



Consumo, gustos y preferencias de la frutilla en las ciudades de La Paz y el Alto.

Dante Gustavo Villazante choque¹

INTRODUCCIÓN.

Actualmente en las ciudades de La Paz y El Alto no se cuentan con estudios referidos a niveles, frecuencias, gustos y preferencias de consumo de la frutilla.

El INE (Instituto Nacional de Estadística) y otras bases de datos no cuenta con información acerca del consumo de este producto, es por ello que se realizó un breve estudio de mercado referido principalmente a consumo, gustos y preferencias para el producto de la frutilla.

En el presente estudio se trabajó con un método inductivo - deductivo debido a que irá de lo general hasta lo particular. Se realizó una descripción del mercado objetivo y en base a una encuesta realizada a los ciudadanos de dichas ciudades se obtuvo información primaria, para luego ser interpretada e inferida según nuestros objetivos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Primeramente se determinó el segmento de mercado o la población de interés para ello se extrajo información del número de habitantes de las ciudades de La Paz y El Alto de la bases de datos del INE, seguidamente se realizó una segmentación de mercado tomando criterios, demográficos, socioeconómicos.

Una vez obtenido el segmento de mercado se procedió al cálculo de la muestra representativa al

cual se aplicó la encuesta y así tener resultados confiables.

Con el tamaño de la muestra ya calculada se procedió a realizar la encuesta al número de habitantes posibles.

Con los datos de la encuesta se procedió a su análisis e interpretación para así sacar un perfil de consumidor de frutilla en las ciudades de La Paz y El Alto.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Segmento de mercado

El número de habitantes según el último censo poblacional del 2012 de las ciudades de La Paz y El Alto es la siguiente.

Ciudad	Habitantes
La Paz	766.468
El Alto	848.452

Como el mercado objetivo para el consumo de la frutilla fresca, esta comprendido por los habitantes entre las edades de 20 y 59 años de edad, según datos del INE la población comprendida en dichas edades es la siguiente.

Población urbana	La Paz	422.995
entre 20 y 59 años.		
Población urbana	El Alto	430.724
entre 20 y 59 años		
Total		853.719

¹ Estudiante de la Carrera de Ingeniería Agronómica, Facultad de Agronomía, Universidad Mayor de San Andrés.
villazante.dante@yahoo.com

Entonces el mercado objetivo para la comercialización y consumo de frutilla en las ciudades de La Paz y El Alto son los habitantes comprendidos entre las edades de 20 y 59 años ya que son los habitantes con la suficiente capacidad de compra para la adquisición de este producto.

Determinación del tamaño de la muestra

El método para el cálculo de la muestra será el muestreo no probabilístico porque se basa en el criterio del investigador ya que las unidades del muestreo no se seleccionan por procedimientos al azar y además no todas las personas entre 20 y 59 años tendrán la misma oportunidad para ser encuestadas con fijación proporcional.

N = tamaño de la población 853.719 personas.

$p = 0.5$ $q = 0.5$

p = probabilidad de que ocurra el evento 0,5

q = probabilidad de que no ocurra el evento 0,5

$p.q$ = Varianza media de la población (0,25)

e = error admisible (0,05)

z = nivel de confianza (95%) 1,96

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

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 853719 \cdot 0,25}{0,05^2 (853719 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,25}$$

$n = 383$ sujetos a encuestar

Cabe mencionar que por motivos de logística no se pudo realizar el total de las 383 encuestas, en su defecto se realizó 250 encuestas repartidas equitativamente en las ciudades de La Paz y el alto, como la diferencia no es tan amplia a lo obtenido con la fórmula probabilista el nivel de confiabilidad de los resultados es aceptable.

Resultados de la encuesta

Según la encuesta elaborada para el estudio denominado (Consumo, gustos y preferencias de la

frutilla en las ciudades de La Paz y el Alto) se realizó un total de nueve preguntas a los habitantes de las ciudades, la encuesta se detalla en el anexo uno, son preguntas de mayor interés para la determinación de niveles y hábitos de consumo para el producto de la frutilla.

