



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

## TEMA:

“ESTUDIO DE MERCADO PARA EL PROYECTO DE IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y PROCESADORA DE LACTEOS PARA LA ASOCIACION DE GANADEROS EN EL CANTON CELICA Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”.

*TESIS DE GRADO PREVIO A LA  
OBTENCION DEL TITULO DE  
INGENIERAS COMERCIALES*

## AUTORAS:

Monica Elizabeth Sarango Amay

Gladis Yolanda Solano Maza

## DIRECTORA:

Ing. Lucia Valverde Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2012

Ing.

Lucia Valverde

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**CERTIFICA:**

Que la tesis previa a la obtención del título de Ingenieras Comerciales titulado **“ESTUDIO DE MERCADO PARA EL PROYECTO DE IMPLEMENTACION DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y PROCESADORA DE LACTEOS PARA LA ASOCIACION DE GANADEROS EN EL CANTON CELICA “ASOPROLAC” Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”**, fue elaborada y presentada por las postulantes Gladis Yolanda Solano Maza y Mónica Elizabeth Sarango Amay, ha sido dirigida y revisada prolijamente en todo proceso de elaboración, el mismo que cumple con las normas generales establecidas por la Universidad Nacional de Loja en su reglamento de graduación.

Por lo expuesto anteriormente, en calidad de Directora de tesis, autorizo su presentación para que siga el proceso legal pertinente.

Loja, Diciembre del 2012

.....  
Ing. Lucia Valverde  
**DIRECTORA DE TESIS**

## **AUTORIA**

El desarrollo del proyecto, todos los criterios, conceptos, análisis, proyecciones y estimaciones abordados en el presente estudio de tesis Titulado “Estudio de Mercado para el proyecto de Implementación de la Empresa Productora y Procesadora de Lácteos “ASOPROLAC” en el Cantón Célica y su Comercialización en la ciudad de Loja”, la elaboración y evaluación del presente proyecto, corresponden únicamente a la responsabilidad de sus autoras.

---

Mónica Elizabeth Sarango Amay

---

Gladis Yolanda Solano Maza

## DEDICATORIA

*Este trabajo está dedicado primeramente a Dios por bendecirme cada día de mi vida, a mis Padres y a mis dos Hermanos que con su amor, confianza y sus sabios consejos me supieron apoyar incondicionalmente, motivándome a alcanzar mis objetivos incentivándome a ser mejor cada día, a mi Esposo que me ha brindado su apoyo para poder culminar con esta meta, A mi Hija que es la razón fundamental de mi deseo de superación, y a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron a mi formación personal y profesional.*

**GLADIS**

*Dedico la presente tesis, primeramente a Dios por ser quien me regala bendiciones todos los días, a mis Padres por haberme brindado su apoyo incondicional. A mis Hijos que son la razón fundamental de mi deseo de superación y sus vidas me inspiran a seguir adelante. A mis Hermanos y Esposo por haberme impulsado y apoyado para la culminación de la presente tesis y de esta manera escalar un peldaño más en mi vida profesional y poder contribuir a la sociedad con mis conocimientos adquiridos en el transcurso de mi vida.*

**MONICA**

## **AGRADECIMIENTO**

Dejamos constancia de nuestro profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, por habernos permitido ingresar a sus aulas universitarias y proporcionarnos la enseñanza que ha despertado en nosotras la necesidad de convertirnos en profesionales con conocimientos útiles para servir a nuestra sociedad.

Nuestro sincero agradecimiento a la Ing. Lucia Valverde, Directora de Tesis quien desinteresadamente supo brindarnos todos sus conocimientos y guiarnos hacia el éxito y a la culminación de nuestro estudio investigativo. Previo a la obtención del Título de Ingenieras Comerciales, persona que con su gran acierto y sentido de responsabilidad profesional supo realizar las debidas observaciones y comentarios con la finalidad de mejorar la calidad del nuevo profesional.

Y en especial a la Asociación de Ganaderos del Cantón Célica que de una u otra manera nos brindaron la información necesaria para el desarrollo del presente estudio.

**Las Autoras**

## **a. Título**

**“ESTUDIO DE MERCADO PARA EL PROYECTO DE IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y PROCESADORA DE LACTEOS PARA LA ASOCIACION DE GANADEROS EN EL CANTON CELICA Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”**

## **b. Resumen**

Hoy en día, la comercialización de los diferentes productos lácteos en nuestra ciudad ha tenido niveles de crecimiento muy significativos, es por ello que la Asociación de Ganaderos del Cantón Céllica "ASOPROLAC", está interesada en entrar al mercado con una nueva línea de lácteos en la ciudad de Loja; por lo que hemos realizado este proyecto titulado **“ESTUDIO DE MERCADO PARA EL PROYECTO DE IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y PROCESADORA DE LACTEOS PARA LA ASOCIACION DE GANADEROS EN EL CANTON CELICA Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”**, esta investigación se basa fundamentalmente en la necesidad de cubrir las perspectivas en el adelanto de la ciudad de Loja, siendo el principal objetivo el de llegar a las familias de la ciudad de Loja con los productos lácteos, con costos accesibles para su compra y con ello elevar el nivel de vida de su población.

La presente investigación se realizó a través de consultas a varias fuentes primarias y secundarias, además se recogió información mediante entrevistas a los diferentes locales comerciales que venden los productos lácteos en la ciudad de Loja y encuestas aplicadas a las familias pertenecientes al sector urbano de la ciudad, en una muestra de 399 encuestas que representan a 34,487 familias, distribuidas en las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Con la información obtenida y analizada se logro determinar la demanda potencial, real, efectiva y la oferta total, resultados que permitieron calcular la demanda insatisfecha anual de los productos lácteos, que representan las familias en estudio y que serian las posibles demandantes.

Además se pudo conocer los gustos, preferencias, lugares de compra y canales de comercialización que se emplean para llegar hasta el consumidor final, también se pudo identificar los medios de comunicación más sintonizados en cada una de las familias estudiadas.

Finalmente se destacan las principales conclusiones y recomendaciones, y como también hemos propuesto un plan de comercialización alternativo, donde damos a conocer posibles soluciones y propuestas para una adecuada comercialización de dichos productos lácteos en la ciudad de Loja, se deja impreso el material bibliográfico del cual se ha extraído y utilizado información secundaria, se anexa el material que se crea de importancia para el lector y finalmente se esquematiza los temas en un índice practico que permita la rápida búsqueda de los contenidos.



## Summary

Today, the marketing of various dairy products in our city has had very significant levels of growth, which is why the Cattlemen's Association of the Canton Celica "ASOPROLAC" is interested in entering the market with a new line of dairy the city of Loja, for what we have done this project **"MARKET RESEARCH PROJECT FOR THE IMPLEMENTATION OF A PRODUCTION COMPANY AND FOR PROCESSING DAIRY FARMERS ASSOCIATION IN CANTON CELICA AND MARKETING IN THE CITY OF LOJA"** this research is based primarily on the need to cover the outlook for the advancement of the city of Loja, the main objective is to reach families in the city of Loja with dairy products with affordable costs for purchase and thereby raise the standard of living of its population.

This research was conducted through consultations with various primary and secondary sources, in addition, information was gathered through interviews with various shops that sell dairy products in the city of Loja and surveys of families in the urban sector of the city in a sample of 399 surveys representing 34.487 families distributed in the four

With the information gathered and analyzed to determine the potential demand achievement, real, effective and total supply, results that allowed the calculation of annual unmet demand for dairy products, representing the families under study and that would be the potential plaintiffs.

It was also possible to know the tastes, preferences, places of purchase and marketing channels used to reach the final consumer, is also able to identify the media more attuned to each of the families studied

Finally, we highlight the key findings and recommendations, and as we have also proposed an alternative marketing plan, where we present possible solutions and proposals for proper marketing of such products into the city of Loja, left printed bibliographic material which has been extracted and used secondary data, appends the material created important for the reader and finally outlines the issues in a practical index that allows quick search of content.

## **c. Introducción**

El crecimiento del sector empresarial en los países, es la base fundamental para el desarrollo de la economía de los mismos, las formas de investigar científicamente el mercado como lo plantea la administración de empresas, arroja como resultado que las empresas se innoven y crezcan continuamente, convirtiéndose en pilares vitales para el bienestar social de un país.

Con las economías y mercados en constante cambio la actividad del empresario actual debe estar cada vez más sistematizada y basada en adecuados instrumentos de control. Es importante realizar estudios de inversión los mismos que garanticen a través de estrategias y planes, un eficiente comportamiento del mercado y asegurar un adecuado desarrollo y rentabilidad empresarial.

La provincia de Loja al igual que otras provincias del Ecuador tienen varios problemas como los más sobresalientes tenemos: la escasa actividad industrial, la incomunicación por medios modernos, las deplorables condiciones ambientales y sanitarias, así como la falta de transporte que aun son muy deficientes.

Además teniendo en cuenta que en la provincia, una de las características básicas es la diversidad productiva como: la agricultura, ganadería, comercio entre otros, gracias al clima y la excelente fertilidad de sus tierras que facilitan la crianza de ganado vacuno que es la materia prima utilizada para la producción de la leche que necesita la ciudad de Loja por esta razón proponemos a la ciudad de Loja tomando en cuenta sus cuatro parroquias urbanas realizar un **“ESTUDIO DE MERCADO PARA EL PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y PROCESADORA DE LÁCTEOS PARA LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS EN EL CANTÓN CÉLICA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”**, para que a través de la ejecución de este proyecto entrara a explotar este campo generando a su vez fuentes de trabajo, calidad alimenticia para la población e incrementando el desarrollo empresarial en nuestra ciudad.

El presente trabajo contiene las siguientes partes: la Introducción en donde se detalla en síntesis la estructura de la tesis.

El presente trabajo contiene: Resumen, Introducción, Revisión Literaria que hace un referente teórico general de la historia del ganado vacuno, tipo de razas, fases de investigación de mercado y comercialización, describiendo en forma ordenada las categorías y conceptos seleccionados, presentando a

continuación los materiales, métodos y técnicas aplicadas para la recolección de datos.

Posteriormente se muestra los resultados obtenidos en cada una de las fases del Estudio de Mercado, presentándolos en cuadros y gráficas estadísticas con su respectiva Interpretación, luego se muestra la discusión de resultados en la cual exponemos el cuadro de segmentación de las demandas, oferta total y demanda insatisfecha.

Por último, se establece las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó con el desarrollo del proceso investigativo, para lo cual presentamos un plan de comercialización alternativo, elaborado en base a los resultados obtenidos, para finalmente concluir con la bibliografía y los anexos que son el apoyo de la realización del proyecto (diseño de encuestas, entrevistas y el Índice.

## **d. Revisión Literaria**

### **Generalidades**

### **Historia y Origen**

El origen del ganado bovino actual únicamente es el uro primitivo-B primigenius, que da lugar posteriormente al B-t brachiceros, y este a todas las razas bovinas modernas.

Varias poblaciones prehistóricas de uros, evolucionaron paralelamente dando lugar a dos especies: B. t. brachiceros y B. t. primigenius- quizá algunas más que originaron todas las razas bovinas actuales.

Esta especie es destinada especialmente a la producción de la leche y de carne, aunque su uso como animal del tiro en algunos países continua teniendo importancia. En la parte de Ibero-América, España, Portugal Francia y en los Estados Unidos.

El consumo regular de leche por parte de las personas se remonta al momento en que los antepasados dejaron de ser nómadas y comenzaron a cultivar la tierra para alimentar a los animales capturados que mantenían junto al hogar.

Este cambio se produjo en el Neolítico aproximadamente 60000 años a.C. en aquellos tiempos, la leche se guardaba en pieles, tripas o vejigas de animales que en ocasiones no estaban bien lavadas o se dejaban expuestas al sol, por lo que el producto coagulaba, de este modo surgió el

que probablemente fuera el primer derivado lácteo al que ya se hacían alusiones en la Biblia, la leche cuajada.

## **Obtención y Procesado de la Leche**

La obtención de la leche cruda se realiza a través del ordeño que debe llevarse a cabo siguiendo unas pautas para garantizar la salubridad del producto obtenido. El ordeño se ha de realizar sin interrupciones, lo más rápidamente posible y de forma completa, de esta manera se asegura que la leche contiene todos los nutrientes ya que la composición de la leche varía desde el principio y hasta el final del ordeño.

La leche cruda aunque proceda de animales sanos y haya sido obtenida bajo condiciones adecuadas es un producto más o menos contaminado y supone un excelente vehículo de enfermedades como la brucelosis y la tuberculosis.

Hoy en día el ordeño se lo hace mecánica y automática de modo que la leche que se obtiene se somete a refrigeración casi inmediatamente manteniéndose a una temperatura de unos 4°C.

### **Razas de Ganado Vacuno**

Existen una variedad de razas entre las cuales están las siguientes:

Brown swiss

**GRAFICO # 1**



Holstein

**GRAFICO # 2**



Normando

**GRAFICO # 3**





Jersey

**GRAFICO # 4**



## **ESTUDIO DE MERCADO**

El Estudio de Mercado tiene por objeto estimar la demanda es decir la cantidad de bienes provenientes de una nueva unidad de producción, que la población estaría dispuesta a adquirir a determinados precios y en un

determinado tiempo. Comprende también, además del análisis y proyección de la demanda lo referente a comercialización esto es el movimiento de bienes y servicios entre productores y consumidores.

Este estudio es la parte clave de un proyecto de inversión, ya que nos permite conocer la relación existente entre la oferta y la demanda, además nos conduce a conocer las verdaderas posibilidades del mercado para el proyecto y la información que nos proporciona finalmente nos sirve para tomar una decisión de inversión.

## **PROPOSITO DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El propósito de este estudio para el presente proyecto consiste en crear una Planta Procesadora y Comercializadora de Productos Lácteos que este ubicada en un lugar estratégico que nos permite llegar al usuario con un producto de excelente calidad y además que satisfaga las necesidades y este acorde con sus posibilidades.

## **OBJETIVOS**

- ❖ Conocer la viabilidad o aceptación de la empresa y sus productos en el mercado.

- ❖ Demostrar la demanda insatisfecha y así la empresa poder satisfacer las necesidades de los consumidores.

## PRODUCTOS A OFRECER LA EMPRESA

CUADRO # 1

PRODUCTOS DE LA EMPRESA
Leche Pasteurizada
Yogurt
Queso
Mantequilla

Fuente: Encuestas.  
Elaboración: Las Autoras

Los productos que ofertará la empresa productora y comercializadora de productos lácteos son los expuestos en el cuadro anterior, bajo las normas sanitarias correspondientes, dotadas de calidad, eficiencia y eficacia en las actividades necesarias a realizarse para cumplir las expectativas de los consumidores.

### **Mercado**

Es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que estas se realizan tienden a unificarse.

## **Estudio de Mercado**

Es un proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, la oferta, demanda, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de tomar decisiones y controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.

### **Oferta**

Es la cantidad ofrecida de un bien o de un producto de calidad que está dispuesto a vender en el mercado.

### **Demanda**

Representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere o puede adquirir para satisfacer una necesidad o deseo.

### **Clases de Demanda**

#### **Demanda Potencial**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado.

#### **Demanda Real**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consume o utilizan de un producto, en el mercado.

## **Demanda Efectiva**

Es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

## **Demanda Insatisfecha**

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio y en todo si accedió no está satisfecho con el.

## **Segmentación**

Es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores, uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

## **Plan de Comercialización**

### **Producto**

Es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización a su mercado meta para satisfacer sus necesidades o deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.

### **Plaza**

Es un proceso mediante el cual el productor hace llegar el producto al consumidor final en condiciones óptimas del lugar y tiempo, mediante un sistema de distribución directa o indirecta.

### **Canales de Comercialización**

Los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de nuestros productos al consumidor final.

Los canales de comercialización pueden ser directos e indirectos.

### **Precio**

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio manifestado por lo general en términos monetarios que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

### **Promoción**

La promoción de un producto consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto, así mismo como

persuadir motivar o inducir por su adquisición o uso. Así como las estrategias de marketing, para una mejor gestión se suelen dividir en estrategias para cuatro elementos de un negocio: Producto, Precio, promoción y Plaza.

### **Posventa.**

Esta función está relacionada con toda actividad que se realiza después de la venta para asegurar la plena satisfacción del cliente.

## **e. Materiales y Métodos**

### **Materiales**

Para realizar el trabajo investigativo se utilizó los siguientes materiales:

- ❖ Calculadora.11
- ❖ Computadora.
- ❖ Papel bond.
- ❖ Cuadernos.
- ❖ Lápiz.
- ❖ Escáner.
- ❖ Lapiceros.
- ❖ Impresoras.
- ❖ Flash Memory.
- ❖ CD

### **Métodos**

Para realizar el presente estudio de mercado se utilizo los siguientes métodos y técnicas de investigación:

**METODO CIENTIFICO:** Este método nos ayudó a ordenar adecuadamente el proceso de investigación, con lo cual se logro formular claramente el problema y poder realizar una investigación apropiada.



**METODO INDUCTIVO:** Este método aportó con los indicadores sobre la acogida y el efecto que tendrá este producto en el mercado para su comercialización.

