



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TÍTULO:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS DERIVADOS A BASE DE CARNE DE SOYA COMO ALTERNATIVA SALUDABLE PARA LA COMUNIDAD GUAYAQUILEÑA”

AUTOR (A):

Traves Astudillo, Arlette Katherine

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de:

Ingeniero/a en Gestión Empresarial Internacional

TUTOR:

Rugel, Nelson

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

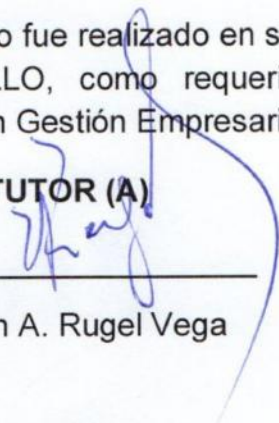
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

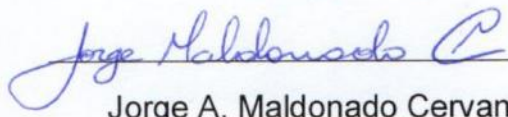
Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por ARLETTE KATHERINE, TRAVES ASTUDILLO, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional.

TUTOR (A)

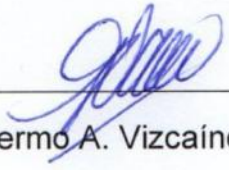


Nelson A. Rugel Vega

REVISOR(ES)




Jorge A. Maldonado Cervantes



Guillermo A. Vizcaíno Ronquillo

DIRECTOR DE LA CARRERA



Dr. Alfredo Govea Maridueña

Guayaquil, a los 26 días del mes de Mayo del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Arlette Katherine Traves Astudillo**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y distribución de alimentos derivados a base de carne de soya como alternativa saludable para la comunidad Guayaquileña**, previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 26 días del mes de Mayo del año 2014

EL AUTOR (A)

Arlette Traves A.

Arlette Katherine, Traves Astudillo



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Arlette Katherine Traves Astudillo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Propuesta para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y distribución de alimentos derivados a base de carne de soya como alternativa saludable para la comunidad guayaquileña**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 26 días del mes de Mayo del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Arlette Traves A.

Arlette Katherine, Traves Astudillo

Agradecimientos:

Agradezco, a mi padre Víctor Traves (†). A quien le debo este gran sacrificio razón por la cual le dedico con todo mi cariño por su comprensión y lucha constante por cumplir su anhelado sueño. Gracias papá por su apoyo incondicional hasta su último momento que estuvo conmigo. . Se que desde el cielo, iluminas y guías mi camino.

A la vez a mi mamita Martha Astudillo, por inculcarme perseverancia, dedicación y su gran amor, por luchar conmigo en cumplir uno de mis sueños, gracias por su apoyo brindado a lo largo de mi carrera profesional. Por su lucha constante de buscar mi bienestar y culminación de mis estudios.

Mis revisores, a los Economistas Jorge Maldonado, y. Guillermo Vizcaíno, por brindarme su tiempo y colaboración para la realización del presente trabajo.

De igual manera un agradecimiento al ex Director de la Carrera Gestión Empresarial Internacional Dr. Alfredo Govea por darme la oportunidad de ingresar a la Universidad y por su apoyo incondicional a lo largo de mi etapa estudiantil. Mi gratitud y agradecimiento eterno.

DEDICATORIA

El presente proyecto de titulación, se lo quiero dedicar de una manera muy especial a mis padres **MARTHA BEATRIZ ASTUDILLO CALLE Y A MI DIFUNTO PADRE VICTOR HUGO TRAVES MENDOZA**, por apoyarme a cumplir mi gran sueño de ser una profesional, por brindarme día a día su apoyo incondicional.

Gracias por depositar su confianza en mí, y permitirme alcanzar esta gran etapa de mi vida el cual me compromete a un nuevo logro que me permitirá desenvolverme en el campo laboral.

De manera especial, le quiero dedicar la tesis a mi padre, porque sé que en todo momento está conmigo, y ahora sí puedo decirte papá LO LOGRAMOS! Sé que este más que mi sueño era el suyo, por lo que se lo dedico desde lo más profundo de mi corazón.

Gracias a mi Tutor Nelson Rugel, por su paciencia y su disponibilidad brindada, guiándome desde un principio hasta el día de hoy con seguridad para cumplir con mi objetivo.

NELSON RUGEL

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	III
RESUMEN EJECUTIVO	XX
ABSTRACT	XXIIII
RESUMÉ.....	XXIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA SOYA	3
1.1 Formulación Y Sistematización Del Problema De Investigación.	3
1.1.2 Sistematización Del Problema.....	4
1.2 Planteamiento Del Problema.....	5
1.3 Justificación Del Problema A Intervenir	8
1.4 Formulación De Objetivos	12
1.5 Antecedentes	13
1.5.1 Historia de la soya	13
1.6 Contribución Potencial Del Estudio	16
CAPÍTULO 2 ESTUDIOS CONCERNIENTES A LA SOYA	17
2.1 MARCO REFERENCIAL.....	17
2.1.1 La soya ayuda a prevenir síntomas de la menopausia	17
2.1.2 Soya y enfermedades cardiovasculares.....	19
2.1.3 Soya benéfica contra el cáncer de mama	22
2.1.4 Otros estudios referentes	23

2.1.5 Ecuador no tiene suficiente cultivo de soya	24
2.2 MARCO TEÓRICO.....	24
2.2.1 Sobre una teoría no utilitarista del consumo, con aplicaciones a la demand de alimentos	24
2.2.2 Teoría De La Motivación Humana.....	26
2.2.3 Teoría de la alimentación macrobiótica.....	28
2.2.4 Origen y Generalidades de la Soya.....	30
2.2.5 Productos y aplicaciones de la soya en la alimentación.....	32
2.2.6 Valor Nutricional De La Soya	33
2.2.7 La Soya Y Su Impacto En El Ecuador.....	33
2.2.8 La Soya Y Su Impacto En Otros Países.....	35
2.2.9 Análisis Del Mercado De La Carne De Soya.....	35
2.2.10 Exportación De Soya.....	37
2.2.11 Importaciones De Soya	38
2.2.12 Principales Zonas Productoras De Soya	39
2.2.13 Rendimiento Del Frejol De Soya	40
2.3 MARCO CONCEPTUAL	41
2.4 MARCO CONTEXTUAL.....	44
CAPÍTULO 3 ESTUDIO DE MERCADOS.....	48
3.1 Metodología del Estudio.....	48
3.1.1 Procesos de la Investigación de Mercados	49

3.1.1.1 Identificación y planteamiento del problema a intervenir	49
3.1.1.2 Técnicas implicadas en la definición del problema.....	49
3.1.1.2.1 Técnica de la encuesta	50
3.1.1.3 Diseño de la investigación.	51
3.1.1.4 Recolección de datos	51
3.1.1.5 Preparación y análisis de los datos	51
3.1.1.6 Interpretación, preparación y presentación de la información con los Resultados.....	52
3.2 Investigación de Mercados.....	52
3.3 Objetivos de la Investigación de Mercados	53
3.4 Definición de la Población	55
3.4.1 Mercado Potencial.....	57
3.4.2 Mercado Objetivo	57
3.4.3 Definición del Tamaño de Muestra.....	58
3.5 Estudio Cualitativo.....	61
3.5.1 Preguntas a los Expertos	61
3.5.2 Preguntas Focus Group	62
3.6 Estudio Cuantitativo	64
3.7 Presentación y Análisis de los Resultados	64
3.8 Conclusiones Finales de la Investigación de Mercado.....	66
3.9 Análisis Situacional	69

3.9.1 Análisis del Macroentorno	70
3.9.1.1 Análisis Nacional	71
3.9.1.2 Estrategia del Gobierno.....	73
3.9.2 Entorno Nacional.....	74
3.9.3 Entorno Político	76
3.9.4 Entorno Económico	76
3.9.5 Entorno Demográfico	77
3.9.6 Entorno Cultural	78
3.10 Conclusiones e Impacto	78
3.11 Análisis de la Industria	80
3.11.1 Situación de la Soya en el Ecuador.....	80
3.11.2 Delimitación de la Industria	81
3.11.2.1 Alcance Geográfico	81
3.11.2.2 Alcance Vertical.....	82
3.11.2.3 Alcance Horizontal	83
3.12 Análisis de las 5 Fuerzas de Michael Porter	83
3.12.1 Ingreso de Nuevos Competidores	84
3.12.2 Amenaza de Productos Sustitutos	84
3.12.3 Poder de Negociación de los Proveedores	85
3.12.4 Poder de Negociación de los Compradores	85
3.12.5 Rivalidad entre Competidores Existentes.....	85

3.13 Conclusiones del Análisis Industrial	86
3.14 Atractivo de la Industria	87
3.15 Forma más común de Competencia dentro de la Industria	87
3.16 Estrategia de Competencia de la Nueva Empresa	88
3.17 Análisis de la Competencia	89
3.18 Competidores Directos	89
3.19 Factores Claves de Éxito	90
CAPÍTULO 4 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	90
4.1 Organización	90
4.2 Descripción de los Puestos	91
4.3 Organigrama de la Empresa	92
4.4 Cultura Organizacional	95
4.5 Objetivos de la Empresa	96
4.6 Posicionamiento de la Empresa	98
4.7 Análisis FODA	99
4.8 Portafolio de Productos	101
4.8.1 Atributos Específicos de los Productos	130
4.9 Marca	102
4.9.1 Slogan	104
4.9.2 Decisión de la Marca	104
4.10 Diseño del Proceso de Producción	104

4.11 Plan de Marketing	105
4.12 Marketing Estratégico.....	110
4.13 Marketing Táctico	110
4.13.1 Estrategia de Precios	111
4.13.1.1 Estrategia de Precios de Introducción al Mercado	111
4.13.2 Estrategia de Publicidad.....	111
4.13.2.1 Realizar links en Internet.....	112
4.13.3 Benchmarking	112
4.14 Análisis de Estacionalidad y Precios	113
4.14.1 Método para la Fijación de Precios	113
4.14.1.1 Precio sobre el Costo más el Margen de Utilidad.....	114
4.14.2 Política General de Precios	114
4.14.3 Política de Fijación de Precios	115
4.14.4 Política de Descuentos.....	115
4.15 Estrategias del Producto	116
4.16 Actividades Clave.....	117
4.17 Estrategia de Plaza y Distribución.....	120
4.17.1 Niveles de Distribución.....	120
4.17.2 Medios de Distribución	121
4.18 Diseño del Local.....	121
4.19 Capacidad de Producción	122

4.20 Tecnología y Equipos Requeridos.....	122
4.21 Proveedores	123
4.21.1 Proveedores de Materia Prima.....	123
4.21.2 Proveedores de las Etiquetas.....	123
4.22 Requisitos para el funcionamiento de una empresa comercial en la ciudad de Guayaquil.....	124
CAPÍTULO 5 ESTUDIO FINANCIERO	126
5.1 Inversión Inicial.....	126
5.2 Financiamiento de la Inversión.....	126
5.3 De los Activos Fijos	130
5.4 Depreciación de los Activos Tangibles e Intangibles.....	131
5.5 Determinación de Costos	134
5.5.1 Costos de Producción	135
5.6 Presupuesto de Sueldos	141
5.7 Proyección de 5 Años	142
5.8 Conclusiones.....	147
BIBLIOGRAFÍA	150
ANEXOS	170

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.-La soya Glycinemax	171
FIGURA 2.- Ecuador no tiene suficiente cultivo de soya.....	171
FIGURA 3.-Mapa de zonificación agroecológica de soya 2013	172
FIGURA 4.-Datos sobre Guayaquil	173
FIGURA 5.-Presentación de la Hamburguesa de Soya	173
FIGURA 6.-Presentación de los Quipes de Soya.....	174
FIGURA 7.-Presentación de las Tortillas de Soya	174
FIGURA 8.-Diseño del Nombre de los Productos	175
FIGURA 9.-Publicación Mensual por Prensa Escrita	175
FIGURA 10.-Ubicación de la Microempresa	176
FIGURA 11.-Diseño de la Etiqueta	177

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.- Principales Causas de Mortalidad General Año 2012	178
TABLA 2.- Taxonomía de la Soya	178
TABLA 3.- Composición Química de la Soya	179
TABLA 4.- Superficie, Producción y Rendimiento de la Soya a Nivel Nacional	179
TABLA 5.- Comunidad Andina: Producción, Superficie y Rendimiento de los Principales Productos Agropecuarios, 2002 – 2011	180
TABLA 6.- Proyección de la Población Ecuatoriana por Años Calendario Según Cantones de la Provincia del Guayas. Años 2010-2014.....	183
TABLA 7.- Proyección de Población de la Provincia del Guayas, según Grupos De Edad, Año 2013	184
TABLA 8.- Segmentación del Mercado	185
TABLA 9.-Cálculo de la Variable n	59
TABLA 10.- Cálculo de la Muestra	60
TABLA 11.- Estimación de la Demanda	70
TABLA 12.-Competidores Directos	186
TABLA 13.-Descripción del Puesto de Gerente General.....	238
TABLA 14.- Descripción del Puesto de Jefe de Marketing y Publicidad.....	239
TABLA 15.-Descripción del Puesto de Jefe de Producción.....	240
TABLA 16.- Descripción del Puesto de Contador	241
TABLA 17.-Descripción del Puesto de Asistente Contable	242

TABLA 18.-Descripción del Puesto de Asistente Administrativo	243
TABLA 19.-Descripción del Puesto de Vendedor.....	244
TABLA 20.-Descripción del Puesto de Operario	245
TABLA 21.-Descripción del Puesto de Chofer	246
TABLA 22.-Descripción del Puesto de Conserje.....	247
TABLA 23.-Descripción del Puesto de Guardia	248
TABLA 24.-Información Nutricional de la Hamburguesa (solo carne) de Soya (70 gramos)	187
TABLA 25.- Maquinarias y Equipos a Incurrir	188
TABLA 26.-Principales Productos a Incurrir	188
TABLA 27.- Inversión Inicial del Proyecto	127
TABLA 28.- Modo de Financiamiento de la Inversión	128
TABLA 29.- Amortización del Capital	129
TABLA 30.- Activos Fijos de Ecuasoya S.A	131
TABLA 31.- Vida útil de los Activos Fijos de la Empresa Ecuasoya S.A	131
TABLA 32.- Cálculo de la Depreciación de los Activos Tangibles e Intangibles de la Compañía Ecuasoya S.A.	133
TABLA 33.- Principales Gastos y Costos a incurrir en el Proceso de Producción	136
TABLA 34.- Proyección de Ventas.....	137
TABLA 35.- Determinación del Punto de Equilibrio de la Compañía Ecuasoya S.A.	138

TABLA 36.- Estado de Situación Financiera de Ecuasoya S.A.....	139
TABLA 37.- Balance General de la Compañía Ecuasoya S.A	140
TABLA 38.-Presupuesto de Sueldos de la Mano de Obra de EcuasoyaS.A.....	141
TABLA 39.- Flujo de Caja Proyectado de Ecuasoya S.A.	143
TABLA 40.- Estado de Resultados Proyectado de Ecuasoya S.A(Mes)	144
TABLA 41.- Estado de Resultados Proyectado de Ecuasoya S.A(Año)	145
TABLA 42.- Evaluación Financiera de Ecuasoya S.A	146

INDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO 1- Producción de alimentos y productos agrícolas por región año 2011	217
GRÁFICO 2.-Los 20 países productores de soya más importantes en el año 2011	218
GRAFICO 3.- Exportaciones a nivel mundial año 2011	219
GRÁFICO 4.- Principales países exportadores por producto año 2011	220
GRÁFICO 5.-Importaciones por producto a nivel mundial año 2011 ..	221
GRÁFICO 6.-Importaciones de país por producto 2011	222
GRÁFICO 7.- Proceso de la Investigación de Mercados	223
GRÁFICO 8.-Técnicas implicadas en la definición y planteamiento del problema	223
GRÁFICO 9.- Género de la muestra	254
GRÁFICO 10.- Rango de edad de la muestra.....	255
GRÁFICO 11.-Ocupación de los encuestados.....	256
GRÁFICO 12.-¿Consume productos elaborados a base de soya?.....	257
GRÁFICO 13.-Qué productos a base de soya ha degustado?	258
GRÁFICO 14.-Frecuencia del consumo de soya	259
GRÁFICO 15.-Cuáles son las razones por la que Ud. Podría preferir consumir alimentos a base de soya?	260
GRÁFICO 16.-Le agradaría la idea de encontrar una nueva línea de productos a base de soya	261

GRÁFICO 17.-Rango de precios para la Hamburguesa	262
GRÁFICO 18.-Rango de precios para los Quipes.....	263
GRÁFICO 19.-Rango de precios para las Tortillas	263
GRÁFICO 20.-¿Cuál de los siguientes nombres le resulta atractivo para la presentación del producto?	264
GRÁFICO 21.-¿Dónde le gustaría adquirir los productos mencionados?	265
GRÁFICO 22.- Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter	224
GRÁFICO 23.- Organigrama de la Empresa.....	225
GRÁFICO 24.- Diagrama del Proceso Productivo de la Hamburguesa de Soya	226
GRÁFICO 25.- Diagrama del Proceso Productivo de los Quipes de Soya	227
GRÁFICO 26.- Diagrama del Proceso Productivo de las Tortillas de Soya	228
GRÁFICO 27.- Descripción de los Canales de Distribución.....	229
GRÁFICO 28.- Diseño de la Planta.....	230
GRÁFICO 29.- Capacidad de Producción.....	231
GRÁFICO 30.- Estado de Situación Financiera Ecuasoya S.A.....	167

RESUMEN EJECUTIVO

Ecuasoya S.A. surge más allá que una visión de ser una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales platillos rápidos tales como las Hamburguesas, Quipes y Tortillas a base de soya, en la ciudad de Guayaquil, realmente lo que se espera, es satisfacer una necesidad insatisfecha de nutrición y brindar alternativas saludables para mejorar los hábitos alimenticios mediante dichos sustitutos.

El presente proyecto se basa en satisfacer uno de los ocho objetivos del Milenio¹, relacionándolo con la presente investigación se ha considerado el objetivo número uno que consiste en erradicar la pobreza extrema y el hambre; y se concluye que la finalidad consiste en buscar mejoras para combatir la mala nutrición de hombres y mujeres y a la vez mejorar las condiciones de vida, promover la disminución del índice de personas con enfermedades causadas por la desnutrición que afectan no sólo al Ecuador sino a nivel mundial, según (Quezada,G. 2009)

Entre las características que se destacan de los productos que se están ofertando, con respecto a la elaboración, serán a base de proteína vegetal proveniente de la soya, 100% naturales, sin colorantes o aditivos cuya receta proviene de un legado familiar, que le da su extraordinario sabor, además de ser un producto nutritivo y sano, que se puede consumir como sustituto de carnes y grasas ; los mismos que son ideales para personas cuyo estilo de vida es agitado y no le prestan la debida

¹ El ODM hace un llamado a reducir a la mitad el hambre y la pobreza para el 2015, en relación con 1990). La meta final consiste en eliminar el hambre, la pobreza y la malnutrición, y preocuparse por la búsqueda de alternativas para combatir la desnutrición que priva a las naciones de adultos sanos y productivos por la baja cantidad de micronutrientes que no le permiten desempeñarse como se debe.

atención al momento de ingerir los alimentos o llevar un adecuado régimen alimenticio.

Mediante la propuesta de negocio se pretende conocer la incidencia del consumo de productos que aporten valores nutricionales a las personas a través de la soya, a su vez buscar su masificación por lo que se ha considerado aplicar el método de la investigación de mercados mixta porque provendrá de conocer la cantidad de soya, productos preferidos por los ciudadanos por lo que se consideró de mucha ayuda la investigación explicativa y descriptiva mediante métodos cuantitativos como la elaboración de cuestionarios de focus group y encuestas para conocer opiniones de los consumidores; así mismo interviene la investigación explicativa que se basa en estudios cualitativos como preguntas a expertos que servirán de apoyo en la presente investigación.

El tipo de enfoque en el marketing que se empleará serán a corto y a mediano plazo; a corto plazo se atacará al grupo objetivo directamente, mediante la comercialización de los empaques congelados a base de soya con contenido de 6 unidades, mientras que a mediano plazo se espera crear una relación de venta directa con los Supermercados, grandes mayoristas, así también para consumidores en general.

Se pretende demostrar las bondades de este leguminoso y como mejoraría la calidad de vida de las personas y del Ecuador al aumentar la producción, reducir las importaciones, y por ende aumentar la comercialización a través de una nueva línea de productos congelados a base de soya en el litoral.

El presente proyecto se encuentra dividido en 5 capítulos, de los cuales se detallan a continuación; en el primero se planteará el problema, la situación actual de la soya, así también como sus antecedentes de la soya; mientras que en el segundo se aportará información que servirá de respaldo tales como estudios concernientes de como la soya es benéfica contra enfermedades, en el tercer capítulo se desarrollará la investigación de mercados, herramienta de mucha ayuda cuando se desea conocer la factibilidad de un proyecto, en el cuarto se detallará acerca de la organización Ecuasoya S.A. , su estructura, valores, misión, visión y como actualmente está estructurada, finalmente en el quinto y último capítulo es estudio financiero de la presente inversión, su financiamiento, activos a incurrir así mismo depreciaciones, amortizaciones y demás gastos conforme la ley aplica , así también se presentarán sus balances financieros, flujo de capital, cálculo de la TIR, VAN , y análisis de sensibilidad.

ABSTRACT

Ecuasoya SA arises beyond a vision to be a company dedicated to the production and marketing of traditional fast food such as Burgers, Quipes and Tortillas of soy, in the city of Guayaquil, really what is expected, is to meet the unsatisfied demand in nutrition and provide healthy alternatives to improve eating habits through such substitutes.

This project relies on satisfying one of the eight Millennium Development Goals relating it to the present investigation has been regarded the number one target which is to eradicate extreme poverty and hunger, and it is concluded that the purpose involves looking improvements to combat malnutrition of men and women while improving the living conditions, promote reduction in the index of people with illnesses caused by malnutrition that affect not only Ecuador but also worldwide, according to (Quezada, G. 2009).

Among the outstanding features of the products that are being offered concerning to the production and manufacturing, it shall be based on from soy vegetable protein, 100% natural, with no dyes or additives whose recipe comes from a family legacy, which gives it its special flavor in addition to being a nutritious and wholesome product that can be consumed as a substitute for meat and greases, the same that are ideal for people whose lifestyle is agitated and for those who do not pay due attention for their alimentation or to carry an adequate food regime.

By this propose of business it is intended to determine the incidence of consumption of soy products that provide nutritional value for the persons and look for methods that allow it's commercialization, for what

has been considered in applying the method of mixed market research in order to know the amount of soy products preferred by the citizens in which the explanatory and descriptive research represent of much help; using quantitative methods such as developing questionnaires and focus group surveys to determine views of consumers, likewise the explanatory research based on qualitative studies as questions to experts who will provide support in the current investigation.

The type of approach in marketing to be used will be the short and medium term, in the short term the target group will be directly attacked through the marketing of frozen soy containing 6 units packaging, while the medium term is expected to create a direct sale to supermarkets, large retailers, and also for general consumers.

It aims to demonstrate the advantages of this legume and how improve the quality of life of individuals and the advantages for Ecuador at the increase of production reducing imports and therefore promotes the commercialization through a new line of frozen soy products.

This project is divided into 5 chapters , which are detailed below , in the first will be mentioned the problem, the current situation of soy , as well as its history of soybeans , while in the second information be provided to serve as a support such as studies concerning how soy is beneficial for diseases , in the third chapter marketing research consider as a helpful tool when you want to know the feasibility of a project , the fourth will be detailed on the organization Ecuasoya SA , it's structure , values, mission , vision, and how it is currently structured , finally in the fifth chapter it will contain the initial investment and it's financing, also the fix assets that will be needed as well it's depreciation, amortization and other expenses

available proposed by the law, the balance sheets , cash flow, the TIR, VAN and sensitivity analysis is also presented.

RESUMÉ

Ecuasoya SA surgit au-delà d'une vision d'être une entreprise dédiée à la production et la commercialisation de plats traditionnels comme des hamburgers rapides, Quipes et Tortillas du soja, vraiment le but est répondre à un besoin en nutrition non satisfait et proposer des alternatives saines afin d'améliorer des habitudes alimentaires dans la ville de Guayaquil.

Ce projet s'appuie à répondre d'un des huit Objectifs du Millénaire et l'on lié à le présent investigation avec le objectif numéro un qui consiste en réduire l'extrême pauvreté et la faim; et conclut que le but est de trouver des améliorations pour lutter contre la malnutrition des hommes et des femmes tout en améliorant les conditions de vie, promouvoir la diminution du taux de personnes atteintes de maladies dues à la malnutrition qui touchent non seulement au niveau d' Equateur sinon le monde entier, selon (Quezada, G. 2009)

Parmi les caractéristiques remarquables des produits qui sont offertés, en ce qui concerne l'élaboration, ils seront basée sur les protéines végétales du soja, 100% naturel, sans colorants ni additifs dont la recette proviennent d'un héritage familial, avec un saveur particulière, en plus d'être un produit nutritif et sain qui peut être consommée comme un substitut de viande et de graisse; celui-ci qui sont idéales pour les personnes dont le mode de vie est agitée et ne paient pas l'attention voulue à l'heure de prendre un régime d'alimentation adéquat.

Sur proposition d'entreprise est de déterminer l'incidence de la consommation du produits qui offrent une valeur nutritionnelle pour les personnes grâce au soja , et intensifier sa commercialisation, pour cet raison s'a

été envisagé d'appliquer la méthode de recherche du marché mixte qui viennent de connaître la quantité du soja, préféré par les citoyens qui était considéré comme la recherche explicative et descriptive très utile en utilisant des méthodes quantitatives qui consiste en l'élaboration de questionnaires et d'enquêtes des groupes de discussion pour les examens de produits de consommation; la recherche explicative également concerné repose sur des études qualitatives que des questions à des experts qui soutiendront dans cette enquête.

Le type d'approche de marketing qui sera utilisé dans le court et moyen terme; dans le groupe à court terme attaque directement au clients à travers la commercialisation des congelés du soja contenant 6 unités d'emballage, tandis que le moyen terme devrait permettre de créer une vente directe aux supermarchés, les grands détaillants, et aussi pour les consommateurs en général.

Il vise à démontrer les avantages de cette légumineuse que d'améliorer la qualité de vie des personnes dans l'Equateur pour augmenter sa production, réduire les importations, et donc d'augmenter la commercialisation grâce à une nouvelle ligne du congelé de soja.

Ce projet est divisé en cinq chapitres, qui sont détaillés ci-dessous; dans le premier se posera, la situation actuelle de soja, ainsi que son histoire; tandis que le second fournira des informations qui ne sauvegarde telles que les études concernant la manière dont le soja est bénéfique pour les maladies, dans le troisième chapitre de l'outil de recherche de marché sera développé beaucoup d'aide pour connaître la faisabilité d'un projet, détail dans la salle sur l'organisation Ecuasoya SA , De structure, les valeurs, la mission, la vision et dans sa structure actuelle, enfin, dans le cinquième et dernier chapitre de cette

étude investissement financier, le financement, les actifs et encourt les mêmes dotations aux amortissements et autres dépenses en vertu de la Loi s'applique, leurs bilans, les flux de trésorerie, le calcul de la TRI, VAN et l'analyse de sensibilité sont également présentées.

INTRODUCCIÓN

Considerando que Guayaquil es una ciudad con una gran variedad gastronómica, donde la tendencia de alimentación no es la más adecuada se encuentran los puestos de comidas rápidas con altos contenidos de frituras, grasas, aceites, que muchas veces son preferidas por personas cuyo estilo de vida es cada vez más activo y la falta de tiempo impiden cuidar la salud causado por el estrés laboral; surge la idea de negocio de incentivar al consumo de alimentos proteicos beneficios para el organismo.

El proyecto se enfoca en la producción y comercialización de productos tales como hamburguesas, quipes de trigo, tortillas etc. elaboradas a base de carne de soya. Esto permitirá sustituir parcialmente los cárnicos, materia prima principal que muchas veces son prohibidas por nutricionistas, al ser alimentos libres de grasa.

Los productos van dirigidos hacia el mercado en general; que conforme avanza el tiempo, se notan los constantes cambios que han surgido en cuanto a nutrición en el país, con incentivos por parte del Presidente de la República que junto a otros organismos velan por la salud y mejorar las condiciones de vida de los ecuatorianos.

La ayuda del gobierno incluye en el Plan Nacional del buen vivir, el cual se enfoca en mejorar la calidad de vida de la población ; mediante pequeños programas que incentiven a las microempresas, a ofrecer productos orgánicos y ricos en proteínas con aportes nutricionales en cuanto a la salud, con valores agregados para la ciudadanía.

Hoy en día, los hábitos alimenticios han cambiado, al igual que las exigencias por parte de los consumidores que cada vez son más complejas en cuanto a la ingesta de alimentos que provean beneficios para la salud sin sacrificar el sabor tradicional.

El objetivo del actual proyecto es conocer la incidencia y viabilidad técnica al posicionar una microempresa productora y comercializadora de derivados de soya, dando a conocer las bondades de este cereal en Guayaquil. (Fenalce, 2010), dio a conocer mediante un estudio de la historia e importancia de las bondades de esta planta, concluyendo lo siguiente, la soya o soja como es conocida en otras partes del mundo, formando parte del grupo de las legumbres la misma que tiene su origen en Japón, China, Corea, desde los tiempos en los que se levantó la Muralla China, en donde su principal uso fue suplir alimentos que entraban a periodos de escasez por épocas y cambio de clima, crece en zonas templadas y se han diseminado por casi todo el mundo, en la actualidad Estados Unidos es el país que está liderando la producción mundial de soya.

La alimentación juega un rol muy importante en la vida de las personas, para aquellos que practican deportes la proteína de soya juega un rol importante, ayuda a la formación de los músculos, así mismo para las personas cuyo estilo de vida es agitado; la alimentación debe ser lo primero a considerar, puesto que de ello depende su rendimiento diario. Se puede percatar que ciertos funcionarios, o empleados al ingerir alimentos de poco valor nutricional, tienden a rendir menos, la falta de interés, suelen despistarse con rapidez, se agitan con facilidad, entre otros.

El Ecuador necesita explotar al máximo este cereal, de esa manera disminuir los índices de mortalidad, la mala nutrición y enfermedades crónicas, e ir por la búsqueda de alimentos que cumplan

con los objetivos planteados del buen vivir. Se debe considerar que “a nivel nacional Los Ríos es la primera en la producción de soya. Siendo la provincia más privilegiada desde el punto de vista agrícola.” Según la página web de (Explored, 1999)

Por lo tanto, la intención de la presente investigación pretende conocer la factibilidad para posicionar una microempresa en especialidad a la elaboración de comidas rápidas y sobretodo sanas en la ciudad; considerando los beneficios que acarrearía para los guayaquileños, al brindarles alternativas saludables para la salud.

CAPITULO 1

“SITUACIÓN ACTUAL DE LA SOYA.”

1.1 Formulación Y Sistematización Del Problema De Investigación.

Se considera la situación actual de la soya en el Ecuador, la misma que tiende a ser limitada y su principal uso como derivado es la sustitución de los cárnicos, sin considerar las demás bondades que la caracterizan.

La poca demanda, la falta de conocimiento en cuanto a los valores nutricionales de la soya son factores a considerar, entre otras observaciones que promuevan fomentar la nutrición y brindar alternativas saludables con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los guayasenses, aprovechando los recursos que caracterizan al país, con un clima que favorece el cultivo de soya, sin necesidad de incurrir a importaciones, generando nuevas oportunidades para mejorar la economía del país y de esta manera explotar la producción de soya.

Las mismas que permiten la formulación de las siguientes preguntas.

1.1.2 Sistematización Del Problema

¿Cómo introducir al mercado local un nuevo concepto en comidas rápidas a base de carne de soya precocidas?

¿De qué manera la ingesta de productos con altos contenidos de grasa saturada afecta la salud humana?

¿Qué cambios se han generado en la alimentación de las personas que consumen alimentos a base de soya?

¿Qué factores han influido en la forma de alimentación de las personas?

Así mismo el problema se lo pretende solucionar mediante interrogantes como:

¿De qué manera incidiría un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de comidas precocidas a base de carne de soya en la comunidad guayaquileña?

- Si los clientes conocieran los beneficios de los productos elaborados a base de soya estarían dispuestos a consumirlos.
- Con la implementación de una campaña publicitaria, se podría posicionar el consumo de alimentos congelados a base de soya en el mercado guayaquileño.

De esta forma se pretende:

Lograr una participación positiva en el mercado y a su vez

mejorar y fomentar nuevos hábitos alimenticios, que permitan incrementar la capacidad productiva del consumo de soya en la ciudad de Guayaquil.

Considerar la herramienta de publicidad para fomentar el consumo de soya, dado que el consumidor posee poco conocimiento acerca de las bondades nutritivas de esta leguminosa.

Mejorar e intensificar el cultivo de soya en el Ecuador ya que tiende a ser limitado, por lo que afecta su masificación y variedad de productos en el mercado sojero.

El posicionamiento de productos tradicionales como lo son las hamburguesas, quipes, tortillas mediante la propuesta de creación de una microempresa productora y comercializadora de alimentos congelados a base de soya.

1.2 Planteamiento Del Problema

De acuerdo a Andrade, Valdemar (s.f.), "Ecuador en los últimos 50 años se ha desarrollado una floreciente industria en torno al aprovechamiento de cultivos herbáceos oleaginosos y leñosos, mismos que comprenden un conjunto variado de especies vegetales de diferentes familias."

Considerando la variedad de productos que se pueden obtener de este cereal, la falta de conocimiento por parte de los consumidores sobre los grandes aportes nutricionales y beneficios que la soya trae consigo, resulta un problema que influye en la alimentación.

En la actualidad, el consumo de alimentos bajos en grasas, sin azúcares, colorantes y demás añadiduras perjudiciales para la salud se encuentra en su máxima acogida. La tendencia por preocuparse a la

hora de alimentarse influye en la demanda insatisfecha, que da acogida a nuevas ideas de emprendimiento.

Los precios elevados en los productos derivados de la soya y los productos que son bajos en calorías que se expenden en el supermercado dan apertura al consumo de productos alternos perjudiciales que indirectamente afectan contra la salud.

Inclusive la falta de promoción afecta en la diversificación del consumo de soya, puesto que no se le da la debida importancia con respecto a las bondades que este cereal trae consigo. Siendo de bajo costo y de múltiples usos resultando beneficiosa la producción de la misma. A través de la soya se pueden ofertar diversos alimentos ya sean en bebidas, repostería como tortas, cakes, tortillas ; al igual que se la utiliza para la elaboración de carnes las mismas que pueden variar entre platillos fuertes o platos a la carta, al igual que bocadillos como hamburguesas, quipes, chorizos de soya, entre otros. Y lo más importante se caracterizan por ser comidas tradicionales del país, que pueden ser consumidas sin restricción alguna por los valores nutricionales de los mismos.

Muchos son los lugares dedicados a ofertar comida estadounidense, libanesa, y demás culturas que caracterizan a cada país, pero pocos son los sitios en donde se disponen de deliciosos apetitivos añadiéndoles el toque tradicional sin dejar a un lado los aportes nutritivos al momento de ser expuestos al público en especial la ciudad de Guayaquil.

En el país, la demanda de soya tiende a ser baja, esto se debe a la disminución del área de siembra siendo actualmente de 30000 hectáreas, además por la aparición de plantaciones de maíz, palma

africana y cacao que generan mayor ingreso comparando con el cultivo de soya. Cómo se indica en el diario (Diario El Comercio, 2012).

También se considera la mala alimentación como un problema que afecta a los ecuatorianos. Según Hugalde , Eduardo (2012,12,10) las consecuencias que ocasiona que se generan al no llevar una dieta balanceada no solo se debe a la ingesta de comida chatarra, sino también cuando se come en pocas cantidades , puesto que no se ingieren los debidos nutrientes que se necesita. Otro punto que afecta es comer a deshoras o entre largos períodos sin haber probado algún apetitivo por lo menos. La buena dieta alimenticia no se basa en consumir menos comida, sino consumir alimentos sanos y libres de grasa, con vitaminas, fósforo, calcio.

Mientras que en otro blog por parte del Doctor Herbalife (2009, 12,05), plantean los beneficios al consumir soya en una dieta diaria, mediante registros de otros países indican como la soya actúa como antibiótico en países como China, Egipto y Mesopotamia, era usada para tratar heridas, reducir la hinchazón. Al igual que actúa como agente protector de enfermedades como lo es el cáncer de mama y próstata, ayuda a reducir el riesgo de padecer enfermedades del corazón, y controla la diabetes, ayuda a reducir los síntomas de la menopausia , ayuda a combatir la osteoporosis y actúa como un alimento sustitutivo de los intolerantes a la lactosa.

A partir de la precedente intervención, surge la propuesta de negocio con la intención de predecir el nivel de percepción de los clientes hacia el producto que se ofrece, los mismos que forman parte del día a día de los ecuatorianos especialmente de los guayaquileños, los mismos que se convirtieron en una alternativa bastante popular

cuando de comida rápida se trata con alto contenido de nutrientes, proteínas que el organismo requiere.

Se debe tener en cuenta que “la soja constituye un tesoro nutritivo. Entre los numerosos trastornos que esta planta contribuye a aliviar, según investigaciones más recientes, cabe citar las enfermedades del corazón, diversos tipos de cáncer, la menopausia, la osteoporosis, la diabetes y colesterol.” De acuerdo a la autora Dillman, Erika (2003).

1.3 Justificación Del Problema A Intervenir

Mediante esta idea de negocio se pretende dar a conocer las bondades de la soja mediante una profunda investigación que permita demostrar la factibilidad del posicionamiento de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de comidas prefabricadas a base de carne de soja, tales como hamburguesas, quipes, tortillas.

Este proyecto está enfocado en satisfacer una necesidad enfocándose primordialmente en la salud de los guayaquileños, ofreciendo una nueva alternativa para mejorar los hábitos alimenticios, y cambiar la idea distorsionada actual, que todo puesto de comida rápida ofrece varios productos con bajos aportes nutricionales y como es notorio en nuestra ciudad no contamos con restaurantes dedicados a ofrecer alimentos que carezcan de proteína animal.

Por el momento, la comida saludable tiene muy buena acogida, el crecimiento del mercado vegetariano está inmerso en constante auge debido a las exigencias de los consumidores por mejorar su estilo de vida y su alimentación. A la vez pronosticar el proceso de implementación e introducción al mercado de un plato que es distintivo

de la cultura estadounidense como lo es la hamburguesa, y los tradicionales quipes de procedencia de la cultura libanesa, aportando grandes contenidos proteicos saludables mediante el reemplazo de la proteína animal (carne de res o cordero) por soya.

Los productos se caracterizan por ser de masiva diversificación, de diferentes tipos y combinaciones, ya que a partir de esta leguminosa se pueden obtener varios derivados, seguir las tendencias americanas se ha vuelto una costumbre de los consumidores guayaquileños, resultando una ventaja al adaptar productos con la misma composición de ingredientes pero añadiéndole el toque nutricional que es reemplazar la carne de res utilizada en la hamburguesa, y la carne picada con lo que respecta en los quipes por carne a base de soya con 0% de grasas saturadas.

Según los expertos del Instituto de Estudios Salud Natural de Chile IESN (2001), hay dos características que hacen de la soya el producto de consumo en medio de la crisis; la primera a considerar es que es más nutritiva que la carne, el pescado, la leche, los huevos, y además es nutriente, calmante, mineralizante, vitaminizante, energética y tónica, a partir de ella se elaboran un sin fin de productos como, hamburguesas, queso, leche, harinas, texturizada, etc.

Entre las bondades que caracterizan a la soya, según un blog creado por Pasantías Atom (2013, 13,07), menciona que por el alto contenido de calcio es ideal para prevenir enfermedades como la osteoporosis, y se caracteriza por ser el sustituto vegetal con todos los nutrientes necesarios, al ser un potente eliminador del colesterol y triglicéridos.

Así mismo se menciona que la soya no sólo ayuda a la prevención de las enfermedades antes mencionadas, sino hacen

mención en una bondad que resulta atractiva para la mayoría de mujeres que se preocupan por el cuidado de su aspecto físico, es decir con lo que respecta al cuidado de la piel, la soya, por su alto contenido en isoflavonas evita el envejecimiento prematuro de la piel mediante la hidratación continua de la misma, a la vez produce colágeno y actúa como antioxidante y combate el acné.

Con lo que concierne a los valores nutricionales de los ingredientes a base de soya, se puede acotar que la misma es conocida en otras partes del mundo, formando parte del grupo de las legumbres la misma que tiene su origen en Japón, China, Corea desde los tiempos en los que se levantó la Muralla China, en donde su principal uso fue suplir alimentos que se encontraban en periodos de escasez por épocas y cambio de clima, crece en zonas templadas y se han diseminado por casi todo el mundo, en la actualidad en América Latina la producción de soya se encuentra alrededor del 34%, liderando el hemisferio Americano con alrededor del 80% de producción a nivel mundial. Pero no se compara con los países asiáticos como China y Japón que son los pioneros en el consumo de soya con cifras anuales entre los 12 y 5 millones de toneladas respectivamente como lo indican los autores Newman, Adollys et al (2007).(Pág 2)

En la actualidad y según la tendencia, en Ecuador se ha ido cambiando poco a poco los malos hábitos alimenticios, haciendo méritos al mercado vegetariano por su constante aumento es por ello que se ha pensado en una nueva forma de seguir y apoyar la idea actual en los consumidores, al preferir alimentos de buen sabor e igual equivalencia de proteínas manteniendo sus firmes creencias, formando parte de un nicho de mercado representativo para el consumo de productos como lo son las hamburguesas, quipes y tortillas a base de soya.

El impacto social del proyecto está directamente relacionado con la generación de empleo mediante la factibilidad de posicionar una microempresa cuyo fin consiste en la elaboración y comercialización de los productos mencionados, al requerir la materia prima principal como lo es la soya, la misma que será proveniente de agricultores y se requerirá de personal dedicado a la distribución de los mismos a los diferentes abastecimientos, y / o locales de la ciudad generando nuevas plazas del trabajo, al incrementar los pedidos para cubrir la demanda local.

1.4 Formulación De Objetivos

Hernández S., Roberto & Fernández C, Carlos & Babtista L. Pilar (1997). Consideran la definición de los objetivos un punto muy importante a considerar puesto que con ellos se determina “lo que pretende la investigación”, conocer la intención de la investigación; así mismo se los puede interpretar como los resultados que la empresa desea lograr, es decir en base a los objetivos planteados, el microempresario puede predecir o planear las actividades que desea realizar, y a la vez evaluar las necesidades que se puedan presentar en la empresa.

Gracias a la previa intervención, se puede expresar que el objetivo general de la presente investigación es:

Objetivo General

Demostrar la viabilidad de la propuesta para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de alimentos derivados a base de carne de soya como alternativa saludable para la comunidad guayaquileña.

Objetivos Específicos

- Demostrar que la presente propuesta de posicionar una microempresa dedicada a la comercialización y producción de derivados de soya en la ciudad de Guayaquil generará una participación positiva en cuanto al mercado y a su vez fundamentando los conocimientos acerca de los beneficios provenientes de la soya mediante la investigación técnica y avanzada para la obtención de información.

- Demostrar la rentabilidad que se generaría al posicionar una microempresa dedicada a ofertar productos alternativos sustitutos de la carne de res (origen animal) por la carne de soya (origen vegetal), hamburguesas, quipes y tortillas, para mejorar la calidad de vida.
- Demostrar la existencia de un mercado que no se encuentra debidamente desarrollado por la falta de publicidad a través de la técnica de la encuesta.
- Demostrar la aceptación del producto por parte de los clientes, en el mercado objetivo seleccionado.

1.5 Antecedentes

1.5.1 Historia de la soya

De acuerdo al Comité Nacional Sistema Producto Oleaginosas (2012)“Las plantas oleaginosas constituyen uno de los grandes grupos de cultivos de mayor producción, investigación, experimentación y comercialización mundial; precisamente por ser plantas útiles, cuyas semillas, granos o frutos tienen un alto porcentaje de ácidos grasos y proteínas de alta calidad.”

La soya se caracteriza por ser una semilla útil, por los beneficios y virtudes que ofrece. Así mismo el Comité de Oleaginosas (2005), señala que la soya es originaria del este asiático, probablemente del norte y centro de China, es considerada uno de los cultivos más importantes, cuya producción aumenta a grandes pasos en el mundo de mayor importancia en el mundo, tanto por los volúmenes comercializados como la semilla, así también por los importantes subproductos que se obtienen a partir de esta los que forman parte de

una larga serie de cadenas agroindustriales que contribuyen significativamente a la nutrición humana en general, tanto por las calorías como por las proteínas que aporta.

Desde hace más de cuatro mil años, el fréjol de soya ha sido utilizado en la alimentación humana, esta planta oriunda de las regiones subtropicales cuyas características según la autora es una planta herbácea de primavera-verano que comprende una altura de 20 centímetros a 2 metros, sus hojas son trifoliadas con hasta 4 folíolos por hoja, presenta muchos pelos en todas partes su fruto es una vaina que se forma y crece en las axilas de las hojas y puede contener hasta 5 semillas de soya, posee un color gris y marrón que cubre vainas, tallos y hojas. De acuerdo a Martínez, I. (2010), (P.26).

La soya se caracteriza por ser uno de los alimentos más completos en la escala nutricional, esta planta contienen cerca del 40% de proteínas y 20% de aceite, lo que equivale en proteínas que se obtienen de la carne de res y huevos, a la vez suministra vitaminas del grupo A, B, D, E y F. Esta semilla perteneciente a la familia de las fabáceas se ha convertido en el ingrediente principal para dieta diaria de varias personas, e inclusive en un sustituto de la carne. Benítez, J. (2008). (Obsérvese figura 1)

En un estudio sobre los usos medicinales para los compuestos de soya, Peabody, E. K. (2006), indica que hay una buena razón para el aumento reciente en el consumo de soya. A pesar que para ciertas personas el exterior de la semilla les parece aburrido o muchas veces por el sabor no les llama la atención, desconocen que dentro de la semilla hay docenas de sustancias químicas muy saludables que resultan ser muy valiosas a la salud humana sobre todo son muy favorables para mejorar las fluctuaciones hormonales en las mujeres

posmenopáusicas y el consumo de este cereal en derivados puede actuar como un agente que previene el cáncer.

A la soya se la considera como la reina de todos los vegetales; está compuesta por aminoácidos y ácidos grasos (no saturados), “A los alimentos que contienen los 10 aminoácidos esenciales se los denomina completo o de alto valor biológico y son: la carne, los huevos, la leche, el trigo integral, las nueces y la soya. Carreño, J. & Castillo, M. & Olives L. (2011, P.36).

Además los autores, explican los beneficios esenciales y composición de esta leguminosa, siendo las proteínas que se encuentran en el grano de gran ayuda para los procesos de crecimiento en caso de mujeres en período de gestación y lactancia.

Según la autora. Adicionalmente con su consumo se puede disminuir los niveles de:

- ✓ Colesterol y triglicéridos
- ✓ Tratamiento de riñones afectados
- ✓ Trastornos cardiovasculares
- ✓ Prevenir la osteoporosis ya que aporta calcio en los huesos
- ✓ Actúa como sustituto del estrógeno durante la menopausia
- ✓ Actúa como efecto preventivo de ciertos tumores como el de seno, próstata y el colon.

1.6 Contribución Potencial Del Estudio

La intención de esta propuesta de negocio considera:

1.- Introducir en el mercado Guayaquileño una alternativa saludable que está al alcance de todos los guayaquileños mediante productos precocidos a base de carne de soya, sin perder el sabor tradicional de los pasabocas típicos de la ciudad. Y a la vez eliminar la comida chatarra que se expende en locales, carretillas, bares de Guayaquil.

