

**UNIVERSIDAD LAICA
VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PROYECTO
PREVIO AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN PARA LAS LÍNEAS DE ALIMENTOS
“BEBIDAS Y MAYONESA DE SOYA”
EN LA UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIANA DE JESÚS DE GUAYAQUIL**

**EGRESADO:
CHRISTIAN GIOVANNY RODAS CELI**

**TUTORA:
MBA. ING. COM. JESSICA AROCA CLAVIJO**

**GUAYAQUIL – ECUADOR
2013**

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Christian Giovanni Rodas Celi, estudiante egresado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, declaro que el presente proyecto de investigación es de autoría y no ha sido presentado para ningún grado, además en este documento se incluyen las referencias bibliográficas de las obras y sitios web consultados.

Por medio de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establecido por la Ley de propiedad intelectual, por su reglamento y por la normativa Institucional vigente.

Christian Rodas Celi

C.I. 0918787169

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis Padres por su comprensión, apoyo y amor infinito, con sus ejemplos y valores me han enseñado a encarar las adversidades de la vida sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi Tía, Hna. María Isabel Celi r.m., por su constante apoyo y aliento a lo largo de los años de estudio desde el colegio hasta la universidad.

A todos ellos, muchas gracias de todo corazón.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todos los dones y capacidades con los que me ha bendecido, por la fuerza, valor e inteligencia que me ha dado en los años de mi vida.

A mis Padres por su apoyo moral, económico que me dieron cada día para seguir adelante.

A mi Tía Hna. María Isabel Celi r.m., por su apoyo espiritual.

A la Hna. Ángela Chamba Gallardo r.m., por ayudarme a encontrar mi vocación de docente y por todo el respaldo que me ha dado en la obtención del título.

A mis profesores de la Facultad de Ciencias Administrativas por todos los conocimientos que me han brindado y que de una u otra manera han aportado para mi formación profesional.

Para ellos, muchas gracias por todo.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE GENERAL	V
ÍNDICE CUADROS	X
ÍNDICE GRÁFICOS	XII
ÍNDICE DE IMÁGENES	XIII
RESUMEN.....	XV
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Diagnóstico/Contexto.....	1
1.3. Definición del Problema de Investigación	2
1.3.1. Planteamiento del problema.....	2
1.3.2. Formulación del problema	2
1.3.3. Sistematización del problema.....	3
1.4. Justificación.....	3
1.5. Objetivos	4
1.5.1. General	4
1.5.2. Específicos	4
1.6. Intencionalidad de la Investigación.....	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Estado del Conocimiento	6
2.1.1. Internacional.....	6
2.1.2. Nacional	8
2.1.3. Concepciones Teóricas.....	12
2.1.3.1. Teoría de la Administración Científica de Frederick Taylor (1856-1915).....	12
2.1.3.2. Teoría Clásica de la Administración de Henri Fayol. (1841-1925)	13
2.1.3.3. Teoría Psicogenética de Piaget.....	15
2.1.3.4. Teoría de Vigotsky sobre la Zona de Desarrollo Próximo	15
2.1.3.5. Responsabilidad Social Empresarial	15

2.2.	Fundamentación Teórica	16
2.2.1.	Estudio de factibilidad.....	16
2.2.1.1.	Importancia de un estudio de factibilidad	16
2.2.2.	Investigación del mercado.....	16
2.2.3.	Plan de estrategia.....	16
2.2.3.1.	Misión	17
2.2.3.2.	Visión	17
2.2.3.3.	Objetivos	17
2.2.3.4.	Políticas	17
2.2.3.5.	Matriz F.O.D.A.	17
2.2.3.6.	Estrategias empresariales	19
2.2.3.7.	Estructura organizacional.....	20
2.2.3.8.	Administración de Recursos Humanos	20
2.2.3.9.	Aspecto Legal.....	21
2.2.3.10.	Localización	21
2.2.4.	Plan operacional	21
2.2.4.1.	Productos o servicios.....	22
2.2.4.2.	Procesos de producción.....	22
2.2.4.3.	Programa de producción	22
2.2.4.4.	Aprovisionamiento o Gestión de existencias	23
2.2.4.5.	Marketing	23
2.2.4.6.	Segmentación del mercado	23
2.2.4.7.	Marketing Mix	23
2.2.4.7.1.	Producto	24
2.2.4.7.2.	Precio	24
2.2.4.7.3.	Plaza	24
2.2.4.7.4.	Promoción	24
2.2.5.	Plan de financiación	24
2.2.5.1.	Inversión y fuentes de financiamiento	24
2.2.5.1.1.	Inversión inicial.....	24
2.2.5.1.2.	Fuentes de financiamiento.....	25
2.2.5.2.	Proyecciones de ingresos y egresos	25
2.2.5.2.1.	Proyección de ingresos.....	26
2.2.5.2.2.	Proyección de egresos	26
2.2.5.3.	Estados financieros proyectados	26
2.2.5.3.1.	Flujo de efectivo.....	26

2.2.5.3.2.	Balance General	26
2.2.5.3.3.	Estado de Resultados.....	27
2.2.5.4.	Evaluación financiera.....	27
2.2.5.5.	Valor actual neto	27
2.2.5.5.1.	Tasa interna de retorno.....	27
2.2.5.5.2.	Periodo de recuperación de la inversión	27
2.3.	Anticipaciones Hipotéticas.....	27
2.4.	Variables o Criterios de Investigación	28
2.5.	Indicadores	28
CAPÍTULO III.....		29
METODOLOGÍA		29
3.1	Universo Muestral.....	29
3.2	Métodos, Técnicas e Instrumentos	30
3.2.1	Métodos.....	30
3.2.1.1	Método Inductivo	30
3.2.1.2	Método Deductivo.....	31
3.2.1.3	Método Descriptivo.....	32
3.2.1.4	Método Histórico	32
3.2.1.5	Método Estadístico.....	33
3.2.1.6	Método Holístico.....	33
3.2.2	Técnicas	34
3.2.2.1	La Observación	34
3.2.2.2	La Encuesta.....	35
3.2.2.3	La Entrevista	35
3.2.2.4	Técnicas del subrayado	35
3.2.3	Instrumentos.....	36
3.3	Aplicación de Instrumentos.....	36
3.4	Procesamiento de Datos	37
3.5	Recursos, Instrumentos, Cronogramas, Presupuesto.....	39
3.6	Resultados	43
CAPÍTULO IV.....		62
PROPUESTA.....		62
4.1	Tema.....	62
4.2	Justificación del tema.....	62
4.3	Plan estratégico	63
4.3.1.	Nombre de la empresa.....	63

4.3.2.	Misión de la empresa	63
4.3.3.	Visión de la empresa	63
4.3.4.	Objetivos	63
4.3.4.1.	General	63
4.3.4.2.	Específicos	63
4.3.5.	Análisis FODA.....	64
4.3.6.	Políticas de la Empresa	64
4.3.7.	Valores institucionales	65
4.4	Plan de Marketing	65
4.4.1.	Análisis del Mercado.....	65
4.4.1.1.	Mercado Meta	65
4.4.1.2.	Competencia.....	66
4.4.1.3.	Investigación de mercado específica a productos que se ofrecen	66
4.4.1.4.	Análisis Demanda-Producto.....	66
4.4.1.5.	Productos.....	67
4.4.1.5.1	Productos a ofrecer.....	67
4.4.1.5.1.1.	Bebida refrescante de soya	67
4.4.1.5.1.2.	Mayonesa de soya	69
4.4.2.	Comparación de los productos que se ofrecen con los de la competencia.....	70
4.5.	Estrategias de mercado.....	75
4.5.1.	Posicionamiento de los productos	75
4.5.2.	Políticas de precios.....	80
4.5.3.	Políticas de distribución y ventas	80
4.5.4.	Estrategias publicitarias y de promoción	81
4.5.5.	Políticas de servicio al cliente	82
4.5.6.	Relaciones públicas.....	83
4.6.	PLAN DE ADMINISTRACIÓN	83
4.6.1.	Organización del negocio.....	83
4.6.1.1.	Aspectos legales para funcionamiento	83
4.6.1.2.	Organigrama.....	85
4.6.1.2.1.	Descripción de puestos y responsabilidades asignadas al personal.....	85
4.6.2.	Plan de remuneraciones.....	86
4.6.3.	Currículo vitae del personal	86
4.6.4.	Permisos, licencias, seguros, etc.	87
4.7.	PLAN DE OPERACIONES	87
4.7.1.	Ubicación y plano de las instalaciones.- distribución departamental.....	87

4.7.2.	Fuentes de abastecimiento.....	90
4.7.3.	Capacidad de producción	90
4.7.4.	Descripción de maquinarias y equipos, especificaciones técnicas	91
4.7.5.	Determinación de políticas planeación y control de producción	92
4.7.6.	Tecnología a utilizarse	94
4.8.	PLAN FINANCIERO	94
4.8.1.	Requerimientos iniciales de fondos.....	94
4.8.2.	Inversión de activos fijos	94
4.8.3.	Cuadro de aportación de los socios	95
4.8.4.	Estado de Situación Inicial.....	95
4.8.5.	Presupuesto de ingresos proyectados: Ventas	96
4.8.6.	Presupuesto de compras y gastos proyectados	97
4.8.7.	Remuneración Anual.....	98
4.8.8.	Flujo de efectivo.....	99
4.8.9.	Detalle de costos: Fijos, Variables	101
4.8.10.	Estados Financieros Proyectados	109
4.8.11.	Análisis del punto de equilibrio (ventas y/o producción) o análisis de los estados financieros.....	111
4.9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	114
4.9.1.	Conclusiones	114
4.9.2.	Recomendaciones.....	115
	ANEXOS	116
	BIBLIOGRAFIA	131

ÍNDICE CUADROS

Cuadro 1: Matriz FODA	18
Cuadro 2: Tipos de Estrategias	19
Cuadro 3: Tipos de Estructura	20
Cuadro 4: Activos	25
Cuadro 5: Tabulación de los datos obtenidos en las encuestas.....	38
Cuadro 6: Cronograma de actividades	40
Cuadro 7: Presupuesto de actividades	41
Cuadro 8: Presupuesto de recursos	42
Cuadro 9: Género de personas encuestadas	43
Cuadro 10: Edad de personas encuestadas	44
Cuadro 11: Conoce la importancia de consumir soya	46
Cuadro 12: Productos de soya que ha consumido	47
Cuadro 13: consumo de bebida de soya con sabores.....	48
Cuadro 14: Consumo de mayonesa de soya	49
Cuadro 15: Sabores preferidos de la bebida de soya	50
Cuadro 16: Tipo de envase para la bebida de soya.....	51
Cuadro 17: Tipo de envase para la mayonesa de soya	52
Cuadro 18: Tamaño ideal para la bebida de soya	53
Cuadro 19: Tamaño ideal para la mayonesa de soya.....	54
Cuadro 20: Precio para la bebida de soya.....	56
Cuadro 21: Precio para la mayonesa de soya	57
Cuadro 22: Horario de consumo de la bebida de soya	58
Cuadro 23: Horario de consumo de la mayonesa de soya	59
Cuadro 24: Lugar de venta de la bebida y mayonesa de soya	60
Cuadro 25: Matriz FODA de la Empresa	64
Cuadro 26: Cronograma de la introducción de los productos al mercado.....	75
Cuadro 27: Lista de precios de los productos a comercializarse	80
Cuadro 28: Tabla de remuneración de los empleados	86
Cuadro 29: Lista de proveedores de la empresa	90
Cuadro 30: Lista de proveedores de la empresa	90
Cuadro 31: Especificaciones técnicas.....	91
Cuadro 32: Lista de activos fijos de la empresa	94

Cuadro 33: Aportación de los socios	95
Cuadro 34: Ventas Diarias	96
Cuadro 35: Compras diarias	97
Cuadro 36: Remuneración anual.....	98
Cuadro 37: Flujo de efectivo de la empresa	99
Cuadro 38: TIR	113

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género de los entrevistados.....	43
Gráfico 2: Edad de personas encuestadas	45
Gráfico 3: Conoce la importancia de consumir soya.....	46
Gráfico 4: Productos de soya que ha consumido.....	47
Gráfico 5: Consumo de bebida de soya	48
Gráfico 6: Consumo de mayonesa de soya.....	49
Gráfico 7: Sabores preferidos de la bebida de soya.....	50
Gráfico 8: Tipo de envase para la bebida de soya	51
Gráfico 9: Tipos de envase para la mayonesa de soya	52
Gráfico 10: Tamaño ideal para la bebida de soya.....	54
Gráfico 11: Tamaño ideal para la mayonesa de soya	55
Gráfico 12: Precio para la bebida soya	56
Gráfico 13: Precio para la mayonesa de soya	57
Gráfico 14: Horario de consumo de la bebida de soya	58
Gráfico 15: Horario de consumo de la mayonesa de soya.....	59
Gráfico 16: Lugar de venta de la bebida y la mayonesa de soya.....	60
Gráfico 17: Organigrama de la empresa	85
Gráfico 18: Mapa de ubicación de la empresa.....	87
Gráfico 19: Proceso de elaboración de la bebida de soya.....	92
Gráfico 20: Proceso de elaboración de la mayonesa de soya	93

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Logotipo de la bebida de soya:	68
Imagen 2: Sabores de las bebidas de soya con su etiqueta	68
Imagen 3: Logotipo de la Mayonesa de soya	69
Imagen 4: Etiqueta de la Mayonesa de soya	69
Imagen 5: Envase de la mayonesa de soya	70
Imagen 6: Bebidas y mayonesa de soya	70
Imagen 7: Bebida de Soya Xplendida con sabor a Banano, frutilla, maracuyá, mango. 71	
Imagen 8: Mayonesa de Soya SOCHO.....	71
Imagen 9: Leche de Soya con Borojó Oriental.....	72
Imagen 10: Leche de Soya con Frutas Oriental.....	73
Imagen 11: Leche de Soya con Natural Oriental.....	73
Imagen 12: Leche de Soya con Café Oriental	74
Imagen 13: Leche de Soya con Chocolate Oriental.....	74
Imagen 14: Leche de Soya con Coco Oriental	75
Imagen 15: Tríptico para la publicidad del producto.....	81
Imagen 16: Tríptico para la publicidad del producto.....	82
Imagen 17: Vista externa de la Institución	88
Imagen 18: Vista interna de la Institución	88
Imagen 19: Entrada de la Unidad de Producción	88
Imagen 20: Instrumentos para la Unidad de Producción.....	89
Imagen 21: Equipos para la Unidad de Producción.....	89
Imagen 22: Instalaciones de la Unidad de Producción.....	89
Imagen 23: Logotipo de la Empresa	116
Imagen 24: Planos de la ubicación de la Institución Educativa.....	116
Imagen 25: Diagrama de la Planta.....	117
Imagen 26: Diseño de los envases de la bebida de soya.....	121
Imagen 27: Diseño de los envases de la mayonesa de soya	121
Imagen 28: Experimentación de los productos.....	122
Imagen 29: Experimentación de los productos.....	122
Imagen 30: Experimentación de los productos.....	123
Imagen 31: Experimentación de los productos.....	123
Imagen 32: Experimentación de los productos.....	124

Imagen 33: Experimentación de los productos.....	124
Imagen 34: Experimentación de los productos.....	125
Imagen 35: Experimentación de los productos.....	125
Imagen 36: Proceso de selección y pelado de los granos de soya	126
Imagen 37: Limpieza e higiene de las Instalaciones.....	126
Imagen 38: Proceso de producción.....	127

RESUMEN

El Gobierno Nacional ha venido estableciendo diferentes reformas a la educación; la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI) y el Acuerdo Ministerial No. 539 publicados el 31 de marzo del 2011, exige a los centros educativos con bachillerato técnico, implementar procesos de innovación, producción y comercialización de bienes y servicios, esta reforma es conocida como los descriptores 12 y 13. El Gobierno establece el desarrollo de estos descriptores como una estrategia para desarrollar y fortalecer el emprendimiento en los y las estudiantes de los colegios públicos y particulares del Ecuador, de esta manera los educandos pueden crear sus propios negocios y ser generadores de empleo.

Las Instituciones Educativas que no implementen procesos de innovación, producción y comercialización de bienes y servicios, no podrán obtener por parte del Ministerio de Educación, el permiso de funcionamiento que les permita ofrecer bachillerato técnico.

La Unidad Educativa “Santa Mariana de Jesús” de Guayaquil, es una Institución particular religiosa creada en el año 1902 por la Congregación de Hermanas Marianitas del Ecuador. En la actualidad la Institución Educativa no cuenta con procesos de producción y comercialización de bienes, por tal razón no cumple con el desarrollo de los descriptores 12 y 13 planteados en la actual reforma educativa, esto ocasionará que el centro educativo no pueda en un futuro ofrecer bachillerato técnico, generando un perjuicio al colegio que dejaría de tener estudiantes en dicho bachillerato; a las estudiantes que estando en la Unidad Educativa desde el inicial, deben de irse del colegio; y a los padres de familia que deberían gastar valores adicionales, con el cambio de colegio a sus hijas.

La Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús se constituirá como escenario donde se realizará el ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA LAS LÍNEAS DE ALIMENTOS “BEBIDAS Y MAYONESA DE SOYA”.

La investigación está estructurada en cuatro capítulos, con una duración de seis meses, con el objetivo de realizar un estudio de factibilidad de la producción y comercialización de bebidas y mayonesa.

En la metodología se utilizó un diseño de investigación mixto, además el trabajo investigativo fue de campo, utilizando la encuesta, la observación, la entrevista como medios para la recolección de información, estas técnicas fueron aplicadas de forma directa a la muestra delimitada que está integrada por 110 personas, entre las cuales tenemos estudiantes, personal docente, administrativo, de apoyo, autoridades de la Institución, padres de familia, representantes legales y pequeños negocios que están en los alrededores de la Institución.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Tema

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA LAS LÍNEAS DE ALIMENTOS “BEBIDAS Y MAYONESA DE SOYA” EN LA UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIANA DE JESÚS DE GUAYAQUIL.

1.2. Diagnóstico/Contexto

En la actualidad, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Educación ha implementado diversas reformas educativas en el sistema de educación ecuatoriano; una de las reformas exige a los colegios públicos y privados con bachillerato técnico, la implementación procesos de innovación, producción y comercialización de bienes o servicios.

El Ministerio de Educación considera importante esta reforma porque permite adaptar los perfiles de formación del bachillerato técnico para mejorar los niveles de inserción laboral y las posibilidades de ingreso a las universidades.

Las Instituciones Educativas que no implementen procesos de producción y comercialización de bienes y servicios en el Ecuador, no podrán obtener por parte del Ministerio de Educación, el permiso de funcionamiento que les permita ofrecer bachillerato técnico.

La Unidad Educativa “Santa Mariana de Jesús” de Guayaquil, es una Institución particular religiosa creada en el año 1902 y pertenece a la Congregación de Hermanas Marianitas del Ecuador, su Rectora y Superiora de la Comunidad es la Lcda. Hermana Ángela Chamba Gallardo, r.m. quien tiene ejerciendo ésta función desde el mes de abril del 2011. Actualmente la Institución Educativa alberga a 600 estudiantes de pre-básica hasta tercer año de bachillerato técnico. El centro de estudios queda en las calles Chimborazo 1819 y Maldonado, perteneciente a la parroquia Ayacucho y las familias son de clase social media baja.

En la actualidad la Institución no cuenta con procesos de producción y comercialización de bienes, por tal razón no cumple con el desarrollo de los

1.3. Definición del Problema de Investigación

Con el presente estudio se quiere implementar procesos que permitan producir y comercializar bebidas y mayonesa de soya en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de Guayaquil.

La investigación tiene una cronograma de actividades que inician el 04 de agosto del 2012 y concluyen 23 de febrero del 2013, en dichas actividades se llevará cabo procesos de planeación, organización, dirección y control para alcanzar el objetivo que se ha planteado.

1.3.1. Planteamiento del problema

Entre las causas que provocan el problema en la Institución, está la falta de desarrollo de los descriptores 12 y 13, que se refieren a la innovación, producción y comercialización de bienes y servicios. La realización del estudio es importante porque permitirá al establecimiento educativo cumplir con la reforma educativa planteada por el gobierno nacional.

Si el estudio demuestra ser factible, se procederá al diseño y desarrollo de un plan de negocios que permita establecer adecuados procesos de inversión, producción, comercialización y administración.

Estos resultados afectan directamente a los miembros que conforman la Unidad Educativa, porque si no se logra implementar una unidad de producción, la Institución no cumpliría con una de las reformas educativas, por consiguiente no podrá conseguir los permisos de funcionamiento otorgados por el Ministerio de Educación para ofertar bachillerato técnico.

1.3.2. Formulación del problema

Conocidas las consecuencias formulamos el problema de la investigación:

¿La Falta de procesos de producción y comercialización de bienes en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de Guayaquil, no le permite cumplir con una de las reformas educativas establecidas por el Gobierno, por lo que no podrá obtener permiso para ofrecer el bachillerato técnico?

1.3.3. Sistematización del problema

¿Cuál es la realidad o condición que quiere ser estudiada?

La falta de procesos de producción y comercialización de bienes en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de Guayaquil.

¿A quién afecta dicha realidad?

Estos resultados afectan directamente a los estudiantes, padres de familia, docentes, autoridades, personal administrativo y de apoyo de la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de Guayaquil.

¿Cómo los afecta?

Si la Unidad Educativa no implementa procesos de producción y comercialización de bienes no podrá obtener los permisos que otorga el Ministerio de Educación para ofrecer el bachillerato técnico.

¿Cuáles son las implicaciones de esa realidad?

Esto implicaría que las personas que laboran en la Institución se queden sin empleo y que los padres de familia y estudiantes deban buscar otro centro educativo para continuar sus estudios.

¿Por qué es relevante o importante estudiar dicha realidad?

Es importante porque la Institución debe contar con procesos de producción y comercialización de bienes o servicios

¿Es factible o posible llevar a cabo la investigación?

Si es factible, porque se cuenta con el apoyo físico y económico de la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de Guayaquil para llevar a cabo el estudio.

1.4. Justificación

- ✓ El estudio de factibilidad permite conocer la viabilidad de la producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya en la Unidad Educativa.
- ✓ La producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya permite cumplir con la reforma educativa planteada por el Ministerio de Educación.
- ✓ Las bebidas y mayonesa de soya permiten mejorar la alimentación nutricional de las estudiantes, docentes y padres de familia de la Unidad Educativa.
- ✓ La participación de las estudiantes en la producción y comercialización de bienes permitirá que ellas emprendan nuevos proyectos para crecer como personas.
- ✓ Con este proyecto se desea obtener ingresos económicos adicionales para invertirlos en las necesidades educativas de los y las estudiantes de la Institución.
- ✓ La Unidad Educativa “Santa Mariana de Jesús” apoya el desarrollo del presente estudio, facilitando sus instalaciones y recursos.

1.5. Objetivos

1.5.1. General

- ✓ Realizar un estudio de factibilidad de la producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de Guayaquil.

1.5.2. Específicos

1. Determinar la población para delimitar la muestra que se va a considerar para realizar la encuesta
2. Efectuar el levantamiento de datos para realizar la tabulación
3. Analizar y confrontar los resultados de la investigación con la realidad
4. Presentar un plan de negocios para producir y comercializar las bebidas y mayonesa de soya

1.6. Intencionalidad de la Investigación

El presente estudio pretende:

- a) Conocer la factibilidad de producir y comercializar bienes o servicios a través del estudio del mercado.
- b) Cumplir con las reformas educativas establecidas por el gobierno.
- c) Mejorar la alimentación de los y las estudiantes, docentes y autoridades.
- d) Comprometer la participación activa de todos los integrantes de la Unidad Educativa en el desarrollo del estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del Conocimiento

En la actualidad, a nivel internacional y nacional existen diferentes proyectos de investigación relacionados con procesos de producción y comercialización de bienes alimenticios a base de soya. En Instituciones Educativas públicas y privadas a nivel local y nacional existen proyectos para la elaboración de leche de soya, pero ninguna de ellas tiene la elaboración y comercialización de bebidas de soya de diferentes sabores y mayonesa de soya. Por ejemplo tenemos a la Escuela Superior Politécnica del Litoral que tiene proyectos como soyamilk, leche de soya en polvo, yogurt de soya.

2.1.1. Internacional

En el mundo se produce un promedio de 202`621.534 de toneladas métricas de soya al año, por su alto contenido nutricional, la soya es producida y comercializada por toneladas por países como Estados Unidos, China, Brasil, Argentina, en Europa el consumo es alto pero su producción es escasa debido a las precipitaciones y a las bajas temperaturas que se presentan en los diferentes países de la Unión Europea.

