

The background image shows a public square or park area. In the center, there is a statue of a person on a pedestal. Behind the statue, there are several buildings, including one with a large emblem on its facade. The sky is overcast and grey. The foreground is a grassy area with a concrete curb and a gravel path.

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA
IMPLEMENTACION DE UNA
PLANTA PROCESADORA DE
PRODUCTOS LACTEOS EN LA
UNIDAD DE PRODUCCION -9
"PATRIA"**

INTRODUCCION

- **Infraestructura inadecuada y equipo mal ubicado.**
- **Carencia de materiales básicos (laboratorio).**
- **Elaboración de quesos sin parámetros de calidad.**

Introducción..

- **Desconocimiento de políticas económicas (análisis de costos, punto de equilibrio, análisis de oferta y demanda).**
- **Acumulación de producto**
- **Presupuesto insuficiente**
- **Poco aprovechamiento de la materia prima (leche)**

OBJETIVOS

- **Obtener datos reales para proyectar la producción de los productos elaborados y establecer estrategias de comercialización.**
- **Caracterizar y definir el mercado al cual la planta orienta su producción.**
- **Determinar los niveles de preferencia de los productos y la cantidad que la planta puede colocar en el mercado meta.**

MATERIALES Y METODOS



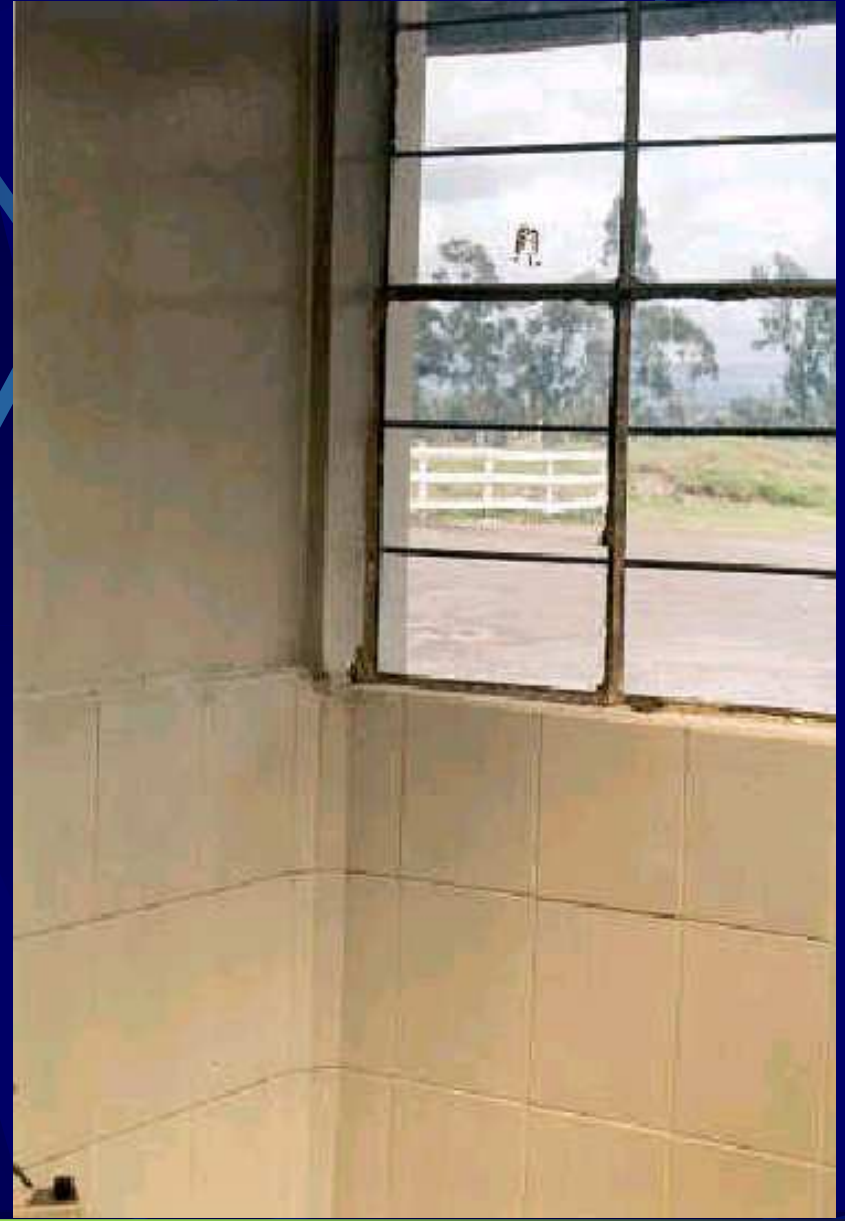
Localización



- **Unidad de Producción –9 “Patria”**
- **Parroquia: Guaytacama**
- **Cantón: Latacunga (Cotopaxi)**
- **Altitud: 2770 m.s.n.m.**
- **Latitud: 79° 36′ 48″**
- **Longitud: 00° 55′ 52″**

Instalaciones





Equipos











Materiales

- **Encuestas**
- **Equipo de computación**
- **Equipo de oficina**
- **Fundas de basura**
- **Guantes**

UNIVERSO Y MUESTRA



Investigación de campo

- **METODO:** Muestreo aleatorio estratificado
- **TECNICAS:** - Observación directa
- Entrevista aleatoria a la muestra
- **INSTRUMENTOS:** Encuesta y recolección de empaques de productos lácteos

Cálculo del tamaño de la muestra.

Servidores UP-9	Ni	Whi
Oficiales	120	0.00616
Voluntarios	1754	0.9034
Empleados Civiles	68	0.0350
N	1947	1.00

Número de encuestas aplicadas

Estrato	Número de encuestas
Oficiales	12
Voluntarios	176
Empleados civiles	7
Total	195

RESULTADOS Y DISCUSION



Consumo de Productos lácteos



Lugar habitual de compra de productos lácteos

- **Oficiales**
33.33% Up –9; tiendas
8.33% supermercados
- **Voluntarios**
40.34% UP –9
7.39% Comisariato
- **Empleados civiles**
57.14% Tiendas
0.0% Supermercados

Razón y marca favorita de productos lácteos

- **33.33 %** oficiales prefiere UP-9 por calidad.
- **En el estrato voluntarios el 14.77% prefiere UP –9 por calidad. Y en igual porcentaje no les interesa la marca.**
- **El 28.57% de empleados civiles consume NESTLE por calidad.**

Conocimiento de la variedad de productos lácteos UP -9

- **Oficiales: 75%**
- **Voluntarios: 78.98%**
- **Empleados civiles: 42.82%**

Conocimiento real de los productos UP -9

- El 100% en el estrato oficiales conoce la leche y el queso existiendo un desconocimiento total de la mantequilla
- El 100% de voluntarios conoce la leche, el 78.98% el queso y el 100% no conoce la mantequilla
- El 100% de empleados civiles conoce la leche y el queso y el 14.29% el queso mozzarella, mantequilla, crema de leche, manjar.