2.- Impulsar el consumo y producción de soya en la ciudad de Guayaquil, a través de la creación de una microempresa la misma que apoyará con la salud y alimentación de los habitantes, factores principales a considerar.

3.- La intención del presente proyecto es generar fuentes de empleo que permitan a los ecuatorianos desenvolverse de una mejor manera, mejorar la economía del sector agroindustrial y a la vez a mejorar en forma sustantiva la producción nacional.

4.- Incentivar la nutrición para mejorar la calidad de vida de los guayaquileños mediante un producto económico, que permita disminuir enfermedades cardíacas, digestivas, y hasta evitar ciertos tipos de cáncer entre otras, garantizando el cumplimiento que ha priorizado el Gobierno, que busca mejorar la calidad de vida de los y las Ecuatorianas, mediante alimentos sanos que mejoren el estilo de vida de la población.

5.- Contribuir con alternativas que permitan mejorar el estilo de vida y rendimiento de los ecuatorianos, puesto que la alimentación influye directamente en nuestra capacidad de rendimiento.

CAPÍTULO 2

“ESTUDIOS CONCERNIENTES A LA SOYA.”

2.1 Marco Referencial

Se ha tomado en cuenta opiniones provenientes de varios autores con respecto a estudios relacionados sobre la soya, y cómo influye en la alimentación y nutrición humana; por lo que se detallará en la presente investigación las maravillas que caracterizan a esta leguminosa cultivada en litoral ecuatoriano, perteneciendo al grupo de las legumbres, y cereales cuyo cultivo se debe a mejorar la alimentación humana desde tiempos pasados por sus bondades. Según el catedrático (Sanz Pérez, Bernabé 2007).(Pág 12).

(Herrera C.,E. & Jiménez, F., R.2007) mencionan que la soya posee isoflavonas, las mismas actúan como factores protectores de enfermedades cardiovasculares; “tras la menopausia se produce en la mujer un importante incremento del riesgo de padecer enfermedad cardiovascular.”

2.1.1 La Soya Ayuda a Prevenir Síntomas de la Menopausia

En un artículo publicado por (Univisión Salud, 2012) indican que la soya es efectiva para combatir los bochornos de la menopausia. La soya resulta ser un elemento de controversia para ciertos investigadores, razón por la cual se procedió a realizar un estudio por los investigadores de la Universidad de Delaware como se lo puede apreciar en el siguiente texto.

Los estudios que se realizaron cuyo objetivo fue de demostrar la importancia del consumo de soya con moderación en mujeres que se encuentran en la etapa de la menopausia, llevado a cabo por la Dra. Melissa Melby, en su calidad de directora del estudio junto a su equipo de trabajo, efectuaron un metaanálisis con un equivalente a 19 estudios; con la conclusión siguiente:

El estudio realizado resultó positivo, no obstante la doctora concluyó que el consumo de soya debe ser moderado, al menos dos porciones de soya o sus derivados al día evitaría los malestares que acarrea la menopausia en un 26 por ciento aproximadamente. Y a la vez aporta vitaminas y nutrientes que son indispensables en dicha etapa. La misma justifica el efecto positivo del consumo puesto que los beneficios se deben a que la soya es rica en isoflavonas, un compuesto cuyas cualidades son similares a las del estrógeno.

Hernández, Rebeca (s.f.) mediante un artículo en línea perteneciente a *saborysalud.com*, menciona 10 estrategias que ayudan a prevenir esta etapa natural de la vida. Indica que “Cualesquiera que sean los síntomas, siempre hay estrategias nutricionales que le pueden ayudar a manejarlos y a hacer la transición de la menopausia un poco más llevadera.”

La especialista en nutrición sugiere a sus pacientes e inclusive cita como primer punto “Consumir más soya”. China es el país donde el consumo de soya es elevado, y hace una comparación, las mujeres asiáticas tienen un impacto moderado en los síntomas asociados de la menopausia que comúnmente se presentan en relación a las mujeres occidentales.

En conclusión, según lo expuesto con anterioridad, se debe tener presente que todo exceso tiene una consecuencia, lo que pretende

mediante esta intervención es fomentar el consumo de soya, ya que al integrar en la dieta alimenticia, en el caso de las mujeres indirectamente se está contribuyendo a reducir el riesgo de padecer síntomas a causa de la menopausia, sin saber que esta actúa como medicina natural, sin necesidad de recurrir a pastillas o tratamientos de alto costo. La solución está en llevar un consumo moderado de este cereal, como lo recomienda la doctora, 2 porciones acompañada de una dieta balanceada y rica en proteínas y vitaminas ya que el organismo conforme avanza el tiempo necesita de más cuidado, por el mismo hecho de que se hacen propensos a ciertas enfermedades.

2.1.2 Soya y Enfermedades Cardiovasculares

La soya, es un alimento milagroso, entre otro de los beneficios que aporta es reducir el riesgo de enfermedades cardíacas, a continuación se presenta estudios basados en artículos que expresan como se puede prevenir mediante su consumo balanceado de cereales sanos y nutritivos que se encuentran en esta oleaginosa.

El *diario Universo* (2014), mediante una publicación expresa que la *“hipertensión arterial es una de las enfermedades que se ubica entre una de las principales causa de mortalidad de los ecuatorianos”*.

La principal razón de padecer hipertensión arterial, o presión alta se debe a la mala alimentación, es decir al consumo excesivo de grasas, azúcar y sal, que no debe ser superior al indicador normal que debe ser menor a 150 miligramos por decilitro de sangre.

Según estadísticas provenientes del INEC (2012), se registraron 5.365 muertes a causa de la hipertensión; convirtiéndose en la principal causa de mortalidad de los ecuatorianos con un porcentaje del 8,45% y

una tasa de mortalidad de 34,57. Siendo la población total estimada para el año 2012 de 15.520973 habitantes, con un total de defunciones registradas de 63.511. (Obsérvese tabla 1).

En un portal web de *alimentación.org.ar* (s.f.) mediante un artículo en línea mencionan que:

“Las enfermedades cardiovasculares son responsables de aproximadamente el 20% de las muertes en todo el mundo. Numerosos estudios ponen de manifiesto la preocupación por la búsqueda de alimentos sanos y ricos en componentes activos con la capacidad para prevenir y controlar las enfermedades.”

La soja y sus derivados son alimentos funcionales, que ofrecen beneficios para la salud más allá de la nutrición y por aportar al organismo proteínas de buena calidad. Está compuesta por ácidos grasos poliinsaturados y compuestos fitoquímicos como isoflavonas, saponinas, fitatos, entre otros. Así mismo ofrece una fuente de minerales como el cobre, hierro, fósforo, potasio, magnesio, manganeso y vitaminas del complejo B.

(Torres, Nimbe & Tovar Palacio, A. 2009) mencionan que La Food and Drug Administration FDA en el año 1999, en la ciudad de México, se realizó un estudio por el cual demostraron que el consumo de 25 gramos de proteína de soja equivalentes a 60 gramos de harina de soja al día, reduce el colesterol total, es decir reduce el riesgo de sufrir enfermedades que afectan al corazón como el infarto, la trombosis y aterosclerosis y aumenta los niveles de HDL en sangre. (Párr. 19)

Otro efecto positivo por su contenido en isoflavonas, los mismos que ayudan a mejorar y regular la presión sanguínea, es decir previene

de sufrir un ataque cardíaco o derrame cerebral, en otras palabras la soya actúa como agente protector de enfermedades coronarias, diabetes y obesidad.

Por lo tanto, la nutrición no debe ser considerada una ciencia, se debe enfocar en que todo depende del grado de importancia que se le da al organismo, considerando que en base a una buena alimentación, y además incorporando un nuevo estilo de vida y una dieta equilibrada se prevendrá de enfermedades como las citadas anteriormente. Como lo explica la autora (Biloni, Melanie 2010) (Pág. 21).

Las causas más común de muerte que afectan a mujeres españolas son las enfermedades al corazón o cardiovasculares, hipertensión arterial ,cuya causa principal se debe a la ingesta de alimentos basada en grasas, proteínas de origen animal que aumentan la concentración sanguínea de colesterol, que cada vez afecta a mujeres que se encuentran en el periodo de la menopausia. Lo que el (Instituto Tomas Pascual s.f.) recomienda es llevar una dieta equilibrada, sustituir proteínas animales por proteínas de la soja, con alimentos que aporten beneficios a la salud, de esa manera mejorar el perfil lipídico, controlar el peso y por ende reducir el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares.

Por lo tanto en conclusión, los alimentos a base de soya se utilizaron desde el año 70 para incentivar su consumo en la población y de esa manera brindar alimentos con nutrientes que mejore la calidad de vida de las personas, en la actualidad se pueden apreciar y degustar los diferentes platos o aperitivos que se comercializan en base a este cereal, e inclusive como el gobierno incluye en su Plan Nacional alimentos que reduzcan el índice de mala nutrición. De acuerdo a (Torres, Nimbe & Tovar Palacio, A. 2009)

2.1.3 Soya Benéfica Contra el Cáncer de Mama

Invent_mariana (2010, 11 de Octubre), indica mediante un artículo en línea:

La dieta juega un rol muy importante dentro de los factores que aumentan o disminuyen la probabilidad de padecer cáncer. Dentro de ciertas teorías se dice que los tumores de seno aparecen debido a los bajos niveles de la hormona del estrógeno indispensable para el desarrollo de la glándula mamaria, la misma se encuentra en alimentos como la leche, yogurt o hasta el tofu o queso de soya de acuerdo a una reciente investigación de la *Revista Time*.

Así mismo la autora explica que la cultura oriental presenta una tasa de padecimientos de cáncer de mama y próstata menor en relación a la población de occidente. La investigadora del Instituto de Neurobiología de la UNAM Dra. Carmen Aceves, indica que la alimentación juega un papel importante en la incidencia y progresión del cáncer”

La soya contiene estrógeno, lo que su consumo resulta favorable en mujeres que padecen o no cáncer de mama, con sustancias activas parecidas a los estrógenos con la diferencia que son de origen vegetal, los mismos que protegen la próstata y la mama del cáncer, indicó la investigadora.

Se realizó un estudio a más de 5 mil mujeres en China, dividiéndolas en dos grupos, las que padecían cáncer y las que no; por un lado un grupo con altos consumos de soya y el otro en menos cantidades. Después de 4 años los resultados reportan que después del diagnóstico, quiénes conformaban el primer grupo tuvo una disminución de 8% de riesgo de

padecer cáncer, mientras que el otro grupo obtuvo un riesgo mayor de padecer cáncer del 11.2%.

Por lo tanto, la soya resulta una buena opción para mujeres por sus valores nutricionales que brinda, la misma no debe ser considerada sólo como una nueva forma de alimentación, sino como la medicina natural para sanar enfermedades, acompañada de un ejercicio físico como caminar, aeróbicos resultan ser las mejores formas de disminuir el riesgo de sufrir enfermedades que afecten al corazón.

2.1.4 Otros Estudios Referentes

Garzón Albarracín, Vitaliano. (2010), indica que el frijol de soya se considera como una materia prima valiosa para la utilización en la industria por su alto contenido de grasas (18 a 20%) y proteínas (37 a 38%), destacándose la extracción de aceites y la formulación de alimentos balanceados para animales.

Con respecto a los valores nutricionales de este vegetal, cada producto proveniente de la soya entiéndase granos, jugo, aceite son diferentes, siendo la soya cruda la más completa y rica en proteínas, y a la vez considerada el vegetal con los 9 aminoácidos esenciales, que aporta hierro, y ácido fólico esenciales para el organismo. (De Bravo, Elizabeth 2005) Pág. 59

La soya ha sido dividida en dos fracciones, “un aceite crudo que puede transformarse en aceite de cocina, materia grasa, platos salados, lecitina y margarina y, una fracción proteica que se transforma en aislado, concentrado y alargadores de carne texturizados y análogos.” (Genta, M. L. et Álvarez, N. 2006). Pág. 5.

2.1.5 Ecuador no tiene suficiente cultivo de soya

En una publicación por parte del Diario Hoy (2009, 09 de Noviembre) se indica lo siguiente:

“La soya que se consume en el Ecuador es, en su mayoría, importada debido a los escasos cultivos que existen en el país y a localidad de la semilla nacional.”(Obsérvese figura 2)

En el Ecuador se desarrolló una nueva variedad de soya por El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) a través de su Programa Nacional de Leguminosas y Granos Andinos la misma fue entregada a los agricultores el 18 de noviembre.

INIAP 308 es la nueva variedad de soya que se entregó en el litoral ecuatoriano, la consideran como “una semilla de mayor calidad y resistencia”. La misma que contará con un potencial de rendimiento superior a los 6000 kilogramos por hectárea. Además posee buena altura de planta y de carga, lo que favorece la cosecha directa con un ciclo de producción que abarca una cosecha de 110 a 120 días y con una producción de 109 a 150 semillas por planta.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Sobre una teoría no utilitarista del consumo, con aplicaciones a la demanda de alimentos.

Mediante un artículo intenta explicar acerca de nueva teoría del consumo, abandonando los supuestos que implica la teoría utilitarista, es decir no se concentra en lo que es el interés individual, sino en el

bienestar colectivo como producto de una decisión. Ochante, Carlos (2011,02 de Junio).

La teoría antes mencionada supone que “el individuo se deje conducir, en parte, por unos modelos sociales de consumo (MSC), no rígidos, sino flexibles, cuyos elementos básicos son un punto de referencia (punto imitativo) y un campo de elección.” Ballester Pareja, E. (2012, 09,07)

Como conclusión de esta teoría, el autor considera que se deben perfeccionar las recientes investigaciones acerca de los requerimientos de los alimentos y ajustarlas al cuadro teórico de los modelos sociales de consumo en un contexto de interrelaciones entre bienes alimentarios y no alimentarios.

Por lo tanto, mediante el presente proyecto cuya actividad está en brindar alimentos de calidad a base de soya se procura la búsqueda del bienestar no sólo a quienes se sientan atraídos hacia el consumo de soya o para quienes estaban dirigidos en un inicio, el mercado vegetariano. Sino a la comunidad guayaquileña en general. Que conforme pasan los años, se ha ido proliferando la idea del consumo de alimentos funcionales, con aportes nutricionales, que sean beneficiosos para la salud, y a la vez que garanticen el buen vivir.

Los productos orgánicos y libres de grasa en la actualidad se encuentran en gran aceptación, las personas por lo general suelen seguir o imitar preferencias o hábitos de otros individuos; siendo para la comunidad guayaquileña de mucha ayuda en cuanto a mejorar el estilo de vida por el simple hecho de llevar una vida saludable.

2.2.2 Teoría de la Motivación Humana

Maslow, Abraham H. (1991), en su libro de *Motivación y Personalidad*, indica que la teoría de la necesidad humana parte de una necesidad, la misma que puede ser fisiológica, la más prepotente de las necesidades, como también hay de seguridad, de pertenencia, de estima, y de autorrealización, todo depende del grado de satisfacción del ser humano. Si una necesidad es satisfecha surge otra, “en realidad, la mayoría de las miembros de nuestra sociedad que son normales están parcialmente satisfechos y parcialmente insatisfechos en todas las necesidades básicas a la vez.”

La primera fase comprende las necesidades básicas que puede tener cualquier individuo como la de respirar, alimentarse, dormir etc. Con el proyecto a fin, se ofrecerá productos que lograrán satisfacer una de las necesidades básicas acompañada de beneficios que garantizarán su bienestar y mejorarán la salud. También cabe recalcar necesidades específicas de ciertos consumidores, la soya controla el apetito, ayuda a mejorar la digestión.

En segunda instancia, las necesidades de seguridad

Según Maslow, ocuparían el segundo nivel en la escala de la pirámide aquellas personas que se preocupan por un lugar donde vivir, seguridad física contra las agresiones, violencia, discriminaciones, seguridad moral, familiar, en este caso se brindaría la seguridad Incluya la Seguridad y soberanía alimentaria posible en los alimentos que se van a ingerir, por cada uno de los nutrientes que ofrecen basado en los objetivos del buen vivir lo cual implica una armonía en el ser humano al mejorar su entorno político, cultural y social.

La siguiente es la necesidad de afiliación y afecto, más allá de generar un ingreso y brindar un servicio de calidad, se busca facilitar la autorrealización, la satisfacción del individuo por sentirse complacido con su organismo y espíritu, y se garantizará una vida más sana y satisfactoria.

No se puede dejar atrás la necesidad del reconocimiento, al constituir un elemento de reconocimiento por parte de las familias guayaquileñas fomentando la frase “eres lo que comes”. Con ventaja de la nueva tendencia consumista acerca de los productos bajos en grasa, dejando a un lado frituras, colesterol y demás que afecten la salud. El Atisbador (2007).

Por último la necesidad de autorrealización, al satisfacer necesidades alimenticias con productos naturales y de alta calidad provenientes de la soya.

El presente estudio se inicia con una breve descripción del origen y generalidades de la soya, se realizará una clasificación de los productos y aplicaciones en de la soya en la alimentación, se indicarán los usos industriales de la misma, y su valor nutricional.

A la vez, se ha considerado el impacto que la misma trae al Ecuador, su impacto en otros países. Se analizará sobre el mercado de la carne, además se presentarán estadísticas sobre las exportaciones e importaciones de este importante cereal. Para concluir se mencionarán las principales zonas de producción y rendimiento del frijol de soya en el Ecuador.

2.2.3 Teoría de la alimentación macrobiótica

Turu, Marco (2010, 03 de enero) mediante un blog expresa en que consiste la alimentación macrobiótica, y menciona lo siguiente:

La teoría de la alimentación macrobiótica consiste en una dieta antigua empleada por la cultura asiática, que plantea mejorar la alimentación y estilo de vida de las personas desde el principio oriental del ying yang (simbología china). Su fundador es el japonés Georges Ohsawa, que mediante esta teoría busca la manera de llevar una alimentación equilibrada sin extremos como el uso de azúcar (ying) y el yang (carnes).

Lo que se pretende mediante esta filosofía es reducir el porcentaje de enfermedades que afectan a la mayoría de personas, sobretodo puede ser beneficiosa aplicarla en el Ecuador y de esa manera mejorar los hábitos alimenticios a través del consumo de cereales en un gran porcentaje sobre todo incluir derivados de la soya (entre el 40 al 60%), y menor porcentaje de consumo en el caso de verduras, proteínas, y también se recomienda incluir frutas y frutos secos.

Los beneficios:

- Mejora la alimentación a través del consumo de productos locales y los que se encuentran de temporada.
- Reduce el consumo excesivo de productos dañinos para la salud como el azúcar, colorantes y perseverantes.

- Se puede conocer los verdaderos valores nutricionales de los alimentos que le hacen bien a la salud.
- Permite la desintoxicación natural del organismo sin necesidad de terapias o tratamientos costosos.

Lo que hay que considerar:

- Puede resultar complicado para personas que necesitan proteína animal en su dieta diaria.
- Si no se consume adecuadamente la soya, puede ocasionar otros problemas digestivos, hormonales y de tiroides.
- En la dieta se utiliza una mayor cantidad de trigo resultando en muchos casos alérgico para ciertas personas.
- Los productos como el miso, tempeh, soya son pocos demandados en el país, resultando un poco difícil su acceso.

En conclusión si las personas toman conciencia de que la alimentación juega un papel muy indispensable y que influye directamente en el rendimiento diario, esta técnica sería de mucha ayuda ya que con ella lo que se pretende es mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos de una forma natural, sin prejuicios a largo plazo.

La dieta que se presenta, no es de carácter extremista, dejar de consumir todo, sino eliminar de poco a poco el consumo excesivo de azúcares, alimentos saturados con grasas que provocan problemas en la sangre como colesterol y triglicéridos, y trae consigo como consecuencia la hipertensión, diabetes entre otras.

2.2.4 Origen y Generalidades de la Soya

La soya en años anteriores era conocida y valorada en oriente, más no se la reconocía como se lo hace actualmente con el nombre de “carne vegetal”, “la soya, y más específicamente, el poroto que es el punto de partida de todo derivado es un concentrado de nutrientes, entre los que se destacan las proteínas y vitaminas.” Según los autores (Figuroa, Laura & Conti, Patricia & Simonetti, Ricardo & Lozano, Eduardo 2006).

La salud juega un papel muy importante, mediante un artículo publicado por (*AvNatural 2010*), citan que “la palabra soja proviene de un vocablo antiguo chino Sou. Fue descubierta por un emperador chino llamado Sheng Nung hace más de tres mil años.” El mismo poseía grandes hectáreas de cultivo de soya, se dedicó a estudiar a profundidad descubriendo las cualidades curativas y valores nutricionales del mismo. Para los emperadores chinos las cinco semillas sagradas eran el arroz, trigo, cebada, el mijo, y la soja.

Para conocer más a profundidad los orígenes de este cereal, (*Soya y salud 2013*), publica en su página web “la soya pertenece a la familia de las leguminosas, como los guisantes, las alubias, los garbanzos o las lentejas. La misma se destaca por su elevado contenido en proteínas de calidad, comparable al de la carne, por lo que no es casualidad que en chino “soja” significa “carne de campo”. Según el (INIAP* 2011), entre las características deseables que oscilan la soya se encuentran:

“Altura de la planta:	mayor 75cm
Altura de carga:	más de 14cm

* Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP).

Ciclo de cultivo:	105 a 110 días
Vainas:	más de 60 con 3 semillas
Peso de semillas:	15 a 18g
Color de hilum:	claro
Aceite:	20%
Proteínas:	40%”

Taxonomía de la soya

La soya está compuesta por 10% de agua y de un 4-5% de minerales, a la vez aporta potasio y fósforo con un porcentaje del 35% de proteínas conteniendo casi el doble de la carne 20%, cuatro veces más el de los huevos, y hasta doce veces de la leche. Para conocer sobre la taxonomía y composición de la misma por los autores (Quise Quitio, J. A. & Ullauri López, C.G. 2013) (obsérvese tabla 2 y 3) respectivamente. .Pág. 8.

Entre otras series de compuestos el 20% de grasas con triglicéridos de ácidos grasos poliinsaturados con otras cantidades de lípidos en forma de esteroides como el estigmasterol y sitosterol que no contienen colesterol, es decir ayudan a prevenir enfermedades cardíacas. Según los autores (Herrero Castellón, Emilio et Jiménez Fernández, Rafael 2007).

Así mismo, los autores mencionan las vitaminas que se encuentran en esta oleaginosa; vitaminas, como las del grupo A carotenoides, del B (tiamina, niacina, y ácido pantoténico) y del E tocoferoles. Por último la soya contiene fitoestrógenos que ejercen al organismo efectos similares al de los estrógenos destacándose por su acción antioxidante, antiinflamatoria, antirombótica y anticancerígena.

2.2.5 Productos y Aplicaciones de la Soya en la Alimentación

Según la autora Bazán, Siria (2011), “los chinos apreciaban a la soya por las mismas razones que lo hacemos hoy en día: alimentación de calidad y uso eficaz de los recursos naturales.”.

Ridner, Edgardo.... [et. al.]. (2006).Indica que a partir del poroto de soya se pueden obtener diferentes productos tales como:

Porotos verdes : Ensaladas, conservas, encurtidos, platos fuertes como sopa, locro salsas, guisos, puchero, rellenos, dulces como la mermelada, flanes, budines tortas y postres., bebidas y tofú.

Porotos secos: masitas, panqueques, tortillas, croquetas, pastas.

Harina de soya: Pan y pastelería, alimentos infantiles y para diabéticos, salsas, pizzas, rellenos, polvos para helados, miso, bollos, embutidos para sustituir los cárnicos, carne vegetal, etc.

Entre sus usos industriales se encuentran:

Reñoños de soya: frescos, congelados, enlatados, forrajes, materiales adhesivos, laminación de tablas, forrajes, aceite, abono verde, sustitutos del tabaco, harinas, elaboración de cerveza, entre otros.

Plantas: jabones, sílices, lana artificial, curtimiento de textiles, pinturas al agua, barnices, materiales impermeables, esmaltes, velas, tinta de imprenta.

2.2.6 Valor nutricional de la soya.

La concentración proteica de la soya es la mayor de todas las legumbres. Pero no sólo es importante por la cantidad, sino que también lo es por su calidad.”Ridner, Edgardo... [et.al.](2007).

Según los autores Newman, Adollys et al (2007). Y mediante el Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela (2007), puntualizan las principales características nutricionales de la soya.

- Proteína de alta calidad.
- Fibra dietética: coadyuva a mejorar la digestión.
- Ácidos grasos esenciales: ácidos linoléico y linolénico.
- Lecitina y Fosfolípidos: ayuda a la movilización de las grasas en el organismo.
- Fitoestrógenos o isoflavonas: con funciones anticancerígenas y prevención de osteoporosis.

2.2.7 La Soya y su Impacto en el Ecuador

Considerando que Ecuador es un país que cuenta con un gran porcentaje de población cuyos recursos económicos para alimentarse no son los más propicios, surge la idea de analizar el impacto económico que este cereal trae consigo.

El cultivo de soya en el Ecuador se inició en el año 1958, adquiere mayor importancia en el año 1973 debido a que el Gobierno Nacional realizó un programa de fomento de plantas oleaginosas de

ciclo corto, con beneficios de expansión del cultivo hasta la actualidad.²
De acuerdo a (Arroyave, J. & Barba Julián 1988) Pág. 147.

La soya es la leguminosa más importante que se cultiva en el litoral ecuatoriano. Su cultivo cubre alrededor de 80,000 ha al año y se realiza después de los cultivos de invierno, arroz o maíz, con la humedad residual del suelo. Según (Pelchor Zambrano, K. 2010) “La producción de soya predomina en América con un promedio anual de 172’885.867 toneladas métricas en la última década, lo cual representa el 85% del total mundial.” Pág. 10.

Según el Banco Central del Ecuador (2012), “el país ya produce su propia soya debido al mejoramiento de la calidad de las semillas, sembradas en una superficie de 47 mil hectáreas que existe a escala nacional, de estas, el 96% se encuentra en la provincia de Los Ríos.”³. Pág.58

Mientras que a nivel de América del Sur, las estadísticas provenientes de la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura FAO (2011), indican que la soya ocupa el segundo lugar frente a los principales alimentos y productos agrícolas que se producen, con alrededor de 136’033.309 toneladas producidas al año.(Véase gráfico 1).

² Información tomada del V Seminario, manejo de suelos en sistemas de producción de soya.

³ Información publicada por el Banco Central del Ecuador (2012)

2.2.8 La Soya y Su Impacto en Otros Países.

Según Maluenda García, M. J. (2008) “la soya es el principal cultivo oleaginoso cultivado a nivel mundial, seguido con diferencia de la colza y del girasol.” La tendencia de la producción es creciente en todos los países productores, y aunque el aumento no representa un valor considerado, es importante ver los cambios en el sector de los cereales que está de moda en este momento. (P.4)

Así mismo la FAO⁴ (2011). Nos da a conocer los principales países productores de soya siendo Estados Unidos quien encabeza la lista con una producción de 84'191.930 toneladas, Brasil en segundo lugar con una producción de 74'815.447 y Argentina ocupando el tercer lugar con una producción de 48'878.771; los mismos que se destacan por alcanzar los máximos niveles de producción de esta oleaginosa. (Obsérvese gráfico 2)

Los autores Torres, Nimbe & Tovar, Armando (2009), mediante un trabajo de investigación descubrieron que “la proteína de soya se ha utilizado en algunos países latinoamericanos, incluido México, en diversos programas de alimentación; el propósito ha sido el de mejorar el estado nutricional de la población debido a su elevado valor nutricional y su costo relativamente bajo.”

2.2.9 Análisis del Mercado de la Carne de Soya.

La carne de soya o carne vegetal, de acuerdo a una publicación por parte de Martínez, Ramiro (2010, septiembre 9) se la define como: “una proteína vegetal de alta calidad, se obtiene mediante un proceso de extrusión de la harina desgrasada de soya. Partiendo de

⁴ Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura

poroto de soya se extraer de éste el aceite de soya y se obtiene el harina desgrasada de soya.”

En otro portal web de una tienda rincón natural (s.f.) consideran la carne de soya como “una alternativa saludable a la proteína animal con grasas saturadas y colesterol, como son las carnes rojas, embutidos entre otros.” No contiene colesterol, por lo que es recomendada para reemplazar el consumo de carne vacuna o carnes rojas.

De acuerdo al análisis por parte del Departamento de Agricultura USDA ⁵ (2013), la soya es la mayor fuente de ingresos en la actualidad, siendo Estados Unidos el primer productor que “comprende aproximadamente el 90 por ciento de la producción de oleaginosas en EE.UU., mientras que otras semillas oleaginosas como los cacahuets, semillas de girasol, canola y lino - hacen el resto.”

De esta manera la carne de soya es incorporada para producir diferentes productos, y de esa forma ofertar a la comunidad guayaquileña alimentos que no afecten la salud, mejorar el hábito alimenticio a través de nutrientes, y a la vez prevenir enfermedades,” característica que llevan consigo los alimentos funcionales, como es el caso de productos elaborados a base de soya como es el caso de productos de soya, entre ellos jugos, leche de soya en polvo, yogurt, barras energéticas, entre otros. Como lo acota (Saltos Arana, Lady Elizabeth 2009) Pág.20.

⁵ United States Department of Agriculture(2013)

2.2.10 Exportación de Soya.

En un periódico digital agropecuario del país *El Productor*, (2013, 26 de Noviembre), mencionan que las exportaciones agrícolas en lo que se refiere a envío de soya para el presente año período comprendido desde enero hasta octubre han ascendido a US\$3.780 millones correspondientes a granos, aceite de soya cubriendo el 50% de las exportaciones totales del país. Posteriormente añaden que “el complejo sojero incluyendo los granos, aceite y expeller presentó un aumento de 101,5% en comparación al año anterior.”

En el mismo artículo se menciona “el procesamiento de semillas oleaginosas y cereales, su comercialización como materia prima e ingredientes para la industria alimenticia, la comercialización de insumos para el sector agropecuario, así como la provisión de servicios vinculados con todas estas actividades” , forman parte de las actividades de empresas tales como Canover Iowa-EEUU⁶, Cargill SACI-Paraguay⁷, ADM⁸, Noble Group⁹ entre otras industrializadoras y exportadoras de oleaginosas y granos encabezan el ranking de las firmas con mayor producción de oleaginosas y exportación de la capacidad local.

Estadísticas según FAO (2011), en cuanto se refiere a nivel de exportación de soya a nivel mundial alcanza en promedio 91'021.479 toneladas al año con un valor unitario por cada tonelada de 495 dólares, mientras que el volumen exportado de soya a nivel mundial .

⁶ Emplea a 131 mil personas en 66 países.

⁷ Cargill se encuentra entre las mayores industrias y empresas agroexportadoras de Paraguay .Con exportaciones que ascienden de enero hasta octubre a US\$ 1.198.836.366.

⁸ La firma ADM comenzó sus operaciones en Paraguay en 1997. Con exportaciones de US\$ 814.418.364.

⁹ La firma Noble Group Limited con exportaciones en el país por valor de US\$ 293.474.481.

Alrededor del 94% de esta cantidad tiene origen del continente americano. (Obsérvese gráfico 3).

Siendo Estados Unidos quien encabeza la lista de los principales exportadores de soya, con una cantidad de 34'310514 toneladas , le sigue Brasil con 322985562 toneladas,y Argentina, ocupando el tercer lugar con 10'820030 toneladas al año. (Obsérvese gráfico 4).

2.2.11 Importaciones de Soya.

(Agrytec¹⁰, 2012, diciembre 4), en su portal web menciona que la Ec. Carol Chehab en calidad de representante del Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca (MAGAP) ¹¹ , manifiesta que existen algunos factores que impiden a Ecuador convertirse en productor de soya. “Puntualiza que la soya a nivel internacional es subsidiada y competir con la serie de gravámenes a la producción y a la exportación que tienen los países desarrollados es complicado para el Ecuador como país en desarrollo.”

Adicionalmente, la economista menciona que para el país sería más beneficioso en mejorar la producción de maíz y explica que hay posibilidades en el hecho de que se incremente la producción de soya en términos de productividad; pero puntualiza que “no creo que podamos sustituir más allá de un 20 o 30 por ciento las importaciones de esta oleaginosa ya que implicará una sustitución de cultivos como el arroz, maíz entre otros.

¹⁰ Portal web de agronegocios y tecnología agrícola.

¹¹ Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca responsable de regular la producción agrícola, pecuaria, forestal, pesquera y acuícola del Ecuador.

En cuanto se refiere a importaciones, a nivel mundial según FAO (2011), se bordea un promedio de 90'813.977 toneladas anualmente, con un valor unitario de 566 dólares por tonelada. Mientras que el precio del grano de soya según publicaciones por parte del periódico La Hora (2013), informa que: "El grano de soya se adquirió al precio de comercialización de 30 dólares por quintal, de 45,36 kg, con 12% humedad y 1% de impurezas". (Obsérvese gráfico 5).

Siendo China Continental el principal destino de estas importaciones, recibe 52'452.852 toneladas al año, mientras que Japón recepta 2'830.773 toneladas y México 3'340.376 toneladas. (Obsérvese gráfico 6).

2.2.12 Principales Zonas Productoras de Soya.

Según estudios de investigación realizados por Quise y Ullauri (2013) manifiestan que entre las principales zonas productoras donde se encuentran la mayor producción de este cereal es en la parte alta de la Cuenca del Río Guayas y en la parte baja de la misma Cuenca.

Los autores (Guamán, Ricardo & Castro , Castro, José 2005), explican que la parte norte o zona central están circunscritas poblaciones como los de El Empalme, Quevedo, Buena Fe, Pilar, Valencia , San Carlos , La Maná, Mocache entre otras se caracterizan en época de invierno por la retención de agua proveniente de las lluvias entre otras.

Mientras que en la parte sur de la Cuenca comprendida por las poblaciones de Ventanas, Catarama, Pueblo Viejo, San Juan, Vinces, Baba, Babahoyo, Montalvo, Febres Cordero, Simón Bolívar, Boliche y

otras caracterizadas por clima sequío excepto Babahoyo y Boliche para la producción se necesita implementar el sistema de riego diferenciándolo de la parte alta ya que el clima favorece el crecimiento de esta planta. Como se puede visualizar en el mapa (Obsérvese figura 3).

Los autores puntualizan que “ Se estima que de 65000 ha que se siembran al año, el 50% corresponde a la Cuenca alta y el resto de la Cuenca baja , con un rendimiento promedio de 1600 a 2000 kg ha” .

2.2.13 Rendimiento del Frijol de Soya.

La producción de soya oscila entre los 50000 y 60000 toneladas, desde el año 1990. “Las tasas de conversión del grano de soya son: un 70% se transforma en pasta de soya y un 18% en aceite; el resto de usos de la soya son para la elaboración de carne, leche o harinas”. La producción es generada por pequeños productores en 3400 unidades de producción agropecuarias. Según un proyecto de (Andrade Cadena, Valdemar. s.f.).

Y para los años comprendidos desde el 2000 hasta el año 2012, mediante publicaciones por parte de SINAGAP¹² (2013), tomando en cuenta el año correspondiente al 2010, cuya producción de soya fue de 68160 toneladas, con una superficie de cosecha de 41000 hectáreas y con 41.613 hectáreas de superficie sembrada. (Véase tabla 4).

Entre otras estadísticas agropecuarias importantes por parte de

¹² Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (SINAGAP) (2013) se constituye como la entidad oficial del MAGAP en la generación de información primaria del agro, basado en una estructura subnacional, constituida por 7 oficinas zonales (una por cada región de planificación) en estrecha coordinación con la Matriz.

la (Secretaría General de la Comunidad Andina 2007), la producción de soya para el año 2011 en adelante fue de 2471 miles de toneladas, se puede apreciar un crecimiento en el rendimiento de la superficie de soya desde el período 2000, incrementando de 2 a 2.2 toneladas por hectárea para el año 2012, y con una superficie cosechada de 1116 miles de hectáreas. (Véase Tabla 5.)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Ácido fítico: promueve la acción quelante del hierro, calcio, zinc y magnesio en el tracto gastrointestinal.

Expeller de Soya: es un subproducto del poroto de soja, que presenta como principales características un gran concentrado proteico con grandes aportes de grasas y energía que lo transforman en una materia prima de altísimo valor nutricional para la elaboración de alimentos balanceados.

Fibras: El polisacárido de soja podría en grandes cantidades, estar relacionado con la hipocolesterolemia.

Globulinas: son un grupo de proteínas solubles en agua que se encuentran en todos los animales y vegetales, estimulan la absorción de LDL-colesterol por los receptores hepáticos.

Grasas: que representan el 18 y el 20% de la composición nutricional, con predominio de las grasas poliinsaturadas (58%), seguido de monoinsaturadas (23%) y saturadas (15 %).

Hamburguesa de Carne de soya: Contiene los mismos ingredientes que una hamburguesa tradicional, como el pan, lechuga, tomate, pero

la carne es sustituida por la de soya o vegetal.

Harina de soya: la harina de soya integral es utilizada en la elaboración de: materia prima para leche, tofu, leche en polvo descremada.

Inhibidores de tripsina: están relacionados con el aumento de la producción y la eliminación de la bilis.

Isoflavonas: son los principales fitosteroles de la soja. El carácter de estrógeno se atribuye a que posee la estructura química similar a la hormona femenina, el estradiol, que se adapta a los receptores de estrógeno. Los efectos, se observaron en la mejoría de la absorción hepática, de colesterol y aumento de la elasticidad de los vasos sanguíneos.

Miso (pasta de soya).- Se obtiene mediante la fermentación similar a la salsa de soya, excepto que el moho se cultiva en arroz o cebada.

Productos de pasta de soya.- Son masas como macarrones, tortelini, espagueti, etc., en el cual se incrementa con proteína de soya, para aumentar su valor nutricional.

Proteína Texturizada de Soya: Conocida también como carne de soya, es una proteína vegetal de alta calidad, se obtiene mediante un proceso de extrusión de la harina desgrasada de soya. Partiendo de poroto de soya se extraer de éste el aceite de soya y se obtiene el harina desgrasada de soya.

Porotos secos: cosechados cuando están completamente maduros y secos. Son de color amarillo o marrón. Se encuentran en los

supermercados o en las tiendas de productos naturales y se pueden comprar por libra y ser almacenados por largo tiempo como cualquier otro frijol.

Porotos verdes: cosechados justo antes de su maduración, cuando son similares en tamaño y color a las arvejas y suaves al tacto.

Quipes: Se define como una variación de la cocina libanesa llamada “jibes” en una mezcla de trigo carne y especias que se sirve crudo o cocidos, los mismo que se presentan en forma de albóndigas, elaborado a base de proteína vegetal proveniente de la soya, 100% naturales.

Salsa de Soya.-Se obtiene mediante la fermentación de la mezcla de soya y cereales, por lo general de trigo.

Saponinas: las saponinas son compuestos naturales encontrados en los porotos de soya y en otras plantas. Caracterizada por sus altas concentraciones puede convertirse en un poderoso ingrediente anti-edad, y actúan en favor de la eliminación de la bilis en el intestino.

Tofú: es la cuajada de la leche de soja. Es un producto muy popular en la alimentación vegetariana y, desde el punto de vista nutritivo, se le considera un sustituto adecuado de la carne por su riqueza en proteínas de buena calidad. El sabor es similar a la de un queso fresco.

2.4 MARCO CONTEXTUAL

En el Capítulo segundo de la Constitución de la República del Ecuador, donde se mencionan los derechos del buen vivir, sección primera, artículo 13 menciona:

“Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria”

Mientras que en el artículo 14 reconoce “el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*”; también se declara en el Art. 15 “Uso de tecnologías limpias y no contaminantes” donde el Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho del agua.

Capítulo segundo (Sección Séptima de Salud) se manifiesta:

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y

salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.

La Constitución de la República del Ecuador, en el capítulo tercero de los derechos del buen vivir, en su sección novena, artículo 52 demuestra lo siguiente:

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Capítulo Tercero

Soberanía alimentaria

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado se ha relacionado con tres

literales de los 14 que conforman la lista de responsabilidades por parte del Estado para garantizar la soberanía alimentaria:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera; y de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.

13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

Capítulo cuarto

Soberanía económica

Sección primera

Sistema económico y política económica

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividades sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía

mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.

4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.

Sección octava -Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

- 1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.**
- 2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.**
- 3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.”¹³**

Así mismo en el presente proyecto se incorpora como anexos correspondientes al marco contextual el plan nacional del buen vivir , conforme a los objetivos que se relaciona con el proyecto, el reglamento de la constitución de la compañía anónima, Ley de Gestión Ambiental para la prevención y control de la contaminación ambiental del Ministerio del Ambiente, La Ley de Defensa del Consumidor, Del Registro Sanitario, Ley Orgánica Del Régimen De La Soberanía Alimentaria, El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones Copci. (Ver Anexo 1).

¹³ Constituyente Asamblea,2008

CAPÍTULO 3

“ESTUDIO DE MERCADO”

3.1 Metodología Del Estudio

El método de investigación conveniente para el presente proyecto fue la de investigación mixta; puesto que se considera realizar una investigación exploratoria que según (Malhotra, Naresh 2004) consiste en “proporcionar conocimiento y entendimiento del problema que enfrenta el investigador”; y una investigación descriptiva que como el nombre lo indica ayudará al investigador a describir y analizar funciones en base al mercado.

➤ **Investigación exploratoria o cualitativa**

En la investigación exploratoria se encuentran las técnicas cualitativas que estudian mediante procesos no estructurados los aspectos que influyen en la conducta de un individuo, entre las más comunes se encuentran reuniones en grupo (focus group) , la entrevista a profundidad, las técnicas proyectivas y la observación. (Fernández Nogales, A. 2004).Pág. 31.

➤ **Investigación descriptiva o cuantitativa.**

En la investigación descriptiva, se encuentran las técnicas cuantitativas como el nombre lo dice, permiten medir, cuantificar mediante procesos estructurados determinar la conducta de un individuo; entre las principales técnicas se considera, la encuesta, estudios continuos, panel, entre otros según (Fernández Nogales, A. 2004). Págs. 31-32

3.1.1 Procesos de la Investigación de Mercados

De acuerdo a Malhotra, Naresh (2004) el proceso de investigación de mercados considera la sucesión de 5 etapas las mismas que ayudarán definir las tareas que se cumplen al momento de realizar la investigación. (Págs.9-11).

El proceso de investigación de mercados se lo debe realizar de una manera sistemática, desarrollándolos de una manera jerárquica, cada uno debe guardar relación entre sí. (Obsérvese gráfico 7).

3.1.1.1 Identificación y planteamiento del problema a intervenir

Así mismo la identificación y planteamiento del problema de investigación, según Fuertes, Raúl (2007), implica la realización de pasos previstos al diseño del problema, los mismos que conllevarán a identificar el problema.

3.1.1.2 Técnicas implicadas en la definición del problema

Para conocer las técnicas que serán de ayuda para la identificación del problema, (Obsérvese gráfico 8).

Entre las técnicas especiales que se implementarán para la búsqueda de alternativas que me permitan solucionar el problema en mención; para el presente proyecto se considera la entrevista a expertos que según Alvarado Cervantes, Octavio (s.f.) “Los expertos se encuentran fuera y dentro de la empresa. El propósito de entrevistarlos consiste en ayudar a definir el problema de investigación de mercados, no a encontrar una solución al problema.”

Así mismo el autor hace referencia que la entrevista con expertos resulta más útil para empresas industriales y para productos de naturaleza técnica ya que es más sencillo identificar y contactarse con los mismos. De igual manera resulta sencillo cuando se trata de productos nuevos.

3.1.1.2.1 Técnica de la encuesta

Olamendi, Gabriel (s.f.) en el diccionario de marketing define a la encuesta como un método de investigación que se ejerce sobre una muestra de la población, para conocer la opinión sobre un determinado tema, es decir permite identificar variables como el hábito, frecuencia, los lugares de consumo y la selección del precio dispuesto a pagar.

Mientras que en el método descriptivo, mediante la utilización de la técnica de la encuesta, la cual permite conocer las características de los consumidores. La encuesta fue estructurada con preguntas cerradas y de elección múltiple y una pregunta abierta para conocer las opiniones de los clientes.

Para el proyecto tanto el enfoque cuantitativo como cualitativo resultan de ayuda para identificar los aspectos en cuanto al mercado y opiniones acerca del producto que se va a ofertar. Mediante el grupo focal y entrevista a los expertos se obtendrá la información necesaria para evaluar posibles soluciones al actual problema planteado considerando los gustos y preferencias de los consumidores, y de esta manera sustentar el propósito de la presente investigación, a la vez se espera conocer el grado de aceptación del producto en el mercado.

La cual se presentará las preguntas que se le formulará a una experta en nutrición, como también el formulario de preguntas para el focus group y el modelo de cuestionario a efectuarse.

3.1.1.3 Diseño de la investigación.

El método de investigación conveniente para el presente proyecto fue la de investigación mixta; puesto que se procederá a realizar una investigación exploratoria que según Naresh (2004) consiste en “proporcionar conocimiento y entendimiento del problema que enfrenta el investigador”; y una investigación descriptiva que como el nombre lo indica ayudará al investigador a describir y analizar funciones en base al mercado.

3.1.1.4 Recolección de datos.

Así mismo Fuertes, Raúl (2007), indica que para esta etapa, es necesario que las preguntas que se formulen al entrevistado deben guardar relación con las necesidades de la investigación. Las preguntas deben ser claras y concisas. En conclusión el autor menciona que la encuesta debe enfocarse a la información que deseo obtener. Esto depende de qué quiere conseguir el investigador mediante dicha formulación.

3.1.1.5 Preparación y análisis de datos.

En esta etapa se considera una interpretación por parte del investigador, que permitirán evaluar, tomar decisiones y satisfacer los requerimientos de la población. De esta manera se podrá conocer el grado de aceptación que tienen los clientes hacia los productos que se

ofrecen, es decir dará la pauta que permitirá identificar las opiniones de los clientes, y si están de acuerdo con la actual propuesta.

3.1.1.6 Interpretación, preparación y presentación de la información con los resultados.

Una vez que se ha obtenido la información necesaria, se procede a analizar los resultados mediante métodos estadísticos que facilitarán al desarrollo de un resumen que abarque los puntos expuestos en la investigación, y de esta forma facilitará con el resto de capítulos del presente plan de negocios.

3.2 Investigación De Mercados

“La investigación del mercado permite obtener la información necesaria para diseñar el concepto comercial que la empresa quiere lanzar al mercado teniendo en cuenta las necesidades y preferencias de los consumidores.” (Fernández Nogales, A. 2004).Pág. 17.

La American Marketing Association citado por el autor Malhotra, Naresh (2004). Define a la investigación de mercados como “la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y medir las oportunidades y los problemas de marketing”

Malhotra, Naresh (2004), considera a la investigación de mercados como la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de

mejorar la toma de decisiones y la búsqueda de soluciones a los problemas y oportunidades de marketing. (p.7)

Así mismo el autor indica que en la investigación de mercados se debe especificar la información que se quiere abordar, que método se utilizará para la recopilación de los datos, dirige e implementa como va a recopilar esos datos, interpreta los datos y finalmente los expone. (P.7)

3.3 Objetivos De La Investigación De Mercado

- Conocer la frecuencia del consumo de soya en los consumidores guayaquileños.
- Percatarse de los lugares preferidos por los clientes con respecto a productos elaborados a base de soya.
- Saber la razón por la cual los clientes prefieren el consumo de productos derivados de la soya.
- Percibir el precio ideal que el consumidor estaría dispuesto a pagar por productos naturales.
- Conocer los posibles competidores que se encuentran inmersos en el mercado sojero.

Objetivos Operativos

- Alcanzar un índice de crecimiento anual durante los primeros años que permitan cubrir los costos operacionales de los años anteriores.
- Penetrar en el mercado alimentos derivados de la soya en un 5%.
- Implementar el canal de distribución más adecuado que permitirá diferenciarse frente a la competencia.
- Lograr obtener una participación de al menos el 65% del mercado.
- Realizar alianzas estratégicas con entidades de salud para intensificar el consumo de productos derivados de soya.

