

**Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Productora y  
Comercializadora de Queso Chonero para el Consumo en el Distrito Metropolitano  
de Quito.**

**AUTOR:** Andrea Patricia Balseca Jaramillo

**DIRECTOR:** Eco. Jaime Pérez

**CODIRECTOR:** Ing. Alexandra Armijos

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

**ECUADOR**

**RESUMEN**

Ecuador es un país productivo y uno de los sectores que se encuentran más posicionados es el sector ganadero, por lo que el acceso a materia prima no tendría ningún inconveniente, el cual mediante estrategias que beneficien a ambas partes puede ayudar a una eficiente negociación entre proveedor y productor.

En el Ecuador la actividad quesera es conocida hace varios siglos, existe una gran variedad de empresas que fabrican varios tipos de queso pero no existen empresas que vendan queso chonero en grandes cantidades en el Distrito Metropolitano de Quito por lo que se ha considerado realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de este tipo de queso para el consumo humano en Quito, determinando diferentes aspectos que deberán ser considerados de resultar factible la creación de la empresa.

Lo que este proyecto busca es producir una gran cantidad de queso para poder comercializarlos en una ciudad donde no es muy consumido este queso y así generar más fuentes de empleo y abastecer la demanda de quesos con un queso diferente.

**Palabras claves:** Queso Chonero, Producción, Comercialización, Provincia de Manabí, Distrito Metropolitano de Quito.

### **ABSTRACT**

Ecuador is a country productive and a sector that are positioned is the livestock sector, so that the access to raw materials would not have any disadvantage, which through strategies that benefit both parties can help an efficient negotiation between supplier and producer.

In Ecuador, the cheese activity is known several centuries ago, there are many variety of companies that make several kinds of cheese but there are not companies that sale chonero's cheese in big quantities in the Metropolitan District of Quito therefore it has been considered to realize a feasibility study for the creation of a company that engaged to the production and commercialization of this kind of cheese for the human consumption in Quito, determining different aspects to be considered to be feasible the creation of the company.

This project aims to produce a large quantity of cheese to be sold in a city where this kind of cheese is not widely consumed and generate more jobs and meet the demand with a different cheese.

**Keywords:** Chonero Chees, Production, Commercialization, Manabí Province, Metropolitan District of Quito.

## **1. INTRODUCCIÓN**

En nuestro país existe un gran consumo de queso, la mayoría de los hogares lo consumen, y a pesar de que en el mercado existen una gran variedad de este producto, el queso es un producto que siempre va a ser consumido, además la mayoría de los hogares no poseen un queso predilecto, constantemente cambian de marca, de tipo, de tamaño, de sabor o hasta de presentación, por lo que este mercado no está saturado, además si se toma en cuenta años anteriores se puede ver que el consumo de queso se ha incrementado considerablemente.

Existen muchas familias productoras de leche y muchas de ellas de un porcentaje de su producción la destinan para la elaboración de quesos, el cual es consumido por ellas mismas y a su vez es vendido por el sector en el que residen, esto es muy común con el queso chonero, el cual es producido artesanalmente, del cual solo una pequeña cantidad es distribuida en el Distrito Metropolitano de Quito, por este motivo este tipo de queso no es muy conocido y no todos los hogares lo han degustado.

## **2. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Para este proyecto se utilizará el método científico, el cual ayudará a lograr los objetivos propuestos, ya que este método conduce a la búsqueda de conocimientos mediante la aplicación de métodos y técnicas para lograr nuestro objetivo.

La esencia de este método científico consiste en el planteamiento de preguntas y búsqueda de respuestas, las cuales deben ser susceptibles de comprobación.

Se realizará un estudio descriptivo el cual ayudará a buscar los fenómenos sociales o educativos de determinada circunstancia, y dependiendo del comportamiento de las personas.

Además se realizará una investigación cuantitativa ya que se busca medir la factibilidad que tendrá el proyecto, y este tipo de investigación se utiliza para muestras grandes y representativas.

Como fuente de recopilación de información se utilizará a la encuesta como el principal instrumento de la investigación, la cual consistirá de preguntas cerradas basadas en los objetivos específicos de la investigación de mercados, siendo estas de carácter nominal, ordinal y de intervalos. Esto ayudará a obtener datos sobre las opiniones, gustos, preferencias de las personas al que va dirigido el producto, proporciona información cualitativa de relieve que complementa a la información secundaria, además este instrumento ayudará también para obtener información sobre los productores de quesos y de leche de la zona, y por último se determinará si es viable o no el sacar un nuevo tipo de queso en el Distrito Metropolitano de Quito.