Producto lácteo de mayor consumo

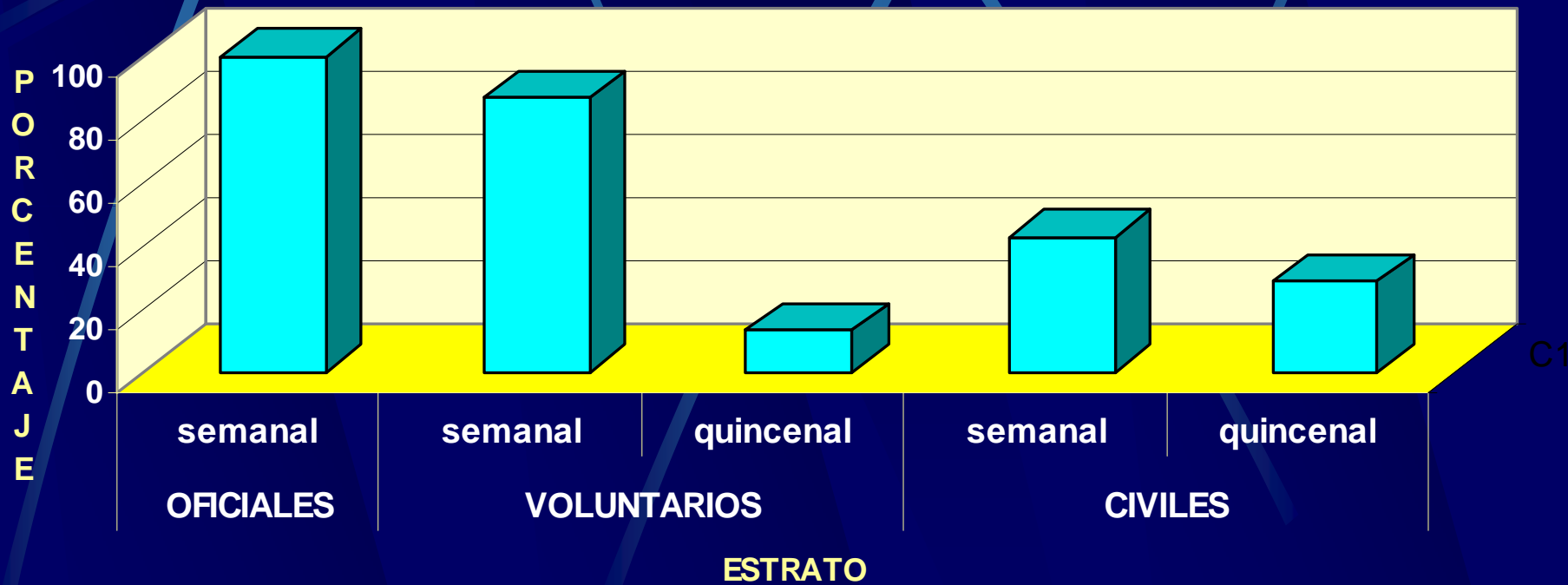
- El 100% de los estratos consume leche
- **Oficiales**
 - 41.67 % por el valor nutritivo
 - 25% por costumbre
- **Voluntarios**
 - 57.95% por costumbre
 - 14.77% por variedad de usos
- **Empleados civiles**
 - 42.86% por costumbre
 - 28.57 por el valor nutritivo y variedad de usos.

Preferencia y frecuencia de consumo de productos lácteos a más de la leche

Queso

● Oficiales	100%	semanal
● Voluntarios	86.93% 13.07%	semanal quincenal
● Empleados civiles	42.86% 28.57%	semanal quincenal

Consumo de Queso



Preferencia y frecuencia de consumo de productos lácteos a más de la leche

Yogurth

● Oficiales	33.33% 66.67%	semanal quincenal
● Voluntarios	25.00% 67.61% 7.39%	semanal quincenal mensual
● Empleados civiles	14.29% 14.29%	semanal quincenal

Consumo de Yogurth

PORCENTAJE



Preferencia y frecuencia de consumo de productos lácteos a más de la leche. Voluntarios

PRODUCTO	CONSUMO %	FRECUENCIA		
		Semanal	Quincenal	Mensual
Mantequilla	29.54	17.31	50	32.69
Manjar	10.79	15.79	26.32	57.89
Crema	1.70	0	0	100

Modificar la presentación, volumen y peso del producto

ESTRATO	MODIFICAR PRODUCTO	
	SI	NO
Oficiales	16.67	83.33
Voluntarios	40.34	59.66
E. Civiles	14.29	85.71

Características del producto que sugieren modificar. Oficiales

PRODUCTO	CARACTERISTICA	PORCENTAJE
LECHE	Descremada	8.33
QUESO	Tamaño	8.33
	Otra variedad	25
YOGURTH	Consistencia	8.33

Características del producto que sugieren modificar. Voluntarios

PRODUCTO	CARACTERISTICA	PORCENTAJE
LECHE	Descremada	2.27
	Pasteurizada	12.50
QUESO	Tamaño	13.07
	Peso	3.41
	Sabor	10.80
	Consistencia	6.25
	Más variedad	6.25
CREMA	Sabor	2.27
	Cantidad	1.14
	Presentación	2.27

Características del producto que sugieren modificar. Voluntarios

PRODUCTO	CARACTERISTICA	PORCENTAJE
YOGURTH	Sabor	7.39
	Color	2.27
	Tamaño	8.52
	Variedad	11.93
	Consistencia	10.23
MANJAR	Sabor	19.89
	Color	8.52
	Consistencia	5.68

Características del producto que sugieren modificar.

Empleados civiles

PRODUCTO	CARACTERISTICA	PORCENTAJE
QUESO	Tamaño	14.29
	Más variedad	28.57
YOGURTH	Tamaño	14.29
	Consistencia	14.29

Gasto mensual en productos lácteos

ESTRATO	CANTIDAD USD	PORCENTAJE
Oficiales	15 - 20	41.67
	5 - 15	8.33
Voluntarios	20 - 25	28.41
	Menos de 5	2.27
E. Civiles	10 - 15	71.43
	5 - 10	28.57

Relación Calidad - Precio

ESTRATO	RESPUESTA	PORCENTAJE
Oficiales	SI	100
Voluntarios	SI	76.70
	NO	23.30
E. Civiles	SI	57.14
	NO	42.86

Relación mejor ingreso económico con mayor compra de productos lácteos

ESTRATO	RESPUESTA	PORCENTAJE
Oficiales	SI	66.67
	NO	33.33
Voluntarios	SI	65.34
	NO	34.65
E. Civiles	SI	71.43
	NO	28.57

Producto de preferencia si mejora el ingreso económico

ESTRATO	PRODUCTO	PORCENTAJE
Oficiales	Yogurth	41.67
	Leche	41.67
Voluntarios	Leche	38.07
	Yogurth	26.70
E. Civiles	Leche	57.14
	Queso	28.57

Sugerencias

ESTRATO	SUGERENCIA	PORCENTAJE
Oficiales	Mejorar comercialización	41.67
Voluntarios	Mejorar comercialización	14.52
E. Civiles	Mejorar comercialización	46.67
	Realizar Publicidad	33.33