Objetivos Financieros

- Manejar la cartera de crédito no superior a 30 días para garantizar un flujo de caja adecuado y obtener mejor liquidez.
- Elegir el método de financiamiento más adecuado para la empresa.
- Determinar el un precio adecuado obteniendo una rentabilidad del 30%.
- Utilizar una estrategia de diferenciación de precios para frenar el ingreso de nuevos competidores.

Objetivos Administrativos

- Coordinar entre sí, las cuatro fases del proceso administrativo tales como la planeación, organización, dirección y control que permitirán alcanzar las metas propuestas.
- Crear un ambiente de trabajo hostil, de manera que se adapte a las necesidades de los cooperadores de la empresa, en donde puedan desenvolverse en base a sus capacidades profesionales y habilidades sin estándares rígidos y horarios pocos flexibles.

3.4 Definición de la Población

La población objetivo sobre la cual se basa la presente información va dirigida hacia hombres y/o mujeres que se encuentren entre el rango de edad comprendido desde los 20 hasta los 64 años, de la ciudad de Guayaquil, con un nivel socioeconómico medio y medio alto.

Datos poblacionales de Guayaquil

El Inec^{**} (s.f.) mediante una proyección de la población ecuatoriana, determina que el número de habitantes de la provincia del Guayas para el año 2013 es de 15'774.749, mientras que determinando el número de ciudadanos que integran el cantón Guayaquil corresponden a 2'531,223 y para el año 2014 con una proyección de 2'560,505 habitantes; mientras que el cantón Durán

^{**} Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC

cuenta con una proyección de habitantes para el año 2013 de 263.970 y para el 2014 con 271.085 de ciudadanos. (Obsérvese tabla 6).

Considerando el género de la muestra uno de los factores que interviene al momento de simplificar el tamaño de la muestra, siendo la población masculina de 1'970,412 habitantes, mientras que 1'993,129 corresponden a mujeres. También se estimó el rango de edad de la población ecuatoriana, cuyo rango comprenda desde los 20 años hasta los 64 años aproximadamente. (Obsérvese tabla 7).

De esta forma se concreta un nuevo total de la población, siendo de 2'171.400 personas, sean hombres o mujeres cuya edad se encuentra desde los 20 años hasta los 64 años de edad, con una probabilidad de 50% que el evento ocurra. Así mismo, según el gráfico 9 la población que consume soya por parte de los hombres es del 47% que equivale a 1'020.558, y las mujeres consumen el 53% que equivale a 1'150.842

El tamaño de la muestra en que se basará la investigación será de carácter finito dado que la cantidad de la posible a muestrear mediante la aplicación de la fórmula para determinar el número de encuestados arrojó un aproximado de 400 personas las mismas que han sido tomadas una parte proveniente del sector norte de la ciudad de Guayaquil, específicamente en el cantón de Samborondón.

Población: 2'.171.400

3.4.1 Mercado Potencial

El mercado potencial de la investigación de mercados está dado en la comunidad guayaquileña en general, pertenecientes o no al mercado vegetariano, que prefieran y degusten bocadillos elaborados a base de soya.

3.4.2 Mercado Objetivo

El segmento objetivo de la investigación de mercado es la población de Guayaquil que habita en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, comprendida por jóvenes, adolescentes, adultos y adultos mayores, que se encuentren entre los 20 años hasta los 64 años de edad, con una clase social media, media– alta y alta que mantengan un régimen de alimentación bajo en proteínas vegetales, los que están dispuestos a sustituir la proteína animal por vegetal y los que tiene un estilo de vida 100% orgánico o vegetariano. En este caso, se ha segmentado el mercado.

La población objetivo corresponde a una parte de la población, la cual excluye elementos que generan dificultades o complicaciones al momento de encuestar *De acuerdo al* “Dr. Vivanco, Manuel (2005). (Pág. 23)

En la presente investigación se ha procedido a realizar una segmentación de mercado, es decir identificar los diversos tipos de clientes del mercado o población total. Características determinantes como género, edades, profesión y nivel de ingresos etc. (Véase tabla 8).

Como se lo expresó con anterioridad, la población a considerar fue de 2'435.370 habitantes, de los cuales y con fundamentos provenientes de las encuestas, el 91% estaría dispuesto a consumir soya, representando de una manera atractiva con un total de 2.216.187 personas cuyas preferencias se basan en productos elaborados a base de soya.

3.4.3 Definición del Tamaño de la Muestra

“El muestreo no es una simple sustitución de una cobertura total por una parcial. El muestreo es la ciencia y arte de controlar y medir la confiabilidad de la información estadística útil a través de la teoría de la probabilidad.” Deming, W.E., 1950 (Pág.13), como lo cita (Vivanco, Manuel 2005).Pág. 13

Dr. Bolaños Rodríguez, Ernesto (2012), explica el tema de muestra y muestreo y menciona que la muestra debe ser representativa de la población que se extrae, para la misma que se utilizó un muestreo aleatorio simple para determinar la acogida de los productos elaborados a base de soya para la determinación de la variable.(Obsérvese tabla 9)

La misma que se determina de la siguiente manera:

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

Donde:

n: es el tamaño de la muestra. Obsérvese (tabla 10)

Z: el nivel de confianza o valor correspondiente a la distribución de gauss si es 95% de confiabilidad $z = 1.96$ si es 98% de confianza es $z = 2.58$

N: el universo o población

p: probabilidad de éxito (50%)

q: probabilidad de error o fracaso

e: error de estimación

Tabla 9.- “Cálculo de la variable n”

n=	2.171.400,00	
se=	1,96	0,0196
p:	95%	0,9500
$s^2 = p(1-p) = 0.95(1.0.95)$	0,05	
$\alpha^2 = (se)^2$	0,00038416	
$n' = \frac{s^2}{\alpha^2} =$	130	
$n = \frac{n'}{1 + n'/N}$	= 130	
	$1 + 130/2,171.400$	
n=	$\frac{130}{1,00005994}$	
n=	130	

Fuente: Elaboración Propia.

Procesamiento de la Muestra

Para esto es necesario identificar y definir las siguientes variables:

n=	130
N=	2,171,400.00
P=	0,5
q=	0,5
z=	2
e=	0,05

Al realizar la sectorización de la información solo con los posibles consumidores del sector norte, y del sector donde se encuentra ubicada la microempresa de la población da como un resultado de la muestra un total de 400 encuestas.(Obsérvese tabla 10).

Tabla 10.-“Cálculo de la Muestra”

$$n = \frac{(2)^2 (0.5 \times 0.5) (2,171,400)}{(2,171,400-1) (0.05)^2 + (2)^2 (0.5 \times 0.5)}$$
$$n = (4)(0,25)(2,171,400)$$
$$(2,171,400)(0,0025)+(4)(0,25)$$
$$n = (1)(2,171,400)$$
$$(6088,43)+(1)$$
$$n = 2,171,400$$
$$5429,5$$
$$n = 399,93$$
$$n = \mathbf{400 \text{ encuestas}}$$

Fuente: Elaboración Propia.

Para el presente estudio se utilizaron las siguientes herramientas:

3.5 Estudio Cualitativo:

Dentro de la investigación descriptiva, se encuentran las técnicas cualitativas como el nombre lo dice, permiten conocer, cuantificar mediante la formulación de cuestionarios estructurados la conducta de un individuo. En la presente investigación se utilizará la pregunta a expertos, la cual se presenta a continuación y además el grupo focal.

3.5.1 Preguntas para los Expertos

Para la siguiente entrevista, se elaboraron un grupo de preguntas las mismas que fueron realizadas de manera espontánea a expertos en el área de nutrición, pediatría, neonatología, y cardiología y fueron certificadas por el Doctor del área de Docencia Antonio Aguilar respetando las normativas establecidas por la Institución.

Se decidió realizar la presente intervención, gracias a contactos que laboran en la institución, con el único inconveniente de la disponibilidad, y horarios de los encargados de las áreas en la cual se enfocó la entrevista, mientras la Doctora encargada del área de Nutrición accedió de una manera amable con la entrevista, indicando su satisfacción al poder contribuir con la comunidad.

Entrevista a experta en área de nutrición

La siguiente entrevista fue realizada a la Dr. Paola Álava. Actualmente opera en el Hospital del Niño Francisco Icaza Bustamante con cargo

de Nutricionista, ubicado en las calles Quito y Gómez Rendón. Para conocer el resultado (Obsérvese Anexo 3)

3.5.2 Preguntas del Focus Group

El P.H.D y especialista en evaluación Huerta, José M. (2005) menciona que el focus group es una herramienta que permite conocer la razón por la cual se pretende llevar a cabo la propuesta de negocio, determinando la actividad a realizarse permitiendo alcanzar resultados confiables a un costo razonable.

El autor menciona que para que un grupo focal se realice de una manera satisfactoria, es necesario que intervengan de 6 a 8 participantes.

Por lo tanto para llevar a cabo el focus group, se consideró la ayuda de 8 colaboradores de los cuales 4 son hombres, y 4 mujeres, con variaciones de edad, para efectuarlo de una manera dinámica. El mismo tendrá una duración de una hora y media aproximadamente, con un límite de pregunta de 11 minutos por persona.

Las siguientes preguntas fueron realizadas por la autora, y certificadas por el Docente de la Facultad de Economía de la Universidad Católica Humberto Mancero.

Fecha de realización: 10 de enero del 2014

Lugar: Durán Cuenca y Av. Amazonas. Mz 7. Solar #2

Introducción

Se explicará el objetivo de la realización del focus group, que mediante la información y opiniones por parte de los entrevistados se estudiará la factibilidad de la producción de alimentos congelados a base de soya, como también permitirá llegar a la conclusión del impacto que generaría una microempresa cuyo objetivo se basa en fomentar nuevos hábitos alimenticios.

Preguntas

1. ¿Qué conoce acerca de los productos elaborados a base de soya? (2 minutos)
2. ¿Consume productos a base de soya? ¿Con qué frecuencia?(1 minuto)
3. ¿Qué productos a base de soya ha consumido hasta el momento? (1 minuto)
4. ¿Le agradaría la idea de degustar de hamburguesas y quipes a base de soya?(2 minutos)
5. ¿Qué les pareció el sabor de los productos? ¿Qué sugerencias darían? (2 minutos)
6. ¿Cuánto estarían dispuestos a retribuir por estos productos, considerando que vendrán en empaques de 6 unidades cada uno? (1 minuto)
7. ¿Dónde les gustaría obtener los productos? (1 minuto)
8. ¿Qué otros productos les agradaría que fueran elaborados a base de soya? (1 minuto).

3.6 Estudio Cuantitativo

A través de esta investigación, se empleará la técnica de la encuesta, para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales y de esta manera conocer la viabilidad y nivel de aceptación de los productos a brindar. (Obsérvese Anexo 4).

Por lo que se consideró formular un total de 10 preguntas, las mismas que permitirán conocer el grado de incidencia y posibles gustos y preferencias de los encuestados. Las mismas que fueron validadas por el Economista Camilo Frías, Docente de la Facultad de Turismo y Hotelería de la Universidad Católica, permitiendo de esta demostrar la viabilidad del presente proyecto.

3.7 Presentación y Análisis de Resultados

Estudio Cualitativo

Resultados de la entrevista

Gracias al aporte de la nutricionista Paola Álava, se puede percatar que el consumo de soya no es perjudicial ni un tema de controversia como muchos lo plantean, La sociedad en la que vivimos está inmersa en cambios para mejorar las tendencias alimenticias, en el Hospital del Niño Francisco Icaza Bustamante, la doctora menciona que se hacen continuas charlas a madres de familia cuyos hijos padecen problemas de peso, ya sea por anemia, otros por obesidad. Lo que la doctora recomienda es un consumo moderado en frutas, vegetales, fibras, calcio, pequeñas cantidades de grasas, y al menos incluir la soya en su dieta balanceada.

Resultados del Focus Group

El grupo focal se llevó a cabo dentro de un grupo de 8 personas los mismos que han revelado ser frecuentes consumidores de comidas rápidas y que están dispuestos a cambiar la forma tradicional de comerlos, el grupo muestral está comprendido considerando personas cuya edad sea desde los 20 años de edad, hasta los 64 años, en el grupo focal se dará a conocer como adquirir el producto, tipos de productos a ofrecer, alternativa de nombre, el precio de venta.

Cuando se realizó la degustación se toma la primera impresión, realzar el atributo del sabor, puesto que lo que esperaban es que sea de no tan buen sabor al ser un derivado de soya. Pero los mismos quedaron satisfechos.

De acuerdo a la formulación de las preguntas, la mayoría tiende a consumir poca soya, pero mencionan que con el sabor y los tipos de productos en mención les resulta agradable la idea de sustituir las hamburguesas, quipes y tortillas tradicionales.

Dentro del focus group se presentaron las alternativas de nombre como: SOYAFAST, FASTSOYA Y NATUSOYA, donde la mayoría se inclinó por el nombre de FASTSOYA, la primera reacción que observamos fue la identificación con algo positivo, dando así la pauta para la campaña publicitaria.

En cuanto al empaque respecta podemos dar mayor aceptación con la presentación en funda con un cierre practico ya que como se dice, ofrece mayor calidad del producto con el tiempo y da la

sensación de higiene al poderlo cerrar en caso de no consumirlo en su totalidad.

Con los resultados antes mencionados nos lleva a la conclusión que las hamburguesas, quipes, tortillas a base de soya serían la alternativa perfecta para el consumo ocasional en todo evento social o a la hora de compartir en familia como un adicional durante las comidas del día.

Resultado de las Encuestas

Para Conocer acerca de los resultados que se obtuvieron a través del método de la encuesta; (Obsérvese Anexo 5).

3.8 Conclusiones Finales de la Investigación de Mercados.

Para la presente investigación de mercados se puede concluir que el 91% de los entrevistados consumen soya, mientras que un 9% no, considerando el sector seleccionado para realizar el estudio de mercado como lo es el cantón de Samborondón; en su mayoría, con un 53% perteneciente al género femenino y el 47% masculino , subdividiendo bajo el concepto de edad entre rangos comprendidos desde los 15 a 20 años representando el 21% , seguido de la muestra representativa del 71% desde los 21 a 25 años, de 26 a 30 años con un 7% , y de 30 años en adelante representando el 1% del total de la muestra.

Se consideró la profesión de los encuestados un elemento clave para determinar de una manera más exacta la muestra, resultando en su mayoría con un 71% ejercen una profesión, el 22% se encuentran ejerciendo sus estudios, un 7% no labora, y por último un

1% de la muestra ejerce otras actividades. En base a esta pregunta se puede conocer quiénes son los principales demandadores de productos de soya según la profesión.

Entre los principales derivados que los encuestados han consumido, el de mayor valor se concentra en la carne de soya, como alternativa de las carnes de res con un total de 38%, seguido por la leche de soya con un 30%, mientras que el 12% de los encuestados ha degustado el queso o tofu , un 6% repostería de soya como tortas, cupcakes etc, un 5% ha degustado de otros derivados como salchichas, ceviche, pan, tortillas entre otros, un 4% helados, y finalmente el 9% de los encuestados indicaron que no consumían soya.

Las preferencias del consumo de soya se deben al alto valor nutricional que la misma aporta y por su contenido en vitaminas, el 53% de los encuestados consumen desde 1 hasta 6 veces al día, un 22% lo hace semanalmente, mientras que el 16% al mes, entre las razones por las que prefieren soya, el 13% la razón se debe a que ayuda a prevenir enfermedades como el cáncer, problemas menopáusicos entre otros, el 28% con el objetivo de sustituir los cárnicos, el 21% por la cantidad de nutrientes que la misma aporta, el 28% por cuidar el organismo, y control de peso, mientras que un 5% han consumido soya porque les agrada el sabor o por la variedad de productos que se obtienen a través de la misma.

El 75 % está de acuerdo con la nueva línea de productos derivados de la soya como las hamburguesas, quipes y tortillas, un 9% le agrada la idea de encontrar solo un producto, el 7% dos alternativas mientras que el 9% restante corresponde al porcentaje de los encuestados que abandonaron la encuesta debido a que no consumían

soya, resultando viable la idea de negocio de incorporar estos derivados al mercado guayaquileño.

Con respecto al precio que están disponibles a corroborar, se han establecido rangos, para el caso de las hamburguesas el 9% optó por el precio de \$5.00 a \$5.50, el 64% entre 5.50 hasta \$6,00 mientras que un 18% por un valor mayor a \$6.00.

Mientras que el precio del quipe, el 11% está dispuesto a pagar de 2.50 hasta 3.00 dólares, el 69% de 3.00 a 4.00 dólares y un 11% de \$4.00 a más.

El 71% de la muestra optó considera accesible el precio de las tortillas entre \$2.00 a \$3.00 dólares, el 15% de \$3.00 a \$4.00 dólares y un 6% más de esos valores.

El precio final de venta al público que se fijó en base a un promedio de las opiniones de la muestra para los productos con contenidos de 6 unidades cada uno considerando resultando los siguientes:

Hamburguesas:	\$6.50
Quipes:	\$4.50
Tortillas:	\$2.00

Conforme al nombre de los productos, el 59% de los encuestados prefirió el nombre de Soya Fast, un 13% Fast soya y un 19% Soy Soya, siendo la primera opción el actual nombre de los productos a ofertar. Finalmente, un 15% de los encuestados prefiere encontrar los productos en la tienda del fabricante, un 10% en

restaurantes cercanos de la ciudad, un 33% les agradaría recibir a su domicilio, al igual que otro 33% en Supermercados.

3.9 ANÁLISIS SITUACIONAL

Demanda Actual y Futura.

Con respecto a la determinación de la demanda del presente proyecto, se considera la población objetivo siendo de 2'.171.400, en base a los datos obtenidos de la página del INEC, la misma que considera hombres y mujeres cuya edad se encuentre desde los 20 años hasta los 64, que residan al norte de la ciudad de Guayaquil , se toma el 91% de dicha población para la determinación de la demanda puesto que las encuestas efectuadas indicaron que ese porcentaje estaría dispuesto a consumir productos elaborados a base de soya como lo son las hamburguesas, quipes y tortillas al aún no haber una diversificación masiva de los mismos por lo que se considera una ventaja competitiva dentro del mercado sojero.

Se considera de la misma forma que el 91% resulta un mercado optimista, por lo que se procedió a realizar una estimación del 5% siendo un porcentaje que resulta atractivo el mismo que es alcanzable y aceptable en cuanto a cumplir con el objetivo propuesto en cuanto se trata de cubrir la demanda local y de producción, mediante alternativas saludables para la alimentación basados en el buen vivir. (Véase Tabla 11).

La proyección se la calculó de la siguiente manera:

Tabla 11.- Estimación de la Demanda

Población 20 a 64 Años de edad	Mercado Potencial (91%)	Demanda Estimada (5%)	Demanda Anual
2'171.400	1'975974	98.799	1'185588

Elaboración Propia.

Para determinar la demanda futura del producto se tomó como referencia los 5 primeros años, con una proyección de ventas de 8000 dólares al mes, 96000 al año, se puede decir que la posible demanda correspondiente por año, con un promedio de venta de los productos de \$5.50 y sus costos de producción de \$ 3.58 genera un presupuesto total de ventas de \$44.000 al mes, siendo de 528.000 al año, mediante una proyección estimada, mientras que con la población fijada al considerar la demanda estimada del 5% con un total de 98,799 habitantes por el precio de venta de los productos, genera \$ 543394.5 de ingresos, de personas que estarían dispuestos a consumir los productos al menos una vez al año. Aproximándose y superando a la proyección estimada en ventas de \$528.000 lo que significa que si se puede aplicar un crecimiento en nivel de ingresos para los 5 años, debido al aumento de la producción, por ende la proyección de ventas tiende a aumentar. (Obsérvese Tabla 34).

3.9.1 Análisis del Macroentorno

El análisis de entorno del producto nos da la pauta para la viabilidad del proyecto y si la propuesta será beneficiosa para el consumidor.

De acuerdo a un proyecto de maestría en gerencia en servicios de salud, los autores (Arias & Uquillas 2013) indican que *“En los países en vías de desarrollo las costumbres de alimentación deben de ser analizadas a profundidad ya que la causa más común en esto es la falta de recursos económicos en un gran porcentaje de la población.”*(p.9)

Es decir, personas con poca capacidad económica son los más afectados, presencian un déficit nutricional por percibir un ingreso que no les permite alimentarse adecuadamente. Resultando las comidas rápidas los alimentos más consumidos y preferidos por la población guayaquileña.

Razón por la cual, es notorio encontrar gran cantidad de abastecimientos que se dediquen a la venta de comidas rápidas; ya que las personas poseen un nivel de conocimiento bajo sobre productos de bajo costo y con grandes aportes nutricionales como lo es el grano de soya.

Los individuos desconocen que *“una buena nutrición ayuda a prevenir las enfermedades agudas y crónicas y a desarrollar las habilidades físicas y mentales.”* Y que *“las necesidades nutricionales individuales varían de acuerdo a cada etapa de la formación del ser humano con las diferencias genéticas y metabólicas, que cada ser presenta”* (Arias & Uquillas, 2013) Pág.9.

3.9.1.1 Análisis Nacional

Mediante el análisis nacional, se pudo percatar que en la ciudad de Guayaquil, en especial en el centro de la ciudad, se puede apreciar dos modelos de consumo, el primero formado por personas

cuyo estilo de vida es agitado puesto que laboran, hay otros que estudian, padres, madres de familia que no prestan la debida atención o consideraciones a la hora de alimentarse; los mismos que se encuentran inmersos en una rutina que no les permite mejorar sus hábitos alimenticios, y por otro lado aquellos cuyo estilo de vida se encuentra inmerso a lo antes mencionado, siendo la nutrición y saber que comer lo primordial a considerar en sus labores diarias.

En una publicación de la Revista Semana por Gómez, V. (2011,25 de Noviembre) se encontró: *“El reloj marca las 13:30 y Mercedes Tapia, secretaria de una empresa privada, camina a toda prisa por la Av. 9 de Octubre, hacia al restaurante vegetariano de la zona, en busca de algo agradable para almorzar.”* La misma indica, que acude a dicho establecimiento porque ofrecen productos que no contengan carne.

Como ella, en Guayaquil un considerable número de personas se preocupan en mantener su régimen alimenticio o dietas equilibradas sin importar lo complicado que resulte. Que muchas veces son catalogados como raros, la entrevistada lo indica, más bien son personas que tal vez por influencias culturales o motivos de personalidad, con inclinaciones hacia lo ecológico, han elegido un estilo de alimentación diferente. Que conforme avanza el tiempo, mayor cantidad de personas se suman a este nuevo estilo de vida.

Este estilo de vida, va acogiendo más personas debido a la necesidad y deseo de sentirse bien tanto de salud como físicamente. El temor a enfermedades graves que van desde las infecciones estomacales, estreñimiento, dolores a los huesos, hasta llegar a ciertos tipos de cáncer, entre los que figuran principalmente los de seno y colon, o discriminaciones por motivo de sobrepeso conlleva a mucha

gente a mejorar los hábitos alimenticios, a preferir alimentos bajos en grasa, o simplemente a la hora de realizar las compras, escoger los alimentos orgánicos con menor aporte calórico, de la línea de productos light.

En el centro de Guayaquil, alrededor de las calles Primero de Mayo, Víctor Manuel Rendón o P. Icaza se encuentran numerosos centros naturistas que ofertan productos naturales, leche de soya, snacks a base de soya y hasta la misma carne de soya. El más común es Soya's Aw. Los mismos que distribuyen o son frecuentados por los trabajadores del sector.

3.9.1.2 Estrategia del Gobierno

En Ecuador, gracias a la ayuda de la Presidencia de la República, quien es el organismo responsable que se encarga de establecer los objetivos y estrategias nacionales del buen vivir, trabaja en conjunto a los Ministerios de Salud, Educación, Trabajo, Bienestar Social, entre otros, por buscar alternativas que ayuden a solucionar problemas que afectan a la salud de los ecuatorianos a través de campañas alimenticias y de nutrición, fomentando así promover la buena alimentación de los ecuatorianos.

Como ejemplo se puede citar mediante una entrevista realizada a la Coordinadora del programa promovido por el MIES^{***}, Galarza, Mariana (2007) "Aliméntate Ecuador: mucho más que la entrega de una canasta básica.”.

El objetivo del mismo es transformarse en un programa de

^{***} Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)

“Seguridad Alimentaria” con un fuerte componente comunicacional, promoviendo un cambio radical que consiste en erradicar la mala alimentación que afectan a los ecuatorianos a través de raciones alimentarias, como lo indica la Coordinadora Nacional junto al primer mandatario de la República Rafael Correa.

Mediante investigaciones en temas nutricionales y junto a la entrega de la canasta básica se busca incentivar a la comunidad ecuatoriana, a ser partícipes en estos programas con el objetivo de sensibilizarlos frente a los problemas de malnutrición como la anemia, desnutrición, sobrepeso y obesidad son elementos que quieren combatir sobretodo en parroquias rurales del país dónde se encuentra la mayor cantidad de afectados por este problema social indica la doctora.

No obstante, la doctora indica que el programa no sólo consiste en la entrega de los alimentos, adicionalmente se proporcionarán videos que expliquen los efectos sobre el consumo de grasas, así mismo habrán mesas informativas, charlas sobre salud y de cuán dañinas son las grasas.

Estos programas, son de mucha ayuda para la gente con escasos recursos económicos, que a la vez son considerados como la principal causa de problemas en cuanto a desnutrición se trata. El gobierno está implementando más campañas para combatir este mal.

3.9.2 Entorno Nacional

En los últimos veinticinco años El Ecuador se encuentra inmerso en cambios en las distintas actividades financieras y productivas debido a la globalización, al surgimiento de nuevos mercados y a los grandes avances tecnológicos.

En el Ecuador la soya es uno de los productos de mayor uso en la formulación de balanceados para la avicultura y también para alimentos pecuarios, al igual que su uso para elaborar alimentos como la leche y carne de soya y también se lo utiliza como grano para consumo humano. De acuerdo a los autores Zambrano Chávez, W. X. & Sandoya Sánchez, F. (2002)

El cultivo de soya en el Ecuador es beneficioso y productivo por el rendimiento del suelo, y aparte el clima que favorece en la producción de esta oleaginosa. Así mismo, los autores indican que para el año 2002, con lo que respecta a la demanda de soya, la más atractiva proviene de la avicultura debido a que la torta de soya representó alrededor del 15 al 20% en la composición de alimentos balanceados y hacen una comparación a mediados de los años 90 en la cual, el cultivo de la soya era el que más aportaba al PIB sectorial, y a la población económicamente activa, mientras que en la actualidad, se ha ido disminuyendo.

Según una publicación del Diario El Comercio (2012, 27 de Octubre), *“La siembra de soya en el país continúa disminuyendo en los últimos 20 años. Actualmente, 30 000 hectáreas se dedican al cultivo de esta leguminosa en verano. Pero en 1992 eran 120 000 hectáreas, según la Corporación Nacional de Sojeros (Corsoya)”*

Así mismo en el artículo se menciona que Ecuador necesita 500.000 toneladas de pasta de soya al año, según el presidente de Corsoya. Y la provincia de los Ríos cosecha el 95% del grano, mientras que el 5% restante es de la provincia del Guayas.

3.9.3 Entorno Político

Los precios domésticos del grano de soya, los establece el mercado en función del costo de oportunidad proveniente de las importaciones, en donde se presentan distorsiones en comparación con los países vecinos. Según los autores Almeida, L. & Cevallos, L. & Gabino, D. & Rivera, W. (2012, 10 de Septiembre) P.11.

También indican que en el Ecuador el fomento de la soya estuvo basado en la fijación de un precio elevado de sustentación para lo que respecta al grano de soya, mientras que el precio del aceite estaba fijado a un precio bajo.

Con respecto a la estacionalidad de los precios, la tendencia se vuelve alta para los meses de Febrero a Agosto, y baja desde Septiembre hasta Enero. El precio es fijado por el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca MAGAP, según el (Diario La Hora 2013).

3.9.4 Entorno Económico

El MAGAP^{****} (2013, 12 de Septiembre) informa que el precio mínimo de grano de soya, para el ciclo de verano del año en mención, es de 30 dólares por quintal de 45,36 kg, con 12% de humedad y 1% de impurezas.

El costo de maquila de grano de soya es de 73 dólares por tonelada métrica y el grano con un porcentaje máximo de humedad del 12% y de impurezas el 1%. El extractor entregará el 77% en torta y el 18% en aceite.

^{****} Ministerio de Agricultura, ganadería, acuacultura y Pesca.

Zambrano Chávez, W. X. & Sandoya Sánchez, F. (2002). Concluyen que las diferencias de fijación de los precios internos de la soya comparándolos con mercados internacionales, los del mercado doméstico resultan más altos, “los analistas consideran que si existe una diferencia del 5% entre el precio doméstico y el costo de importación es razonable desde la óptica del mercado, pero que diferencias mayores del 10% implica una distorsión en el mercado”.

3.9.5 Entorno Demográfico

(Burgos, Yela 2011) menciona que en Ecuador, las principales zonas productoras de soya se localizan en la parte alta de la Cuenca del río Guayas o también llamada “Zona Central” y la parte baja de la misma cuenca.

Además hace una estimación de las hectáreas sembradas en ese año, correspondientes a un total de 65 mil hectáreas, el 50% proviene de la cuenca alta y el restante a la cuenca baja con un rendimiento de 1600 a 2000 Kg/Ha.

Tomando en cuenta, lo que la autora menciona, lo que se busca mediante el actual proyecto es incrementar la producción y consumo de soya, en la ciudad de Guayaquil, la intención es diversificar y masificar el consumo de soya a través de sus derivados como hamburguesas, los tradicionales quipes y tortillas.

3.9.6 Entorno Cultural

En la actualidad, la tendencia por preocuparse en mantener un régimen alimenticio adecuado va ganando acogida, puesto que el gobierno incentiva a través de campañas publicitarias, y promueven entre sus objetivos del buen vivir una alimentación sana.

Por esta razón, surge la idea de negocio de posicionar una nueva línea de productos que estarán aptos para los guayaquileños cuyos hábitos alimenticios incluyan la soya.

Existen justificaciones del porqué esta nueva etapa que consiste en mejorar la alimentación está aumentando, muchas veces para prevenir enfermedades mortales, principalmente y entre las más comunes la obesidad, hipertensión que son causadas por llevar una mala alimentación, por consumir grasas, azúcares, colorantes etc.

El ser vegetariano es otra razón, del cambio actual que se encuentra inmerso la ciudad; Según una encuesta realizada en el 2002, el mayor porcentaje de personas (32%) se vuelve vegetariano por mejorar la salud, el 21 % porque se oponen al maltrato y matanza de animales, un 15% por la presencia de aditivos y hormonas en las carnes, un 13% por sustituir cárnicos, un 6% por razones religiosas y un 4% por consideración al planeta. De acuerdo a Salame Salazar, M. F. (2012) (p.20).

3.10 Conclusiones e Impacto

El crecimiento económico de un país es una variable importante a considerar puesto que está relacionado con el PIB per cápita de los individuos de un país, en este caso la producción de

bienes o servicios que directamente van a mejorar la calidad de vida de los guayaquileños. Estos incluyen la producción de bienes socio-económicos para el país mediante la comercialización de bienes económicos materiales en este caso productos naturales elaborados a base de soya que buscan satisfacer la necesidad insatisfecha de mejorar la calidad de vida y de alimentación de los guayasenses.

Por lo tanto, el impacto social del proyecto pasa a afectar directamente en las condiciones de vida de los guayaquileños, al ofrecer productos de origen vegetal provenientes de la soya, considerando más allá de obtener una rentabilidad, mejorar la salud de los y las ciudadanas, para que de esta manera se disminuya los índices de desnutrición, de muertes a causa de malos hábitos alimenticios, entre otros problemas sociales que no solamente afectan al Ecuador, sino al mundo en general.

Por lo que se ha proyectado, un incremento del 5% por cada año en cuanto a crecimiento económico de la empresa, cuyo objetivo se centra en abastecer la demanda local del país mejorando la productividad a través de la masificación de bienes que contribuyan a mejorar los hábitos alimenticios.

A la vez, este proyecto contribuye cambios en la bolsa de empleos de la ciudad, creando nuevas plazas del trabajo, al incrementar los pedidos para cubrir la demanda local. De esto depende que a largo plazo se cree una nueva sucursal que a la vez permitirá mejorar la población económicamente activa con requerimientos de nuevas plazas de trabajo.

Los beneficios de la soya son múltiples, en el caso del presente proyecto, se podrán satisfacer dos necesidades, tanto la económica

como el ámbito social. Por lo tanto considerando las variables antes expuestas se busca incrementar nuevas alternativas para que en el Ecuador, explícitamente en Guayaquil, donde al menos se cultiva el 5% de soya, se intensifique esa producción y por ende reducir las importaciones.

El proyecto resulta atractivo para el gobierno, puesto que se cumple con los lineamientos planteados en la búsqueda del buen vivir, al ofrecer productos que no sean dañinos ni perjudiciales para la salud, considerando los nutrientes y vitaminas que estos aportarían en la dieta balanceada diaria.

3.11 Análisis de la Industria

Según el punto de vista de Michael Porter es necesario analizar 5 fuerzas que ayudarán a determinar la rentabilidad a largo plazo de un negocio; es decir la empresa debe analizar los recursos que posee con estas fuerzas que rigen la competencia industrial. Por lo que se considera pertinente realizar un breve análisis de la soya. (Emprendepymes 2013,27 de Junio)

3.11.1 Situación de la Soya en Ecuador

La soya se cultiva mediante semillas, las mismas contienen aceite y proteínas. El grano de soya es versátil; puesto que a partir del mismo se lo puede consumir como semilla, brotes de soya, o se lo puede procesar y se obtienen los derivados que comúnmente se encuentran en el mercado tales como la leche, tofu o queso de soya, salsa, carne, harina de soya, entre otros. Entre otros usos, la soya ayuda al insumo de productos industrial, tales como la fabricación de

velas, jabones, biodisel, barnices entre otros. Según el INEC mediante su Estudio del Sistema Agroalimentario de la Soya (2012).

Así mismo se indica mediante dicho estudio, que la cosecha de la soya puede ser utilizada como vegetal o como oleaginosa. Si se la utiliza como vegetal entre sus propiedades es de fácil coacción, mejor textura, tamaño y hay una mayor concentración de proteínas, con poco aceite, este tipo de soya es el más demandado como insumo cuando se quiere producir queso y las bebidas de soya. Por otro lado, la soya como oleaginosa posee mayor contenido de aceite, alrededor del 20% y 40% de proteínas y se lo utiliza para producir biocombustibles.

Considerando que Ecuador es un país que cuenta con un gran porcentaje de población cuyos recursos económicos para alimentarse no son los más propicios, surge la idea de analizar el impacto económico que este cereal trae consigo.

3.11.2 Delimitación de la Industria.

G: Guayaquil Ecuador

V: Producción y comercialización

H: Alimentos derivados a base de carne de soya.

3.11.2.1 Alcance Geográfico

El alcance geográfico de Ecuasoya comprende a la comunidad guayaquileña, sean hombres o mujeres que cuyo rango de edad se encuentren desde los 20 años hasta los 65 años. Por esta razón se presenta a continuación datos que caracterizan a la ciudad inmersa.

El cantón Guayaquil está ubicado en la parte suroccidental de la provincia del Guayas. La ciudad de Guayaquil es su cabecera cantonal y está situada entre los 2°3' y 2°17' de latitud sur; y los 79°59' y 79°49' de longitud oeste, así mismo cuenta con 16 parroquias urbanas y 5 parroquias rurales. La ciudad de Guayaquil constituye el puerto donde más actividad económica se genera, produce mayores ingresos a todo el país. Localizada aproximadamente a 420 km. de su capital Quito. Según Paladines, Cesar (2000). (Obsérvese Figura 4).

3.11.2.2 Alcance Vertical

La actividad de la empresa se especializa en implementar procesos de producción y comercialización.

La tendencia actual en el mercado por consumir productos de bajo contenido calórico, que sean lights y bajos en grasa, conllevó al surgimiento del proyecto. Se busca satisfacer la demanda insatisfecha a través de la aplicación de tecnologías y procesos en el campo agrícola para fomentar el consumo de derivados de soya en la ciudad de Guayaquil.

El presente proyecto se quiere especializar y captar grupos objetivos cuyos hábitos se inclinen hacia el consumo de soya. Diferenciándose de la competencia por ofrecer productos alternativos a los actuales, como hamburguesas, quipes y tortillas tradicionales, sustituyendo las grasas y carnes.

3.11.2.3 Alcance Horizontal

Alimentos congelados provenientes de la soya tales como las hamburguesas, quipes y tortillas.

La demanda insatisfecha, los altos índices de enfermedades, la poca preocupación por alimentarse, nutrirse debido al estrés laboral causado muchas veces por falta de tiempo es una variable clave a considerar. En base a las mismas, se decidió la comercialización y producción de quipes, hamburguesas, tortillas 100% naturales, provenientes de la soya.

La presentación de los mismos será en empaques congelados, considerando el ahorro en cuanto al tiempo, el estilo de vida actual de los guayaquileños que se basa en casa- trabajo, trabajo- casa-estudios y viceversa.

3.12 Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.

El análisis de Porter se lo aplica con el fin de identificar los posibles problemas y fortalezas del entorno en que se desarrollará el proyecto. Permitiendo analizar las variables que se muestran a continuación. Para Porter, existen 5 diferentes tipos de fuerzas que forman parte del éxito o el fracaso de una empresa, veamos a continuación el análisis relacionado al proyecto. (Porter, Michael 2009). (Obsérvese gráfico 22)

Mediante esta herramienta se podrá analizar el mercado en el que se encuentra inmerso el proyecto dedicado a la producción y comercialización de productos congelados de soya.

3.12.1- Ingreso de nuevos competidores

El ingreso de nuevos competidores al mercado acarrearía enfrentarse a barreras como la fijación de precios, el know-how y regulaciones legales en general, en donde se podría adoptar una diferenciación de mercado como una nueva alternativa que considera la presentación en empaques de microondas para los alimentos elaborados a base de carne de soya considerando el factor tiempo de los consumidores para tener mejor acogida frente al consumidor y a la vez con otros factores diferenciadores como lo es el distinguido sabor que proviene de una receta familiar 100% natural. Por esta razón, la probabilidad se considera media alta.

Otra alternativa a considerar para que competidores no ingresen en el mercado es firmar acuerdos de exclusividad de venta dependiendo los lugares que estarían dispuestos a ofrecer este tipo de producto donde se podría aumentar el margen de ventas por medio de activaciones de mercado, todo se dará con un margen de ganar-ganar.

3.12.2 Amenaza de productos sustitutos

La probabilidad de amenaza de productos sustitutos es alta, ya que se toma en cuenta la cantidad de comidas rápidas existentes como la variedad de hamburguesas, el tradicional quipe de proteína animal y otros bocadillos instantáneos que se encuentran disponibles en restaurantes. La estrategia para el ingreso al mercado se basa en la *diferenciación*, al ofertar un alimento con aportes nutricionales y beneficiosos para la salud de los consumidores.

3.12.3 Poder de Negociación de los Proveedores

Luego de realizar el análisis del mercado adecuado, la conclusión es que el producto lleva un bajo poder de negociación con los proveedores de materias prima, considerando a los proveedores San Camilo, Soyito, y García Reinoso, entre los diferentes restaurantes de comida vegetariana, los mismos que se caracterizan por ofrecer al público en general una amplia y diversa variedad de productos derivados de la soya como carne o (carne), leche, harina, sopas, grano de la soya, etc. Con bajos precios y excelentes descuentos.

3.12.4 Poder de Negociación de los Compradores

El poder de negociación con los compradores es media alta, al poder ofertar una nueva alternativa al sector de comidas rápidas productos a base de soya, considerando el poco conocimiento por parte de los clientes sobre los beneficios nutricionales de esta oleaginosa muchas veces una barrera. La diferenciación es ofertar productos típicos de la ciudad y a la vez 100% naturales sin perder el sabor tradicional que los caracterizan. Resultando a la vez una alternativa saludable diferenciándose de la competencia a un precio accesible para los consumidores.

3.12.5 Rivalidad entre Competidores Existentes

En los últimos años, se ha generado un cambio en el hábito y comportamiento alimenticio de los clientes. Esta nueva tendencia genera nuevas oportunidades en la situación del mercado. Nos da a conocer que los consumidor es en la actualidad prefieren comidas

orgánicas, bajas en grasa, sin colorantes y añadiduras. Por lo tanto, la rivalidad entre los competidores se considera media alta, por la variedad de productos que se pueden encontrar, no obstante los apetitivos sanos y proteicos resultan la mejor opción a la hora de alimentarse. A la vez, se genera aportes positivos al país, a diferencia de los productos tradicionales, garantizando la selección de nuestra marca frente a la competencia.

3.13 Conclusiones del Análisis Industrial

En conclusión; según el grafico de Porter, el ingreso de nuevos competidores en el mercado es de tipo medio alto, ya que el negocio no requiere de mucho financiamiento, sin embargo el bajo nivel de conocimientos de los beneficios que produce el producto incide a no ser muy comercializado.

Guayaquil se encuentra en constantes cambios en cuanto a nutrición. La competencia para este tipo de negocio es media alta. La cantidad de comerciales de comida rápida es proporcionada, pero escasos son los lugares que realmente ofrezcan productos similares que el de la propuesta.

Mediante estrategias de marketing se logrará incentivar el consumo de soya, realizar campañas publicitarias en sectores más frecuentados por los clientes en el sector Norte de la ciudad, los alimentos se caracterizan por ser de óptima calidad, con valores agregados en cuanto a nutrición.

La amenaza de productos sustitutos se refiere a los productos nuevos o existentes que brindarían beneficios similares a los que

actualmente se ofrecen. Es decir, los mismos productos como la hamburguesa, quipes, con un nuevo ingrediente, que va a ayudar a tener una dieta equilibrada y saludable a la vez. Se consideran entre los posibles competidores los centros naturistas, restaurantes vegetarianos, empresas a fines.

La situación actual del mercado nos da a conocer que los consumidores optan por la búsqueda de alimentos sanos y nutritivos siendo así SOYAFAS un producto que apoya a la tendencia del mercado, a diferencia de los productos tradicionales, garantizando la salud de quienes están dispuestos a consumirlo.

3.14 Atractivo de la Industria

La industria resulta atractiva para la empresa, puesto que se está ofertando un producto nuevo en el mercado sojero, considerando que los derivados son muchos, al igual que los competidores.

Básicamente se basa en los atributos específicos de cada producto, al ser libre de proteínas animales, con los más altos estándares de calidad y lo más importante a considerar, son alimentos que promueven el bienestar de los consumidores. De esta manera se fomentará la confianza y prestigio de la marca.

3.15 Forma más Común de Competencia dentro de la Industria

Como se lo ha mencionado con anterioridad, la forma más común de competencia serían productos similares al que se está ofreciendo. En el mercado guayaquileño pocos son los lugares que expenden productos similares. En el centro de Guayaquil,

específicamente en el Hotel Hampton, cuyo menú se basa en una dieta balanceada, se pueden encontrar hamburguesas, quipes entre otros a un precio medio alto.

Al igual que en otros restaurantes de comida vegetariana, o centros naturistas, se aprecia productos como leche de soya, cueritos, carne, pero los mismos con lo que respecta a sabor no son demandados por los clientes.

A lo largo de la ciudad, se pueden observar carretillas o puestos de comida rápida de hamburguesas, hot-dogs o en los restaurantes árabes donde se encuentran los tradicionales quipes, shawarmas.

Así mismo en los abastecimientos, supermercados se pueden encontrar la línea de productos provenientes de la empresa Facundo como panes de yuca, tortillas de maíz o yuca, muchines entre otros.

3.16 Estrategia de Competencia de la Nueva Empresa.

Las hamburguesas, quipes, tortillas de la empresa Ecuasoya, son provenientes de un legado familiar. Lo que se procura es brindar a la comunidad guayaquileña platillos de fácil preparación sin dejar a un lado el sabor tradicional.

Con un cómodo precio de venta al público, que podrá estar al alcance de los guayaquileños con una clase media, y media alta. Más allá del precio se debe tomar en cuenta la calidad y composición de los productos, puesto que es materia prima 100% natural.

3.17 Análisis de la Competencia

La condición frente a la competencia es positiva, al no tener competidores directos, pero si se tiene una competencia indirecta bastante fuerte debido a las hamburguesas, quipes, y tortillas tradicionales y otros derivados como productos congelados. Los mismos que se intentan sustituir, reemplazar o cambiar un hábito de consumo, realzando los hábitos alimenticios del consumo de productos de alimentos elaborados a base de soya dentro de una campaña publicitaria adecuada.

Otro punto a considerar, es que los productos son sustitutos de las carnes, que muchas veces son prohibidas para el consumo, más se da en personas que padecen ciertas enfermedades, razón por la cual los médicos especialistas sugieren el consumo de este cereal.

Así mismo se considera apto para las personas vegetarianas, los productos en mención resultarían atractivos para ellos puesto que son los que más consumen soya y en este grupo también se considera a las personas con un criterio peculiar, no se sienten atraídos hacia las carnes por el simple hecho de que están en contra del maltrato animal, siendo entonces los fundadores de organizaciones contra el maltrato animal un posible mercado a considerar.

3.18 Competidores Directos

Considerando el estudio de la competencia, se puede concluir que no existen competidores directos puesto que aún no hay empresas constituidas dedicadas al expendio de productos congelados de soya como hamburguesas, tortillas y quipes. Lo que resulta una ventaja en el mercado que se está inmerso.

Existe una competencia indirecta, empresas dedicadas a la misma actividad de fabricación de diferentes productos derivados de la soya distintos al que se promociona. Para conocer acerca de los posibles competidores de Ecuasoya. (Obsérvese tabla 12).

3.19 Factores Clave de Éxito

Para diferenciarse de la competencia, lo que ha hecho la empresa es lanzar a l mercado una nueva presentación en derivados provenientes de la soya, para de esta manera incentivar y mejorar la producción de la misma. Implica dos factores diferenciadores el primero a considerar es el sabor que proviene de una receta familiar con patente en trámite.

Y otra forma de garantizar que la competencia no ingrese al mercado es firmando acuerdos de exclusividad de venta en los puntos donde se podría aumentar el margen de ventas por medio de activaciones de mercado, todo se dará con un margen de ganar-ganar.

CAPÍTULO 4

“DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO”

4.1 Organización

La organización tiene su origen en la necesidad humana de cooperar con otras personas para alcanzar metas que individualmente no se podrían conseguir. Y esto hace que sea menos costosa y más productiva. Aramburu, Nekane & Rivera, Olga. (2008)(P.19).

4.2 Descripción de Puestos

Ecuasoya se constituirá por el régimen de Compañía Anónima, con un total de 15 colaboradores, los mismos que se los contratarán por referencias personales, con el objetivo de mejorar la productividad y ser una empresa competente en el mercado de soya.

Para conocer sobre las funciones a desempeñar por los 15 operarios, Obsérvese Anexo 5).

4.3 Organigrama de la Empresa (Obsérvese gráfico 23)

La empresa productora de alimentos a base de soya estará compuesta de la siguiente manera:

Del Gerente General.-

La sociedad se constituye mediante un único socio, y actuando en calidad de Gerente General de la misma la Ingeniera ARLETTE KATHERINE TRAVES ASTUDILLO, la cual aportó \$20.000 como capital social para la puesta en marcha del negocio. Siendo la inversión total del negocio de \$ 69.160, la misma que se solicitará crédito con una institución financiera como lo es la Corporación Financiera Nacional.

El tipo de contrato será indefinido, como constancia se presentará un nombramiento garantizando el compromiso y tiempo en que está dispuesto a cumplir, con una jornada completa que abarca desde las 09H00 am hasta las 17h00 pm.

