



- Distribuir productos lácteos de calidad con variedad y un buen servicio que satisfaga las necesidades de nuestros consumidores.

## MISION

## VISION

- Ser en el 2014 la distribuidora de productos lácteos con mayor posicionamiento del mercado en la Región Amazónica de nuestro país.







# PRODUCTOS

• QUESO



• LECHE



• YOGURT



• MERMELADA





# MUESTRA

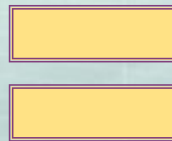
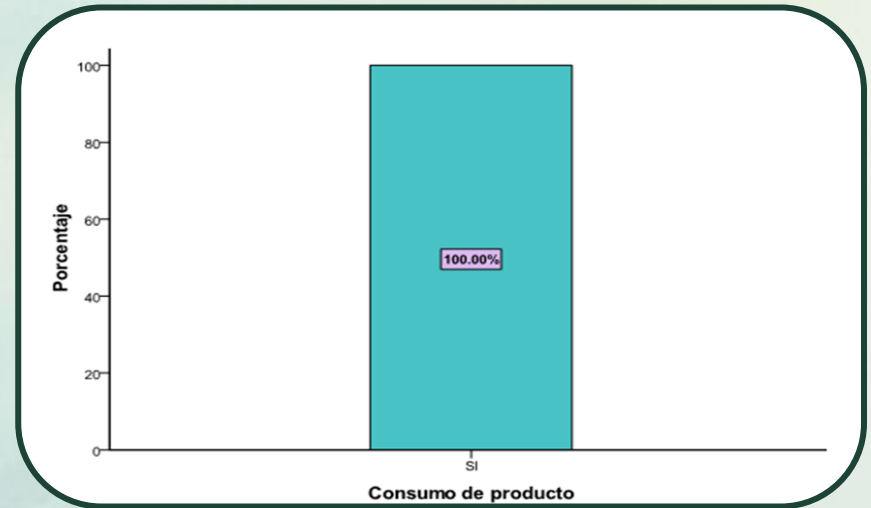
SUCUMBIOS: POBLACIÓN POR SEXO, TASAS DE CRECIMIENTO E ÍNDICE DE MASCULINIDAD, SEGÚN CANTONES. CENSO 2001								
CANTONES	POBLACIÓN						IM (H/M)*100	Cantón/Prov. %
	TOTAL	TCA %	HOMBRES	%	MUJERES	%		
<b>TOTAL PROVINCIA</b>	<b>128.995</b>	<b>4,7</b>	<b>70.139</b>	<b>54,4</b>	<b>58.856</b>	<b>45,6</b>	<b>119,2</b>	<b>100,0</b>
LAGO AGRIO	66.788	5,2	35.385	53,0	31.403	47,0	112,7	51,8
GONZALO PIZARRO	6.964	4,0	3.732	53,6	3.232	46,4	115,5	5,4
PUTUMAYO	6.171	2,3	3.305	53,6	2.866	46,4	115,3	4,8
SHUSHUFINDI	32.184	4,8	18.108	56,3	14.076	43,7	128,6	24,9
SUCUMBIOS	2.836	1,4	1.513	53,3	1.323	46,7	114,4	2,2
CASCALES	7.409	3,5	3.926	53,0	3.483	47,0	112,7	5,7
CUYABENO	6.643	5,8	4.170	62,8	2.473	37,2	168,6	5,1



# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido SI	270	100,0	100,0	100,0