DUSTBIN CHECK

Recolección de envolturas de productos lácteos por estratos

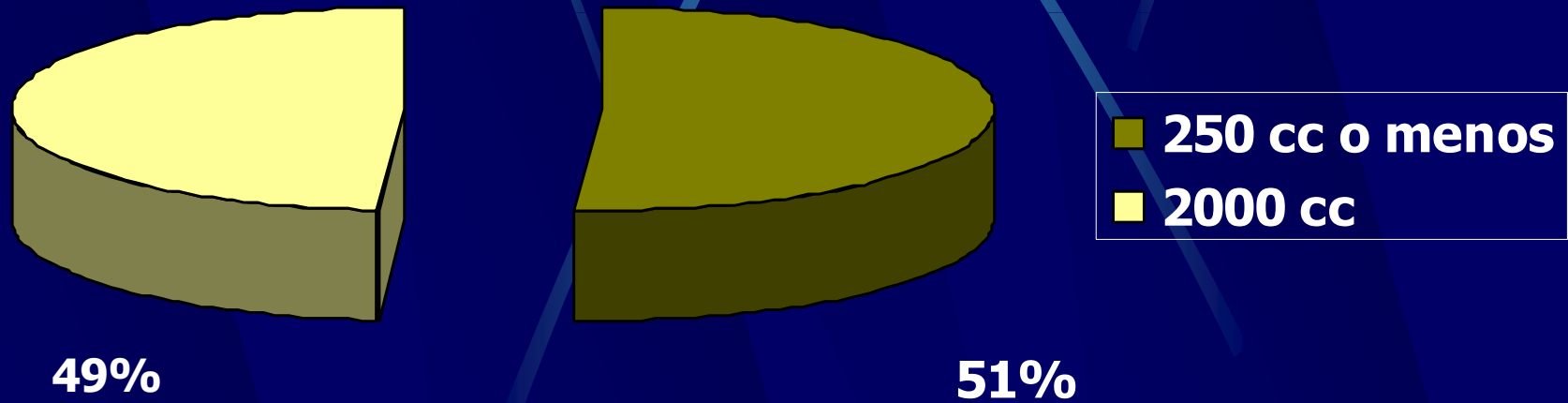






Consumo de yogurth por tamaños

Oficiales



Tiempo de recolección: 8 días

10 Oficiales

QUESO

MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
UP -9	Funda	450 gr.	11	1.20
TONI QUESO CREMA	Tarrina	200 gr.	2	1.15
SALINERITO	Funda	500 gr.	2	3.20

Tiempo de recolección: 8 días
10 Oficiales

CREMA DE LECHE

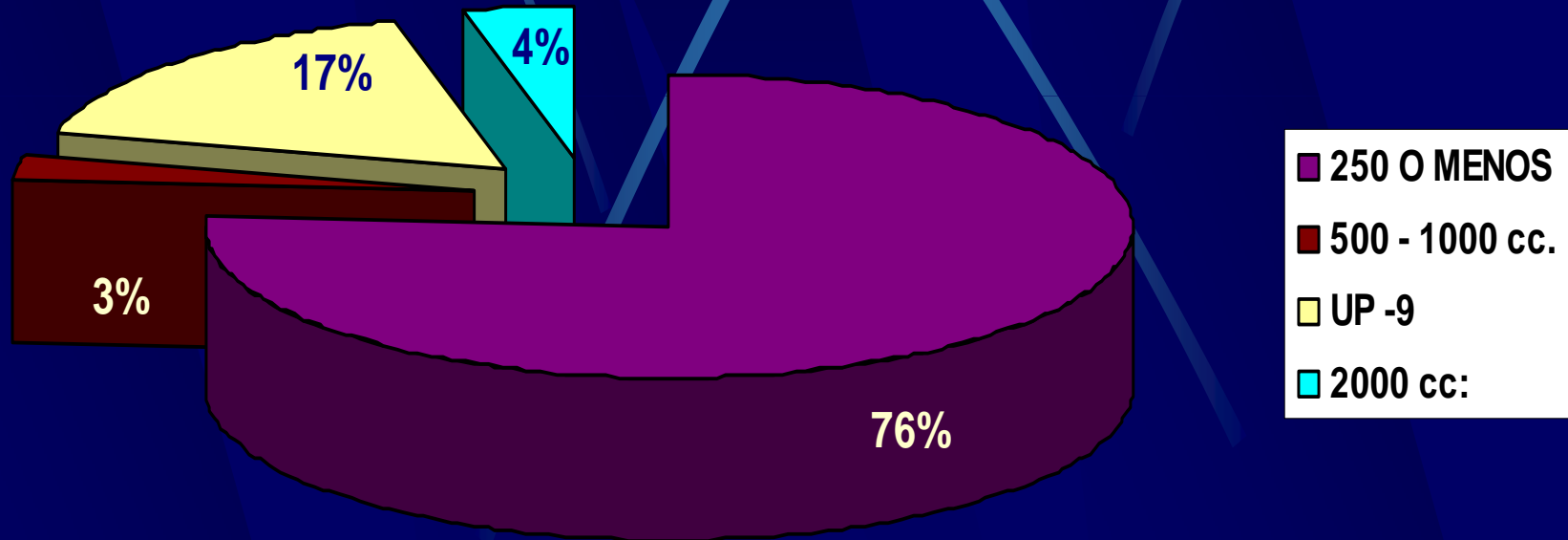
MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
UP -9	Tarrina	1 litro	2	1.20
MIRAFLORES	Funda	250 gr.	1	0.73