A más de la encuesta, se utilizará las siguientes fuentes de información secundarias como materiales publicados, base de datos computarizados y servicios de agencias.

Los materiales publicados serán obtenidos de fuentes gubernamentales como es el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Banco Central del Ecuador. Las bases de datos serán del Internet, en si lo que son páginas web de instituciones que tengan relación al tema. La Agencias de servicios, las cuales nos proveerán de información de encuestas realizadas anteriormente para temas similares.

### **3. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1. Población Económicamente Activa**

En el Distrito Metropolitano de Quito 766.169 personas se encuentran en condiciones de trabajar de los cuales el 95,80% se encuentran trabajando y solo existe un pequeño porcentaje que se encuentra en la desocupación.

### 3.2. Demanda

Según datos proporcionados por encuestas realizadas anteriormente, el consumo de queso en el Ecuador es bastante alto, puesto que el 84,30% de la población lo consume y lo hace frecuentemente, además el queso que más se consume es el queso fresco en un 92,80%. Teniendo así, que 351.438 hogares del Distrito Metropolitano de Quito consumen queso fresco constantemente y cada hogar tiene un promedio de 3,63 personas, demostrando el alto consumo de queso fresco.

### 3.3. Oferta

En el Distrito Metropolitano de Quito no existe muchos ofertantes de queso chonero y solo una pequeña cantidad de este es vendido a este sector y solo es expendido en los mercados, por lo que no existe datos específicos de cuanto queso chonero es distribuido por lo que se para este cálculo se considerará la producción de leche de la provincia de Manabí y el porcentaje de esta que es destinada para la producción de queso chonero.

	AÑOS					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Producción total de leche (Litros)	466.843,76	503.678,43	573.068,92	494.349,74	451.235,00	492.647,74
Destinada para queso (Litros)	2.146,92	8.012,69	7.724,63	1.961,06	1.553,00	2.383,00
Leche destinados para queso anual (Litros)	783.625,80	2.924.631,85	2.819.489,95	715.786,90	566.845,00	869.795,00
Queso anual (Libras)	195.906,45	731.157,96	704.872,49	178.946,73	141.711,25	217448,75

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**Elaborado por:** Andrea P. Balseca Jaramillo

### 3.4. Demanda vs. Oferta

Con los demanda y la oferta ya establecida se la puede proyectar de esta manera se puede establecer el porcentaje de mercado que no ha sido cubierto con los productos ya existentes, teniendo así que existe una alta demanda insatisfecha de queso chonero dentro del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que este proyecto espera irla cubriendo de un 5% en adelante siempre y cuando los consumidores permitan este crecimiento.

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA PROYECTADA (EN LIBRAS)</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA (EN LIBRAS)</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (EN LIBRAS)</b>
2013	232.487	5.208.209	(4.975.722)
2014	240.391	5.321.748	(5.081.357)
2015	248.564	5.437.762	(5.189.197)
2016	257.016	5.556.305	(5.299.290)
2017	265.754	5.677.433	(5.411.678)

**Elaborado por:** Andrea P. Balseca Jaramillo

### **3.5. Estrategias**

Con las estrategias lo que se espera lograr es que el producto sea introducido en el mercado eficientemente y que este sea aceptado por los posibles consumidores, por lo que se establecerán las siguientes estrategias que ayuden a ser comercializado en el Distrito Metropolitano de Quito.

#### **3.5.1. Estrategias del Producto**

El producto contará con un empaque transparente en donde se encuentran todas las características de este, incluido el precio de venta al público, valor nutricional, la marca, y se podrá apreciar el producto en su interior, además será empacado al vacío lo cual permitirá que el producto se conserve por más tiempo y su fecha de caducidad (durabilidad) sea mayor. El tamaño del empaque será de 20 x 20 cm, y el peso de este será de una libra (454 gramos).

#### **3.5.2. Estrategias de Precios**

La estrategia de precios que se utilizará para introducir el queso chonero en el mercado, será la estrategia de penetración, debido a que el precio que tendrá el producto será inferior al de la competencia, para atraer a los posibles consumidores y así poder entrar al mercado rápidamente y conseguir una gran cuota de este.

### 3.5.3. Estrategias de Plaza

Para este proyecto se tendrá su planta de producción en el Cantón Chone (provincia de Manabí) y para la comercialización contará con un centro de acopio el cual servirá como punto de distribución a los diferentes intermediarios y en el cual habrá un almacén en donde los demandantes de queso chonero podrán ir y adquirir el producto a un precio inferior al que se venderá en tiendas y supermercados en el Distrito Metropolitano de Quito.