China, consume cerca del 60% de la soya que se comercializa a nivel internacional, el consumo de soja empezó a aumentar desde que se descubrió que satisfacía las necesidades nutricionales del ganado y las aves, que exigen raciones de alta calidad nutricional y sanitaria, así como una elevada densidad energética y proteica. China ha aumentado el apetito por la carne, la leche y los huevos, también lo ha hecho el uso de la harina de soja. Esto, sumado a que cerca de la mitad de los cerdos del mundo están en China, alimentándose estos principalmente de soja y a que el auge de su industria agrícola también depende de la soja, hace que su consumo alcance cifras insostenibles.

Como factor adicional, China ahora utiliza grandes cantidades de soja en la alimentación de peces de piscifactoría. Además China realiza investigaciones para obtener productos a base de soya, entre los productos que China produce están el aceite de soya, la proteína de soya, el tofu, la leche de soya, embutidos de soya.

En la **India**, cerca del 25% de su población es vegetariana, por esta razón industrias alimenticias producen y comercializan alimentos como barras de cereales,

panificados hechos con harina de soja, bebidas y leche de soja, batidos nutricionales, snacks, entre otras cosas, para satisfacer la necesidad diaria de proteínas en reemplazo de la carne. Se estima que para el 2015 las ventas de productos derivados de la soja triplicarán a las ventas realizadas en el año pasado. La India posee una población de 1.200 millones de habitantes y su producción nacional de soja no alcanza a cubrir la demanda, por esas razones la India importa soja de países como Estados Unidos, Brasil, Argentina y Paraguay.

En **España**, cerca de 500 hectáreas son asignadas para el cultivo de la soja, existen diferentes proyectos que tienen como objetivo incrementar la producción de soja en zonas como Castilla y León, para consumo nacional y exportación a otros países.

Estados Unidos tienen asignado cerca de 28.000.000 de has. Para el cultivo de soja, es el principal productor de soja a nivel mundial, entre los productos que Estados Unidos produce y exporta esta la harina y el aceite de soja, en los últimos años Estados Unidos ha alcanzado una producción de 4,18 millones de toneladas, sus principales mercados son China, la India, Asia en general y la Unión Europea.

Brasil es el segundo mayor productor de soja del mundo, su producción es totalmente mecanizada, cerca de 23.000.000 de hectáreas son asignadas para el cultivo de la soja. Brasil realiza investigaciones para desarrollar variedades de semilla adaptadas a las diferentes regiones del país. Entre los productos que Brasil elabora y comercializa está el aceite de soja que es el más utilizado en la cocina brasileña, además tiene un programa para la producción de biocombustible a base de soja.

En **Argentina** cerca de 13.000.000 de hectáreas son asignadas para el cultivo, Argentina es uno de los países que más industrializa la soja, esta industrialización es estudiada por la Asociación de la Cadena de la Soja Argentina, actualmente, Argentina exporta el 80% de su producción de granos, entre los productos que se destacan están el aceite y la harina de soja, siendo sus principales mercados Asia y Europa. En actividad agropecuaria de la soja trabajan cerca de 70 mil personas.

En **Colombia**, se encuentra el proyecto de producción y comercialización de pasa bocas a base de soja tostada para competir con productos hecho a base de maní, las papa fritas, los doritos; el proyecto fue diseñado por la Pontificia Universidad

Javeriana. En Colombia también se produce y comercializa leche de soya, proteína de soya en polvo, chorizo de soya, jamón de soya.

En **Paraguay** se asigna cerca de 2.957.408 de hectáreas para el cultivo de la soya, la importancia de la soja deriva fundamentalmente de su estrecha relación con el tema de los alimentos y de los ingresos que genera para el país. Hoy representa un alto porcentaje entre las ocho materias primas más importantes del mundo, sobre todo por sus componentes, por su volumen, y altos índices de comercialización, destacando el proceso previo de cultivo y preparación.

En este año 2013 Paraguay experimentó un importante repunte en la cosecha de la soja y en la comercialización del producto. El país alcanzará el pico histórico en exportación de granos de soja si se cumplen las últimas proyecciones del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Paraguay está situado como cuarto país exportador de soya.

2.1.2. Nacional

Ecuador ocupa el décimo tercer lugar en el ranking mundial con un volumen exportado promedio de 68 toneladas métricas de soya a nivel internacional. De acuerdo a la base de datos del BCE, el año anterior Colombia fue el principal destino de las exportaciones de soya ecuatoriana.

En cuanto a las importaciones, Estados Unidos, China, Perú y Chile, conforman el origen de las 10,46 toneladas métricas de harina de frijoles de soya y las 98, 25 toneladas métricas de salsa de soya, que se importaron el año anterior.

La industrialización nacional de la soya, se realiza principalmente en Guayaquil, el Triunfo, Quito y Cumbaya, estos lugares se destacan como los principales centros de producción, acopio y transformación de este producto. Los principales derivados, para el consumo tanto a nivel interno como externo, son la soya en grano, la harina de frijoles de soya y la salsa de soya.

A nivel nacional podemos encontrar diferentes productos a base de soya como leche de soya, embutidos de soya, aceite de soya, queso de soya, carne de soya, por ejemplos industrias oriental comercializa en el mercado local leche de soya con borjój, aliño de soya, salsa de soya, leche de soya en polvo. Además se han encontrado

diversos proyectos para producir y comercializar diferentes productos de soya, pero ninguno se ha ejecutado, es más ninguno ha presentado la propuesta que se hace en el estudio que es la de producir y comercializar bebidas y mayonesa de soya.

Entre los proyectos que se encontró están:

- ✓ Proyecto para la creación de una procesadora de le leche de soya en polvo para la ciudad de Guayaquil, realizado por estudiantes de la Escuela Politécnica del Litoral, en el año 2006.
- ✓ Proyecto determinación de un plan estratégico de comercialización de “Soyamilk”, realizado por estudiantes de la Escuela Politécnica del Litoral.
- ✓ Producción y comercialización de yogurt de soya en Guayaquil como unidad de estrategia de negocios para industria láctea Tony, realizada por estudiantes de la Escuela Politécnica del Litoral.

Además, a nivel nacional encontramos diferentes Centros Educativos reconocidos como Unidades Educativas de Producción por parte del Ministerio de Educación, y que han cumplido con lo dispuesto en la LOEI y el Acuerdo Ministerial No. 539; estas Instituciones ya han aplicado procesos de producción y comercialización de bienes y servicios.

Entre las Instituciones Educativas tenemos:

- ✓ **Instituto Tecnológico Superior Ramón Barba: se encuentra ubicado en el cantón Latacunga, Prov. de Cotopaxi**, el centro educativo manufactura y comercializa muebles destinados a las Instituciones Educativas.
- ✓ **Instituto Superior Tecnológico Isabel de Godín: se encuentra ubicado en la ciudad de Riobamba, Prov. del Chimborazo**, el centro educativo realiza la recolección de papeles, cartones, metales, hierro para luego venderlos a empresas productoras de hierro y papel.

- ✓ **Colegio Nacional Ibarra:** se encuentra ubicado en la ciudad de Ibarra, Prov. de Imbabura, el centro educativo ofrece servicio de fotocopiado, anillado de documentos, producción de documentos, servicio de internet, cabinas telefónicas, servicio de papelería.
- ✓ **Instituto Tecnológico Provincia de Tungurahua:** ubicado en la ciudad de Guayaquil, Prov. del Guayas, el centro educativo creó un aula oficina para la práctica de sus clases para las alumnas de la especialización de secretariado. El área contable desarrollo un software para que las alumnas de la especialidad puedan realizar bajo este sistema, prácticas diarias de los temas vistos en clase.
- ✓ **Instituto Técnico Ana Paredes de Alfaro:** ubicado en la ciudad de Guayaquil, Prov. del Guayas, el centro educativo produce diferentes prendas de vestir, uniformes para colegios, empresas, el trabajo de producción y comercialización lo realizan las estudiantes bajo la supervisión del coordinador del proyecto.
- ✓ **Unidad Educativa Santo Domingo de Guzmán:** ubicado en la ciudad de Guayaquil, Prov. del Guayas, el centro educativo implemento un local para la comercialización de útiles escolares y papelería en general.

La Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús comenzó a ofrecer sus servicios educativos a la sociedad Guayaquileña, el 28 de octubre de 1906, su ubicación actual es Chimborazo 1819 y Maldonado. La Institución Educativa está conformada por la básica inicial, básica media, bachillerato técnico y en ciencias generales, su jornada es matutina y tiene 600 estudiantes.

La implementación del proceso de producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya permitirá al centro educativo cumplir por lo exigido en el “Capítulo XX, Art. 134 de la Ley de Educación e Interculturalidad que describe: “Producción de materiales, equipos, prototipos, bienes y servicios, los mismos que podrán ser destinados para la venta al público en unidades o en lote de ser el caso”.

Ley Orgánica de Educación e Interculturalidad

Redactada en marzo del 2011, en su artículo 2, literal u), se establece a la investigación, construcción y desarrollo permanente de conocimientos como garantía del fomento de la creatividad y de la producción de conocimientos, promoción de la investigación y la experimentación para la innovación educativa y la formación científica. Todo lo descrito anteriormente se cumple con la implementación de procesos de producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya, porque los y las estudiantes intervienen en cada uno de los procesos, desde la producción hasta la administración.

El Reglamento de la Ley Orgánica de Educación e Interculturalidad del Ecuador

El reglamento al igual que la ley fue redactado en marzo del 2011, dentro del reglamento tenemos el artículo 37 que establece que las Instituciones Educativas que oferten bachillerato técnico deben funcionar como unidades educativas de producción de bienes y servicios que sean destinados a la comercialización, siempre y cuando cumplan con toda la normativa legal vigente para el ejercicio de las actividades productivas que realicen. Los beneficios económicos obtenidos a través de las unidades educativas de producción deben ser reinvertidos como recursos de autogestión en la propia Institución Educativa.

Acuerdo Ministerial No. 539

Este Acuerdo fue expedido por el Ministerio de Educación y Cultura en el 2006, establece que es importante y esencial vincular la educación y el trabajo productivo con enfoque empresarial en el proceso de interaprendizaje, usando estrategias metodológicas que le permitan al estudiante aprender haciendo, aprender produciendo y aprender emprendiendo. Este punto es importante porque permite que los y las estudiantes conjuguen la teoría aprendida en los salones de clase con la práctica, esto les permitirá adquirir destrezas con criterios de desempeño, que es lo que actualmente busca lograr el Ministerio de Educación.

Acuerdo Ministerial No. 468

Este acuerdo fue firmado el 29 de septiembre del 2006 y determina que el descriptor 13 es referente al Proceso de Gestión de Producción y Distribución

Comercial, de los estándares de gestión, literalmente lo siguiente: “el desarrollo de un proyecto productivo y un plan de comercialización de la producción, que refuerce el aprendizaje de los estudiantes y permita la generación de valor reinvertible en la Institución Técnica”.

2.1.3. Concepciones Teóricas

Existen diferentes teorías que tratan de explicar el problema planteado en la investigación sin embargo se va a realizar el estudio mediante los siguientes aspectos de la sabiduría universal:

2.1.3.1. Teoría de la Administración Científica de Frederick Taylor (1856-1915)

Una de las razones por la que surgió la administración científica, fue la necesidad de realzar la productividad. En los Estados Unidos de Norteamérica en el siglo XIX, existía poca oferta de mano de obra. La única opción hacer crecer la productividad era elevando la eficiencia de los trabajadores. Es así como Frederick Taylor, Henry Gantt, Frank y Lillian Gilbreth inventaron los principios de que forman la teoría de la administración científica. Frederick Taylor, en la época del siglo XX, plantea que el empirismo y la improvisación sean remplazados por un enfoque científico que garantizará una mayor productividad del operario en la fabricación de los bienes.

Para llevar a cabo esto, Taylor planteó hacer una selección y luego un entrenamiento a los operarios para realizar una ubicación según cualidades físicas en aquellas actividades en las que aseguran óptimos resultados. A través del estudio y análisis de tiempos y movimientos en el trabajo, estableció estándares de producción que debían ser alcanzados por los operarios. Además hizo una variación en las remuneraciones para que los salarios se otorgaran según el rendimiento individual.

Con esta teoría Taylor sustentaba que a mayor productividad o mayor cantidad de unidades producidas por un trabajador, se generarían mayores ganancias para la empresa y esto llevaría al trabajador a obtener mayores beneficios económicos.

Entre los primeros aportes de la Administración Científica tenemos:

- ✓ Analizar y normalizar los procesos productivos de manera de aumentar la eficiencia y la productividad.

- ✓ Responde con éxito a las necesidades de racionalización del trabajo y eficiencia laboral.
- ✓ Complementan la tecnología de ese estado, desarrollando técnicas y métodos que normalizan la producción y logran aumentos efectivos en la productividad.
- ✓ Desarrolla para cada elemento del trabajo del obrero, una ciencia que reemplace los antiguos métodos empíricos.
- ✓ Selecciona científicamente e instruye, enseña y forma al obrero.
- ✓ Efectúa una distribución equitativa tanto del trabajo como de la responsabilidad.

2.1.3.2. Teoría Clásica de la Administración de Henri Fayol. (1841-1925)

Henri Fayol suele ser recordado como el fundador de la escuela clásica de la administración, fue el primero en sistematizarlo. Fayol pensaba que las prácticas administrativas deben seguir ciertos esquemas, los cuales se pueden identificar y analizar. A partir de esta idea creó una nueva doctrina de la administración.

Entre los principales aportes de Fayol a la administración están los 14 principios administrativos, entre los cuales tenemos:

- ✓ La División del trabajo por objeto “producir más y mejor con el mismo esfuerzo” y tiene como consecuencia, la especialización de las funciones y la separación de poderes.
- ✓ La Autoridad es, “el derecho a mandar y poder de hacerse obedecer”
- ✓ La Disciplina es la obediencia, la puntualidad, la actividad, la conducta, los signos exteriores de respeto”. Señala como los medios de establecerla y mantenerla lo siguiente: los buenos jefes en todos los grados, las convenciones las más claras y equitativas que sea posible, las sanciones penales juiciosamente aplicadas.
- ✓ La Unidad de Mando establece que “para una acción cualquiera un agente no debe recibir órdenes más que de un solo jefe”. Considera la dualidad de mando como fuente de perpetuo conflicto.
- ✓ La Unidad de Decisiones “un solo programa para un conjunto de operaciones que tienen al mismo objeto”. Fayol advierte que no debe confundirse este

principio con el anterior, ya que la unidad de mando se refiere al funcionamiento del personal y a la unidad de dirección al cuerpo social de la empresa.

- ✓ La Subordinación del interés particular al interés general, es decir que una institución el interés de una persona, grupo o departamento no debe primar en contra del interés de la empresa.
- ✓ La Remuneración del personal debe ser “equitativa y en la medida de lo posible dar satisfacción a la vez, al personal y a la empresa, al patrono y al empleado.
- ✓ La Centralización es un principio como de orden natural, ya que en todo organismo “del cerebro o de la dirección se deben dar las órdenes que ponen en movimiento todas las partes del organismos”.
- ✓ La Jerarquía “es la serie de jefes que va de la autoridad suprema a los agentes inferiores”. La jerarquía no debe violarse, salvo los casos excepcionales en que se hace necesario el contacto directo para el éxito de una operación siempre con la autorización de los jefes directos, utilizado para ello la conocida pasarela ideada por Fayol.
- ✓ El Orden es muy importante, para lo cual Fayol distinguía el orden material aplicando la popular fórmula “un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar” y el orden social preciso “un lugar para cada agente y que cada agente esté en su lugar asignado”.
- ✓ La Equidad “es la combinación de la benevolencia con la justicia”.
- ✓ La Estabilidad del personal es fundamental sobre todo en los puestos directivos para la correcta marcha de la empresa.
- ✓ La Iniciativa establece que debe fomentarse la iniciativa de los empleados. Henri Fayol considera superior al jefe que sabe estimular la iniciativa de los empleados.
- ✓ La Unión del personal hace necesario la unidad de mando evitando el peligro de la división, debido a que esto trae perjuicios para la empresa. Estima que la armonía y la unión del personal es uno de los aspectos más importantes de toda Institución.

2.1.3.3. Teoría Psicogenética de Piaget

Jean Piaget postula una nueva concepción de inteligencia que influye de manera directa sobre las corrientes pedagógicas del momento. Según Piaget "la inteligencia es la adaptación por excelencia, el equilibrio entre asimilación continua de las cosas a la propia actividad y la acomodación de esos esquemas asimiladores a los objetos". El proceso de desarrollo de la inteligencia que formula Piaget, parte de la división del proceso en seis periodos, cada periodo supone un avance en relación con el anterior. A lo largo del desarrollo de este proceso, la meta es lograr el equilibrio del psiquismo, que se caracteriza por la estabilidad y la actividad que permitirán anticipar las situaciones a enfrentar. En este contexto, lo esencial de cada construcción o período anterior permanece casi siempre en forma de base sobre la cual se alzarán los logros de sucesivas fases del aprendizaje.

2.1.3.4. Teoría de Vigotsky sobre la Zona de Desarrollo Próximo

En la teoría socio-cultural, Vigotsky afirma que el niño o niña no construye, sino que reconstruye los conocimientos ya elaborados y en dicho proceso el lenguaje hace las veces del mediador. La postura de Vigotsky es un ejemplo del constructivismo dialéctico, porque recalca la interacción de los individuos y su entorno. Vigotsky consideraba que el medio social es crucial para el aprendizaje, él pensaba que lo produce la integración de los factores social y personal; El fenómeno de la actividad social ayuda a explicar los cambios en la conciencia y fundamenta una teoría psicológica que unifica el comportamiento y la mente. El entorno social influye en la cognición por medio de sus instrumentos.

2.1.3.5. Responsabilidad Social Empresarial

“La Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, stakeholders, son el centro de atención esencial para la gestión”¹.

¹ Econ. Luis Almeida Vásquez, Msc. Seminario para la titulación de Ingeniero Comercial, Módulo III “Responsabilidad Social Empresarial”, 2012, ULVRG

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Estudio de factibilidad

El estudio factibilidad también conocido como estudio de viabilidad, permite “determinar si una oportunidad de negocio es posible, práctico, y viable. Cuando nos enfrentamos a una oportunidad de negocio, muchas personas optimistas tienden a centrarse en aspectos positivos. Un estudio de viabilidad les permite tener una visión realista de los aspectos positivos y negativos de la oportunidad”.

2.2.1.1. Importancia de un estudio de factibilidad

“Un estudio de factibilidad es una herramienta importante para la toma las decisiones correctas. Una decisión equivocada en este punto a menudo lleva al fracaso empresarial. Los estudios de viabilidad se pueden hacer antes de adquirir un negocio existente y antes de la ampliación de una empresa existente. Saber cómo llevar a cabo un estudio de viabilidad ayudará a muchos dueños de hacer críticas decisiones rápidas para seleccionar oportunidades”.

2.2.2. Investigación del mercado

“La investigación de mercado consiste en la recopilación, registro y análisis sistemático de datos acerca de los problemas relacionados con la comercialización de bienes y servicios. Los investigadores de mercado emplean numerosas escalas, instrumentos, procedimientos, conceptos y técnicas para reunir información, a fin de que la investigación de mercados ayude a descubrir fortalezas y debilidades fundamentales. Las actividades de investigación de mercado apoyan las funciones de negocios más importantes de una organización”².

2.2.3. Plan de estrategia

“La planeación es el proceso por el cual se determina si se debe intentar una tarea, se calcula la manera más eficaz de alcanzar los objetivos deseados y se hacen los preparativos para vencer las dificultades inesperadas con los recursos adecuados”³.

² DAVID F., Conceptos de Administración Estratégica, México, 2013, Pearson

³ DAVID F., Conceptos de Administración Estratégica, México, 2013, Pearson

2.2.3.1. Misión

“La misión de la organización es la base de sus prioridades, estrategias, planes y asignación de tareas. Es el punto de partida para el diseño del trabajo gerencial y sobre todo para el diseño de las estructuras gerenciales. La pregunta más difícil de responder es ¿Cuál es nuestro negocio?, pues las cosas no son siempre tan obvias. Responder este cuestionamiento es la primera responsabilidad de los estrategas”⁴.

2.2.3.2. Visión

“En todo tipo de organización resulta de especial importancia que los gerentes y ejecutivos estén de acuerdo respecto de la visión básica de aquello que la empresa busca alcanzar en el largo plazo. Una declaración de visión debe responder a esta pregunta fundamental: ¿En qué queremos convertirnos? Una visión clara sienta las bases para desarrollar una declaración de misión detallada”⁵.

2.2.3.3. Objetivos

Los objetivos se podrán definir como los resultados específicos que pretende alcanzar una organización por medio del cumplimiento de su misión básica. Los objetivos son esenciales para el éxito de la organización porque establecen y un curso, ayudan a la evaluación, revelan prioridades permiten la coordinación y sientan las bases para planificar, organizar, motivar y controlar con eficiencia Las estrategias son un medio para alcanzar los objetivos a largo plazo.

2.2.3.4. Políticas

“Las políticas se refieren a los lineamientos específicos, métodos, procedimientos, reglas, formas y prácticas administrativas establecidas para respaldar y fomentar el trabajo hacia el logro de metas conocidas. Las políticas son instrumentos para la implementación de estrategias; las políticas son necesarias para hacer que una estrategia funcione. Las políticas facilitan la solución de problemas recurrentes y guían la implementación de una estrategia”⁶.

2.2.3.5. Matriz F.O.D.A.

“La matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas es una importante herramienta de adecuación que ayuda a los directivos a desarrollar a los

⁴ DAVID F., Conceptos de Administración Estratégica, México, 2013, Pearson

⁵ DAVID F., Conceptos de Administración Estratégica, México, 2013, Pearson

⁶ DAVID F., Conceptos de Administración Estratégica, México, 2013, Pearson

directivos cuatro tipos de estrategias: estrategias FO (fortalezas-oportunidades) y estrategias DA (debilidades-amenazas. Adecuar los factores internos y externos clave, es la parte más difícil en el desarrollo de la matriz FODA”.⁷

Cuadro 1: Matriz FODA

<p>FORTALEZAS Capacidades especiales con que cuenta la empresa y por lo que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia.</p>	<p>OPORTUNIDADES Factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en que actúa la empresa y que permiten obtener ventajas competitivas.</p>
<p>DEBILIDADES Factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.</p>	<p>AMENAZAS Situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.</p>

⁷ DAVID F., Conceptos de Administración Estratégica, México, 2013, Pearson

2.2.3.6. Estrategias empresariales

“La estrategia es “la determinación de los propósitos fundamentales a largo plazo y los objetivos de una empresa, y la adopción de los cursos de acción y distribución de los recursos necesarios para llevar adelante estos propósitos”.⁸

El siguiente cuadro describimos los diferentes tipos de estrategias:

Cuadro 2: Tipos de Estrategias

DE CRECIMIENTO: Incrementar las ventas de las empresas	GENÉRICAS: Crear a largo plazo una posición defendible y que sobrepasará el desempeño de los competidores
Crecimiento Intensivo Tiene sentido cuando la compañía no ha aprovechado totalmente las oportunidades en sus productos y mercados actuales.	Liderazgo en Costos Alcanzar el liderazgo en costo globales mediante el conjunto de políticas funcionales encaminadas a este objetivo básico
Crecimiento Integrativo Tiene sentido si la industria es fuerte o si la compañía puede beneficiarse al moverse hacia atrás, hacia adelante, o en un sentido horizontal en la industria.	Diferenciación Diferencia el producto o servicio que se ofrece, el mismo que se lo percibe como único en la industria.
Crecimiento por Diversificación Tiene sentido si la industria no presenta muchas oportunidades para el crecimiento futuro de la compañía, o si las oportunidades fuera de la industria son superiores.	Enfoque o Concentración Consiste en centrarse en un grupo de compradores, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico.

⁸ CHANDLER, A., “Estrategia y estructura”, Edition and Organization, París, 1972

2.2.3.7. Estructura organizacional

“La estructura organizacional debe diseñarse para determinar quién realizará determinadas tareas y quién será responsable de los resultados; para eliminar los obstáculos de desempeño que resultan de la confusión e incertidumbre respecto a la asignación de actividades, y para tender redes de toma de decisiones y comunicación que respondan y sirvan de apoyo a los objetivos empresariales”.⁹

Cuadro 3: Tipos de Estructura

LINEAL	Es utilizada por pequeñas empresas que se dedican a generar uno o pocos productos en un campo específico del mercado.
FUNCIONAL	La utilizan empresas que han tenido un cierto crecimiento, en la cual se debe prestar más atención a las actividades de planeación y menos tiempo en las operaciones diarias, esta estructura tiene pocos productos y servicios, emplean un número limitado de canales de distribución.
MATRICIAL	Es la agrupación de recursos humanos y materiales que son asignados de forma temporal a los diferentes proyectos que se realizan.
CIRCULAR	Son aquellas donde los niveles de autoridad son representados en círculos concéntricos, formados por un cuadro central, que corresponde a la autoridad máxima de la empresa y en su alrededor círculos que constituyen un nivel de organización.