**Tiempo de recolección: 8 días
10 Oficiales**

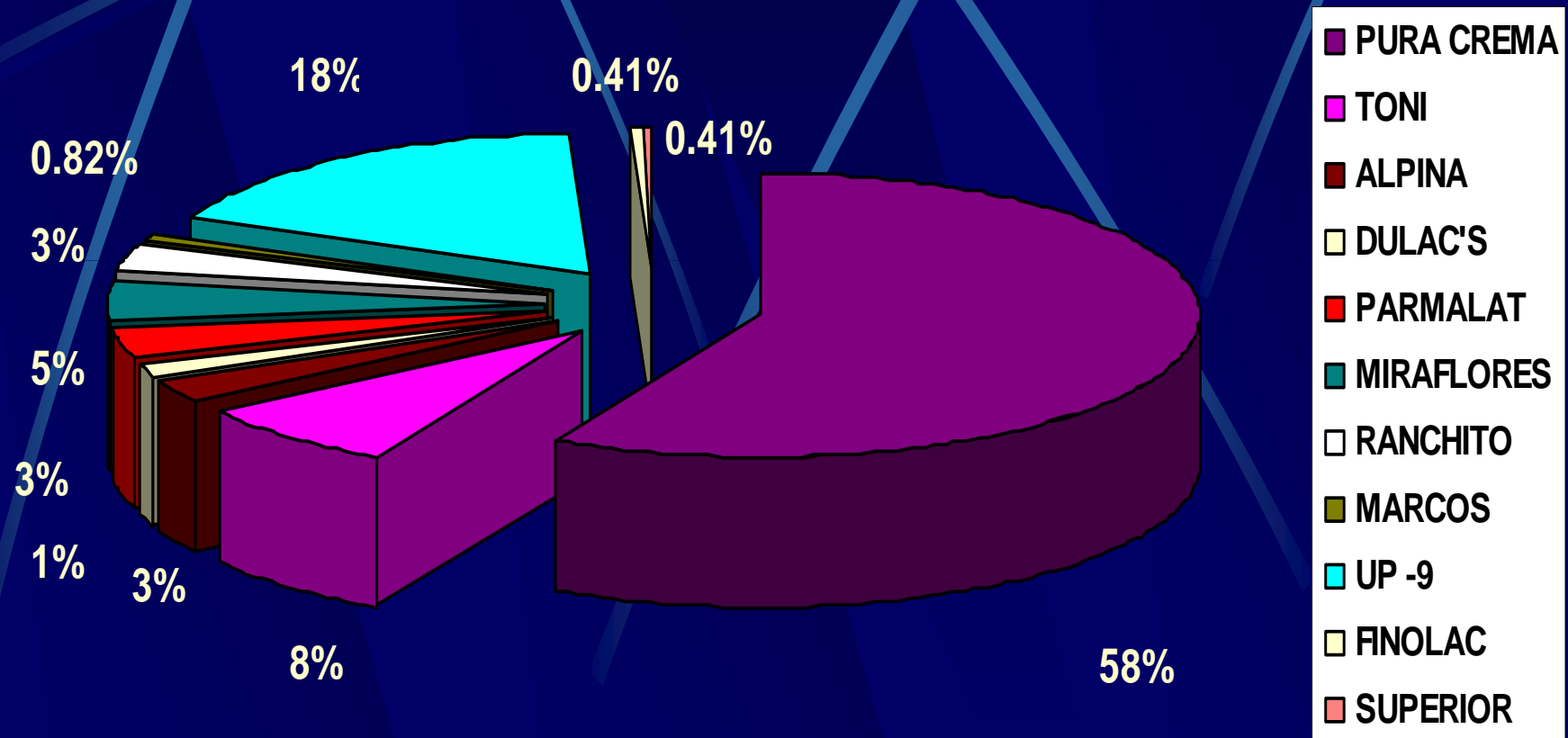
LECHE DE SABORES

MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
NESQUIK	Tetrapack	200 cc.	4	0.38
TONI	Botella	200 cc.	2	0.37

Consumo de yogurth por tamaños. Voluntarios



Marcas de yogurth que consumen. Voluntarios



Tiempo de recolección: 8 días
60 Voluntarios
LECHE

MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
PARMALAT	Tetrapack	1 Litro	2	1.20
PARMALAT	Funda	1 Litro	11	0.58
MI LECHE	Funda	1 Litro	2	1.40
TANICUCHI	Funda	1 Litro	1	0.42
BONALECHE	Funda	1 Litro	1	0.42
LA FINCA	Funda	1 Litro	3	0.45
RANCHITO	Funda	1 Litro	2	0.48
PROLAC	Funda	1 Litro	1	0.42

Tiempo de recolección: 8 días

60 Voluntarios

LECHE DE SABORES

MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
PARMALAT	Tetrapack	200 cc.	12	0.32
PARMALAT	Tetrapack	1 Litro	4	1.15
TONI	Botella	200 cc.	4	0.37
VITA	Tetrapack	200 cc.	3	0.52
NESQUIK	Tetrapack	200 cc.	1	0.38

Tiempo de recolección: 8 días

60 Voluntarios

QUESO

MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
PARMALAT	Funda	500 gr.	1	2.00
SALINERITO	Funda	500 gr.	2	3.20
FINO	Funda	500 gr.	10	4.20
SIN MARCA	Funda	-	12	1.20

Tiempo de recolección: 8 días
60 Voluntarios

CREMA DE LECHE

MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
MIRAFLORES	Funda	250 gr.	1	0.73

Tiempo de recolección: 8 días
60 Voluntarios

HELADOS

MARCA	PRESENTACION	FRECUENCIA	P.V.P
LA AVELINA	Funda	1	0.73

Tiempo de recolección: 8 días
60 Voluntarios

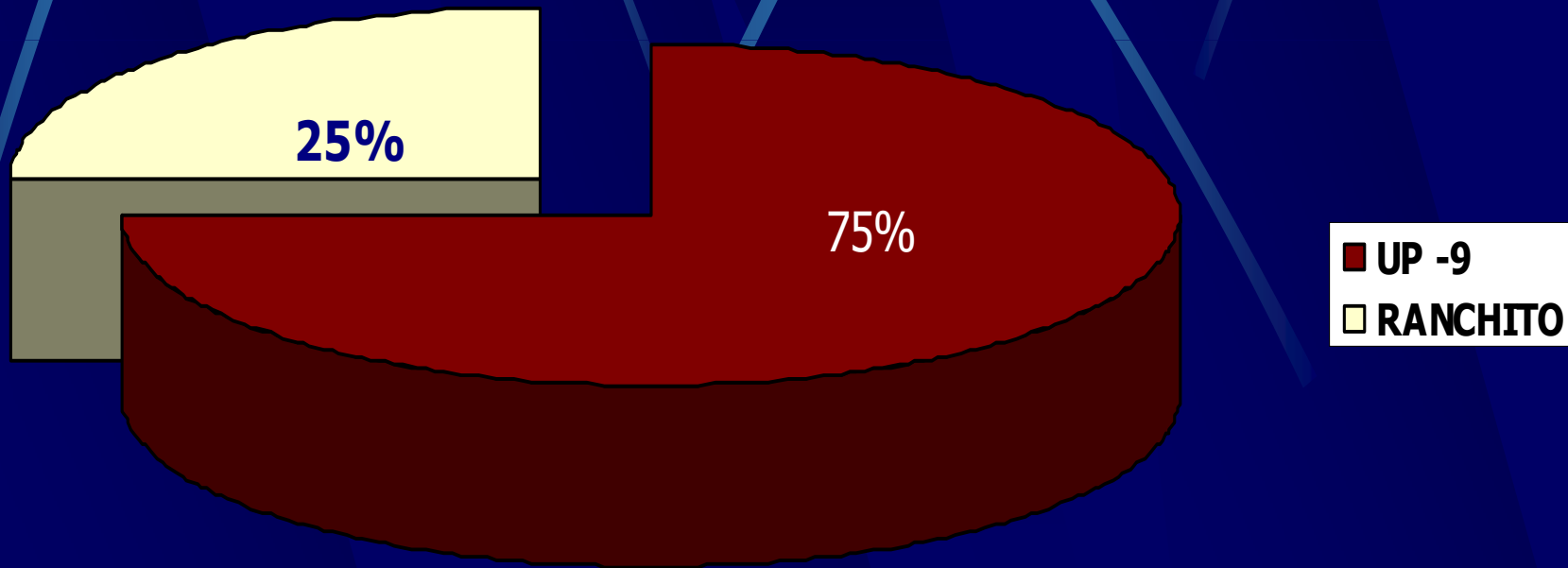
MANJAR

MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
TONI	Tarrina	50 cc.	1	0.22

Tiempo de recolección: 8 días

4 E. CIVILES.

YOGURTH



Tiempo de recolección: 8 días

4 E. Civiles

QUESO

MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
SIN MARCA	Funda	-	5	1.00
SALINERITO	Funda	500 gr.	1	3.20