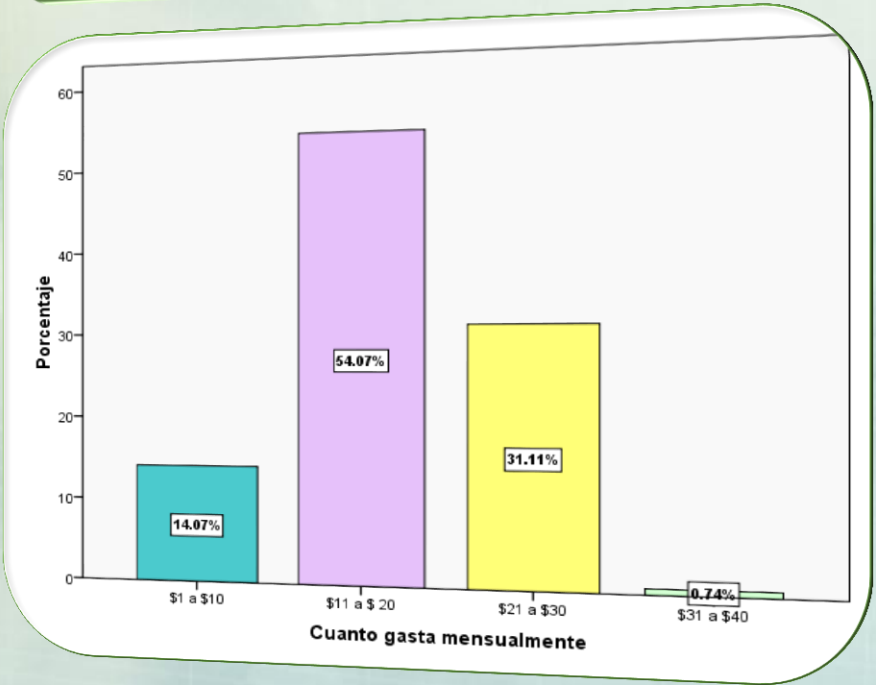


¿Consumen productos lácteos (leche, yogurt, queso, etc.)?

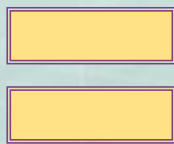


# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

¿Cuánto gasta mensualmente en el consumo de productos lácteos?



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	\$1 a \$10	38	14,1	14,1	14,1
	\$11 a \$20	146	54,1	54,1	68,1
	\$21 a \$30	84	31,1	31,1	99,3
	\$31 a \$40	2	,7	,7	100,0
Total		270	100,0	100,0	



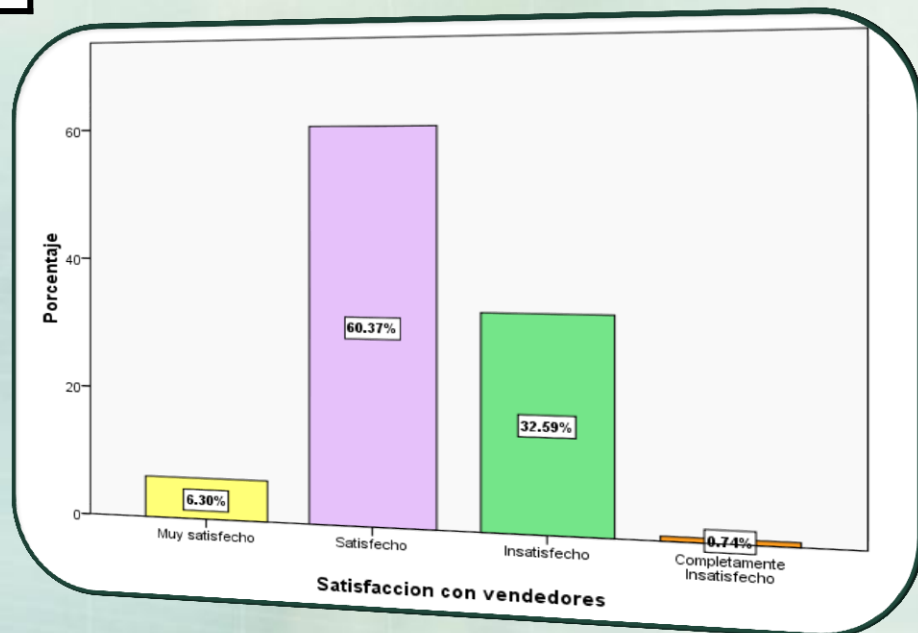
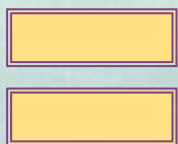


# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje acumulado
Validos Muy satisfecho	17	6,3	6,3	6,3
Satisfecho	163	60,4	60,4	66,7
Insatisfecho	88	32,6	32,6	99,3
Completamente Insatisfecho	2	,7	,7	100,0
Total	270	100,0	100,0	

¿Cuál es su grado de satisfacción en general con los vendedores de estos productos?





# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

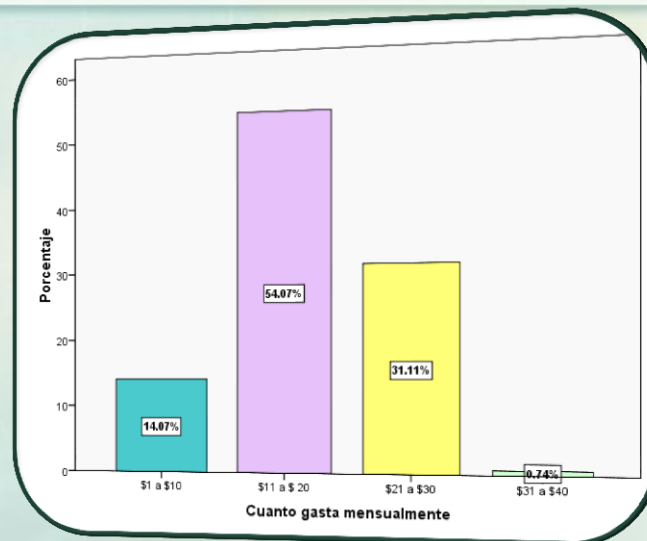
DEMANDA POBLACIONAL = 66.788,00

POBLACIÓN URBANA

40.740

POBLACIÓN ENTRE 15-60 años

24,440



DEMANDA EN DOLARES

24.444,41

11



268.888,49

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	\$1 a \$10	38	14,1	14,1	14,1
	\$11 a \$ 20	146	54,1	54,1	68,1
	\$21 a \$30	84	31,1	31,1	99,3
	\$31 a \$40	2	,7	,7	100,0
	Total	270	100,0	100,0	





# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

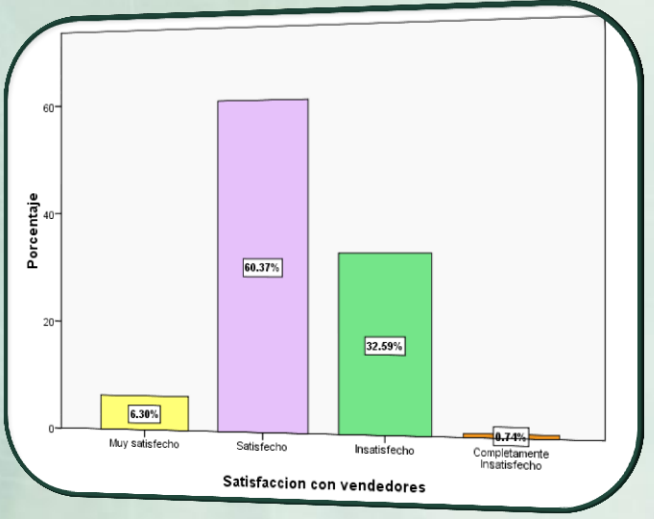
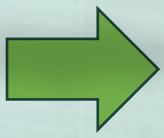
DEMANDA INSATISFECHA EN DOLARES