Tabulación y análisis de datos

A continuación se muestran los resultados de las encuestas aplicadas al mercado objetivo.

1. ¿Usted consume frutilla?

Usted consume frutilla	Frecuencia	Porcentaje
si	239	95,65
no	11	4,35
Total	250	100

2. ¿cada cuánto tiempo consume frutilla?

¿cada cuánto tiempo consume frutilla?	Frecuencia	Porcentaje
Cada día	3	3
Una vez a la semana	31	12
Una vez al mes	78	31
Dos veces al mes	31	12
Una vez cada tres meses	58	23
Una vez al año	50	20
Total	250	100

3. ¿cuándo compra frutilla en que cantidad lo hace?

¿cuándo compra frutilla en que cantidad lo hace?	Frecuencia	Porcentaje
250 g	149	59,8
500 g	46	18,4
1 kg	49	19,5
Más de 1 kg	6	2,3
Total	250	100.0

4. ¿dónde compra frutilla?

¿dónde compra frutilla?	Frecuencia	Porcentaje
Mercado popular de su zona	130	51,80
Vendedor ambulante	81	32,53
Supermercados	9	3,61
Directamente del productor	12	4,81
Otro	18	7,22
Total	250	100.00

5. ¿Al momento de comprar frutilla cuán importante es el precio para usted?

¿Al momento de comprar frutilla cuán importante es el precio para usted?	Frecuencia	Porcentaje
Demasiado importante	41	16,5
Muy importante	65	25,9
importante	112	44,7
Poco importante	29	11,8
Nada importante	3	1,2
Total	250	100,0

6. ¿Cómo le gustaría la presentación de la frutilla que compraría usted?

¿cómo le gustaría la presentación de la frutilla que compraría usted?	Frecuencia	Porcentaje
Bolsas nylon corriente	12	4,70
Bandeja de plástico con envoltura de nylon	41	16,47
Bolsas de papel	59	23,52
Caja de cartón sellada	62	24,70
Bolsa de plástico sellada	53	21,17
Otro	24	9,41
Total	250	100.00

7. ¿A qué precio compraría usted 500 g de frutilla?

¿a qué precio compraría usted 500 g de frutilla?	Frecuencia	Porcentaje
7 bs	71	28,57
8 bs	63	25,27
9 bs	6	2,20
10 bs	93	37,36
Mayor a 10 bs	16	6,59
Total	250	100.00

8. ¿A qué precio compraría usted 500 g de frutilla? Ciudad de La Paz

¿A qué precio compraría usted 500 g de frutilla? Ciudad de La Paz	Frecuencia	Porcentaje
7 bs	49	39,58
8 bs	21	16,67
9 bs	3	2,08
10 bs	39	31,25
Mayor a 10 bs	13	10,42
Total	125	100.00

9. ¿a qué precio compraría usted 500 g de frutilla? Ciudad de El Alto?

¿A qué precio compraría usted 500 g de frutilla? Ciudad de El Alto?	Frecuencia	Porcentaje
1	20	16,13
2	36	29,03
3	4	3,00
4	60	48,39
5	4	3,23
Total	125	100,00

Perfil del consumidor

Se puede deducir según los resultados que el consumidor de la ciudad de La Paz y El Alto si consume frutilla un 95% respondió que sí a la pregunta.

También con respecto a la pregunta referido al lugar de compra de la frutilla un 51 % respondió que compra la frutilla en los mercados populares, seguido de la opción de vendedor ambulante.

Con respecto a la pregunta de cada cuanto tiempo usted consume frutilla, el consumidor respondió, una vez al mes 31% y una vez cada tres meses 23,3 %, lo cual ya nos da una idea sobre la frecuencia de compra.

El consumidor respondió a la pregunta referido a la cantidad de compra, y el resultado de la encuesta en que el 59% de los consumidores cuando compra frutilla lo hace en las cantidades de 250 g.

Un 41% de los consumidores dijo que el precio es una variable importante a la hora de tomar la decisión de la compra del producto (frutilla).