Tiempo de recolección: 8 días

4 E. Civiles

LECHE

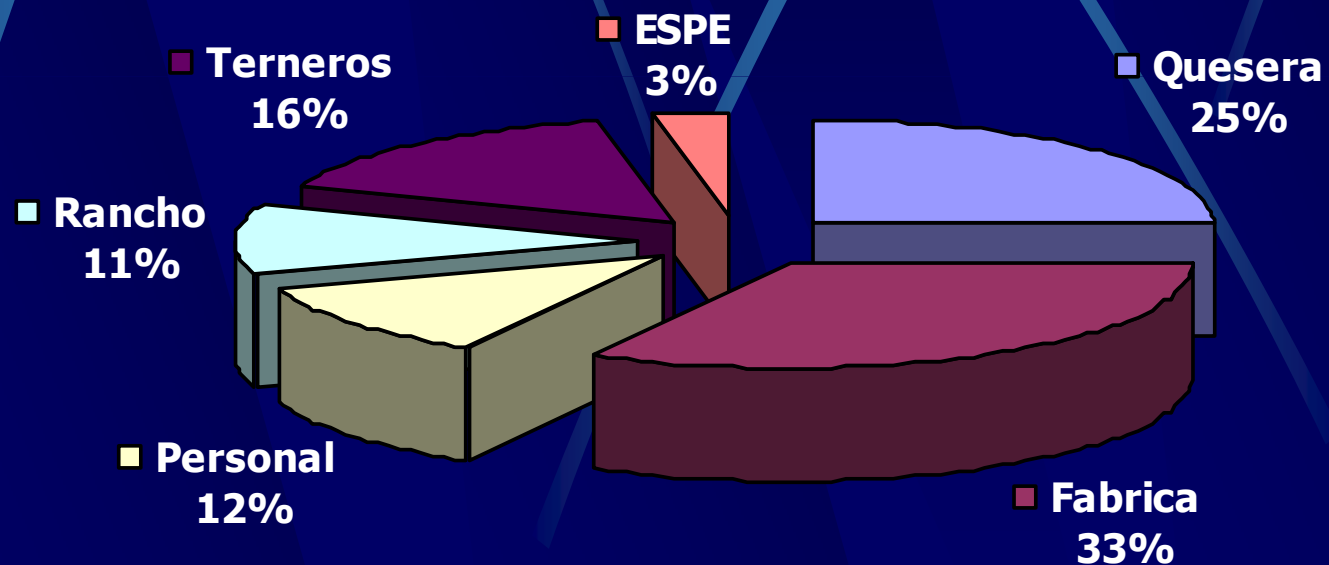
MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
PARMALAT	Funda	1 Litro	12	0.54
LA FINCA	Funda	1 Litro	9	0.42
EL RANCHITO	Funda	1 Litro	6	0.48

