de barrio	el precio
20	2	no le gus...	Prolac	Entera	3	5.0	250.0	micro mercado	la accesibilidad a la hora de adquirir e...
21	3	prefiere o...	Prolac	Entera	2	5.5	62.5	tienda de barrio	el precio

Vista de datos Vista de variables

ANEXO 3



ANEXO 4

VARIEDADES DE LECHE PASTEURIZADA SEGÚN MARCA

PRODUCTOS PIL TARIJA S.A.



Leche
deslactosada 850
ml



Leche Entera
Larga Vida



Leche Fresca
Natural



Leche Saborizada
Natural

PRODUCTOS PIL ANDINA S.A.





PRODUCTOS DE PROLAC TARIJA