2.2.3.8. Administración de Recursos Humanos

“La función gerencial de la llamada administración de recursos humanos, incluye actividades como el reclutamiento, las entrevistas, las pruebas, la selección, la orientación, la capacitación, el desarrollo, el cuidado, la evaluación, las recompensas, la disciplina, la promoción, la transferencia, la separación y liquidación de empleados, así como la administración de las relaciones sindicales”.¹⁰

⁹ KOONTZ, H., “Administración”, Mc. Graw Hill, México, 1998

¹⁰ DAVID F., Conceptos de Administración Estratégica, México, 2013, Pearson

2.2.3.9. Aspecto Legal

“Toda organización social posee un andamiaje jurídico que regula los derechos y deberes, en las relaciones entre sus diferentes miembros. Este contexto jurídico e institucional parte desde la Constitución de la República del Ecuador, la ley, los decretos, las ordenanzas y los acuerdos, hasta los reglamentos y las resoluciones y se expresa en forma prohibitiva o permisiva”.¹¹

2.2.3.10. Localización

“La localización consiste en delimitar la ubicación geográfica donde se va a desarrollar el proyecto y los datos disponibles que justifican el tipo de intervención que vamos a generar, detallando calle, barrio, localidad, municipio, departamento, provincia”.¹²

2.2.4. Plan operacional

Un plan operacional resume todos los aspectos técnicos y organizativos que conciernen a la elaboración de los productos o la prestación de servicios.

El contenido de un plan operacional es de suma importancia para la empresa, debido a que presenta la forma y los recursos que se utilizan para la producción de los productos y servicios que se proveen, además las herramientas que se utilizan para obtener datos que alimenten el plan financiero.

Los objetivos del plan de operaciones son:

- ✓ Establecer los procesos de producción adecuados para fabricar los productos
- ✓ Definir los recursos materiales y humanos para realizar los procesos establecidos
- ✓ Determinar si las capacidades y existencias de los procesos y recursos identificados son coherentes con las condiciones y limitantes esenciales impuestas por el entorno.
- ✓ Programar el periodo de la puesta en marcha

¹¹ BACA, G., Evaluación de Proyectos, Mc Graw-Hill, México, 2011

¹² BACA, G., Evaluación de Proyectos, Mc Graw-Hill, México, 2011

2.2.4.1. Productos o servicios

Para realizar este apartado hay que tener en cuenta que, a diferencia del Plan de Marketing, en el que el producto o servicio se describía desde un punto de vista comercial, aquí se refiere a una descripción técnica, como:

- ✓ Características técnicas
- ✓ Comparaciones con productos o servicios competitivos
- ✓ Organización y gestión de los productos o servicios
- ✓ Aspectos legales de los productos: modelos industriales, modelos de utilidad y patentes. Certificaciones y homologaciones
- ✓ Diseño de producto

2.2.4.2. Procesos de producción

Un proceso es una cadena de actuaciones o de manipulación a una entrada (de información, de materiales, de servicio, etc.) a la cual se le aporta un valor añadido, generando una salida, cuya naturaleza puede ser diversa (tangible o intangible). En una empresa estos procesos pueden ser simples o complejos: desde procesos puramente administrativos o comerciales, hasta procesos de fabricación.

En los procesos de producción se describen los siguientes aspectos:

- ✓ Organización de cada proceso
- ✓ Tecnologías de la producción
- ✓ Patentes y derechos de propiedad o contratos de asistencia técnica
- ✓ Justificación de la elección de la tecnología

2.2.4.3. Programa de producción

Las empresas de servicios también tienen programa de producción; a diferencia de las empresas industriales que pueden tener almacenes reguladores de su producción, los servicios son productos altamente perecederos, por lo cual es extremadamente importante gestionar el tiempo. Las empresas de servicios programan horas de trabajo, y por tanto su problema principal es de capacidad. Estas empresas deberán de administrar su tiempo eficazmente, realizando previsiones para analizar si va a ser capaz de satisfacer todas las demandas de servicio para no congestionarse o por el contrario para no infrautilizar su tiempo.

2.2.4.4. Aprovisionamiento o Gestión de existencias

Para el aprovisionamiento o gestión de compras hay que considerar los siguientes aspectos:

- ✓ Materias primas utilizadas, materiales, productos (terminados o semiterminados), subproductos y residuos
- ✓ Calidad, niveles de tolerancia
- ✓ Acopios en función de los planes de producción y comerciales
- ✓ Posibles fuentes de abastecimiento
- ✓ Proveedores (precios, condiciones de pago, plazos de entrega, etc.)
- ✓ Ciclo de aprovisionamiento; stock de seguridad, mínimos y máximos
- ✓ Ciclos de venta, plazos de entrega
- ✓ Almacenamiento: capacidad y costo

2.2.4.5. Marketing

“Marketing se define como el proceso social y de gestión mediante el cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de unos productos y valores con otros”.¹³

2.2.4.6. Segmentación del mercado

La segmentación de mercados es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

“La segmentación de mercados es muy utilizada al implementar estrategias, en especial en empresas pequeñas y especializadas. La segmentación de mercados permite a una empresa pequeña con éxito contra una empresa más grande, gracias a que ayuda a maximizar las utilidades por unidad y las ventas por segmentos”.¹⁴

2.2.4.7. Marketing Mix

“La mayoría de las decisiones operativas del mercadeo se enmarcan dentro de las 4 p, las cuales son: producto, precio, plaza, promoción”.¹⁵

¹³ KOTLER F., ARMSTRONG G., Marketing, Madrid – España, 2004, Pearson Educación

¹⁴ DAVID F., Conceptos de Administración Estratégica, México, 2013, Pearson

¹⁵ KOTLER F., ARMSTRONG G., Marketing, Madrid – España, 2004, Pearson Educación.

2.2.4.7.1. Producto

“Es todo lo que se puede ofrecer en un mercado para atraer la atención del público y lograr su adquisición o consumo; comprende objetos físicos, servicios, personalidades, lugares, organizaciones e ideas”.¹⁶

2.2.4.7.2. Precio

“Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios de poseer o utilizar dicho producto o servicio”.¹⁷

2.2.4.7.3. Plaza

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.¹⁸

2.2.4.7.4. Promoción

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales.

2.2.5. Plan de financiación

El Plan Financiero es la traducción en números del resto del plan. Recogida la información sobre lo que precisamos para empezar la empresa, la gente que vayamos a contratar, las previsiones de venta que hayamos realizado, etc. es hora, en esta parte del plan, de traducirlo a números para así poder ver la viabilidad del proyecto y cuáles son las previsiones.

2.2.5.1. Inversión y fuentes de financiamiento

2.2.5.1.1. Inversión inicial

La inversión inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar una rentabilidad.

¹⁶ KOTLER, P., Dirección de la Mercadotecnia, Prentice Hall, México, 2010

¹⁷ KOTLER F., ARMSTRONG G., Marketing, Madrid – España, 2004, Pearson Educación

¹⁸ BACA, G., Evaluación de Proyectos, Mc. Graw-Hill, México 2011

Dentro de la inversión inicial se considera:

Cuadro 4: Activos

ACTIVO FIJO	Maquinaria, vehículos, instalaciones, locales u oficinas, equipo de cómputo, equipo de oficina.
ACTIVO INTANGIBLE	Gastos de constitución, gastos de instalación, gastos de investigación, patentes.
FONDO DE MANIOBRA	Capital necesario para el desenvolvimiento del día a día del negocio, como sueldos, impuestos, Seguridad Social, pago a proveedores, alquileres, gastos de consumo (luz, agua, telefonía y comunicaciones...), etc.

2.2.5.1.2. Fuentes de financiamiento

La combinación de capital propio y ajeno es el financiamiento que en mayor o menor grado tiene toda empresa, y su aplicación en inversiones fijas o circulantes obedece a toda una estrategia financiera.

Es importante mencionar que las fuentes de financiamiento están definidas desde el punto de vista de la empresa. Así tenemos que las fuentes de financiamiento se clasifican según su procedencia en internas y externas.

Las fuentes de financiamiento internas son generadas dentro de la misma empresa, como resultado de sus operaciones y promoción, entre ellas tenemos reinversión de utilidades, aportaciones de socios, venta de activos, emisión de acciones.

Las fuentes de financiamiento externas son aquellas otorgadas por terceras personas tales como proveedores, anticipos de clientes, bancos, acreedores diversos, gobierno.

2.2.5.2. Proyecciones de ingresos y egresos

Toda nueva empresa debe ser capaz de proporcionar suficientes ingresos para cubrir gastos, hacer pagos sobre deudas, y proporcionar ingresos adecuados a los dueños. Lo difícil es intentar predecir esto antes de que la empresa haya empezado.

2.2.5.2.1. Proyección de ingresos

Los ingresos consisten en todos los recibos de las ventas de productos o servicios a sus clientes. Es el dinero generado por la operación normal del negocio. A menudo lo llamamos ventas.

2.2.5.2.2. Proyección de egresos

Los costos son cantidades de dinero que la organización gasta en la compra o producción de inventario para venta.

Gastos son cantidades de dinero que la organización paga por la operación del negocio en si (ej.: alquiler, seguros, gas, luz, etc.). Aunque la diferencia entre costos y gastos es a veces difícil de determinar, normalmente es obvia.

2.2.5.3. Estados financieros proyectados

“Los estados financieros proyectados es una técnica central para la implementación de estrategias porque permite a una organización examinar los resultados esperados de varias acciones y métodos. Este tipo de análisis se puede emplear para pronosticar el impacto de diferentes decisiones de implementación. Casi todas las instituciones financieras requieren al menos tres años de estados financieros proyectados siempre que una empresa está en busca de capital”.¹⁹

2.2.5.3.1. Flujo de efectivo

“El Estado de Flujo de Efectivo es un estado financiero que se elabora al término de un ejercicio económico o periodo contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa”.²⁰

2.2.5.3.2. Balance General

“El Balance General también denominado Estado de Situación Financiera se elabora al finalizar el periodo contable para determinar la situación financiera de la empresa en una fecha determinada”.²¹

¹⁹ DAVID F., Conceptos de Administración Estratégica, México, 2013, Pearson

²⁰ BRAVO M., Contabilidad General, Quito – Ecuador, Décima Edición, Editora NUEVO DÍA

²¹ BRAVO M., Contabilidad General, Quito – Ecuador, Décima Edición, Editora NUEVO DÍA

2.2.5.3.3. Estado de Resultados

“El Estado de Resultado también suele ser denominado, Estado de Situación Económica, Estado de Rentas y Gastos, Estado de Operaciones, se elabora al finalizar un periodo contable con el objetivo de determinar la situación económica de la empresa”.²²

2.2.5.4. Evaluación financiera

“La evaluación de un proyecto compara, mediante distintos instrumentos, si el flujo de caja proyectado permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada”.²³

2.2.5.5. Valor actual neto

“El valor actual neto más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión”.²⁴

2.2.5.5.1. Tasa interna de retorno

“La tasa interna de retorno es el segundo criterio de evaluación utilizado, mide la rentabilidad como porcentaje”.²⁵

2.2.5.5.2. Periodo de recuperación de la inversión

“El periodo de recuperación de la inversión (también conocido como pay back), es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión incluyendo el costo de capital involucrado”.²⁶

2.3. Anticipaciones Hipotéticas

La implementación de procesos de producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de Guayaquil,

²² BRAVO M., Contabilidad General, Quito – Ecuador, Décima Edición, Editora NUEVO DÍA

²³ CHAIN SAPAG N., Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Santiago de Chile, 2011, Pearson Educación

²⁴ CHAIN SAPAG N., Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Santiago de Chile, 2011, Pearson Educación

²⁵ CHAIN SAPAG N., Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Santiago de Chile, 2011, Pearson Educación

²⁶ CHAIN SAPAG N., Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Santiago de Chile, 2011, Pearson Educación

permitirá cumplir con la reforma educativa establecida por el Gobierno y la Institución podrá obtener el permiso para ofrecer bachillerato técnico.

2.4. Variables o Criterios de Investigación

Variable independiente:

Producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya

Variable dependiente:

Desarrollo de los descriptores 12 y 13

2.5. Indicadores

- ✓ Alimentación inadecuada de las estudiantes
- ✓ Demanda de productos de soya
- ✓ Competidores que ofrezcan el mismo producto
- ✓ Cumplimiento de reformas educativas

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Universo Muestral

Los productos elaborados se van a comercializar dentro de la Unidad Educativa “Santa Mariana de Jesús”, empezando por el bar del colegio, además será comercializado al finalizar la jornada de clases, que es el momento donde los padres de familia y representantes legales van a recoger a sus hijos e hijas. Por esta razón la población a considerarse dentro de la investigación, es la Comunidad Educativa “Santa Mariana de Jesús”; que está ubicada en Chimborazo 1819 entre Gómez Rendón y Maldonado, tiene una población de 1.503 personas, en la cual 600 son estudiantes, 850 son padres de familia y representantes legales, 30 docentes, 7 administrativos, 6 de servicio, 8 hermanas religiosas, 2 guardias de seguridad. Además se tiene previsto empezar a comercializarlo en los demás centros de estudios de la Congregación de Hermanas Marianitas.

Las muestras que se van a considerar son probabilísticas, aleatorias y estratificadas y son tomadas de la población de la Unidad Educativa “Santa Mariana de Jesús”.

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = el tamaño de la muestra

N = tamaño de la población.

$\sigma = 0,5$.

Z = 1,96 (como más usual)

e = 0,09

$$n = \frac{1503 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 1,96^2}{(1503 - 1)0,09^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} \qquad n = \frac{1443,4812}{12,1662 + 0,9604}$$

$$n = \frac{1443,4812}{13,1266} \qquad n = 109,96$$

La muestra es de 109 personas pero se la estableció en 110 personas.

3.2 Métodos, Técnicas e Instrumentos

3.2.1 Métodos

En la metodología del estudio, se aplicó la Investigación de campo y a través de las técnicas como observación, entrevista y la encuesta se recogieron de datos de la muestra delimitada. El diseño del estudio utilizado fue el mixto, porque en él se incluye el diseño cuantitativo y cualitativo. Entre los métodos utilizados para entender y resolver el problema planteado en la investigación tenemos:

- ✓ Método Inductivo
- ✓ Método Deductivo
- ✓ Método Descriptivo
- ✓ Método Histórico
- ✓ Método Estadístico
- ✓ Método Holístico

3.2.1.1 Método Inductivo

“El método inductivo es un proceso analítico-sintético mediante el cual se parte de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige”.²⁷

El método inductivo se aplicó en capítulo II del Estudio, este método permitió realizar un proceso analítico de los diferentes casos que se recopilaron a nivel local para construir el estado del conocimiento. A través de este método se conoció los productos elaborados a base de soya, a nivel nacional e internacional como en países como China, India, España, Estados Unidos, Brasil, Argentina, Colombia, Paraguay.

A nivel nacional encontramos Instituciones Educativas que ya implementaron procesos de producción y comercialización de bienes y servicios.

En el método inductivo se pueden utilizar técnicas como la observación para la recolección de los datos de la investigación. Nos referiremos a la observación en la parte de las técnicas a utilizar en la investigación.

²⁷ Leiva F., Nociones de la Metodología de la Investigación Científica, 1986

3.2.1.2 Método Deductivo

“El método deductivo sigue un proceso sintético-analítico, es decir todo lo contrario al método inductivo, se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales, de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las cuales se aplican o se examinan casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales presentadas”²⁸.

Con las teorías de Taylor y Fayol planteadas en la fundamentación teórica, se realizó un razonamiento lógico a través del método deductivo.

Frederick Taylor, en su teoría de la administración científica, plantea que el empirismo y la improvisación sean remplazados por un enfoque verdaderamente científico que garantice mayor productividad del operario en la fabricación de los bienes.

Por medio de la teoría de la administración, se establece que los procesos de producción permitan aumentar la eficiencia y la productividad. Además se seleccionará y capacitará a las estudiantes según sus características físicas y cognitivas para asignarles las funciones que tienen que desempeñar. Todo esto permitirá obtener rentabilidad y aumentarla con el paso del tiempo.

Henri Fayol, con la teoría clásica de la administración plantea que las prácticas administrativas deben seguir ciertos esquemas, los cuales se pueden identificar y analizar. Esto se lo puede realizar a través de 14 principios que él planteó. A través de estos principios en el proceso de producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya se pueden establecer reglas para llevar una correcta obediencia, puntualidad, conducta, asignación de tareas, autoridad y derecho a una remuneración acorde a la planteada por la ley.

Piaget, estableció la existencia de una evolución, en el sentido de que todo alimento intelectual no es bueno igualmente para cualquier edad, el medio en el que se encuentra el niño puede desempeñar un papel decisivo en el desarrollo de su espíritu, además estableció que hay métodos apropiados que pueden aumentar el rendimiento de los estudiantes y acelerar el crecimiento espiritual sin perjudicar su consolidación. Con

²⁸ Leiva F., Nociones de Metodología de Investigación Científica, 1986

esta teoría se establece que la participación de las estudiantes de primaria de en el proceso de producción de las bebidas y mayonesa de soya debe ser limitada, porque no tienen la edad para asimilar ciertos temas. En cambio las estudiantes que cursan el bachillerato, sean de primero, segundo o tercero, deben tener una participación activa y determinante en la producción y comercialización de las bebidas y mayonesa de soya.

Vigotsky, a través de su teoría sociocultural, consideraba que el medio social es crucial para el aprendizaje, él afirmaba que “el fenómeno de la actividad social ayuda a explicar los cambios en la conciencia y fundamenta una teoría psicológica que unifica el comportamiento y la mente”. Por ésta razón podemos establecer que los procesos de producción y comercialización de bienes y servicios son importantes, porque permiten a las estudiantes fusionar los conocimientos con la práctica en escenarios reales de aprendizaje, con una participación muy activa e integral, donde ellas fomentan y desarrollan el espíritu emprendedor; una vez egresadas de bachillerato, las estudiantes tendrán una mayor oportunidad de incorporarse al mundo laboral o empresarial aportando al desarrollo económico y social del país.

3.2.1.3 Método Descriptivo

El método descriptivo permite realizar una exposición narrativa de la realidad a investigar. La aplicación de este método se lo lleva a cabo en todo el estudio porque se realiza una descripción desde el tema de la investigación hasta el informe técnico final, incluso la bibliografía.

3.2.1.4 Método Histórico

El método histórico permitió describir y analizar los fenómenos, ideas, teorías, personas del pasado, para luego hacer una reconstrucción de los hechos.

El método histórico ha permitido recolectar información del pasado a nivel nacional e internacional que tiene relación con el presente estudio, para estructurar el estado del conocimiento.

A través de este método se logró establecer que desde el Gobierno del Dr. Gustavo Noboa, en el año 2002 se empezó a establecer esta reforma y que una de las primeras Instituciones Educativas en llevarlo a cabo fue el Colegio Nacional Ibarra, de

la ciudad de Ibarra y en la costa fue Instituto Tecnológico Provincia del Tungurahua, ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil.

Además se analizó las teorías clásicas propuestas por diferentes autores como Frederick W. Taylor que estableció principios que en un conjunto forman la teoría de la Administración Científica, Henri Fayol con su teoría Clásica Administrativa. También Piaget sobre su teoría Psicogenética y la teoría de la Zona de Desarrollo Próximo de Vigotsky.

3.2.1.5 Método Estadístico

El método estadístico es una secuencia de procedimientos que permiten el manejo de datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. La estadística es la principal técnica para realizar la descripción, organización, análisis e interpretación de datos numéricos.

En el capítulo III se empleará este método para la recolección de datos, su elaboración y la presentación de los resultados.

Una vez realizada la encuesta se procederá a ordenar los datos, luego clasificarlos para realizar la tabulación de los mismos. Una vez que se tabule los datos, se procederá a presentar la información a través de gráficos, para su estudio y análisis.

3.2.1.6 Método Holístico

La holística es una forma de pensar filosófica, la primera persona en utilizarlo fue el filósofo sudafricano Smuts (1926). El método holístico establece un enfoque globalizador, esto quiere decir que considera y analiza diferentes formas de actuar y de pensar. En la educación, el método holístico propone el proceso de aprendizaje como un todo.

En el estudio, el método holístico se utilizará en el diseño de la propuesta, porque en ella se establecerá el funcionamiento de un proceso de producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya, este proceso permitirá ofrecer un ambiente de aprendizaje donde las estudiantes puedan conjugar la teoría, la práctica y los valores.

Además las estudiantes aprenderán a manejar, usar y cuidar recursos tecnológicos como equipos de cómputo, balanzas electrónicas de medición exacta, microscopios electrónicos, programas de procesamiento de datos, técnicas de investigación, que permiten la construcción de posibles soluciones a diferentes problemas que tiene la comunidad.

3.2.2 Técnicas

Las técnicas que se utilizaron en el proceso de investigación son la observación, la entrevista, la encuesta, la matriz FODA, la lluvia de ideas, triangulación, técnica del subrayado.

3.2.2.1 La Observación

“La observación es un procedimiento utilizado por la humanidad en todos los tiempos y lugares, como una forma de adquirir conocimientos. Constituye la manera más directa y abierta de conocer el mundo para actuar sobre él”.²⁹

Algunos textos revisados, establecen que las formas de observar se clasifican en: conforme a la programación del trabajo, al nivel de participación y al número de observaciones.

La observación de acuerdo con la programación del trabajo pueden ser no estructura y estructurada; la observación de acuerdo al nivel de participación de los investigadores puede ser no participante y participante; la observación por el número de trabajadores puede ser individual y colectiva.

En el presente estudio se ha utilizado la observación estructurada, no participante, participante, individual.

La observación estructurada permite programar el trabajo de observación a través de una ficha de observación, la cual permitirá registrar los datos y la información obtenida de la investigación. Se observará el desenvolvimiento de las estudiantes que participaran en los emprendimientos productivos, con los resultados de esa observación se podrá analizar la participación de las estudiantes en los emprendimientos productivos.

²⁹ Achig L., Metodología de la Investigación Científica, 1989, EDIBOSCO

En el trabajo grupal con las estudiantes se realizará una observación no participante y participante, no participante porque en un solo se observará la interacción entre las estudiantes durante el desarrollo de los emprendimientos productivos, sin realizar ninguna clase de intervención por parte del Docente. Participante porque como Docente investigador por años he formado parte de la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús y conozco las costumbres y formas de vida de una gran parte de sus miembros.

Los recursos que se utilizaron para llevar a cabo la observación fueron:

- ✓ Fichas
- ✓ Fotografías
- ✓ Cuaderno de trabajo
- ✓ Cuaderno de notas

3.2.2.2 La Encuesta

Se realizó una encuesta a la muestra delimitadas de la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús, para conocer las opiniones, conocimientos, actitudes y sugerencias sobre la bebida y mayonesa de soya.

3.2.2.3 La Entrevista

En la entrevista se aplicó un cuestionario a las autoridades de la Institución Educativa. Además se aplicó la ficha de observación para registrar el comportamiento del entrevistado.

Se realizó una entrevista a la Lcda. Hna. Ángela Chamba Gallardo, Rectora de la Institución, sobre la importancia de implementar procesos de producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya para cumplir con el desarrollo de los descriptores 12 y 13, los cuales son una exigencia de la reforma educativa del actual gobierno.

En la sección de anexos podemos encontrar el cuestionario de la entrevista que se aplicó, además de las evidencias que comprueban la realización de la entrevista.

3.2.2.4 Técnicas del subrayado

En la técnica del subrayado se la aplico en los documentos anexados, donde resumimos y analizamos la información más importante para nuestra investigación.

Entre los procedimientos científicos tenemos la lectura crítica, resumen de fuentes bibliográficas donde se destacan los libros de Lucas Achig con su obra metodología de la investigación científica, también se destaca el libro de Administración Comercial del grupo Océano, resúmenes sobre las características de producción y comercialización de bienes, mapas conceptuales, organigrama, el análisis y confrontación de los resultados con la realidad, comparación de informaciones, ilustraciones (es como se percibe el fenómeno).

Los instrumentos utilizados fueron el cuestionario, el test, la ficha de observación. Los recursos utilizados fueron fichas, cámara fotográfica, cuaderno de notas, de trabajo, mortero, pipetas, termómetro, balanza electrónica, probetas y químicos. Todo esto fue realizado en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús.

3.2.3 Instrumentos

Los instrumentos a aplicarse en la investigación son el cuestionario y la ficha de observación.