El salario que está dispuesto a percibir, en relación con su cargo y funciones que desempeña será de \$1000.

Del Jefe de Marketing y Publicidad.-

Para el cargo de Marketing y Publicidad, se requiere de una persona con espíritu innovador cuyas funciones a desempeñar se encuentran el diseño de páginas webs, promociones, ofertas, banners que motiven la imagen corporativa, diseño de productos, y página Web de la misma.

El tipo de contrato que aplicará será el Contrato Indefinido, con la jornada laboral completa , la misma que conforme a la ley estipula 8 horas mínimo de trabajo, siendo las 09H00 am hora de entrada, y salida a las 17H00 pm.

El mismo percibirá un salario fijo, con una remuneración unificada por el valor de \$800.

Del Contador.-

En este caso, para el cargo de contador; se lo realizará de la misma forma de los anteriores; por referencia personal; se le prestará servicios a un Economista de confianza.

La modalidad del contrato a efectuarse es contrato de trabajo a término fijo con un período de duración de 5 años. La jornada será tiempo completo cumpliendo 40 horas semanales como la ley lo establece. En lo que respecta a la remuneración percibirá un ingreso de \$ 750.

Del Asistente Contable.-

Para el cargo de Asistente Contable, se prestará servicios por Honorarios o servicios prestados con un tipo de contrato indefinido, con disposición a cumplir con la jornada completa de trabajo.

El salario que está dispuesto a percibir, en relación con su cargo y funciones que desempeña será de \$425.

Del Asistente Administrativo.-

Para desempeño de este cargo, se efectuará un contrato indefinido, con una jornada completa que abarca desde las 09H00 am hasta las 17H00, con un salario fijo de \$340.

Del Vendedor.-

En el caso del desempeño del puesto de Vendedor , se requiere de jóvenes emprendedores con disponibilidad d tiempo completo, de buena presencia cuyo contrato será a término fijo de 5 años, con una jornada a tiempo parcial, mínimo debe cumplir 32 horas a la semana. El sueldo que percibirá cada uno es de \$ 425 cada uno.

Del Jefe de Producción.-

Para el cargo de Jefe de Producción, se considera que la persona que desempeñará el cargo en mención posea mínimo 4 años de experiencia en el sector inmerso.

El tipo de contrato que aplicará será el contrato por tiempo indefinido, cumpliendo la jornada completa, la misma que conforme a la ley estipula 8 horas mínimo de trabajo, siendo las 09H00 am hora de entrada, y salida a las 17H00 pm.

El mismo percibirá un salario fijo, con una remuneración unificada por el valor de \$600.

Del chofer.-

En el caso del desempeño del puesto de Chofer, se requiere la prestación de los servicios que se efectuará con un contrato a término fijo de 5 años, con una jornada completa de trabajo, y con un sueldo fijo de \$375 mensual.

Del conserje.-

En el caso del desempeño del puesto de conserje, se requiere la prestación de los servicios con un contrato a término fijo de 1 año, con una jornada completa de trabajo, y con un sueldo fijo de \$340 mensual. Con horas de sobretiempo al trabajo en mención.

Del Guardia.-

En el caso del desempeño del puesto de guardia, se requiere la prestación de los servicios con un contrato a término fijo de 1 año, con una jornada completa de trabajo, y con un sueldo fijo de \$340 mensual, y horas suplementarias y cuando hay días festivos.

De los Operarios.-

Se requiere de la participación de un total correspondiente a 4 operarios, para la prestación de este servicio se consideró mediante referencias familiares contratar a los mismos puesto que cuentan con el requisito primordial eel cual se basa en conocimientos en elaboración de productos a base de soya.

La modalidad del contrato a efectuarse es contrato por tarea, la jornada se efectuará de manera completa, respetando las 8 horas

como la ley lo estipula, y percibirán una remuneración de \$ 340 cada uno.

4.4 Cultura Organizacional

(Ostrowiak, Abraham Nosnik 2005), menciona en su libro que *“la cultura tal y como se manifiesta en las organizaciones, es un conjunto de creencias, valores, estilos, principios, y hábitos que identifican el perfil normativo y ético de la misma.”*P.48

Misión

Dar a conocer el producto a la comunidad guayaquileña, ofreciendo un producto de calidad como lo son alimentos derivados a base de carne de soya alternativa saludable, para de esta forma llegar a todos los consumidores y lograr ser pioneros en este mercado.

Visión

Ser reconocidos nacionalmente, incorporando estrategias de nutrición en las familias guayaquileñas y que nos lleven a la comercialización exterior, ofreciendo productos de excelente calidad, buen sabor y precios accesibles al consumidor.

Consumo de Valores Empresariales de la Empresa Ecuasoya S.A.

Respeto: Un valor fundamental que consiste en comprender las diferentes opiniones, formas de pensar, criterios, modos de actuar y sentir de los demás, aunque sean distintos al de nosotros.

Cada uno de los colaboradores de Ecuasoya se caracteriza por establecer relaciones cordiales, aceptación e inclusión y mostrar empatía entre todos los colaboradores y clientes.

Lealtad: Se cuenta con un alto sentido de compromiso y fidelidad por parte de nuestra productora y comercializadora con los clientes, actuando de una manera ética, y moral en cuanto al servicio que ofrecemos basándonos en la calidad

Responsabilidad.- Mostrar seriedad, entrega y dedicación por cada miembro que colabora en la institución, cada uno esmerándose por cumplir con las tareas asignadas de una manera eficiente y eficaz.

Compromiso: Los miembros de la compañía Ecuasoya S.A. se comprometerán con la comunidad guayaquileña al ofrecer nuevas alternativas para mejorar la calidad de vida y alimentación a través de productos 100 % naturales y libres de grasa.

Cordialidad: Es la disposición permanente para colaborar a las demás personas, tanto interna como externamente de la compañía. Ofreciendo el mejor servicio posible a nuestros clientes.

Creatividad.- La empresa se encargará de la búsqueda permanente de técnicas, habilidades, generación de propuestas e ideas que permitan captar clientes potenciales en el mercado de soya.

4.5 Objetivos de la Empresa

Para el desarrollo del presente proyecto se considerará realizar un respectivo análisis investigativo que permita a nivel de empresa:

Corto Plazo

- Detectar clientes potenciales cuyos hábitos alimenticios incluyan productos elaborados a base de soya.
- Ser un producto recomendado por personas, organizaciones, fundaciones y demás grupos que tengan preferencias sobre los alimentos saludables en un lapso de 1 año mínimo.
- Identificar los puntos de mayor demanda del producto y brindarles más apoyo para la venta.
- Efectuar degustaciones del producto en principales abastecimientos y puntos estratégicos de Guayaquil en un lapso de 1 año.

Mediano Plazo

- Crear una nueva sucursal en el sector norte de Guayaquil, en el plazo de 3 años.
- Triplicar la producción mensual en lapso de 2 años.
- En 2 años lograr presencia de marca en los principales supermercados de la ciudad de Guayaquil.

Largo Plazo

- Buscar expandirse en el mercado local y doméstico.
- Incluir nuevas líneas de productos congelados derivados de la soya, en un lapso de 5 años.

- Convertirse en distribuidor mayorista de las grandes cadenas.

4.6 Posicionamiento de la Empresa

(Abril Álvarez, Rosa & Guamán Torres, Gladis 2013), mencionan que el posicionamiento de una empresa se encuentra dado por:

“Posicionamiento = Promesa única de valor + Top of mind= percepción”

Ecuasoya se posicionará en el mercado de alimentos nutritivos para la salud humana con la frase de Nutrición, y bienestar a tu disposición. Además se contará con estrategias tales como:

Comparando con una de las competencias

La competencia directa no existe, ya que en el mercado no se encuentran aún alimentos congelados a base de soya, a diferencia de la competencia indirecta, al existir distintos lugares como centros naturistas o restaurantes vegetarianos que ofrezcan productos similares. Lo que se busca, es lograr que el público en general se interese sobre las propiedades y bondades de la soya, es un reto que se debe asumir en la fase de introducción del producto.

Las estrategias se basan en:

- Líder en calidad.
- Establecer precios, considerando los posibles competidores.
- Fijar precios accesibles para lograr el acogimiento rápido del producto.

Las necesidades que satisfacen o los beneficios que ofrecen

La principal necesidad que logra satisfacer el producto es el comer sano y de una manera saludable sin preocuparse o restringirse de comer un producto como lo es la hamburguesa, quipe, tortilla libres de proteína vegetal, al modificar una receta familiar con el fin introducir un producto sano y natural el mismo que puede ser consumido por cualquier persona, sin preocuparse si pertenece o no al mercado vegetariano.

Separándolos de la competencia

El producto se dirige hacia las personas quienes consideran la alimentación un aspecto muy importante, los productos se caracterizan por los bajos contenidos en aceite, grasas saturadas, y demás añadiduras perjudiciales para la salud, diferenciándose por la sustitución de la carne animal por la proteína vegetal y 100% natural.

4.7 Análisis FODA

Fortalezas

- Ser líder en el mercado, al incorporar esta nueva línea de productos derivados de la soya.
- Son productos 100% naturales y sin conservantes.
- Los costos de producción para fabricar los productos no son muy elevados.

Oportunidades

- Desarrollar un segmento de comida nutritiva a la comunidad guayaquileña.
- Lograr alianzas estratégicas con los mayoristas y con los restaurantes de comida étnica.
- Marcar una tendencia de cambio para los hábitos alimenticios poco saludables por unos más sanos.
- Pocos ofertantes en el mercado.
- Alto índice de desnutrición en la comunidad guayaquileña que podría favorecer su consumo.
- Demanda local insatisfecha.
- Nueva tendencia en hábitos de consumo.

Debilidades

- Línea de producción limitada debido a la elaboración artesanal.
- Ser nuevos en el mercado, y con una resistencia a consumir productos con base de soya.
- A corto plazo la cobertura solo se enfocará en el sector norte de la ciudad de Guayaquil

Amenazas

- La resistencia al cambio del producto tradicional.
- Lento en el crecimiento del mercado meta.
- Incremento de costos en el quintal de la soya, y demás materias primas necesarias para la producción.
- Crecimiento de la inflación económica del país.
- Ingreso de posibles competidores potenciales de supermercados.

4.8 Portafolio de Productos

Tener carnes de soya en el congelador o la despensa es una perfecta manera de resolver el dilema de “¿Qué haré de comer?”. La rápida preparación es un aspecto importante en considerar por parte de los clientes. Resultando los productos congelados a base de soya la mejor opción.

La idea, es que el producto se saque del paquete y vaya directo al sartén o microondas. La carne de soya se debe mantener refrigerada y dura de 3-4 días mientras que las variedades congeladas duran de 9-18 meses, dependiendo del producto. De acuerdo a una publicación web por parte de la Asociación de comidas de soya de Norte América SANA.⁴ (2002)

⁴ SANA (2002) por sus siglas en inglés Soyfoods Organization of North America.

Entre los principales productos a ofrecer se encuentran:

- Hamburguesa vegetal.
- Quipes.
- Tortillas

4.8.1 Atributos específicos de los productos

Hamburguesa vegetal (Obsérvese figura 5).

Como una alternativa al consumo de carne animal, la hamburguesa de soya se caracteriza por ser un alimento congelado, rico en proteína vegetal de alta calidad y bajo en grasas.

Los materiales que se utilizarán en la producción de la hamburguesa de soya son:

Proteína de soya, proteína de trigo, grasa vegetal, harina, sal, ajo, jengibre, pimienta, comino.

Presentación y Características de la Hamburguesa de Soya

- Hamburguesa congelada en su presentación de 83 grs.
- Contenido en fundas de 30 x 15 cm con un práctico cierre.
- 6 unidades por funda.
- Conservar en temperaturas -18°C en congelador.
- El precio de venta es de \$ 6.50.

Quipes Congelados (Obsérvese figura 6).

Se considerará para la elaboración de los quipes de proteína vegetal, la receta familiar, añadiéndole un valor agregado, en cuanto a nutrición.

Ingredientes:

Trigo entero, carne de soya molida, cebolla grande, ajo, albahaca, cilantro, orégano, pimienta y sal al gusto.

Presentación y Características de los Quipes De Soya

- Quipes de soya congelada en su presentación de 250 g.
- Contenido en fundas de 20 x 18 cm con un práctico cierre.
- 6 unidades por funda.
- Conservar en temperaturas -18°C en congelador.
- Precio de venta al público de \$ 4.50

Tortillas de Soya (Obsérvese figura 7)

Ingredientes:

Harina de soya, huevo, cebolla, sal.

Presentación y Características de la Tortillas a Base de Soya.

- Tortillas de soya congelada en su presentación de 125 g.
- Contenido en fundas de 15 x 12 cm con un práctico cierre.
- 6 unidades por funda.
- Conservar en temperaturas -18°C en congelador.
- Precio de venta al público \$2.00.

4.9 Marca

La Marca la respalda el aval del ministerio de salud pública, por medio de su registro sanitario, se contará con un fanpage en la red social de facebook donde los consumidores podrán ponerse en contacto y conocer las promociones.

Nombre:

“SOYAFAST” (Obsérvese figura 8)

4.9.1 Slogan

El nombre del producto fue el que tuvo mayor aceptación entre las alternativas presentadas, y es *SoyaFast Nutrición y bienestar a tu disposición*, revisando los atributos del nombre lo que se busca es sustituir las comidas rápidas por derivados de soya. Es un nombre corto que será fácil de recordarlo por parte de los consumidores.

4.9.2 Decisión de la marca

El nombre del producto fue el que tuvo mayor aceptación entre las alternativas presentadas, y es SoyaFast, revisando los atributos del nombre lo que se busca es sustituir las comidas rápidas por derivados de soya. Es un nombre corto que será fácil de recordarlo por parte de los consumidores.

4.10 Diseño del Proceso de Producción

Preparación de la carne de soya (hamburguesa).

La Carne de Soya o Proteína Texturizada de Soya, es una proteína vegetal de alta calidad, es el alimento adecuado para aquellas personas que deseen sustituir las carnes rojas por un alimento rico en proteínas. Se lo obtiene mediante procesos de extrusión, donde la harina de soya es la principal materia prima para la elaboración de las hamburguesas. Supernatural (s.f.)

(Bazán L., Siria I. 2011), explica el proceso productivo de la carne de soya, el cual involucra amasar la harina como cuando se va hacer el pan, se la lava y se deja remojando por un lapso de 2 horas, y finalmente se la vuelve a enjuagar hasta quitarle el almidón o gluten.

La carne de soya se puede realizar de diversas maneras, Las primeras carne de soya se realizaban a base de harina de soya y posteriormente de harina de soya texturizada. En la actualidad, los productores utilizan la misma harina de soya texturizada, pero le añaden concentrados especiales como sazónadores para brindar el toque especial al producto final. De acuerdo a Asociación de comidas de soya de Norte América SANA (2002).

El primer paso a considerar, después que se haya lavado adecuadamente la harina, se deja escurrir. Posteriormente se pone a cocinar el grano de soya en una olla de presión, una vez que esté cocinado, se procede a triturar o moler el grano en un (molino), luego mezcla el grano de soya molida con el gluten que se obtuvo del lavado de la harina. Al mismo se le agregan los sazónadores como la sal, orégano, jengibre, pimienta y comino al gusto. Al final se deja

enfriar la masa. Para conocer el diagrama productivo, (Obsérvese gráfico 24).

El tiempo de preparación de la carne se da de la siguiente manera.

- Tiempo adicional: 2 horas de remojo del grano de soya.
- Tiempo de preparación: 2 horas, donde se incluye el lavado de la harina, trituration del grano y mezcla de los ingredientes.
- Tiempo de coacción: 2 horas aproximadamente.

En cuanto a la información nutricional de la hamburguesa, que muestra el total de calorías y contenido del mismo. (Véase la tabla 23).

Proceso Productivo de los quipes

Pesaje y Mezclado: El primer paso a considerar es el pesaje de los ingredientes, que debe realizarse de manera individual para evitar errores que puedan alterar el sabor del mismo, los mismos que se los colocará en el mezclador de alimentos cuya capacidad de amasamiento es de 20 kg máximo.

Los ingredientes, antes de ser colocados en el mezclador se debe considerar un tiempo para remojar el trigo.

Cocción: Una vez, que se colocan los ingredientes en el mezclador, se obtiene una masa, a la cual se le debe agregar agua, y realizar movimientos similares a la de amasar harina. Posteriormente, se debe dorar en un sartén hasta con aceite vegetal. Este proceso dura

a próximamente 2 horas de coacción de la carne y mezcla con la harina unos veinte minutos.

Una vez lista la masa debemos dejarla reposar y esperar a que la misma se enfríe. (45 minutos).

Moldeado: El moldeo es de forma artesanal, con la masa que se obtuvo se debe colocar en la mano 3 cucharadas para proceder a realizar pequeños círculos hasta obtener la forma deseada. Finalmente son recubiertas de la masa externa, a la que se le adiciona aglutinante para que se compacte dándole firmeza al producto. (30 minutos)

Empaquetado: Una vez terminado el proceso de elaboración del producto final se procede a colocar los alimentos en empaques especiales para congelados con cierre fácil de alta sellabilidad. (30 minutos)

Preparación de los quipes

Para esto se ha tomado en cuenta la receta por parte de “La cocina de Tía Clara” (2011, 26 de Julio) para la preparación de los quipes.

1.- Se debe colocar el trigo en un recipiente con suficiente agua, y dejarlo remojar en la nevera durante la noche.

2.- En otro recipiente mezclar la carne de soya amasándola con un movimiento similar al de amasar pan, hasta lograr una masa homogénea, añadiéndole dos cucharadas de sal, una pizca de pimienta, con albahaca.

Para el relleno

3.- Es fundamental la preparación del relleno, el mismo proveniente de una receta familiar. Se corta en cubitos cebolla, pimiento, tomate y se hace un refrito, y se la pone a freír en aceite de oliva.

4.- Por otro lado, la carne de soya se la procede a dorar y a cortarla en cuadritos como especie de carne molida, se le agrega manteca, pasas o nueces y condimentos adicionales.

5.- Una vez que la carne se haya cocinado unos minutos, se cuele el trigo, hasta que quede sin nada de agua. Y se le agrega la carne de soya.

6.- Se procede a mezclar el trigo de manera uniforme junto a la carne de soya. Se debe realizar bien la mezcla porque de eso dependerá que no se deshagan.

7.- Se debe tomar 3 cucharadas de la mezcla en las manos, y se debe dar forma de círculos, no olvidando hacer un hoyo en la parte del centro para colocar la mezcla, al final añadiéndole un poco de trigo para mejorar la contextura.

8.- Una vez que el quipe tenga la forma deseada se lo deja enfriar.

El tiempo de preparación de los quipes se da de la siguiente manera.

-Tiempo adicional: 24 horas de remojo del trigo.

-Tiempo de preparación: 6 horas aproximadamente, donde se incluye la mezcla de la masa junto a los otros ingredientes.

-Tiempo de enfriamiento: 45 minutos aproximadamente.

Para comprender de una manera más sencilla y detallada el proceso de producción de los quipes, (Obsérvese gráfico 25).

Preparación de la Tortilla de Soya

(Salas Juana, 2013) en un blog de “Recetas con soya” explica de una forma sencilla la preparación de tortillas de harina de soya.

- 1.- Colocar la harina de soya en un recipiente, y se le agrega dos cucharadas de sal, y edulcorante al gusto (opcional).Dejar reposar 10 minutos.
- 2.- Se le agrega a la mezcla agua y dos huevos, para que la masa quede uniforme y sin grumos.
- 3.- Se procede a tomar 3 cucharadas de la masa y darle la forma de la tortilla.(paso 2 y 3 20 minutos aproximadamente)
- 4.- Se deja enfriar la masa.(20 minutos)

El diagrama del proceso productivo para la elaboración de tortillas se da de la siguiente manera (Obsérvese gráfico 26)

-Tiempo total de preparación: 15 minutos, donde se incluye la mezcla de la harina de soya con los ingredientes, y darle la forma a la tortilla.

4.11 Plan De Marketing

La implementación de herramientas del marketing, serán la clave del éxito en el momento de persuadir a los clientes, el plan consiste en realizar vallas, introducir los productos a través de degustaciones en el sector que está enfocado el proyecto, en este caso Samborondón, realizar promociones.

De acuerdo a (Dvoskin, 2004), se hace un plan estratégico de marketing que se lo conoce como sinónimo de estrategia a secas; porque a partir del mismo se puede emplear instrumentos que ayudarán a prever el futuro. (P.173). Para esto es necesario efectuar un análisis interno, externo, y el perfil competitivo de la compañía.

4.12 Marketing Estratégico

“La alta vulnerabilidad generada por el precio como única herramienta de diferenciación, el desarrollo de nuevas tecnologías y la evolución de gustos y preferencias de los consumidores demandan un pasaje gradual a una estrategia diferenciada de marketing.” De acuerdo al autor (Dvoskin 2004). (Pág.100)

El marketing estratégico, ayudará a diferenciarse de la competencia y alcanzar los objetivos formulados en la presente investigación. El mismo que consiste en masificar el consumo de derivados de soya en la comunidad guayaquileña.

Considerando una estrategia, tener conocimiento del mercado con su respectiva segmentación ayudaría a la presente investigación,

puesto que se busca satisfacer las necesidades de los clientes y los factores que influyen en la decisión de compra de los clientes.

Como otra opción del plan de marketing, se considera realizar una reseña de producto que muestre las ventas, con sus respectivos precios de los productos principales de la línea de productos.

Una análisis de la competencia que define los principales competidores y evalúe sus fortalezas y debilidades, para que conforme a esto implementar estrategias diferenciadoras mediante políticas de precio, distribución, plaza etc.

4.13 Marketing Táctico

4.13.1 Estrategia de precios

El objetivo en la fijación de precios se basa de acuerdo a los niveles de ingreso de la comunidad, se basa en ingresar al mercado ofreciendo un producto innovador a un precio accesible, o menor a los precios existentes en el mercado, para así poder eludir la principal causa de la mala alimentación que se relaciona con el nivel no muy atractivo de recursos económicos, y a la vez poder captar clientes y poco a poco ser líder en el mercado sojero.

4.13.1.1 Estrategia de Precio de Introducción al Mercado.

Para implementar esta estrategia, se necesita persuadir al cliente objetivo con los valores nutricionales, y vitaminas que aportarán

al organismo al consumir estos productos; pensando también en el ahorro, seguridad, prestigio y calidad.

Basándose en la competencia, la estrategia del precio consiste en fijar un precio bajo en la introducción del mercado, junto con la fijación de una política de precios en el canal de ventas con expectativas de captar clientes considerando que no existen competidores directos y lograr un posicionamiento en el mercado.

4.13.2 Estrategia de Publicidad

La publicidad es una herramienta muy útil para expandir el conocimiento y atributos que esta leguminosa trae consigo. Realizar campañas publicitarias a través de diarios, redes sociales, anuncios publicitarios. (Obsérvese figura 9).

4.13.2.1 Realizar links en Internet

Internet es una herramienta muy útil al momento de captar la atención de los consumidores debido al avance de las tecnologías. Permitiendo mejorar la relación entre los consumidores y productores, siendo cada vez más corta y sencilla.

Se especificará las características del producto por medio de un fan page en *Facebook* y a la vez un dominio en *Internet*, donde se publicarán recetas acerca de los productos que se pueden obtener a base de soya, promociones, y artículos para mejorar la salud alimentándose de una manera sana, al igual que historias sobre el consumo de Soya sus especificaciones. (Obsérvese figura 9).

4.13.3 Benchmarking

En un diccionario e-conomic contabilidad en línea (s.f.) se define al Bechmarking como “el proceso mediante el cual se recopila información y se obtienen nuevas ideas, mediante la comparación de diferentes aspectos de los líderes o competidores del mercado con la de tu empresa.”

Con lo que respecta a calidad:

El valor creado por la empresa, es ser líder en calidad en el mercado sojero, con atributos específicos, sinónimo de calidad, frescura, y salud ya que al ser un producto de estas características se logra diferenciar de la competencia de las tradicionales hamburguesas, de los quipes y tortillas brindando una nueva opción a un mercado en constantes cambios y donde la acogida de los productos sanos se encuentra en pleno auge.

Mejorar la Productividad:

La búsqueda constante por mejorar el área productiva de la empresa, con visión a largo plazo de expandirse y aumentar la cadena productiva de la soya, con la incorporación de nuevos productos congelados.

4.14 Análisis de Estacionalidad y Precios

El componente estacional de los precios refleja un patrón regular de comportamiento que tiende a repetirse todos los años. El mismo constituye tanto una estructura como una dinámica estacional, al presentar un elemento estable a tiempo futuro, al igual que con un

componente dinámico, en función de la naturaleza del producto bajo estudio. Según los autores Lazzati¹, Natalia & Pacheco, Juan (s.f.)

Es difícil mantener un precio estable en el sector agrícola debido a que en el caso de la cosecha de soya, los precios tienden a incrementarse para los meses de Febrero a Agosto; y baja para los meses de Septiembre hasta Enero. Muchas veces estos cambios se deben a que los precios en el sector agrícola se incrementan, ocasionados por las alzas de los precios de insumos agrícolas.

4.14.1 Método para la fijación de precios

4.14.1.1 Precio sobre el costo más el margen de utilidad

El método más elemental para fijar precios es sumar un margen de utilidad al costo total unitario del producto. Ello supone que se ha estimado un volumen de ventas u producción determinado para fijar el costo unitario partir del cual se adiciona el margen.

El costo en base a su grado de variabilidad costos fijos y costos variables, esta clasificación es importante para la realización de estudios de planificación y control de operaciones. De acuerdo al autor Valda, Juan Carlos (2011, 04 de Diciembre).

4.14.2 Política General de Precios

Según (Abril A., R. & Guamán T., G. 2013). El precio está determinado por la cantidad monetaria que una persona está dispuesta a corroborar por la adquisición de un bien o servicio. Los precios deben estar orientados en base a la utilidad, nivel de ventas y la situación actual.

4.14.3 Políticas de Fijación de Precios

Se utilizará en el presente proyecto la política de la fijación de precios por penetración, es decir en la fase introductoria se ingresará con costos más o menos bajos para los productos como las hamburguesas, quipes, tortillas con el objetivo de captar mercados masivos de consumo.

Para la aplicación del mismo, hay que considerar que dentro de las políticas de fijación de precios se debe considerar un precio ya sea por encima del mercado, al nivel o por debajo del mismo.

La compañía por lo tanto a considerado fijar los precios mediante un estudio de los precios de los productos similares al que se oferta, y de esta manera enfocarse en abaratar costos, ganar clientes potenciales, ser posible amenaza para los competidores actuales.

4.14.4 Política de Descuentos

La empresa ofrecerá descuentos:

- Si el volumen de compras es superior a 50 paquetes.
- Así mismo se ofrecerá descuentos comerciales a los mayoristas.
- Se considerará una disminución del precio por compras fuera de temporada. Permite mantener la producción durante todo el año.

4.15 Estrategias Del Producto

- **Atributos específicos del producto**

La estrategia genérica se basa en ser líder en calidad, mediante la producción y comercialización de derivados provenientes de la soya. Los productos con atributos de frescura, calidad, y saludables a base de proteínas 100% vegetal dirigidos hacia el mercado guayaquileño, en donde las tendencias alimenticias se encuentran en constantes cambios por parte de la ciudadanía, por mejorar su salud y calidad de vida.

- **Los beneficios que se ofrecen**

La principal necesidad que logra satisfacer el producto es el comer sano sin preocuparse por la salud, al disponer de un platillo sin importar la hora, condición o lugar 100% libre de grasa, sin importar su tendencia alimenticia al ser libre de proteína animal logramos que el mercado que se preocupa por su buena alimentación tengan una variedad más a la hora de escoger un snack nutritivo. Manteniendo así una tradición y sabor al ofrecer un beneficio para los consumidores.

- **Suelen haber pocos rivales**

La introducción del producto al mercado es considerada la fase de mayor importancia, y muchas veces donde mayor riesgo se corre, al ofertar un nuevo producto esperando la acogida de los consumidores, incurrir a gastos fuertes de publicidad, para lograr mayor aceptación. Adicional, a esto se corre el riesgo que la competencia introduzca productos con similares características.

4.16 Actividades Clave

Recepción de Materia Prima - Almacenamiento y Transporte (previo a la transformación)

El almacén usado para guardar los componentes de preparación debe mantenerse en condiciones higiénicas y ambientales favorables para evitar la descomposición de los alimentos.

Para el almacenaje de los alimentos se deberá utilizar estantes o repisas ubicadas a una altura considerable evitando el contacto directo con el suelo.

La ubicación de los alimentos almacenados debe ser de tal forma que facilite el libre acceso al personal para el aseo y mantenimiento del establecimiento.

Los alimentos que por su naturaleza requieran ser mantenidos en refrigeración o congelación, su almacenamiento deberá realizarse según las condiciones de temperatura, humedad y circulación de aire que sea necesaria para cada alimento.

La proteína de soya vegetal y el trigo usado para la elaboración de los productos se almacenará en sacos de 50kg.; los condimentos usados para la elaboración serán almacenados en cajas y en refrigeración según corresponda su naturaleza.

Pesaje y Mezclado

Cada día al comenzar la jornada se deberá pesar los ingredientes que son parte de las mezclas para elaborar el producto

final, quienes elaboran las masas tienen las medidas establecidas de cada componente que interviene en la preparación de la masa interna como la masa externa del quipe.

Los ingredientes debidamente pesados de manera individual para evitar errores que puedan alterar el sabor del producto, se colocarán en mezcladores de alimentos cuya capacidad de amasamiento máximo es del 20 kg.

Se deberá vigilar de manera cautelosa la textura de que van tomando las masas a medida que los ingredientes se mezclan.

Cocción

La masa que se usará en la parte interna tanto para las hamburguesas y para los quipes debe someterse a un proceso, el mismo proveniente de la harina de soya, se sofríe con aceite vegetal en una marmita hasta que se dore. Este proceso dura a próximamente unos veinte minutos. Y se debe monitorear que la masa quede lo suficientemente húmeda para que sea moldeable.

Una vez lista la masa debemos dejarla reposar y esperar a que la misma se enfríe.

Moldeado

El moldeado es de forma artesanal. Con la masa interna se hacen pequeñas bolitas para darle la forma deseada tanto para las hamburguesas, para los quipes y tortillas, que finalmente son recubiertas de la masa externa, a la que se le adiciona el aglutinante para que se compacte dándole firmeza al producto.

Empaquetado

El objetivo del envasado o empaquetado es proteger a los alimentos de manera higiénica durante el proceso de almacenaje del producto terminado así como cuidar su presentación durante el proceso de transporte hasta el consumidor final.

Los alimentos se los procede a colocar en fundas con cierres herméticos para que no sufran ninguna descomposición al momento de ser entregados. Se considera este tipo de empaque porque es de fácil preparación, posee alto brillo, descripción adecuada de los productos, y además con impresión de los precios, fecha de caducidad.

Logística de Distribución

Las condiciones óptimas para una distribución óptima son:

El producto terminado así como también la materia prima deberá ser transportada manteniendo especial cuidado con las condiciones higiénico-sanitarias y así como el control de temperaturas establecidas que garantice la conservación en la calidad del producto.

Para esta actividad, se ha destinado un vehículo con frigorífico para el transporte de alimentos y materias primas, que será idóneo para la movilización de los alimentos por la naturaleza de los mismos, el vehículo es diseñado y construido con materiales apropiados y de tal forma que protejan al alimento de contaminación y efecto del clima.

Se debe tener especial cuidado con el transporte de los alimentos junto con otras sustancias que pudieran ser tóxicas o que representarían un riesgo de contaminación para los alimentos.

La ubicación, donde se realizará el proceso de transportación de los pedidos y planta de fabricación se encuentra ubicada en Durán, Av. Jaime Nebot Velasco. (Obsérvese figura 10).

4.17 Estrategia de Plaza y Distribución

Cobertura geográfica

La zona geográfica de Guayaquil se ha dividido en el norte de la ciudad dentro de la primera etapa del producto.

Se ha diseñado otra etapa del producto donde se introducirá a mediano plazo en los supermercados que serán a nivel local.

4.17.1 Niveles de Distribución

Se ha considerado dos niveles existentes en lo que respecta a la distribución de los productos de la siguiente manera:

- Canal de marketing directo: sin nivel de intermediarios.
- Canal de marketing indirecto: tiene dos niveles de intermediarios. En los mercados de consumo, este nivel suele ser un detallista. En otro nivel existe un mayorista y detallista. (Obsérvese gráfico 27)

Tomando la responsabilidad de las labores que implica la entrega del producto que será a domicilio del solicitante como visitas de vendedores, cobranzas, almacenajes, entre otros. Los vendedores se

encargarán de efectuar las rutas divididas dentro del sector norte de la ciudad logrando abastecer todos los sectores mencionados.

Para lograr la distribución se tendrá un mando de control por parte del Jefe de Marketing y Ventas que se encargará de controlar las rutas que los vendedores y chofer utilicen, ya que la modalidad será los vendedores toman los pedidos a los clientes y al día siguiente el chofer con el repartidor entregarán los pedidos en el camión.

Para comenzar la distribución del producto se cubrirá las principales demandas de clientes, restaurantes de comida árabe y vegetariana, y con los supermercados y demás autoservicios de la ciudad, la logística de entrega será cada 30 días en dichos puntos de venta.

4.17.2 Medios de distribución

Se considerará la adquisición de un camión frigorífico como inversión inicial, el mismo que será el medio de distribución a utilizar para cubrir con la demanda de los pedidos en el norte de la ciudad de Guayaquil.

4.18 Diseño del Local

La planta será de 250 metros cuadrados, los mismos que estarán distribuidos por 12m de largo y x 20.5 m. El área de producción tendrá una dimensión de 15.5 metros, donde se contará con las maquinarias como cocina industrial, el molino, la amasadora, las mesas donde se realizará la preparación, entre otros. Los otros 5 metros será

para servicios higiénicos, de lado izquierdo hombres, y a la derecha mujeres.

Por la parte inferior o a la entrada de la planta, a mano izquierda está ubicado el Departamento de Marketing y Publicidad de aproximadamente 5 metros, seguido por el área de entrada donde abarca 5 metros más donde se encontrará en la parte superior con el Departamento de Calidad. A lado derecho está localizado el área de Gerencia junto al área del asistente administrativo con aproximadamente 5.50 metros. (Obsérvese gráfico 28).

4.19 Capacidad de Producción

Para tener una mejor comprensión de todos los tiempos de ciclo de cada uno de los procesos de la producción de Ecuasoya, así como su capacidad total de producción (Obsérvese gráfico 29).

4.20 Tecnología y Equipos Requeridos.

Las maquinarias y equipos que se han elegido en base a un análisis del proceso de elaboración diaria de la carne de soya, quipes y tortillas de soya. Las mismas que permitirán agilizar los procesos de elaboración. Se detallan las principales máquinas y equipos necesarios, para la puesta en marcha del negocio. (Obsérvese tabla 25).

4.21 Proveedores

Como proveedores, se ha considerado a San Camilo, Soyito y García Reinoso, los mismos que son especializados en la venta al por mayor de la materia prima principal como es la soya; seguido por costos pequeños que abarcan los sazonadores. Para conocer acerca de los principales productos que se necesitarán (Obsérvese tabla 26)

4.21.1 Proveedores de la Materia Prima

El mayor proveedor de soya en el Ecuador es San Camilo, el mismo que se encuentra localizado en la parroquia urbana de Quevedo. se caracteriza por ser una gran planta comercializadora y abastecedora de granos como el maíz y la soya. Diariamente comercializan alrededor de 500 toneladas de soya al granel.

4.21.2 Proveedor de las Etiquetas

Como proveedor para los materiales indirectos como son las etiquetas se ha considerado a LILOTEC S.A. El mismo que se encuentra ubicado en el Km 10 1/2 vía Daule. La principal actividad de la compañía se centra en todo tipo de impresión de etiquetas sobre cualquier tipo de material, sea cartón, plástico, vidrio

Siendo el diseño de la etiqueta (Obsérvese figura 11).

4.22 Requisitos para el funcionamiento de una empresa comercial en la ciudad de Guayaquil.

El tipo de compañía que se posicionará será de carácter anónimo; cuyas características, requisitos, información general, capacidad, de la fundación de la compañía se adjuntan en el (anexo 1).

El emprendedor (2013, septiembre) menciona que entre los requisitos necesarios se debe:

1. Obtener el permiso de funcionamiento por parte del Municipio de Guayaquil; ya que toda persona natural o jurídica está en la obligación de registrar la patente dependiendo de la actividad comercial, industrial o de servicios a la que dedique. Según un blog de la Alcaldía de Guayaquil (s.f.) (Anexo 2.2)
2. Solicitar el permiso de funcionamiento **a la** Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) dependiendo del tipo de actividad que se realice se fijará el costo del mismo mediante vía electrónica en la página del Ministerio de Salud Pública. (Obsérvese Anexo 2.1).
3. Contar con los requisitos solicitados por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.

ADJUNTAR:

- Formulario de solicitud (sin costo) del Ministerio de Salud Pública, completo y suscrito por el solicitante.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía del solicitante.
- Documentos que certifiquen la sociedad que se pretende crear, en este caso Sociedad Anónima.
- Copia del título del profesional de la salud, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, dependiendo del tipo de actividad de la compañía.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos.(Anexo 2.3).

CAPÍTULO 5

“ESTUDIO FINANCIERO”

5.1 Inversión Inicial

Para comenzar las actividades del negocio, es importante determinar cuál sería el monto inicial del proyecto para posteriormente establecer las fuentes de financiamiento a utilizar para la adquisición de estos recursos:

La inversión inicial o el monto total del proyecto que se desea incurrir asciende a \$ 59.080.97 la misma que se subdivide en tres grandes tipos de inversión: para inversión en compra de activos fijos, para gastos de pre-operación, donde consta el presupuesto asignado para los trámites a seguir durante el proceso de constitución del negocio; finalmente el restante está destinado para financiar el capital de trabajo para la puesta en marcha del negocio. El capital de trabajo se constituye por los gastos administrativos entendiéndose por los costos que la empresa incurrirá tanto generales como de ventas correspondientes al primer mes de operación, depende de la cantidad que como inversionista quiera darle. (Obsérvese Tabla 27).

5.2 Financiamiento de la Inversión

Para el financiamiento de la inversión se ha considerado dos fuentes: a través de fondos propios y a través de préstamo bancario, donde más o menos la distribución sería de un 34%-66%. (Obsérvese Tabla 28).

De darse la opción del crédito, el mismo sería solicitado a la institución financiera “CFN”, por contar con el apoyo de uno de los inversionistas quien es funcionario del banco y garantizaría mejores condiciones de crédito. De este modo, el préstamo estaría sujeto a las

siguientes condiciones de financiamiento:

Tabla 27.- “Inversión Inicial del Proyecto.”

Empresa: ECUASOYA S.A.			
Inversión Inicial			
	Cortado a:	Dic 31 2014	
	Moneda:	US\$	
Rubros	Cantidad	Init.	US\$
Edificios			10.000,00
Terreno	1	0,00	0,00
Edificio e Instalaciones	1	10.000,00	10.000,00
Equipos y Muebles de Oficinas			1.460,00
Escritorios	5	100,00	500,00
Sillas	5	30,00	150,00
Sillón ejecutivo	3	100,00	300,00
Archivadores	3	30,00	90,00
Telefonos Inalambricos	2	60,00	120,00
Calculadoras, perforadoras, grapadoras, sacagrapa, tijeras	4	75,00	300,0
Equipos de Computación y Software			1.900,00
Computadoras Compaq - Presario Q5500Y	3	500,00	1.500,00
Impresora láser, copiadora todo en uno - Modelo: M1212NF	1	120,00	120,00
Router Inalámbrico	4	70,00	280,00
Maquinarias y Equipos			29.328,00
Olla de presión Universal de 13lts	2	60	\$ 120
Horno Cilindrico tostador	1	1956	\$ 1.956
Congelador Industrial	1	4000	\$ 4.000
Etiquetadora	1	587	\$ 587
Empacadora Flow Pack Horizontal	1	11700	\$ 11.700
Amasadora 50 lbs	2	2420	\$ 4.840
Molino Pulverizador	1	5600	\$ 5.600
Zarandas o cernideros de 0,5M.m	1	245	\$ 245
Zarandas o cernideros de 3,5M.m	1	280	\$ 280
Vehículos			10.000,00
Activo Diferido			2.500,00
Gastos de Constitución			2.500,00
Capital de trabajo			3.892,97
Total Rubros US\$			59.080,97

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 28.- “Modo de Financiamiento de la Inversión.”

Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)					
			a	b	= (a * b)
Fuentes de Financiamiento	Monto US\$	Proporción%	Tasa %	Ponderación	
Capital Social	20.000	34%	20%	6,77%	
Obligaciones Financieras	39.081	66%	8%	5,37%	
Totales	59.081	100%		12,14%	

Fuente: Elaboración Propia.

De esta forma, la tabla de amortización quedaría resumida de la siguiente manera: en 5 años la empresa pagaría un total de \$ 44.900.12 por concepto de intereses, siendo la deuda total equivalente a \$ 39.080.97 en el plazo establecido. (Obsérvese Tabla 29).

Tabla 29.- “Amortización del Capital.”

ECUASOYA S.A.						
Tabla de Amortización Gradual						
Acreedor						
Principal	39.081					
Tasa %	8,12% Anual					
Plazo	36 Meses	30	(Con 6 Meses de Gracia)			
Periodo	Interés	Principal	Dividendo	Saldo	Acumulación de Intereses	Amortización de Principal
0				39.080,97		
1	264,45	0,00	264,45	39.080,97		
2	264,45	0,00	264,45	39.080,97		
3	264,45	0,00	264,45	39.080,97		
4	264,45	0,00	264,45	39.080,97		
5	264,45	0,00	264,45	39.080,97		
6	264,45	0,00	264,45	39.080,97		
7	264,45	1.179,33	1.443,78	37.901,64		
8	256,47	1.187,31	1.443,78	36.714,33		
9	248,43	1.195,35	1.443,78	35.518,98		
10	240,35	1.203,44	1.443,78	34.315,54		
11	232,20	1.211,58	1.443,78	33.103,96		
12	224,00	1.219,78	1.443,78	31.884,19	3.052,59	7.196,79
13	215,75	1.228,03	1.443,78	30.656,16		
14	207,44	1.236,34	1.443,78	29.419,81		
15	199,07	1.244,71	1.443,78	28.175,11		
16	190,65	1.253,13	1.443,78	26.921,98		
17	182,17	1.261,61	1.443,78	25.660,37		
18	173,64	1.270,15	1.443,78	24.390,22		
19	165,04	1.278,74	1.443,78	23.111,48		
20	156,39	1.287,39	1.443,78	21.824,09		
21	147,68	1.296,10	1.443,78	20.527,98		
22	138,91	1.304,88	1.443,78	19.223,11		
23	130,08	1.313,70	1.443,78	17.909,40		
24	121,19	1.322,59	1.443,78	16.586,81	2.028,00	15.297,38
25	112,24	1.331,54	1.443,78	15.255,27		
26	103,23	1.340,55	1.443,78	13.914,71		
27	94,16	1.349,62	1.443,78	12.565,09		
28	85,02	1.358,76	1.443,78	11.206,33		
29	75,83	1.367,95	1.443,78	9.838,38		
30	66,57	1.377,21	1.443,78	8.461,17		
31	57,25	1.386,53	1.443,78	7.074,64		
32	47,87	1.395,91	1.443,78	5.678,74		
33	38,43	1.405,35	1.443,78	4.273,38		
34	28,92	1.414,86	1.443,78	2.858,52		
35	19,34	1.424,44	1.443,78	1.434,08		
36	9,70	1.434,08	1.443,78	(0,00)	738,56	16.586,81
Totales	5.819,15	39.080,97	44.900,12		5.819,15	39.080,97

Fuente: Elaboración Propia.

5.3 De los Activos Fijos

Los activos fijos necesarios a incurrirse en este proyecto se detallan en la inversión inicial, Su valor en libros por un total de \$52.688.00 Los mismos que se los divide en grandes grupos.

Por el lado de Maquinarias y Equipos tales como ollas de presión, 1 horno cilíndrico, 1 congelador industrial, 1 maquina etiquetadora, 1 empacadora flow pack horizontal, 1 amasador, 1 molino pulverizador, zarandas son indispensables para efectuar el proceso de producción. Se necesita un total de \$29.328, son los activos donde se necesita mayor inversión debido a que son las maquinarias directas para producir.

Por otro lado para la adquisición de los muebles de oficina se necesita un total de \$1460 indispensables para las adaptaciones de la planta procesadora, como escritorios, sillas gerenciales por departamento, sillas en general, archivadores, teléfonos inalámbricos, calculadoras, grapadoras entre otros.

La mayoría de estos equipos se los adquirirá por compras en internet, por los descuentos que ofrecen. Con excepción del vehículo, con un valor de \$10.000 el cual se considerará acudir a cotizar en las automotrices de la ciudad.

Y por último, se necesitarán \$1900 destinados a equipos de computación, como impresoras multifunción, routers inalámbricos y computadoras. (Obsérvese Tabla 30)

Tabla 30.- “Activos Fijos de Ecuasoya S.A.”

Activos Fijos (Tangibles e Intangibles)	Costo Histórico
Edificios	10.000,00
Equipos y Muebles de Oficinas	1.460,00
Equipos de Computación y Software	1.900,00
Maquinarias y Equipos	29.328,00
Vehículos	10.000,00
Total Activos Fijos (Tangibles e Intangibles) US\$	52.688,00

Elaboración Propia.

5.4 Depreciación de los Activos Tangibles e intangibles

Con respecto a la depreciación

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el paso de los años, hay que considerar que la vida útil de los activos depende de la naturaleza de los mismos; en este caso se los dividirá por vida útil siendo los siguientes. De acuerdo a gerencie.com (2013,10 de Septiembre). (Obsérvese Tabla 31).

Tabla 31.- “Vida útil de los Activos Fijos de la empresa Ecuasoya S.A.”

Equipos y Muebles de Oficinas	10 años
Equipos de Computación y Software	3 años
Maquinarias y Equipos	10 años
Vehículos	5 años
Edificios	20años

Elaboración Propia

El uso que se le designe a los activos es utilizado para la generación

de ingresos, el mismo que se desgasta y necesita de mantenimiento conforme pasan los días.

Así mismo se detalla a continuación los gastos por concepto de amortización o gastos de constitución cuyo costo anual es de manera fija, siendo de \$2.500, por conceptos en trámites y demás al momento de constituir la compañía.

También se considera que debido al metro cuadrado de terreno y construcción el 80% por uso de las máquinas lo asume el costo de producción, el 15% para gastos administrativos y 5% para el área de ventas.(Obsérvese Tabla 32)

Tabla 32.- “Cálculo de la Depreciación de los Activos Tangibles e Intangibles de la Compañía Ecuasoya S.A.”