### 3.5.4. Estrategia de Promoción

El producto se dará a conocer mediante varios medios publicitarios como volantes, degustaciones, publicidad BTL en ciertos medios de transporte de la ciudad dentro y fuera de estos y televisión, para llamar la atención de los consumidores y para posicionar la marca en la mente del consumidor.

### 3.5.5. Perfil Estratégico

A más de las estrategias mencionadas anteriormente se utilizaran otras que ayuden a fijar el comportamiento de la empresa en relación al mercado al que va dirigido y a su funcionamiento interno.

PERFIL ESTRATEGICO				
EJE ESTRATEGICO	CLASIFICACIÓN	SUB CLASIFICACIÓN	APLICACIÓN	ESTRATEGIA CORPORATIVA
DESARROLLO	BASICA	DIFERENCIACIÓN	Superar el desempeño de los competidores generando un producto que posea características que le diferencien de estos, como en este caso el lugar de origen además de implementar una gestión orientada a la productividad y la calidad en los procesos.	Introducimos en el mercado agroindustrial diferenciándonos de la competencia por el lugar de origen del producto y por los procesos que se utilizan, a su vez comprender las necesidades de nuestros clientes adoptando características de nuestros competidores.
CRECIMIENTO	INTEGRACIÓN	INTEGRACIÓN HACIA ARRIBA	Comprender mejor las necesidades de nuestros clientes, para fortalecer las relaciones con ellos.	
COMPETITIVA	DEL SEGUIDOR		Se adopta un comportamiento adaptativo y se toman decisiones a partir de la competencia, en especial con relación al del líder.	
FUENTE: Salazar, 2009, p.209 ELABORADO: Andrea P. Balseca Jaramillo				

#### **4. CONCLUSIONES**

- ✓ En base a la información obtenida y recaudada para este proyecto, se pudo concluir que se debe proceder a la conformación de una empresa productora y comercializadora de queso chonero para el consumo en el Distrito Metropolitano de Quito en la forma propuesta.
- ✓ Además se pudo concluir que este proyecto es factible debido a que se pudo apreciar que no existe mucha competencia en el Distrito Metropolitano de Quito además que existe un amplio mercado para sacar este tipo de queso a la venta.
- ✓ A pesar de que el queso chonero es conocido por ser elaborado artesanalmente, al momento de utilizar maquinaria y equipo especializado se espera dará otra imagen, dado que se podrá agregar mayor calidad y se espera darle otra reputación al producto en el Distrito Metropolitano de Quito, lo cual al establecer procesos de producción y comercialización adecuados ayudará a una elaboración mas estandarizada y a minimizar costos.

#### **5. RECOMENDACIONES**

- ✓ Después de demostrar la rentabilidad que este proyecto tendrá se recomienda ponerlo en marcha debido a que representa una gran inversión para los socios el cual le generará beneficios tanto a corto como a largo plazo.
- ✓ Además ir aumentando el porcentaje de la oferta del proyecto, puesto que existe un amplio mercado para ser cubierto, de esta manera la empresa se volvería más rentable para los inversionistas y se recuperaría la inversión en menor tiempo.
- ✓ Se debe poner en marcha las estrategias planteadas para colocar el producto en el mercado, poniendo énfasis en las estrategias de promoción enfocándose en la

imagen de queso chonero y buscando posicionar la marca en la mente de los consumidores.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ✓ Banco Central del Ecuador. (s.f.). Página del Banco Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec>
- ✓ Battro, P. (2010). Quesos Artesanales. Buenos Aires: Albatros SACI.
- ✓ Brand, J. P. (1992). Dirección y Gestión de Proyectos. Madrid: Díaz de Santos S.A, 2da Edición.
- ✓ Buxadé, C. (1995). Producción Vacuna de Leche y de Carne. Madrid: Mundi-Prensa.
- ✓ Federación Panamericana de Lechería. (s.f.). FEPALE. Obtenido de <http://www.fepale.org>
- ✓ INEC. (s.f.). Ecuador en Cifras. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.com>
- ✓ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). INEC. Obtenido de <http://www.inec.gob.ec>
- ✓ Malhotra, N. K. Investigación de Mercados, Un enfoque Aplicado. Prentice Hall, Cuarta edición.
- ✓ Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (s.f.). Página del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Obtenido de <http://www.magap.gob.ec>
- ✓ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. (s.f.). Página de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. Obtenido de <http://www.fao.org>
- ✓ Padilla, M. C. (2006). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- ✓ Zorich, D. V. Tratamiento de la leche y control de calidad de productos lácteos.