En la técnica de la encuesta y la entrevista se utiliza un instrumento llamado cuestionario que está compuesto por determinado número de preguntas con el objetivo de obtener información precisa sobre algún hecho o fenómeno que se está estudiando.

La ficha de observación, es otro instrumento que se utiliza en las encuestas y en las entrevistas, su objetivo es recolectar datos durante el proceso de las entrevistas, encuestas, experimentos para conocer el comportamiento de fenómenos, casos, hechos para su posterior análisis.

3.3 Aplicación de Instrumentos

Los instrumentos aplicados en la investigación fueron:

- ✓ El cuestionario
- ✓ La ficha de observación

El cuestionario fue aplicado a las personas que forman la muestra delimitada, el cuestionario está elaborado con 15 preguntas.

En total se realizaron 110 encuestas a estudiantes, padres de familia, docentes, personal administrativo, personal de apoyo y autoridades de la Institución.

Las encuestas fueron aplicadas en las diferentes actividades realizadas por la Unidad Educativa, a la cual asistieron los representantes legales y padres de familia de los y las estudiantes de la Institución, entre las actividades tenemos: el Día de Integración Marianita, la Feria Institucional, la Noche Navideña.

De todas las actividades realizadas por la Institución hubo una asistencia masiva de las personas de las cuales se identificó que el 60 % fue de sexo masculino y el 50 % de sexo femenino.

En los anexos se encuentra ubicado el modelo del cuestionario que se aplicó en la muestra delimitada y la ficha de observación en la que se anotaron las características de la entrevista.

3.4 Procesamiento de Datos

Para el procesamiento de datos, se estableció etapas como:

a) Entrada:

Una vez que se obtuvo los datos a través de las encuestas, se los ordenó y clasificó para que el proceso sea fácil y rápido.

b) Proceso:

En el proceso aplicamos la estadística para convertir los datos en información significativa; además le asignamos un orden numérico a cada pregunta. Cuando la información esté completa se ejecutará la operación de salida, en la que se prepara un informe que servirá como base para tomar decisiones.

A continuación presentamos la tabla con la información obtenida a través de las encuestas.

Cuadro 5: Tabulación de los datos obtenidos en las encuestas

PRG. No.	DESCRIPCIÓN	OPCIONES			
1	Género	Masculino	40	Femenino	70
2	¿Su edad está comprendida entre?	Menor a 18	32	Entre 19 y 30	19
		Entre 31 y 45	41	Entre 46 y 60	15
		Mayor a 60	3		
3	¿Conoce usted la importancia de consumir productos de soya?	SI	70	NO	40
4	¿Qué producto de soya ha consumido usted?	Bebida de soya	17	Mayonesa de soya	8
		Leche de soya	67	Ninguna	18
5	¿Ha consumido usted bebida de soya con sabores?	SI	5	NO	105
6	¿Ha consumido mayonesa de soya?	SI	2	NO	108
7	¿Cuál de los siguientes sabores de la bebida de soya le gustaría consumir?	Chocolate	40	Frutilla	41
		Banano	20	Mango	9
8	¿Qué tipo de envase de presentación para la bebida de soya le gustaría?	Bebida		Mayonesa	
		Plástico oscuro	22	Plástico oscuro	18
		Plástico transparente	50	Plástico transparente	41
		Vidrio	29	Vidrio	32
		Cartón	9	Sachet	19
9	¿Cuál sería el tamaño ideal de la bebida y mayonesa de soya?	Bebida		Mayonesa	
		Pequeño (250 ml)	70	Pequeño (250 gr)	70
		Mediano (500 ml)	25	Mediano (500 gr)	30
		Grande (1000 ml)	15	Grande (1000 gr)	10
10	¿A qué precio le gustaría obtener la bebida de soya?	Bebida		Mayonesa	
		\$ 1,00	32	\$ 1,50	60
		\$ 0,80	35	\$ 1,80	30
		\$ 0,60	43	\$ 2,00	20
11	¿En qué horario le gustaría consumir la bebida y mayonesa de soya?	Bebida		Mayonesa	
		Mañana	60	Mañana	2
		Tarde	40	Tarde	80
		Noche	10	Noche	28
12	La bebida y mayonesa de soya se la debería vender:	Dentro de la Institución	28	Ambos	52
		Supermercados	30		

c) Salida:

Una vez realizada la tabla con los datos, se procede a la salida que es actividad adicional, la administración de los resultados de salida, que se puede definir como los procesos necesarios para que la información útil llegue al usuario.

3.5 Recursos, Instrumentos, Cronogramas, Presupuesto

Entre los recursos e instrumentos utilizados tenemos:

- ✓ Archivador
- ✓ Carpeta plástica
- ✓ Tinta color negro para recargar cartucho
- ✓ Tinta color amarillo para recargar cartucho
- ✓ Tinta color rojo para recargar cartucho
- ✓ Tinta color azul para recargar cartucho
- ✓ Resma de hojas tamaño A4
- ✓ Equipo de cómputo
- ✓ Impresora
- ✓ Internet
- ✓ Diferentes textos
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Cuaderno de nota

Cuadro 6: Cronograma de actividades

No.	ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7			
		Ag.				Sept.				Oct.				Nov.				Dic.				Ene.				Feb.			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Lluvia de ideas	■																											
2	Formulación del problema		■																										
3	Diagnóstico			■																									
4	Estado del conocimiento			■	■	■	■	■	■	■																			
5	Fundamentación teórica									■	■																		
6	Hipótesis																												
7	Delimitación de la muestra																		■										
8	Realización de formularios, encuestas, entrevistas y fichas de observación																		■	■									
10	Ensayo de instrumentos																			■									
11	Aplicación de encuestas y entrevistas																			■									
12	Procesamiento de datos																				■	■							
13	Analizar datos y formular diagnóstico																					■							
14	Conclusiones y recomendaciones																					■							
15	Diseño de la Propuesta																						■	■	■				
16	Informe final																											■	

Cuadro 7: Presupuesto de actividades

ACTIVIDAD	LUGAR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lluvia de ideas	Guayaquil	3 horas	0	0
Formulación del problema	Guayaquil	3 horas	0	0
Diagnóstico	Guayaquil	3 horas	\$ 0,50	\$ 1,50
Estado del conocimiento	Guayaquil	15 horas	\$ 0,50	\$ 7,50
Fundamentación teórica	Guayaquil	10 horas	\$ 0,50	\$ 5,00
Hipótesis	Guayaquil	3 horas	0	0
Delimitación de la muestra	Guayaquil	3 horas	0	0
Realización de formularios, encuestas, entrevistas y fichas de observación	Guayaquil	5 horas	\$ 1,00	\$ 5,00
Ensayo de instrumentos	Guayaquil	1 hora	\$ 1,00	\$ 1,00
Aplicación de encuestas y entrevistas	Guayaquil	3 horas	\$ 2,00	\$ 6,00
Procesamiento de datos	Guayaquil	8 horas	\$ 0,50	\$ 4,00
Analizar datos y formular diagnóstico	Guayaquil	5 horas	\$ 0,50	\$ 2,50
Conclusiones y recomendaciones	Guayaquil	3 horas	\$ 0,50	\$ 1,50
Diseño de la Propuesta	Guayaquil	5 horas	\$ 0,50	\$ 2,50
Informe final	Guayaquil	3 horas	\$ 0,50	\$ 1,50
TOTAL				

Cuadro 8: Presupuesto de recursos

RECURSOS	CANT.	VALOR UNIT.	TOTAL	OBSERVACIONES
Archivador	1	\$ 5	\$ 5	
Carpeta plástica	1	\$ 2	\$ 2	
Tinta color negro para recargar cartucho	1	\$ 3,5	\$ 3,5	
Tinta color amarillo para recargar cartucho	1	\$ 4	\$ 4	
Tinta color rojo para recargar cartucho	1	\$ 4	\$ 4	
Tinta color azul para recargar cartucho	1	\$ 4	\$ 4	
libro de investigación	1	\$ 20	\$ 20	
Resma de hojas tamaño A4	1	\$ 5	\$ 5	
Esferos	5	\$ 0,20	\$ 1	
Copias de encuestas	150	\$ 0,03	\$ 5	
TOTAL			\$ 53,5	

3.6 Resultados

A continuación se realiza una presentación gráfica de cada una de las preguntas del cuestionario aplicado en las encuestas.

Pregunta número 1:

Género

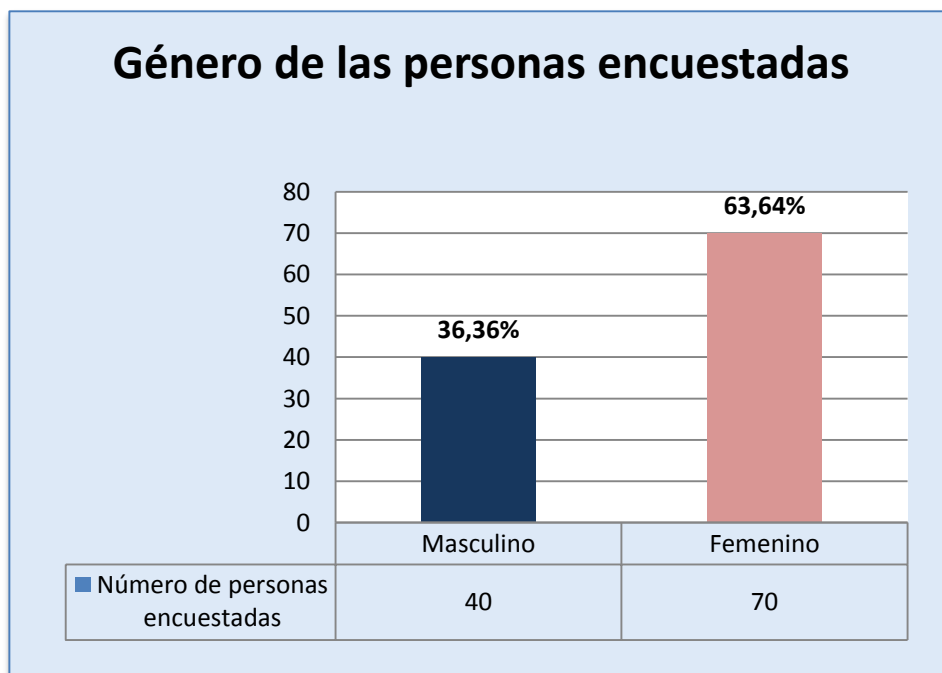
Masculino ____

Femenino ____

Cuadro 9: Género de personas encuestadas

Género	Número de encuestados	Porcentajes
Masculino	40	36,36%
Femenino	70	63,64%
Total	110	100%

Gráfico 1: Género de los entrevistados



Análisis:

La encuesta se la aplicó cuando la Institución Educativa llevo a cabo la feria Institucional, en la cual asistieron los y las estudiantes, los docentes, padres de familia y representantes legales, autoridades de la Institución que sumaron cerca de 1.500 personas entre las cuales se encuestaron a 110, entre hombres y mujeres.

De las 110 personas encuestadas, 40 personas son de género masculino con una representación del 36,36 % y 70 personas son de género femenino con una representación del 63,64 %. Entre las personas encuestadas de sexo masculino tenemos docentes, padres de familia y representantes legales que realizan compras de diferentes productos entre ellos bebidas, mayonesa y mostaza.

Pregunta número 2:

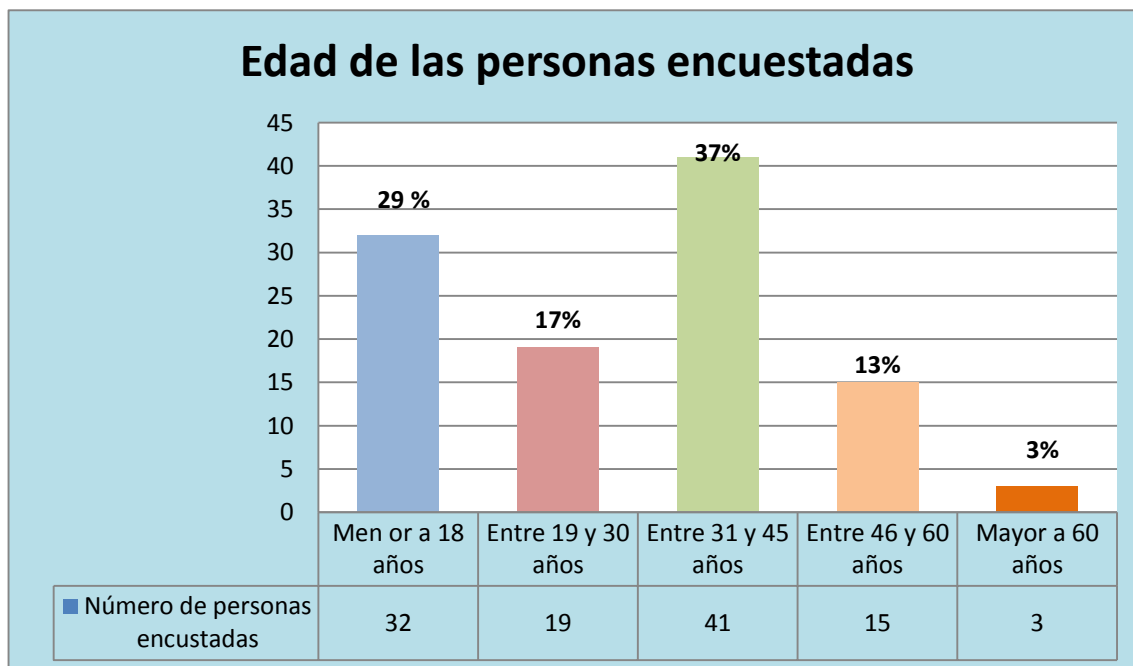
¿Su edad está comprendida, entre?

- Menor a 18 años _____
- Entre 19 y 30 años _____
- Entre 31 y 45 años _____
- Entre 46 y 60 años _____
- Mayor a 60 años _____

Cuadro 10: Edad de personas encuestadas

Rango de Edades	Número de encuestados	Porcentajes
Menor a 18 años	32	29%
Entre 19 y 30 años	19	17%
Entre 31 y 45 años	41	37%
Entre 46 y 60 años	15	13%
Mayor a 60 años	3	3%
Total	110	100%

Gráfico 2: Edad de personas encuestadas



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 32 personas son menores de 18 años con una representación del 29 %; 19 personas tienen edades entre 19 y 30 años con una representación del 17 %; 41 personas tienen edades entre 31 y 45 años con una representación del 37 %; 15 personas tienen edades entre 46 y 60 años con una representación del 13 %; 3 personas tienen edades mayores a 60 años con una representación del 3 %. Estos resultados nos permiten conocer y clasificar las edades de nuestros potenciales consumidores, de esta manera se conocerá los gustos, las preferencias de las personas de acuerdo a las edades.

Pregunta número 3:

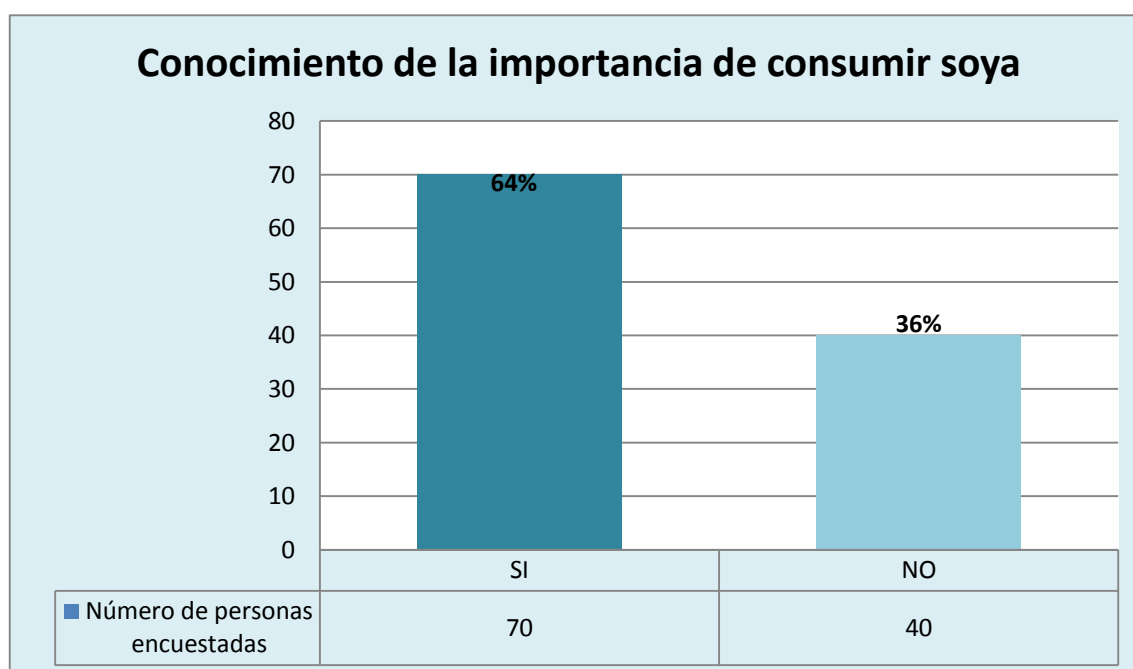
¿Conoce usted la importancia de consumir productos de soya?

Si __ No__

Cuadro 11: Conoce la importancia de consumir soya

Conoce	Número de encuestados	Porcentajes
SI	70	64%
NO	40	36%
Total	110	100%

Gráfico 3: Conoce la importancia de consumir soya



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 70 personas conocen la propiedad nutricional que tiene la soya y lo importante de su consumo, estas personas representan el 64 %, 40 personas no conocen las propiedades nutricionales de la soya por lo que no les parece importante su consumo, estas personas representan el 36 % de las y los encuestados.

Pregunta número 4:

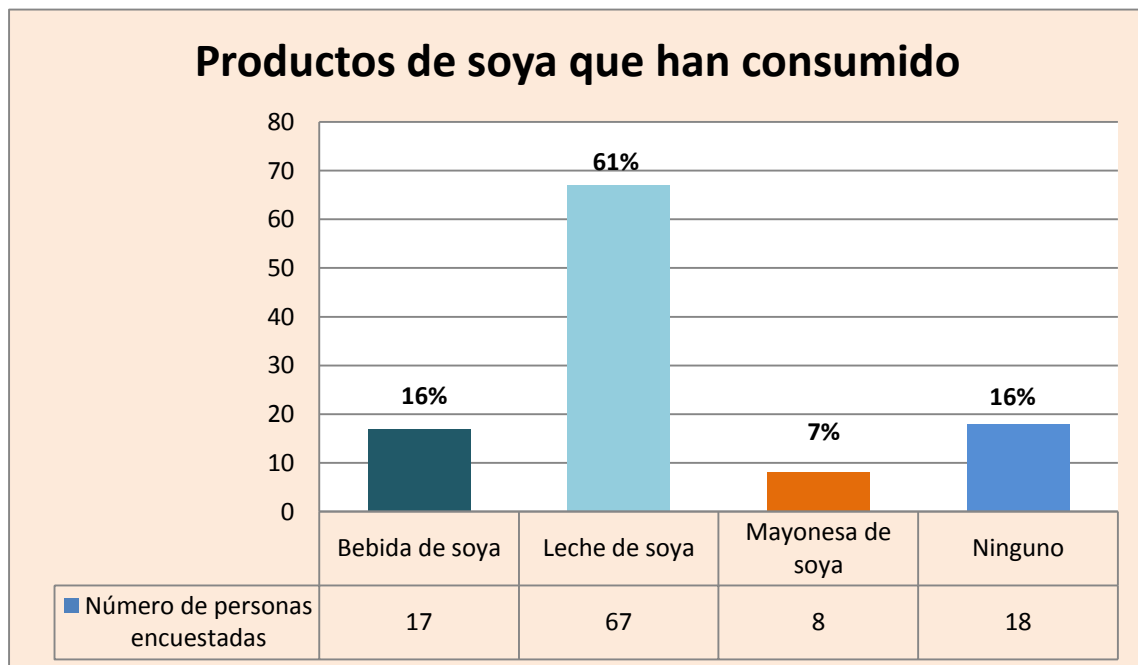
¿Qué producto de soya ha consumido usted?

Bebida de soya _____
Leche de soya _____
Mayonesa de soya _____
Ninguno _____

Cuadro 12: Productos de soya que ha consumido

Tipo de producto de soya	Número de encuestados	Porcentajes
Bebida de soya	17	16%
Leche de soya	67	61%
Mayonesa de soya	8	7%
Ninguno	18	16%
Total	110	100%

Gráfico 4: Productos de soya que ha consumido



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 17 personas han consumido bebida de soya con una representación del 16 %; 67 personas han consumido leche de soya con una representación

del 61 %; 8 personas han consumido mayonesa de soya con una representación del 7 %; 18 personas no han consumido ningún producto de soya con una representación del 16 %. Estos resultados permiten concluir que la mayoría de personas encuestadas en algún momento de su vida han consumido leche de soya, por lo que hay la oportunidad de comercializar la bebida de soya.

Pregunta número 5:

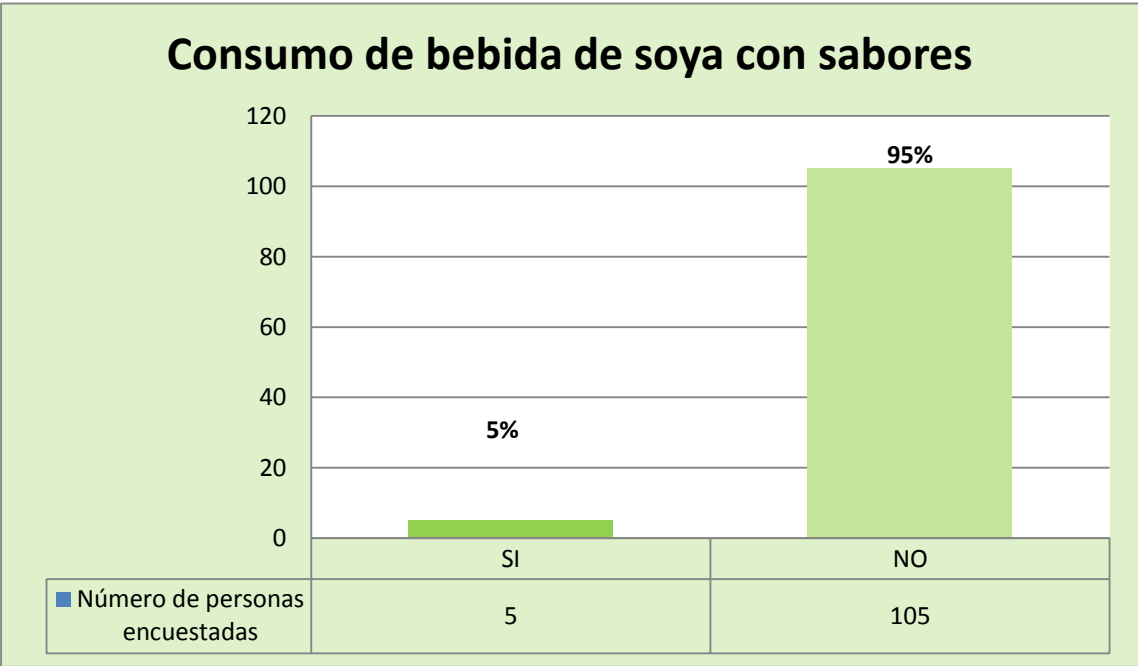
¿Ha consumido usted bebida de soya con sabores?

Si ___ No__

Cuadro 13: consumo de bebida de soya con sabores

Conoce	Número de encuestados	Porcentajes
SI	5	5%
NO	105	95%
Total	110	100%

Gráfico 5: Consumo de bebida de soya



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 5 personas han consumido bebida de soya con sabores, estas personas representan el 5% de los encuestados; 105 personas no han consumido bebida de soya con sabores, esto establece una representación del 95 %. Este

resultado nos permite determinar que la mayoría de las personas no han consumido bebida de soya saborizada, por esta razón se tiene la oportunidad de comercializar un bebida de soya con un valor adicional que la diferencia de los demás productos de soya que se comercializan en el mercado.