**METODO ESTADÍSTICO:** Mediante este método se obtuvo del INEC, el número exacto de habitantes de la ciudad de Loja; y así, determinar el tamaño de la muestra, ya que en base a ello se recopiló información sobre los gustos, preferencias, precios, lugares de compra, y también se pudo establecer las diferentes demandas existente para luego analizarlas y representarlas en tablas de frecuencia y gráficas estadísticas.

**MÉTODO BIBLIOGRÁFICO.-** Este método nos ayudó a recolectar información a través de los diferentes libros, documentos los mismos que se utilizaron para un mejor desarrollo del proyecto.

## **Técnicas e Instrumentos**

Dentro de las técnicas se utilizó la observación directa en los sitios estratégicos de la ciudad de Loja. También aplicamos la encuesta a los dueños de los diferentes lugares donde venden los diferentes productos lácteos de la ciudad de Loja como son: Supermercados, Micro mercados, Tiendas, Panaderías y Bodegas. Como también se aplicaron encuestas a

las familias del sector urbano de la ciudad de acuerdo al tamaño de la muestra a los diferentes sectores establecidos de la ciudad.

## **Tamaño de la Muestra**

Para aplicar las encuestas se necesita obtener el tamaño de la muestra para ello tomaremos el segmento de familias de la población de Loja según la información proporcionada por el INEC del censo realizado el año 2001.

Población de la ciudad de Loja: 118532 habitantes en el 2001

Tasa de crecimiento de la ciudad de Loja 1.7%

Miembros por familia: 4

Población total del proyecto:  $118532/4 = 29633$  familias

### **Proyección 2010**

$$P = P_i \left( + i \right)^{n_i}$$

**P= población**

**P<sub>i</sub>= Población inicial**

**n<sub>i</sub>= número de años**

**i= tasa de crecimiento**

$$P = P_i \left( + i \right)^{n_i}$$

$$P = 29633 \left( + 0,017 \right)^{9}$$

$$P = 34487 \text{ familias}_{2010}$$

Proyectado para el 2 010 con una tasa de crecimiento poblacional del 1,7% esto es de 118.532 habitantes/4miembros por familia en el año 2001 es de 29633 familias, para el año 2001 (34487 familias en la ciudad de Loja)

$$n = \frac{P}{1 + Pe^2}$$

$$n = \frac{34487}{1 + 34487 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{34487}{1 + 34487 (0.0025)}$$

$$n = \frac{34487}{1 + 86217}$$

$$n = \frac{34487}{86,218}$$

$$n = 399 \text{ Encuestas}$$

Para realizar la aplicación de las encuestas a las familias de las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja se tomó como tamaño muestral a 399 encuestas las mismas que fueron aplicadas de acuerdo al cuadro que se muestra a continuación.

**CUADRO # 2**

<b>POBLACION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Sucre	145	36,2
San Sebastián	130	32,6
El Valle	70	17,6
El Sagrario	54	13,6
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Se lo ejecuto de esta manera con la finalidad de conseguir información de las familias, la entrevista directa a los lugares expendedores de lácteos.

Luego de recolectar la información mediante entrevista y encuesta a los diferentes lugares expendedores y familias de la ciudad de Loja continuamos con la organización de la información de acuerdo a las preguntas efectuadas y a través de ello se mostro en cuadros y gráficos estadísticos con sus respectivos análisis e interpretaciones, para luego en base al trabajo desplegado construir las conclusiones y recomendaciones.

## f. Resultados

### Tabulación de Resultados de la Encuesta Aplicada a los Consumidores (Familias)

¿Cuáles son sus ingresos mensuales aproximadamente?

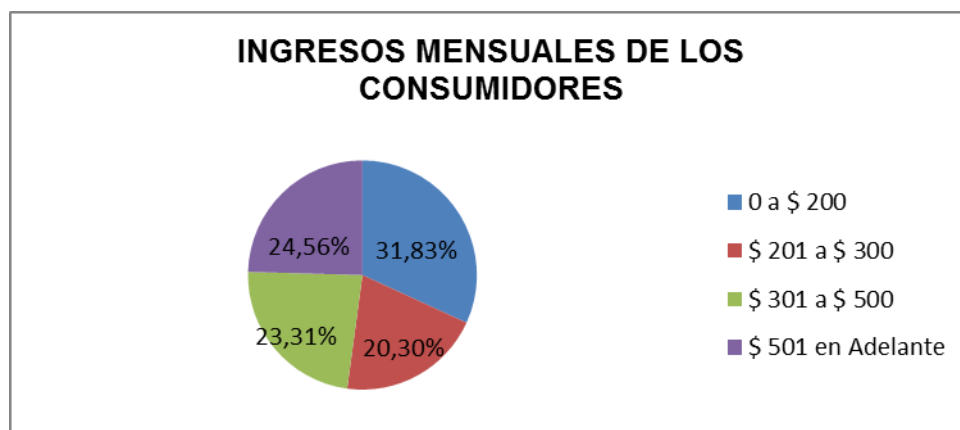
CUADRO # 3

INGRESOS MENSUALES DE LOS CONSUMIDORES						
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%
	F	F	F	F		
1 a \$ 200	55	38	20	14	127	31,83
\$ 201 a \$ 300	31	32	10	8	81	20,30
\$ 301 a \$ 500	27	38	16	12	93	23,31
\$ 501 en Adelante	32	22	24	20	98	24,56
<b>TOTAL</b>					<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

GRAFICO # 5



#### INTERPRETACION:

Al estudiar la situación económica de los consumidores podemos determinar que esta es la clave para determinar los parámetros

económicos con que cuenta nuestra ciudad fluctúa en el 31,83% en ingresos desde 1 a \$200 siendo este el mayor porcentaje según las encuestas realizadas, en cambio el menor porcentaje que es representado por el 20,30% perciben sueldos de \$200 a \$300, seguidamente el 23,31% de las familias perciben un sueldo estimado entre \$301 a \$500, mientras tanto que un 24,56% perciben un ingreso mayor a \$500, por lo tanto se puede decir que estas cifras en relación con el presente proyecto no cambia el mercado consumidor ya que nuestros productos estarán dirigidos a todos los estratos sociales, por ser de consumo masivo y por qué contara con precios accesibles a todos los consumidores.

**¿Algún miembro de su familia consume productos lácteos?**

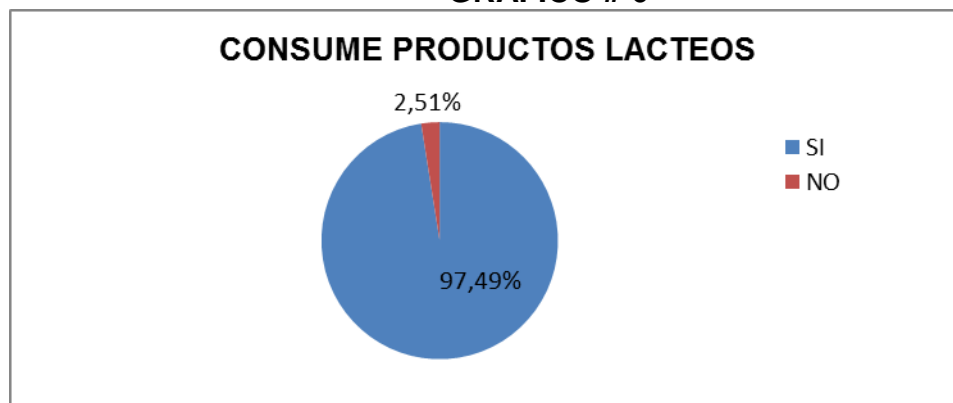
**CUADRO # 6**

CONSUME PRODUCTOS LACTEOS						
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%
	F	F	F	F		
SI	135	130	70	54	389	97,49
NO	10				10	2,51
TOTAL					<b>399</b>	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

**GRAFICO # 6**



## INTERPRETACION:

De los resultados obtenidos en las encuestas se puede determinar que el 97,49% consume productos lácteos, y un 2,51% de encuestados no consume productos lácteos.

De acuerdo a estos datos que se han obtenido. Podemos manifestar que la mayor parte de la población de la ciudad de Loja consume productos lácteos, lo cual significa que el mercado de consumo de estos productos es amplio. El 2,51% restante que no consume lo hace principalmente debido a que el sistema enzimático no puede digerir la lactosa y otras razones.

### ¿Con que frecuencia consume productos lácteos?

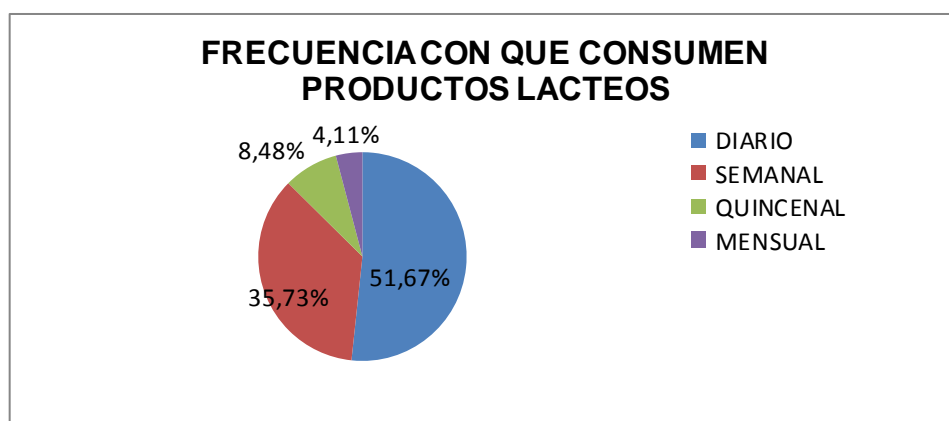
**CUADRO # 5**

FRECUENCIA CON QUE CONSUMEN PRODUCTOS LACTEOS						
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%
	F	F	F	F		
DIARIO	73	54	43	31	201	51,67
SEMANAL	43	57	22	17	139	35,73
QUINCENAL	9	16	2	6	33	8,48
MENSUAL	10	3	1	2	16	4,11
<b>TOTAL</b>					389	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

**GRAFICO # 7**



**INTERPRETACION:**

De los encuestados que consumen productos lácteos un 51,67% consumen diariamente los productos siendo este el mayor porcentaje, un 35,73% consumen semanalmente mientras que un 8,48% consumen quincenalmente y por último un 4,11% consumen los productos mensualmente siendo este el menor porcentaje.

Por lo que podemos decir que el mayor consumo de lácteo es diario y semanal.



¿De la siguiente lista, que productos lácteos consume?

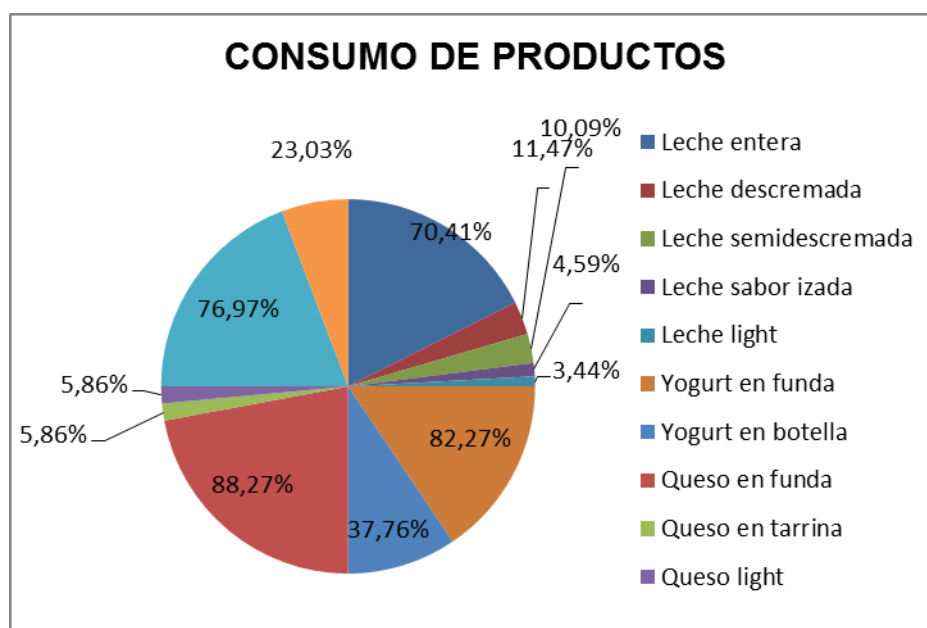
**CUADRO # 6**

CONSUMO DE PRODUCTOS								
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%	TOTAL	%
	F	F	F	F				
LECHE ENTERA	107	110	49	41	307	70,41	436	29,58
LECHE DESCREMADA	19	12	12	7	50	11,47		
LECHE SEMIDESCREMADA	15	12	7	10	44	10,09		
LECHE SABORIZADA	10	4	1	5	20	4,59		
LECHE LINGHT	3	5	1	6	15	3,44		
YOGURT EN FUNDA	69	97	38	35	239	62,24	384	26,05
YOGURT EN BOTELLA	61	34	29	21	145	37,76		
QUESO EN FUNDA	92	102	51	41	286	88,27	324	21,98
QUESO EN TARRINA	10	5	2	2	19	5,86		
QUESO LINGHT	8	5	3	3	19	5,86		
MANTEQUILLA VITAL	86	92	47	29	254	76,97	330	22,39
MANTEQUILLA LINGHT	29	24	10	13	76	23,03		

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

**GRAFICO # 8**



## **INTERPRETACION:**

De todas las familias que consumen productos lácteos el 70,41% consume leche entera siendo el producto lácteo más consumido en la ciudad de Loja, seguidos por el 11,47% que consumen leche descremada, un 10,09% consumen leche semidescremada, el 4,59% consumen leche sobo rizada, el 3,44% consumen leche light.

En lo que se refiere al consumo de yogurt el 62,24% consumen yogurt en funda plástica siendo en este tipo de presentación el de más aceptación o consumo en lo que se refiere a las familias encuestadas en la ciudad de Loja, el 37,76% consumen yogurt en botella.

Mientras que en el consumo de queso un 88,27% prefieren consumir el queso en funda plástica, el 5,86% consumen queso en tarrina, mientras que el 5,86% consumen queso light, y en cuanto a la mantequilla vital el 76,97%, luego el 23,03% prefieren consumir la mantequilla light.

¿Al comprar los productos lácteos que marca es de su preferencia?

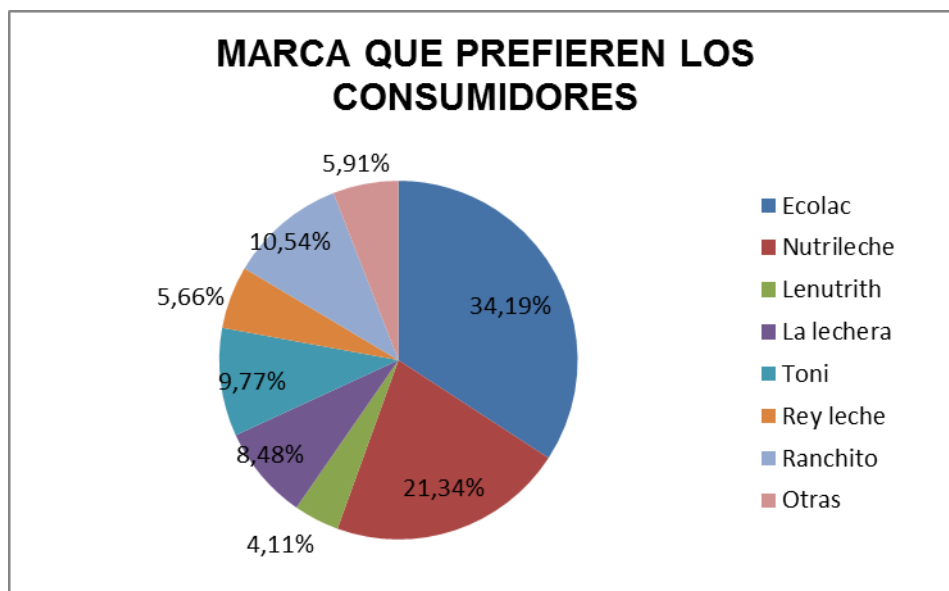
**CUADRO # 7**

MARCA QUE PREFIEREN LOS CONSUMIDORES						
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%
	F	F	F	F		
Ecolac	34	48	22	29	133	34,19
Nutrileche	25	33	14	11	83	21,34
Lenutrit	5	5	2	4	16	4,11
La lechera	14	8	7	4	33	8,48
Toni	10	7	9	12	38	9,77
Rey leche	14	4	1	3	22	5,66
Ranchito	5	25	8	3	41	10,54
Otras marcas	3	7	9	4	23	5,91
TOTAL					389	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

**GRAFICO # 9**



## INTERPRETACION:

La marca de mayor preferencia de productos lácteos en la ciudad de Loja es Ecolac con un 34,19% de la población consumidora, luego tenemos como su competidor más cercano a la marca Nutriliche con un porcentaje de 21,34%, seguidamente otra marca preferida por los consumidores es Ranchito con el 10,54%. Otras marcas con sus diferentes productos lácteos que también tienen presencia en la ciudad de Loja son: Toni con un 9,77%, La Lechera con un 8,48%, Rey Leche con el 5,66%, luego esta Lenutrit con un porcentaje de 4,11% y por ultimo cabe destacar que un 5,91% de consumidores tienen preferencia por otras marcas.