Con respecto a la pregunta referido a la forma que el consumidor preferiría comprar el producto en este caso frutilla, tuvo tres porcentajes similares es decir un 23.5% dijo que preferiría bolsas de papel, un 24.7% dijo que preferiría en caja de cartón sellada y un 24.1 % en bolsa de plástico sellada, como no se tiene una forma de presentación dominante el criterio de elegir la forma de presentación será evaluada bajo esta tres formas, con una relación al costo de cada presentación, para así elegir la mejor opción.

Con respecto a la pregunta referido al precio el consumidor estaría dispuesto a pagar por la cantidad de 500 g de frutilla un 31 % dijo que pagaría 10 Bs por 500g siendo el porcentaje más alto, seguido de la opción de 7 Bs con un 28%. Esto a nivel general pero por razones de mayor información se realizó una estratificación por ciudades y se obtuvo que en la ciudad de El Alto un 48 % de los consumidores

estarían dispuestos a pagar 10 bs por 500 g de frutilla superior a lo obtenido en la ciudad de La Paz que se obtuvo un 31% de los consumidores dijo que pagaría 10 bs por 500 g de frutilla, en cualquiera de los casos la opción de 10 bs por 500 g es la que presenta la mayor frecuencia, este es un dato importante para la fijación de precios.

CONCLUSIONES

El estudio realizado fue con el objetivo de obtener información primaria acerca de niveles y hábitos de consumo para el producto de la frutilla. Datos importantes como el 95% de los encuestados en las ciudades de La Paz y El alto indicaron que sí consumían frutilla, otros datos muy valiosos son los de frecuencia de consumo.

La pregunta referida al precio de adquisición del producto hay una considerable aceptación del 31% para adquirir 500 g de frutilla a un precio de 10 Bs, este es un dato muy importante ya que puede ser usado como base para la fijación de precios de empresas y productores de esta fruta.

En lo general los resultados de la encuesta brindaron una información básica y primaria que permite de alguna forma conocer de mejor manera al consumidor efectivo y potencial de frutilla en las ciudades de La Paz y El Alto, información que era desconocida en todas las bases de datos del país como la del INE.

RESUMEN

En Bolivia la información acerca de consumo de productos agropecuarios es muy escasa, solo se tiene información de los productos de mayor consumo, pero se carece información de productos agropecuarios como las frutas y hortalizas.

En este estudio se realizó una breve descripción del perfil del consumidor de frutilla, se obtuvo información acerca de niveles de consumo, lugares en donde adquiriría el producto, frecuencia de consumo, también se obtuvo información acerca de cómo le

gustaría la presentación del producto, la pregunta más importante talvez, radica en el precio que le gustaría pagar el consumidor por 500 g de frutilla, el cual fue de 10 Bs.

La mayoría de la información se la obtuvo de una encuesta impartida a 250 encuestados de las ciudades de La Paz y El Alto ya que es son las ciudades que poseen al mercado objetivo para este producto.

ABSTRACT

In Bolivia, information on the consumption of agricultural products is very scarce, only information on the most consumed products is available, but information on agricultural products such as fruits and vegetables is lacking.

In this study, a brief description of the strawberry consumer profile was made, information was obtained about levels of consumption, places where the product was purchased, frequency of consumption, information was also obtained about how he would like the presentation of the product, the The most important question perhaps lies in the price that the consumer would like to pay for 500 g of strawberries, which was 10 Bs.

Most of the information was obtained from a survey given to 250 respondents from the cities of La Paz and El Alto, as these are the cities that have the target market for this product.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INE.2017, *Ficha Resumen Censo de Población y Vivienda 2012 La Paz*, disponible en http://censosbolivia.ine.gob.bo/censofichacomunidades/c_listadof/listar_comunidades .

INE.2017, *Ficha Resumen Censo de Población y Vivienda 2012 El Alto*, disponible en http://censosbolivia.ine.gob.bo/censofichacomunidades/c_listadof/listar_comunidades .

SIISE (2009). *Indicadores Socio Económicos*, Consultado 2017/09/03, <http://www.siise.gov.ec/Indicadores.htm>