Empresa: ECUASOYA S.A.												
Reporte: Gastos por Depreciación de Activos			Reporte: Gastos por Depreciación de Activos									
Cortado a: dic 31, 2014			dic 31, 2014									
Moneda: US\$			US\$									
	Costo Histórico	Vida Útil (meses)	Depreciación Mensual	Meses					Distribución			
				12	24	36	48	60	100%	80%	15%	5%
Activos Fijos (Tangibles e Intangibles)				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	COSTO DE PRODUCCIÓN	GASTOS ADMINISTRATIVOS	GASTOS DE VENTAS
Edificios	10.000,00	240	41,67	500,04	500,04	500,04	500,04	500,04	2.500,20	400,03	75,01	25,00
Equipos y Muebles de Oficinas	1.460,00	120	12,17	146,04	146,04	146,04	146,04	146,04	730,20	116,83	21,91	7,30
Equipos de Computación y Software	1.900,00	36	52,78	633,36	633,36	633,36	0,00	0,00	1.900,08	506,69	95,00	31,67
Maquinarias y Equipos	29.328,00	120	244,40	2.932,80	2.932,80	2.932,80	2.932,80	2.932,80	14.664,00	2.346,24	439,92	146,64
Vehículos	10.000,00	60	166,67	2.000,04	2.000,04	2.000,04	2.000,04	2.000,04	10.000,20	1.600,03	300,01	100,00
Total Activos Fijos (Tangibles e Intangibles)												
US\$	52.688,00		517,69	6.212,28	6.212,28	6.212,28	5.578,92	5.578,92	29.794,68	4.969,82	931,84	310,61
Depreciación Acumulada				6.212,28	12.424,56	18.636,84	24.215,76	29.794,68				

NOTA: Debido al metro cuadrado de terreno y construcción el 80% por uso de las máquinas lo asume el costo de producción, el 15% para gastos administrativos y 5% para el área de ventas.

Empresa: ECUASOYA S.A.												
Reporte: Gastos por Amortización d			Reporte: Gastos por Amortización de Gastos de Constitución									
Cortado a: dic 31, 2014			dic 31, 2014									
Moneda: US\$			US\$									
	Costo Histórico	Vida Útil (meses)	Meses					Distribución				
			12	24	36	48	60	100%	75%	20%	5%	
Activos Diferidos			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	COSTO DE PRODUCCIÓN	GASTOS ADMINISTRATIVOS	GASTOS DE VENTAS	
Gasto de Constitución	2.500,00	120	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1.250,00	187,50	50,00	12,50	
Total de Activos Diferidos	2.500,00		250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1.250,00	187,50	50,00	12,50	
Amortización Acumulada			250,00	500,00	750,00	1.000,00	1.250,00					

Fuente: Elaboración Propia.

5.5 Determinación de Costos

Faga, Hector & Ramos, Mariano. (2006), en su libro de *“Como profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales”* dona dos conceptos distintos acerca de los costos; la primera todo costo es el sacrificio que debe realizarse para alcanzar un determinado objetivo, y la segunda es que costo, es el insumo de determinados elementos valorizados económicamente para cumplir con un objetivo de índole económico.

La contabilidad de costos es una metodología que permite determinar exactamente el costo de los distintos procesos que involucra la producción de un determinado artículo. El empresario debe tener conocimiento de los costos unitarios de cada producto para saber si su precio de venta, cubre dichos costos y le genera una rentabilidad o caso contrario si genera pérdida. Según Mariño, Wilson (2008), en su libro de 100 tips para crear tu propia empresa.

Para explicar mejor, como ejemplo el autor lo explica mediante un ejemplo sencillo:

Si una planta productiva que implica la ejecución de tres procesos tales como cortado, ensamblado y pintura, para el empresario es necesario conocer los costos de fabricación que incurren por cada producto, con el objetivo de optimizarlos y ser una fábrica competitiva. (P125)

Según la autora (Bazán L., S. I. 2011) La determinación de costos permite conocer:

- Cuál es el costo unitario de un artículo, es decir cuánto cuesta producirlo.

- Cuál sería el precio de venta al público.
- Cuáles son los costos totales en que incurre la empresa.
- Conocer el punto de equilibrio en donde se conozca el nivel de ventas necesario, en donde la empresa no genere ni utilidades ni tampoco pérdidas.
- Conocer el volumen de ventas para obtener una utilidad deseada.
- Cómo abaratar los costos sin afectar la calidad del artículo.
- Cómo controlar los costos.

5.5.1 Costos de Producción

El costo de producir los tres productos (hamburguesa de soya, quipes y tortillas), será de \$3.58, los mismos que incurrirán todos los procesos como son el plástico, agua, misceláneos. Se hizo un estimado de ventas correspondientes a 8000 unidades al mes, y 96000 correspondientes al año, con un margen de producción equivalente al 65%. (Obsérvese Tabla 33).

El precio que se estima vender los productos mediante una estrategia de fijación de precios de penetración de mercados, es decir se consideró un precio módico y competitivo en el mercado que será de \$6.50 para las hamburguesas, \$4.50 el de los quipes y \$2.00 para las tortillas.

El estimado de ventas que se necesita efectuar para no tener ni pérdidas y ganancias es de \$3.653 mensuales, y de \$43.839 al año. (Obsérvese Tabla 34).

Tabla 33.- “Principales Gastos y Costos a Incurrir en el Proceso de Producción.”

Empresa: ECUASOYA S.A.		
Costos y Gastos		
	Moneda:	US\$
División de Costos y Gastos	Mensual	Anual
Costos de Producción		
Materia Prima Directa	17.160,00	205.920,00
MOD		
Sueldos y Beneficios Sociales	1.865,24	22.382,88
MOI		
Sueldos y Beneficios Sociales	-	-
GGP		
Sueldos y Beneficios Sociales	3.304,12	39.649,39
Depreciación	414,15	4.969,82
Amortización	15,63	187,50
Otros GGP	11.440,00	137.280,00
Total de Costo de Producción	34.199,13	410.389,59
Gastos Administrativos		
Sueldos y Beneficios Sociales	3.353,07	40.236,87
Depreciación	77,65	931,84
Amortización	4,17	50,00
Total de Gastos Administrativos	3.434,89	41.218,71
Gastos de Venta		
Sueldos y Beneficios Sociales	1.151,61	13.819,30
Depreciación	25,88	310,61
Amortización	1,04	12,50
Total de Gastos de Venta	1.178,53	14.142,41

Variables	
Precio Venta por producto	5,50
Costo de Producción (margen)	65%
Costos por 6 unidades producto	3,58
Venta mensuales	8.000
Venta anuales	96.000

Costos de Producción	% Costos	Costos	Mensual	Anual	División	Total División
Carne de soya	40%	1,43	17.600,00	137.280,00	MPD	205.920,00
Plástico	20%	0,72	8.800,00	68.640,00	MPD	
Energía Eléctrica	10%	0,36	4.400,00	34.320,00	GGP	137.280,00
Mantenimiento Maquinarias	10%	0,36	4.400,00	34.320,00	GGP	
Agua	10%	0,36	4.400,00	34.320,00	GGP	
Misceláneos	10%	0,36	4.400,00	34.320,00	GGP	
Total Costos de Producción	100%	3,58	28.600,00	343.200,00		

Elaboración Propia.

Tabla 34.- Proyección de Ventas.

ECUASOYA S.A.				
Presupuesto de Ventas			Moneda: US\$	
Cortado A		diciembre 2014		
		Ventas Primer Año		
Meses	Ventas Totales Proyectadas	Venta Contado 100 %	Costo de Ventas 54 %	
Enero	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Febrero	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Marzo	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Abril	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Mayo	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Junio	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Julio	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Agosto	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Septiembre	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Octubre	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Noviembre	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Diciembre	44.000,00	44.000,00	23.760,00	
Totales US\$	528.000,00	528.000,00	285.120,00	

Estimación de la oferta	
Meses	Unidades
Enero	8.000
Febrero	8.000
Marzo	8.000
Abril	8.000
Mayo	8.000
Junio	8.000
Julio	8.000
Agosto	8.000
Septiembre	8.000
Octubre	8.000
Noviembre	8.000
Diciembre	8.000
Totales	96.000

ECUASOYA S.A.	
Presupuesto de Ventas	
Precio Unitario US\$	5,50
Meses	Unidades
Enero	44.000,00
Febrero	44.000,00
Marzo	44.000,00
Abril	44.000,00
Mayo	44.000,00
Junio	44.000,00
Julio	44.000,00
Agosto	44.000,00
Septiembre	44.000,00
Octubre	44.000,00
Noviembre	44.000,00
Diciembre	44.000,00
Totales	528.000,00

Elaboración Propia.

Tabla 35.- “Determinación del Punto de Equilibrio de la Compañía Ecuasoya S.A.”

ECUASOYA S.A.			
Punto de Equilibrio Escenario Real			
Moneda: US\$			
Proyección de Resultados y Punto de Equilibrio			
	Valor Año	Valor Mes	%
Ventas	528.000	44.000	100%
(-) Costos Variables	438.450	36.538	83%
(=) Margen Contribución	89.550	7.462	17%
(-) Costos Fijos	45.711	3.809	9%
(=) Utilidad antes impuestos	43.839	3.653	8%

Fuente: Elaboración Propia.

En este caso el tener un grado de apalancamiento alto y mayor que significa que la firma tiene tal combinación de costos fijos y variables que le permite aumentar las utilidades antes de impuestos e intereses en un porcentaje mayor que el porcentaje en que se incrementan las ventas. (Obsérvese Tabla 36 y Gráfico 30).

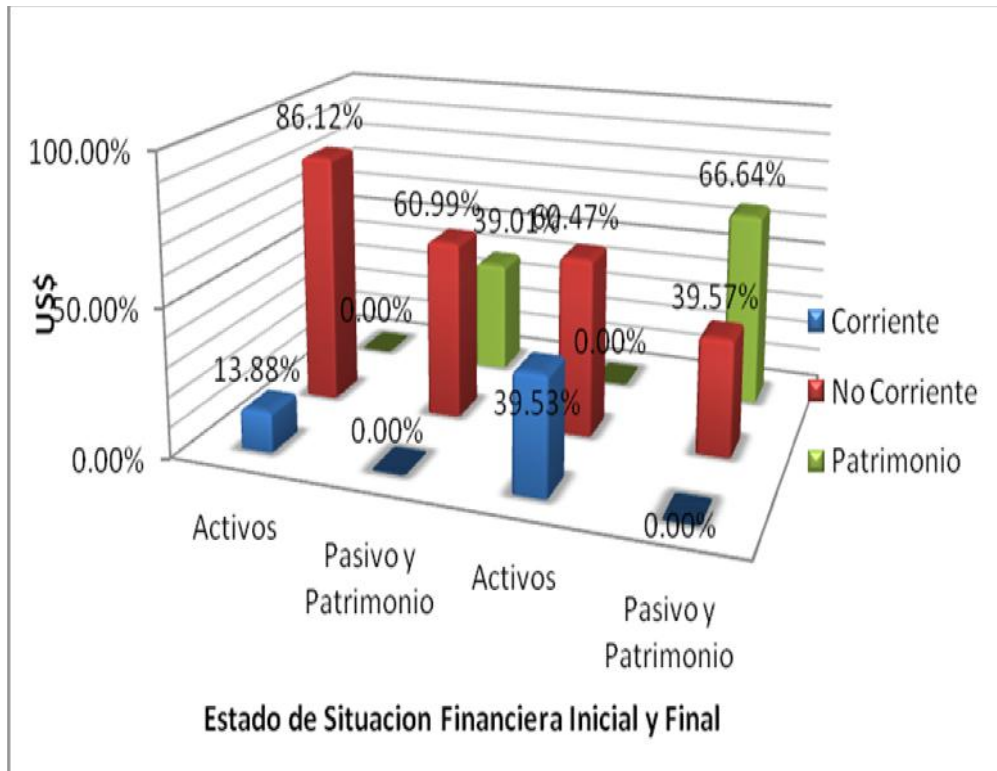
El GAO o grado de apalancamiento operativo es una medida de elasticidad que relaciona el grado porcentual en que cambia la utilidad por una unidad porcentual de cambio en las ventas. En otras palabras es el impacto que genera la empresa al momento de la adquisición de activos fijos, los mismos que se devalúan con el paso de los años, su uso o por la adquisición de nuevas tecnologías, con el objetivo de mejorar la capacidad productiva de la empresa, reducir desperdicios y mejorar la calidad de los productos o servicios que se ofrecen. Según Esp. Váquiro C., José Didier (2009). (Obsérvese Tabla 37).

Tabla 36.-“Estado de Situación Financiera de Ecuasoya S.A.”

Situación Financiera Inicial y Final	Inicial		Final	
	Activos	Pasivo y Patrimonio	Activos	Pasivo y Patrimonio
Corriente	13,88%	0,00%	39,53%	0,00%
No Corriente	86,12%	60,99%	60,47%	39,57%
Patrimonio	0,00%	39,01%	0,00%	66,64%

Elaboración Propia

Gráfico 30.- “Estado de Situación Financiera de Ecuasoya S.A”



Elaboración propia.

Tabla 37.- Balance General de la Compañía Ecuasoya S.A.

ECUASOYA S.A.

Balance General Proyectado

Moneda: US\$					
Cortado a:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos	80.576,61	112.810,19	131.422,90	169.522,19	209.219,49
Activo Corriente	31.850,89	70.546,75	95.621,74	139.549,95	185.076,17
Caja Bancos	31.850,89	70.546,75	95.621,74	139.549,95	185.076,17
Activo No Corriente	48.725,72	42.263,44	35.801,16	29.972,24	24.143,32
Activo Fijo	46.475,72	40.263,44	34.051,16	28.472,24	22.893,32
Edificios	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Terrenos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos y Muebles de Oficina	1.460,00	1.460,00	1.460,00	1.460,00	1.460,00
Equipos de Computación	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00
Maquinarias y Equipos	29.328,00	29.328,00	29.328,00	29.328,00	29.328,00
Vehículos	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
(-) Depreciación Acumulada	6.212,28	12.424,56	18.636,84	24.215,76	29.794,68
Activo Diferido	2.250,00	2.000,00	1.750,00	1.500,00	1.250,00
Gastos de Constitución	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
(-) Amortización Acumulada	250,00	500,00	750,00	1.000,00	1.250,00
Pasivos	31.884,19	16.586,81	0,00	0,00	0,00
Pasivo de Largo Plazo	31.884,19	16.586,81	0,00	0,00	0,00
Obligaciones Financieras	31.884,19	16.586,81	0,00	0,00	0,00
Patrimonio	53.692,42	84.801,44	118.587,69	155.196,83	193.827,16
Capital Social	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
Resultado del Ejercicio	28.692,42	31.109,02	33.786,25	36.609,13	38.630,34
Utilidades Retenidas	0,00	28.692,42	59.801,44	93.587,69	130.196,83
Total Pasivo y Patrimonio	85.576,61	101.388,25	118.587,69	155.196,83	193.827,16

Fuente: Elaboración Propia

5.6 Presupuesto de Sueldos

Dentro de la empresa, el número de talento humano que trabajará y cumplirá con el objetivo ligado a su misión y visión será de 15 personas la cual constará con sus sueldos con sus respectivos beneficios que servirán para el rol de pagos de la empresa.(Obsérvese Tabla 38)

Tabla 38.- Presupuesto de Sueldos de la Mano de Obra de Ecuasoya S.A.

ECUASOYA S.A.								
Presupuesto de Sueldos								
Proyeccion: dic 31, 2014								
Moneda: US\$								
Colaboradores	Sueldos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aportes Patronales	Fondo de Reserva	Subtotal	División	Total
Gerente General	1.000,00	83,33	28,33	121,50	83,33	1.316,50	GA	
Contador	750,00	62,50	28,33	91,13	62,50	994,46	GA	
Asistente Contable	425,00	35,42	28,33	51,64	35,42	575,80	GA	
Asistente Administrativo	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	GA	3.353,07
Guardia 1	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	GGP	
Jefe de Marketing y Publicidad	800,00	66,67	28,33	97,20	66,67	1.058,87	GGP	
Jefe de Producción y Calidad	600,00	50,00	28,33	72,90	50,00	801,23	GGP	
Chofer	375,00	31,25	28,33	45,56	31,25	511,40	GGP	
Conserje	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	GGP	3.304,12
Vendedor 1	425,00	35,42	28,33	51,64	35,42	575,80	GV	
Vendedor 2	425,00	35,42	28,33	51,64	35,42	575,80	GV	1.151,61
Obrero 1	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	MOD	
Obrero 2	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	MOD	
Obrero 3	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	MOD	
Obrero 4	340,00	28,33	28,33	41,31	28,33	466,31	MOD	1.865,24
Total Colaboradores	7.180,00	598,33	425,00	872,37	598,33	9.674,04		9.674,04
	15				Promedio	1.209,25		
					Máximo	1.316,50		
					Mínimo	466,31		

Elaboración Propia.

5.7 Proyecciones de 5 años

Para las respectivas proyecciones de los ingresos se consideró un incremento anual de ventas en cantidades producidas y en las ventas estimadas correspondientes al 5%. Dando así los resultados al final del 5 año de \$641.787.30

Mientras que los gastos proyectados al final del 5 año fueron de \$576.935.71, generando una utilidad bruta operacional de \$64.851.19 (Obsérvese tabla 39)

Entre los gastos a considerar, se encuentran los administrativos comprendidos por el sueldo de los mismos, y otros gastos como luz, agua, teléfonos, así mismo los gastos de ventas, y depreciación, con un valor correspondiente a \$42.628.71 durante los 5 años de operación por un concepto de gastos administrativos. (Obsérvese Tabla 40 y 41).

De la misma forma con los gastos correspondientes a ventas como los sueldos que perciben los vendedores, los gastos por concepto de publicidad y promociones a realizarse y así mismo se considera la depreciación y amortización generando un equivalente de costos un total de \$28.060.41

A los mismos se les reduce el pago de capital más intereses correspondientes al préstamo emitido por la CFN, generando una utilidad antes de impuestos al final del 5 año por un valor de \$3.052.59

Luego se procede a calcular la participación de los trabajadores (15%) al final del primer año por un total de \$6.575.80 y a la renta (22%) de \$8.570.47 generando una utilidad neta de \$28.692.42.

En la estimación se obtuvo un valor actual neto puro de \$77586, mientras que el valor actual neto financiado fue de \$47.243 con una Tasa Interna de Retorno de 36%, lo cual indica que en este escenario el proyecto es financieramente viable y se lo puede ejecutar.(Obsérvese Tabla 42).

Tabla 39.- Flujo de Caja Projectado Ecuasoya S.A.

ECUASOYA S.A.						
Flujo de Caja Projectado						
Moneda: US\$	Crecimiento	5%	5%	5%	5%	
Periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
(+) Ingresos Operacionales						
Ventas	528.000,00	554.400,00	582.120,00	611.226,00	641.787,30	
Total Ingresos Operacionales	528.000,00	554.400,00	582.120,00	611.226,00	641.787,30	
	Inflación	5%	5%	5%	5%	
(-) Egresos Operacionales						
Materia Prima Directa	205.920,00	216.216,00	227.026,80	238.378,14	250.297,05	
Mano de Obra Directa	22.382,88	23.502,02	24.677,13	25.910,98	27.206,53	
Gastos Generales Producción	176.929,39	185.775,86	195.064,65	204.817,89	215.058,78	
Gastos Administrativos	40.236,87	42.248,71	44.361,15	46.579,21	48.908,17	
Gastos de Ventas	27.737,30	29.124,17	30.580,37	32.109,39	33.714,86	
Otros Egresos	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33	
Total Egresos Operacionales	474.646,44	498.378,76	523.297,70	549.462,59	576.935,71	
(=) Flujo Operacional	-	53.353,56	56.021,24	58.822,30	61.763,41	64.851,59
(+) Ingresos No Operacionales						
Préstamo Bancario	39.080,97	-	-	-	-	-
Fondos Propios	20.000,00	-	-	-	-	-
Total Ingresos No Operacionales	59.080,97	-	-	-	-	-
(-) Egresos No Operacionales						
Inversión Fija	52.688,00	-	-	-	-	-
Inversión Diferida	2.500,00	-	-	-	-	-
Pago Capital		7.196,79	15.297,38	16.586,81	-	-
Pago Intereses		3.052,59	2.028,00	738,56	-	-
Participación Trabajadores		-	6.575,80	7.129,64	7.743,22	8.390,17
Impuesto a la Renta		-	8.570,47	9.292,30	10.091,99	10.935,19
Total Egresos No Operacionales	55.188,00	10.249,37	32.471,64	33.747,31	17.835,21	19.325,36
(=) Flujo No Operacional	3.892,97	(10.249,37)	(32.471,64)	(33.747,31)	(17.835,21)	(19.325,36)
(=) Flujo Neto Generado	3.892,97	43.104,19	23.549,60	25.074,99	43.928,20	45.526,23
(=) Saldo Inicial de Caja	-	3.892,97	46.997,16	70.546,75	95.621,74	139.549,95
(=) Saldo Final de Caja	3.892,97	46.997,16	70.546,75	95.621,74	139.549,95	185.076,17
(+) Depreciación		6.212,28	6.212,28	6.212,28	5.578,92	5.578,92
(+) Amortización		250	250	250	250	250
Saldo Final del Flujo de Caja		53.459,44	77.009,03	102.084,02	145.378,87	190.905,09

Tabla 40.- Estado de Resultados Proyecto Ecuasoya S.A.(Mes)

ECUASOYA S.A.														
Estado de Resultados Proyecto														
Cortado a: dic 31, 2014														
Moneda: US\$														
Cuentas	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	US\$	%
Ventas	44.000,00	44.000,00	44.000,00	44.000,00	44.000,00	44.000,00	44.000,00	44.000,00	44.000,00	44.000,00	44.000,00	44.000,00	528.000,00	100,0%
(-) Costo de Producción	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	23.760,00	410.389,59	77,7%
Materia Prima Directa	17.160,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00	17.160,00	205.920,00	39,0%
Mano de Obra directa	1.865,24	1.865,24	1.865,24	1.865,24	1.865,24	1.865,24	1.865,24	1.865,24	1.865,24	1.865,24	1.865,24	1.865,24	22.382,88	4,2%
CIF (MOI+MPI+GGP)	15.173,89	15.173,89	15.173,89	15.173,89	15.173,89	15.173,89	15.173,89	15.173,89	15.173,89	15.173,89	15.173,89	15.173,89	182.086,71	34,5%
(=) Utilidad Bruta	20.240,00	20.240,00	20.240,00	20.240,00	20.240,00	20.240,00	20.240,00	20.240,00	20.240,00	20.240,00	20.240,00	20.240,00	117.610,41	22,3%
(-) Gastos Operacionales	5.893,26	5.893,26	5.893,26	5.893,26	5.893,26	5.893,26	5.893,26	5.893,26	5.893,26	5.893,26	5.893,26	5.893,26	70.719,13	13,4%
Gastos Administrativos	3.554,89	3.554,89	3.554,89	3.554,89	3.554,89	3.554,89	3.554,89	3.554,89	3.554,89	3.554,89	3.554,89	3.554,89	42.658,71	8,1%
Sueldos y Beneficios Sociales	3.353,07	3.353,07	3.353,07	3.353,07	3.353,07	3.353,07	3.353,07	3.353,07	3.353,07	3.353,07	3.353,07	3.353,07	40.236,87	7,6%
Gastos Generales	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00	0,3%
Gastos de Depreciación	77,65	77,65	77,65	77,65	77,65	77,65	77,65	77,65	77,65	77,65	77,65	77,65	931,84	0,2%
Gastos de Amortización	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	4,17	50,00	0,0%
Gastos de Ventas	2.338,37	2.338,37	2.338,37	2.338,37	2.338,37	2.338,37	2.338,37	2.338,37	2.338,37	2.338,37	2.338,37	2.338,37	28.060,41	5,3%
Sueldos y Beneficios Sociales	1.151,61	1.151,61	1.151,61	1.151,61	1.151,61	1.151,61	1.151,61	1.151,61	1.151,61	1.151,61	1.151,61	1.151,61	13.819,30	2,6%
Gastos de Publicidad y Promoción	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	1.159,83	13.918,00	2,6%
Gastos de Depreciación	25,88	25,88	25,88	25,88	25,88	25,88	25,88	25,88	25,88	25,88	25,88	25,88	310,61	0,1%
Gastos de Amortización	1,04	1,04	1,04	1,04	1,04	1,04	1,04	1,04	1,04	1,04	1,04	1,04	12,50	0,0%
(=) Utilidad Operacional	14.346,74	14.346,74	14.346,74	14.346,74	14.346,74	14.346,74	14.346,74	14.346,74	14.346,74	14.346,74	14.346,74	14.346,74	46.891,28	8,9%
(-) Gastos No Operacionales	264,45	264,45	264,45	264,45	264,45	264,45	264,45	264,45	256,47	248,43	240,35	232,20	3.052,59	0,6%
Gastos Financieros	264,45	264,45	264,45	264,45	264,45	264,45	264,45	264,45	256,47	248,43	240,35	232,20	3.052,59	0,6%
=) Resultado antes de impuestos y participación trabajadores	14.082,29	14.082,29	14.082,29	14.082,29	14.082,29	14.082,29	14.082,29	14.082,29	14.090,27	14.098,31	14.106,39	14.114,54	43.838,69	8,3%
Participación de Trabajadores 15%													6.575,80	1,2%
Impuesto a la Renta 23%													8.570,47	1,6%
Resultado del Ejercicio Neto													28.692,42	5,4%

Elaboración Propia.

Tabla 41.- Estado de Resultados Projectado Ecuasoya S.A.(Años)

ECUASOYA S.A.					
Estado de Resultados Projectado					
Moneda: US\$	Crecimiento	5%	5%	5%	5%
Me	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	528.000,00	554.400,00	582.120,00	611.226,00	641.787,30
(-) Costo de Producción	410.389,59	430.651,21	451.925,90	473.757,64	497.212,99
Materia Prima Directa	205.920,00	216.216,00	227.026,80	238.378,14	250.297,05
Mano de Obra directa	22.382,88	23.502,02	24.677,13	25.910,98	27.206,53
Costos Indirectos de Fabricación	182.086,71	190.933,18	200.221,98	209.468,52	219.709,42
Sueldos y Beneficios Sociales	39.649,39	41.631,86	43.713,45	45.899,13	48.194,08
Gastos de Depreciación	4.969,82	4.969,82	4.969,82	4.463,14	4.463,14
Gastos de Amortización	187,50	187,50	187,50	187,50	187,50
Otros GGP	137.280,00	144.144,00	151.351,20	158.918,76	166.864,70
(=) Utilidad Bruta	117.610,41	123.748,79	130.194,10	137.468,36	144.574,31
(-) Gastos Operacionales	70.719,13	74.189,83	77.834,08	81.533,86	85.551,64
Gastos Administrativos	42.658,71	44.742,56	46.930,59	49.133,02	51.545,33
Sueldos y Beneficios Sociales	40.236,87	42.248,71	44.361,15	46.579,21	48.908,17
Gastos Generales	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
Gastos de Depreciación	931,84	931,84	931,84	836,84	836,84
Gastos de Amortización	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Gastos de Ventas	28.060,41	29.447,28	30.903,49	32.400,84	34.006,31
Sueldos y Beneficios Sociales	13.819,30	14.510,27	15.235,78	15.997,57	16.797,45
Gastos de Publicidad y Promoción	13.918,00	14.613,90	15.344,60	16.111,82	16.917,42
Gastos de Depreciación	310,61	310,61	310,61	278,95	278,95
Gastos de Amortización	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50
(=) Utilidad Operacional	46.891,28	49.558,96	52.360,02	55.934,49	59.022,67
(-) Gastos No Operacionales	3.052,59	2.028,00	738,56	0,00	0,00
Gastos Financieros	3.052,59	2.028,00	738,56	0,00	0,00
Resultado antes de impuestos y participación trabajadores	43.838,69	47.530,96	51.621,46	55.934,49	59.022,67
participación de Trabajadores 15%	6.575,80	7.129,64	7.743,22	8.390,17	8.853,40
Impuesto a la Renta 23%	8.570,47	9.292,30	10.091,99	10.935,19	11.538,93
Resultado del Ejercicio Neto	28.692,42	31.109,02	33.786,25	36.609,13	38.630,34

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 42.- Evaluación Financiera Ecuasoya S.A.

Evaluación Financiera							
Empresa: ECUASOYA S.A.				Escenario Real			
Moneda: US\$							
Tasa de Descuento		12,14%		% de Ventas		100%	
				Ventas anuales		96.000	
	Crecimiento	5,0%		5,0%		5,0%	
	0	1	2	3	4	5	Total
Inversion Inicial	(64.081)						
Ingresos		528.000,00	554.400,00	582.120,00	611.226,00	641.787,30	2.917.533,30
(-) Costo de Producción		410.389,59	430.651,21	451.925,90	473.757,64	497.212,99	2.263.937,34
Materia Prima Directa		205.920,00	216.216,00	227.026,80	238.378,14	250.297,05	1.137.837,99
Mano de Obra directa		22.382,88	23.502,02	24.677,13	25.910,98	27.206,53	123.679,54
Costos Indirectos de Fabricación		182.086,71	190.933,18	200.221,98	209.468,52	219.709,42	1.002.419,81
Sueldos y Beneficios Sociales		39.649,39	41.631,86	43.713,45	45.899,13	48.194,08	219.087,91
Gastos de Depreciación		4.969,82	4.969,82	4.969,82	4.463,14	4.463,14	23.835,74
Gastos de Amortización		187,50	187,50	187,50	187,50	187,50	937,50
Otros GGP		137.280,00	144.144,00	151.351,20	158.918,76	166.864,70	758.558,66
(=) Utilidad Bruta		117.610,41	123.748,79	130.194,10	137.468,36	144.574,31	653.595,96
Inflación			5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	
Gastos Operacionales		70.719,13	74.189,83	77.834,08	81.533,86	85.551,64	389.828,54
Gastos Administrativos		42.658,71	44.742,56	46.930,59	49.133,02	51.545,33	235.010,22
Sueldos y Beneficios Sociales		40.236,87	42.248,71	44.361,15	46.579,21	48.908,17	222.334,11
Gastos Generales		1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33	7.956,91
Gastos de Depreciación		931,84	931,84	931,84	836,84	836,84	4.469,20
Gastos de Amortización		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00
Gastos de Ventas		28.060,41	29.447,28	30.903,49	32.400,84	34.006,31	154.818,33
Sueldos y Beneficios Sociales		13.819,30	14.510,27	15.235,78	15.997,57	16.797,45	76.360,36
Gastos de Publicidad y Promoción		13.918,00	14.613,90	15.344,60	16.111,82	16.917,42	76.905,74
Gastos de Depreciación		310,61	310,61	310,61	278,95	278,95	1.489,73
Gastos de Amortización		12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	62,50
(=) Utilidad Operacional		46.891,28	49.558,96	52.360,02	55.934,49	59.022,67	263.767,42
Gastos No Operacionales		3.052,59	2.028,00	738,56	0,00	0,00	5.819,15
Gastos Financieros		3.052,59	2.028,00	738,56	0,00	0,00	5.819,15
(=) Resultado antes de impuestos		43.838,69	47.530,96	51.621,46	55.934,49	59.022,67	257.948,27
Participacion de Trabajadores	15%	6.575,80	7.129,64	7.743,22	8.390,17	8.853,40	38.692,24
Impuesto a la Renta	23%	8.570,46	9.292,30	10.091,99	10.935,19	11.538,93	50.428,89
Resultado Neto		28.692,42	31.109,01	33.786,24	36.609,13	38.630,33	168.827,14
(+)(-) Ajustes							
(+) Gasos de Depreciación y Amortización		6.462,28	6.462,28	6.462,28	5.828,92	5.828,92	31.044,68
(-) Redención de Capital		(7.196,79)	(15.297,38)	(16.586,81)	(0,00)	(0,00)	(39.080,97)
Flujo de Efectivo Neto		(64.081)	27.957,92	22.273,92	23.661,71	44.459,25	160.790,85
Calculo de la TIR		(64.081)	27.957,92	22.273,92	23.661,71	44.459,25	
Calculodel VAN Puro		35.154,70	37.571,29	40.248,52	42.438,05	44.459,25	
Valor Actual del Flujo de Efectivo		24.931	17.712	16.778	26.834	25.069	111.324

Resumen de la Evaluación

Valor Actual Neto Financiado	47.243	El Proyecto ES VIABLE, SE ACEPTA
Valor Actual Neto PURO	77.586	El Proyecto ES VIABLE, SE ACEPTA
Tasa Interna de Retorno	36%	La Tasa de Retorno del proyecto SI es adecuada
Beneficio / Costo	1,7 : 1	Se Acepta el Proyecto
VAN	0,00	Comprobación

Fuente: Elaboración Propia

5.8 Conclusiones

El presente proyecto ha tenido como finalidad mostrar la viabilidad de posicionar una empresa productora y comercializadora de alimentos derivados de la soya con el beneficio de que se requiere de poca inversión por los costos de producción, y altos índices de rentabilidad.

Se ha analizado los hábitos de consumo de la ciudad de Guayaquil, y se llegó a la conclusión que no son los más adecuados, pero no obstante en la actualidad la tendencia por una mejor alimentación tiende a aumentar debido a incentivos por parte del gobierno y sus lineamientos establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir.

El presente proyecto busca cubrir la necesidad aún no satisfecha del mercado el cual se basa en ofrecer productos sanos y de alta calidad, pensando en los beneficios nutricionales, vitaminas, además los mismos mejorarán en el rendimiento ya sea estudiantil o profesional, resultando atractivo para inversionistas, y a la vez se contribuye en mejorar el índice de la población económicamente activa a través de la generación de nuevas plazas de trabajo y no dejando a un lado que el sector agrícola mejorará en lo que respecta a la producción de este cereal que no ha sido explotado en su totalidad.

En un inicio se pensó que el proyecto sólo se enfocaba en satisfacer necesidades del mercado vegano, pero conforme a las investigaciones de mercado se pudo percatar que el proyecto no sólo se enfoca en un sector sino a la comunidad en general, cuyos hábitos alimenticios incluyan la soya, o para aquellos que la forma de alimentarse es un tema primordial a considerar.

Una vez realizado el proceso de costeo de materia prima, se puede percibir que los productos derivados de soya, aún no muy comercializados en el mercado, tendrán un precio de introducción de penetración de bajo costo, para que de esta manera se pueda captar clientes potenciales y por ende diferenciarse de la competencia indirecta con precios medios altos.

Se considerará mantener los convenios fijos con los proveedores de materia prima e insumos para de esta manera optimizar los costos del proceso de producción y mejorar la rentabilidad de la compañía, e invirtiendo en publicidad que será la estrategia clave para lograr que los productos sean comercialmente aceptados por los consumidores guayaquileños, a la vez se logrará a través de campañas publicitarias y promociones la masificación de los productos derivados de la soya cuyo objetivo es mejorar la condición de vida y hábitos alimenticios, sin dietas, restricciones o costos elevados.

Se concluye que las bondades de la soya son múltiples; según los autores Carreño, J. & Castillo, M. & Olives L. (2011), entre ellas provee la mayoría de aminoácidos indispensables para el organismo, así mismo es rica en potasio y es una buena fuente de magnesio, fósforo, hierro, calcio, manganeso, folatos y contiene algunas vitaminas como la E y B6 indispensables para la formación de tejido muscular.(P.35-36)

Así mismo como se lo ha demostrado mediante estudios realizados, y bajo el concepto de los autores (Figuroa, L. & Sánchez, V. 2006), indican, que la soya además de prevenir varias enfermedades como la diabetes, problemas del hígado, corazón, riñones, actúa como agente protector de las mismas al igual que ayuda

a prevenir el cáncer de mama y de próstata, ayuda al control y manejo de peso es considerado una alternativa para los intolerantes a la lactosa y es de gran ayuda para las mujeres ya que es un agente reductor de los síntomas de la menopausia; entre otras. (P.27)

(Fenalce, 2012) mediante su informe de gestión de fondo de fomento frijol de soya señalan que “el cultivo de soya, a pesar de ser estratégico en el camino hacia una seguridad alimentaria sostenible y de ser elemento imprescindible para la transformación de nuevos suelos para uso agrícola”, debe superar los obstáculos que la política comercial deja, es decir no sólo se debe procurar el crecimiento competitivo del cultivo sino también expandir sus líneas de producción para desestimular su uso como materia prima para la industria. (P. 6)

Muchas veces, resultando como consecuencia la falta de conocimiento sobre alimentos beneficios para el consumo humano, la falta de interés por parte de las personas por procurar llevar una dieta balanceada. Con lo mencionado anterior, se llega a la conclusión que la ingesta de alimentos pocos saludables acarrear enfermedades que a largo o mediano plazo afectan la salud, tales como la hipertensión, la obesidad acompañada de enfermedades como diabetes por el consumo excesivo de azúcares, y grasas saturadas afectando al corazón, y por último la más común como lo es el cáncer.

En el Ecuador, se deben cultivar hábitos alimenticios desde temprana edad, y de esta manera se podrá prever en un futuro enfermedades o muchas veces alargar el período de vida, únicamente controlando la forma de alimentación. Es por esto que las madres, deben inculcarles a sus hijos frutas, verduras, alimentos suplementarios de las grasas como lo es la soya, que sin irse más allá es un sustitutivo de las carnes, rica en vitaminas y proteínas indispensables para la salud.

BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS

Abril Álvarez, Rosa & Guamán Torres, Gladis (2013). Estudio del proceso para la creación de una empresa comercializadora de alimentos derivados de la soya. [Tesis de grado]. Universidad de Cuenca: Cuenca-Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/3405>

Agrytec (2012,04 de Diciembre). Gobierno Fija Costos De La Soya Nacional. Recuperado de: http://www.agrytec.com/agricola/index.php?option=com_content&view%20=article&id=11962:gobierno-fija-costos-de-la-soya-nacional-parte-%20i&catid=10:articulos-tecnicos&Itemid=9

Alcaldía de Guayaquil (s.f.). (Blog) Guía de trámites, Registro de patente, personas jurídicas. (Párr. 14). Recuperado de: <http://alcaldiadeguayaquil.blogspot.com/p/guia-de-tramites.html>

Alimentación.org.ar (s.f.). Soya y enfermedades cardiovasculares. Obtenido de sitio web de Moyano, Sebastián (En línea): http://alimentacion.org.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=399:soja-y-enfermedades-cardiovasculares&catid=61:enfermedades-cardiovasculares&Itemid=73

Almeida, L. & Cevallos, L. & Gabino, D. & Rivera, W. (2012, 10,09). Proteico: Producción y distribución de bebida proteica en centros deportivos de la ciudad de Guayaquil. [Tesis de Grado]. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/94/1/T-UCSG-POS-MDE-7.pdf>

Alvarado Cervantes, Octavio (s.f.). Problema de Investigación.(En línea). Recuperado de: <http://blog.uca.edu.ni/octavio/files/2011/06/problema-de-investigacion.pdf>

AMBIENTE, M. De la Calidad Ambiental. En M. d. Ambiente, reglamento a la ley de gestión ambiental (Pág. 7). Ecuador: Ministerio. Recuperado de: <http://web.ambiente.gob.ec/sites/default/files/users/ngiler/LIBRO%20VI%20DE%20LA%20CALIDAD%20AMBIENTAL%20TITULO%20IV.pdf>

Andrade, Valdemar. (s.f.). Presente y futuro de las oleaginosas en el Ecuador, Cultivos energéticos alternativos. (Pág. 59). (En línea). Recuperado de: <http://www.pucesi.edu.ec/files/bookcultivosenergeticos09.pdf>

Aramburu, Nekane & Rivera, Olga. (2008). *Organización de empresas*. La organización como función directiva. Edición (3), Deusto Publicaciones. Bilbao. ISBN: 978-84-9830-674

Arias, V. & Uquillas, A. (2013). Modelo para la creación de centro de nutrición paraniñas de 6 meses a 14 años de edad, en la zona norte de Guayaquil. [Tesis de maestría], Universidad Católica, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/420/1/T-UCSG-POS-MGSS-6.pdf>

Arroyave, J. & Barba Julián (1988), V seminario manejo de suelos en sistemas de producción de soya: *El cultivo de la soya en Ecuador*. Editor B. Ramakrishna, Quito: Ecuador. Recuperado de: <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6eMqAAAAYAAJ&oi=fnd&pg=PA147&dq=origen+de+la+soya+en+ecuador&ots=ngVOJPPaCm&sig=wsy>

UkD7DtG57Q7LDotqL4hSOOs#v=onepage&q=origen%20de%20la%20soya%20en%20ecuador&f=false

Asociación de comidas de soya de Norte América SANA. (2002). Datos sobre la soya. [en línea]. Recuperado de: <http://www.soyfoods.org/en-espanol/datos-sobre-la-soya/carne-de-soya-2>

AvNatural (2010). Origen e historia de la soya. Recuperado de: http://www.avnatural.com/art/origen-e-historia-soja_10

Ballestero Pareja, E. (2012, 09 de Julio). Sobre una teoría no utilitarista del consumo, con aplicaciones a la demanda de alimentos. Resumen. Revista de Estudios Agrosociales. Recuperado de: http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_reas%20Fr121_02.pdf

Banco Central del Ecuador. (2012, Septiembre). *Encuestas de coyuntura sector agropecuario: Soya*, Edición Programa de Encuestas de Coyuntura Banco Central del Ecuador (N.85 IV, Pág. 63-69). Recuperado de: <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc201204.pdf>

Bazán Laverde, Siria Ikena. (2011). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de queso, leche y carne a base de soya en el cantón la libertad, 2011-2012. [Tesis de grado] .Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.upse.edu.ec:8080/bitstream/123456789/686/1/9.-SIRIA%20BAZAN%20LAVERDE.pdf>

Benemérito Cuerpo de Bomberos (2010). Requisitos mínimos para establecimientos en general. (en línea). Recuperado de: <http://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/servicios/permisos/309-requisitos-minimos-para-establecimientos-en-general#R1>

Benítez Vargas, J. C. (2008). Estudio de la soya, derivados, efectos en la alimentación y propuesta gastronómica. (Tesis de grado). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito: Recuperado de: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9731/1/35826_1.pdf

Biloni, M. (2010, 22 de Diciembre). La incidencia de la ingesta de isoflavonas en el desarrollo de cáncer de mama en mujeres posmenopáusicas. (Trabajo Final de Integrador.) Licenciatura en Nutrición. Recuperado de: <http://www.isalud.edu.ar/biblioteca/pdf/uf-biloni.pdf>

Bolaños Rodríguez, Ernesto (2012). Muestra y Muestreo, Observación directa: http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf

Burgos, Yela (2011). Capítulo 2. Zonas Productoras. (En línea) Recuperado de: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:holfOyxLtcMJ:www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14456/6/CAP%25C3%258DTULO%25202.docx+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

Bravo, Elizabeth (2005). *Soya, instrumento de control de la agricultura y la alimentación*. Valor nutritivo de la soya separando mito de realidad. Recuperado de: <http://www.rallt.org/PUBLICACIONES/SOYA.pdf>

Carreño, J. & Castillo, M. & Olives L. (2011). Proyecto de inversión para el reposicionamiento de una empresa productora y comercializadora de helados de soya para la ciudad de Guayaquil. (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil: Ecuador. Recuperado de: http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-90002.pdf

Comité Nacional Sistema Producto Oleaginosas. (2005, 08 de Agosto). Oleaginosas que se promueven. Soya. (En línea). Recuperado de: http://www.oleaginosas.org/cat_59.shtml

Comité Nacional Sistema Producto Oleaginosas. (2005,08 de Agosto). Oleaginosas que se promueven, taxonomía soya. Tablas y gráficas al estilo APA. Recuperado de: http://www.oleaginosas.org/cat_59.shtml

Comité Nacional Sistema Producto Oleaginosas. (2012). Importancia Mundial. Las Oleaginosas. (En línea). Recuperado de: [http://www.oleaginosas.org /cat_57.shtml](http://www.oleaginosas.org/cat_57.shtml)

CONSTITUYENTE, A. (2008). Constitución de la República del Ecuador. En A. Constituyente, Constitución del Ecuador (págs. 24-378). Ecuador: Asamblea. Recuperado de: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Departamento de Agricultura de Estados Unidos USDA. (2013). Soya y oleaginosas: visión de conjunto. Recuperado de: <http://www.ers.usda.gov/topics/crops/soybeans-oil-crops.aspx#.Urn6bPTuKS>

Diario El Comercio (2012, 27 de Octubre). Producción de soya tiende a desaparecer. *Diario El Comercio*. Recuperado de: http://www.elcomercio.com.ec/agromar/produccion-soya-tiende-desaparecer_0_799120194.html

Diario El Productor. (2013, 26 de Noviembre). Envíos de soya aumentan 100%. *Diario El Productor*. Recuperado de: <http://elproductor.com/2013/11/26/envios-de-soja-aumentan-100/>

Diario El Universo. (2014, 19 de Enero). Diabetes e hipertensión, dos males silenciosos que afectan la salud. *El Universo*. <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/19/nota/2049516/hay-dos-males-silenciosos-que-afectan-salud>

Diario La Hora. (9 de noviembre de 2013). Magap anuncia controles a comercialización de la soya. *Diario La Hora*. Recuperado de: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101589308/-1/Magap_anuncia_controles_a_comercializaci%C3%B3n_de_la_soya.html

Diario Hoy. (2009, 09 de Noviembre). Ecuador no tiene suficiente cultivo de soya. *Diario Hoy*. Recuperado de: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-no-tiene-suficiente-cultivo-de-soya-377112.html>

Diario Hoy. (2009, 09 de Noviembre). (Figura).Ecuador no tiene suficiente cultivo de soya. *Diario Hoy*. Recuperado de: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-no-tiene-suficiente-cultivo-de-soya-377112.html>

Dillman, Erika (2003). *La soya un tesoro nutritivo*. Resumen España: Ediciones Oniro, S.A. Recuperado de: <http://www.casadellibro.com/libro-la-soja-un-tesoro-nutritivo/9788497540735/917794>

Doctor Herbalife (2009, 12 de Mayo). (Blog). Soya. Beneficios en la dieta diaria. Recuperado de: <http://drherbalife.wordpress.com/2009/05/12/soya-beneficios-en-la-dieta-diaria/>

Dvoskin, Roberto (2004). *Fundamentos del Marketing*. Segmentación. Buenos aires, Argentina: Ediciones Granica. ISBN 950-641-449-1

Dvoskin, Roberto (2004). *Fundamentos del Marketing*. La estrategia de Marketing. Buenos aires: Ediciones Granica e-conomic contabilidad en línea (s.f.). Definición de Benchmarking. Recuperado de: <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-de-benchmarking>

El Atisbador, (2007). "Políticas de seguridad alimentaria nutricional," Observatorio de políticas públicas en seguridad alimentaria nutricional, Boletín 19. Recuperado de: http://www.aipe.org.bo/public/lst_publicaciones/1198163644_LST_PUBLICACIONES_7_documento_adjunto.pdf

El emprendedor.ec (2013, 24 de septiembre). Nuevo trámite para obtener el permiso de funcionamiento. Recuperado de: <http://www.emprendedor.ec/permiso-de-funcionamiento/>

Emprendepymes (2013,27 de Junio). Las cinco fuerzas competitivas de Porter. Recuperado de: <http://www.emprendepymes.es/las-cinco-fuerzas-competitivas-de-porter/>

Explored. (1999). *Provincia de los Ríos, economía y recursos*. (Lectura en línea). Recuperado de: <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/rios3.htm>

Faga, Hector & Ramos, Mariano. (2006). Como profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales, II edición. Buenos aires: Granica. ISBN:950-641-471-8

Fenalce. (2010). Importancia de los cultivos representados por Fenalce. El cultivo de la soya Historia e importancia. Recuperado de: http://www.fenalce.org.co/arch_public/soya94.pdf

Fenalce. (2012). Fondo nacional de frijol soya. Informe de gestión año 2012, Pág 6. Recuperado de: <http://www.fenalce.org/archivos/webfns2012.pdf>

Fernández N., A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Edición (2, Pág. 17). Editorial Esic, Pozuelo de Alarcón: Madrid. ISBN 84-7356-392-1

Figueroa, Laura & Conti, Patricia & Simonetti, Ricardo & Lozano, Eduardo. (2006). *El libro de la soja: Origen y generalidades de la soja*. Argentina: Pluma y papel ediciones. ISBN 987-1021-62-3

Figueroa, L. & Sánchez, V. (2006) Proyecto para la creación de una procesadora de leche de soja en polvo para la ciudad de Guayaquil. (Tesis de Grado), Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil: Ecuador,

Recuperado de: http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-35072.pdf