**¿De acuerdo a su preferencia en qué presentación y cantidad prefiere el producto lácteo?**

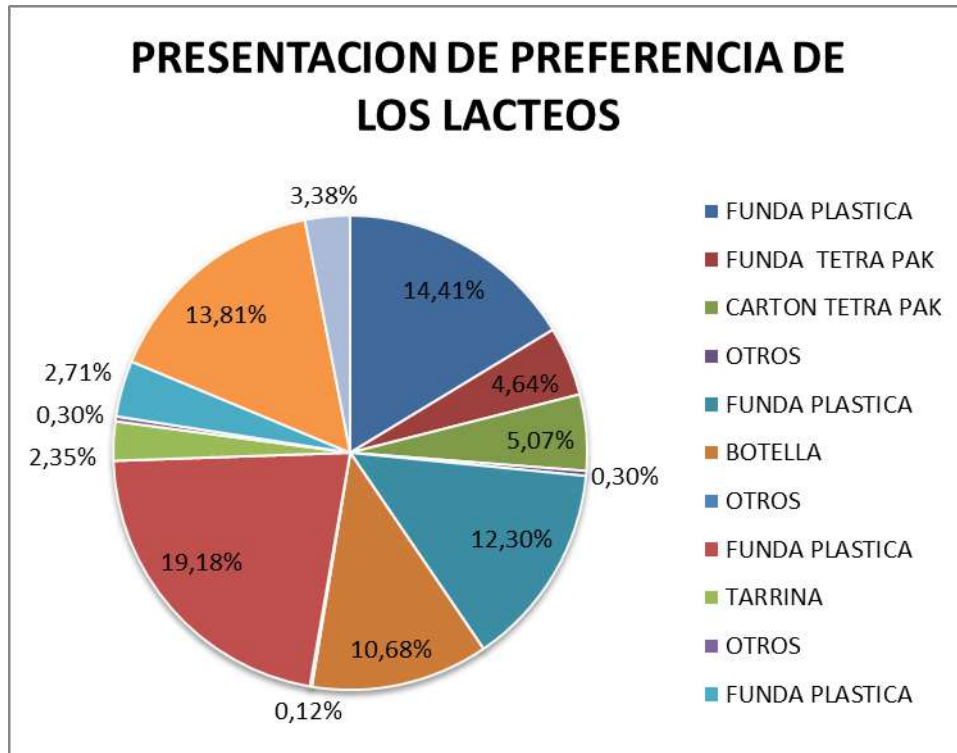
**CUADRO # 8**

PRESENTACION DE PREFERENCIA DE LOS LACTEOS								
DETALLE		P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%	TOTAL
		F	F	F	F			
LECHE	FUNDA PLASTICA	79	84	39	37	239	14,41	389
	FUNDA TETRA PAK	21	28	10	10	69	4,16	
	CARTON TETRA PAK	30	18	16	12	76	4,58	
	OTROS	2	1	2		5	0,30	
YOGURT	FUNDA PLASTICA	65	79	32	28	204	12,30	383
	BOTELLA	65	46	39	27	177	10,68	
	OTROS	2				2	0,12	
QUESO	FUNDA PLASTICA	108	108	54	48	318	19,18	362
	TARRINA	18	11	9	1	39	2,35	
	OTROS	1	2	2		5	0,30	
MANTEQUILLA	FUNDA PLASTICA	17	14	13	12	56	3,38	330
	TARRINA	82	81	36	30	229	13,81	
	SACHET	9	21	11	4	45	2,71	

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras

**GRAFICO # 10**



**INTERPRETACION:**

Los consumidores de la ciudad de Loja al adquirir la leche un 14,41% la prefieren en funda plástica, mientras que el cartón tetra pack también tiene preferencia con un 4,64% y por último la funda tetra pack con un 5,07%, también un mínimo de 0,30% de consumidores la prefieren en otros envases.

En cuanto al yogurt los consumidores de la ciudad de Loja lo prefieren más en funda plástica lo cual representa un porcentaje del 12,30%, mientras

que un 10,68% lo prefieren en botella plástica y un 0,12% lo adquieren en otras presentaciones.

Refiriéndonos al queso este tiene más acogida en funda plástica con un 19,18% que lo representa, también un 2,35% lo prefiere en tarrina y una mínima cantidad de 0,30% prefieren en otras presentaciones, a si mismo la mantequilla la mayor preferencia es en tarrina con un 13,81% luego la presentación en funda plástica con un 3,38% y finalmente un 2,71% la prefieren en Sachet.

**¿De los siguientes lugares que se indican en cuál de ellos se le facilita comprar los productos lácteos?**

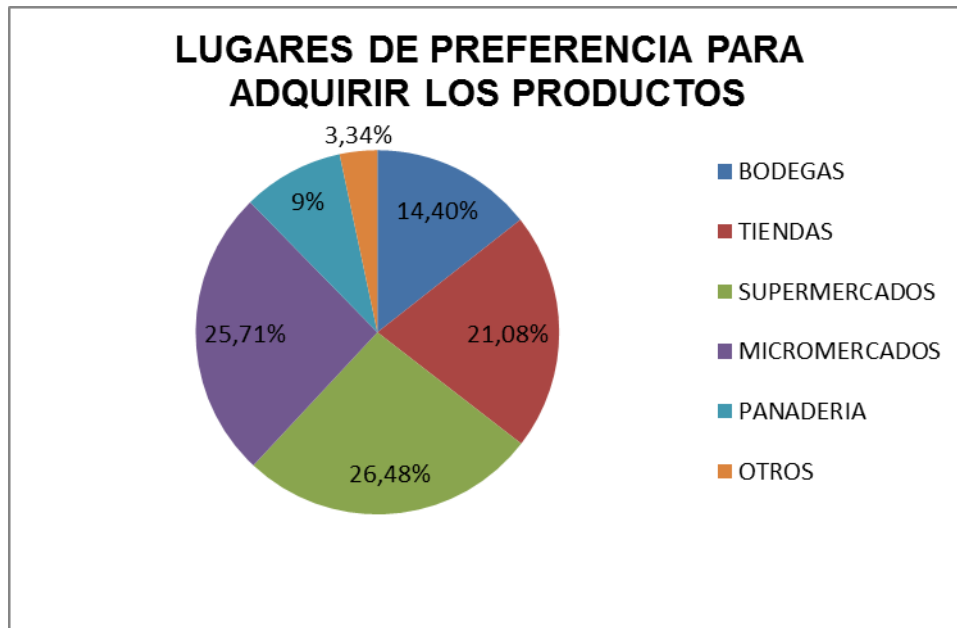
**CUADRO # 9**

LUGARES DE PREFERENCIA PARA ADQUIRIR LOS PRODUCTOS						
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%
	F	F	F	F		
BODEGAS	16	13	10	17	56	14,40
TIENDAS	16	29	17	20	82	21,08
SUPERMERCADOS	34	25	21	23	103	26,48
MICROMERCADOS	29	37	22	12	100	25,71
PANADERIA	10	9	7	9	35	9,00
OTROS	4	5	1	3	13	3,34
TOTAL					389	100%

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Las Autoras.

**GRAFICO # 11**



**INTERPRETACION:**

En el cuadro anterior nos muestra que la población de la ciudad de Loja al momento de adquirir productos lácteos la mayoría prefiere hacerlo en un supermercado llegando este a ser un 26,48%, mientras que los micro mercados se representa con un 25,71% ocupando el segundo lugar, para luego seguirle las tiendas con el 21,08%, en el cual los consumidores prefieren adquirir los lácteos, también un 14,40% de los encuestados prefieren comprarlos en las bodegas, otro lugar que por diversas razones es propicio para adquirir los productos lácteos son las panaderías representando el 9%, un reducido porcentaje del 3,34% prefiere adquirir los lácteos en otros sitios como de productores artesanales que entregan el producto puerta a puerta.

¿Cuánto está pagando por los diferentes productos lácteos que consume?

**CUADRO #10**

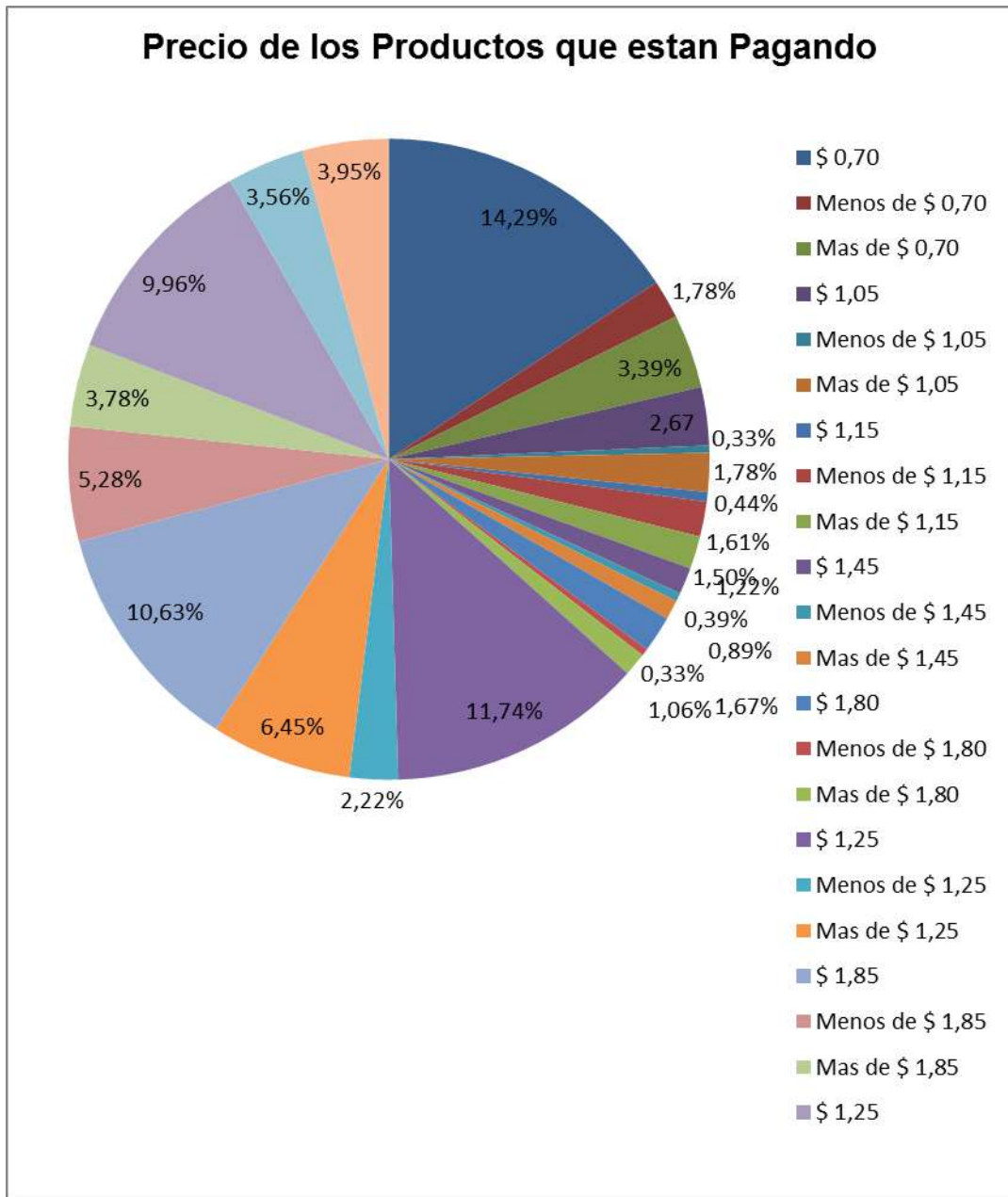
Precio de los Productos que están Pagando								TOTAL
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%	TOTAL	
	F	F	F	F				
LECHE ENTERA	\$ 0,70	74	100	40	43	257	14,29	350
	Menos de \$ 0,70	9	15	6	2	32	1,78	
	Mas de \$ 0,70	36	7	14	4	61	3,39	
LECHE DESCREMADA	\$ 1,05	20	13	6	9	48	2,67	86
	Menos de \$ 1,05	4	2			6	0,33	
	Mas de \$ 1,05	16	5	7	4	32	1,78	
LECHE SEMIDESCREMADA	\$ 1,15	4	1		3	8	0,44	64
	Menos de \$ 1,15	9	9	5	6	29	1,61	
	Mas de \$ 1,15	10	11	4	2	27	1,50	
LECHE SABORIZADA	\$ 1,45	7	5	2	8	22	1,22	45
	Menos de \$ 1,45	1	2	4		7	0,39	
	Mas de \$ 1,45	7	5	1	3	16	0,89	
LECHE LINGH	\$ 1,80	15	4	1	10	30	1,67	55
	Menos de \$ 1,80		2	3	1	6	0,33	
	Mas de \$ 1,80	8	7	3	1	19	1,06	
YOGURT	\$ 1,25	72	77	34	28	211	11,74	367
	Menos de \$ 1,25	9	22	6	3	40	2,22	
	Mas de \$ 1,25	45	24	26	21	116	6,45	
QUESOS	\$ 1,85	61	75	30	27	193	10,73	356
	Menos de \$ 1,85	31	41	10	13	95	5,28	
	Mas de \$ 1,85	32	10	13	13	68	3,78	
MANTEQUILLA	\$ 1,25	51	80	28	20	179	9,96	314
	Menos de \$ 1,25	20	25	13	6	64	3,56	
	Mas de \$ 1,25	33	13	12	13	71	3,95	

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.



**GRAFICO # 12**



## **INTERPRETACION:**

De los resultados obtenidos en las encuestas se pudo determinar que el consumo semanal de los productos lácteos los precios de los productos lácteos que están pagando los consumidores que consumen independientemente cada uno de ellos son: El 14,29% están pagando por un litro de leche entera \$0,70 centavos de dólar; el 1,78% paga menos de \$0,70 centavos de dólar; el 3,39% paga más de \$0,70 centavos de dólar; el 2,67% paga por un litro de leche descremada \$1,05 centavos de dólar; el 0,33% paga menos de \$1,05 centavos de dólar; el 1,78% está pagando más de \$1,05 centavos de dólar; el 0,44% de los encuestados están pagando por un litro de leche semidescremada \$1,15 centavos de dólar; el 1,61% están pagando menos de \$1,15 centavos de dólar; el 1,50% pagan más de \$1,15 centavos de dólar; el 1,22% están pagando por un litro de leche saborizada un valor de \$1,45 centavos de dólar; el 0,39% pagan menos de \$1,45 centavos de dólar; el 0,89% pagan más de \$1,45 centavos de dólar; el 1,67% están pagando por un litro de leche light un valor de \$1,80 centavos de dólar; el 0,33% pagan menos de \$1,80 centavos de dólar; el 1,06% paga más de \$1,80 centavos de dólar; mientras que por un litro de yogurt el 11,74% está pagando \$1,25 centavos de dólar; el 2,22% paga menos de \$1,25 centavos de dólar; 6,45% pagan más de \$1,25 centavos de dólar; el 10,73% están pagando por una libra de queso un valor de \$1,85 centavos de dólar; el 5,28% paga menos de \$1,85 centavos de dólar; el 3,78% paga más de \$1,85 centavos de dólar; el 9,96% están

pagando por una libra de mantequilla un valor de \$1,25; el 3,56% paga menos de \$1,25 centavos de dólar; el 3,95% paga más de \$1,25 centavos de dólar.

¿De la siguiente lista de productos cuanto consume a la semana?