**Tiempo de recolección: 8 días
4 E. Civiles**

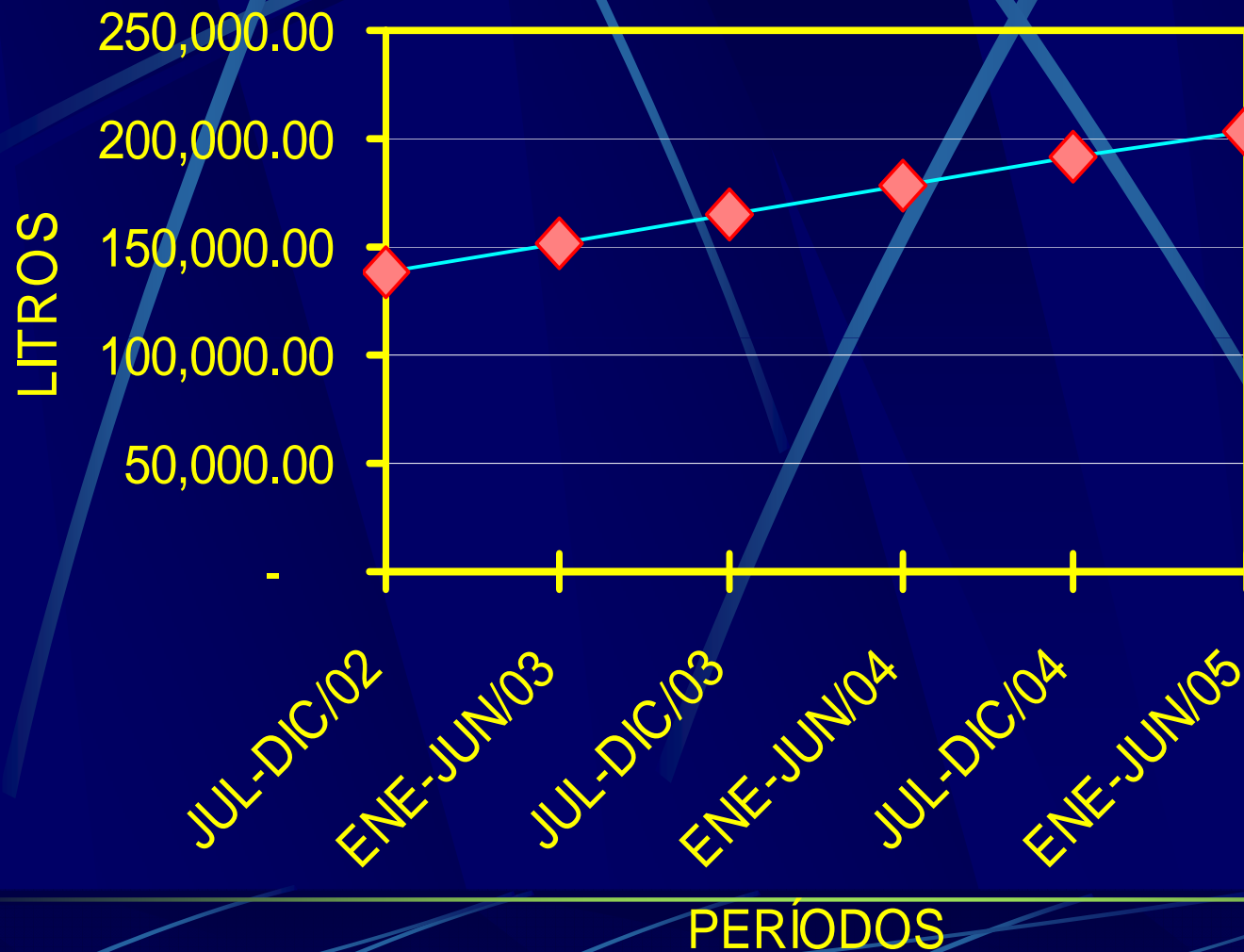
CREMA DE LECHE

MARCA	PRESENTACION	CANTIDAD	FREC.	P.V.P
MIRAFLORES	Funda	250 gr.	1	0.73

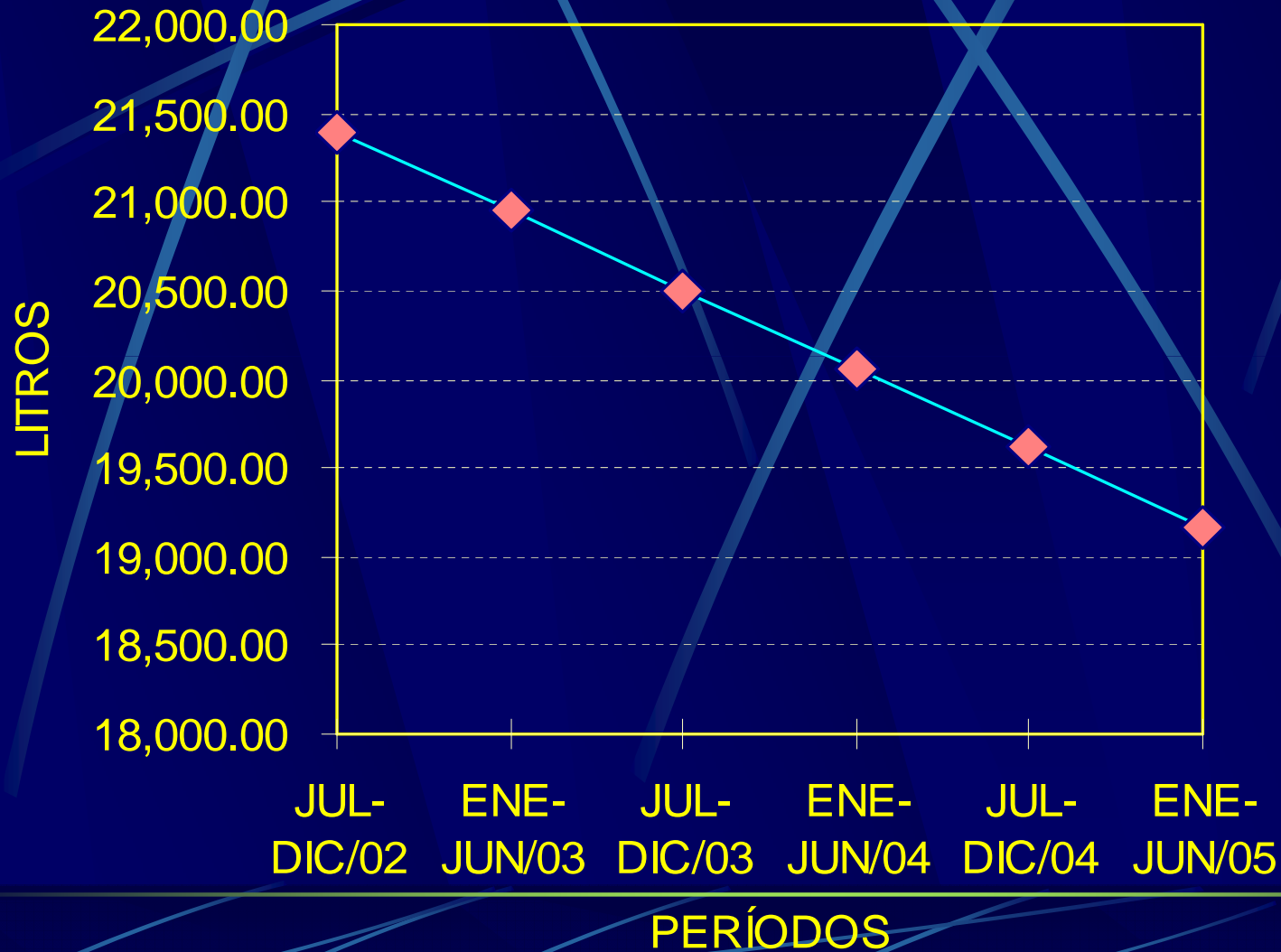
Distribución de la producción de leche en el año 2001



PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE EN LA UP-9 DESDE JUL/2002/JUN/2005



PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE LA PLANTA EN LA UP-9 DESDE JUL/2002/JUN/2005



PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE QUESO EN LA UP-9 DESDE JUL/2002/JUN/2005