Fuertes, Raúl (2007). Creación de un Plan de Negocios para una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos cárnicos. (P. 37) [Tesis de Grado], Universidad Politécnica Nacional de Quito, Ecuador. Recuperado de: <http://eelalnx01.epn.edu.ec/bitstream/15000/238/1/CD-0635.pdf>

Galarza, Mariana (2007). Aliméntate Ecuador: mucho más que la entrega de una canasta básica. Alimentación escolar sustentable en América Latina. (En línea). Recuperado de: http://alimescolar.sistematizacion.org/entretiens/?tx_panel_pi1%5Bafficheur%5D=det_entretien&tx_panel_pi1%5Buid%5D=46

Garzón Albarracín, Vitaliano. (2010). La soya, principal fuente de proteína en la alimentación de especies menores. Obtenido del sitio web (en línea) de: <http://www.engormix.com/MA-avicultura/nutricion/articulos/soya-principal-fuente-proteina-t3104/141-p0.htm>

Genta, M. L. & Álvarez, N. (2006). *El complejo soya*. Revista Cet, extensión (28, Pág.5). Recuperado de: <http://www.herrera.unt.edu.ar/revistacet/anteriores/Nro28/PDF/N28Ext01.pdf>

Gerencie.com (2013, 10,09). Contabilidad. Depreciación de activos. Recuperado de: <http://www.gerencie.com/depreciacion.html>

Gómez, V. (2011, 25 de Noviembre). Vegetarianos, una minoría que crece. *Revista Semana Diario Expreso*. Recuperado de:

<http://www.semana.ec/ediciones/2011/09/25/actualidad/actualidad/vegetarianos-una-minoria-que-crece/>

Guamán, Ricardo & Castro, Castro, José. (2005). Programa Nacional de Oleaginosas. Manual de cultivo de soya. (Manual N.60). Editorial Raíces, Guayaquil: Ecuador Recuperado de:<http://books.google.com.ec/books?id=IX0zAQAAMAAJ&pg=PA44&lpg=PA44&dq=regiones+soyeras+de+ecuador&source=bl&ots=IhLVqGATzf&sig=jmgBGmfT0f03EhvUawUqIPrx1Q0&hl=es419&sa=X&ei=Y3u8UuW7GMi6kQew54GICA&%20ved=0CEgQ6AEwAw#v=onepage&q=regiones%20soyeras%20de%20ecuador&f=false>

Hernández, R. (s.f.). 10 estrategias nutricionales para sobrevivir a la menopausia. Obtenido de sitio web de Clínica de Nutrición von Saalfeld (En línea): <http://www.saborysalud.com/content/articles/352/1/-10-estrategias-nutricionales-para-sobrevivir-la-menopausia/Page1.html>

Hernández S., Roberto & Fernández C, Carlos & Babtista L. Pilar (1997). *Metodología de la Investigación*. (Pág 3) .M.c Graw Hill: México. Recuperado de: <http://ebookbrowse.net/hernandez-sampieri-metodologia-de-la-investigacion-pdf-d48104723>

Herrero C., E. & Jiménez F., R. (2007). Componentes de la soya de interés en alimentación, nutrición y salud humana. En *La salud y la soya* (16 28023,pág. 65). Alsasua, Madrid: Edimsa. Editores Médicos S.A. ISBN-10:84-7714-251-3

Huerta, José M. (2005). Los grupos focales. Planificación del grupo focal. Recuperado de: http://academic.uprm.edu/jhuerta/HTMLObj-94/Grupo_Focal.pdf

Hugalde, Eduardo (2012, 12 de Octubre). Mujer vivir Salud. Enfermedades por mala alimentación. Obtenido de sitio web de Eduardo Hugalde (En línea): <http://vivirsalud.imujer.com/2010/06/04/enfermedades-por-mala-alimentacion>

Instituto de Estudios Salud Natural de Chile IESN (2001) .Todo sobre la soya, Breve ficha de la soya. Obtenido de sitio web de Iesn Chile (En línea): <http://www.oocities.org/iesnchile/soya.html>

Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP). (2011). Programa Nacional de Oleaginosas, Soya. Recuperado de: http://www.iniap.gob.ec/~iniapgob/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=22:oleaginosas&catid=6:programas

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010-2020. [Estadísticas, observación directa] Recuperado de: http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=1683&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (s.f.). Proyección por edades provincias, Guayas, según grupos de edad período 2010-2020, año 2013.[Tabla].De:http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=329&Itemid=328&lang=es

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2012) [Lista corta de agrupamiento de causas de muerte] Base de datos de nacimientos y defunciones 2012. (Gráfico)(Pág.31).
De:http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Nac_Def_2012/AnuarioNYD2012.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012) Estudio del Sistema Agroalimentario de la Soya. [PDF]. Ecuador: Ecuador en Cifras.
Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.com/sistagroalim/pdf/Soya.pdf>

Instituto Tomas Pascual (s.f.). Soya y salud, La soya en la prevención de enfermedades cardiovasculares. Obtenido del sitio Web de Soya y Salud. (En línea): http://sojaysalud.com/formacion/for_249.pdf

Invent Mariana. (2010, 11 de Octubre). Soya benéfica contra el cáncer de mama. Obtenido del sitio web (en línea): <http://sexualidad.salud180.com/sexualidad/soya-benefica-contr-el-cancer-de-mama>

La cocina de Tía Clara. (2011, 26 de Julio) (En línea). Quipes (kipes). Recuperado de: <http://www.cocinadominicana.com/863/quip.es.html>

Lazzati1, Natalia & Pacheco, Juan (s.f.).Análisis de la Evolución del Componente Estacional del precio de la soja en Argentina. Implicancias para el Productor Agropecuario. Recuperado de: http://www.bcr.com.ar/Publicaciones/investigaciones/componente%20estacional_lazzatti_pacheco.pdf

MAGAP (2013, 12,09). Magap informa precio mínimo de soya verano 2013. (En línea) Recuperado de: <http://www.agricultura.gob.ec/magap-informa-precio-minimo-de-soya-verano-2013/>

Malhotra, Naresh. (2004). *Investigación de mercados*, Un enfoque aplicado. Introducción y primeras fases de la investigación de mercados. Edición (4), (Págs. 7). Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, México. Recuperado de: http://books.google.com.ec/books?id=SLmEbIVK2OQC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Malhotra, Naresh (2004). *Investigación de Mercados*. Un enfoque aplicado. Introducción y primeras fases de la investigación de mercados. Edición (4), (Págs. 9-11). Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, México (Gráfico). Proceso de la Investigación de Mercados. Recuperado de: http://books.google.com.ec/books?id=SLmEbIVK2OQC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Maluenda García, M. J. (2008). Situación mundial del mercado de la soya. Recuperado de: <http://www.asfac.org/fitxers/AVISOS/2008/soja.pdf>

Mariño, Wilson (2008). *100 tips para crear tu propia empresa..* (1) Edición, Grupo Santillana. Quito: Ecuador. ISBN: 978-9978-29-319-5

Martínez Guerrero, I. E. (2010). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora y exportadora de soya en snack al mercado Europeo. (Tesis de grado), Universidad Politécnica Salesiana, Quito: Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4618/1/UPS-QT02223.pdf>

Martínez, Ramiro. (2010, 09,09). [blog]. Carne vegetal o carne de soya. Recuperado de: <http://verdolaga8008.blogspot.com/2010/09/carateristicasespecificaciones-de.html>

Maslow, Abraham H. (1991). *Motivación y Personalidad*. Ediciones Díaz de Santos, S.A. Madrid: España. ISBN: 84-87189-84-9

NACIONAL, A. (2009) Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria. En A. Nacional, Conferencia plurinacional e intercultural de soberanía alimentaria. Quito: Ecuador. Recuperado de: http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/?page_id=132

NACIONAL, A. (2010). Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones. En A. Nacional, Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones (págs. 3-4). Quito: Ecuador. Recuperado de: <http://cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>

NACIONAL, H. C. (1999). Codificación De La Ley De Compañías. En H. C. Nacional, Codificación De La Ley De Compañías (Págs. 27-28).Ecuador. Recuperado de: http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

Newman, Adollys et al (2007). La soya. Aspectos Generales. Obtenido de sitio web de Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela. (En línea): <http://www.inn.gob.ve/pdf/docinves/lasoya.pdf>

Ochante, Carlos (2011, 02 de Junio). (Blog) Teoría Utilitarista: Red Bull. Implicancias éticas: Productos Saludables Recuperado de: <http://psaludables.wordpress.com/2011/06/02/analisis-utilitarista-red-bull/>

Olamendi, Gabriel (s.f.). Diccionario de Marketing. Recuperado de: <http://isabelgonzalezagcp.wikispaces.com/file/view/Diccionario+de+Marketing.pdf>

Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura (FAO). (2011) (Gráfico). Producción de alimentos y productos agrícolas por región año 2011. Recuperado de: <http://faostat.fao.org/DesktopDefault.aspx?PageID=339&lang=es>

Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura (FAO). (2011) (Gráfico). Los 20 países productores de soya más importantes en el año 2011. Recuperado de: <http://faostat.fao.org/DesktopDefault.aspx?PageID=339&lang=es>

Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura (FAO). (2011) (Gráfico). Exportaciones a nivel mundial año 2011. Recuperado de: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>

Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura (FAO). (2011) (Gráfico). Principales países exportadores por producto año 2011. Recuperado de: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>

Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura (FAO). (2011) (Gráfico). Importaciones por producto a nivel mundial año 2011. Recuperado de: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>

Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura (FAO). (2011) (Gráfico). Importaciones de país por producto. Recuperado de: <http://faostat.Fao.org/site/342/default.aspx>

Ostrowiak, Abraham Nosnik (2005). *Culturas organizacionales: su origen, consolidación y desarrollo*. El papel de la cultura organizacional en la turbulencia y su transición. España: Gesbiblo, S.L. Recuperado de: http://books.google.com.ec/books?id=rpihhdQoRP4C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Paladines, Cesar (2000). (En línea) Localización geográfica del cantón y cabecera cantonal. Recuperado de: <http://cesarpc.8m.com/Gua-general.htm>

Paladines, Cesar (2000). (Gráfico). Datos generales de la ciudad de Guayaquil. Recuperado de: <http://cesarpc.8m.com/Gua-general.htm>

Pasantías Atom (2013 13 de Julio). (Blog). Bondades de la soya en la piel. Las maravillas de la soya. Recuperado de: <http://lasmaravillasdelasoya.blogspot.com/2013/07/los-beneficios-de-la-soja-en-la-piel.html>

Peabody, E. K. United States Research Department of Agricultural Research Service (2006-junio). Super Soya, Usos medicinales para los compuestos de soya podrían llegar pronto. (Lectura en línea) Recuperado de: <http://www.ars.usda.gov/is/espanol/AR/archive/jan06/soy0106.es.htm>

Pelchor Zambrano, K. V. (2010, p 10). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de leche de soya en envase tetrapak. [Tesis de grado]. Universidad Ecotec. Guayaquil: Ecuador. Recuperado de:

http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiante%5Ctrabajos_de_grado/1143_2010_CEE_KPELCHOR_07.pdf

Porter, Michael. 2009. *Ser Competitivo*. Edición actualizada y aumentada. Ediciones Deusto. Barcelona: España. Recuperado de: http://books.google.com.ec/books?id=C1gKoErmS_MC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Quezada, Germania (2009,10 de Junio).(Blog). Relaciones Internacionales . Objetivos del Milenio. Recuperado de: <http://blogs.utpl.edu.ec/relacionesinternacionales/2009/07/10/objetivos-del-milenio-2/>

Quise Quitio, J. A. & Ullauri López, C.G. (2013). (Tablas al estilo Apa). Estudio sobre el conocimiento de los beneficios y propiedades alimenticias de la soya en el cantón naranjito y su incidencia en el nivel de consumo. (Tesis publicada en el repositorio de la Universidad Estatal, Milagro): Recuperado de: http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1879/1/TESIS_ULLAURI_QUISE.pdf

REPÚBLICA, C. P. (2000). Ley De Defensa Del Consumidor. En C. P. República, Ley De Defensa Del Consumidor (págs. 11-19). Quito: Ecuador. Recuperado de: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/07403.pdf>

Ridner, Edgardo[et. al.]. (2006). Soja, propiedades nutricionales y su impacto en la salud. Recuperado de: <http://www.sanutricion.org.ar/files/upload/files/soja.pdf>

Rincón Natural. (s.f.). Carne vegetal-soya. Recuperado de:
<http://www.rinconnatural.cl/producto-263/carne-vegetal-soya.html>

Salame Salazar, M. F. (2012). Estudio de factibilidad para implementar un restaurante vegetariano gourmet en la ciudad de Guayaquil. [Tesis de grado] (p.20), Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/307/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-41.pdf>

Salas Juana, (2013).Recetas de tortilla de soya. Recetas con soya [blog] Recuperado de: <http://recetasconsoya.blogspot.com/2013/04/receta-de-tortillas-de-soya.html>

Saltos A., L. E. (2009). Aprovechamiento del grano de soya para el desarrollo de alimentos funcionales. (Tesis de Grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil: Ecuador. Recuperado de:
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10197/1/D-42161.pdf>

Salud, M. (2000). Código de la Salud. En M. de Salud, Código de la salud, del registro sanitario (págs. 12-15). Quito: Ecuador. Recuperado de:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vG5iD7fnbgkJ:www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/Codigo%2520de%2520la%2520Salud.doc+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

Sanz Pérez, B. et al. (2007). Introducción a la Soya como alimento. En *La salud y la soya*. (16. 28023). Alasua, Madrid: Edimsa. Editores Médicos S.A. Pág. 12). ISBN-10:84-7714-251-3

Secretaría General de la Comunidad Andina (2007). Estadísticas Agropecuarias, Resolución 1319. (Tabla). Ecuador: Producción, superficie y rendimiento de los principales productos agropecuarios 2002-2011. Recuperado de: <http://estadisticas.comunidadandina.org/estadisticasandinas/Agropecuaria/ov2/searchform.aspx>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. SENPLADES (2013). Plan Nacional de Desarrollo. Plan Nacional para el buen vivir 2013-2017. Quito: Ecuador (1 Edición). Recuperado de: <http://www.colegiodeeconomistas.org.ec/documentos/Buen%20Vivir%20Plan%20Nacional%202013%20-%202017.pdf>

Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca SINAGAP. (2013). Datos Estadísticos Soya Nacional. Tabla de superficie, producción, y rendimiento de soya a nivel nacional. Recuperado de: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/site-map/2-produccion>

Sojaysalud (2013). Generalidades sobre la soya, Origen de la soya. Recuperado de: <http://sojaysalud.com/origen-de-la-soja.php>

Supernatural (s.f.). [En línea]. Nutrición, Carne vegetal o carne de soya. De: http://www.supernatural.cl/carne_vegetal.asp

Torres, Nimbe & Tovar P., A (2009). La historia del uso de la soya en México, su valor nutricional y su efecto en la salud. *Salud Pública de México*, Vol. 51(3)(246-254).

Turu, Marco (2010 03 de Enero). (Blog). Filosofías de alimentación lo bueno, lo malo y lo feo. (Parte I). Recuperado de: <http://thegreenbakery.blogspot.com/2010/01/filosofias-de-alimentacion-lo-bueno-lo.html>

Univisión Salud. (2012, 13 de abril). Soya sí sería efectiva contra los bochornos. Obtenido de sitio web de Salud.Univision (En línea): <http://salud.univision.com/es/remedios-caseros/soya-s%C3%AD-ser%C3%ADa-efectiva-contralos-bochornos>

Valda, Juan Carlos (2011, 04 DE Diciembre). Como fijar el precio de un producto. Grandes Pymes. Recuperado de: <https://jcvalda.wordpress.com/2011/12/04/como-fijar-el-precio-de-un-producto/>

Váquiro C., José Didier (2009). Apalancamiento Operativo. (En línea). Recuperado de: <http://www.pymesfuturo.com/Gao.htm>

Vivanco, Manuel (2005). Muestreo Estadístico. Diseño y Aplicaciones. Edición (1), (Pág. 13.)Editorial Universitaria: Avda. Bernardo O' Higgins 1050: Santiago de Chile. ISBN 956-11-1803-3

Zambrano Chávez, W. X. & Sandoya Sánchez, F. (2002). Valoración De Opciones De Compra Y Venta Del Quintal De Soya En El Mercado Ecuatoriano. (Tesis de Postgrado). Escuela Politécnica Nacional: Quito, Ecuador. Recuperado de: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XiygWYrz4sUJ:www.dspace.espol.edu.ec/>

ANEXOS

ANEXOS DE FIGURAS



Figura 1.-La Soya Glycine Max

Fuente: http://www.oleaginosas.org/cat_59.shtml



Figura 2.-“Ecuador no tiene suficiente cultivo de soya.”

Fuente: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-no-tiene-suficiente-cultivo-de-soya-377112.html>



Figura 4.- Datos sobre Guayaquil

Fuente: <http://cesarpc.8m.com/Gua-general.htm>

Tabla Nutricional
 Tamaño de porción: 113 g (3.98 oz)
 Cantidad de porciones: 4

Cantidad por porción		% Valor Diario*	
Colesterol:	Calorías Grasas:	g	%
Grasa Total:	0 g	0	0%
Grasa Saturada:	0.3 g	0%	0%
Cholesterol:	24 mg	10%	0%
Sodio:	25 mg	0%	0%
Total de Carbohidratos: 0 g 0%			
Fibra Dietética:	0 g	0%	0%
Azúcares:	0 g	0%	0%
Proteínas:	11 g		
Vitamina A: 0%		Vitamina C: 0%	
Calcio: 1%	Hierro: 7%		

*Porcentaje de valores diarios basados en una dieta de referencia de 2,000 calorías. Los valores diarios pueden variar dependiendo de sus hábitos de consumo.

Conservar en temperaturas -18°C en congelador.

Fecha de Vencimiento:

Figura 5.- Presentación de la Hamburguesa de Soya.

Elaborado por: Roger Iglesias



Figura 6.- Presentación de los Quipes de Soya.

Elaborado por: Roger Iglesias



Figura 7.- Presentación de las Tortillas de Soya.

Elaborado por: Roger Iglesias



Figura 8.- Diseño del Nombre de los productos.

Fuente: Elaboración Propia

SOYA FAST

¿Qué esperas para degustar de las deliciosas hamburguesas, los tradicionales quipes libaneses y las nutritivas tortillas de soya?

No te quedes con la intriga!! Para más información comunícate al 0993332994.

Ecuasoya a tu disposición. Matriz: Durán, Cuenca y Av. Amazonas

NATURAL
SOYA FAST
100%

Figura 9.- Publicación mensual por prensa escrita.

Fuente: Elaboración Propia.

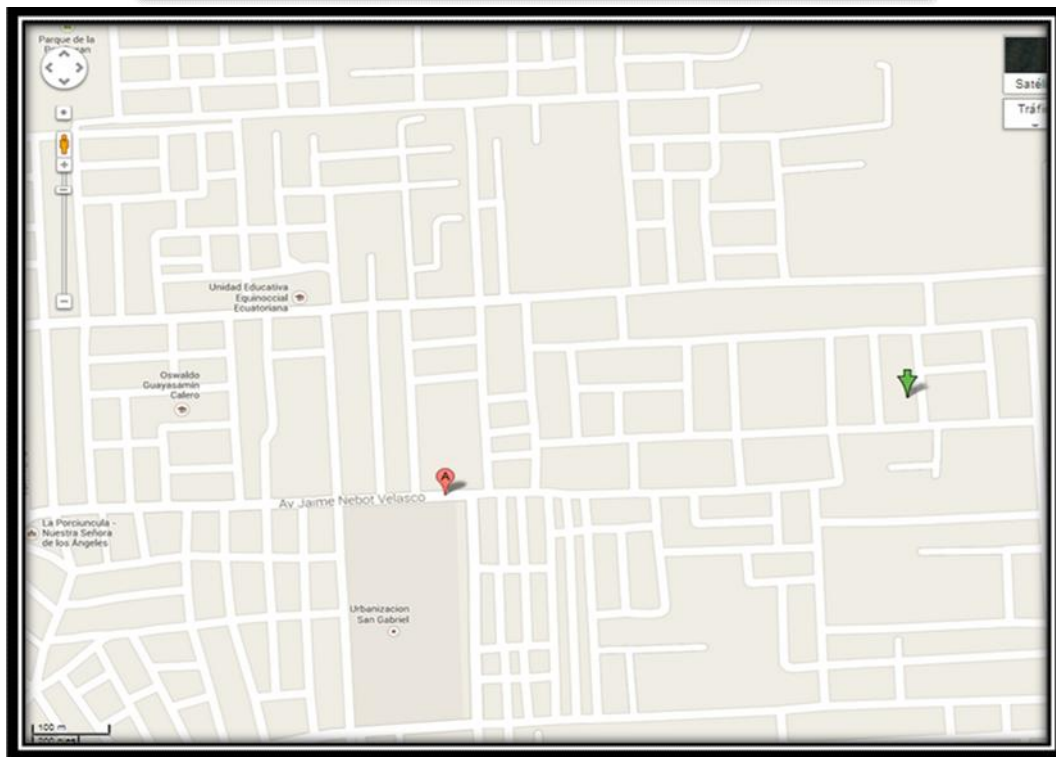
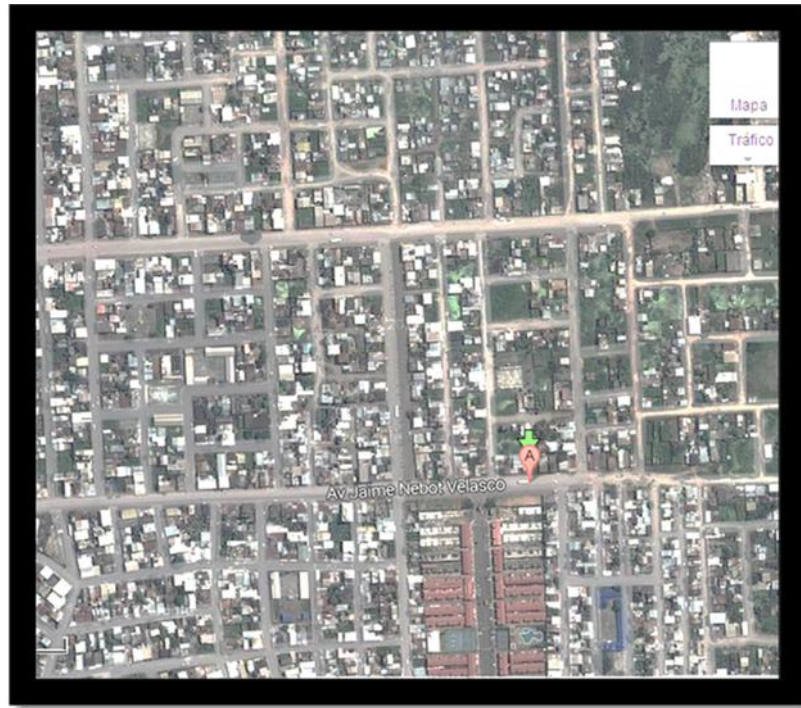


Figura 10.- Ubicación de la Microempresa

Fuente: Google Maps



Figura 11.- Diseño de la etiqueta

Fuente: Roger Iglesias

Tabla 1.- “Principales Causas de Mortalidad General Año 2012”

Nº Orden	Código L.C.	Cód. CIE-10 detallada	Causas de Muerte	Número	%	Tasa
1	34	I10-I15	Enfermedades hipertensivas	5.365	8,45%	34,57
2	26	E10-E14	Diabetes Mellitus	4.630	7,29%	29,83
3	46	J10-J18	Influenza y neumonía	3.607	5,68%	23,24
4	42	I60-I69	Enfermedades cerebrovasculares	3.290	5,18%	21,20
5	57	V00-V89	Accidentes de transporte terrestre	3.176	5,00%	20,46
6	51	K70-K76	Cirrosis y otras enfermedades del hígado	2.161	3,40%	13,92
7	35	I20-I25	Enfermedades isquémicas del corazón	2.068	3,26%	13,32
8	41	I50-I51	Insuficiencia cardíaca, complicaciones y enfermedades mal definidas	1.826	2,88%	11,76
9	53	N00-N39	Enfermedades del sistema urinario	1.742	2,74%	11,22
10	09	C16	Neoplasia maligna del estómago	1.719	2,71%	11,08
11	64	X85-Y09	Agresiones (homicidios)	1.706	2,69%	10,99
12	55	P00-P96	Ciertas afecciones originadas en el período prenatal	1.513	2,38%	9,75
13	47	J40-J47	Enfermedades crónicas de las vías respiratorias inferiores	1.356	2,14%	8,74
14	24	C81-C96	Neoplasia maligna del tejido linfático, hematopoyético y afines	1.031	1,62%	6,64
15	63	X60-X84	Lesiones autoinflingidas intencionalmente (suicidio)	976	1,54%	6,29
16	20	C61	Neoplasia maligna de la próstata	879	1,38%	5,66
17	56	Q00-Q99	Malformaciones congénitas, deformidades y anomalías cromosómicas	770	1,21%	4,96
18	06	A40-A41	Septicemia	769	1,21%	4,95
19	15	C33 C34	Neoplasia maligna de la tráquea, bronquios y pulmón	755	1,19%	4,86
20	07	B20-B24	Enfermedad por virus de la inmunodeficiencia (VIH)	710	1,12%	4,57
21	48	J80-J84	Edema pulmonar y otras enfermedades respir. afec. interstic	707	1,11%	4,56
22	11	C22	Neoplasia maligna del hígado y de las vías biliares	705	1,11%	4,54
23	18	C53-C55	Neoplasia maligna del útero	697	1,10%	4,49
24	10	C18-C21	Neoplasia maligna del colon, sigmoidea, recto y ano	649	1,02%	4,18
25	65	Y10-Y34	Eventos de intención no determinada	578	0,91%	3,72
88		RESTO	Resto	14.503	22,84%	93,44
99		R00-R99	Causas mal definidas	5.623	8,85%	36,23

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Nac_Def_2012/AnuarioNYD2012.pdf

Tabla 2.-“Taxonomía de la Soya”

“Nombre Común:	Soya, Soja
Nombre Científico:	Glycine Max
Clase:	Angiosperma
Subclase:	Dicotiledónea
Orden:	Leguminosa
Familia:	Rosales

Fuente: http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1879/1/TESIS_ULLAURI_QUISE.pdf

Tabla 3.-“Composición Química de la Soya”

Componentes	%
Proteínas:	40
Carbohidratos:	25
Grasa:	20
Agua:	10
Cenizas:	5

Fuente:http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1879/1/TESIS_ULLAURI_QUISE.pdf

Tabla 4.- “Superficie, Producción y Rendimiento de la Soya a Nivel Nacional.”

Año	Provincia	Sup_Sembrada	Sup_Cosechada	Produccion	Rendimiento
2000	Nacional	55,980	55,156	90,336	1.64
2001	Nacional	45,672	45,000	74,661	1.66
2002	Nacional	60,896	60,000	93,600	1.56
2003	Nacional	59,144	58,273	90,526	1.55
2004	Nacional	57,348	56,504	90,993	1.61
2005	Nacional	34,656	34,146	41,937	1.23
2006	Nacional	29,433	29,000	43,999	1.52
2007	Nacional	19,791	19,500	22,589	1.16
2008	Nacional	32,517	32,038	55,363	1.73
2009	Nacional	40,908	40,306	63,591	1.58
2010	Nacional	41,613	41,000	68,160	1.66

UNIDADES:
 Superficie Cosechada / Superficie Sembrada (Hectáreas)
 Producción (Toneladas Métricas)
 Rendimiento(Toneladas Métricas/Hectáreas)

Fuente: <http://sinagap.agricultura.gob.ec>

Tabla 5.-“Comunidad Andina: Producción, Superficie y Rendimiento de los Principales Productos Agropecuarios, 2002 – 2011”

Producto	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011e/
Producción (Miles de toneladas)										
Algodón	229	234	344	363	334	320	257	184	134	195
	6	6	6	6	6	6	7	8	7	
Arroz	251	740	973	915	735	942	572	045	191	7 016
	12	13	13	13	13	13	13	15	14	
Bananas y plátanos	708	622	365	454	467	407	890	107	172	14 228
Cacao	122	157	155	160	158	161	177	209	187	199
					1	1	1			
Café	958	946	959	923	056	048	022	774	860	896
	24	26	24	24	26	28	31	32	31	
Caña de azúcar	363	171	648	774	022	994	901	427	434	31 474
Cebada	294	286	267	282	273	257	262	300	303	283
			1	1	1	1	1	1	1	
Cebolla	954	980	055	055	207	296	285	229	225	1 224
Frijoles phaseolus/vigna	251	262	260	285	309	324	324	342	367	349
	7	8	8	9	10	9	10	11	11	
Huevo de gallina(millones)	915	554	592	389	102	735	618	412	548	11 357
	9	9	9	9	10	10	11	11	11	
Leche de vaca (miles de litros)	401	493	932	965	448	315	353	526	646	11 899
	3	4	4	4	4	4	5	5	4	
Maíz	791	202	190	459	465	847	005	182	588	4 755
Naranja	589	581	698	677	750	736	784	790	871	889
	1	1	2	2	2	2	3	3	3	
Palma africana	611	698	060	427	625	781	228	297	409	3 329
Papas	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7 420

	043	435	256	298	677	416	173	282	209	
Sorgo	413	427	428	466	467	483	570	600	435	480
	1	1	1	1	1	1	1	2	2	
Soya	437	831	766	791	732	733	376	057	095	2 471
Tomate	692	665	739	713	732	771	774	782	835	782
	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Yuca	212	379	539	541	755	810	806	983	974	3 793

Rendimiento (Toneladas por hectárea)

Algodón	1,9	1,8	1,9	2,2	2,1	2,2	2	1,9	1,9	2
Arroz	4,9	5	4,9	4,9	5	5,2	5,3	5,3	5,1	5,1
Bananas y plátanos	13,3	14	13,9	14,2	14,6	14,7	15,1	16,1	15,8	16
Cacao	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3
Café	0,8	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,6	0,7	0,7
Caña de azúcar	35,7	36,9	34,3	35	37,9	40,7	44,8	43,8	43,2	44,2
Cebada	1	1	1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2
Cebolla	17,9	18,1	19,7	19,8	20,2	21,2	22,2	26,4	19,8	20,2
Frijoles phaseolus/vigna	0,9	0,9	1	1	1	1	1,1	1,1	1,1	1
Maíz en grano	2,2	2,4	2,3	2,5	2,5	2,6	2,7	2,7	2,6	2,7
Naranja	9,1	8,3	9,3	9,2	9,1	9,2	9,1	9	9,7	9,7
Palma africana	6,4	6,8	7,1	7,7	7,9	7,8	8,3	7,3	8	7,6
Papas	10,7	11,2	10,8	10,8	10,9	11,3	11,3	11,4	11,5	12,1
Sorgo	3,2	3	2,9	3,4	3,4	3,4	3,3	3,8	3,8	3,6
Soya	2	2,3	1,9	1,8	1,7	1,7	1,5	2,1	2,1	2,2
Tomate	21,7	22,7	24,6	24,8	23,8	26,9	26,9	26,9	28,3	27,9
Yuca	10,2	10,7	11,1	10,9	10,8	11,1	11	11,5	10,5	11,2

Superficie Cosechada (Miles de hectáreas)

Algodón	123	127	182	163	157	144	126	97	72	95
---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	----	----	----

	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Arroz	278	346	417	397	344	341	419	529	420	1 376
Bananas y plátanos	957	974	964	947	922	913	917	936	899	892
Cacao	502	491	467	495	491	511	539	568	661	669
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Café	245	255	309	341	314	328	264	275	313	1 332
Caña de azúcar	682	709	718	708	686	712	712	740	727	712
Cebada	294	275	260	268	254	244	241	255	255	243
Cebolla	53	54	54	53	60	61	58	47	62	61
Frijoles phaseolus/vigna	276	283	272	296	300	309	303	315	349	337
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Maíz en grano	756	728	795	765	816	861	876	892	752	1 752
Naranja	64	70	75	74	83	80	86	88	90	91
Palma africana	253	251	289	315	332	357	389	450	426	441
Papas	564	574	577	586	612	654	636	638	626	611
Sorgo	130	141	146	138	137	142	171	156	114	132
				1	1	1			1	
Soya	727	783	914	004	019	035	910	989	015	1 116
Tomate	32	29	30	29	31	29	29	29	29	28
Yuca	314	315	320	326	346	344	346	345	378	340

e/ Estimado

Fuente:

<http://http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:M91fRION64EJ:estadisticas.comunidadandina.org/eportal/contenidos/imagenes/file/CE2012/CE2012314.xls+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

Tabla 6.- Proyección de la Población Ecuatoriana por años calendario, según cantones de la provincia del Guayas. Años 2010-2014

Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones de la provincia del Guayas. Años 2010-2014

Código	Nombre de Cantón	2010	2011	2012	2013	2014
901	Guayaquil	2,440,553.00	2,471,180.00	2,501,423.00	2,531,223.00	2,560,505.00
902	Alfredo Baquerizo Moreno	26,031.00	26,623.00	27,220.00	27,822.00	28,426.00
903	Balao	21,212.00	21,709.00	22,212.00	22,718.00	23,228.00
904	Balzar	56,081.00	56,571.00	57,046.00	57,507.00	57,953.00
905	Colimes	24,354.00	24,567.00	24,773.00	24,973.00	25,167.00
906	Daule	123,735.00	128,192.00	132,777.00	137,473.00	142,287.00
907	Duran	243,235.00	250,033.00	256,954.00	263,970.00	271,085.00
908	El Empalme	77,297.00	78,250.00	79,190.00	80,115.00	81,024.00
909	El Triunfo	46,207.00	47,471.00	48,757.00	50,060.00	51,380.00
910	Milagro	172,730.00	175,528.00	178,319.00	181,093.00	183,848.00
911	Naranjal	71,111.00	73,313.00	75,564.00	77,856.00	80,189.00
912	Naranjito	38,574.00	39,131.00	39,685.00	40,232.00	40,774.00
913	Palestina	16,684.00	16,878.00	17,069.00	17,257.00	17,440.00
914	Pedro Carbo	45,036.00	45,739.00	46,439.00	47,134.00	47,824.00
916	Samborondón	69,360.00	72,222.00	75,185.00	78,238.00	81,388.00
918	Santa Lucia	40,411.00	40,909.00	41,401.00	41,886.00	42,361.00
919	Urbina Jado	59,619.00	60,297.00	60,964.00	61,619.00	62,259.00
920	Yaguachi	63,005.00	64,477.00	65,965.00	67,464.00	68,974.00
921	Playas	43,151.00	44,635.00	46,159.00	47,717.00	49,311.00
922	Simón Bolívar	26,355.00	26,930.00	27,510.00	28,093.00	28,679.00
923	Coronel Marcelino Maridueña	12,524.00	12,603.00	12,677.00	12,749.00	12,816.00
924	Lomas De Sargentillo	19,011.00	19,506.00	20,008.00	20,516.00	21,030.00
925	Nobol	20,214.00	20,795.00	21,388.00	21,989.00	22,599.00
927	General Antonio Elizalde	11,017.00	11,231.00	11,446.00	11,661.00	11,876.00
928	Isidro Ayora	11,213.00	11,529.00	11,850.00	12,176.00	12,506.00

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantoniales/>

Tabla 7.- “Ecuador: Proyección de Población de la Provincia del Guayas según Grupos de Edad, Año 2013.”

Grupos de Edad	Provincia del Guayas
20 - 24	339,034
25-29	321,478
30-34	303,515
35-39	277,189
40-44	246,589
45-49	218,342
50-54	189,454
55-59	155,754
60-64	120,045
65-69	87,693
70-74	61,709
75-79	42,155
80 y más	50,758

Fuente: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index>.

Tabla 8.- “Segmentación del Mercado”

Descripción de la segmentación		
Geográfica	Provincia Ciudad /Cantón Sector Zona	Guayas Guayaquil/ Durán Norte Urbano
Demográficas	Edad Sexo Ciclo de vida familiar Ingresos Ocupación	Mayores de 20 años Femenino, Masculino Solteros, casados, divorciados, viudos Mayor o igual a \$345 en adelante Estudiantes, profesionales, administrativo, jubilado, ama de casa etc.
Psicográficas	Clase Social	A B C+
	Personalidad	Personas que estén dispuestos a consumir productos sustitutos de la carne y grasas como la soya, o que consideren alimentos sustitutos para mejorar la alimentación.
	Estilo de Vida	Aquellos que consideran la alimentación un factor importante para mejorar su estilo de vida, personas cuya alimentación se basa en consumo de proteínas y vegetales de alta calidad.
Sentimientos y Comportamientos	Beneficio buscado	Disfrutar de un alimento sano y nutritivo a la vez, sin perder el sabor tradicional de los platos típicos, actuando como agente protector de enfermedades comunes que afectan la salud
	Situación de compra	Va dirigido hacia personas que ejerzan un trabajo, deportes, y cualquier otra situación festiva, de hogar, estudiantil en la que se preste a disfrutar de un alimento nutritivo y económico a la vez.
	Promedio de Uso	Consumo diario, quincenal, mensual.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 12.- "Competidores Directos"

Nombre del Competidor	Ubicación	Principal Ventaja	Desventaja	Acciones a desarrollarse para enfrentar la competencia
1.- Soya's Aw	Vélez entre Quito y Machala	Venta al por mayor y menor de derivados de soya.	Poca variedad de productos a ofrecer.	Implementar en el mercado local, nuevos productos derivados a base de la soya, que resulten atractivos para los clientes.
2.- Tropicalimentos Chivería S.A (Facundo)	Km. 10. Vía Daule, Av. 43 Mz. 9, Solar #6	Experiencia en venta de productos congelados al por mayor y menor.	No poseen productos que carezcan de proteína animal y con grandes portes nutricionales.	Incluir una nueva opción para productos congelados como la hamburguesa, quipes de soya.
3.- Life Food Products	Guayaquil. Km 15 ½ vía la Costa	Se caracteriza por ser una empresa ecuatoriana dedicada a la elaboración y comercialización de productos congelados para el mercado	A pesar de su buen posicionamiento de la marca, deberían incluir alimentos adicionales que le permitan ampliar la línea de productos que ofrecen.	Lograr negociar con la empresa, radicada en Ecuador para que considere la idea de incorporar una nueva línea de productos elaborados a base de soya, que resultaría atractivo en mercados internacionales, debido al conocimiento

		nacional e internacional.		que la gente posee sobre este cereal.
4.-Mr Wang Ho (Restaurant Vegetariano)	Victor Emilio Estrada 1004/e Ilineas y Jiguas (Urdesa).	Variedad de platos típicos tanto nacionales como internacionales.	Falta de publicidad, sobre sus productos.	Promocionar los productos a través de campañas publicitarias que promoverán el consumo de soya.

Fuente: Elaboración Propia (Observación directa).

Tabla 24.-Información Nutricional de la Hamburguesa (sólo carne) de Soya (70 gramos)

Información Nutricional		%
Calorías	125	DV
Total grasas	4 g	6%
Grasas saturadas	0 g	3%
Total Carbohidratos	9g	3%
Proteína	13 g	24%
Colesterol	0 mg	0%
Sodio	385mg	16%
Fibra Dietética	3g	12%
Calcio	20mg	2%
Potasio	126mg	4%
Fósforo	241mg	24%
Ácido Fólico	55mcg	14%
Promedio de Isoflavonas	6 mg	
Totales		

Fuente:<http://www.soyfoods.org/en-espanol/datos-sobre-la-soya/carne-de-soya-2#sthash.Xk9prBan.dp>

Tabla 25.- Maquinarias y Equipos de Ecuasoya S.A.

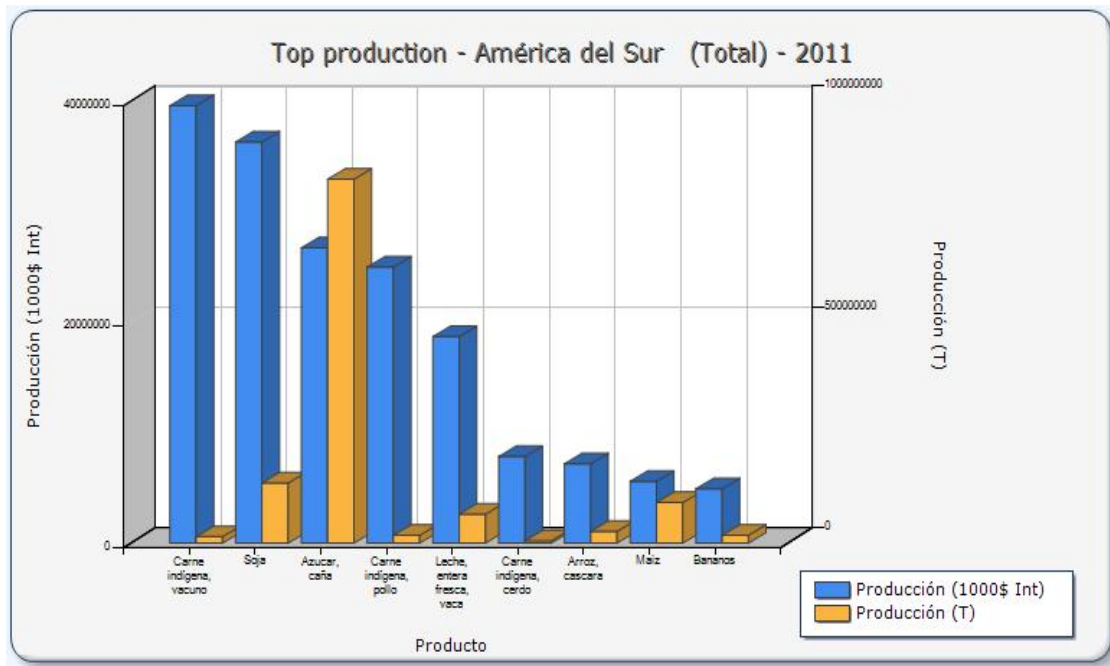
Maquinarias y Equipos
<i>Descripción</i>
Olla de presión Universal de 13lts
Horno Cilíndrico tostador
Congelador Industrial
Etiquetadora
Empacadora Flow Pack Horizontal
Amasadora 50 lbs
Molino Pulverizador
Zarandas o cernideros de 0,5M.m
Zarandas o cernideros de 3,5M.m

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 26.- Principales Productos a Incurrir.

PRODUCTOS
<u>Hamburguesa</u>
Soya
Harina
Ajo en polvo
Comino Fda 50 gr
Yerbita
Cebolla
Sal
Oregano molido 50 gr
Pimienta molida 50 gr
<u>Quipes</u>
1 libra de trigo
Harina de soya
1 cebolla grande
3 dientes de ajo
1 tallito de albahaca
Sal
cilantro
<u>Tortillas</u>
Harina de soya
Sal

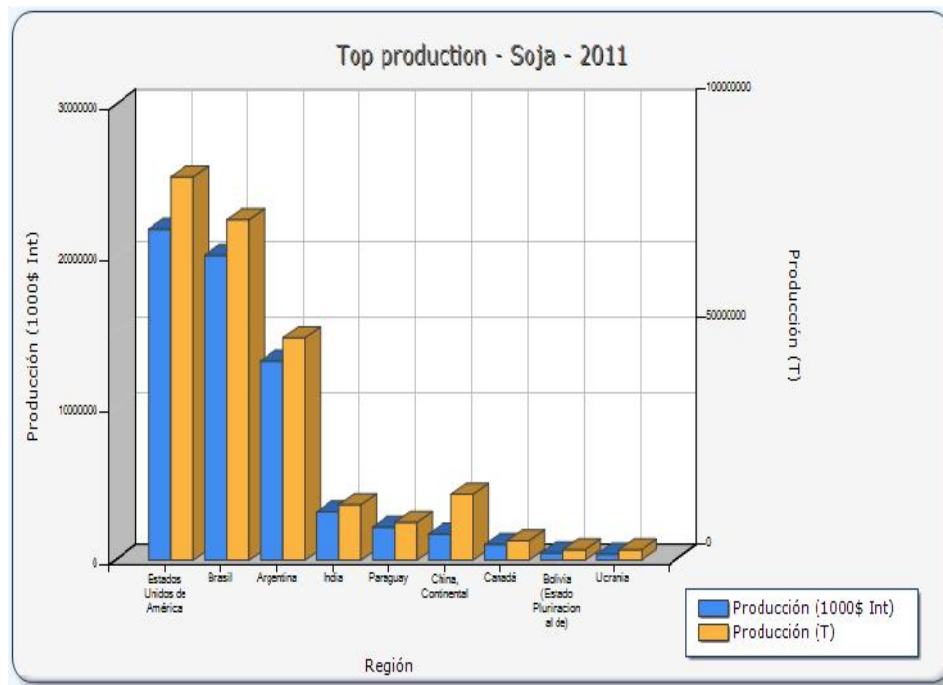
Fuente: Elaboración Propia.