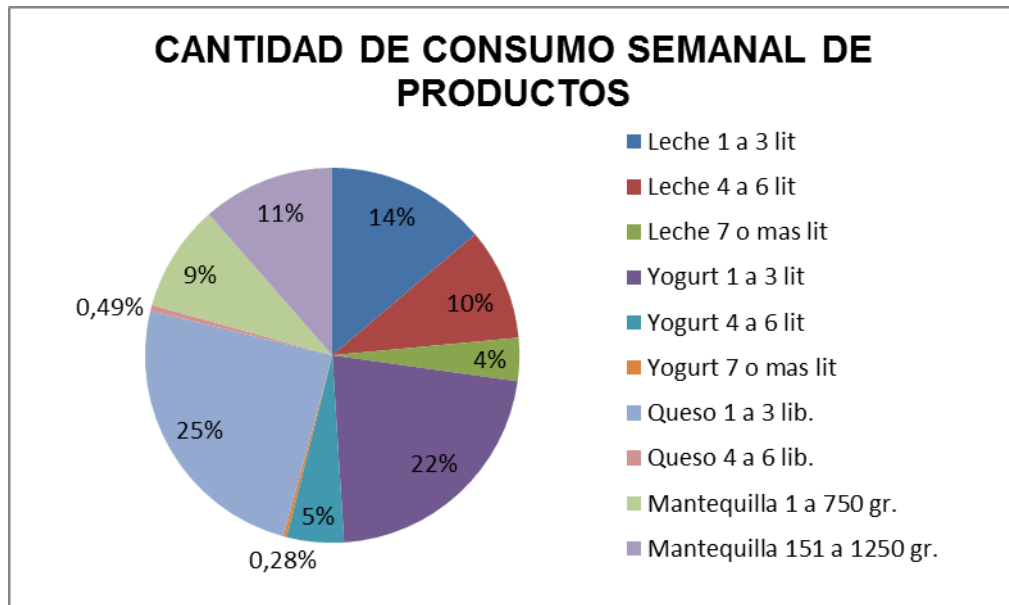
**CUADRO # 11**

CANTIDAD DE CONSUMO SEMANAL DE PRODUCTOS								
DETALLE		P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%	TOTAL
		F	F	F	F			
LECHE 1 lit	1 a 3 lit	62	64	35	25	186	13,13	366
	4 a 6 lit	42	51	21	16	130	9,17	
	7 o maslit	26	5	9	10	50	3,53	
YOGURT 1 lit	1 a 3 lit	90	79	59	65	293	20,68	363
	4 a 6 lit	30	13	14	9	66	4,66	
	7 o maslit	4	-	-	-	4	0,28	
QUESO 1 lib.	1 a 3 lib.	98	87	75	71	331	23,36	338
	4 a 6 lib.	3	1	2	1	7	0,49	
MANTEQUILLA 250 gr.	1 a 750 gr.	34	21	40	29	124	8,75	278
	151 a 1250 gr.	47	38	41	28	154	10,87	

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

**GRAFICO # 13**



**INTERPRETACION:**

De las encuestas realizadas en cuanto se refiere a la cantidad de consumo semanal de los productos lácteos en la ciudad de Loja, se pudo determinar que en lo que se refiere a la leche, el 13,13%, consumen de 1 a 3 litros a la semana, mientras que el 9,17% consumen de 4 a 6 litros de leche a la semana, y un 3,53% consumen más de 7 litros a la semana, luego vemos el consumo del yogurt y se puede determinar que el 20,68% consumen de 1 a 3 litros de yogurt a la semana, el 4,66% consumen de 4 a 6 litros de yogurt a la semana, y un 0,28% consumen más de 7 litros de yogurt a la semana, luego seguimos con el consumo de queso pudiendo determinar que un 23,36% consumen de 1 a 3 libras a la semana, y un

0,49% consumen a la semana más de 4 a 6 libras, siguiendo así con el consumo de la mantequilla se determino que el 8,75% consumen de 1 a 750 gramos a la semana, mientras que el 10,87% consumen de 750 a 1250 gramos.

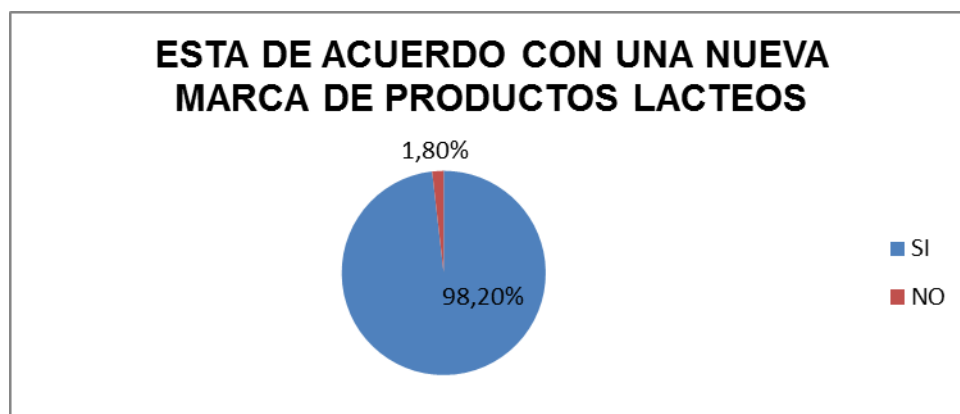
**¿Si se comercializara una nueva marca de productos lácteos en la ciudad de Loja con normas de calidad le gustaría consumir este producto?**

**CUADRO # 12**

ACEPTACION DE UNA NUEVA LINEA DE PRODUCTOS LACTEOS						
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%
	F	F	F	F		
SI	132	129	67	54	382	98,20
NO	5	1	1		7	1,80
<b>TOTAL</b>					<b>389</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas.  
Elaboración: Las Autoras.

**GRAFICO # 14**



## INTERPRETACION:

De las encuestas realizadas en cuanto se refiere a la comercialización de una nueva marca de productos lácteos, el 98,20% de las familias encuestadas manifiestan que si están de acuerdo con una nueva línea de lácteos que cumpla con todas las normas de calidad e higiene, como también manifiestan que les gustaría que se implementen algunos productos más, mientras que el 1,80% manifiestan que no están de acuerdo con la comercialización de una nueva marca de lácteos, debido a que están conformes con las marcas existentes y que por el momento no les interesaría consumir un producto nuevo ya que cada uno de ellos ya tienen su marca de lácteos elegida.

**Si la respuesta es SI ¿Qué productos le gustaría comprar?**

**CUADRO # 13**

<b>PRODUCTOS QUE SE VAN A PRODUCIR EN LA NUEVA EMPRESA</b>		
<b>Detalle</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Leche	358	28,06
Yogurt	350	27,43
Queso	288	22,57
Mantequilla	280	21,94
<b>TOTAL</b>	<b>1276</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

**GRAFICO # 15**



**INTERPRETACION:**

Los productos lácteos son muy importantes porque nos ayudan para nuestra alimentación el grafico nos da a conocer que el 28,06% prefiere adquirir leche, el 27,43% nos manifestaron que consumirían yogurt, el 22,57% de los encuestados respondieron que adquirirían queso, el 21,94% nos manifestaron que comprarían mantequilla; esto demuestra que si hay un buen consumo de los productos lácteos en la ciudad de Loja, en virtud de lo analizado se ha podido constatar que los productos lácteos si tienen una gran acogida en el mercado.

¿Qué medios de comunicación son de su preferencia y en que programa le gustaría que se publique la existencia de nuevos productos lácteos?

**CUADRO # 13**

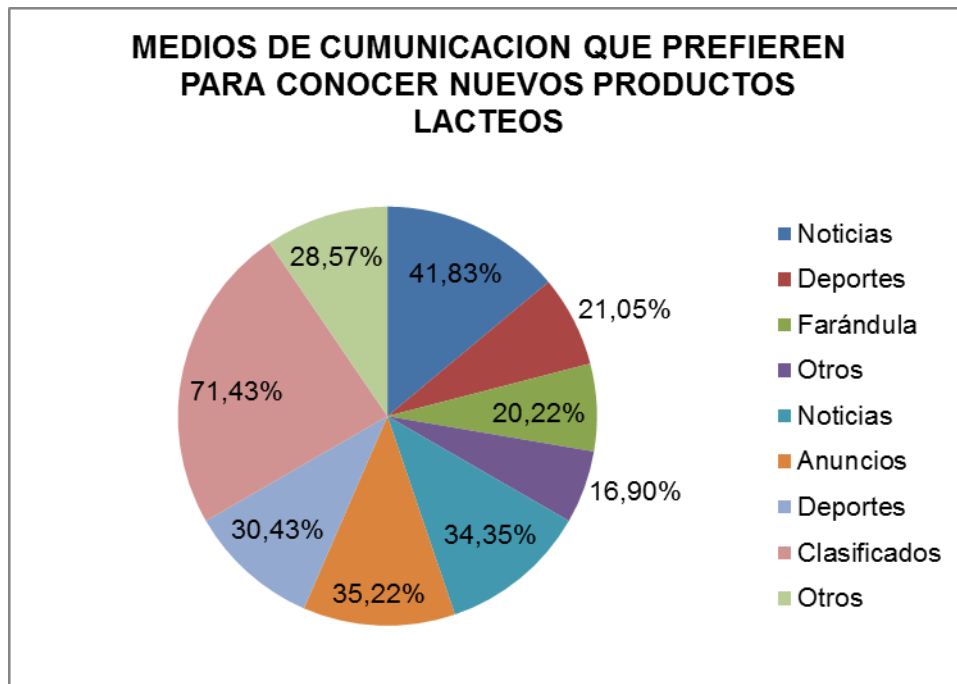
MEDIOS DE CUMUNICACION QUE PREFIEREN PARA CONOCER NUEVOS PRODUCTOS LACTEOS								TOTAL
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%	TOTAL	
	F	F	F	F				
TELEVISION	Noticias	50	43	26	32	151	41,83	361
	Deportes	26	17	24	9	76	21,05	
	Farándula	25	24	13	11	73	20,22	
	Otros	33	8	6	14	61	16,90	
RADIO	Noticias	25	24	15	15	79	34,35	230
	Anuncios	18	40	21	2	81	35,22	
	Deportes	35	10	11	14	70	30,43	
PRENSA	Clasificados	23	24	19	9	75	71,43	105
	Otros	10	7	5	8	30	28,57	

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.



**GRAFICO # 16**



**INTERPRETACION:**

De acuerdo a la pregunta realizada a los consumidores en lo que se refiere a los medios de comunicación que ellos prefieren que se den a conocer la nueva marca de productos lácteos se manifestaron de la siguiente manera; el 41,83% les gustaría que se promocionen por la TV en los de noticias; un 21,05% les gustaría en el programa de Deportes; el 20,22% les gustaría en farándula; el 16,90% manifiesta que en otros programas de la TV; mientras que en la Radio prefieren escuchar un 34,35% le gustaría en Noticias; el 35,22% le gustaría escuchar en los programas de anuncios; y el 30,43% les gustaría escuchar en el programa de Deportes; y por último el 71,43% de los encuestados manifiestan que les gustaría se publique por la prensa

en sección clasificados , y el 28,57% manifiestan que les gustaría que enterarse en otros secciones de la prensa, dando esto un resultado del 100% de los encuestados.

**¿En qué tipo de presentación recomendaría para los siguientes productos?**

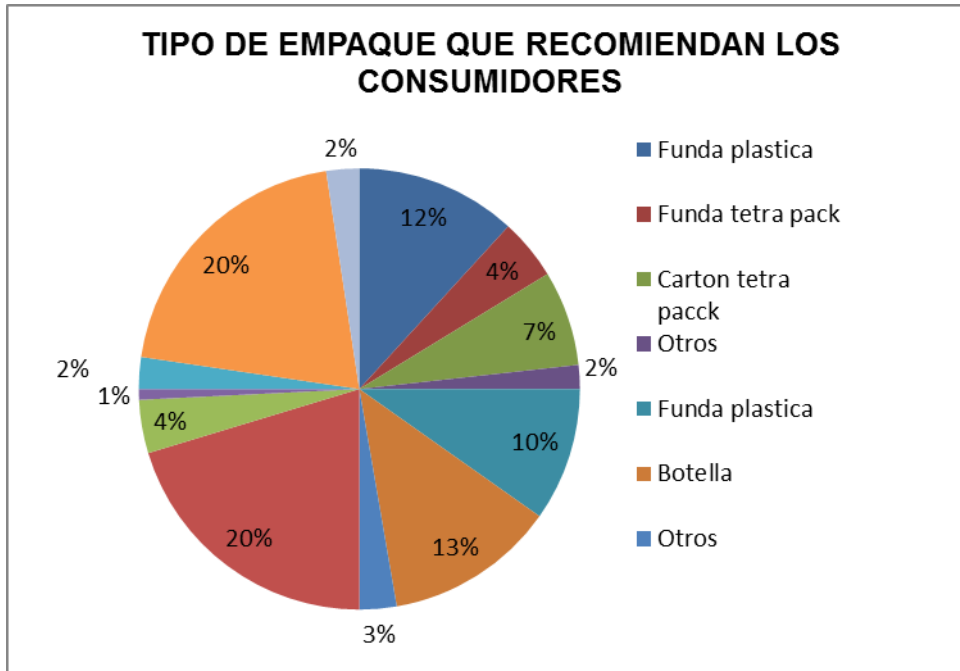
**CUADRO # 14**

TIPO DE EMPAQUE QUE RECOMIENDAN LOS CONSUMIDORES								TOTAL
DETALLE		P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%	
		F	F	F	F			
LECHE	FUNDA PLASTICA	55	59	26	29	169	47,21	358
	FUNDA TETRA PAK	21	19	17	7	64	17,88	
	CARTON TETRA PAK	40	31	17	12	100	27,93	
	OTROS	9	9	5	2	25	6,98	
YOGURT	FUNDA PLASTICA	34	53	26	24	137	39,14	350
	BOTELLA	74	52	31	18	175	50,00	
	OTROS	22	6	3	7	38	10,86	
QUESO	FUNDA PLASTICA	76	80	44	34	234	81,25	288
	TARRINA	19	18	7	1	45	15,63	
	OTROS		8	1		9	3,13	
MANTEQUILLA	FUNDA PLASTICA	11	6	5	4	26	9,29	280
	TARRINA	87	81	33	26	227	81,07	
	SACHET	4	18	2	3	27	9,64	

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Las Autoras.

**GRAFICO # 17**



**INTERPRETACION:**

De las encuestas realizadas en cuanto se refiere al tipo de presentación que recomendarían para la nueva marca de lácteos las familias de la ciudad de Loja se manifestaron de la siguiente manera; en lo que se refiere a la leche el 47,21% de las familias recomiendan el tipo de presentación en funda plástica; el 17,88% recomienda en funda tetra pack; el 27,93% recomiendan en cartón tetra pack y con un 6,98% manifiestan en otros empaques es decir no especifican en que tipo desearían que sea su presentación.

En cambio en cuanto al yogurt las familias de la ciudad de Loja se manifestaron así; el 39,14% les gustaría en funda plástica; el 50% recomiendan en botella de vidrio; el 10,86% toman la opción de otros.

La misma situación se da con el queso, que se recomienda en funda plástica un 81,25% de las familias; el 15,63% prefiere en que se haga en tarrina; el 3,13% prefieren otros tipos de presentación;

Y como tipo de presentación para la mantequilla se da que; el 9,29% recomiendan que su presentación se la haga en funda plástica; el 81,07% recomiendan en tarrina; y el 9,64% les gustaría que su presentación sea en Sachet.

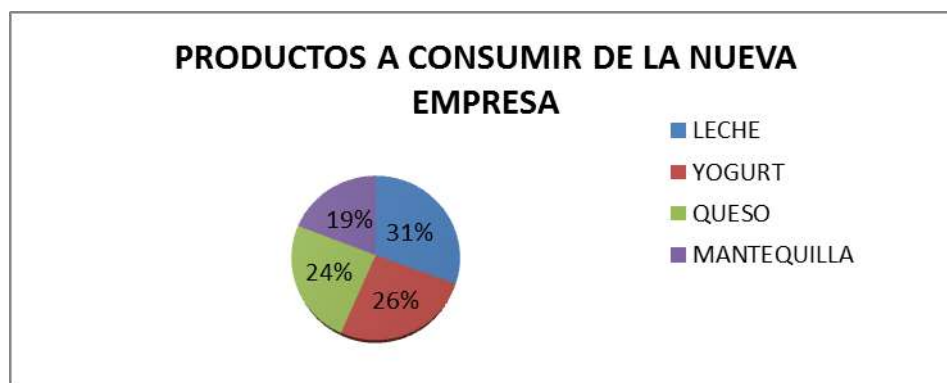
**¿De la nueva línea de productos lácteos que productos consumiría?**

**CUADRO # 15**

PRODUCTOS A CONSUMIR DE LA NUEVA EMPRESA						
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%
	F	F	F	F		
LECHE PASTEURIZADA	39	36	28	14	117	30,63
YOGURT	26	20	30	23	99	25,92
QUESO	17	44	13	19	93	24,35
MANTEQUILLA	22	25	15	11	73	19,11
TOTAL					382	100%

Fuente: Encuestas.  
Elaboración: Las Autoras.

**GRAFICO # 18**



## INTERPRETACION:

La población de la ciudad de Loja manifiesta que de la nueva empresa de productos lácteos lo que más consumirían es la leche con un 30,63%, seguidamente por el Yogurt con un 25,92%, para luego seguir con un 24,35%, el consumo de queso, con el 19,11% en lo que se refiere al consumo de mantequilla, dando como resultado que el producto que mas consumirían es la leche y el yogurt, pero cabe señalar que todos los productos tienen un porcentaje bueno de aceptación, dando así el 100% de las familias encuestadas en toda la ciudad de Loja.