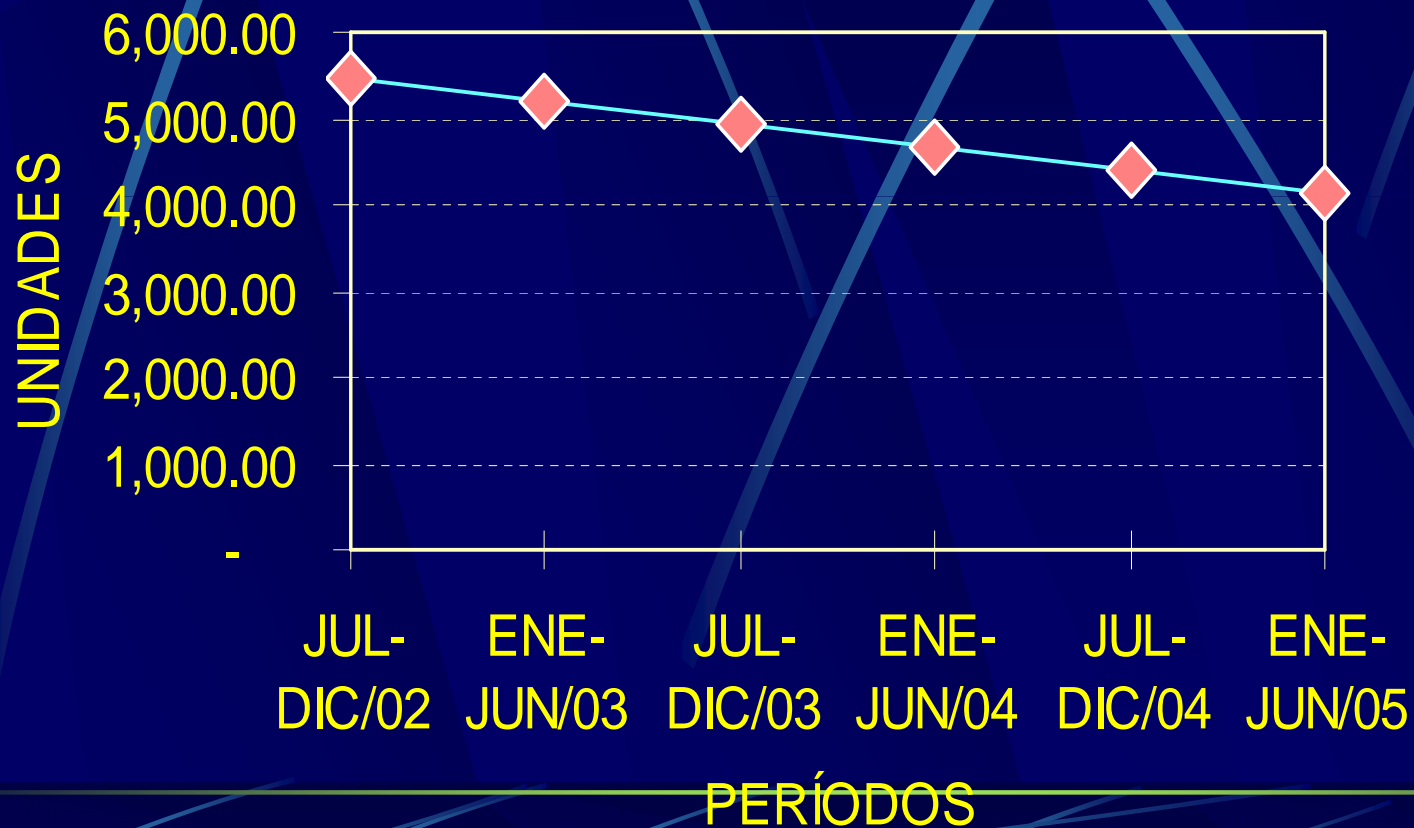


GRÁFICO DEL DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DEL QUESO

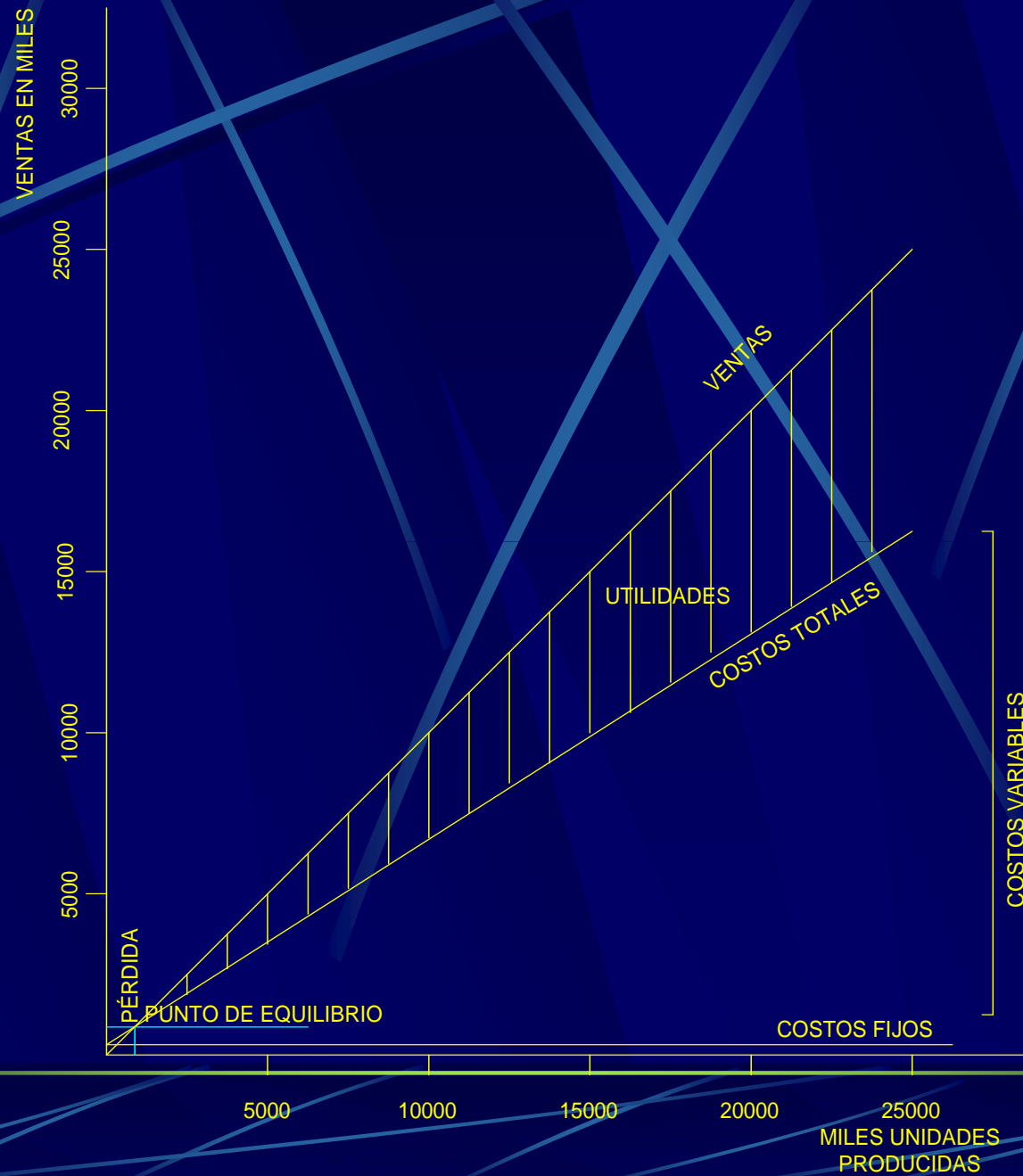


GRÁFICO DEL DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA CREMA DE LECHE