Posición	Producto	Producción (1000\$ Int)	Símbolo	Producción (T)	Símbolo
1	Azúcar, caña	26724423	*	823377696	A
2	Soja	36306563	*	136033309	A
3	Maiz	5585094	*	91733249	A
4	Leche, entera fresca, vaca	18685566	*	65597024	A
5	Yuca	1869358	*	32104328	A
6	Arroz, cascara	7176855	*	26272531	A
7	Trigo	3585512	*	24502417	A
8	Naranjas	4350710	*	22512447	A
9	Bananos	4916073	*	17750909	A
10	Carne indígena, pollo	24969852	*	17529998	A
11	Papas, patatas	2299046	*	15426976	A
12	Carne indígena, vacuno	39593204	*	14656680	A
13	Uvas	4537091	*	7937292	A
14	Sorgo	164090	*	7606377	A
15	Tomates, frescos	2638809	*	7140331	A
16	Platanos	1221824	*	6350970	A
17	Carne indígena, cerdo	7834593	*	5096529	A
18	Cebada	445466	*	4992457	A
19	Huevos de gallina	3485671	*	4202698	A
20	Frijoles, secos	2411740	*	4181250	A

Gráfico 1.-"Producción de alimentos y productos agrícolas por región año 2011"

Fuente: <http://faostat.fao.org/DesktopDefault.aspx?PageID=339&lang=es>



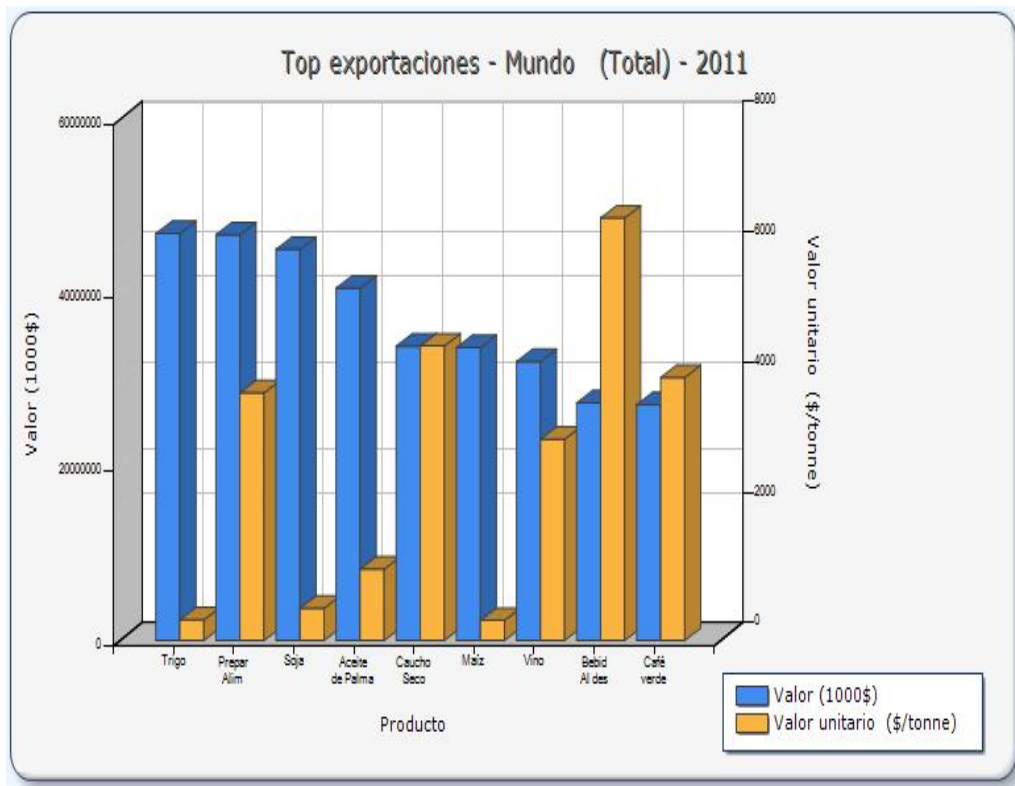
Posición	Región	Producción (1000\$ Int)	Símbolo	Producción (T)	Símbolo
1	Estados Unidos de América	21816502	*	84191930	
2	Brasil	20082317	*	74815447	
3	Argentina	13121990	*	48878771	
4	India	3172484	*	12214000	
5	Paraguay	2173746	*	8309793	
6	China, Continental	1721537	*	14485000	
7	Canadá	1026951	*	4246300	
8	Bolivia (Estado Plurinacional de)	477512	*	2299857	
9	Ucrania	402618	*	2264400	
10	Uruguay	401404	*	1541000	
11	Indonesia	217470	*	843838	
12	Federación de Rusia	215451	*	1756010	
13	Sudáfrica	186657	*	710000	
14	Nigeria	135805	*	563810	
15	Italia	132933	*	564638	
16	Serbia	106793	*	440847	
17	República Popular Democrática de Corea	89419	*	350000	*
18	Viet Nam	71950	*	266538	
19	Myanmar	62185	*	236912	
20	Uganda	56152	*	213300	*

* : Cifras no oficiales

[]: Datos oficiales

Gráfico 2.-“Los 20 países productores de soja más importantes en el año 2011”

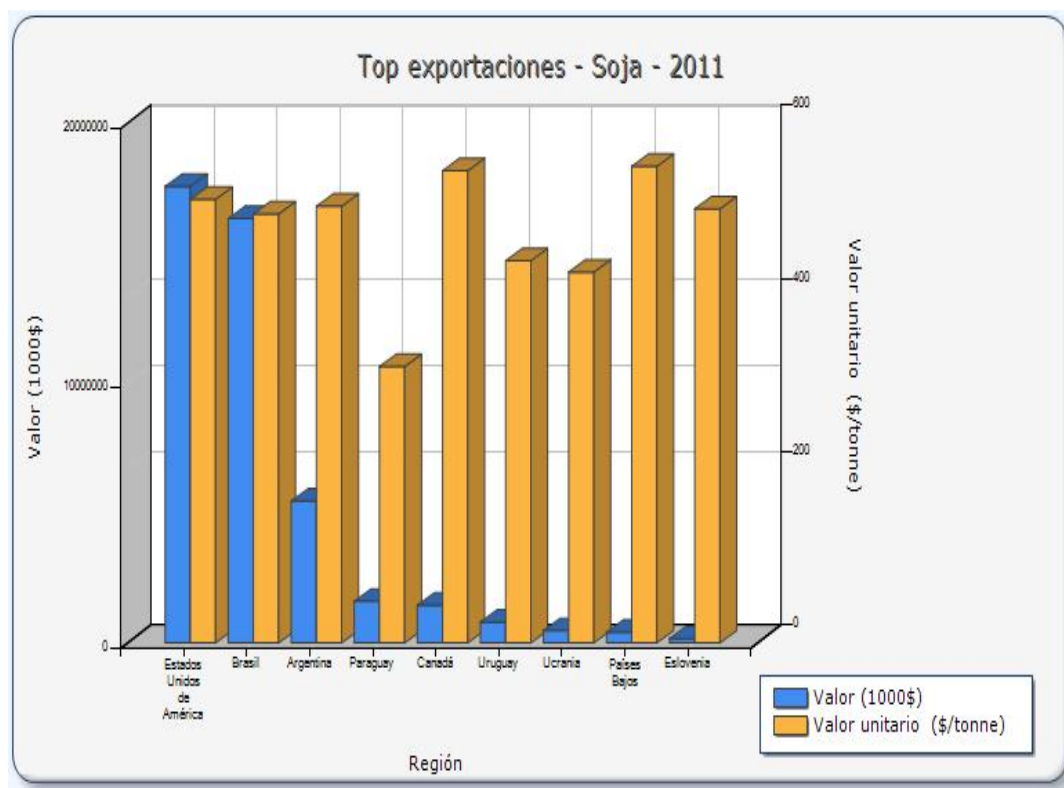
Fuente: <http://faostat.fao.org/DesktopDefault.aspx?PageID=339&lang=es>



Posición	Producto	Cantidad (tonnes)	Símbolo	Valor (1000\$)	Símbolo	Valor unitario (\$/tonne)
1	Trigo	148270710	1	46847615	1	316
2	Prepar Alim	12293887	16	46716430	2	3800
3	Soja	91021479	3	45027521	3	495
4	Aceite de Palma	37047844	5	40565428	4	1095
5	Caucho Seco	7499130	26	33893282	5	4520
6	Maíz	109646045	2	33727471	6	308
7	Vino	10389714	19	32106922	7	3090
8	Bebid Al des	4216643	56	27343994	8	6485
9	Café verde	6723899	33	27145673	9	4037
10	Car bov desh	4978045	49	26721255	10	5368
11	Queso de leche entera de vaca	5221050	46	26461098	11	5068
12	Tortas Soja	64907007	4	25395245	12	391
13	Chocolate	4848874	50	22978862	13	4739
14	Pastelería	7153581	29	22728668	14	3177
15	Carne de pollo	12470221	15	22070655	15	1770
16	Algodón Fib	8198818	25	20846512	16	2543
17	Cigarrillos	1120654	133	20696276	17	18468
18	Azuc Cent Nr	31970519	6	18499024	18	579
19	Azúcar Refin	23106848	8	17363585	19	751
20	Cerdo carnic	5227995	45	16628471	20	3181

Gráfico 3.- “Exportaciones a nivel mundial año 2011.”

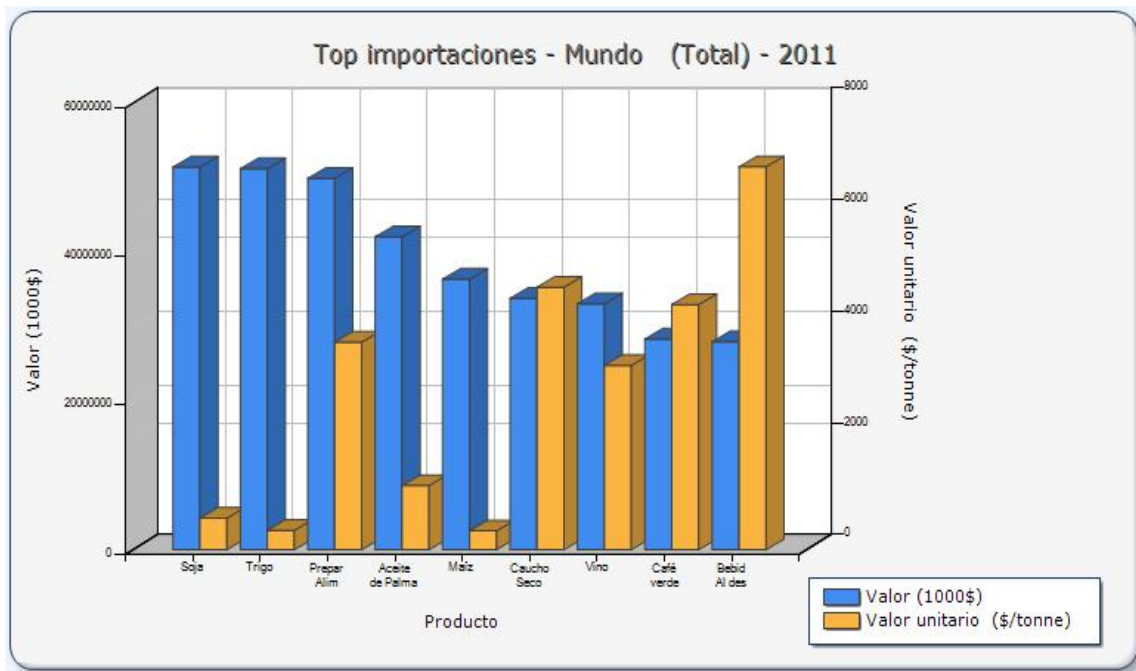
Fuente: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>



Posición	Región	Cantidad (tonnes)	Símbolo	Valor (1000\$)	Símbolo	Valor unitario (\$/tonne)
1	Estados Unidos de América	34310514	2	17563868	1	512
2	Brasil	32985562	1	16327287	1	495
3	Argentina	10820030	3	5457164	2	504
4	Paraguay	5010000	1	1600000	1	319
5	Canadá	2650762	5	1445843	5	545
6	Uruguay	1813400	1	800000	2	441
7	Ucrania	1096303	6	468732	8	428
8	Países Bajos	737532	13	405904	48	550
9	Eslovenia	334083	2	167527	2	501
10	China, Continental	208262	34	161544	50	776
11	Bélgica	264485	30	156954	65	593
12	Italia	90042	42	69104	71	767
13	Rumania	72716	13	39524	17	544
14	Austria	53916	32	37357	53	693
15	Francia	34167	107	31038	154	908
16	Croacia	54701	7	26683	11	488
17	República de Moldova	53096	8	22748	9	428
18	Sudáfrica	42505	23	22402	48	527
19	Hungría	42362	31	22276	51	526
20	Alemania	45997	109	22220	169	483

Gráfico 4.- “Principales países exportadores por producto año 2011.”

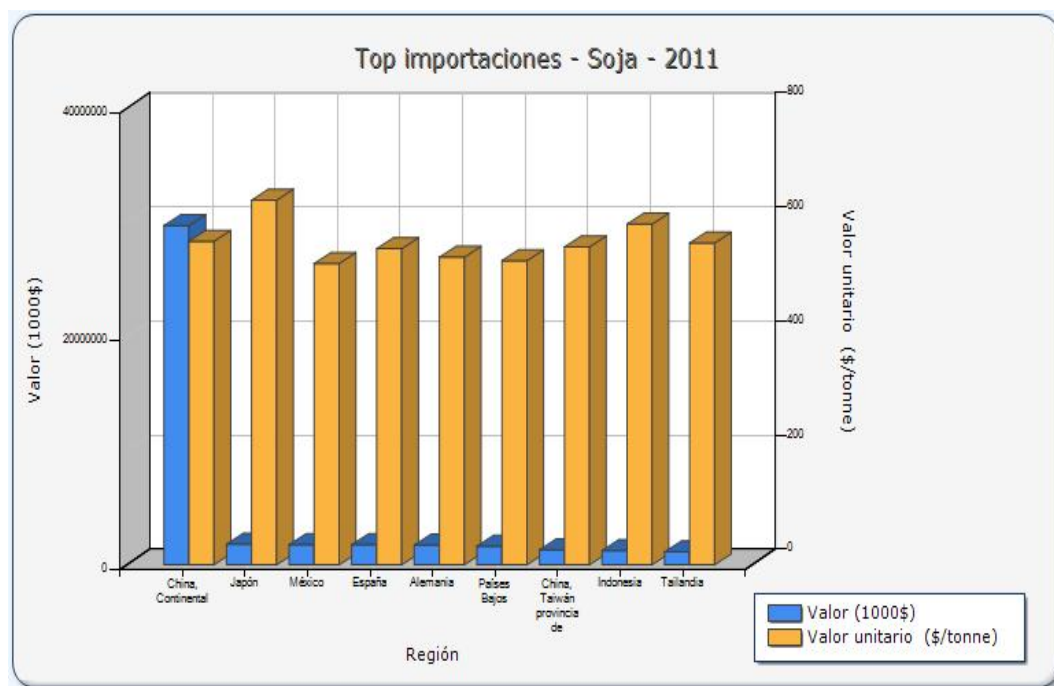
Fuente: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>



Posición	Producto	Cantidad (tonnes)	Símbolo	Valor (1000\$)	Símbolo	Valor unitario (\$/tonne)
1	Soja	90813977	3	51403325	1	566
2	Trigo	147205956	1	51184264	2	348
3	Prepar Alim	13416474	13	49892030	3	3719
4	Aceite de Palma	36589672	5	42034273	4	1149
5	Maíz	108067148	2	36342489	5	336
6	Caucho Seco	7179256	27	33765962	6	4703
7	Vino	10004329	20	33041355	7	3303
8	Café verde	6445688	34	28303554	8	4391
9	Bebid Al des	4074220	56	27945091	9	6859
10	Tortas Soja	63593084	4	27458049	10	432
11	Car bov desh	4931836	45	26246728	11	5322
12	Cigarrillos	1003748	135	25381577	12	25287
13	Queso de leche entera de vaca	4764853	46	24670883	13	5178
14	Algodón Fib	7856760	25	23177384	14	2950
15	Azuc Cent Nr	33838303	6	22649899	15	669
16	Pastelería	6958052	28	22542345	16	3240
17	Chocolate	4717528	48	22429658	17	4755
18	Carne de pollo	11391477	17	21792056	18	1913
19	Cerdo carnic	5260397	43	18300081	19	3479
20	Azúcar Refin	21921611	8	16694636	20	762

Gráfico 5.-“Importaciones por producto a nivel mundial año 2011.”

Fuente: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>



Posición	Región	Cantidad (tonnes)	Símbolo	Valor (1000\$)	Símbolo	Valor unitario (\$/tonne)
1	China, Continental	52452852	1	29726067	1	567
2	Japón	2830773	3	1809748	9	639
3	México	3340376	3	1762084	2	528
4	España	3176843	3	1758877	1	554
5	Alemania	3189579	3	1719775	9	539
6	Países Bajos	3048719	5	1626237	4	533
7	China, Taiwán provincia de	2345730	2	1305980	2	557
8	Indonesia	2088616	5	1245963	5	597
9	Tailandia	1994378	2	1125776	1	564
10	Egipto	1115797	4	936340	3	839
11	Turquía	1297770	2	687498	3	530
12	Italia	1240717	6	646429	18	521
13	República de Corea	1147559	5	608685	9	530
14	Viet Nam	909042	3	533035	7	586
15	Federación de Rusia	890537	5	495172	23	556
16	Irán (República Islámica del)	838028	4	467430	7	558
17	Reino Unido	772249	9	437655	33	567
18	Malasia	637286	6	383360	12	602
19	Francia	671638	7	365609	39	544
20	Portugal	642264	3	354081	4	551

Gráfico 6.- "Importaciones de país por producto 2011."

Fuente: <http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx>

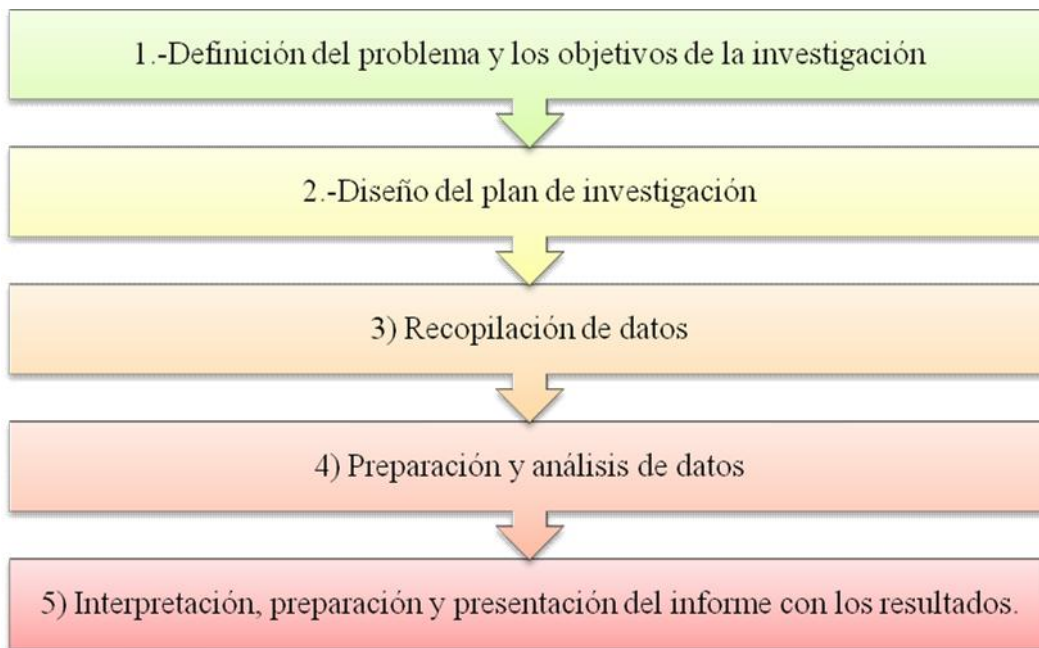


Gráfico 7.-“Proceso de la Investigación de Mercados.”

Fuente: Malhotra, Naresh (2004). Investigación de Mercados

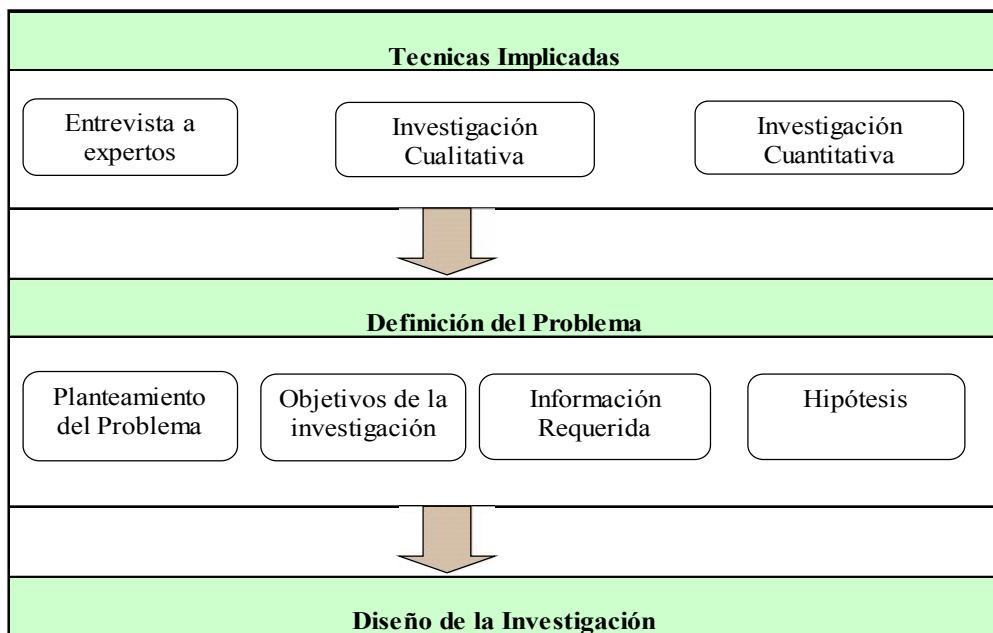


Gráfico 8.- “Técnicas implicadas en la definición y planteamiento del problema.”

Fuente: Malhotra, Naresh (2004). Investigación de Mercados.

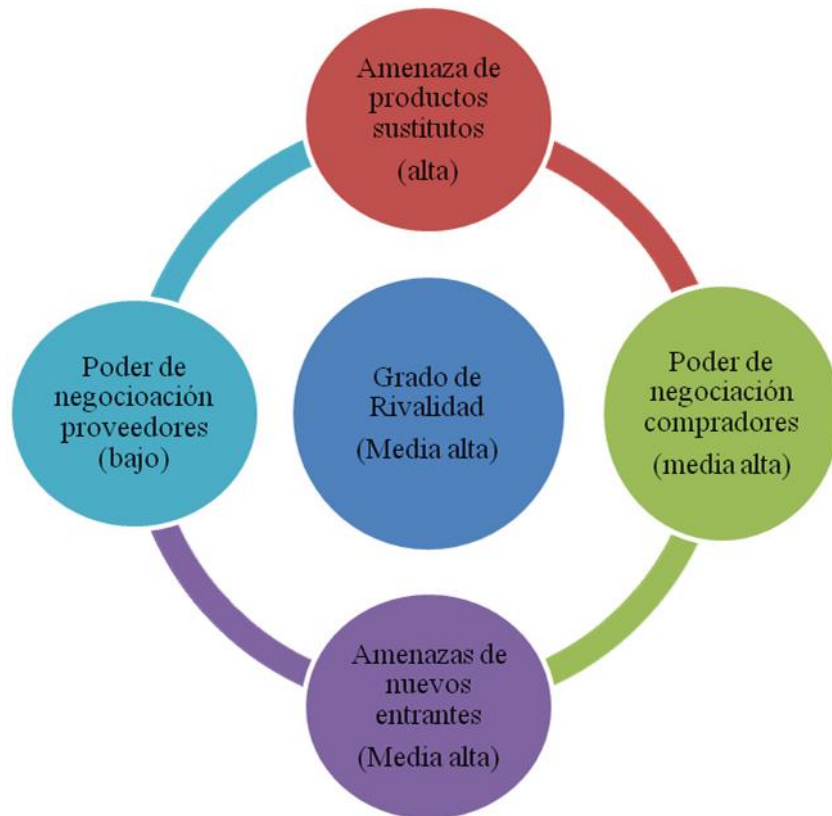


Gráfico 22.- “Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.”

Fuente: Elaboración propia

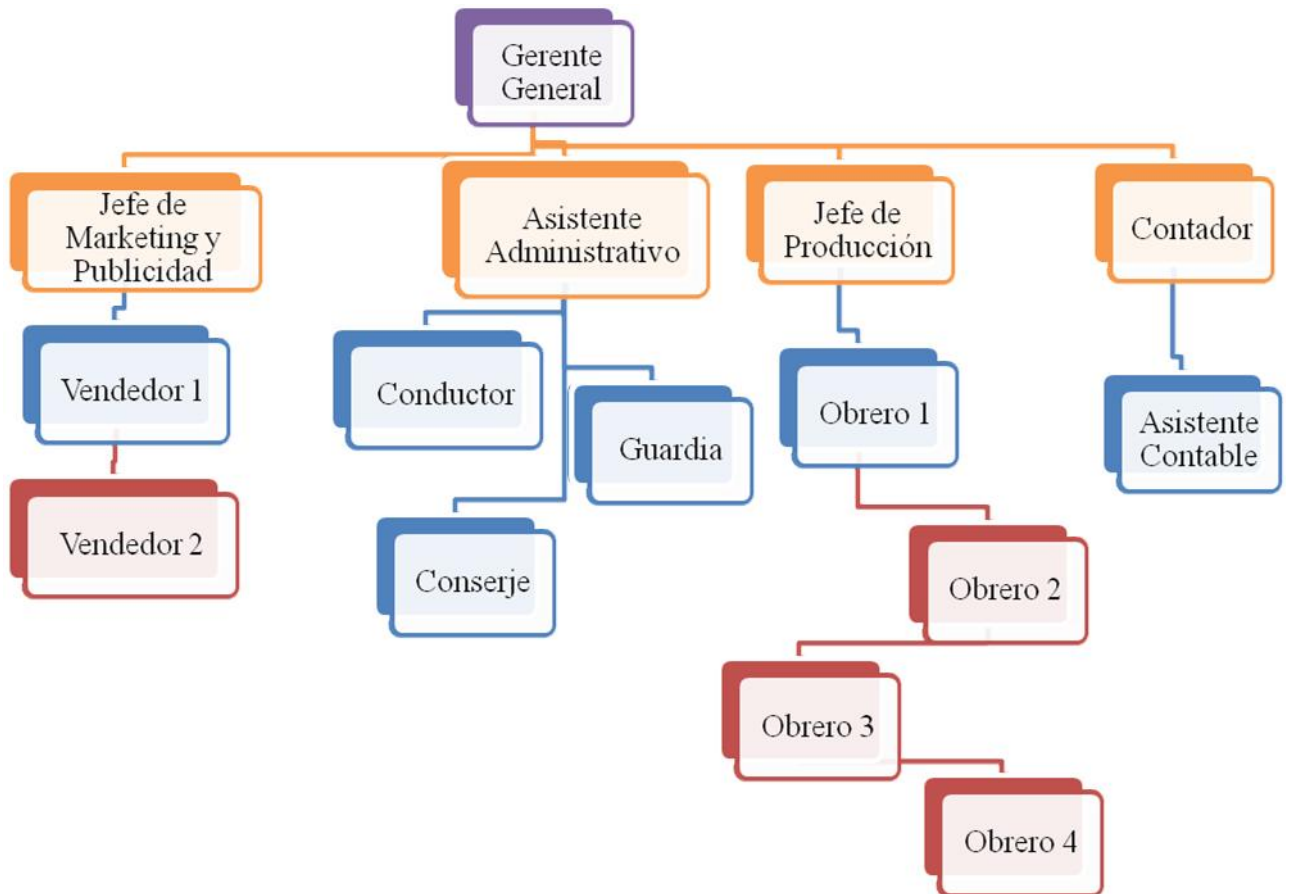


Gráfico 23.- “Organigrama de la empresa.”

Fuente: Elaboración propia.

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE LA HAMBURGUESA DE SOYA.

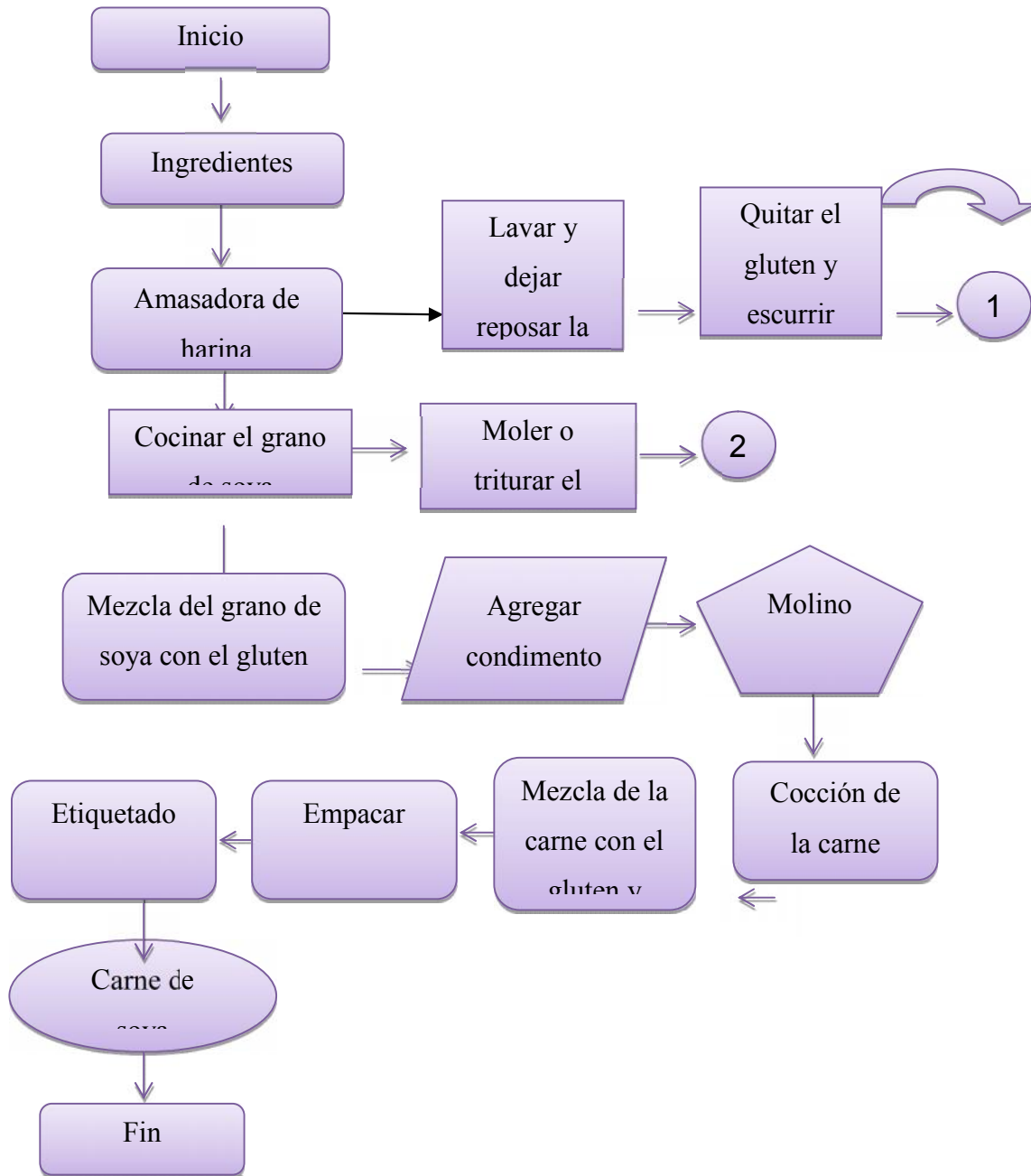


Gráfico 24.-"Diagrama del proceso productivo de la hamburguesa."

Fuente: Elaboración propia.

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE LOS QUIPES DE SOYA.

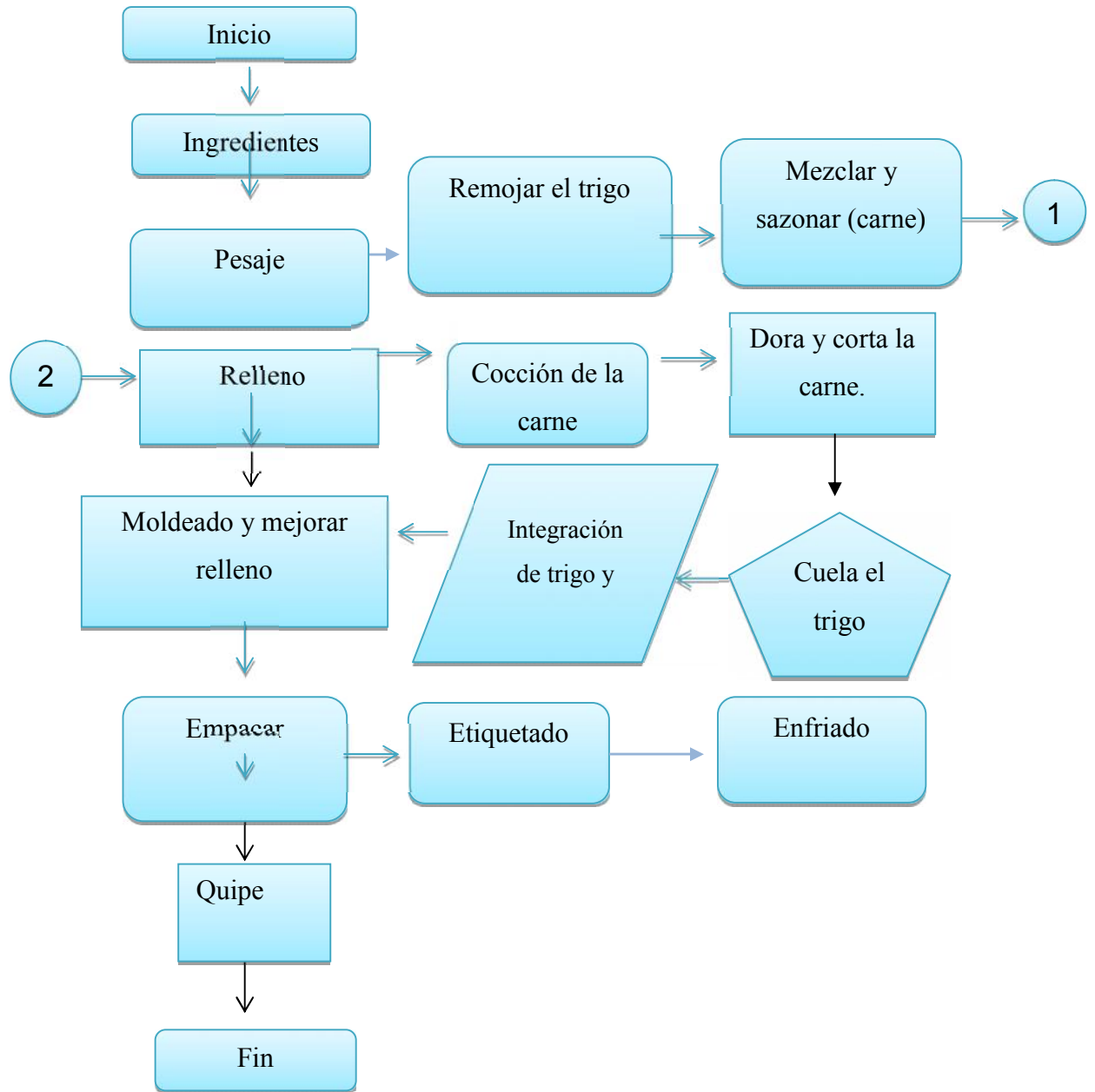


Gráfico 25.- “Diagrama de flujo del proceso productivo de los quipes de soya.”

Fuente: Elaboración propia.

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE LAS TORTILLAS DE SOYA.

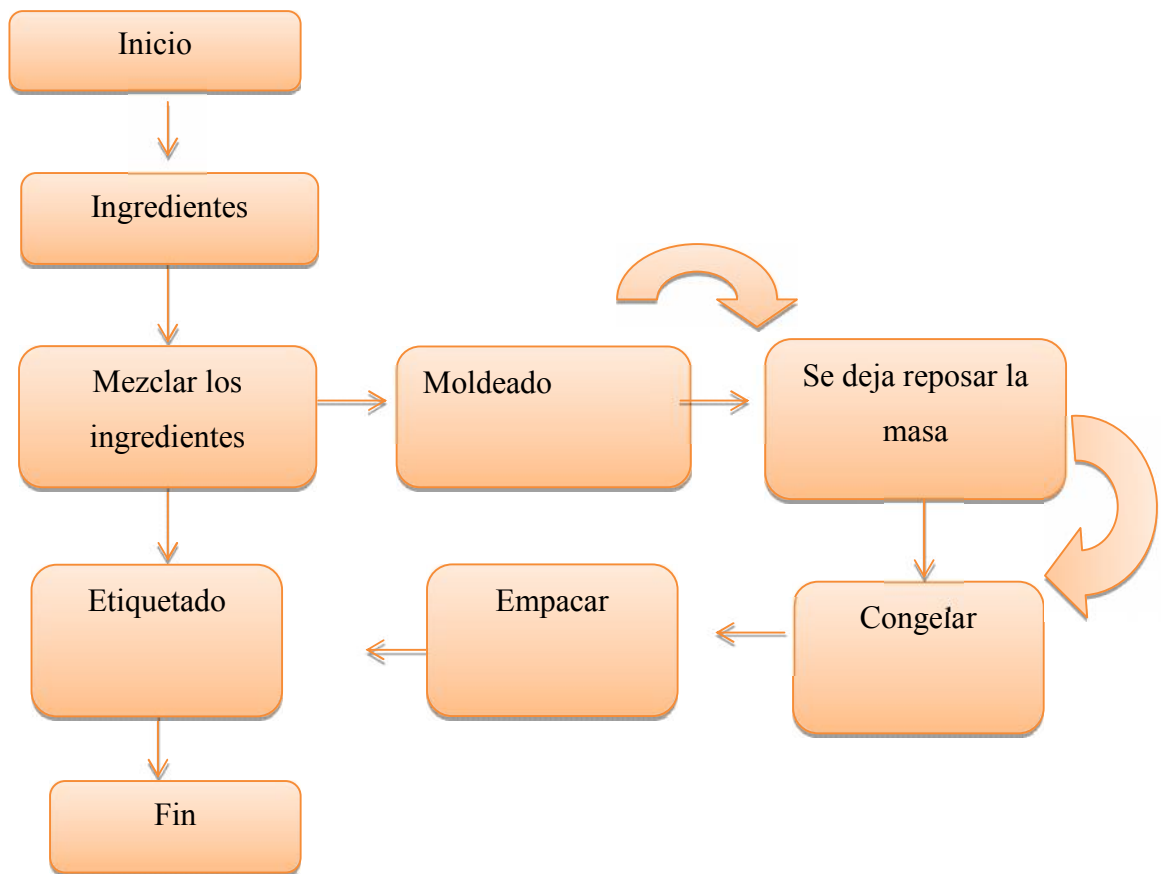


Gráfico 26.- “Diagrama de flujo del proceso productivo de tortillas de soya.”

Fuente: Elaboración propia

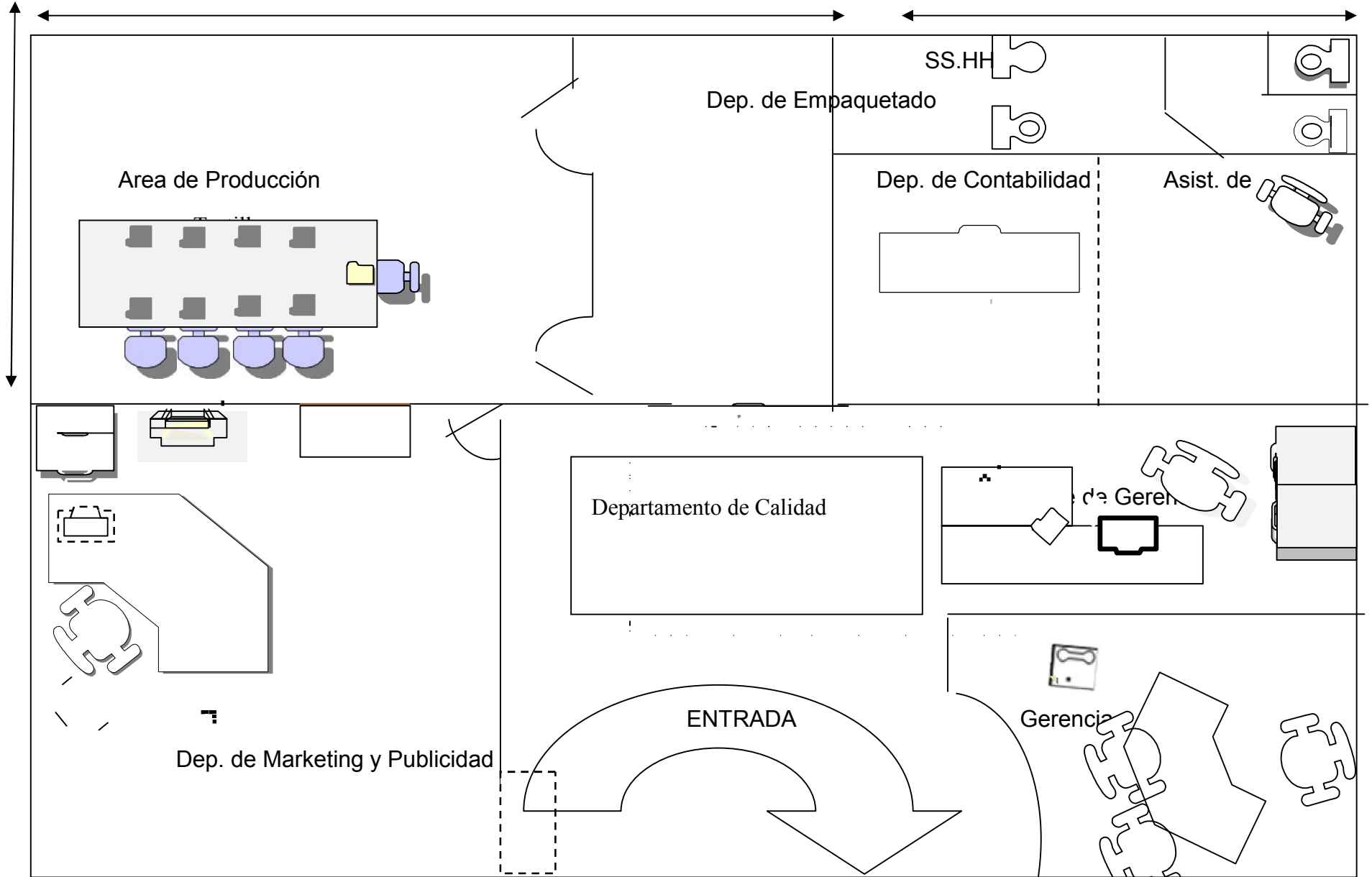


Gráfico 27.- “Descripción de los Canales de Distribución.”

Fuente: Elaboración Propia.

15.5 metros

5 metros



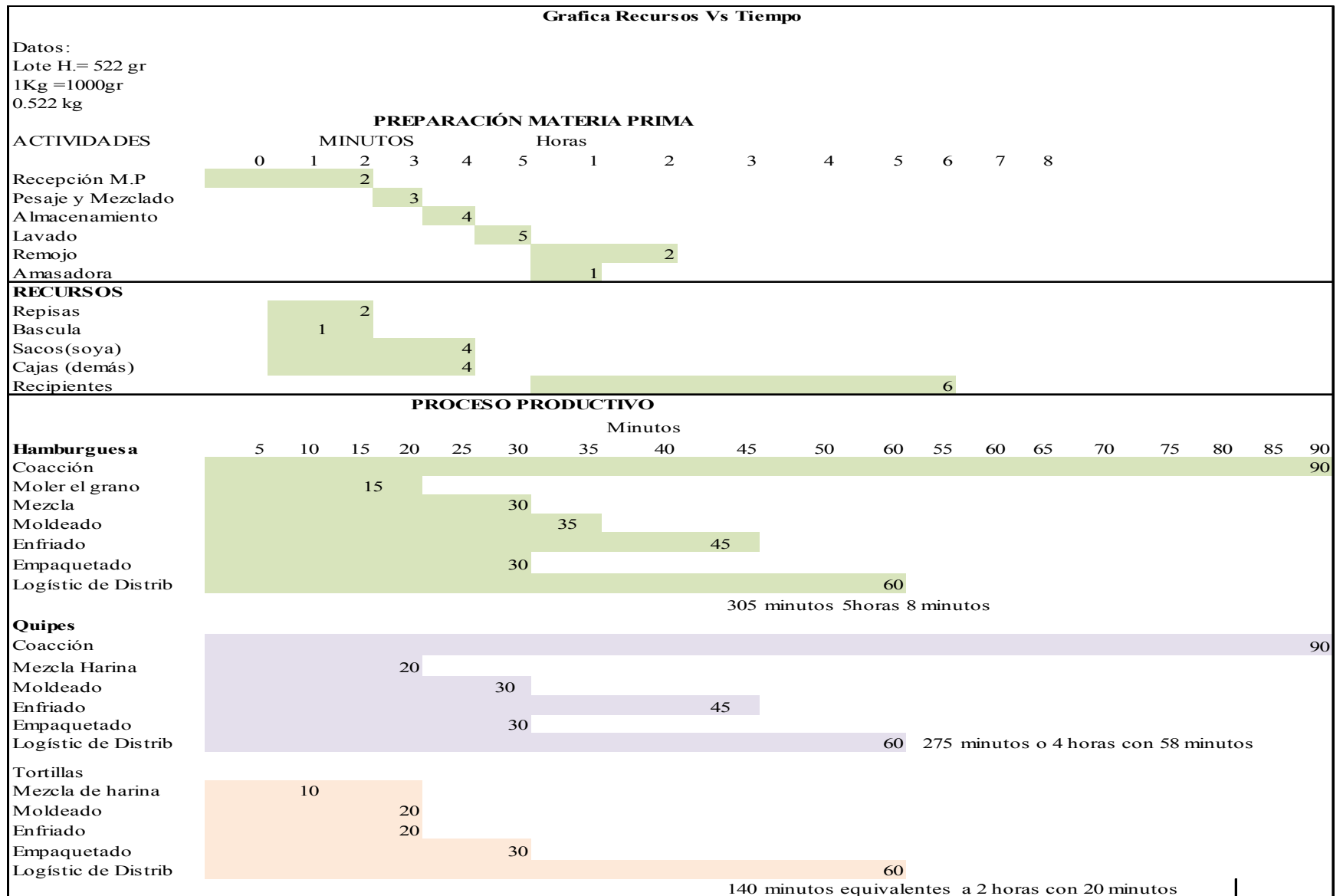


Gráfico 29.- “Capacidad de Producción.”

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO 1.-

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013 -2017

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 está nutrido de la experiencia de los dos planes anteriores. Contiene un conjunto de 12 objetivos que expresan la voluntad de continuar con la transformación histórica del Ecuador.¹⁴

Sabiendo que la definición del Buen Vivir implica “la satisfacción de las necesidades”, el derecho por tener una calidad de vida digna la consecución de una calidad de vida basándose en los 4 pilares fundamentales del buen vivir como lo son la paz, el orden, la seguridad, la justicia.

Los objetivos relacionados con el presente proyecto son:

Objetivo 3.- Mejorar la calidad de vida de la población.

Lo que pretende este objetivo es buscar condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su diversidad. Fortalecemos la capacidad pública y social para lograr una atención equilibrada, sustentable y creativa de las necesidades de ciudadanas y ciudadanos.

Lo que se pretende mediante este proyecto es ofrecer a la comunidad guayaquileña nuevas alternativas de alimentos, hamburguesas, quipes y tortillas a base de soya, sin perseverantes, químicos y aditivos que son perjudiciales para la salud. Y de esta manera contribuir aspectos positivos en las condiciones de vida de los ciudadanos en lo que se refiere a hábitos alimenticios. Se Busca condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su criterio.

¹⁴ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades 2013).

Objetivo 6.-Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas

Este objetivo busca garantizar la estabilidad, protección, promoción y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.

Por ende, toda propuesta de inversión se relaciona con este objetivo, puesto que se busca satisfacer de una manera justa y digna, en su diversidad de formas un trabajo estable, que garantice seguridad en las personas. Razones fundamentales para incluir el conocimiento, la ciencia, el diálogo de saberes, la información, la tecnología y la innovación como variables endógenas para generar al país nuevas transformaciones productivas y mejorar la economía a través de la actual propuesta.

Si bien el objetivo de la estrategia es generar un tipo de riqueza que tenga como fin la satisfacción de las necesidades básicas de la comunidad política llamada Ecuador, dicho énfasis debe ser concertado a través de un proceso sostenible intergeneracionalmente que resulte, al mismo tiempo, democratizador de sus beneficios. En este sentido, se busca romper con dos falsas disyuntivas: a) conservación "*versus*" satisfacción de necesidades; y, b) eficiencia "*versus*" distribución.

La intencionalidad del proyecto se enfoca en la comunidad guayaquileña, generando nuevas plazas de trabajo para quienes se sientan atraídos con la propuesta, así mismo a través de un producto innovador y fundamentado en la investigación debido a su composición de nutrientes esenciales indispensables para el organismo. Cambios que van a ser positivos en cuanto a salud y calidad de vida.

Objetivo 11.-Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible

El objetivo pretende Construir un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Se busca equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado.

El propósito del objetivo es garantizar al ser humano su buen vivir , su integridad y salud. Se busca equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. La estrategia de construir una economía sostenible, que endogenice sus procesos para satisfacer las necesidades básicas de sus miembros y reduzca las vulnerabilidades externas, tiene connotaciones que deben ser tomadas en cuenta al momento de evaluar la implementación de políticas públicas, incentivos por parte del gobierno a microempresas para crear nuevas formas de generar beneficios a través de pequeños emprendimientos, la cual tiene primacía sobre la acumulación de la economía.

LEY DE COMPAÑÍAS, SECCIÓN VI DE LA COMPAÑIA ANONIMA

En la Sección número VI de la Ley de Compañías se mencionan los requisitos importantes para la formación de la empresa productora de alimentos a base de carne de soya Ecuasoya S.A.

“Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima

DE LA CAPACIDAD

Art.145.-Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

DE LA FUNDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art.146.-La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte,

por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas. La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública. El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.”¹⁵

LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL DEL MINISTERIO DEL AMBIENTE.