### ¿Cada qué tiempo consumiría los productos lácteos?

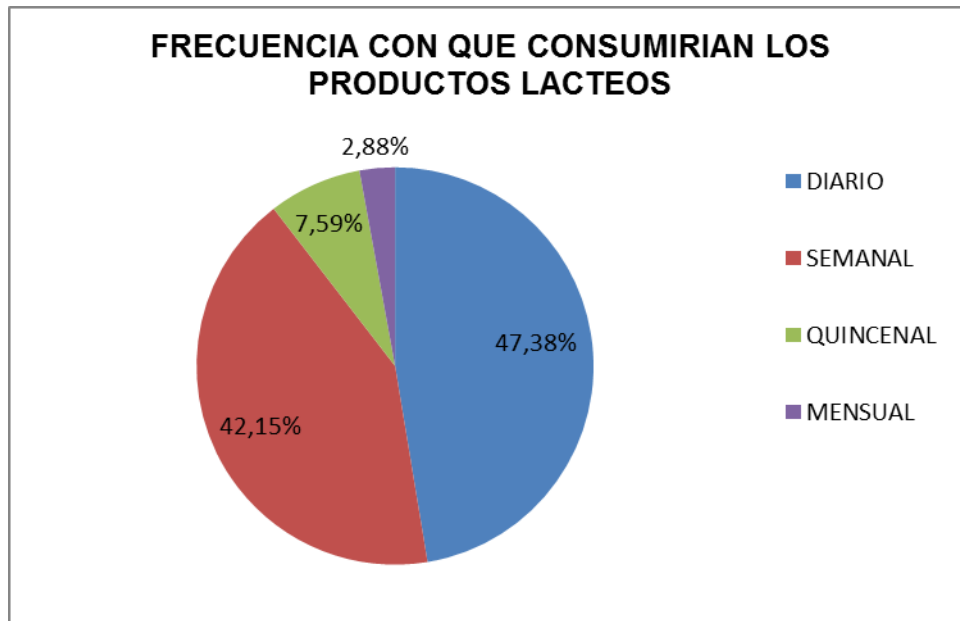
**CUADRO # 16**

FRECUENCIA CON QUE CONSUMIRIAN LOS PRODUCTOS LACTEOS						
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%
	F	F	F	F		
DIARIO	73	40	36	32	181	47,38
SEMANAL	39	78	26	18	161	42,15
QUINCENAL	13	8	5	3	29	7,59
MENSUAL	4	2	1	4	11	2,88
<b>TOTAL</b>					382	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

**GRAFICO # 19**



**INTERPRETACION:**

De acuerdo a la pregunta realizada a las familias de la ciudad de Loja en cuanto al consumo de los productos lácteos de la nueva línea o marca se puede determinar que el 47,38% de las familias manifiestan que el consumo de los productos lácteos lo realizarían diariamente, mientras que el 42,15% nos manifestaron que los productos de la nueva marca o línea láctea su compra lo harían semanalmente ya que su consumo no es frecuente, por otro lado el 7,59% consumirían los productos lácteos quincenalmente, y por último con un menor porcentaje que es el 2,88% consumirían los productos lácteos de forma mensual, con esto podemos ver que todos los productos lácteos tienen una aceptación cada una con

un porcentaje lo que da un 100% de las familias encuestadas en la ciudad de Loja.

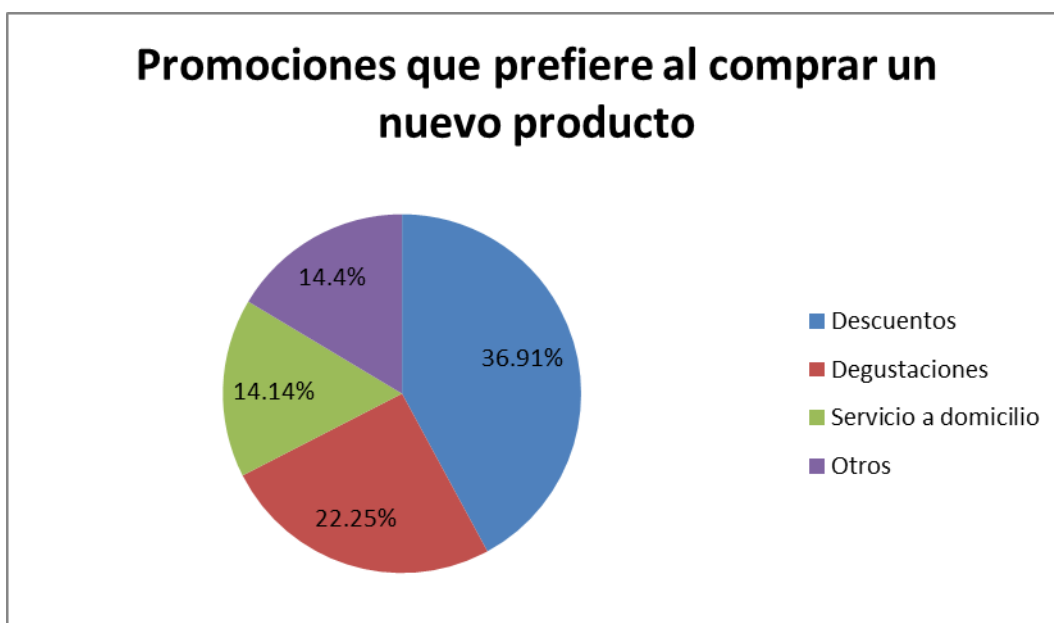
**¿Qué promociones prefiere cuando sale al mercado un nuevo producto lácteo?**

**CUADRO # 17**

<b>Promociones que prefieren al comprar un nuevo producto</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>P. SUCRE</b>	<b>P. SAN SEBAST.</b>	<b>P. EL VALLE</b>	<b>P. EL SAGRARIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
	<b>F</b>	<b>F</b>	<b>F</b>	<b>F</b>		
Descuentos	54	47	22	30	153	36,91
Degustaciones	27	16	25	19	87	22,25
Servicio a domicilio	18	17	20	10	65	14,14
Otros	20	21	14	11	66	14,4
<b>TOTAL</b>					<b>382</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.  
**Elaboración:** Las Autoras.

**GRAFICO # 20**



## **INTERPRETACION:**

Hoy en día existen muchas maneras o formas para dar a conocer un nuevo producto, y como se puede apreciar en el cuadro las familias de la ciudad de Loja les gustaría que la nueva marca de productos lácteos se promocióne o se dé a conocer mediante Descuentos lo que representa a un 36,91%, mientras que el 22,25% de las familias les gustaría que se realice mediante degustaciones de los productos lácteos, el 14,14% de las familias encuestadas desearían que se realicen servicio a domicilio, el 14,4% eligieron la opción otros, esto nos demuestra que promocionando el producto será mayor rentable, en virtud de lo analizado se considera que para promocionar un nuevo producto en el mercado se realiza algún tipo de promociones para que de esta manera haya una mejor acogida del producto por parte de los consumidores.



**TABULACION DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A LOS  
EXPENDEDORES DE PRODUCTOS LACTEOS.**

**¿Qué variedad de productos lácteos comercializa?**

**CUADRO # 18**

<b>LUGARES QUE COMERCIALIZAN LOS DIFERENTES PRODUCTOS LACTEOS</b>					
<b>VARIEDAD DE PRODUCTOS LACTEOS</b>		<b>SUPERMERCADOS</b>	<b>TIENDAS</b>	<b>PANADERIAS</b>	<b>BODEGAS</b>
Leche	Ecolac	X	X	X	X
	Nutrileche	X			X
	Lenutrit	X	X		
	Ranchito	X	X	X	
	Tony	X	X	X	X
	Lechera	X	X		X
	Otras	X	X	X	X
Yogurt	Ecolac	X	X	X	
	Tony	X	X		X
	Mi yogurt	X		X	
	Regeneris	X			
	Otros	X	X		X
Queso	Artesanal	X	X	X	X
		X			
	Otras	X			
Mantequilla	Bonella	X	X		X
	Margarina	X		X	X
	Otras	X			X

**Fuente:** Locales Comerciales

**Elaboración:** Las Autoras.

**INTERPRETACION:**

De acuerdo a la pregunta realizada a los distintos locales que distribuyen los diferentes productos lácteos podemos ver que los Supermercados, Tiendas, Panaderías y Bodegas objeto de estudio para nuestro proyecto vemos que cada uno de estos vende casi todos los productos existentes en el mercado, estos resultados nos servirán para sacar los porcentajes exactos de venta de cada producto lácteo.

**CUADRO # 19**

<b>PRODUCTOS LACTEOS QUE COMERCIALIZA</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Leche	20	28,17
Yogurt	19	26,76
Queso	15	21,13
Mantequilla	17	23,94
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Las Autoras.

**INTERPRETACION:**

Al estudiar la variedad de los productos lácteos que expenden los diferentes lugares se puede decir que los que mas salen para el consumo final de todos los lácteos corresponde a la leche con un 28,17% al igual que el yogurt con un 26,76%, luego le sigue la mantequilla con un 23.94%, seguidamente el queso con un menor consumo lo que representa a un 21,13%, siendo este el producto que menos lo expenden

**¿Adquiere todos los productos lácteos que ofrecen las diferentes líneas de lácteos?**

**CUADRO # 20**

<b>ADQUIERE TODAS LAS MARCAS DE PRODUCTOS LACTEOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SI	8	40
NO	12	60
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Las Autoras.

## INTERPRETACION:

De todos los lugares encuestados un 40% adquieren todos los productos lácteos que ofrecen las diferentes líneas de lácteos mientras que un 60% no adquiere todos los productos ya que dicen que algunos no tienen acogida pero cabe señalar que esto pasa en las tiendas y panaderías ya que en las bodegas y supermercados si tienen variedad de consumidores

¿Qué cantidad vende diario de cada producto lácteo?

CUADRO # 21

CANTIDADES QUE VENDE DIARIAMENTE DE CADA PRODUCTO LACTEO				CONSUMO ANUAL	
DETALLE	F	%	TOTAL	365 DIAS	
Leche	Ecolac	180	37,11	485	181677
	Nutrileche	86	17,73		
	Lenutrit	38	7,84		
	Ranchito	83	17,11		
	Tony	50	10,31		
	Lechera	48	9,90		
Yogurt	Ecolac	73	39,67	184	68739
	Tony	51	27,72		
	Mi yogurt	41	22,28		
	Regeneris	19	10,33		
Queso	Artisanal	63	63,64	99	36812
	Diferentes marcas	36	36,36		
Mantequilla 250 gr	Bonella	38	59,38	64	23620
	Margarina	26	40,63		

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Las Autoras.

### INTERPRETACION:

Como podemos observar en el cuadro de acuerdo los resultados obtenidos de las encuestas el mayor porcentaje de los lácteos lo comercializan diariamente lo que representa a un 52,63%, mientras que un 42,11% lo comercializa semanal, y con un menor porcentaje que es del 5,26% lo comercializan o venden quincenal, cabe recalcar que en lo que representa el mayor porcentaje se da más en el consumo de la leche.

**¿De qué manera exhibe los productos lácteos para lograr una mejor visibilidad de los clientes?**

**CUADRO # 22**

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS LACTEOS		
DETALLE	F	%
Exhibidor	7	23,33
Refrigerador	7	23,33
Perchas	9	30
Frigorífico	7	23,33
TOTAL	30	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Las Autoras.

### INTERPRETACION:

De acuerdo a los resultados obtenidos de los encuestados en lo que se refiere a la forma de cómo exhiben los diferentes productos lácteos podemos constatar que un 23,33% lo dan a conocer a sus clientes en un

exhibidor, igual el 23,33% lo almacenan en un refrigerador, un 30% lo colocan en perchas para su mejor visibilidad, y por último el 23,33% restante lo exhiben en frigoríficos concluyendo así que la mayor cantidad de los productos lácteos están exhibidos en perchas, dando así el 100% de las encuestas realizadas.

**¿Cuáles son sus proveedores que le abastecen con los productos lácteos?**

**CUADRO # 23**

<b>PROVEEDORES QUE ABASTECEN CON LOS PRODUCTOS LACTEOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Ranchito	19	17,76
Ecolac	20	18,69
Nutrileche	18	16,82
Lenutrit	15	14,02
La Lechera	18	16,82
Toni	10	9,35
Otras	7	6,54
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Las Autoras.

**INTERPRETACION:**

En el siguiente cuadro podemos observar que de todas las marcas existentes que abastecen el mercado con los productos lácteos la que mas acogida tiene para su venta es la marca Ecolac lo que representa un

18,69% , seguida por la marca Ranchito con un porcentaje del 17,76% , luego vemos que la nutrí leche tiene una acogida de un 16.82%, luego la lenutrit con un 14.02%, la lechera con un 16,82%, la Toni con un 9.35% y otras marcas con un 6.54% dando así un 100% de los encuestados.

**¿Cada qué tiempo le hacen la entrega de los productos lácteos?**

**CUADRO # 24**

ENTREGA DE LOS PRODUCTOS LACTEOS		
DETALLE	F	%
DIARIO	19	54,29
SEMANAL	12	34,29
QUINCENAL	4	11,43
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Las Autoras.

**INTERPRETACION:**

En lo que se refiere a la entrega o compra de los productos lácteos que la realizan los diferentes tiendas, bodegas, panaderías, supermercados observamos según la información obtenida mediante las encuestas realizadas a estos diferentes lugares la entrega de estos productos lo hacen en un 54.29% los proveedores les entregan diariamente, un

34.29% los entregan semanalmente y un 11.43% lo entregan quincenalmente.

**¿De todas las marcas de productos lácteos que Ud., expende que tipo de envase compran más los consumidores?**

**CUADRO # 25**

<b>TIPO DE ENVASE QUE MAS PREFIEREN LOS CLIENTES</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Funda plástica	20	22,22
funda tetra pack	15	16,67
Cartón tetra pack	10	11,11
Frasco	20	22,22
Tarrina	15	16,67
Sachet	10	11,11
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Las Autoras.

#### **INTERPRETACION:**

De acuerdo a la pregunta realizada en lo que se refiere al tipo de envases de los diferentes productos lácteos que prefieren los consumidores nos manifestaron lo siguiente: que tanto la leche y el yogurt hay consumidores que lo prefieren en funda plástica debido a que es más económico representando a un 22,22% de los consumidores, mientras que el 16,67% de consumidores prefieren comprar en funda tetra pack la leche, y un 11,11% prefieren comprar la leche en cartón tetra pack, también un 22,22% de consumidores compran en botella de plástico esto en lo que es

el yogurt, y refiriéndose a la mantequilla un 16% de los consumidores la compran en tarrina y un 11% en Sachet dando como resultado un cien por ciento de encuestas realizadas.

**¿En caso de que una nueva marca de lácteos saliera al mercado le gustaría adquirirla para expendirla?**

**CUADRO # 26**

<b>ACEPTACION DE UNA NUEVA MARCA DE PRODUCTOS LACTEOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Si	20	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Las Autoras.

**INTERPRETACION:**

De acuerdo a la pregunta realizada a cierto número de tiendas, panaderías, bodegas, Supermercados, de la ciudad de Loja podemos determinar que en caso de que saliera una nueva marca de productos lácteos estos lugares están dispuestos a comprar para expendir en sus locales lo que podemos determinar que tendrá una acogida favorable.



## **g. DISCUSIÓN**

### **ANALISIS DE LA DEMANDA**

La demanda de toda empresa está conformada por la cantidad del producto requerido por los consumidores en un momento determinado.

Para determinar la demanda, hemos hecho uso de la información estadística que de acuerdo al tamaño de la muestra, se aplicó encuestas a las familias consumidoras, las mismas que proporcionaron resultados para ser analizados y ordenados realizándose la interpretación correspondiente.

La demanda tanto potencial, real, como efectiva se la obtiene al realizar el producto entre el número de consumidores por la cantidad de productos lácteos que consumen, mediante este proceso determinaremos el consumo total anual de cada producto lácteo en la ciudad de Loja.

### **POBLACION**

La población de familias para el año 2011 en la ciudad de Loja de acuerdo al cálculo realizado con datos proporcionados por el INEC, es de 35074 familias y cuya proyección de la población para los años de vida útil del proyecto se expone en el siguiente cuadro.

**CUADRO # 27**

<b>PROYECCIÓN DE LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA</b>			
<b>AÑOS</b>		<b>POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA</b>	<b>FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA</b>
0	2011	140296	35074
1	2012	142681	35670
2	2013	145107	36277
3	2014	147573	36893
4	2015	150082	37521
5	2016	152634	38158
6	2017	155228	38807
7	2018	157867	39467
8	2019	160551	40138
9	2020	163280	40820
10	2021	166056	41514

**Fuente:** INEC, Proyecto de Tesis

**Elaboración:** Las Autoras

## **DEMANDA ACTUAL**

Se define a la demanda actual como el número de unidades de un determinado producto que los consumidores estarán dispuestos a adquirir en condiciones y períodos determinados.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas, se determinó la demanda actual de cada uno de los productos.

**CUADRO # 28**

<b>PROMEDIO DE CONSUMO ANUAL DE PRODUCTOS LACTEOS</b>						
<b>DETALLE</b>		<b>F SEMANAL</b>	<b>F ANUAL (52 SEMANAS)</b>	<b>MARCA DE CLASE (Xm)</b>	<b>PROMEDIO Xm</b>	<b>Consumo anual por familias (unidades)</b>
Leche 1lit	1 a 3 lit	210	10920	2	21840	177
	4 a 6 lit	105	5460	5	27300	
	7 o maslit	35	1820	7	12740	
Yogurt 1 lit	1 a 3 lit	300	15600	2	31200	133
	4 a 6 lit	65	3380	5	16900	
	7 o maslit	2	104	7	728	
Queso 1 lib.	1 a 3 lib.	331	17212	2	34424	107
	4 a 6 lib.	7	364	5	1820	
Mantequilla 250 gr.	1 a 750 gr.	160	8320	126	1044160	76
	751 a 1250 gr.	60	3120	1000,5	3121560	

**Fuente:** Cuadro # 11

**Elaboración:** Las Autoras

El requerimiento de leche por familia es de 177 unidades de un litro al año, mientras que el yogurt tiene una demanda de 133 unidades de un litro por familia, el queso tiene un promedio de consumo por familia de 107 unidades de una libra al año, y de mantequilla se consume 76 unidades de 250 gramos por familias al año.

## DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial está constituida por la cantidad del producto requerida por los consumidores, para calcular la demanda potencial es necesario remitirse a la población, partiendo de la muestra de 399 encuestas aplicadas a la población total que son de 35074 familias correspondientes a las cuatro parroquias de la ciudad de Loja.

### Consume Ud. y su familia productos lácteos?

CUADRO # 29

CONSUME PRODUCTOS LACTEOS						
DETALLE	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO	TOTAL	%
	F	F	F	F		
SI	135	130	70	54	389	97,49
NO	10				10	2,51
TOTAL					<b>399</b>	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

Mediante la información recopilada a través de esta pregunta se pudo conocer que el 97,49% del sector encuestado consume productos lácteos y el 2,51% no consume productos lácteos debido a que el sistema enzimático no puede digerir la lactosa y otras razones.

Para el caso de nuestro estudio se considera como demanda potencial todas las personas que consumen los diferentes productos lácteos, lo que significa un 97,49% de las familias encuestadas.

## DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL

La demanda real está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían adquirir o utilizar de un determinado producto en el mercado.

De la siguiente lista, ¿qué productos lácteos consume?

**CUADRO # 30**

DETALLE	TIPO DE PRODUCTOS LACTEOS QUE CONSUMEN				TOTAL	%	TOTAL	%
	P. SUCRE	P. SAN SEBAST.	P. EL VALLE	P. EL SAGRARIO				
	F	F	F	F				
LECHE ENTERA	107	110	49	41	307	70,41	436	29,58
LECHE DESCREMADA	19	12	12	7	50	11,47		
LECHE SEMIDESCREMADA	15	12	7	10	44	10,09		
LECHE SABORIZADA	10	4	1	5	20	4,59		
LECHE LIGHT	3	5	1	6	15	3,44		
YOGURT EN FUNDA	69	97	38	35	239	62,24	384	26,05
YOGURT EN BOTELLA	61	34	29	21	145	37,76		
QUESO EN FUNDA	92	102	51	41	286	88,27	324	21,98
QUESO EN TARRINA	10	5	2	2	19	5,86		
QUESO LIGHT	8	5	3	3	19	5,86		
MANTEQUILLA VITAL	86	92	47	29	254	76,97	330	22,39
MANTEQUILLA LIGHT	29	24	10	13	76	23,03		

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las Autoras.

Con esta pregunta se pudo determinar que el 29,58% de la demanda real consume leche, el 26,05% consume yogurt, un 21,98% consume queso y

un 22,39% consume mantequilla, permitiéndonos así conocer y segmentar nuestro mercado real.

Para nuestro estudio se considera como mercado real todas las personas que tienen preferencia en consumir los productos lácteos ya sea leche, yogurt, queso, mantequilla.

## **DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA**

Después de haber obtenido la demanda potencial y real, es factible calcular la demanda efectiva que es la que realmente se encarga de atender el proyecto; en consecuencia de nuestro mercado real que son todas las familias, se extraerá aquel porcentaje de familias que están dispuestas a comprar los diferentes productos lácteos y que representa el 98,20% del total de la demanda potencial

**¿Si se comercializara una nueva marca de productos lácteos en la ciudad de Loja con normas de calidad le gustaría consumir este producto?**

**CUADRO # 31**

<b>ACEPTACION DE UNA NUEVA LINEA DE PRODUCTOS LACTEOS</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>P. SUCRE</b>	<b>P. SAN SEBAST.</b>	<b>P. EL VALLE</b>	<b>P. EL SAGRARIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
	<b>F</b>	<b>F</b>	<b>F</b>	<b>F</b>		
SI	132	129	67	54	382	98,20
NO	5	1	1		7	1,80
<b>TOTAL</b>					<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Las Autoras.

Esta pregunta nos sirvió para conocer la demanda efectiva que tiene la nueva marca en estudio a nivel de la ciudad de Loja, la cual nos arrojó como resultados que el 98,20% del sector encuestado apoyaría con su compra.

Es así que la demanda efectiva sería, dato indispensable para el cálculo de la demanda efectiva anual de los productos lácteos en litros (Leche, yogurt), en libras (queso) y gramos (mantequilla).

## SEGMENTACIONES DE LA DEMANDA EFECTIVA POR PRODUCTO

### CUADRO # 32

#### LECHE PASTEURIZADA

Nº	FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA	Demanda Potencial %	Demanda Real %	Demanda Efectiva %	Consumo Perca pita litros	Demanda Efectiva Anual /litros
		<b>97,49%</b>	<b>29,58%</b>	<b>98,20%</b>	<b>177</b>	
0	35074	34194	10114	9932		1756051
1	35670	34775	10286	10101		1785904
2	36277	35366	10461	10273		1816264
3	36893	35967	10639	10448		1847141
4	37521	36579	10820	10625		1878542
5	38158	37201	11004	10806		1910477
6	38807	37833	11191	10990		1942956
7	39467	38476	11381	11176		1975986
8	40138	39130	11575	11366		2009578
9	40820	39795	11772	11560		2043740
10	41514	40472	11972	11756		2078484

Fuente: Cuadro # 4, 6, 12, 26,27

Elaboración: Las Autoras

### CUADRO # 33

#### YOGURT

Nº	FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA	Demanda Potencial %	Demanda Real %	Demanda Efectiva %	Consumo Percapita litros	Demanda Efectiva Anual /litros
		<b>97,49%</b>	<b>26,05%</b>	<b>98,20%</b>	<b>133</b>	
0	35074	34194	8907	8747		1163770
1	35670	34775	9059	8896		1183554
2	36277	35366	9213	9047		1203675
3	36893	35967	9369	9201		1224137
4	37521	36579	9529	9357		1244948
5	38158	37201	9691	9516		1266112
6	38807	37833	9856	9678		1287636
7	39467	38476	10023	9843		1309526
8	40138	39130	10193	10010		1331787
9	40820	39795	10367	10180		1354428
10	41514	40472	10543	10353		1377453

Fuente: Cuadro # 4, 6,12, 26,27

Elaboración: Las Autoras



**CUADRO # 34****QUESO**

Nº	FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA	Demanda Potencial %	Demanda Real %	Demanda Efectiva %	Consumo Percapita LIB	Demanda Efectiva Anual /libras
		<b>97,49%</b>	<b>21,98%</b>	<b>98,20%</b>	<b>107</b>	
0	35074	34194	7516	7380		791414
1	35670	34775	7644	7506		804868
2	36277	35366	7773	7634		818551
3	36893	35967	7906	7763		832466
4	37521	36579	8040	7895		846618
5	38158	37201	8177	8030		861011
6	38807	37833	8316	8166		875648
7	39467	38476	8457	8305		890534
8	40138	39130	8601	8446		905673
9	40820	39795	8747	8590		921069
10	41514	40472	8896	8736		936728

Fuente: Cuadro # 4, 6, 12, 26,27

Elaboración: Las Autoras

**CUADRO # 35****MANTEQUILLA**

Nº	FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA	Demanda Potencial %	Demanda Real %	Demanda Efectiva %	Consumo Percapita gramos	Demanda Efectiva Anual /gramos
		<b>97,49%</b>	<b>22,39%</b>	<b>98,20%</b>	<b>76</b>	
0	35074	34194	7656	7518		569427
1	35670	34775	7786	7646		579107
2	36277	35366	7918	7776		588952
3	36893	35967	8053	7908		598964
4	37521	36579	8190	8043		609147
5	38158	37201	8329	8179		619502
6	38807	37833	8471	8318		630034
7	39467	38476	8615	8460		640744
8	40138	39130	8761	8604		651637
9	40820	39795	8910	8750		662715
10	41514	40472	9062	8899		673981

Fuente: Cuadro # 4, 6, 12, 26,27

Elaboración: Las Autoras

En el presente cuadro hemos presentado cada una de las segmentaciones realizadas para determinar la demanda efectiva anual de los diferentes productos lácteos, así como su proyección hasta los 10 años de vida útil que propone el proyecto, la misma que se la calculó en base a los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas y al uso Perca pita anual de los lácteos.

## **DETERMINACIÓN DE LA OFERTA TOTAL**

Para poder determinar la oferta hemos tomado en cuenta la información histórica proporcionada por los diferentes lugares que distribuyen los productos lácteos como: Supermercados, Micro mercados, Tiendas, Panaderías y Bodegas, las cuales hemos entrevistado con el fin de obtener de sus registros el número de ventas realizadas en los últimos cuatro años.

Con estos datos aplicamos el método de extrapolación, su fórmula de cálculo se la realiza sacando el porcentaje de fluctuación entre las ventas de año a año, este resultado lo dividimos para el número de casos y este valor lo incrementamos en la proyección para cada valor.

## MÉTODO DE EXTRAPOLACIÓN

### LECHE

**CUADRO # 36**

Archivo de Locales Comerciales	
2007	159650
2008	165620
2009	171650
2010	177025

Esta pregunta nos permitió determinar la cantidad de productos lácteos que se han vendido en los últimos cuatro años, dato que nos permitirá calcular la tasa de crecimiento anual y mediante ello proyectar la oferta futura para los próximos 10 años de vida útil que tiene nuestro proyecto.

$$(165620/159650)*100-100 = 3,14\%$$

$$(171650/165620)*100-100 = 3,64\%$$

$$(177025/171650)*100-100 = 3,15\%$$

$$\frac{10,53\%}{4} = 2,63\%$$

### YOGURT

**CUADRO # 37**

Archivo de Locales Comerciales	
2007	61250
2008	64560
2009	66520
2010	67160

$$(64560/61250)*100-100 = 5,40\%$$

$$(66520/64560)*100-100 = 3,03\%$$

$$(67160/66520)*100-100 = 0,96\%$$

$$\frac{9,39\%}{4} = 2,35\%$$

### **QUESO**

**CUADRO # 38**

Archivo de Locales Comerciales	
2007	33560
2008	34260
2009	35565
2010	36135

$$(34260/33560)*100-100 = 2,09\%$$

$$(35565/34260)*100-100 = 3,81\%$$

$$(36135/35565)*100-100 = 1,60\%$$

$$\frac{7,50\%}{4} = 1,87\%$$

### **MANTEQUILLA**

**CUADRO # 39**

Archivo de Locales Comerciales	
2007	22350
2008	22750
2009	23120
2010	23360

$$(22750/22350)*100-100 = 1,79\%$$

$$(23120/22750)*100-100 = 1,63\%$$

$$(23360/23120)*100-100 = 1,04\%$$

$$\underline{4,46\%/4 = 1,11\%}$$

Para calcular la tasa de crecimiento que tiene la oferta se tomó en consideración dos datos de las ventas realizadas de los años 2007, 2008, 2009 y 2010, los cuales se encuentran expresados el cuadro N° 21.

Por lo que se puede ver que la venta de productos lácteos crecerá a un ritmo del 2,63% anual de leche, del 2,35% anual de yogurt, del 1,87% anual de queso, y del 1,11% anual de mantequilla, cuyo porcentaje nos servirá para proyectar la oferta durante los próximos diez años.

#### CUADRO # 40

##### PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Nº	Años	LECHE	YOGURT	QUESO	MANTEQUILLA
		<b>2,63%</b>	<b>2,35%</b>	<b>1,87%</b>	<b>1,11%</b>
0	<b>2011</b>	181677	68739	36812	23620
1	2012	186451	70354	37502	23883
2	2013	191351	72008	38205	24149
3	2014	196380	73701	38921	24418
4	2015	201540	75433	39651	24690
5	2016	206837	77206	40394	24965
6	2017	212272	79021	41151	25243
7	2018	217851	80878	41923	25524
8	2019	223576	82779	42708	25808
9	2020	229451	84725	43509	26096
10	2021	235481	86717	44325	26386

**Fuente:** Cuadro # 21

**Elaboración:** Las Autoras

## **DEMANDA INSATISFECHA**

Se define como la diferencia que existe entre el número total de familias que demandan la presentación de un producto y el número total de individuos que las empresas atienden en un periodo de tiempo.

Se puede decir además que son todas las familias que se encuentran inconformes con los servicios que reciben y buscan nuevas alternativas en el mercado, a los cuales los nuevos empresarios, en este caso la empresa procesadora y comercializadora de productos lácteos de la Asociación del Cantón Céllica pretende dirigir sus esfuerzos para atenderlos.

Para encontrar la demanda insatisfecha realizamos el siguiente cálculo:

### **LECHE**

#### **DEMANDA TOTAL**

$$\diamond DT. = 1756051$$

#### **OFERTA TOTAL**

$$\diamond OT. = 181677$$

#### **DEMANDA INSATISFECHA**

$$\diamond DI = 1574374$$

## **YOGURT**

### **DEMANDA TOTAL**

❖ DT. = 1163770

### **OFERTA TOTAL**

❖ OT. = 68739

### **DEMANDA INSATISFECHA**

❖ DI = 1095032

## **QUESO**

### **DEMANDA TOTAL**

❖ DT. = 791414

### **OFERTA TOTAL**

❖ OT. = 36812

### **DEMANDA INSATISFECHA**

❖ DI = 754602

## **MANTEQUILLA**

### **DEMANDA TOTAL**

❖ DT. = 569427

### **OFERTA TOTAL**

❖ OT. = 23620

## DEMANDA INSATISFECHA

❖ DI = 545807

## BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

En términos generales el balance entre la oferta y la demanda no es sino la comparación que nos permite determinar la demanda insatisfecha en cuanto a los productos lácteos que se pretende ofrecer en el mercado.

La relación se muestra en los presentes cuadros proyectando la demanda oferta y demanda insatisfecha de cada producto lácteo para el lapso de vida útil de la empresa (10 años).

### CUADRO # 41

#### LECHE

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	1756051	181677	1574374
1	1785904	186451	1599453
2	1816264	191351	1624913
3	1847141	196380	1650761
4	1878542	201540	1677002
5	1910477	206837	1703641
6	1942956	212272	1730683
7	1975986	217851	1758135
8	2009578	223576	1786002
9	2043740	229451	1814289
10	2078484	235481	1843003

Fuente: Cuadro # 32, 36

Elaboración: Las Autoras



**CUADRO # 42**  
**YOGURT**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>OFERTA TOTAL</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
0	1163770	68739	1095032
1	1183554	70354	1113200
2	1203675	72008	1131667
3	1224137	73701	1150437
4	1244948	75433	1169515
5	1266112	77206	1188906
6	1287636	79021	1208615
7	1309526	80878	1228647
8	1331787	82779	1249008
9	1354428	84725	1269703
10	1377453	86717	1290737

**Fuente:** Cuadro # 33, 36  
**Elaboración:** Las Autoras

**CUADRO # 43**  
**QUESO**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>OFERTA TOTAL</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
0	791414	36812	754602
1	804868	37502	767366
2	818551	38205	780346
3	832466	38921	793545
4	846618	39651	806967
5	861011	40394	820617
6	875648	41151	834497
7	890534	41923	848611
8	905673	42708	862965
9	921069	43509	877561
10	936728	44325	892403

**Fuente:** Cuadro # 34, 36  
**Elaboración:** Las Autoras

## CUADRO # 44

### MANTEQUILLA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	569427	23620	545807
1	579107	23883	555224
2	588952	24149	564803
3	598964	24418	574546
4	609147	24690	584457
5	619502	24965	594538
6	630034	25243	604791
7	640744	25524	615221
8	651637	25808	625829
9	662715	26096	636619
10	673981	26386	647595

Fuente: Cuadro # 35, 36

Elaboración: Las Autoras

## RENTABILIDAD

De acuerdo a los resultados obtenidos, nos podemos dar cuenta de que si existe una demanda insatisfecha, debido a que la oferta total es menor a la demanda efectiva.

Por esta razón deducimos que las utilidades que se obtendrían permitirían cubrir los gastos de la empresa y obtener una buena rentabilidad a la misma, por lo que es factible la comercialización de los nuevos productos lácteos de la marca “**CELESTIAL**” para la ciudad de Loja.

## **PLAN DE COMERCIALIZACION**

El Plan de Comercialización que implica acciones coordinadas y convenientes sobre el servicio producto, precio, plaza y la promoción, está orientado al mercado.

El Plan de Comercialización nunca debe improvisarse sino debe obedecer a una planificación global y sistemática, que permita proyectar a la empresa hacia la conquista del mercado.

## **DETERMINACION DE LA VISIÓN**

Para el año 2020, ser una empresa líder en la producción y comercialización de productos lácteos en la ciudad de Loja, satisfaciendo las necesidades de los clientes con productos de calidad y a precios competitivos con responsabilidad social.

## **DETERMINACION DE LA MISIÓN**

“ASOPROLAC”, será una empresa que se dedicara a producir y comercializar productos lácteos con tecnología de punta, en un ambiente adecuado, con calidad, satisfaciendo las necesidades de los demandantes de la ciudad de Loja y demostrando una cultura organizacional.

Nuestro compromiso es la excelencia.

## **COMERCIALIZACION**

Se denomina mezcla comercial a la combinación que la persona especializada en comercialización de una empresa, realiza con el propósito de ofertar a los clientes sus productos, a esta estructuración se la conoce comúnmente como análisis de las 4Ps (Producto, Precio, Plaza, publicidad), el objetivo específico de la mezcla comercial es ingresar al mercado el producto estableciendo siempre las mejores condiciones.