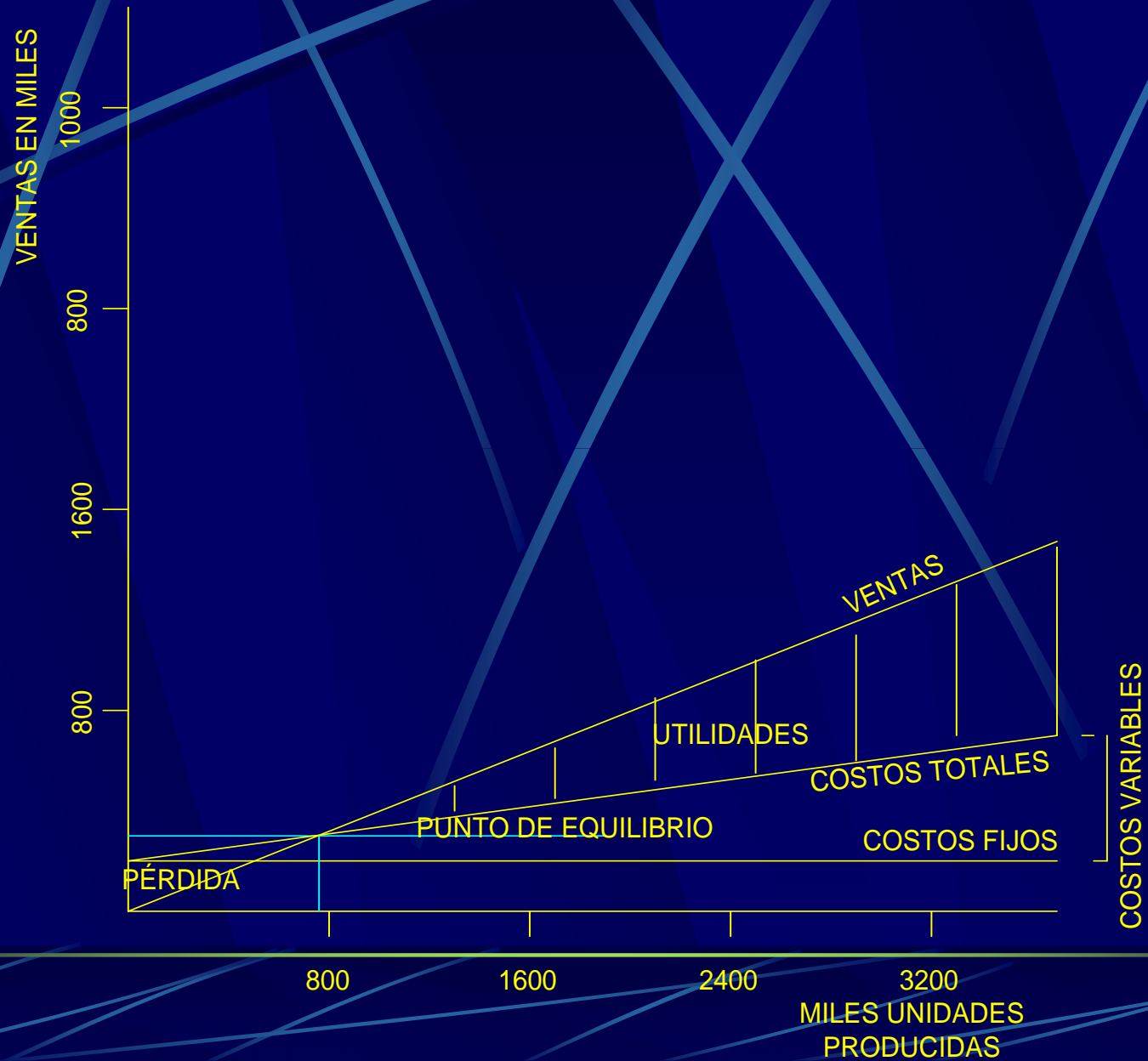
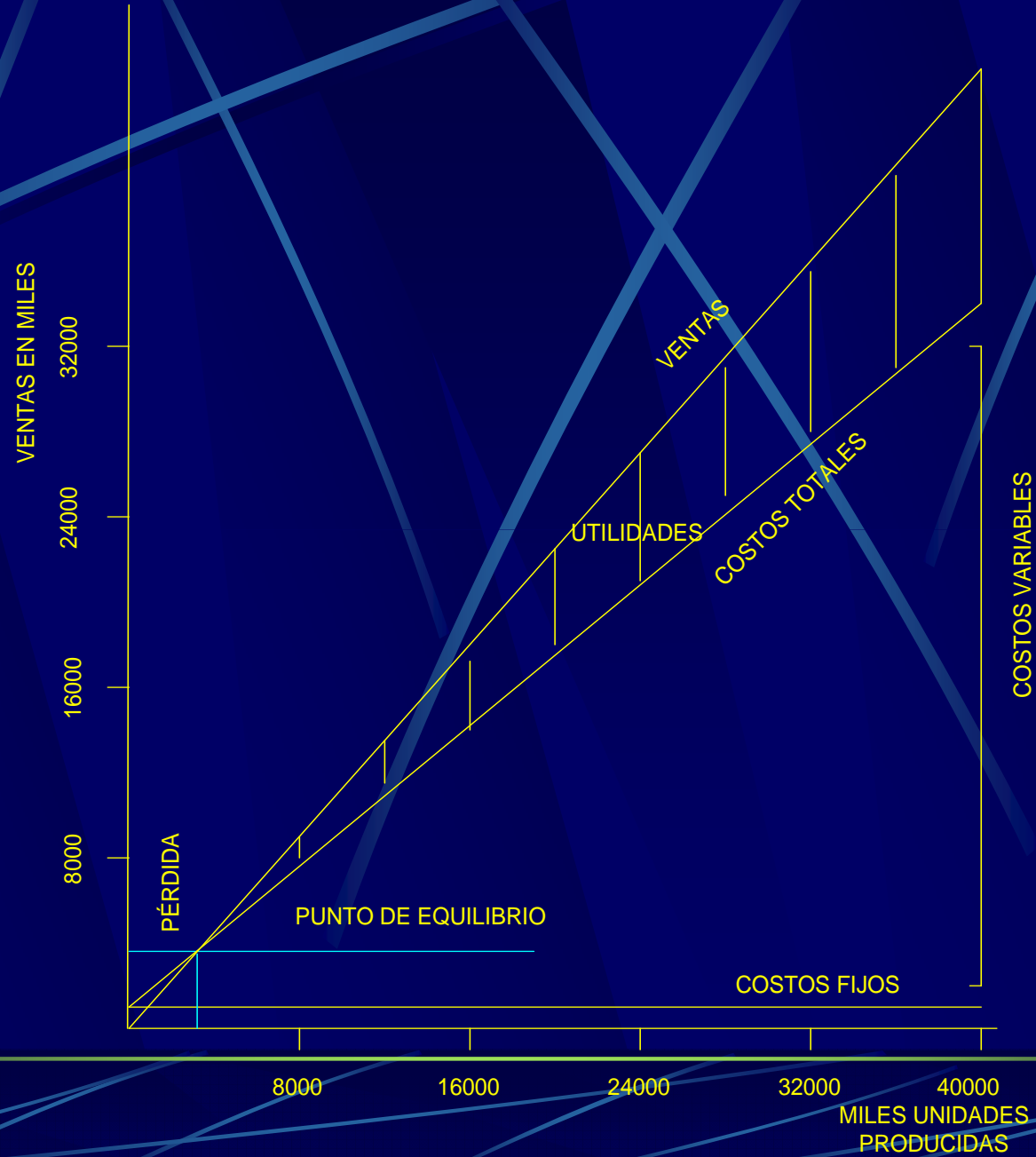


GRÁFICO DEL DEL PUNTO DE EQUILIBRIO DEL YOGURTH





CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El 17.13% del mercado de Yogurth en el estrato voluntarios es de la UP-9, el 76.10% corresponde a otras empresas que comercializan Yogurth en presentaciones de 250 cc o menos.
- El Yogurth UP-9 tiene el 49% en el estrato oficiales el 17.13% en voluntarios y el 75% en empleados civiles.

Conclusiones

- El 46.67% de oficiales sugiere mejorar publicidad y comercialización y coinciden en este criterio el 14.52% de voluntarios. El 46.67% de empleados civiles
- El registro sanitario, marca y publicidad inciden altamente en la comercialización.
- En el Dustbin Check aplicado el 73.3% de oficiales consume queso UP-9. El 100% de voluntarios y empleados civiles prefiere quesos de otras empresas.

Conclusiones

- Las encuestas revelaron que los potenciales consumidores no conocen todos los productos que elabora la UP-9.
- Los productos UP-9 son de tamaño familiar descuidando el mercado unipersonal que es muy amplio por la situación geográfica de la brigada.
- De acuerdo al punto de equilibrio la producción para recuperar la inversión es mínima por lo que la planta generará utilidades a corto plazo.
- La producción de la planta no cubre la demanda de mercado, por lo que una mejor distribución de la leche nos permitirá incrementar la producción y ser más competitivos.

Recomendaciones:

- **Mejorar la publicidad y brindar igual atención a cada uno de los estratos.**
- **Obtener los permisos sanitarios que nos permitan el ingreso del producto a bares, supermercados y ubicar puntos de venta estratégicos para que todo el personal tenga acceso a los productos.**

Recomendaciones:

- **El producto estrella y que genera más utilidades de la UP-9 es el yogurth por tanto se recomienda elaborar presentaciones 250 cc.**
- **Mejorar la distribución de la leche y enfocar el incremento en el volumen de producción al mercado unipersonal que es el que representa mayor demanda.**