Pregunta número 6:

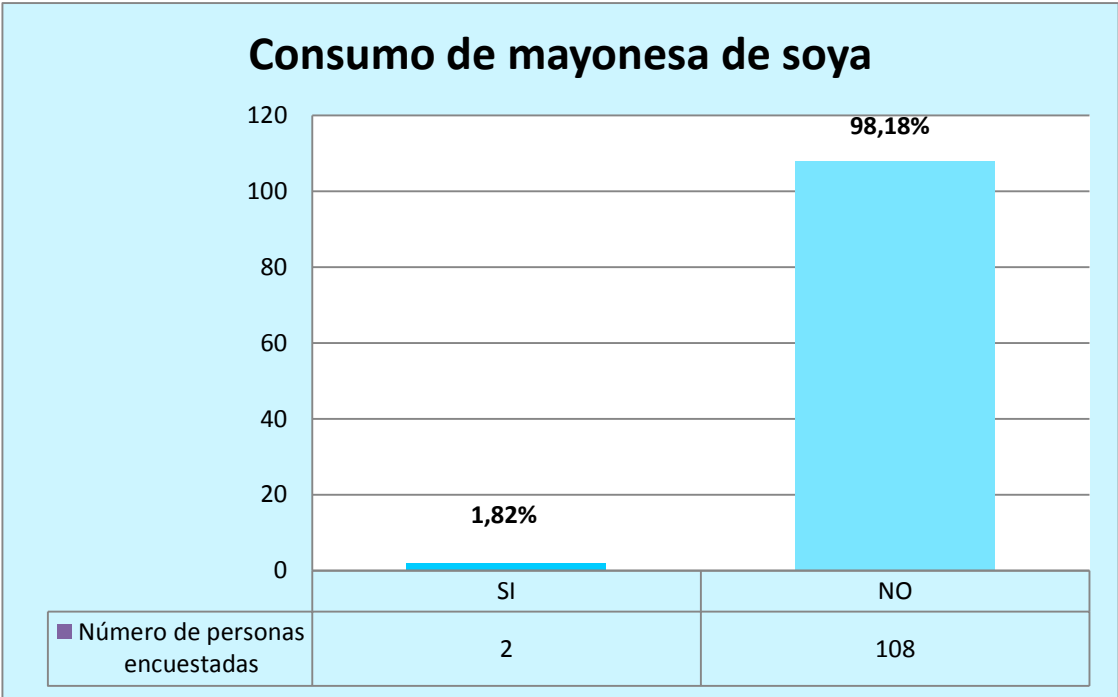
¿Ha consumido usted mayonesa de soya?

Si ___ No__

Cuadro 14: Consumo de mayonesa de soya

Conoce	Número de encuestados	Porcentajes
SI	2	1,82%
NO	108	98,18%
Total	110	100%

Gráfico 6: Consumo de mayonesa de soya



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 2 personas han consumido mayonesa de soya, estas personas representan el 1,82 %; las 108 personas restantes no han consumido mayonesa de soya, estas personas representan el 98,18 %.

Pregunta número 7:

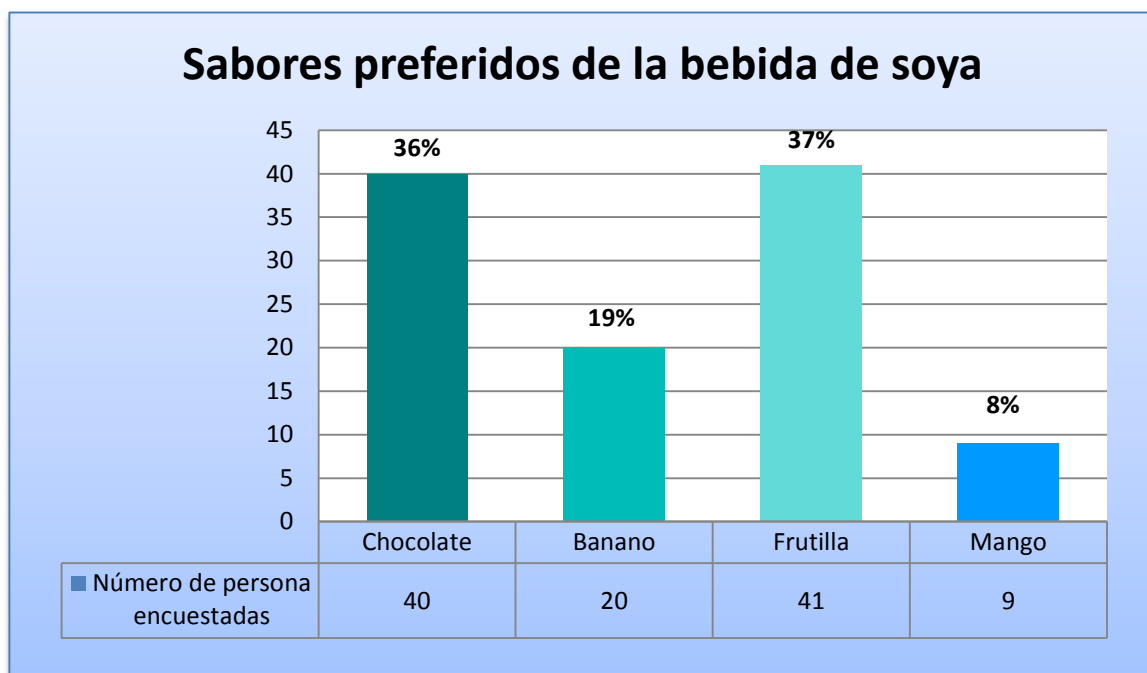
¿Cuál de los siguientes sabores de la bebida de soya le gustaría consumir?

- Chocolate _____
- Banano _____
- Frutilla _____
- Mango _____

Cuadro 15: Sabores preferidos de la bebida de soya

Tipo de Sabores	Número de encuestados	Porcentajes
Chocolate	40	36%
Banano	20	19%
Frutilla	41	37%
Mango	9	8%
Total	110	100%

Gráfico 7: Sabores preferidos de la bebida de soya



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 40 personas prefieren la bebida de soya con sabor a chocolate, las 40 personas representan el 36 %; 20 personas prefieren la bebida de soya con sabor banano, las 20 personas representan el 19 %; 41 personas prefieren la bebida de soya con sabor a frutilla, las 41 personas representan el 37 %; 9 personas prefieren la bebida de soya con sabor a mango, las 9 personas representan el 8 %. Esto permite tomar la decisión de

comenzar a producir bebidas de soya con sabor a frutilla y chocolate, y en corto plazo el sabor de banano y mango.

Pregunta número 8:

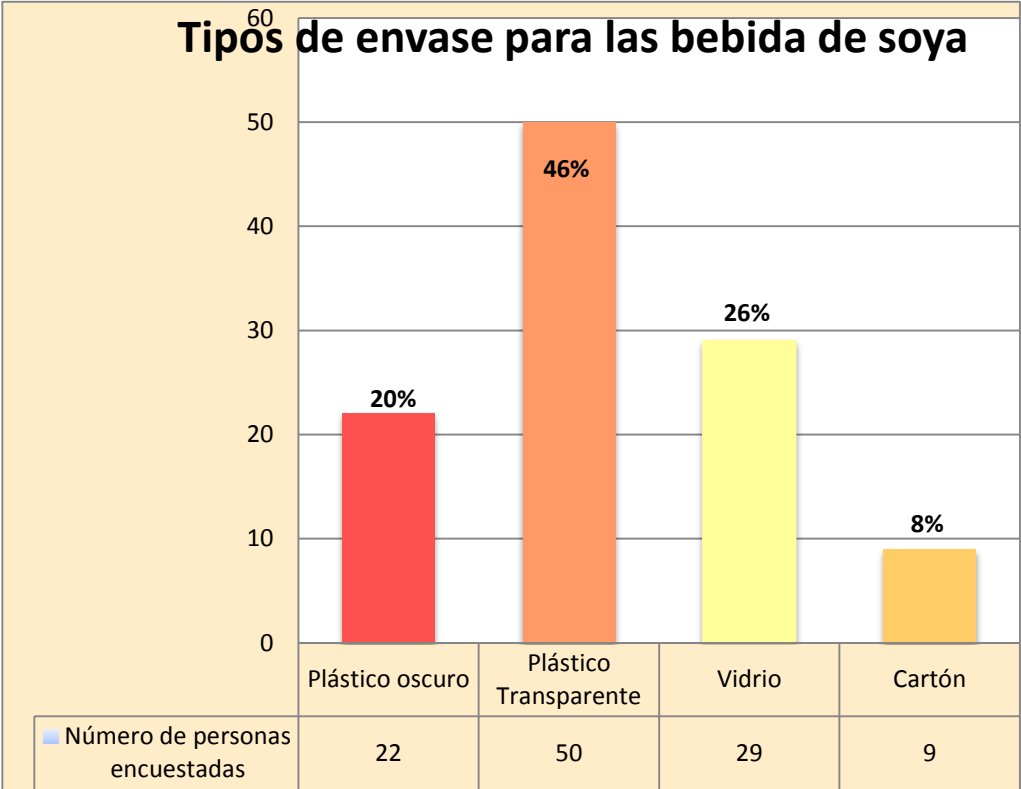
¿Qué tipo de envase de presentación para la bebida y mayonesa de soya le gustaría?

Bebida	_____	Mayonesa	_____
Plástico oscuro	_____	Plástico oscuro	_____
Plástico transparente	_____	Plástico transparente	_____
Vidrio	_____	Vidrio	_____
Cartón	_____	Sachet	_____

Cuadro 16: Tipo de envase para la bebida de soya

Tipo de envase para la Bebida	Número de encuestados	Porcentajes
Plástico oscuro	22	20%
Plástico transparente	50	46%
Vidrio	29	26%
Cartón	9	8%
Total	110	100%

Gráfico 8: Tipo de envase para la bebida de soya



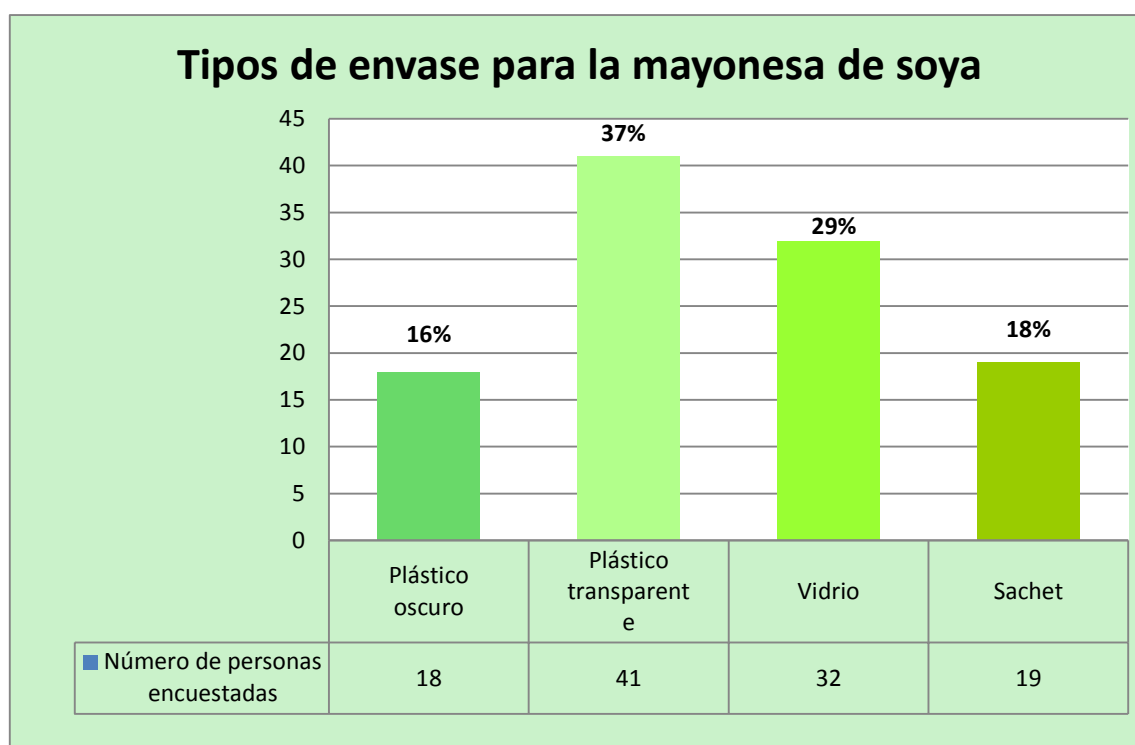
Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 22 personas les gustaría que la bebida de soya se presente en envases de plástico oscuro, las personas representan el 20 %; 50 personas les gustaría que la bebida de soya se presente en envases de plástico transparente, las 50 personas representan el 46 %; 29 personas les gustaría que la bebida de soya se presente en envases de vidrio, las 29 personas representan el 26 %; 9 personas les gustaría que la bebida de soya se presente en envase de cartón, las 9 personas representan el 8 %. Estos resultados permiten determinar que el envase que a utilizar para comercializar las bebidas de soya debe ser de plástico transparente. De esta manera las personas podrán observar el producto que van a consumir.

Cuadro 17: Tipo de envase para la mayonesa de soya

Tipo de envase para la mayonesa	Número de encuestados	Porcentajes
Plástico oscuro	18	16%
Plástico transparente	41	37%
Vidrio	32	29%
Sachet	19	18%
Total	110	100%

Gráfico 9: Tipos de envase para la mayonesa de soya



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 18 personas les gustaría que la mayonesa de soya se presente en envases de plástico oscuro, las 18 personas representan el 16 %; 41 personas les gustaría que la mayonesa de soya se presente en envases de plástico transparente, las 41 personas representan el 37 %; 32 personas les gustaría que la mayonesa de soya se presente en envases de vidrio, las 32 personas representan el 29 %; 19 personas les gustaría que la mayonesa de soya se presente en sachet, las 19 personas representan 18 %. Estos resultados permiten determinar que el envase que a utilizar para comercializar la mayonesa de soya debe ser de plástico transparente. De esta manera las personas podrán observar la textura del producto que van a consumir.

Pregunta número 9:

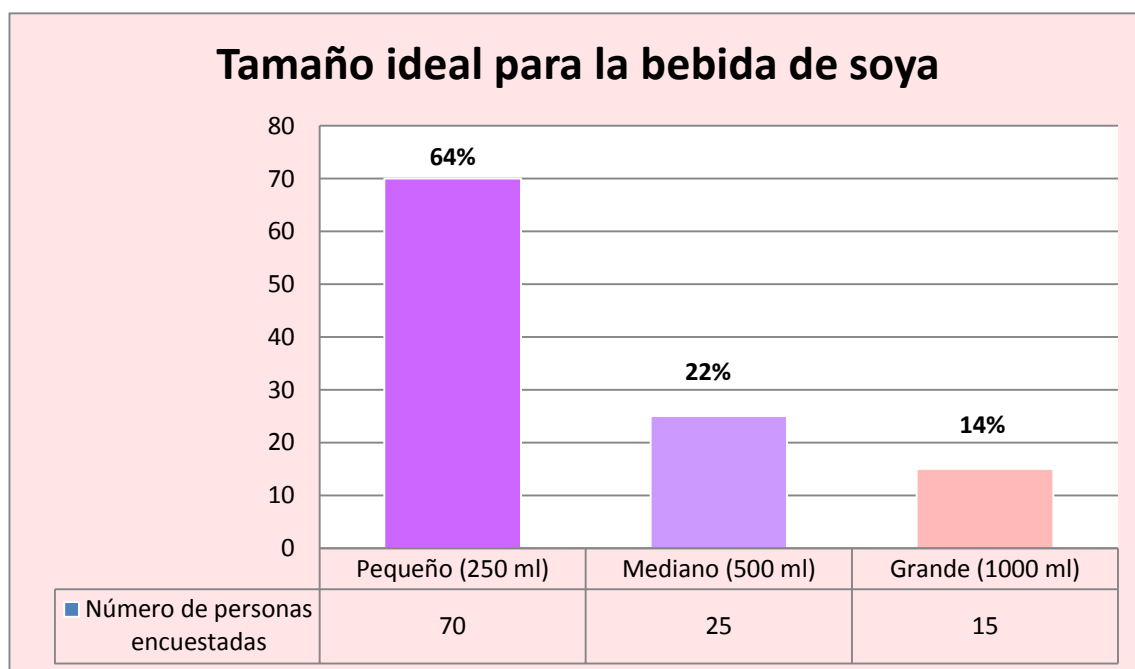
¿Cuál sería el tamaño ideal de la bebida y mayonesa de soya?

Bebida		Mayonesa	
Pequeño (250 ml)	_____	Pequeño (250 gr)	_____
Mediano (500 ml)	_____	Mediano (500 gr)	_____
Grande (1000 ml)	_____	Grande (1000 gr)	_____

Cuadro 18: Tamaño ideal para la bebida de soya

Tamaño de los envases de la bebida de soya	Número de encuestados	Porcentajes
Pequeño (250 ml)	70	64%
Mediano (500 ml)	25	22%
Grande (1000 ml)	15	14%
Total	110	100%

Gráfico 10: Tamaño ideal para la bebida de soya



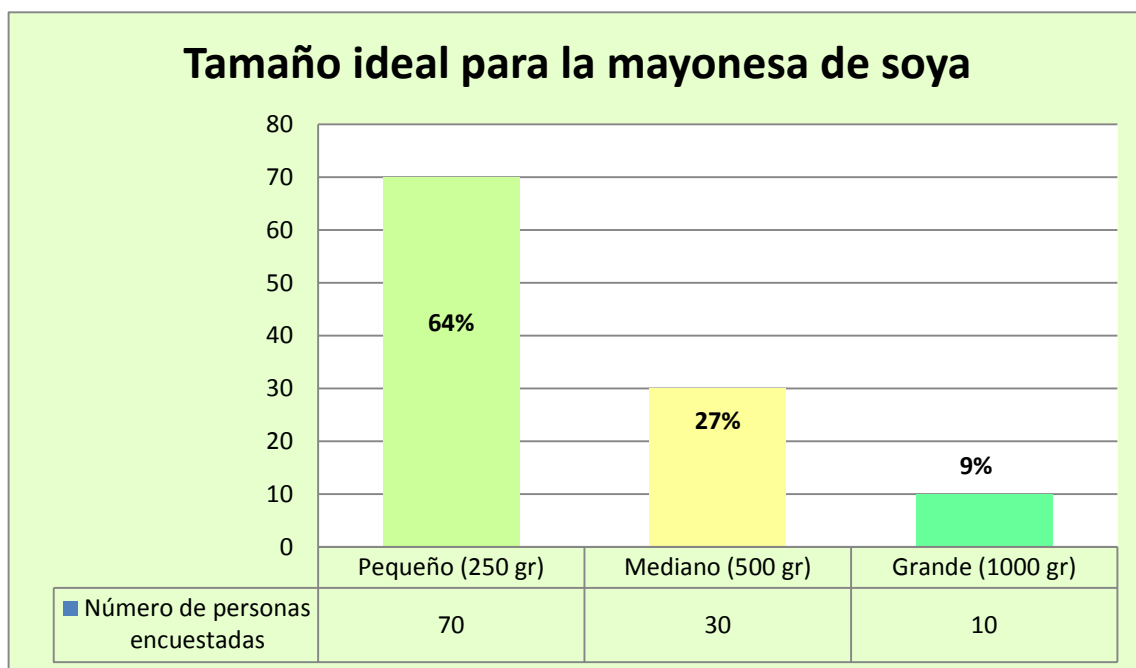
Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 70 personas responden que el tamaño ideal para la bebida de soya debe ser pequeño con un contenido de 250 ml, las 70 personas representan el 64 %; 25 personas responden que el tamaño ideal para la bebida de soya debe ser mediano con un contenido de 500 ml, las 25 personas representan el 22 %; 15 personas responden que el tamaño ideal para la bebida de soya debe ser grande con un contenido de 1000 ml, las 15 personas representan el 14 %. Estos resultados permiten decidir que el contenido del envase de la bebida de soya debe ser de 250 ml.

Cuadro 19: Tamaño ideal para la mayonesa de soya

Tamaño de los envases de la mayonesa de soya	Número de encuestados	Porcentajes
Pequeño (250 gr)	70	64%
Mediano (500 gr)	30	27%
Grande (1000 gr)	10	9%
Total	110	100%

Gráfico 11: Tamaño ideal para la mayonesa de soya



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 70 personas responden que el tamaño ideal para la mayonesa de soya debe ser pequeño con un contenido de 250 gr., las 70 personas representan el 64 %; 30 personas responden que el tamaño ideal para la mayonesa de soya debe ser mediano con un contenido de 500 gr., las 30 personas representan el 27 %; 10 personas responden que el tamaño ideal para la mayonesa de soya debe ser grande con un contenido de 1000 gr., las 10 personas representan el 9 %. Estos resultados nos permiten tomar la decisión de comercializar mayonesa de soya con un contenido de 250 gr.

Pregunta número 10:

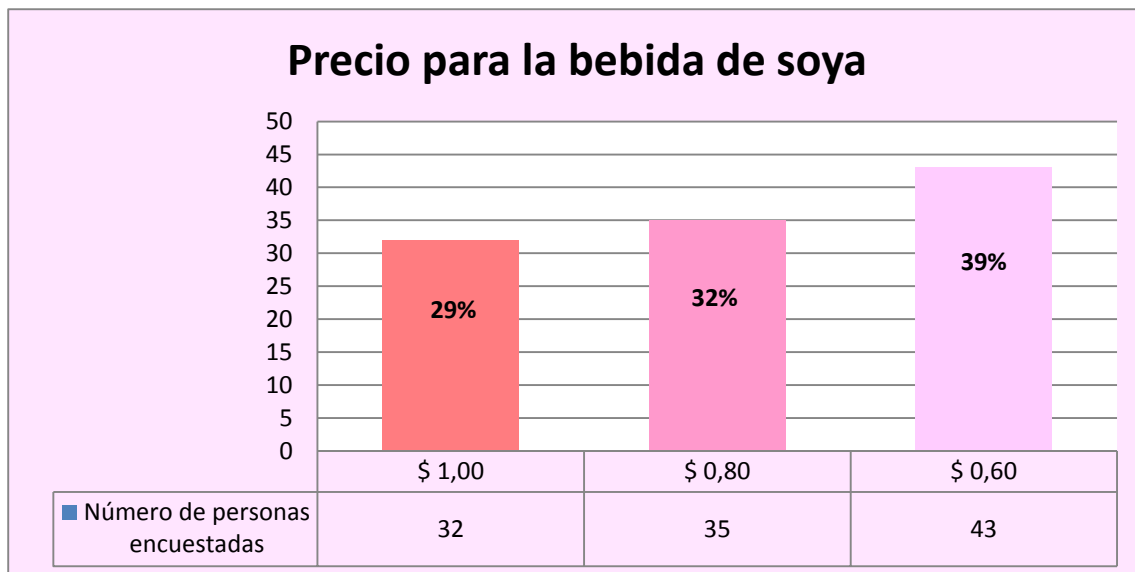
¿A qué precio le gustaría obtener la bebida de soya?

Bebida		Mayonesa	
\$ 1,00	_____	\$ 0,80	_____
\$ 0,80	_____	\$ 1,00	_____
\$ 0,75	_____	\$ 1,50	_____

Cuadro 20: Precio para la bebida de soya

Precio de la bebida de soya	Número de encuestados	Porcentajes
\$ 1,00	32	29%
\$ 0,80	35	32%
\$ 0,60	43	39%
Total	110	100%

Gráfico 12: Precio para la bebida soya



Análisis:

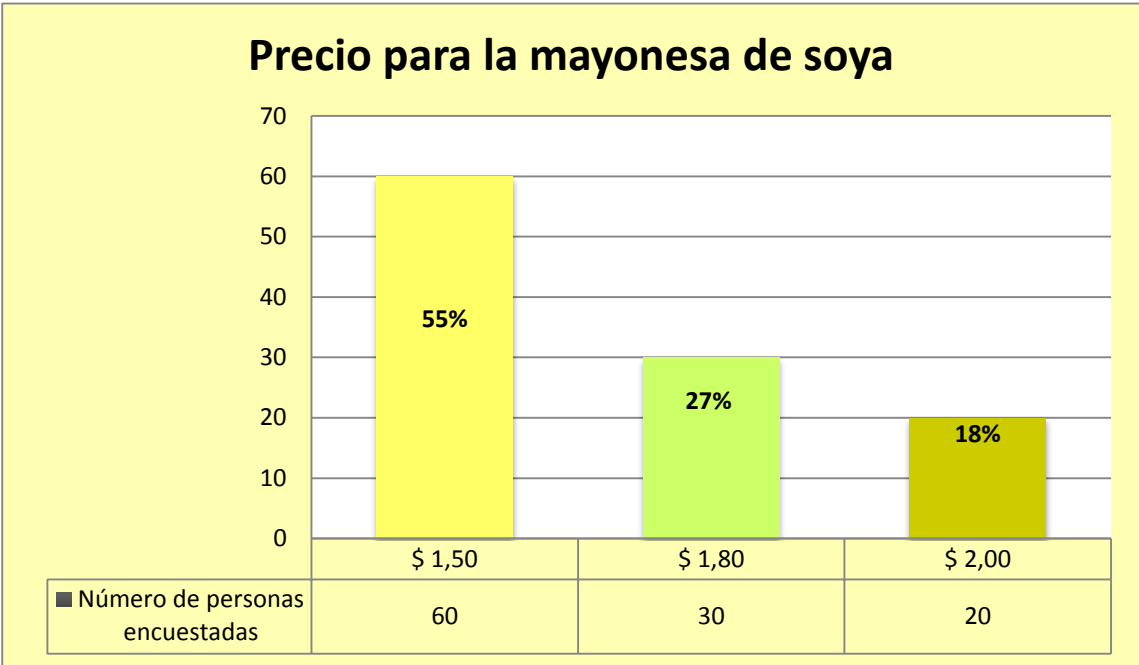
De las 110 personas encuestadas, 32 personas responden que les gustaría obtener una bebida de soya a \$ 1,00, las 32 personas representan el 29 %; 35 personas responden que les gustaría obtener una bebida de soya a \$ 0,80, las 35 personas representan el 32 %; 43 personas responden que les gustaría obtener una bebida de soya a \$ 0,60, las 43 personas representan el 39 %. Estos resultados nos permite establecer como precio de referencia la

cantidad de \$ 0,60, este precio lo compararemos con el precio de producción unitario de la bebida de soya de 250 ml.