Sección I

Estudios Ambientales

“**Art. 58.-** Estudio de Impacto Ambiental.- Toda obra, actividad o proyecto nuevo o ampliaciones o modificaciones de los existentes, emprendidos por cualquier persona natural o jurídica, públicas o privadas, y que pueden potencialmente causar contaminación, deberá presentar un Estudio de Impacto Ambiental, que incluirá un plan de manejo ambiental, de acuerdo a lo establecido en el Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA). El EIA deberá demostrar que la actividad estará en cumplimiento con el presente Libro VI De la Calidad Ambiental y sus normas técnicas, previa a la construcción y a la puesta en funcionamiento del proyecto o inicio de la actividad.”¹⁶

¹⁵ (Nacional, H. C.,1999)

¹⁶ (Datos obtenidos de la página web del Ministerio de Ambiente.)

Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria del Ministerio del Ambiente. LIBRO VI. De la Calidad Ambiental. Título IV: REGLAMENTO A LA LEY DE GESTION AMBIENTAL PARA LA PREVENCION Y CONTROL DE LA CONTAMINACION AMBIENTAL. Capítulo IV: DEL CONTROL AMBIENTAL. Sección I: ESTUDIOS AMBIENTALES.

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

“Art. 2.- Definiciones.- Para efectos de la presente Ley, se entenderá por:

Anunciante.- Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario: Contrato de Adhesión, Derecho de Devolución, Especulación, Información Básica Comercial, Oferta, Proveedor, Publicidad, Publicidad Abusiva.- Publicidad Engañosa, Servicios Públicos Domiciliarios, Distribuidores o comerciantes, Productores o fabricantes, Importadores, Prestadores.

Capítulo II (Derechos Y Obligaciones De Los Consumidores)

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.

Capítulo IV (Información Básica Comercial)

Art. 9.- Información Pública.- Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final. Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen.

Art. 14.- Rotulado Mínimo de Alimentos.- Sin perjuicio de lo que dispongan las normas técnicas al respecto, los proveedores de productos alimenticios de consumo humano deberán exhibir en el rotulado de los productos, obligatoriamente, la siguiente información:

- a) Nombre del producto;
- b) Marca comercial;
- c) Identificación del lote;
- d) Razón social de la empresa;
- e) Contenido neto;
- f) Número de registro sanitario;
- g) Valor nutricional;
- h) Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo;
- i) Lista de ingredientes, con sus respectivas especificaciones;
- j) Precio de venta al público;
- k) País de origen; y,
- l) Indicación si se trata de alimento artificial, irradiado o genéticamente modificado.

Capítulo V (RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR)

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda

realizar una elección adecuada y razonable.”¹⁷

REGISTRO SANITARIO

El proceso de Registro y Control Sanitario cumple con la responsabilidad de preservar la salud de la comunidad garantizando la calidad integral de los productos que se aprueban para su consumo.

Requisitos para la obtención del registro sanitario De las reformas al código de salud

“Art. 99.- Sustitúyase el Título IV del libro del Código de Salud por el siguiente:

Del Registro Sanitario

Art. 100.- Los alimentos procesados o aditivos, medicamentos en general, productos naturales procesados, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unisistas, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, fabricados en el Ecuador o en el exterior, deberán contar con Registro Sanitario para su producción, almacenamiento, transportación, comercialización y consumo. El cumplimiento de esa norma será sancionado de conformidad con la ley, sin perjuicio de la responsabilidad del culpable de resarcir plenamente cualquier daño que se produjere a terceros con motivo de tal cumplimiento.

Art. 101.- el registro sanitario para alimentos procesados o aditivos, productos naturales procesados, cosméticos, productos higiénicos o perfumes de uso doméstico, industrial o agrícola, o para las empresa que los produzcan, será otorgado por el Ministerio de Salud Pública, a través de las Subsecretarías y las Direcciones Provinciales que determinen el reglamento correspondiente y

¹⁷ (República, C.P., 2000)

a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez.

El Registro Sanitario para medicamentos en general, medicamentos genéricos, gorgas insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unisistas, se registrará por dispuesto en la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano.

Art. 102.- El Registro Sanitario será otorgado cuando se hubiese emitido previamente un informe técnico favorable, o mediante homologación conforme a lo establecido en esta ley.

El Registro Sanitario podrá también ser conferido a la empresa fabricante para sus productos, sobre la base de la aplicación de las buenas prácticas de manufacturas y demás requisitos que establezca el reglamento al respecto.

Art. 103.- el informe técnico favorable para el otorgamiento del Registro Sanitario podrá ser emitido por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez, universidades, escuelas politécnicas y laboratorios, públicos y privados, previamente acreditados para el efecto por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación, de conformidad con lo que establezca el reglamento al respecto.

Art. 104.- El Registro Sanitario se entenderá concedido en caso de que, existiendo el informe técnico favorable, el Ministerio de Salud Pública a través de las dependencias o subsecretarías correspondientes no hubiese otorgado el Registro Sanitario en el plazo de treinta días a partir de la recepción del informe, o no lo hubiera negado justificadamente. En este caso, el número del Registro Sanitario será el que conste en el informe del instituto o laboratorio acreditado al que deberá preceder el nombre del referido instituto o laboratorio, sin perjuicio

de la facultad del Ministerio de Salud Pública para cancelar el Registro Sanitario de conformidad con la Ley.

Art. 105.- El Registro Sanitario será concedido por homologación a los alimentos procesados o aditivos, productos naturales procesados, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola importados, que cuenten con certificados de registro sanitario, de venta libre, o de buena práctica de manufactura, otorgados por autoridad competente acreditada, de conformidad con lo que establezca el reglamento correspondiente.

El presidente de la República determinará mediante el reglamento que dicte para el efecto la lista de las autoridades competentes de otro Estado o de organizaciones internacionales especializadas cuyos certificados de registro sanitario, de venta libre, o de buena práctica de manufactura, pueden ser objeto de homologación directa conforme de este artículo.

Art. 106.- El Registro Sanitario por homologación se entenderá concedido en caso de que el Ministerio de Salud Pública no lo hubiese otorgado, o negado justificadamente en el plazo de treinta días a partir de la recepción de la solicitud correspondiente, siempre que se trate de certificados de registro sanitario, de venta libre, o de buena práctica de manufactura otorgados por las autoridades previstas en el respectivo reglamento. En este caso, el número de Registro Sanitario será el número o referencia del certificado de registro sanitario, de venta libre, o de buena práctica de manufactura original al que deberá preceder el nombre de la autoridad competente.

Art. 107.- El Registro Sanitario tendrá una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de su otorgamiento.

Art. 108.- El Ministerio de Salud Pública podrá cancelar el Registro Sanitario en caso de que estableciere que un producto o fabricante, según sea el caso, no cumple con los requisitos y características establecidos por la ley y normas correspondientes o que el producto pudiere, por cualquier causa, provocar perjuicios a la salud de los consumidores, siempre que las condiciones del producto no fueren imputables a circunstancias ajenas a control del titular del Registro Sanitario. En todo caso, la persona natural o jurídica responsable deberá resarcir plenamente cualquier daño que se produjere a terceros con motivo de tal incumplimiento, sin perjuicio de otras responsabilidades civiles o penales a que hubiere lugar. Para este propósito, el Ministerio de Salud Pública realizará, directamente o a través de terceros debidamente acreditados, inspecciones y análisis de control de los productos sujetos a Registro Sanitario, en forma periódica o aleatoria de oficio o como consecuencia de denuncia presentada por cualquier persona, natural o jurídica, o por iniciativa de cualquier organismo o dependencia estatal, conforme al reglamento correspondiente.

Las muestras necesarias podrían ser obtenidas en aduanas, en las instalaciones de producción o almacenamiento o en los canales de distribución al consumidor, incluyendo medio de transporte y lugares de exhibición y venta.

Art. 109.- en caso de cambios en la presentación, marca, o empaque u otras modificaciones similares de un producto que contare con Registro Sanitario, solamente se requerirá de un nuevo Registro Sanitario si en cambio fuere de tal naturaleza que pudiere tener efecto en la calidad y seguridad del producto o su aptitud de uso, conforme a lo que establezca el reglamento correspondiente.

Art. 110.- el otorgamiento del Registro Sanitario por parte del Ministerio de Salud Pública estará sujeto al pago de una tasa de inscripción para cubrir los costos administrativos involucrados, así como al pago de una tasa anual a favor del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez.

La falta de pago oportuno podrá dar lugar a la cancelación del Registro Sanitario.

El Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez, las universidades, escuelas politécnicas y laboratorios, públicos o privados, acreditados para el efecto, tendrán derecho al pago de los servicios prestados por los análisis y la emisión de los informes técnicos correspondientes.

Art. 111.- La construcción, instalación, transformación, y funcionamiento de plantas industriales procesadoras de alimentos, elaborados farmacéuticos y biológicos, de cosméticos y plaguicidas, requieren permio previo de la autoridad de salud, que verificará que se ajusten a los requisitos establecidos y realizará y realizará el control periódico de los locales en funcionamiento. La falta de esta autorización, así como el incumplimiento de las normas de salud y normas técnicas aplicables de conformidad con lo que establezca el reglamento correspondiente, será casual para la cancelación del registro sanitario de los productos que allí fabriquen o procesaren o el registro sanitario de la empresa, según sea el caso.”¹⁸

LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA

CAPÍTULO IV SANIDAD E INOCUIDAD ALIMENTARIA

“**Artículo 24.** Finalidad de la sanidad.- La sanidad e inocuidad alimentarias tienen por objeto promover una adecuada nutrición y protección de la salud de las personas; y prevenir, eliminar o reducir la incidencia de enfermedades que se puedan causar o agravar por el consumo de alimentos contaminados.

TÍTULO IV CONSUMO Y NUTRICIÓN

¹⁸ (Salud, M.) Información obtenida de la página web del Ministerio de Salud.

Artículo 27. Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas.

Artículo 30. Promoción del consumo nacional.- El Estado incentivará y establecerá convenios de adquisición de productos alimenticios con los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores agroalimentarios para atender las necesidades de los programas de protección alimentaria y nutricional dirigidos a poblaciones de atención prioritaria. Además implementará campañas de información y educación a favor del consumo de productos alimenticios nacionales principalmente de aquellos vinculados a las dietas tradicionales de las localidades.”¹⁹

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES-COPCI.

Artículo 1.- “Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los

¹⁹ (Nacional, A.,2009) Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria.

actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.”²⁰

Anexo 2.-

2.1 Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento.

Desde septiembre del 2013, el nuevo organismo encargado en otorgar el permiso es la **Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)**, reemplazando al Ministerio de Salud Pública, siendo antes la institución encargada , trabajando conjuntamente con el Ministerio de Salud se deberá considerar los siguientes pasos:

²⁰ (Nacional, A. 2010)

El nuevo trámite para obtener el permiso de funcionamiento, especifica el sitio web del Ministerio de Salud, consta de los siguientes pasos:

1. “Se deberá descargar el formulario para solicitar el permiso de funcionamiento en la página web del Ministerio de Salud del link www.salud.gob.ec con tres formatos disponibles.
Formulario No. PF-ARCSA-2013-001: solicitud de permiso de funcionamiento (archivo en Word o ODT)
Formulario No. PF-ARCSA-2013-002: matriz para base de datos (archivo en Excel).
Formulario No. PF-ARCSA-2013-003: datos para la factura (archivo en Word o ODT)
2. Una vez completado el formulario, remitirlo a la dirección permisosdefuncionamiento@msp.gob.ec con el asunto “Número de registro único de contribuyentes RUC – nombre del establecimiento – Zona a la que pertenece”.
3. Posteriormente, la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria procederá con la revisión de la documentación adjuntada en un lapso de 72 horas, desde la fecha que se envió.
4. Posteriormente, una vez aprobada la solicitud de permiso de funcionamiento y sus anexos se remitirá vía correo electrónico el valor correspondiente a cancelar; y una vez cancelado se enviará el permiso de funcionamiento al Director Técnico de Buenas Prácticas y Permisos para la firma electrónica del documento.
5. Finalmente se enviará el certificado solicitado al usuario vía correo electrónico.”²¹

²¹ (eemprendedor.ec, 2013,24 de septiembre)

Anexo 2.2 Requisitos para registro de Patente de Personas Jurídicas

Requisitos generales:

1. "Formulario de Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas.
2. Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
3. Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
4. Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
5. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).
6. Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez)."²²

Anexo 2.3

Requisitos para el funcionamiento otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.

“REQUISITOS MINIMOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO EN GENERAL

Hasta 100 m2 de área

- Extintor de 10 lbs. de polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m2, debe de instalarse a una altura de 1.53 mts. del piso al soporte, debidamente señalizados ya sea del tipo reflectivo o foto luminiscente.

²² (Alcaldíadeguayaquil, s.f.)Trámites, Registro de patentes personas jurídicas.

- Lámparas de emergencia, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Apertura de las puertas en sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera, se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.

De 101 a 499 m2 de área

- Extintor de 10 lbs. de polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m2 debe de instalarse a una altura de 1.53 mts. del piso al soporte, debidamente señalizados ya sea del tipo reflectivo o foto luminiscente.
- Lámparas de emergencia, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Sistema de detección de humo con panel centralizado (no a batería ni pila).
- Letreros de evacuación “SALIDA”, fondo verde con letras blancas en formato de 30 cm x 20 cm en vías de evacuación puede ser tipo reflectivo o foto luminiscente.
- Letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente en la parte superior de la puerta principal y alterna.
 - Apertura de las puertas en sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera, se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.
- Puerta de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente.
- Escaleras de emergencia en caso de ser requeridas.

De 500 m2 en adelante

- Extintor de 10 lbs. de polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m2 debe de instalarse a una altura de 1.53 mts. del piso al soporte, debidamente señalizados ya sea del tipo reflectivo o foto luminiscente.
- Lámparas de emergencia, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Sistema de detección de humo con panel centralizado (no a batería ni pila)
- Letreros de evacuación “SALIDA”, fondo verde con letras blancas en formato de 30 cm x 20 cm en vías de evacuación puede ser tipo reflectivo o foto luminiscente.
- Letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente en la parte superior de la puerta principal y alterna.
- Apertura de las puertas en sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera, se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.
- Sistema hidráulico.
- Puertas de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente.
- Escaleras de emergencia en caso de ser requeridas.

ESTOS REQUISITOS ESTARAN SUJETOS A LA REVISION Y AMPLIACION DE LOS MISMOS POR DISPOSICION DEL BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL Y A SU APROBACION RESPECTIVA, CONSIDERANDO EL RIESGO QUE ENVUELVA LA ACTIVIDAD Y /O PRODUCTOS ALMACENADOS.”²³

²³ (Benemérito Cuerpo de Bomberos ,2010)

ANEXO 3.-

Pregunta para los expertos. Entrevista realizada a la Dra. En Nutrición Paola Álava.

1. ¿De qué manera cree Ud. que la soya aporta beneficios nutricionales a nuestro organismo?

Las personas, por lo general se preocupan por su estado físico, apariencia, peso, muchas veces acuden a médicos especializados con el fin de que les prescriban dietas equilibradas; entiéndase por consumo de alimentos ricos en proteínas, grasas, hierro, vitaminas y minerales entre otros, al incluir la soya en las comidas diarias, se proporciona al organismo proteínas, que son importantes en diversas etapas como la del crecimiento, durante el embarazo, y post parto, hasta en la etapa de la adultez ya que fortifica los huesos, y reduce el riesgo de males que afectan al corazón. Para las personas que practican deportes, la soya es un gran suplemento por sus contenidos de fibra que permite el desarrollo de los músculos.

2. ¿Qué productos elaborados a base de soya conoce usted? ¿Y cuáles recomendaría a sus pacientes?

Muchos son los productos que se pueden obtener a partir de la soya, entre los productos conocidos, considero la leche o bebida de soya la más común, al igual que el queso y la carne de soya. Recomendaría cualquier derivado proveniente de la soya, en especial la carne para pacientes cuyo objetivo está en bajar medidas, además al ser un sustituto perfecto de la carne roja y para mujeres que se encuentran entre los 60 años de edad en adelante, recomendaría la soya por la cantidad de estrógenos que posee, esto conllevará a mejorar la situación de las pacientes climatéricas cuyos síntomas premenopáusicos y menopáusicos se encuentran dolores de cabeza, cambios hormonales, nivel bajo de estrógenos, sofocaciones, entre otros.

3. ¿Qué reacción cree Ud. que tendrían los consumidores guayaquileños al incluir en el mercado hamburguesas y quipes a base de soya?

La idea es atractiva, al considerar la nutrición un aspecto importante a considerar al momento de ofrecer a las personas productos que mejorarán el hábito alimenticio diario de las personas. Se observan diariamente, niños, adolescentes que asisten al hospital, con índices de anemia, por déficit de hierro, en otros casos con colesterol elevado, por excesos de grasa. El organismo necesita un régimen. Las comidas rápidas se caracterizan por ser la principal causa de obesidad a nivel mundial, pacientes mencionan su preferencia hacia este tipo de alimentos. Los productos que Ud. menciona, son poco comunes, pero de mucha ayuda, ya que desde el año 2009 se considera la buena nutrición como un derecho vital. Los alimentos que menciona son completos por su alto contenido proteico, brindándole al organismo energía, vitalidad que se requiere para desarrollar actividades en diferentes ámbitos, tanto como profesionales, físicas, estudiantiles.

4. ¿Consideraría de mucha ayuda las campañas publicitarias en donde se promueva el consumo de soya en el país?

Si, considero de mucha ayuda la realización de pequeñas campañas en el hospital, de esta manera se podría dar a conocer los beneficios del consumo de soya, sobre todo a personas con un nivel de recursos económicos bajo, para lograr que la población más pobre tenga acceso al conocimiento y de esta manera se preocupen por llevar una buena alimentación y cuidar la salud de su familia.

ANEXO 4.-

MODELO DE ENCUESTA

Soy alumna de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, presento ante Ud, la propuesta para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de alimentos precocidos (congelados) a base de soya.

1.-Género F _____ M _____

2.- Su edad oscila entre los:

a) 15 a 20 años _____ b) 21 a 25 años _____ c) 26 a 30 años d) 30 años a más

3.- Su Ocupación es:

- a) Estudiante
- b) Profesional
- c) No labora
- d) Otro Cual ? _____

3.- ¿Consume productos elaborados a base de soya?

SI _____ NO _____

Si la respuesta es no, abandone el cuestionario.

4.- ¿Qué productos a base de soya ha degustado?

a) Bebida de soya _____ b) Queso o tofu _____ c) Carne _____

d) Helados _____ e) Tortas

f)OtrosCuáles? _____

5.- ¿Con que frecuencia consume productos de soya?

a) _____ Veces al Día b) _____ Veces a la Semana c) _____ Veces al Mes

6.- ¿Cuáles son las razones por la que Ud. Podría preferir consumir alimentos a base de soya?

- a) ____ Para prevenir enfermedades como las del corazón, menopáusicas, cáncer
- b) ____ Para sustituir los productos cárnicos.
- c) ____ Por la cantidad de nutrientes y vitaminas que aporta al organismo.
- d) ____ Para controlar el peso.
- d) _____ Otros Cuáles?

7.- ¿Le agradaría la idea de encontrar una nueva línea de productos derivados de la soya como: (MARQUE LAS ALTERNATIVAS QUE UD CREA CONVENIENTE)

Hamburguesas: SI ____ NO ____
Quipes: SI ____ NO ____
Tortillas: SI ____ NO ____

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por presentación con contenido de 6 unidades correspondientes a:

Hamburguesas a base de soya

a) \$5.00 a \$5.50 ____ b) \$5.50 a \$6.00 ____ c) \$6.00 a \$6.50 ____

Quipes

a) \$2.50 a \$ 3.00 ____ b) \$3.00 a \$4.00 ____ c) \$4.00 a \$4.50 ____

Tortillas

a) \$2.50 a \$ 3.00 ____ b) \$3.00 a \$4.00 ____ c) \$4.00 a \$4.50 ____

9.- ¿Cuál de los siguientes nombres le resulta atractivo para la presentación del producto?

a) Soya fast ____ b) FastSoya ____ c) SoySoya ____ d) Otro

10.- ¿Dónde le gustaría adquirir los productos mencionados?

a) Tienda del fabricante ____ b) Restaurantes ____ c) Supermercados ____
d) Domicilio ____

**ANEXO 5.-
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS**

Pregunta 1.

-Género F ____

M ____

Género	Unidades	Porcentaje
Femenino	364	53%
Masculino	36	47%
TOTAL	400	100%



Gráfico 9.- "Género de la Muestra."

Fuente: Elaboración propia.

En la presente investigación se pudo percatar que el 53% de los encuestados corresponden al género femenino, mientras que un 47% son pertenecientes al género masculino.

Pregunta 2

2.- Su edad oscila entre los:

Edad	Unidades	Porcentaje
15 a 20 años	84	21%
21 a 25 años	284	71%
26 a 30	28	7%
30 años a más	4	1%
TOTAL	400	100%



Gráfico 10.- Rango de edad de la muestra.

Fuente: Elaboración propia

Podemos encontrar una marcada tendencia de las participante de la encuesta donde encontramos la mayoría de los encuestados son mayores de 21 años, donde se concentra el 71% del total de la muestra.

Pregunta 3

Su Ocupación es:

Ocupación	Unidades	Porcentaje
Estudiante	284	71%
Profesional	88	22%
No labora	28	7%
Otro	4	1%
TOTAL	400	100%



Gráfico 11.- Ocupación de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia

El 71% de la muestra es de ocupación estudiante, los mismos que se encuentran ejerciendo una carrera de educación superior, el 22% profesional, un 7% no labora pero al menos han culminado sus estudios, y un 1% ejerce otras actividades.

Pregunta 4

¿Consume productos elaborados a base de soya?

Variable	Unidades	Porcentaje
Si	364	91%
No	36	9%
TOTAL	400	100%

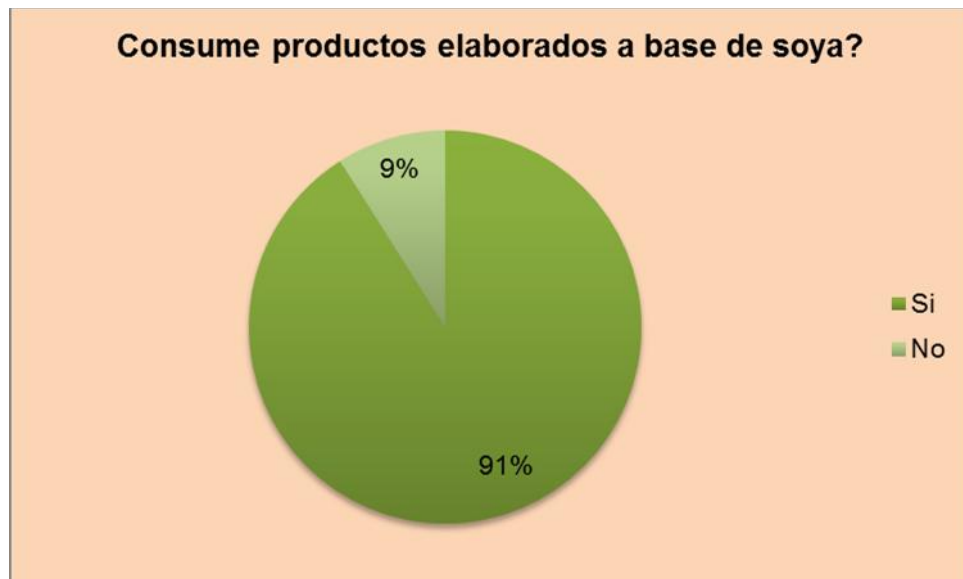


Gráfico 12.- ¿Consume productos elaborados a base de soya?

Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta es fundamental para la investigación de mercado; el resultado de la muestra indica que el 91% de las personas encuestadas consumen soya, mientras que el otro 9% no.

Pregunta 5

¿Qué productos a base de soya ha degustado?

Productos	Porcentaje
Bebida de soya	30%
Queso o Tofu	12%
Carne	38%
Repostería	6%
Otros	5%
TOTAL	100%

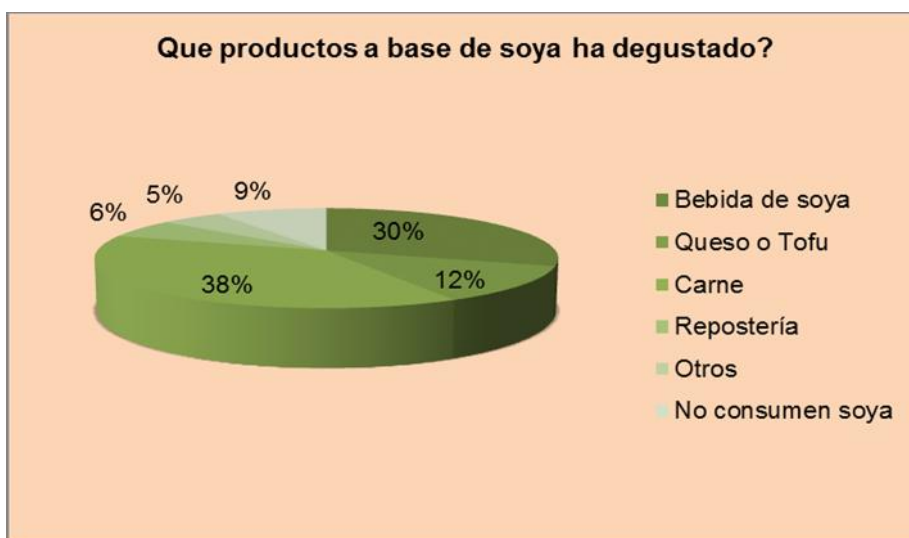


Gráfico 13.- ¿Qué productos a base de soya ha degustado?

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los productos más frecuentados por parte de los consumidores, el más conocido se encuentra la bebida de soya con un 30%, mientras que un 38% ha consumido carne de soya o carne, el 12% queso o tofu, un 6% repostería como cupcakes, tortas, pan de soya, mientras que un 5% otros productos como ceviche, salchichas de soya.

Pregunta 6

¿Con que frecuencia consume productos de soya?

Frecuencia de Consumo	Porcentaje
Veces al día	53%
Veces a la semana	22%
Veces al mes	16%
TOTAL	100%

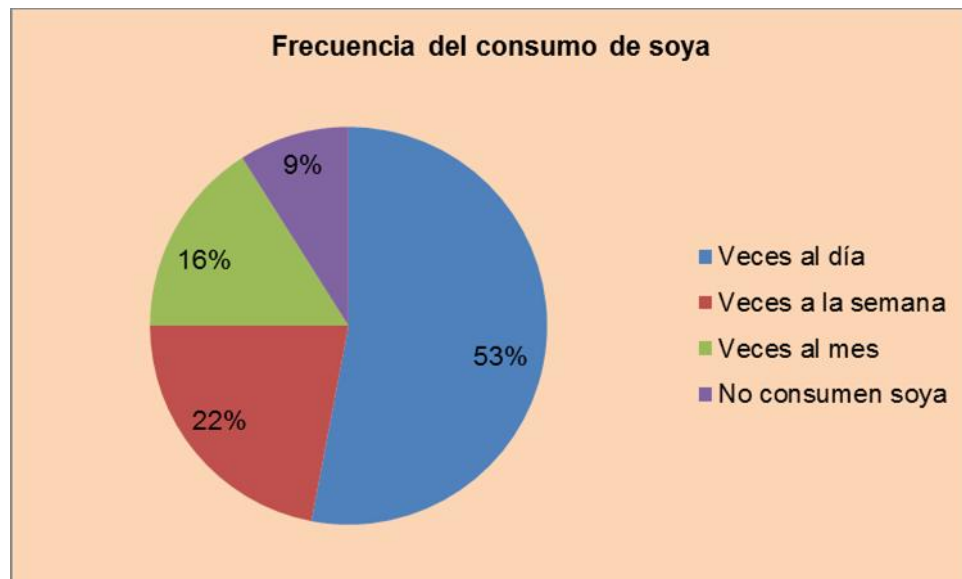


Gráfico 14.- Frecuencia de consumo de soya

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran que el 53% prefiere consumir productos al día, el 22% consume productos de soya a la semana, el 16% al mes, mientras que el 9% restante son los que abandonaron la encuesta.

Pregunta 7

¿Cuáles son las razones por la que Ud. Podría preferir consumir alimentos a base de soya?

Razones	Unidades	Porcentaje
Para prevenir enfermedades como las del corazón, menopáusicas, cáncer	52	13%
Para sustituir los productos cárnicos.	112	28%
Por la cantidad de nutrientes y vitaminas que aporta al organismo	84	21%
Para controlar el peso y cuidar el organismo	112	28%
Otros. Cuáles?	4	1%
No consumen soya	36	9%
Total	400	100%



Gráfico 15.- ¿Cuáles son las razones por la que Ud. podría preferir consumir alimentos a base de soya?

Fuente: Elaboración propia.

El 13% de la muestra consume soya para prevenir enfermedades, mientras que un 28% lo hace para sustituir cárnicos, 21% por los nutrientes que caracterizan la soya, 28% para cuidar el organismo y controlar el peso, un 1% por el sabor.

Pregunta 8

¿Le agradaría la idea de encontrar una nueva línea de productos derivados de la soya como Hamburguesas, Quipes, Tortillas?:

Variable	Unidades	Porcentaje
Si	364	91%
No	36	9%
TOTAL	400	100%



Gráfico 16.- ¿Le agradaría la idea de encontrar una nueva línea de productos a base de soya?

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, la mayoría de los encuestados es decir el 91% está a favor de encontrar una nueva línea de productos como los mencionados, siendo el 75% que prefiere que los 3 productos tales como las hamburguesas, quipes y tortillas se comercialicen, un 9% prefiere un solo producto, mientras que un 7 % le agrada que 2 productos se encuentren en el mercado sojero. El 9% restante corresponde al porcentaje de los encuestados que abandonaron la encuesta debido a que no consumían soya.

Pregunta 9

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por presentación con contenido de 6 unidades correspondientes a:

Precios por producto	Unidades	Porcentaje
Hamburguesas		
De\$5.00 a \$5.50	36	9%
\$5.50 a \$6.00	256	64%
\$6.00 a \$6.50	72	18%
Total	400	100%
Quipes		
\$2.50 a \$ 3.00	44	11%
\$3.00 a \$4.00	276	69%
\$4.00 a \$4.50	44	11%
Total	400	100%
Tortillas		
\$2.00 a \$3.00	284	71%
\$3.00 a \$4.00	60	15%
\$4.00 a \$4.50	24	6%
Total	400	100%

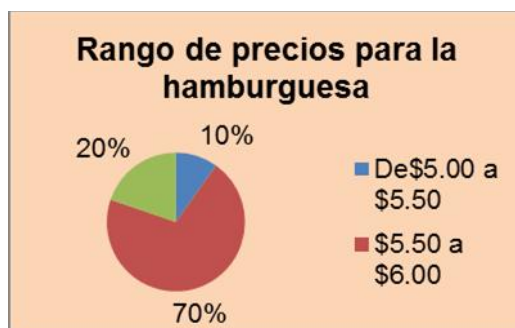


Gráfico 17.- Rango de precios para la hamburguesa

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al precio de la hamburguesa, el 64% está dispuesto a pagar entre 5.50\$ hasta \$6.00, el 18% de \$6.00 a más, mientras que un 9% \$5.00 a \$ 5.50



Gráfico 18.- Rango de precios para los quipes.

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al precio del quipe, el 76% está dispuesto a pagar de \$3.00 a \$4.00, y un 12% le agrada la idea de corroborar entre \$2.50 a \$3.00, al igual que otro 12% pagaría desde \$4.00 hasta \$4.50 dólares.

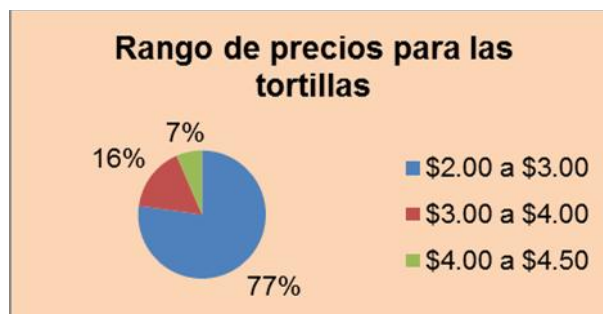


Gráfico 19.- Rango de precios para las tortillas

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a las tortillas, el 77% está dispuesto a corroborar entre dos a tres dólares, el 16% de 3 a 4 dólares y un 7% más de 4 dólares.

Pregunta 10

¿Cuál de los siguientes nombres le resulta atractivo para la presentación del producto?

Opciones de Nombre	Unidades	Porcentaje
SoyaFast	236	59%
FastSoya	52	13%
SoySoya	76	19%
Otro	0	0%
Abandonaron la encuesta	36	9%
TOTAL	400	100%



Gráfico 20.- ¿Cuál de los siguientes nombres le resulta atractivo para la presentación del producto?

Fuente: Elaboración propia.

El 59% prefirió el nombre de Soya Fast, un 13% Fast soya y un 19% el nombre correspondiente a SoySoya

Pregunta 11

¿Dónde le gustaría adquirir los productos mencionados?

Opciones	Unidades	Porcentaje
Tienda del fabricante	60	15%
Restaurantes	40	10%
Domicilio	132	33%
Supermercados	132	33%
Abandonaron la encuesta	36	9%
TOTAL	400	100%

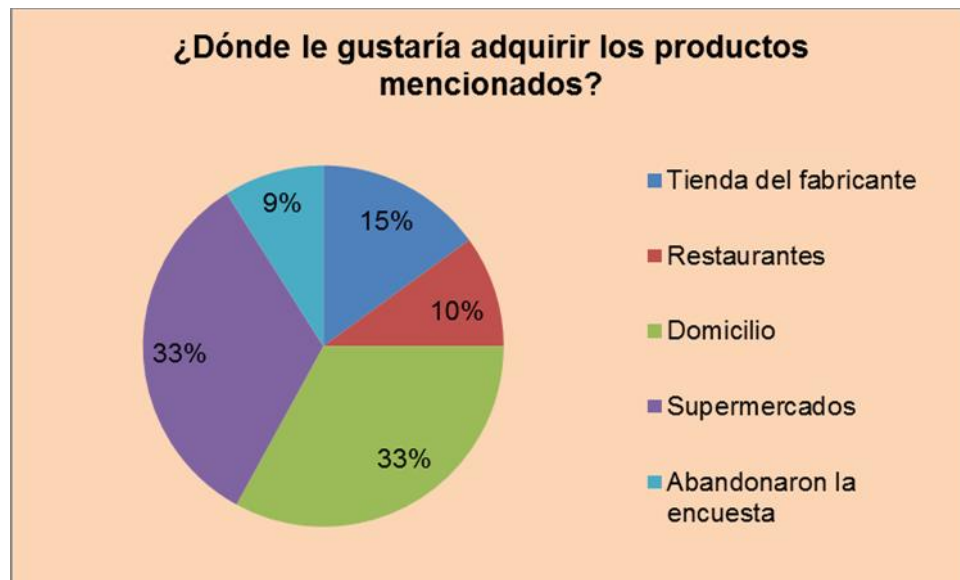


Gráfico 21.- ¿Dónde le gustaría adquirir los productos mencionados?

Fuente: Elaboración propia

El 33 % de los encuestados prefirió por adquirirlos en Supermercados, al igual que otro 33% les gustaría recibir el producto a su domicilio, el 15% en la tienda del fabricante, un 10% en restaurantes, el 9% restante corresponde a los que abandonaron la encuesta.

ANEXO 5.- Plan De reclutamiento, selección y contratación, descripción de puestos.

Tabla 13.-“Descripción del Puesto Gerente General.”

Cargo:	Gerente General
Funciones:	<p>Básicamente es el encargado de supervisar todas las áreas que conforma la empresa.</p> <p>Percatarse que las áreas de trabajo marchen de la mejor manera posible, es el que se encarga de tomar decisiones en la empresa.</p>
Responsabilidades Específicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informar acerca de la situación de la empresa a la Junta General de Accionistas. 2. Promover las buenas relaciones interpersonales y respeto con todas las áreas de la empresa de manera que le permita estar al tanto de lo que ocurre en el ambiente laboral. 3. Tomar decisiones inteligentes que mejoren la productividad del negocio, fomentando la veracidad en todos los actos apegados a la ley. 4. Exigir la veracidad de los sistemas de contabilidad, los libros que la ley dispone llevar. 5.- El cumplimiento de la ley y estatutos fijados por la Junta General de Accionistas.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> - Debe ser una persona proactiva, con principios y conocimientos sobre ética profesional y personal. - Entre los valores que deben destacar, la honestidad y responsabilidad en sus labores diarias. - Poseer un espíritu emprendedor y motivador que sea capaz de crear un cálido ambiente laboral.
Perfil Académico	<p>Como requisito principal debe contar como mínimo con un título de Ingeniería en Administración de Empresa o Ingeniería Industrial.</p>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 14.- “Descripción del puesto de Jefe de Marketing y Publicidad.”

Cargo:	Jefe de Marketing y Publicidad
Funciones y Responsabilidades:	<p>1.-Es el encargado de diseñar, estructurar y coordinar un plan de mercadeo que permita el posicionamiento de la marca.</p> <p>2.-Se encarga de realizar las promociones de publicidad del producto y buscar nuevas estrategias de marketing que permitan promocionar de una mejor manera los productos.</p> <p>3.-Diseñar las campañas publicitarias y página Web de la empresa con el objetivo de posicionar la marca.</p> <p>4.-Realizar el estudio de mercado, con el objetivo de conocer los posibles competidores y el entorno general que permitirá conocer los gustos y preferencias de los consumidores.</p> <p>5.-Diseñar la imagen corporativa de la microempresa.</p>
Actitudes	<p>-Debe ser una persona creativa, con iniciativa propia para tomar decisiones en lo que respecta a la elaboración de publicidad para la compañía.</p> <p>-Debe estar dispuesto a trabajar bajo presión y ser una persona competitiva.</p> <p>-Capacidad de integración y adaptación a la compañía.</p> <p>-Debe ser una persona con liderazgo propio.</p> <p>-Debe ser una persona dinámica.</p>
Perfil Académico	<p>-Debe contar como mínimo con un título ya sea de Ingeniería Comercial, en diseño publicitario, Administración de Empresas.</p> <p>-Poseer amplios conocimientos de Marketing y publicidad.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15.-“Descripción del Puesto de Jefe de Producción.”

Cargo:	Jefe de Producción
Funciones:	<p>-Elaborar un producto de alta calidad, 100% natural a base de soya, mediante la optimización de las materias primas.</p> <p>-Velar por el mejoramiento continuo de los procesos de producción.</p> <p>-Dirigir a los encargados de la producción, asignarle tareas.</p>
Responsabilidades Específicas	<p>1.-Evaluar periódicamente los resultados operativos e informar al jefe inmediato, con el objetivo de alcanzar un óptimo aprovechamiento de los recursos de la empresa e incrementar la capacidad productiva de la misma.</p> <p>2.- Supervisar el funcionamiento del área de producción</p> <p>3.- Informar a la gerencia sobre la evolución de los índices de productividad al momento de la elaboración de los productos en el tiempo establecido, y expresar posibles recomendaciones que mejorarán la productividad de los siguientes períodos.</p>
Actitudes	<p>-Debe ser una persona responsable con su trabajo asignado, además debe ser una persona perfeccionista en cuanto a la calidad del producto.</p> <p>-Ser una persona dinámica, y líder para dirigir a los operarios de producción.</p> <p>-Ser proactivo y eficiente con las tareas asignadas.</p>
Perfil Académico	<p>Debe poseer una licenciatura en Administración de empresas o carrera a fin, y experiencia en el mercado de productos elaborados a base de soya, así como conocer el proceso de producción de los mismos, conservación y empaque.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16.-“Descripción del Puesto de Contador.”

Cargo:	Contador
Funciones y Responsabilidades	<p>1.-Procesar, codificar y contabilizar los diferentes cuentas que se manejan en el proceso contable clasificándolas de acuerdo al concepto que le corresponde.</p> <p>2.-Llevar el control sobre los movimientos contables y demás reportes financieros.</p> <p>3.-Controlar gastos y/o ingresos.</p> <p>4.- Elaborar los comprobantes de diario, siguiendo los principios contables, presentar mensualmente los libros generales de compra y venta con el objetivo de declarar el IVA.</p> <p>5.-Presentar los balances comerciales al gerente.</p> <p>6.- Revisar y liquidar documentos contables tales como partes diarios de fondos, notas de contabilidad, recibos, cupones, asientos de ajuste.</p>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> -Debe ser una persona íntegra en sus labores diarias. -Debe poseer independencia -Valores como la confidencialidad y honestidad en el manejo de las operaciones diarias. -Ser una persona respetuosa. -Disposición a trabajar en equipo y crear un cálido ambiente de trabajo.
Perfil Académico	<ul style="list-style-type: none"> -Debe tener como mínimo título de Contador Público, poseer conocimientos de contabilidad avanzada, contabilidad de costos. Además debe tener conocimientos en Computación, sobretodo dominio de Excel. -Debe poseer capacidad de análisis e interpretación de datos.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17.- “Descripción del Puesto de Asistente Contable.”

Cargo:	Asistente Contable
Responsabilidades Específicas	<p>1.-Trabaja en conjunto con el contador de la empresa.</p> <p>2.- Revisa y compara los diferentes registros de comprobantes, facturas cheques.</p> <p>3.- Archiva documentos contables para tener uso y control interno.</p> <p>4.- Transcribe información contable en un computador.</p> <p>5.- Revisa las planillas de retención de impuestos.</p> <p>6.- Emite un informe de los resultados con respecto a las cuentas de ingreso y egresos. Con el objetivo de identificar los diferentes costos e ingresos que se encuentran inmersos.</p>
Actitudes	<p>Debe ser una persona ordenada.</p> <p>Responsable</p> <p>Honesta</p> <p>Puntual</p> <p>Capacidad para trabajar en equipo.</p> <p>Debe ser una persona cooperativa y dinámica.</p> <p>Mostrar cortesía con los colaboradores de la empresa.</p>
Perfil Académico	<p>-Debe tener como mínimo licenciatura en Contaduría Pública.</p> <p>-Dominio de contabilidad avanzada, contabilidad de costos. Además debe tener conocimientos en Computación, sobretodo dominio de Excel.</p> <p>-Debe poseer capacidad de análisis e interpretación de datos.</p>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 18.-“Descripción del Puesto de Asistente Administrativo.”

Cargo:	Asistente Administrativo
Funciones y Responsabilidades:	1.- Acatar órdenes por parte del jefe inmediato. 2.- Ser responsable con las actividades que se le designen. 3.- Está a cargo de contestar las llamadas o peticiones de servicio al cliente. 4.- Realizar un informe, evaluando el cumplimiento de los proveedores. 5.-Recibir e informar asuntos provenientes de las distintas áreas de la empresa.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> - Debe poseer iniciativa y estar dispuesto a realizar su trabajo sin recibir órdenes. - Mostrar cooperación con todos los que trabajan en la compañía. - Debe mostrar empatía y respeto a cada uno de los colaboradores para obtener un clima armónico. - Buena presencia - Ser amable y cortés con la clientela
Perfil Académico	-Facilidad de expresión verbal y escrita. Mínimo 1 año de experiencia en campos similares de asistente administrativo. Manejar una excelente redacción y ortografía. Dominio en computación, en especial conocimientos de la herramientas de Windows, Microsoft Office, Internet.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 19.- “Descripción del Puesto Vendedor.”

Cargo:	Vendedor
	Será en encargado del manejo del dinero por concepto de pedidos.
Responsabilidades Específicas	<ol style="list-style-type: none"> 1.-Cumplir con el horario asignado. 2. Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Jefe de Marketing y Publicidad). 3. Informar al jefe inmediato cualquier inconveniente al momento de la entrega de los productos. 4.- Es el encargado de facturar los pedidos. 5.- Cobrar los valores de los pedidos. 6.- Fidelizar clientes.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> -Ser una persona cortés y amable con los clientes. -Ser una persona responsable y organizada con el manejo de efectivo. -Compromiso por cultivar buenas relaciones con los clientes. -Mostrar Sinceridad en su labor diaria. -Responsabilidad en el desempeño de sus actividades. -Honradez.
Perfil Académico	<ul style="list-style-type: none"> -Contar con experiencia en el proceso de compra y venta. -Debe tener título de bachiller, y haber realizado algún curso de manipulación y conservación de alimentos, mínimo con 1 año de experiencia en cargos similares.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 20.- “Descripción del Puesto de Operario.”

Cargo:	Operarios
Funciones y Responsabilidades:	<p>1.-La función básica es cumplir con las tareas asignadas por el jefe de producción.</p> <p>2.-Informar al Jefe de Producción cualquier inconveniente que se presente durante el proceso de producción.</p> <p>3.- Realizar la transformación de los productos respetando las normas de calidad.</p> <p>4.- Comunicar al jefe inmediato cualquier anomalía en las maquinarias y equipos.</p>
Actitudes	<p>-Debe ser una persona responsable con su trabajo asignado.</p> <p>-Fomentar la calidad en la elaboración de los productos de soya.</p> <p>-Ser proactivo y eficiente con las tareas asignadas.</p>
Perfil Académico	<p>-Debe tener conocimiento en el mercado de productos elaborados de soya en cuanto a su elaboración, conserva y etiquetado.</p> <p>-Debe haber realizado cursos de manipulación de alimentos.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21.- “Descripción del Puesto Chofer.”

Cargo:	Chofer
Funciones y Responsabilidades:	<p>1.-Su función básica es la de movilizar tanto al personal los productos terminados a los clientes en el domicilio, o lugar convenido.</p> <p>2.- Conocer las leyes, reglamentos y disposiciones de tránsito.</p> <p>3 Asumir su trabajo con optimismo y mucho profesionalismo.</p>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> - Debe ser una persona responsable y culta - Mostrar cordialidad en cualquier situación - Ser responsable al momento de transportar los alimentos. - Puntualidad en la entrega.
Perfil Académico	Debe contar con licencia profesional, no tener problemas con la Comisión de Tránsito y mostrar respeto y su cultura al momento de realizar su trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 22.- “Descripción del Puesto Conserje.”

Cargo:	Conserje
Función básica:	Realizar mantenimiento y limpieza de las maquinarias e instalaciones de la empresa, para garantizar el óptimo rendimiento de los mismos.
Responsabilidades:	1. Encargarse de las tareas de limpieza y arreglo de las instalaciones. 2. Es el encargado de desechar los residuos de los departamentos, en especial del área de producción
Actitudes	- Persona proactiva y con vocación de servicio. -Debe ser una persona cortés y amable. -Mostrar respeto y simpatía con todos los colaboradores de la empresa.
Perfil Académico	Debe tener conocimiento en todo tipo de actividad que incluya la limpieza, mantenimiento de instalaciones, como también gasfitería, y otros relacionados al puesto.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 23.- “Descripción del Puesto Guardia.”

Cargo:	Guardia
Función básica:	Velar y salvaguardar los bienes existentes dentro de la empresa.
Responsabilidades:	<p>1.-Mantiene el orden en las áreas de acceso al público tales como: salas de recepción, oficinas e instalaciones en general.</p> <p>2.- Mantener informado al gerente general cualquier anomalía que ocurra durante la jornada de trabajo.</p> <p>3.-Supervisar constantemente las instalaciones de la empresa.</p> <p>4.- Llevar un reporte de ingreso y salida de los funcionarios y</p>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> - Debe mantener un trato amable con el personal. - Debe ser puntual. -Mostrar cordialidad y respeto con todos los funcionarios.
Perfil Académico	<ul style="list-style-type: none"> -Debe ser una persona competente y especializada en brindar seguridad. -Debe tener como mínimo un curso de defensa personal. -Cumplir con los procedimientos establecidos para el uso de equipos de seguridad como armas.

Fuente: Elaboración Propia.