## **PRODUCTO**

El producto es un conjunto de características unidades en una forma fácil identificable, que el consumidor admite como algo que le utiliza para satisfacer sus deseos o necesidades.

Los productos lácteos que se ofrecerán en el mercado son productos producidos directamente por la empresa, que va desde producción hasta su comercialización.

Los productos que se ofrecerán son de calidad y frescos lo que quiere decir que luego de la elaboración va dirigido directamente a un frigorífico con una temperatura normal, con la finalidad de mantener el producto en óptimas condiciones para su consumo.

Los productos lácteos que se elaboraran en la Planta Procesadora a crearse en el cantón Céllica son:

### **Leche Pasteurizada**

**Ingredientes:** Leche entera, citrato trisodico, extracto de sodio, vitaminas.

**Contenido:** 1 litro

**Tiempo de consumo:** 8 días.

**Tipo de conservación:** Mantener en refrigeración

### **Yogurt**

**Ingredientes:** leche pasteurizada, azúcar, estabilizador, esencia, cultivo lácteo, colorante de acuerdo al sabor.

**Contenido:** 1 litro

**Tiempo de consumo:** 21 días

**Tipo de conservación:** manténgase en refrigeración

### **Queso**

**Ingredientes:** leche entera, fermentos y cultivos lácteos, cuajo y sal.

**Contenido:** 1 libra

**Tiempo de consumo:** 8 días.

**Tipo de conservación:** mantener en refrigeración.

## **Mantequilla**

**Ingredientes:** aceites vegetales, agua, sal, conservantes, ácido cítrico, estabilizantes, nata líquida, citrato de sodio.

**Contenido:** 250gr

**Tiempo de consumo:** 30 días.

**Tipo de conservación:** mantener en un lugar fresco

Productos que serán consumidos por las familias de la ciudad de Loja como del cantón Céllica.

## **MARCA**

Es la distinción del artículo, con el cual va a llevar su identificación, para diferenciarse de otros productos o para denotar calidad, peso o tamaño, en este caso la marca del producto es: “**CELESTIAL**”

## LOGOTIPO

El logotipo es el diseño que lo identifica al producto, en este caso va impreso en la parte delantera de la funda plástica. El Logotipo que lo identifica es:

GRAFICO # 22



## PRECIO

Consiste en el valor monetario que paga el consumidor final a cambio de un bien o servicio. La fijación del precio en toda empresa es relativa frente a factores como son el costo de producción, el margen de utilidad y la competencia para entrar y crecer sustancialmente en el mercado.

La fijación de precios para los productos lácteos que produciría la empresa tendrá relación directa con los costos de operación considerando además los precios establecidos en el mercado y los márgenes de utilidad. Habrá prioridad de mantener precios accesibles acorde a la economía de los consumidores, cuyo ingreso familiar es superior a \$ 200 dólares en 31,83% de la población de la ciudad de Loja.

Como se había mencionado para establecer los precios de los productos lácteos de la empresa, se considera los precios del mercado, es así que mostramos en el siguiente cuadro el precio a los cuales se ofertan los productos lácteos de la competencia en la ciudad de Loja.

**CUADRO # 45**

<b>PRECIO DEL MERCADO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO</b>
Leche Pasteurizada 1 Lit.	0,70
Yogurt 1 Lit.	1,25
Queso 1 Lib.	1,80
Mantequilla 250 Gr.	1,25

**Fuente:** Locales Comerciales de la ciudad de Loja

**Elaboración:** Las Autoras



## **PLAZA**

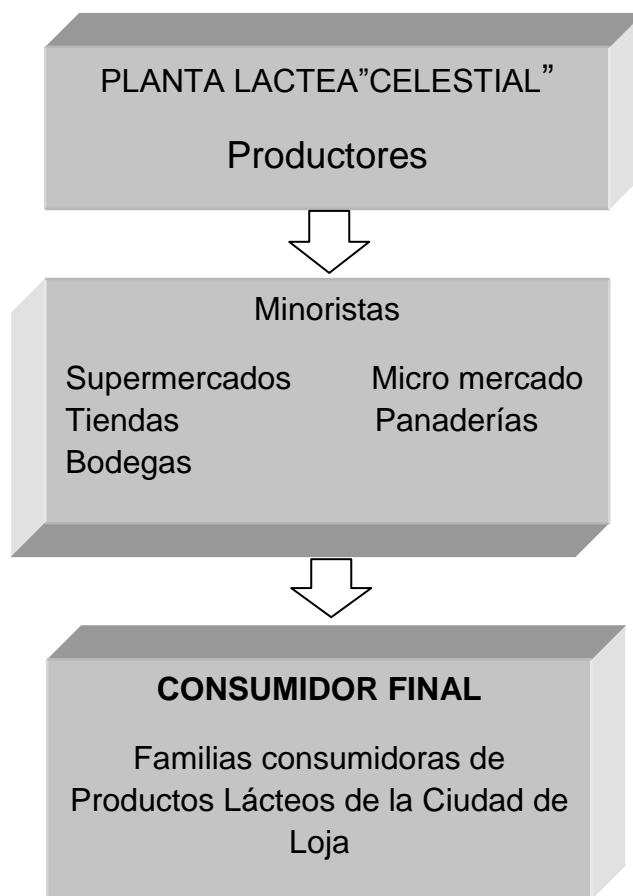
Es el conjunto de procedimientos y actividades que se realizan desde el momento en que los productos- servicios van desde productores hasta los consumidores finales valiéndose de intermediarios.

Se define donde comercializar el producto o servicio que se ofrece considerando el manejo efectivo del canal de distribución debiendo lograrse que el producto llegue al lugar, momento y condiciones adecuadas.

La empresa mantendrá un producto de alta calidad, que se destacara de la competencia de tal manera que se constituya en la imagen de la empresa Lácteos "CELESTIAL" el segmento de mercado será la población de la ciudad de Loja utilizando el siguiente canal de distribución

**CANAL DE COMERCIALIZACION DE LA PLANTA PROCESADORA Y  
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS LACTEOS “ASOPROLAC”**

**GRAFICO # 46**



**Elaboración:** Las Autoras

El canal de comercialización que la empresa cree favorable para la comercialización de los productos lácteos es el siguiente: Productos que vendría a ser la empresa, Intermediarios son quienes permiten que nuestros productos lleguen hasta el consumidor final y por ultimo tenemos

el Consumidor Final serian todas las familias del sector urbano de la ciudad de Loja que está dispuesta a consumir los productos

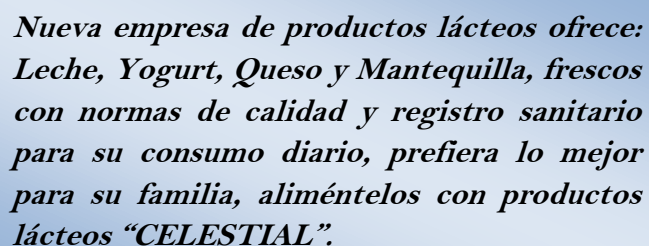
Cabe mencionar que el sistema de comercialización es el mismo en cada uno de los productos lácteos de la empresa como son: Leche, yogurt, queso y mantequilla.

## **PUBLICIDAD**

Es la circulación de noticias y anuncios de carácter comercial informativo para atraer a posibles clientes. Por medio de la publicidad tendremos la oportunidad de hacer conocer la empresa y sus productos a nivel local, Para esto utilizaremos lo siguiente:

### **GRAFICO # 23**

## **CUÑA RADIAL**



*Nueva empresa de productos lácteos ofrece: Leche, Yogurt, Queso y Mantequilla, frescos con normas de calidad y registro sanitario para su consumo diario, prefiera lo mejor para su familia, aliméntelos con productos lácteos “CELESTIAL”.*

#### ❖ Espacios publicitarios en radio

Las cuñas o espacios publicitarios en estas radios serán de un tiempo máximo de 45 segundos, el mismo se los pondrá en los horarios que más audiencia tiene dichas emisoras.

**CUADRO # 47**

ALTERNATIVAS	COSTO	VECES	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	HORARIO
R. Matovelle	1,37	2	2,74	19,18	76,72	920,64	09 a 10h
R. Rumba	1,75	2	3,5	24,5	98	1.176,00	10 a 12h
R. La Hiper	1,5	2	3	21	84	1.008,00	15 a 18h
<b>TOTAL</b>						3104,64	

❖ La prensa escrita de la localidad

La publicidad escrita se recomienda realizar a través del diario “La Hora”, esto se hará en el momento que existan noticias y/o promociones importantes o cuando la empresa lo crea necesario.

**GRAFICO # 24  
ANUNCIO PUBLICITARIO**



*Nueva empresa de productos lácteos ofrece: Leche, Yogurt, Queso y Mantequilla, frescos con normas de calidad y registro sanitario para su consumo diario, prefiera lo mejor para su familia, aliméntelos con productos lácteos “CELESTIAL”.*

**CUADRO # 48**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>COSTO</b>	<b>VECES</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
D. La Hora	5,40	2	10,80	129,60

❖ Canal de televisión

Se recomienda realizar a través de ECOTEL, UV televisión, en la sección de noticias y entretenimientos. La propaganda tiene una duración máximo de 30 segundos, 4 veces al mes, los costos son:

**CUADRO # 49**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>COSTO</b>	<b>VECES</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
ECOTEL	13,64	4	54,56	654,72

## **h. Conclusiones**

Luego de haber realizado el presente trabajo se pudo establecer las siguientes conclusiones:

- ❖ En la actualidad la producción de productos lácteos en el país está en proceso de mejora, en nuestra ciudad las empresas producen para satisfacer una parte de la demanda.
  
- ❖ Lo que se refiere a la ciudad de Loja el proyecto titulado **“ESTUDIO DE MERCADO PARA EL PROYECTO DE IMPLEMENTACION DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y PROCESADORA DE LACTEOS PARA LA ASOCIACION DE GANADEROS EN EL CANTON CELICA Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”**, nos ayudo a establecer necesidades, gustos y preferencias de las familias consumidoras, de la competencia la variedad de productos y lugares de distribución.
  
- ❖ En base al estudio realizado se concluyó que las familias del Sector Urbano de la Ciudad de Loja, en su mayoría son consumidoras de

los diferentes productos lácteos y con propensión aumentar más en el futuro.

- ❖ Se concluyó que el 26,48% de las familias encuestadas adquieren los diferentes productos lácteos en los Supermercados de la ciudad.
- ❖ También se determinó que los productos existentes en su mayoría si llegan a las familias del sector urbano de la ciudad de Loja ya que dichas empresas cuentan con un plan de comercialización.
- ❖ Existe una demanda insatisfecha la cual no ha sido cubierta por ninguna empresa que ofrezca productos similares, por lo cual la comercialización de los productos lácteos “**CELESTIAL**” en la ciudad de Loja es viable

## **i. Recomendaciones**

- ❖ Se recomienda a la empresa producir variedad de productos lácteos con calidad ya que existe un alto nivel de consumo por parte de las familias del sector urbano de la ciudad de Loja.
  
- ❖ La empresa procesadora y comercializadora de productos lácteos debe tomar en cuenta las necesidades, gustos y preferencias de las familias consumidoras al momento de producir.
  
- ❖ Se recomienda mantener la asistencia y asesoría técnica para que se realice un adecuado control al momento de hacer llegar los productos a los lugares donde son distribuidos de una manera competitiva.
  
- ❖ En razón de que los productos lácteos tiene una buena aceptación es conveniente la implementación de puntos de venta en los distintos sectores estratégicos de la ciudad de Loja.



- ❖ Para la comercialización de estos productos es necesario que la empresa extienda su publicidad en la ciudad, lo cual le permita dar a conocer esta nueva línea o marca y tener mayor aceptabilidad en los distintos sectores del mercado en estudio.
  
- ❖ Para la comercialización de los nuevos productos lácteos en la ciudad de Loja, proponemos un plan de comercialización alternativo que se elaboró en base a la información obtenida mediante la investigación de campo.

## j. Bibliografía

- ❖ BROWN, Lyndon O | Bravo, Guillermo. Comercialización y análisis del mercado. Editorial Selección Contable.
- ❖ © 2010 Celicanos Online. Celica – Loja – Ecuador. Proudly powered by WordPress&Green Park 2 by Cordobo.
- ❖ GREEN, Paul, TULL, Donald, Investigación de Mercadeo, Editorial Prentice Hall Interamericana, México, 1987.
- ❖ HARRIS Edgar, Investigación de Mercados, Curso Práctico de Mercadotecnia, Tomo I Segunda Edición, editorial McGraw Hill, Colombia 1990.
- ❖ KLINNEAR, Thomas, TAYLOR, James, Investigación de Mercados, Un enfoque aplicado, Cuarta Edición, Editorial McGraw Hill, Colombia, 1990.
- ❖ PASACA MORA; Manuel Enrique. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Loja Ecuador 2004, pag.1-64.
- ❖ RONALDM.Weiers, INVESTIGACIONDE MERCADOS, Mexico, 1986.J:

## INTERNET

- ❖ [www.google.com](http://www.google.com). Mezcla de Mercado y Comercialización
- ❖ [www.monografias.com](http://www.monografias.com). Investigación de mercado
- ❖ [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec).
- ❖ [www.monografias.com](http://www.monografias.com). Marketing Estratégico.
- ❖ [www.google.com](http://www.google.com), Razas de ganado vacuno.
- ❖ <http://www.todopymes.cl/topicosconsultas/planaecionestrategica.html>:
- ❖ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/dinmestrategica.html>:

## **k. ANEXOS**

### **PROYECTO DE TESIS**

#### **Anexo No 1**

##### **1. TITULO**

“Estudio de mercado para el proyecto de implementación de una empresa productora y procesadora de lácteos para la asociación de ganaderos en el cantón célica y su comercialización en la ciudad de Loja”.

##### **2. PROBLEMATICA**

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, como lo es en el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia, para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un Estudio de Mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son, competencia, canales de distribución, lugares de venta del producto, que tanta publicidad existe en el mercado, precios, etc.

El despegue económico, político y tecnológico de los países y la difusión de las ideas del hombre en la nueva era, nos hemos visto con la problemática de resolver los inconvenientes que nos trae consigo el desarrollo de la humanidad teniendo que encontrar soluciones prácticas para satisfacer las necesidades del nuevo mundo el cual está en continuo desarrollo y evolución.

La industria alimenticia es el refuerzo fundamental del desarrollo de la humanidad ya que en los adelantos tecnológicos es más fácil satisfacer las necesidades humanas de diversas razas, culturas, religiones de las diversas partes del mundo.

La cadena de producción, procesamiento y comercialización del sector lácteo ecuatoriano, representa una alta dispersión de productos, actores, funciones que se derivan de la producción de leche vacuna. El mercado de la leche procesada y envasada para consumo humano en los sectores urbanos, se constituye en el de mayor volumen e importancia tanto por la creciente demanda de la población, como de la oferta de una creciente industria láctea.

El sector de la industria láctea repuntó desde el 2002, 15 marcas compiten y 7 de ellas ampliaron su oferta; la industria láctea está en guerra, hay una competencia gigantesca por llevarse la mayor parte del mercado.

En la Sierra hay más reses holstein dedicadas a la producción de leche. En la Costa rinde más el ganado de carne. La raza brahman se adapta mejor al calor. La producción ganadera en la Sierra y en la Costa está definida. Los últimos informes de las asociaciones ganaderas de estas regiones, y del Servicio de Información y Censo Agropecuario (Sica) señalan que en el país existen 4 486 020 reses.

De ellas, 2 274 177 están en la Sierra y el 68 % se utiliza para la producción de leche. Las fincas se concentran en Azuay, Cañar, Chimborazo, Tungurahua, Carchi y Pichincha.

Asímismo, indica que la inversión para criar ganado lechero es de USD 400 en dos años por res. Esto incluye la desparasitación, alimentación y vacunas.

La provincia de Loja es zona ganadera en toda su extensión, pero mayormente concentrada en los cantones Loja, Gonzanamá y Saraguro. Cuenta aproximadamente con 400.000has. Destinadas para pastos, aunque la superficie aprovechable es de 600.000 hectáreas. Influye en la capacidad ganadera de la provincia la existencia de áreas ecológicas muy determinadas: El área de clima templado y de pastos pobres, en la cual se desarrolla una ganadería de leche de categoría media; y. El área montañosa de clima variado, que influye una vastísima superficie en donde se desarrolla una ganadería criolla y mestiza, de rendimiento no muy elevado, básicamente, la ganadería lojana fomenta en hatos pequeños y medianos.

Hay dos inconvenientes que dificultan el reparto normal del lácteo. La escasez de la materia prima, es uno de ellos. Actualmente, para abastecer a la provincia de Loja faltan 1500 litros

Ecolac procesa 7500 litros diarios, pero faltan alrededor de 1500 litros al día para cubrir la petición, la entrega se hace en Loja, barrios urbanos y

rurales, parroquias Malacatos, Vilcabamba y Catamayo y, en la provincia de Zamora Chinchipe, se llega con los productos a tres cantones.

El cantón Gonzanamá, conocido como la capital ganadera de la provincia, ha constituido un importante sector de producción láctea, con la puesta en práctica de la potencialidad empresarial de los gonzanameños que con capitales propios han constituido la empresa de productos lácteos Gonzanamalac.