Cuadro 21: Precio para la mayonesa de soya

Precio de la mayonesa de soya	Número de encuestados	Porcentajes
\$ 1,50	60	55%
\$ 1,80	30	27%
\$ 2,00	20	18%
Total	110	100%

Gráfico 13: Precio para la mayonesa de soya



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 60 personas responden que les gustaría obtener una mayonesa de soya a \$ 1,50, las 32 personas representan el 55 %; 30 personas responden que les gustaría obtener una mayonesa de soya a \$ 1,80, las 30 personas representan el 27 %; 20 personas responden que les gustaría obtener una mayonesa de soya a \$ 2,00, las 20 personas representan el 18 %. Estos resultados nos permite establecer como precio de referencia la cantidad de \$ 1,50, este precio lo compararemos con el precio de producción unitario de la mayonesa de soya de 250 gr.

Pregunta número 11:

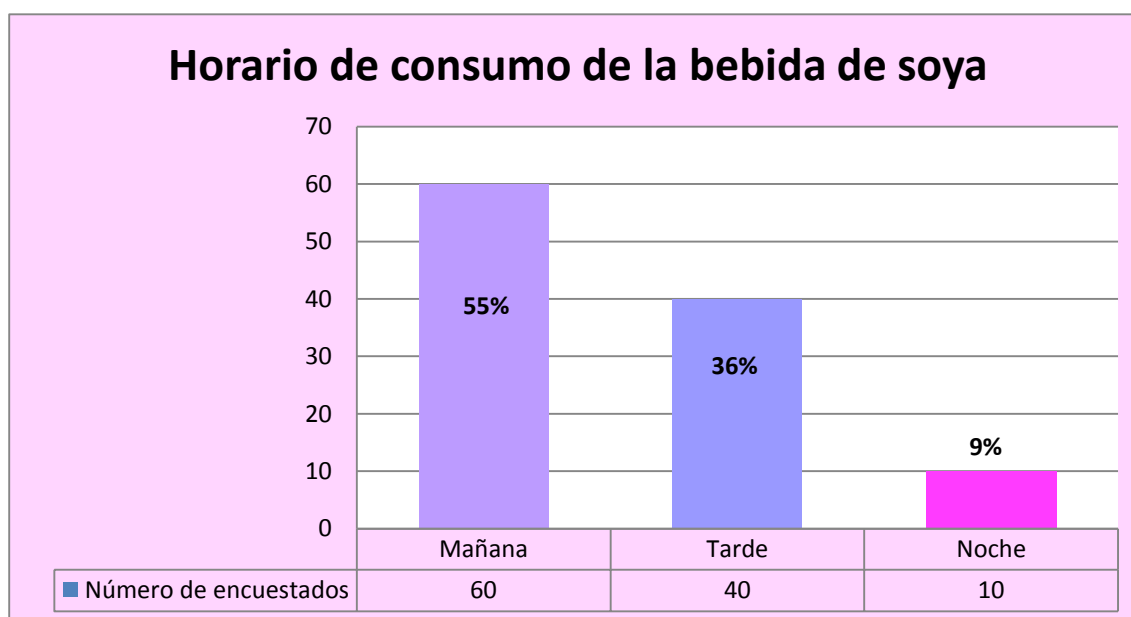
¿En qué horario le gustaría consumir la bebida y mayonesa de soya?

Bebida		Mayonesa	
Mañana	_____	Mañana	_____
Tarde	_____	Tarde	_____
Noche	_____	Noche	_____

Cuadro 22: Horario de consumo de la bebida de soya

Hora de consumo de la bebida de soya	Número de encuestados	Porcentajes
Mañana	60	55%
Tarde	40	36%
Noche	10	9%
Total	110	100%

Gráfico 14: Horario de consumo de la bebida de soya



Análisis:

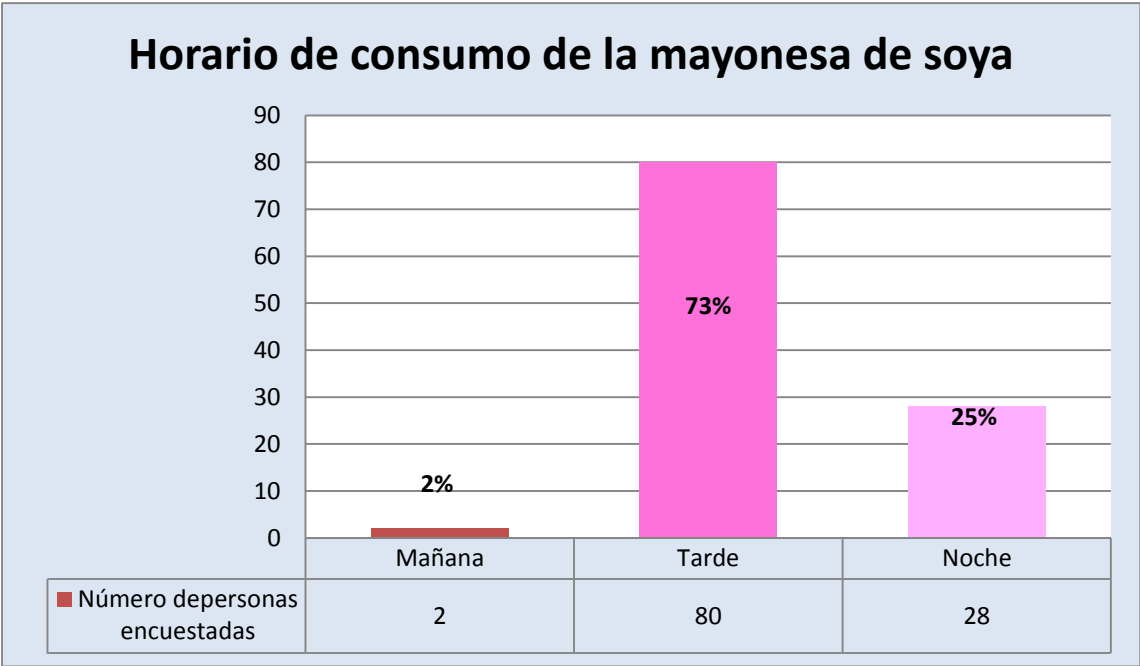
De las 110 personas encuestadas, 60 personas responden que les gustaría consumir bebida de soya en la mañana, las 60 personas representan el 55 %; 40 personas responden que les gustaría consumir bebida de soya en la tarde, las 40 personas representan el 36 %; 10

personas responden que les gustaría consumir bebida de soya en la noche, las 10 personas representan el 9 %. Estos resultados permiten determinar el número de unidades de bebida de soya que se deben producir para su rápida distribución y comercialización, de esta manera los consumidores podrán acceder a los productos a la hora preferida que es en la mañana y en la tarde.

Cuadro 23: Horario de consumo de la mayonesa de soya

Hora de consumo de la mayonesa de soya	Número de encuestados	Porcentajes
Mañana	2	2%
Tarde	80	73%
Noche	28	25%
Total	110	100%

Gráfico 15: Horario de consumo de la mayonesa de soya



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 2 personas responden que les gustaría consumir mayonesa de soya en la mañana, las 2 personas representan el 2 %; 80 personas responden que les gustaría consumir mayonesa de soya en la tarde, las 80 personas representan el 73 %; 28 personas responden que les gustaría consumir mayonesa de soya en la noche, las 28

personas representan el 25 %. Estos resultados permiten determinar el número de unidades de mayonesa de soya que se deben producir para su rápida distribución y comercialización, de esta manera los consumidores podrán acceder a los productos a la hora preferida que es en la tarde.

Pregunta número 12:

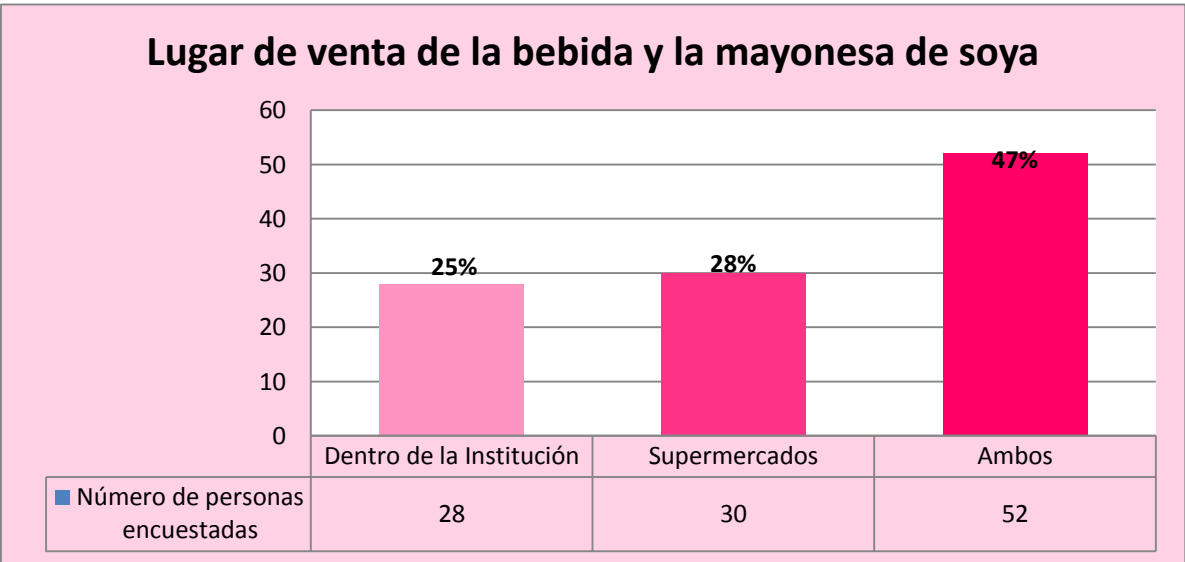
La bebida y mayonesa de soya se la debería vender:

- Dentro de la Institución _____
- Supermercados _____
- Ambos _____

Cuadro 24: Lugar de venta de la bebida y mayonesa de soya

Lugar de venta de los productos	Número de encuestados	Porcentajes
Dentro de la Institución	28	25%
Supermercados	30	28%
Ambos	52	47%
Total	110	100%

Gráfico 16: Lugar de venta de la bebida y la mayonesa de soya



Análisis:

De las 110 personas encuestadas, 28 personas responden que la bebida y mayonesa de soya se deben vender dentro de la Institución, las 28 personas representan el 25%; 30 personas responden que la bebida y mayonesa de soya se deben vender en supermercados, las

30 personas representan el 28 %; 52 personas responden que la bebida y mayonesa de soya se deben vender dentro de la Institución y en los supermercados, las 52 personas representan el 47 %. Estos resultados permiten establecer canales de comercialización, está claro que la comercialización la debe iniciar dentro de la Institución, en un lugar estratégico como el bar, luego se procederá a comercializarlo en otras instituciones educativas marianitas y en corto plazo en supermercados.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Tema

PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCIR Y COMERCIALIZAR BEBIDAS Y MAYONESA DE SOYA

4.2 Justificación del tema

- ✓ El plan de negocios planteado en este proyecto permite implementar procesos de producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de la ciudad de Guayaquil. Esto permite a la Institución cumplir con el desarrollo de los descriptores 12 y 13 que exige el ministerio de educación.
- ✓ El dinero a invertir en la elaboración de los productos será financiado con fondos, que la Institución ha obtenido a través de las diferentes actividades que ha realizado en el año con ventas en el bar de diferentes productos realizadas en el día de la integración marianita, olimpiadas, además de las donaciones recibidas por proveedores de textos y personas caritativas.
- ✓ La Unidad Educativa cuenta con una Departamento denominado Unidad de Producción, el cual será donde se realice la producción de las bebidas y mayonesa de soya.
- ✓ El desarrollo del plan de negocios permite inculcar el espíritu emprendedor a los y las estudiantes y una vez egresados tendrán una mayor oportunidad de incorporarse al mundo laboral o empresarial aportando al desarrollo económico y social del país.
- ✓ La ejecución del plan de negocios permitirá que las estudiantes apliquen los conocimientos adquiridos en los salones de clases. Entre las materias relacionadas al plan de producción están contabilidad, cultura tributaria, proyectos de emprendimiento, química, investigación, matemática, estadística, administración, marketing, publicidad.
- ✓ Los productos elaborados serán comercializados dentro de la Institución a los y las estudiantes, docentes, padres y representantes legales.

4.3 Plan estratégico

4.3.1. Nombre de la empresa

El nombre de la microempresa es UPRAMA que significa Unidad de Producción Alimenticia Marianita.

4.3.2. Misión de la empresa

Somos un Centro Marianita perteneciente a la Unidad Marianita de Jesús que elabora y oferta productos alimenticios de calidad, con un personal comprometido con valores y actitudes solidarias con la comunidad y el medio ambiente.

4.3.3. Visión de la empresa

Ser un centro de elaboración de productos alimenticios, en permanente desarrollo competitivo, administrativo, comercial y holístico, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

4.3.4. Objetivos

4.3.4.1. General

- ✓ Producir y comercializar bebidas y mayonesa de soya en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de la ciudad de Guayaquil.

4.3.4.2. Específicos

- ✓ Capacitar al personal sobre la producción y las normas de higiene para ofrecer productos de calidad.
- ✓ Seleccionar proveedores de la materia prima requerida para la elaboración de los productos.
- ✓ Recuperar la inversión inicial
- ✓ Obtener rentabilidad y reinvertirla en adquisición de maquinaria y mejoramiento del ambiente educativo de los y las estudiantes de la Institución
- ✓ Diversificar los productos para satisfacer más necesidades
- ✓ Cumplir con las disposiciones de la Ley de Educación

4.3.5. Análisis FODA

Cuadro 25: Matriz FODA de la Empresa

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comercializar productos sanos y nutritivos de calidad ✓ Local propio ✓ Maquinarias e instalaciones propias ✓ Base de datos de clientes ✓ Capital propio ✓ Personal capacitado en los procesos de elaboración e higiene de los productos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresa pequeña ✓ Reducida participación en el mercado ✓ Falta de experiencia en el mercado ✓ Producción artesanal ✓ Capital limitado
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comercializar bebidas y mayonesa de soya sanas ✓ Productos nutritivos ✓ Diferentes formas de comercializar los productos ✓ Reinversión y aumento de capital ✓ Mercado localizado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia de los competidores ✓ Empresas grandes ✓ Ingreso de nuevos competidores al mercado ✓ Aumento del precio de los productos ✓ Factores climáticos que puedan afectar la producción de soya

4.3.6. Políticas de la Empresa

- ✓ Excelente mantenimiento y presentación de la unidad de producción
- ✓ Capacitación constante de la persona que va a realizar las ventas para que pueda responder a las preguntas de los clientes sobre las características de los productos
- ✓ Soluciones rápidas a las necesidades y problemas de los clientes
- ✓ Muy buena imagen en las redes sociales
- ✓ Entrega rápida de los pedidos que realicen los clientes
- ✓ Los colaboradores deben llegar 10 minutos antes de iniciar su jornada laboral
- ✓ Además las personas que laborarán en el local deberán utilizar el uniforme que consta de un pantalón jean azul marino y una camiseta tipo polo color blanca con el logotipo del centro de producción.
- ✓ Los colaboradores que falten tres días al trabajo automáticamente se les dará el aviso de salida de la empresa.

- ✓ Solo se podrá justificar los atrasos y faltas al trabajo por enfermedad y con la debida certificado médico otorgado por el IESS
- ✓ Evitar espectáculos que pongan en riesgo el nombre de la Institución
- ✓ Utilizar los implementos necesarios al momento de realizar su trabajo
- ✓ No utilizar objetos personales en la hora de trabajo
- ✓ Trabajar en armonía respetando el espacio de su compañero
- ✓ No hurtar las pertenencias de compañeros

4.3.7. Valores institucionales

- ✓ Trabajo cooperativo
- ✓ Respeto a los colaboradores de la empresa
- ✓ Compromiso con nuestros clientes
- ✓ Respeto a la naturaleza

4.4 Plan de Marketing

4.4.1. Análisis del Mercado

4.4.1.1. Mercado Meta

Las persona que conforman nuestro mercado meta son los miembros de la Unidad Educativa que tengan poder adquisitivo para pagar el producto.

Segmentación del mercado

Edad:	15 años en adelante
Sexo:	Hombres y mujeres
Educación:	Estudiante, Bachiller, Superior
Estilo de vida:	Estudiantes, trabajadores, deportistas, profesionales.
Región:	Costa
Clima:	Cálido
Zona:	Centro de Guayaquil
Parroquia:	Ayacucho
Clase social:	Media
Utilización del producto:	El producto 1 vez por día

4.4.1.2. Competencia

Del estudio realizado en el mercado de la comercialización de productos de soya, identificamos marcas de leche de soya como Audi soya, leche de soya de productos oriental, leche en polvo de productos oriental. Solo identificamos una marca de leche de soya que ofrece este producto con varios sabores pero con precio que bordea el \$ 1,20 y es de la marca oriental. Además a través de visitas a supermercados se comprobó que no existe en el mercado mayonesa de soya, por lo que se tendría una gran oportunidad de comercializar este aderezo natural, sano, nutritivo y bajo en grasas.

En la lista de locales que comercializan leche de soya oriental, y leche de soya audi tenemos:

- ✓ Supermercados Tía
- ✓ La Colmena
El Vegetal
- ✓ El Paraíso Vegetal
- ✓ Natucam
- ✓ Supervivencia
- ✓ Pronatu

Dentro de la competencia indirecta tenemos:

- ✓ Locales que ofrece jugoterapia

4.4.1.3. Investigación de mercado específica a productos que se ofrecen

Para conocer cuáles son las características, gustos y preferencias de las personas que conforman el mercado, implementamos la técnica conocida como la encuesta, por medio del instrumento llamado cuestionario el cual se lo puede observar en la parte de los anexos.

4.4.1.4. Análisis Demanda-Producto

Para realizar este análisis tomamos fuentes de información primaria y secundaria.

- ✓ **Fuente Primaria:** Tabulación y análisis de las encuestas realizadas a las personas que forman parte de nuestra muestra.

- ✓ **Fuente de datos secundaria:** A futuro se tiene pronosticado comercializar los productos fuera del Centro de Estudios, por esta razón se investigó en el INEC el número de habitantes de la ciudad de Guayaquil para tener una idea del número de nuestros posibles consumidores. La población de la ciudad de Guayaquil bordea los 2.350.915 habitantes, de la cual 1.192.694 son mujeres y 1.158.221 son hombres.

4.4.1.5. Productos

La empresa va a comercializar productos alimenticios a base de soya.

4.4.1.5.1 Productos a ofrecer

Los productos a presentar son:

- ✓ Bebida de soya con sabor a maracuyá, banano, mango, frutilla
- ✓ Mayonesa de soya

4.4.1.5.1.1. Bebida refrescante de soya

La bebida se obtiene de una leguminosa llamada soya, la cual tiene una composición totalmente distinta a la leche de vaca y posee ventajas así como desventajas respecto a ésta.

Las bebidas de soya no tienen colesterol, sino fitoesteroles e isoflavonas que son estrógenos vegetales que poseen una acción estrogénica muy pequeña comparada con la de los verdaderos estrógenos corporales. Según se cree, este mecanismo ofrece una acción protectora frente al cáncer de mama en las mujeres. Además contiene lecitina que es una sustancia que evita problemas cardiacos y ayuda a mantener las arterias limpias.

La bebida de soya es la única bebida vegetal que tiene todos los aminoácidos esenciales para el cuerpo, por lo que se digiere con facilidad y previene ciertas enfermedades.

En lo que se refiere a la osteoporosis, las proteínas provenientes de la soya ayudan a conservar el calcio corporal, contando que además las citadas isoflavonas inhiben el proceso de destrucción ósea. Estas mismas proteínas son capaces de reducir la velocidad de la oxidación con oxígeno del colesterol, reduciendo asimismo el colesterol y los triglicéridos.

La bebida de soya es ideal tanto para ancianos como jóvenes, siendo apta para diabéticos, y es perfecta para personas que sean intolerantes a la lactosa. Siempre y cuando sea consumida con moderación y alternándola con otras bebidas vegetales. También es interesante su contenido en magnesio, útil en personas hipertensas, problemas cardíacos y artrosis, y ayuda en la asimilación del calcio. Además su contenido en hierro también es ciertamente alto (ver más información en el apartado siguiente), siendo asimismo una fuente realmente buenas de vitaminas del grupo B, especialmente vitamina B6 y ácido fólico.

Marca de la Bebida de Soya:

Xplendida

Eslogan de la bebida de soya:

“Renueva tu energía para estar fresco todo el día”

Imagen 1: Logotipo de la bebida de soya:



Imagen 2: Sabores de las bebidas de soya con su etiqueta



Presentación de las bebidas de sabores de soya en envases de 250 ml.

4.4.1.5.1.2. Mayonesa de soya

La mayonesa de soya es un aderezo frío elaborada principalmente de soya. La mayonesa de soya puede ser empleada en multitud de platos como acompañamiento, por regla general de hortalizas y pescados.

El propósito de este producto fue reducir los porcentajes de grasa presente en la mayonesa tradicional con el fin de hacerla atractiva aun consumidor consciente de los beneficios que esto significa para su salud. Este producto de suave sabor, no contiene colorantes, saborizantes, solo bebida de soya de producción propia, aceites natural de soya, limones, ajo y sal en pequeñas cantidades.

Además es baja de colesterol y grasas dañinas, es liviana en calorías por el alto porcentaje de leche de soya en su composición, lo que además aporta lecitina que ayuda a reducir el nivel de colesterol propio, previniendo de esta manera, accidentes vasculares y otras múltiples afecciones.

Marca de la Mayonesa de Soya:

Socho Mayonesa

Eslogan de la Mayonesa de Soya:

“Cremosa, sana y nutritiva”

Imagen 3: Logotipo de la Mayonesa de soya



Imagen 4: Etiqueta de la Mayonesa de soya



Imagen 5: Envase de la mayonesa de soya



Presentación de la mayonesa de soya en envases de 80 y 160 gr

Imagen 6: Bebidas y mayonesa de soya



Presentación de las bebidas y mayonesa de soya

4.4.2. Comparación de los productos que se ofrecen con los de la competencia

La unidad de producción ofrece productos como las bebidas de soya saborizadas y mayonesa de soya.

A continuación presentamos nuestros productos.

Imagen 7: Bebida de Soya Xplendida con sabor a Banano, frutilla, maracuyá, mango



Beneficios:

- ✓ Fuente importante de antioxidantes que reducen el riesgo de contraer diferentes enfermedades como la hipertensión, osteoporosis y ayuda a reducir los efectos de la menopausia.
- ✓ Ayuda a reducir el riesgo de contraer cáncer de mama y próstata.
- ✓ Bebida natural libre de harinas y conservantes nocivos para la salud.
- ✓ Launa fuente importante de potasio, calcio, proteínas, fósforo, ácido fólico, vitamina A
- ✓ Bebida de soya pasteurizada.
- ✓ Presentación: 250 ml, envase de plástico con tapa rosca fácil de abrir.

Imagen 8: Mayonesa de Soya SOCHO



Beneficios:

- ✓ Fuente importante de antioxidantes que reducen el riesgo de contraer diferentes enfermedades como la hipertensión, osteoporosis y ayuda a reducir los efectos de la menopausia.
- ✓ Ayuda a reducir el riesgo de contraer cáncer de mama y próstata.
- ✓ Fuente importante de potasio, calcio, proteínas, fósforo, ácido fólico, vitamina A
- ✓ Reducida cantidad de aceite de soya
- ✓ Libre de químicos y huevo
- ✓ Presentación: 160 gr, envase de plástico con tapa fácil de abrir.

A continuación presentamos los productos de la competencia.