268.888,49      0,32



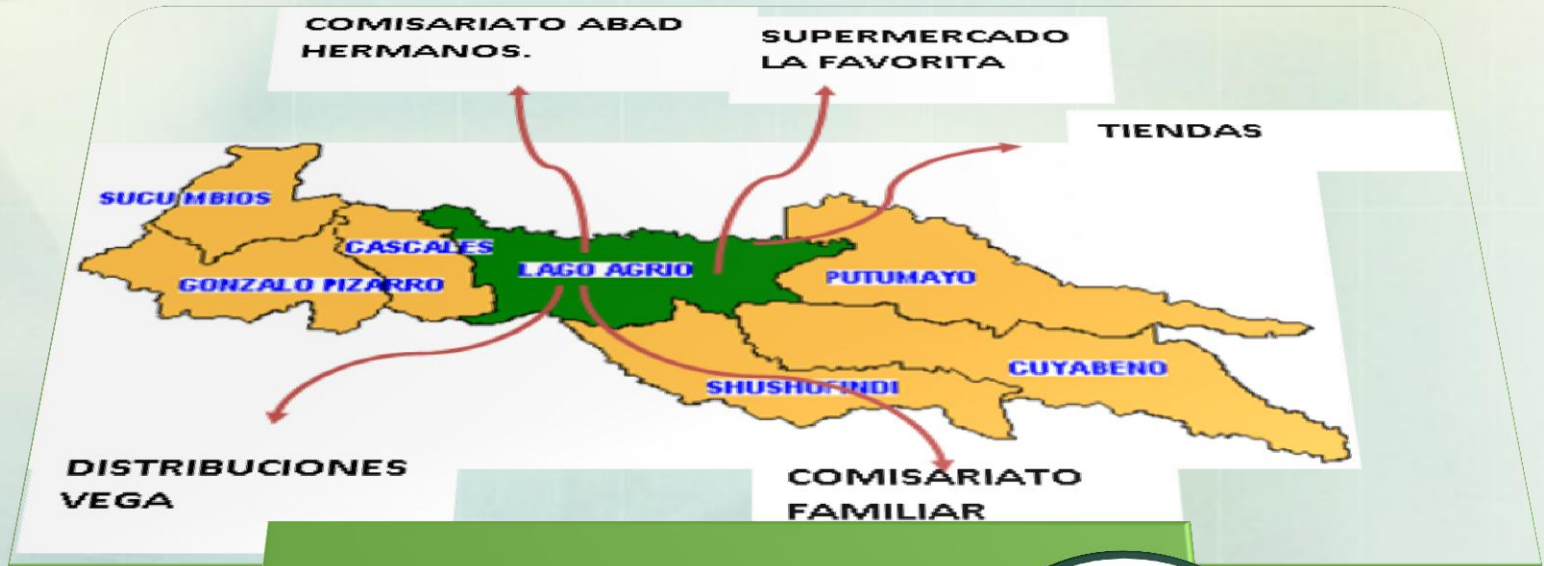
86.044,32

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos Muy satisfecho	17	6,3	6,3	6,3
Satisfecho	163	60,4	60,4	66,7
Insatisfecho	88	32,6	32,6	99,3
Completamente Insatisfecho	2	,7	,7	100,0
Total	270	100,0	100,0	





# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



**DISTRIBUIDORES**





# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO

FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS ZUJ		DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS LÁCTEOS EL RANCHITO		GOLO CENTER		
	VALOR	CLASIFICACIÓN PONDERADO	VALOR	CLASIFICACIÓN PONDERADO	VALOR	CLASIFICACIÓN PONDERADO	
1.- Reconocimiento y prestigio de la marca en el mercado	0,2	4	0,8	4	0,8	4	0,8
2.- Calidad de los productos	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6
3.- Variedad de los productos	0,15	1	0,15	1	0,15	2	0,3
4.- Publicidad y marketing del producto	0,1	2	0,2	2	0,2	3	0,3
5.- Mejores alternativas de distribución de los productos.	0,15	2	0,3	2	0,3	2	0,3
6.- Cobertura del mercado	0,1	1	0,1	1	0,1	3	0,3
7.- Participación del mercado	0,15	2	0,3	2	0,3	4	0,6
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>2,45</b>		<b>2,45</b>		<b>3,2</b>

COMPETIDORES







# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Actividades Secundarias	Infraestructura.- Bodega con sistema de refrigeración Recursos Humanos.- Capacitación en ventas y distribución de productos Herramientas.- Sistemas Informáticos de manejo de inventarios. Adquisiciones & Abastecimiento.- Camiones con sistemas de refrigeración, productos lácteos con calidad y variedad				Margen 10%
	<b>Logística de Entrada</b> Convenios con proveedores Control de inventarios	<b>Distribución</b> 1. Solicitud del cliente 2. Clasificación de ruta	<b>Ventas</b> Entrega de productos a Intermediarios y Consumidores finales	<b>Servicio Postventa</b> Feedback Llamada de evaluación del servicio y solicitar recomendaciones	
Actividades Primarias					