El establecimiento de la Empresa de lácteos en Gonzanamá coadyuvará al abastecimiento del producto vial leche, queso y yogurt, que son deficitarios en la ciudad de Loja que tiene que traerlos desde la región norte del país, lo que indudablemente encarece su costo y limita el consumo, esperando que con la nueva producción de artículos lácteos, que garantiza las cualidades nutricionales, sanitarias y de higiene para el consumidor esperando que los precios también sean asequibles para las grandes mayorías, especialmente los niños.

Aparte de estos cantones está el cantón Céllica que también cuenta con una notable área ganadera la cual será objeto de nuestra investigación y a su vez nos servirá para el desarrollo de nuestra tesis.

En el cantón se encuentran tres pisos agro-ecológicos: Bajo, medio y alto. “En las partes bajas del cantón y las estribaciones occidentales, se encuentran vegetaciones naturales de bosque seco principalmente, que en el año 1983 representaban una extensión total de aproximadamente

19.500 has. (37% del área total del cantón), son usadas como zona de pastoreo para el ganado. De este piso se ha recorrido la parte cerca de Sabanilla (Algarrobillo): se observa la existencia de pastos sembrados como la chilena y bajo riego la genaira, para ganado Brown-Swiss y Brahman. El riego y la mayor cantidad de pastos están en manos de poca gente, que tiene una ganadería semi-tecnificada: aplican inseminación artificial, pesaje, cuidados sanitarios, cortan los pastos y tienen una infraestructura de corrales, mangas y establos. Sin embargo la mayoría de pobladores práctica una ganadería extensiva, conociendo que en el país y en nuestra ciudad existen empresas dedicadas a la producción y comercialización de lácteos, el presente estudio de mercado tiene como finalidad conocer el comportamiento del mercado, para la creación de una empresa productora y procesadora de lácteos en el cantón Céllica y su comercialización en la Ciudad de Loja, el proyecto está dentro de las líneas de investigación, además cumple una función social de vinculación con la colectividad, ya que a través del mismo abordaremos un componente del proyecto macro como es la empresa de lácteos en el cantón Céllica, la misma que es impulsada por la Asociación de Ganaderos del cantón Céllica, y la construcción del proyecto macro por medio del Centro de Desarrollo Jurídico Social y Empresarial, componente empresarial, para lo cual nuestro trabajo investigativo será de suma importancia.



### **3. JUSTIFICACIÓN**

#### **3.1. Justificación Académica**

Nuestra ciudad y provincia de Loja se ha caracterizado por su nivel académico y cultural educacional muy alto, destacándose varias instituciones que han aportado con hombres de bien a la sociedad.

La universidad Nacional de Loja al implementar el sistema académico modular por Objeto de Transformación y basándonos en la investigación científica nos está ofreciendo la oportunidad de graduarnos como ingenieros Comerciales dando paso a nuestras aspiraciones.

De esta manera aportamos con nuestros conocimientos al progreso del Cantón Célika como también a nuestra ciudad y provincia de Loja con la realización del Estudio de Mercado para la Asociación de Productores de Lácteos en Célika Empresa productora, procesadora de lácteos y su comercialización en la ciudad de Loja.

#### **3.2. Justificación Económica**

La provincia de Loja se ha visto afectada por la crisis política, económica y social que vive nuestro país.

Loja recién empieza a desarrollarse en el sector comercial e industrial por ello el avance de la tecnología es fundamental, ya que nos permite desenvolvernos de tal manera que podamos ayudar al desarrollo

económico, al poner en práctica nuestros conocimientos en el sector comercial e industrial, es por esto que con el Estudio de Mercado pretendemos investigar las principales incidencias sobre el producto a ofertarse, tanto en precio, calidad, canales de distribución, ayudando así a desarrollarse en un alto nivel competitivo debido a que esta forma parte de nuestra economía actual la misma que ha sido golpeada por los políticos de turno.

Al realizar nuestro estudio de mercado para la Implementación de una empresa productora y procesadora de lácteos en el Cantón Céllica y su comercialización en la ciudad de Loja ayudaríamos a dar a conocer tanto a la Asociación de Productores de Lácteos en Céllica como también los productos que ofrecería dicha empresa y a su vez la acogida que estos tendrán en la sociedad Loja.

### **3.3. Justificación Social**

Con el transcurrir del tiempo nuestra sociedad ha ido perdiendo parte de sus valores morales y culturales diferenciándose la juventud actual de la del pasado.

El poco incentivo a la escritura, lectura, ética y adquisición de nuevos conocimientos ha acabado en la juventud su afán de investigar.

La investigación de nuestro proyecto aporta al desarrollo social, incentivando a crear empresas, como lo es la Asociación de Productores de Lácteos en Céllica "ASOPROLAC" y por ende creando nuevas fuentes

de trabajo las cuales hacen mucha falta en el Cantón Céllica y provincia, como también dando una satisfacción de servicio a la comunidad, cumpliendo con una necesidad primaria como es el caso de nuestro tema producción y procesamiento de lácteos, teniendo en cuenta que este servicio estará dirigido a todo nivel social.

### **3.4. Justificación Institucional**

Es una investigación que favorece a quienes enfocan su atención a este tipo de estudios y permite mantener el prestigio de la Universidad como Institución Social de Educación Superior, al mismo tiempo, acredita un valor académico para nuestra graduación como Ingenieros Comerciales llegando al cumplimiento de nuestras aspiraciones.

La realización de nuestro proyecto nos permite dar cumplimiento a lo dispuesto por las autoridades universitarias para el desarrollo de la tesis de grado, el mismo que nos servirá para elevar el nivel académico y poner en práctica nuestros conocimientos adquiridos en las aulas universitarias preparándonos para el futuro como profesionales que enfrentan los retos que nos esperan a fin de lograr nuestras metas y objetivos propuestos, con este Estudio de Mercado pretendemos darla a conocer a la Asociación de Productores de Lácteos en Céllica "ASOPROLAC" con sus nuevos productos, en el Cantón Céllica y en nuestra ciudad de Loja, además damos a conocer el vínculo que existe entre la Universidad Nacional de Loja y la Asociación de Productores de Lácteos en Céllica "ASOPROLAC". Y la oportunidad que nos dan de ser partícipes en este

trabajo investigativo la misma que será de gran ayuda para la realización de nuestra tesis la cual nos servirá para dar por culminados nuestros estudios universitarios.

## **4. OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

- ❖ Realizar un Estudio de Mercado con la finalidad de determinar claramente la oferta y la demanda de la leche y sus derivados en la ciudad de Loja, para el proyecto de implementación de una empresa productora y procesadora de lácteos para la asociación de ganaderos en el cantón Céllica (ASOPROLAC).

### **Objetivos Específicos**

- ❖ Determinar la demanda potencial, real, efectiva, e insatisfecha de la leche y sus derivados a nivel de la ciudad de Loja.
- ❖ Determinar la cantidad de oferta de leche y sus derivados en la ciudad de Loja.
- ❖ Realizar un diagnóstico del sector y elaborar un plan de comercialización para lograr un buen posicionamiento de la leche y sus derivados en el mercado de la ciudad de Loja.

## 5. METODOLOGÍA

Para el presente trabajo investigativo utilizaremos una metodología que involucre el análisis y síntesis de los datos referentes al tema, la recopilación de información, secuencialmente tomando como pilar fundamental el Estudio de Mercado de la oferta y la demanda de la producción de leche y sus derivados objeto de nuestra investigación.

Realizando diversas actividades que nos permitirá obtener conocimientos acerca del tema a investigar apoyándonos con diferentes métodos y técnicas para así fortalecer nuestro proyecto.

**Método Científico.-** Este método nos ayudará a ordenar adecuadamente el proceso de investigación.

**Método Inductivo.-** Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares se eleva a conocimientos generales, es así que mediante el estudio de mercado, se examinara la información obtenida para determinar las conclusiones generales del proyecto.

**Método Estadístico.-** Nos permite recopilar, analizar e interpretar los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas para la presentación de los cuadros de resultados, las cuales que nos ayudaran a determinar la oferta y demanda de los productos en estudio.

**Método Bibliográfico.-** Este método nos ayudara a recolectar información a través de los diferentes libros, documentos los mismos que se utilizara

para un mejor desarrollo del proyecto.

## **TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

**La observación.-** La cual nos servirá para poder determinar la situación actual de la leche y sus derivados ayudándonos a conocer las diferentes tipos de exhibición y venta para así poder relacionar la información con el objeto de estudio.

**La encuesta.-** La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un banco de preguntas previamente elaborado a través del cual se puede conocer la opinión de los consumidores de la leche y sus derivados, las mismas que serán aplicadas a las diferentes familias de la ciudad de Loja, permitiendo obtener información de las características específicas del producto y posibles clientes que tendrá la empresa.

La toma de la muestra se la realizara en base a técnicas de muestreo, el estudio pretende abarcar a la población total.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los consumidores de leche y sus derivados en la ciudad de Loja, se utilizará información proporcionada por el INEC, censo del 2001.

Población de la ciudad de Loja: 118532 habitantes en el 2001

Tasa de crecimiento de la ciudad de Loja 1.7%

Miembros por familia: 4

Población total del proyecto:  $118532/4 = 29633$  familias

### **Proyección 2010**

$$P = P_i (1 + i)^n$$

**P= población**

**P<sub>i</sub>= Población inicial**

**n= número de años**

**i= tasa de crecimiento**

$$P = P_i (1 + i)^n$$

$$P = 29633 (1 + 0,017)^n$$

$$P = 34487 \text{ familias}_{2010}$$

Proyectado para el 2010 con una tasa de crecimiento poblacional del 1,7% esto es de 118.532 habitantes/4miembros por familia en el año 2001 es de 29633 familias, para el año 2010 (34487 familias en la ciudad de Loja)

### **Fórmula para sacar la muestra poblacional**

$$n = \frac{P}{1 + P e^2}$$

En donde:

**n**= Tamaño de la muestra (Familias consumidoras de lácteos)

**P**= Tamaño de la población

**e**= Margen de error expresado en porcentaje

**1**=desviación

$$n = \frac{34487}{1 + 34487 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{34487}{1 + 34487 (0.0025)}$$

$$n = \frac{34487}{1 + 85415}$$

$$n = \frac{34487}{85416}$$

$$n = 399$$



## Encuestas

### Anexo No 2

#### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

#### ENCUESTA A CONSUMIDORES

Estimado consumidor:

Con el objeto de realizar un estudio de mercado sobre la implementación de una empresa productora y comercializadora de productos lácteos en la ciudad de Loja, nos dirigimos ante Ud. Para solicitarle de la forma comedida se digne en contestar las siguientes preguntas.

**1. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales aproximadamente?**

De \$150 a \$250 ( )

De \$251 a \$ 350 ( )

De \$351 a \$450 ( )

De \$451 en adelante ( )

**2. ¿Consume Ud. y su familia productos lácteos?**

SI ( )

NO ( )

**3. ¿Con que frecuencia consume usted y su familia productos lácteos?**

Diario ( )

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

**4. ¿De la siguiente lista, que productos lácteos consume?**

**LECHE**

Leche entera ( )

Leche descremada ( )

Leche semidescremada ( )

Leche saborizada ( )

Leche light ( )

Queso light ( )

**MANTEQUILLA**

Mantequilla vital ( )

Mantequilla Light ( )

**YOGURT**

Yogurt en funda ( )

Yogurt en botella ( )

**QUESO**

Queso en funda ( )

Queso en tarrina ( )

5. ¿Al comprar los productos lácteos que marca es de su preferencia y porque esta es de su agrado?

.....  
.....

6. ¿De acuerdo a su preferencia en qué presentación y cantidad prefiere el producto lácteo?

**LECHE**

En funda plástica que cantidad ( ).....

En funda tetra pack que cantidad ( ).....

En cartón tetra pack que cantidad ( ).....

Otros.....

**YOGURT**

En funda plástica que cantidad ( ).....

En Botella que cantidad ( ).....

Otros.....

**QUESO**

En funda plástica que cantidad ( ).....

En tarrina que cantidad ( ).....

Otros.....

## MANTEQUILLA

En funda plástica que cantidad ( ).....

En Tarrina que cantidad ( ).....

Saché ( ).....

Otros.....

.....

### 7. ¿De los siguientes lugares que se indican en cuál de ellos se le facilita comprar los productos lácteos?

Bodegas ( )                      Micro mercados ( )

Tiendas ( )                      Panadería ( )

Supermercados ( )              Otros ( )

### 8. ¿Cuánto está pagando por los diferentes productos lácteos que consume?

Leche entera 1 litro \$0,70 ( ) Menos de \$0,70 ( ) Más de \$0,70 ( )

Leche descremada 1 litro \$1,05 ( ) Menos de \$1,05 ( ) Más de \$1,05 ( )

Leche semidescremada 1 litro \$1,15 ( ) Menos de \$1,15 ( ) Más de \$1,15 ( )  
Leche light 1 litro \$1,80 ( ) Menos de \$1,80 ( ) Más de \$1,80 ( )

Leche saborizada 1 litro \$1,45 ( ) menos de \$1,45 ( ) Más de \$1,45 ( )

**YOGURT 1 litro**

\$1,25( ) Menos de \$1,25( ) Más de \$1,25 ( )

**QUESOS 1 libra**

\$1,85 ( ) Menos de \$ 1,85 ( ) Más de \$1,85 ( )

**MANTEQUILLA 200 gramos**

\$1,25( ) Menos de \$1,25 ( ) Más de \$1,25 ( )

9. ¿De la siguiente lista de productos cuanto consume a la semana?

**Leche**

Tipo de leche..... Cantidad.....Litros

**Yogurt**

Tipo de yogurt..... Cantidad.....Litros

**Queso**

Tipo de queso.....Cantidad.....Libras

**Mantequilla**

Tipo de mantequilla..... Cantidad.....gramos

**10. ¿Si se comercializara una nueva marca de productos lácteos en la ciudad de Loja con normas de calidad le gustaría consumir este producto ?**

SI ( )

NO ( )

**11. ¿Qué medios de comunicación son de su preferencia y en que programa le gustaría que se publique la existencia de nuevos productos lácteos?**

**Televisión ( )**

Deportes ( )

Farándula ( )

Noticias ( )

Novelas ( )

**Radio ( )**

Deportes ( )

Farándula ( )

Noticias ( )

Otros ( )

**Prensa ( )**

**¿En qué tipo de empaque recomendaría para los siguientes productos?**

Leche.....

Yogurt.....

Mantequilla.....

Queso.....

**12. ¿De la nueva línea láctea que productos consumiría?**

Leche ( )

Yogurt ( )

Mantequilla ( )

Queso ( )

**13. ¿De qué manera le gustaría que se promocióne una nueva marca de productos lácteos?**

.....  
.....

**14. ¿En qué cantidad son las que prefiere comprar los siguientes productos lácteos?**

<b>Leche</b>	<b>Yogurt</b>	<b>Quesos</b>
1 litro ( )	2 litros o mas ( )	libras ( )
½ litro ( )	1 litro ( )	Media libra ( )
¼ litro ( )	½ litro ( )	
	¼ litro ( )	

**Mantequilla**

Libras ( )

Media libra ( )

Saché ( )

**15. ¿Cada qué tiempo consumiría los productos lácteos?**

Diario ( )

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

**Gracia por su colaboración**



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

### ENTREVISTAS A LOS LUGARES QUE VENDEN PRODUCTOS

#### LACTEOS

Con el objeto de realizar un estudio de mercado sobre la factibilidad de una empresa productora y comercializadora de productos lácteos en la ciudad de Loja, nos dirigimos ante Ud. Para solicitarle de la forma comedida se digne en contestar las siguientes preguntas.

**1. ¿Qué variedad de productos lácteos vende?**

Leche ( )

Yogurt ( )

Queso ( )

Mantequilla ( )

**2. ¿Adquiere todos los productos lácteos que ofrecen las diferentes líneas de lácteos?**

SI ( )

NO ( )

**3. ¿Qué cantidad vende diario de cada producto lácteo?**

Leche	Ecolac	
	Nutrileche	
	Lenutrit	
	Ranchito	
	Tony	
	Lechera	
Yogurt	Ecolac	
	Tony	
	Mi yogurt	
	Regeneris	
Queso	Artesanal	
	Moszarella	
Mantequilla 250 gr	Bonella	
	Margarina	

**4. ¿De qué manera exhibe los productos lácteos para lograr una mejor visibilidad de los clientes?**

.....

.....

**5. ¿Cuáles son sus proveedores que le abastecen con los productos lácteos?**

.....

.....

**6. ¿Cada qué tiempo le hacen la entrega de los productos lácteos?**

.....  
.....

**7. ¿De todas las marcas de productos lácteos que Ud., expende que tipo de envase compran más los consumidores?**

.....  
.....

**8. ¿En caso de que una nueva marca de lácteos saliera al mercado le gustaría adquirirla para expenderla?**

.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

# ÍNDICE

CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
a. Título.....	1
b. Resumen.....	2
Summary.....	4
c. Introducción.....	6
d. Revisión Literaria.....	9
e. Materiales y métodos.....	19
f. Resultados.....	24
g. Discusión.....	70
h. Conclusiones.....	89
i. Recomendaciones.....	91
j. bibliografía.....	93
k. Anexos.....	95
INDICE.....	119