Imagen 9: Leche de Soya con Borojé Oriental

**Beneficios:**

- ✓ Nutre y fortalece su organismo, además se complementa para brindarle la energía que se necesita diariamente
- ✓ No contiene grasa saturada ni colesterol
- ✓ La combinación de los efectos energéticos de la Soya y el Borojé, dan como resultado un producto único en el mercado
- ✓ Presentación: 240ml, envase de lata abre fácil

Imagen 10: Leche de Soya con Frutas Oriental



Beneficios:

- ✓ Aporta vitaminas y minerales
- ✓ Beneficia el cuerpo y no contiene grasa saturada ni colesterol
- ✓ Contiene ácidos que ayudan a reducir el colesterol malo
- ✓ Contiene lecitina que ayuda a evitar la acumulación de grasa en las arterias
- ✓ Presentación: 240ml, envase de lata

Imagen 11: Leche de Soya con Natural Oriental



Beneficios:

- ✓ Previene el cáncer de mama y de próstata
- ✓ Gran aliada contra las enfermedades del corazón
- ✓ Alternativa segura para los intolerantes a la lactosa
- ✓ Un tratamiento alternativo a la osteoporosis
- ✓ Reducción de los síntomas de la menopausia
- ✓ Presentación: 240ml, envase de lata y abre fácil.

Imagen 12: Leche de Soya con Café Oriental



Beneficios:

- ✓ Aporta vitamina y minerales
- ✓ Beneficia al cuerpo y no contiene grasa saturada ni colesterol
- ✓ Contiene aminoácidos que ayudan a reducir el colesterol malo
- ✓ Ideal para aquellas personas que consumen habitualmente el café
- ✓ Presentación: 240ml, envase de lata abre fácil

Imagen 13: Leche de Soya con Chocolate Oriental



Beneficios:

- ✓ Aporta vitaminas y minerales
- ✓ Rica en sustancias beneficiosas para el organismo
- ✓ Mejora su estado de ánimo
- ✓ Contrarresta el colesterol malo y favorece el proceso intestinal
- ✓ Presentación: 240ml, envase de lata abre fácil

Imagen 14: Leche de Soya con Coco Oriental



Beneficios:

- ✓ Refresca, ayuda al organismo a digerir sus alimentos
- ✓ Contiene fósforo y Vitamina E
- ✓ Ideal para reuniones familiares y amigos
- ✓ Presentación: 240ml, envase de lata con abre fácil.

4.5. Estrategias de mercado

4.5.1. Posicionamiento de los productos

Los productos alimenticios que ofrece la microempresa UPRAMA a los miembros de la Comunidad Educativa Santa Mariana de Jesús, son naturales, libres de químicos nocivos para la salud.

A continuación presentamos un cronograma de actividades que se llevará a cabo para realizar la introducción del producto al mercado. Cabe destacar que no se ubica fechas porque esto una propuesta una vez que se acepte la misma, por parte de las autoridades de la Unidad Educativa, entonces se podrá ubicar las fechas correspondientes a cada actividad.

Cuadro 26: Cronograma de la introducción de los productos al mercado

ACTIVIDAD	LUGAR	RESPONSABLES	RECURSOS	COSTO
1. Socialización del proyecto de implementación de procesos de producción y	Salón de actos de la Institución	✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. -	✓ Computadora e Infocus ✓ Micrófonos	\$ 0

comercialización para las líneas alimenticias de bebidas y mayonesa de soya en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús de Guayaquil.		Supervisora ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico		
2. Presentación de los productos: sus características, beneficios	Salón de actos de la Institución	✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. - Supervisora ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico	✓ Computador a e Infocus ✓ Micrófonos	\$ 0
3. Degustación de las bebidas y mayonesa de soya	Salón de actos de la Institución	✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. - Supervisora ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico	✓ 1.000 vasos plásticos de 4 onzas ✓ 100 bebidas de soya de varios sabores ✓ 20 mayonesas de soya ✓ 100 Galletas de sal para untar la mayonesa	\$ 110

			✓ Hielo seco	
4. Presentación de los productos en tiendas aledañas a la Institución	✓ Panadería ubicada en Chimboraz o ✓ Panadería ubicada en Maldonad o ✓ Mini market ubicado en Eloy Alfaro	✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. - Supervisora ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico	✓ 12 Bebidas de soya y 4 mayonesas de soya	\$ 10
5. Socialización y Presentación de los productos: sus características, beneficios	Escuela Mercedes de Jesús Molina de la ciudad de Guayaquil, perteneciente a la Congregación de Hermanas de Santa Mariana de Jesús	✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. - Supervisora ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico	✓ Computador a e Infocus ✓ Micrófonos ✓ Transporte	\$ 4
6. Degustación de las bebidas y mayonesa de soya	Escuela Mercedes de Jesús Molina de la ciudad de Guayaquil, perteneciente	✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. - Supervisora	✓ 500 vasos plásticos de 4 onzas ✓ 50 bebidas de soya de varios	\$ 55

	a la Congregación de Hermanas de Santa Mariana de Jesús	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico 	<ul style="list-style-type: none"> sabores ✓ 10 mayonesas de soya ✓ 100 Galletas de sal para untar la mayonesa ✓ Hielo seco 	
7. Socialización y Presentación de los productos: sus características, beneficios	Escuela María Massabot del cantón Samborondón, perteneciente a la Congregación de Hermanas de Santa Mariana de Jesús	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. - Supervisora ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Computador a e Infocus ✓ Micrófonos ✓ Transporte ✓ Refrigerio 	\$ 7
8. Degustación de las bebidas y mayonesa de soya	Escuela María Massabot del cantón Samborondón, perteneciente a la Congregación de Hermanas de Santa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. - Supervisora ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 500 vasos plásticos de 4 onzas ✓ 50 bebidas de soya de varios sabores ✓ 10 mayonesas de soya ✓ 100 Galletas 	\$ 48

	Mariana de Jesús		de sal para untar la mayonesa ✓ Hielo seco ✓ Transporte	7
9. Socialización y Presentación de los productos: sus características, beneficios	Escuela Mercedes de Jesús Molina del cantón Babahoyo, Prov. De los Ríos, perteneciente a la Congregación de Hermanas de Santa Mariana de Jesús	✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. - Supervisora ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico	✓ Computadora e Infocus ✓ Micrófonos ✓ Transporte ✓ Refrigerio	\$ 8
10. Degustación de las bebidas y mayonesa de soya	Escuela Mercedes de Jesús Molina del cantón Babahoyo, Prov. De los Ríos, perteneciente a la Congregación de Hermanas de Santa Mariana de Jesús	✓ Prof. Christian Rodas Celi - Coordinador ✓ Prof. Kennia Morán S. - Supervisora ✓ Estudiantes de Primer año de Bachillerato Técnico	✓ 500 vasos plásticos de 4 onzas ✓ 50 bebidas de soya de varios sabores ✓ 10 mayonesas de soya ✓ 100 Galletas de sal para untar la mayonesa	\$ 47 \$ 8

			✓ Hielo seco	
			✓ Transporte	
TOTAL				\$ 304

Como está establecido en el cronograma, iniciaremos la introducción del producto en el colegio, luego en las Instituciones Educativas Marianitas de la costa y en los alrededores del colegio. Los productos se comercializarán en los bares de los centros educativos.

4.5.2. Políticas de precios

Los precios establecidos para los productos son los siguientes:

Cuadro 27: Lista de precios de los productos a comercializarse

PRODUCTO	PRECIO VENTA
Bebida de soya Maracuyá	\$ 0,50
Bebida de soya Frutilla	\$ 0,50
Bebida de soya mango	\$ 0,50
Bebida de soya banano	\$ 0,50
Mayonesa de soya	\$ 1

4.5.3. Políticas de distribución y ventas

Como se estableció anteriormente, se realizarán socializaciones con las Instituciones que pertenecen a la Congregación de Hermanas de Santa Mariana de Jesús, en la cual se incluyen degustaciones, una vez realizado esto, pasaremos a ofrecer los productos para que sean comercializados por los bares de los centros de estudio. Respecto a las tiendas, panaderías y mini market, solo se realizará la promoción en los que están en los alrededores de la Institución.

El producto está establecido con un tiempo de expiración de 10 días. Una vez que se caduquen se pasará a retirarlos y sustituirlos por productos nuevos, esta estrategia la hace la competencia, por tal razón no la podemos dejar fuera de nuestro plan de negocios. Aunque estamos muy confiados que los productos a comercializar tendrán una gran acogida por su

sabor, calidad, higiene, nutrición, costo y porque es una alternativa adicional a las que el mercado de bebidas ofrece al público.

El precio de venta a los puntos de venta es de \$ 0,50, ellos podrán vender a un precio sugerido de \$ 0,60 al público.

4.5.4. Estrategias publicitarias y de promoción

Para realizar la publicidad de los productos se realizaron las etiquetas que van en los productos, trípticos, hojas volantes, páginas en redes sociales, publicidad en la radio Santa Mariana de Jesús, además se participó en eventos como la feria de innovación y tecnología organizada por la dirección de estudios, para promocionar los productos.

Las promociones que se realizarán es que la primera venta que se realice a los puntos de distribución se les dejará a un precio de \$ 0,40.

Entre la publicidad tenemos trípticos, afiches para promocionar los productos. Dentro la publicidad están incluidas las socializaciones de los productos a realizarse en las Instituciones educativas Marianitas.

Imagen 15: Tríptico para la publicidad del producto



Imagen 16: Tríptico para la publicidad del producto



Tríptico para publicitar el producto entre los padres de familia y representantes legales. Además se realizarán degustaciones de las bebidas de soya y la mayonesa a los padres de familia y representantes legales, este costo está incluido en los gastos de publicidad del mes de enero.

4.5.5. Políticas de servicio al cliente

Para realizar un excelente servicio al cliente se ha establecido lo siguiente:

- ✓ Excelente presentación de los colaboradores de la unidad de producción
- ✓ Muy buena imagen en las redes sociales
- ✓ Capacitación constante de la persona que va a realizar las ventas para que pueda responder a las preguntas de los clientes sobre las características de los productos
- ✓ Soluciones rápidas a las necesidades y problemas de los clientes
- ✓ Entrega rápida de los pedidos a los puntos de distribución.

4.5.6. Relaciones públicas

Para dar a conocer nuestra unidad de producción se realizará la socialización que está dentro del cronograma establecido anteriormente, también se repartirán volantes en los alrededores de la Institución para que conozcan sobre la unidad de producción. Adicional a esto se pretende incluir publicidad de los productos en la revista que está planeando diseñar la Institución Educativa. Además la unidad de producción contará con su sitio en Facebook, Twitter.

4.6. PLAN DE ADMINISTRACIÓN

4.6.1. Organización del negocio

Es un negocio llevado por una persona natural no obligada a llevar contabilidad afiliada al RISE, porque no se sobrepasa de los parámetros establecidos por el Servicio de Rentas Internas.

4.6.1.1. Aspectos legales para funcionamiento

Para la constitución de la empresa gestionamos los siguientes permisos:

- ✓ RISE: la actividad que se va a realizar permite inscribirse en el RISE, esto permitirá ahorro de dinero porque no se adquirirán formularios para realizar declaraciones mensuales IVA y de impuesto a la renta, en su lugar realizaremos pagos de cuotas fijas mensuales de \$ 1,17. En el que se incluyen los dos impuestos.
 - Requisitos para obtención del RISE:
 - Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía
 - Presentar el último certificado de votación
 - Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).
- ✓ Benemérito Cuerpo de Bomberos: Tasa de servicios contra incendio
- ✓ M.I. Municipalidad de Guayaquil, trampa de grasas: Certificado de desechos sólidos
- ✓ Permiso de la Intendencia de Guayaquil
- ✓ Registro Sanitario en el Instituto Izquieta Pérez

- ✓ Afiliación al IESS de nuestro colaborador
- ✓ Certificado de Medio Ambiente
 - Para todos los locales en los que se realicen actividades que puedan tener impactos ambientales. Por ejemplo: talleres, fábricas, industrias, y locales donde se expenden alimentos y bebidas (restaurantes, asaderos, parrilladas, cangrejales y cevicherías, etc.). Se obtiene en la Dirección de Medio Ambiente, en el tercer piso del Edificio Ex-Crillón.
- ✓ Certificado de Uso de Suelo (Incluidos aquellos locales ubicados en Centros Comerciales)

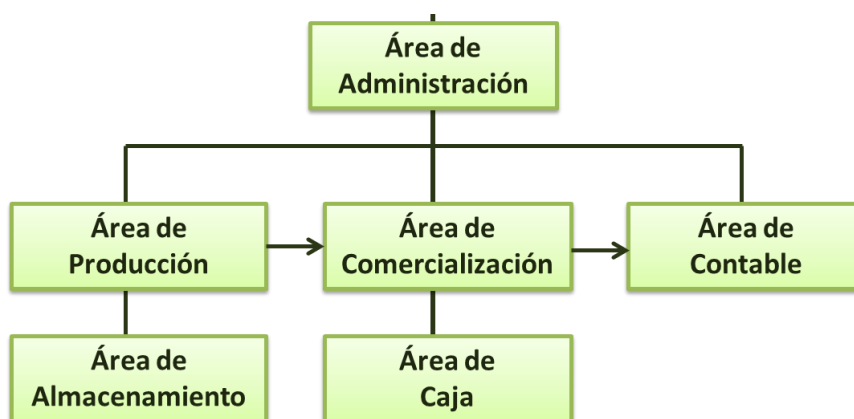
Además tenemos las políticas internas de la empresa, entre las cuales tenemos:

- ✓ Excelente mantenimiento y presentación de la planta de producción
- ✓ Capacitación constante de la persona que va a realizar las ventas para que pueda responder a las preguntas de los clientes sobre las características de los productos
- ✓ Soluciones rápidas a las necesidades y problemas de los clientes
- ✓ Muy buena imagen en las redes sociales
- ✓ Entrega rápida de los pedidos que realicen los clientes
- ✓ Los empleados deben llegar 10 minutos antes de iniciar su jornada laboral
- ✓ Además las personas que laborarán en el local deberán utilizar el uniforme que consta de un pantalón jean azul marino y una camiseta tipo polo color blanca con el logotipo de la empresa, los empleados que no porten el uniforme de manera correcta a la segunda llamada de atención se les descontará el 1% del sueldo.
- ✓ El atraso al lugar de trabajo por parte del empleado se le realizará un descuento del 1% del sueldo, las personas que falten tres días al trabajo automáticamente se les dará el aviso de salida de la empresa.
- ✓ Solo se podrá justificar los atrasos y faltas al trabajo por enfermedad y con la debida certificado médico otorgado por el IESS
- ✓ Evitar espectáculos que pongan en riesgo el nombre de la empresa
- ✓ Utilizar los implementos necesarios al momento de realizar su trabajo
- ✓ No utilizar objetos personales en la hora de trabajo
- ✓ Trabajar en armonía respetando el espacio de su compañero o compañera

- ✓ No hurtar las pertenencias de compañeros

4.6.1.2. Organigrama

Gráfico 17: Organigrama de la empresa



4.6.1.2.1. Descripción de puestos y responsabilidades asignadas al personal

- ✓ **Área de Administración:** Estará a cargo del Prof. Christian Rodas Celi, con la asistencia de las estudiantes de tercero bachillerato técnico, ellas se encargarán de organizar, dirigir, controlar el desarrollo de las actividades por parte de las áreas.
- ✓ **Área de Producción:** Estará a cargo del Prof. Christian Rodas y la persona que se contrate, además se tendrá la asistencia de las estudiantes de primer año de bachillerato, las funciones serán participar en la producción de las bebidas de soya y mayonesa de soya, también deberán asegurar la higiene y una excelente calidad de los productos terminados.
- ✓ **Área de almacenamiento:** Estará a cargo de la persona contratada y las ella se encargará de registrar y almacenar de manera adecuada los productos terminados.
- ✓ **Área de Comercialización:** Estará a cargo de la Prof. Kennia Morán y las estudiantes de tercero de bachillerato técnico, ellas se encargarán de diseñar e implementar diferentes estrategias de marketing, establecimiento de canales de distribución, publicidad, atención al cliente.

- ✓ **Área de Caja:** Estará a cargo del Prof. Christian Rodas, asistido por las estudiantes de tercero de bachillerato técnico, ellos se encargarán de recibir el dinero por la venta de los productos terminados.
- ✓ **Área Contable:** Estará a cargo de las estudiantes de tercero de bachillerato técnico, ellas se encargarán de contabilizar las compras, las ventas de la materia prima, el pago de impuestos, la elaboración de los estados financieros.

4.6.2. Plan de remuneraciones

Cuadro 28: Tabla de remuneración de los empleados

Cargo	Nombre	Sueldo Mensual	Enero a Diciembre	Décimo cuarto	Décimo tercero	Total anual
Empleado	NN	\$ 318	\$ 3.816	\$ 318	\$ 318	\$ 4.452
TOTAL						\$ 4.452

4.6.3. Currículo vitae del personal

Para la persona que vaya a laborar en la empresa se va a solicitar un currículum vitae que contenga lo siguiente:

- ✓ Información Personal
 - Nombres y apellidos completos
 - Fecha de nacimiento
 - Lugar de nacimiento
 - Nacionalidad
 - Edad
 - Estado Civil
 - Número de cédula
 - Dirección
 - Teléfono
 - Mail
- ✓ Estudios realizados
 - Primarios
 - Secundarios
- ✓ Capacitaciones
- ✓ Referencias personales

4.6.4. Permisos, licencias, seguros, etc.

Necesitamos permisos de marcas ni licencias; además no tenemos seguro. Los permisos que necesitamos para el funcionamiento son:

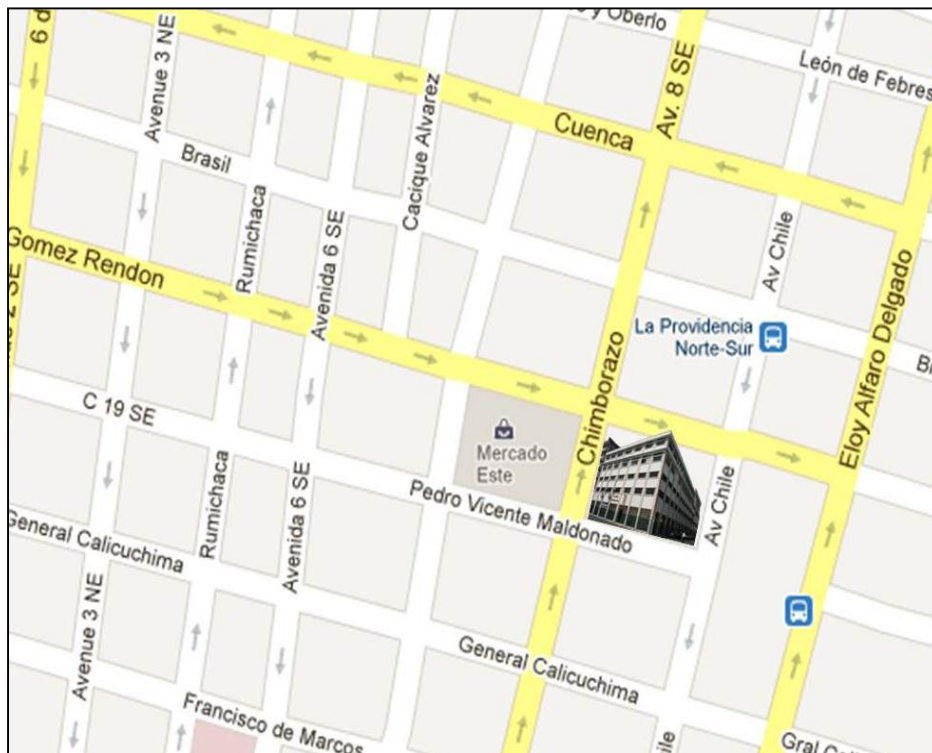
- ✓ RISE
- ✓ Trampa de grasas concedida por el Municipio de Guayaquil
- ✓ Uso de suelo
- ✓ Permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos
- ✓ Permiso sanitario
- ✓ Registro sanitario

4.7. PLAN DE OPERACIONES

4.7.1. Ubicación y plano de las instalaciones.- distribución departamental

La empresa UPRAMA estará ubicada en la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús, en un galpón del segundo piso, el cual tiene todas las instalaciones para la elaboración de las bebidas y mayonesa de soya.

Gráfico 18: Mapa de ubicación de la empresa



Ubicación de la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús donde estará ubicada la unidad de producción UPRAMA.

La Institución cuenta con la siguiente infraestructura:

Imagen 17: Vista externa de la Institución



Imagen 18: Vista interna de la Institución



Imagen 19: Entrada de la Unidad de Producción

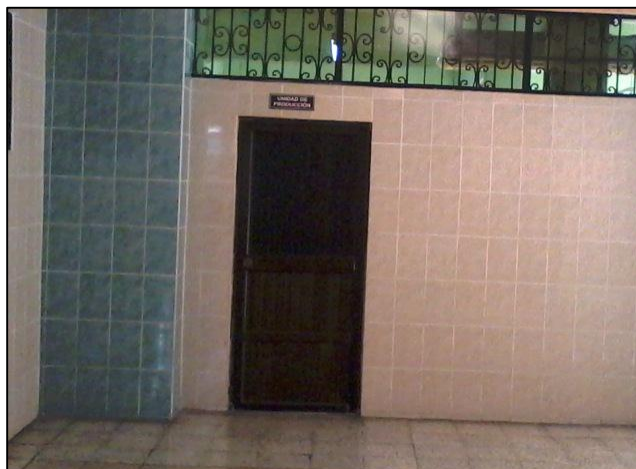


Imagen 20: Instrumentos para la Unidad de Producción



Imagen 21: Equipos para la Unidad de Producción



Imagen 22: Instalaciones de la Unidad de Producción



4.7.2. Fuentes de abastecimiento

Entre los proveedores que nos distribuirán las materias primas tenemos:

Cuadro 29: Lista de proveedores de la empresa

PROVEEDOR	ARTÍCULOS
✓ Laboratorios Cevallos	✓ Sabores naturales ✓ Sorbato de potasio ✓ Colores naturales
✓ Corporación el Rosado	✓ Azúcar ✓ Sal ✓ Mostaza
✓ Plásticos Soria	✓ Envases de plástico para las bebidas y la mayonesa
✓ Comisión de publicidad de la Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús	✓ Etiquetas para las bebidas y la mayonesa
✓ Finca Don Jacinto	✓ Soya en grano
✓ Centro de abasto María	✓ Yerbita ✓ Ajo ✓ Limones

4.7.3. Capacidad de producción

El número de unidades a producir diariamente son:

Cuadro 30: Lista de proveedores de la empresa

PRODUCTO	UNIDADES
Bebida de soya Maracuyá	40
Bebida de soya Frutilla	40
Bebida de soya mango	40
Bebida de soya banano	40
Mayonesa de soya	40
TOTAL	200

La producción solo se realizará de lunes a viernes, la producción en la semana será de 1.000 y al mes será de 4.000, anual será de 48.000

4.7.4. Descripción de maquinarias y equipos, especificaciones técnicas

Entre las maquinarias y herramientas a utilizarse tenemos:

Cuadro 31: Especificaciones técnicas

INSTRUMENTOS EQUIPOS MAQUINARIAS	CANT.	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
Balanza electrónica	1	✓ Marca Boeco, origen alemán ✓ Pesa de 0.01mg hasta 500 mg
Microscopio	1	✓ Marca Kron, origen alemán
Mortero	1	✓ Marca Kron, origen alemán
Pipeta	2	✓ Marca Kron, origen alemán
Termómetro	1	✓ Marca Kron, origen alemán
Equipo de cómputo	1	✓ Pentium IV ✓ 500 RAM ✓ 100 GB disco duro ✓ Pantalla de 14 pulgadas ✓ Teclado, mouse, parlantes
Máquina para elaborar bebida de soya	1	✓ Capacidad para 40 litros ✓ Energía eléctrica de 220v ✓ Gas ✓ Entrada de agua
Licadora Industrial	1	✓ Corempo ✓ Energía eléctrica 110 v
Refrigeradora	1	✓ Ecasa
Frigorífico	1	✓ Haceb
Cedazos	5	✓ Pica
Embudos	10	✓ Pica