CADENA DE VALOR



# INVESTIGACIÓN DE MERCADO





# ESTUDIO TECNICO

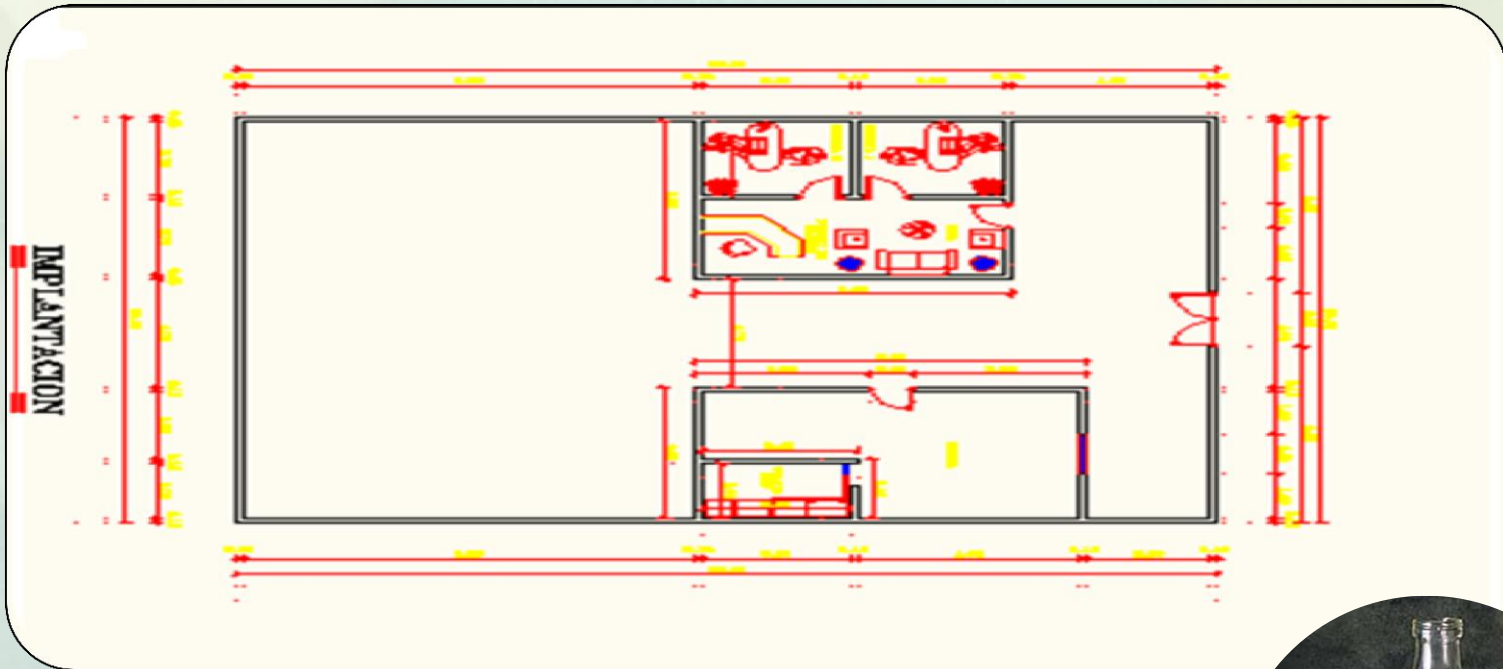


LAGO AGRIO





# ESTUDIO TECNICO



MICROLOCALIZACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA





# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



# ANALISIS FINANCIERO



LIQUIDEZ

3,64



ENDEUDAMIENTO

0,73



REDIMIENDO SOBRE EL CAPITAL

0,52



PRUEBA ACIDA

3,04





# ANALISIS FINANCIERO

## Calculo del VAN

Total Valor Actual del Flujo de Efectivo	19.318
Inversión Inicial	(12.795)
<b>Valor Actual Neto Financiado</b>	<b>6.523</b>

**VAN**



# ANALISIS FINANCIERO

TASA DE  
RENDIMIENTO

• 17,04%

• 43%

TIR





# CONCLUSIONES

*El proyecto es factible con un VAN de \$ 6.523 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 43%.*







# RECOMENDACIONES

Se recomienda buscar fuentes de financiamiento para tener \$ 50.000 que serán fundamentales para las operaciones de la distribuidora.

Brindar todos los servicios que se detallaron en el Estudio de Mercado, ya que ante su ausencia se perdería la diferenciación con la competencia.

Considerar las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades que posee la empresa para ejecutar las estrategias que se detallaron en el Estudio de Mercado.