4.7.5. Determinación de políticas planeación y control de producción

Gráfico 19: Proceso de elaboración de la bebida de soya

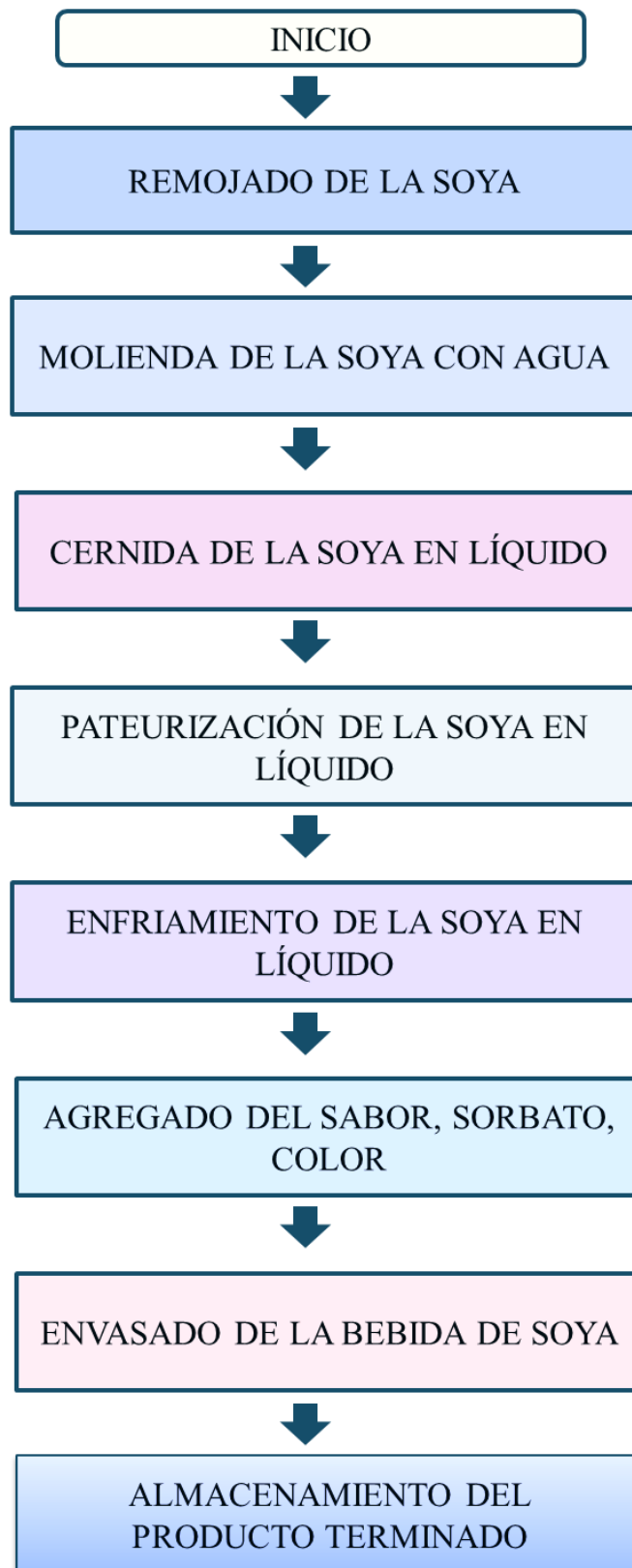
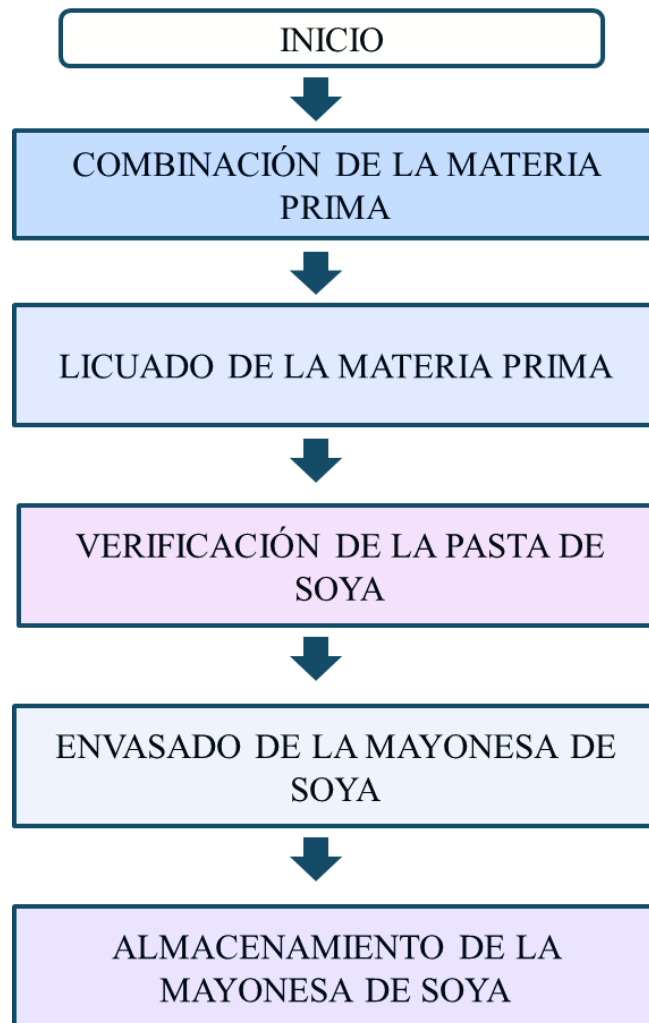


Gráfico 20: Proceso de elaboración de la mayonesa de soya



Se producirán diariamente 40 unidades de bebidas de soya sabor a maracuyá, 40 bebidas de soya sabor a frutilla, 40 bebidas de soya sabor a banano, 40 bebidas de soya sabor a mango, 40 unidades de mayonesa de soya.

La producción solo se la realizará de lunes a viernes, se descansará los sábados y domingos. En el futuro se planea trabajar los sábados y domingos siempre y cuando aumenten los pedidos de los distribuidores.

La persona encargada de la producción será el empleado contratado por la empresa, el junto con las estudiantes de tercero bachillerato ciencias verificaran las normas de higiene en cada proceso de elaboración de las bebidas y la mayonesa.

Se realizarán pruebas de calidad en una muestra que se escogerá de la producción diaria para analizar la calidad de la producción. Si llegase a detectar una anomalía rápidamente se identificará los orígenes de esa anomalía en los productos.

Cuando la materia prima del producto pase el proceso de cocción se tomará una muestra para realizar un análisis de la existencia o no de micro-organismo.

Antes de iniciar los procesos de elaboración se deberán desinfectar todas las maquinarias e instrumentos a utilizarse.

Todas las personas que intervengan en el proceso de producción deberán portar botas, guantes, gorros, tapa bocas para impedir cualquier contaminación al producto.

4.7.6. Tecnología a utilizarse

Se utilizará una máquina de origen taiwanés para el proceso de molienda, cernida y cocción de la soya.

4.8. PLAN FINANCIERO

4.8.1. Requerimientos iniciales de fondos

El proyecto microempresarial contará con una inversión de \$ 4.079

4.8.2. Inversión de activos fijos

Cuadro 32: Lista de activos fijos de la empresa

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
1	Máquina productora de bebida de soya	\$ 2.600	\$ 2.600
1	Licuada Industrial	\$ 367	\$ 367
1	Herramientas de producción: ollas, cedazos, cuchillo, jarras, vasos, cucharas de metal y madera	\$ 442	\$ 442
1	Muebles y enseres	\$ 270	\$ 270
1	Equipo de cómputo	\$ 400	\$ 400
TOTAL			\$ 4.079

La Institución Educativa va a donar el extintor, los artículos de aseo, refrigeradora, frigorífico, acondicionador de aire.

4.8.3. Cuadro de aportación de los socios

Cuadro 33: Aportación de los socios

No.	Socio	Efectivo	Bancos	Equipos	Total
1	Unidad Educativa Santa Mariana de Jesús		0	\$ 4.079	\$ 4.079

4.8.4. Estado de Situación Inicial

UPRAMA
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 1 DE ENERO DEL 2013

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES

	\$	175
EFFECTIVO	100	
MERCADERÍA	50	
SUMINISTRO OFICINA	25	

PROPIEDAD DE PLANTA Y EQUIPO

	\$	4.079
MUEBLES Y ENSERES	270	
EQUIPOS DE COMPUTO	400	
MAQUINARIAS	2967	
HERRAMIENTAS DE PROD.	442	

OTROS ACTIVOS

	\$	515,47
GASTOS DE INVESTIGACIÓN	195,47	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	100	
GASTOS DE INSTALACIÓN	220	

TOTAL DE ACTIVOS

\$ 4.769,47

PASIVOS

\$ -

PATRIMONIO

CAPITAL \$ 4.769,47

TOTAL DE PATRIMONIO

\$ 4.769,47

TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO

\$ 4.769,47

f) Gerente

f) Contador

4.8.5. Presupuesto de ingresos proyectados: Ventas

Cuadro 34: Ventas Diarias

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO PROD.	PRECIO DISTRIB.	GANANCIA POR UNID.	VENTA UNID.	VENTA DIARIA	GANANCIA DIARIA
Bebida de soya Maracuyá	\$ 0,22	\$ 0,50	\$ 0,28	40	\$ 20	\$ 11,20
Bebida de soya Frutilla	\$ 0,22	\$ 0,50	\$ 0,28	40	\$ 20	\$ 11,20
Bebida de soya mango	\$ 0,22	\$ 0,50	\$ 0,28	40	\$ 20	\$ 11,20
Bebida de soya banano	\$ 0,22	\$ 0,50	\$ 0,28	40	\$ 20	\$ 11,20
Mayonesa de soya	\$ 0,32	\$ 1	\$ 0,68	40	\$ 40	\$ 27,20
				200	\$ 120	\$ 72

VENTAS

Venta Semanal

Lunes a viernes
5 días * \$ 120 = \$ **600**

Venta Mensual

4 semanas * \$ 600 = \$ **2.400**

Venta Anual

12 meses * \$ 2.400 = \$ **28.800**

GANANCIAS

Ingreso Semanal

Lunes a viernes
5 días * \$ 72 = \$ **360**

Ingreso Mensual

4 semanas * \$ 360 = \$ **1.440**

Ingreso Anual

12 meses * \$ 1.440 = \$ **17.280**

4.8.6. Presupuesto de compras y gastos proyectados

Cuadro 35: Compras diarias

Descripción	Und.	PVP.	V. Total
Fundas de azúcar	3	2.20	6.60
Soya en grano Lbs.	20	0,25	5
Sorbato potasio	2	2	4
Sabor Maracuyá	1	1,34	1,34
Sabor Frutilla	1	1,34	1,34
Sabor Banano	1	1,34	1,34
Sabor Mango	1	1,34	1,34
Limonos	10	0,05	0,5
Colorantes (varios)	2	1	2
Perejil atado	1	0,50	0,50
Aceite	5	2,10	10,5
Mostaza	1	0,3	0,3
Ajo	1	0,60	0,32
Envases para mayonesa	40	0,11	4,4
Envases bebida	160	0,09	14,4
TOTAL DIARIO			53,88

IVA COMPRAS = $4 + 1,34 + 1,34 + 1,34 + 1,34 + 4,4 + 14,4 = \$ 28.16 * 12 \% = 3.38 * 12 = 40.56$ ANUAL

RETENCIÓN FUENTE = $4 + 1,34 + 1,34 + 1,34 + 1,34 + 4,4 + 14,4 = \$ 28.16 * 1 \% = 0.2816 * 12 = 3.3792$ ANUAL

Compra Semanal

Lunes a sábado

5 días * \$ 53,88 = \$ 269.4

Compra Mensual

4 semanas * \$ 269.40 = \$ 1.077,76

Compra Anual

12 meses * \$ 1.077,76 = \$ 12.933,12

4.8.7. Remuneración Anual

Cuadro 36: Remuneración anual

Cargo	Nombre	Sueldo Mensual	Enero a Diciembre	Décimo cuarto	Décimo tercero	Total anual
Operario	NN	\$ 318	\$ 3.816	\$ 318	\$ 318	\$ 4.452
TOTAL						\$ 4.452

Servicios básicos

Empresa eléctrica \$ 40 mensuales * 12 = \$ 480 anual
 Interagua \$ 20 mensuales * 12 = \$ 240 anual
 \$ 60 \$ 720

CNT \$ 10 mensuales * 12 = \$ 120 anual
 Net-life \$ 21 mensuales * 12 = \$ 252 anual
 \$ 31 mensuales \$ 372

Gastos de Transporte

Semanalmente \$ 10
 Mensualmente \$ 40
 Anual **\$ 720**

Gastos de Arriendo

Mensualmente \$ 50

Gastos de Publicidad

Introducción del producto = \$ 304
 Mensualmente \$ 10

Suministros de oficina

Facturas para imprimir \$ 5
 Tinta \$ 20
 \$ 25 * 12 = **\$ 300** anual

Aporte Patronal

Operario 318 * 11.15 % = \$ 35,457

\$ 35,457 * 12 = **\$ 425,48**

4.8.8. Flujo de efectivo

Cuadro 37: Flujo de efectivo de la empresa

DETALLE	EN	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE (2014)
CAJA	\$ 100	\$ 519,20	\$ 1.242,40	\$ 1.647,60	\$ 2.370,80	\$ 3.094,00	\$ 3.817,20	\$ 4.540,40	\$ 5.263,60	\$ 5.986,80	\$ 6.710,00	\$ 7.433,20	\$ 7.838,40
INGRESOS OPERACIONALES													
VENTAS	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 2.400	
GASTOS OPERAC.	\$ 1.980,80	\$ 1.676,80	\$ 1.994,80	\$ 1.676,80	\$ 1.676,80	\$ 1.676,80	\$ 1.676,80	\$ 1.676,80	\$ 1.676,80	\$ 1.676,80	\$ 1.676,80	\$ 1.994,80	
COMPRAS	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	\$ 1.077,76	
SUELDOS	\$ 318	\$ 318	\$ 318	\$ 318	\$ 318	\$ 318	\$ 318	\$ 318	\$ 318	\$ 318	\$ 318	\$ 318	
DEPRECIACIONES	33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	\$ 33.91	
AMORTIZACIONES	\$ 9	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ 8,59	\$ 8,59	
ARRIENDO	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	
PUBLICIDAD	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	
	\$ 304												
DÉCIMO CUARTO			\$ 318										
DÉCIMO TERCERO												\$ 318	
APORTE PATRONAL	\$ 35	\$ 35,45	\$ 35,45	\$ 35,45	\$ 35,45	\$ 35,45	\$ 35,45	\$ 35,45	\$ 35,45	\$ 35,45	\$ 35,45	\$ 35,45	

SERV TELEFÓNICO INTERNET	\$ 52	\$ 52	\$ 52	\$ 52	\$ 52	\$ 52	\$ 52	\$ 52	\$ 52	\$ 52	\$ 52	\$ 52	
SERVICIO TRANSPORTE	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 519,20	\$ 1.242,40	\$ 1.647,60	\$ 2.370,80	\$ 3.094,00	\$ 3.817,20	\$ 4.540,40	\$ 5.263,60	\$ 5.986,80	\$ 6.710,00	\$ 7.433,20	\$ 7.838,40	

4.8.9. Detalle de costos: Fijos, Variables

COSTOS DE PRODUCCIÓN BEBIDA SABORES

AZÚCAR

AL POR MAYOR

\$ 43	Por qq.
\$ 0,43	por libra
\$ 0,027	por onza
\$ 0,054	por 2 onzas
\$ 0,027	por una onza se endulza 250 ml de bebida

LUZ (Energía eléctrica)

\$ 0,10	por hora
\$ 0,0025	por litro
\$ 0,00125	medio litro
\$ 0,000625	1/4 litro

Nota: En una hora se licua pasta de soya para 40 litros

AGUA

\$ 0,68	el cm ³ de agua
\$ 0,70	cm ³
\$ 0,0175	por litro
\$ 0,00875	medio litro
\$ 0,004375	1/4 litro

Nota: Se necesitan 40 litros de agua

SOYA

Precios de Mercado

\$ 0,25 por libra

DISTRIBUCIÓN

Con 4,5 libras	se produce	15 litros	15000 ml
Con 0,3 libras	se produce	1 litro	1000ml
Con 0,15 libras	se produce	0,5 litros	500ml
Con 0,075 libras	se produce	0,25 litros	250ml

COSTO 1/4 Litro

\$ 0,01875 (0.075 x \$ 0,25)

SABORIZANTE

Botella Saborizante	\$ 1.37
Por galón	\$ 0.685
Por litro	\$ 0.196
1/2 litro	\$ 0.098
1/4 litro	\$ 0,049

Nota.- Media Botella de Saborizante se aplica para un Galón de Leche (3.5 LITROS)

Cada frasco de saborizante tiene 28 gramos que equivale a 1 onza

1 onza de saborizante alcanzaría para 40 envases de 250 ml

\$ 0,03425 por cada 250 ml

COLORANTE NATURAL

Funda	\$ 1
Por litro	\$ 0.025
1/2 litro	\$ 0.0125
1/4 litro	\$ 0.00625

Nota.- una fundita de colorante sirve para 40 litros de leche

CONSERVANTE NATURAL

Funda (ONZA)	\$ 2
Por litro	\$ 0.05
1/2 litro	\$ 0.025
1/4 litro	\$ 0.0125

Nota.- una fundita de sorbato sirve para 40 litros de leche

\$ 2/160 envases = \$ 0,0125 c/envase

ENVASES

Botellas plásticas de 250 ml **\$ 0,09**

ETIQUETAS

Etiqueta **0,025** \$ 0,25 10 ETIQUETAS

AYUDANTE

Salario	\$	9,609	Por día
Producción		200	Botellas por día
Costo	\$	0,048045	Por botella de leche de soya

\$ 318 / 30 = 10,60

\$ 318 *9.35% (IESS)

\$ 288.27

\$ 288,27 / 30 = 9,609

GAS

\$ 0,0238	por hora
\$ 0.000595	por litro
	por medio
\$ 0.0002975	litro
\$ 0.00014875	por ¼

tanque gas dura 84 horas

$$\$ \frac{2}{84} = 0.0238$$

Nota: En una hora se hierve 40 litros de soya

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN

PRODUCTO:	BEBIDA DE SOYA
UNIDAD:	250 ml
	MARACUYÁ

COSTOS DIRECTOS**MATERIA PRIMA**

SOYA	\$ 0,01875
SABORIZANTE	\$ 0,03425
AZÚCAR	0,027
CONSERVANTE	0,0125
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 0,0530

MANO DE OBRA DIRECTA

AYUDANTE	\$ 0,0480
TOTAL DE MANO OBRA	\$ 0,0480
<u>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</u>	\$ 0,0480

COSTOS INDIRECTOS

ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 0,000625
AGUA	\$ 0,004375
GAS	\$ 0.00014875
ENVASES	0,09
ETIQUETAS	0,025
<u>TOTAL COSTO INDIRECTO</u>	\$ 0,120000
TOTAL COSTO UNITARIO	\$ 0,22
PVP	\$ 0,50
GANANCIA	\$ 0,28

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN

PRODUCTO:	BEBIDA DE SOYA
UNIDAD:	250 ml
	BANANO
COSTOS DIRECTOS	
<u>MATERIA PRIMA</u>	
SOYA	\$ 0,01875
SABORIZANTE	\$ 0,03425
AZÚCAR	0.027
CONSERVANTE	0.0125
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 0,0530
<u>MANO DE OBRA DIRECTA</u>	
AYUDANTE	\$ 0,0480
TOTAL DE MANO OBRA	\$ 0,0480
<u>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</u>	\$ 0,0480
<u>COSTOS INDIRECTOS</u>	
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 0,000625
AGUA	\$ 0,004375
GAS	\$ 0.00014875
ENVASES	0,09
ETIQUETAS	0,025
<u>TOTAL COSTO INDIRECTO</u>	\$ 0,120000
TOTAL COSTO UNITARIO	\$ 0,22
PVP	\$ 0,40
GANANCIA	\$ 0,28

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN

PRODUCTO: BEBIDA DE SOYA
UNIDAD: 250 ml
FRUTILLA

COSTOS DIRECTOS

MATERIA PRIMA

SOYA	\$ 0,01875
SABORIZANTE	\$ 0,03425
AZÚCAR	0.027
CONSERVANTE	0.0125
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 0,0530

MANO DE OBRA DIRECTA

AYUDANTE	\$ 0,0480
TOTAL DE MANO OBRA	\$ 0,0480
<u>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</u>	\$ 0,0480

COSTOS INDIRECTOS

ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 0,000625
AGUA	\$ 0,004375
GAS	\$ 0.00014875
ENVASES	0,09
ETIQUETAS	0,025
<u>TOTAL COSTO INDIRECTO</u>	\$ 0,120000
TOTAL COSTO UNITARIO	\$ 0,22
PVP	\$ 0,40
GANANCIA	\$ 0,28

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN

PRODUCTO: BEBIDA DE SOYA
UNIDAD: 250 ml
MANGO

COSTOS DIRECTOS

MATERIA PRIMA

SOYA	\$ 0,01875
SABORIZANTE	\$ 0,03425
AZÚCAR	0.027
CONSERVANTE	0.0125
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 0,0530

MANO DE OBRA DIRECTA

AYUDANTE	\$ 0,0480
TOTAL DE MANO OBRA	\$ 0,0480
<u>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</u>	\$ 0,0480

COSTOS INDIRECTOS

ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 0,000625
AGUA	\$ 0,004375
GAS	\$ 0.00014875
ENVASES	0,09
ETIQUETAS	0,025
<u>TOTAL COSTO INDIRECTO</u>	\$ 0,120000
TOTAL COSTO UNITARIO	\$ 0,22
PVP	\$ 0,40
GANANCIA	\$ 0,28

COSTOS DE PRODUCCIÓN MAYONESA

BEBIDA DE SOYA

SOYA	\$	0,01875	
CONSERVANTE		0.0125	
			\$ 0,0188

LUZ (Energía eléctrica)

	\$ 0,10	por hora	
	\$ 0,10 / 6 =		0,016667

ENVASES

Tarrinas plásticas de 160 gr, 100 unid.	\$ 11,82 =		\$ 0.1182
--	------------	--	------------------

ETIQUETAS

Etiqueta			
\$ 0,25		10 ETIQUETAS	
0,025			

AYUDANTE

Salario			
Producción			
Costo			
\$ 318 / 30 = 10,60			
\$ 318 *9.35% (IESS)			
\$ 288.27			
\$ 288,27 / 30 = 9,609			
\$ 9,609 / 200 =			0,048045

ACEITE

1 litro	\$ 2,10		
2,10 / 1000 ml (contiene un litro)			
1 litro para 10 envases de mayonesa de 160 gr			
2,99 / 10 =			\$ 0,21

Aderezo

Ajo		0,1	
Yerbita		0,1	
Limón		0,1	
		<hr/>	
		0,30	
		0,30	
		0,05	para 10 envases
Costo unitario		0,005	

COSTOS UNITARIOS DE FABRICACIÓN

MAYONESA

PRODUCTO: MAYONESA DE SOYA
UNIDAD: 160 gramos
Por 40 litros de bebida de soya sin sabor

COSTOS DIRECTOS

MATERIA PRIMA

BEBIDA DE SOYA (conservante incluido)	\$ 0,018750
ACEITE	\$ 0,210000
ADEREZO	\$ 0,005000
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 0,233750

MANO DE OBRA DIRECTA

AYUDANTE	\$ 0,048045
TOTAL DE MANO OBRA	\$ 0,048045
<u>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</u>	\$ 0,048045

COSTOS INDIRECTOS

ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 0,016667
ENVASES	0.1182
ETIQUETAS	\$ 0,025000
<u>TOTAL COSTO INDIRECTO</u>	\$ 0,041667

TOTAL COSTO UNITARIO	\$ 0,32
PVP.	\$ 1,00
GANANCIA POR UNIDAD	0,68

4.8.10. Estados Financieros proyectados

UPRAMA
ESTADO DE RESULTADOS
AL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

INGRESOS OPERACIONALES

VENTAS	<u>\$ 28.800,00</u>	
VENTAS NETAS		\$ 28.800,00
(-) COSTO DE VENTAS		
MERCADERÍAS INVENTARIO INICIAL	\$ 50,00	
(+) COMPRAS	\$ 12.933,12	
COMPRAS NETAS	<u>\$ 12.933,12</u>	
MERCADERÍA DISPONIBLE PARA LA VENTA	\$ 12.983,12	
(-) MERCADERÍAS INVENTARIO FINAL	<u>\$ -</u>	<u>\$ 12.983,12</u>
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 15.816,88

(-) GASTOS OPERACIONALES

SUELDO A OPERARIO	\$ 4.452,00	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 720,00	
GASTOS GENERALES	\$ 372,00	
AMORTIZACIONES GASTOS CONST.	\$ 20,00	
AMORTIZACIONES GASTOS INVEST.	\$ 39,09	
AMORTIZACIONES GASTOS INSTA.	\$ 44,00	
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	\$ 25,00	
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPT.	\$ 99,00	
DEPRECIACIÓN MAQUINARIAS	\$ 246,70	
DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS	\$ 36,20	
GASTO DE TRANSPORTE	\$ 720,00	
CÓNSUMO DE ÚTILES DE OFICINA	\$ 300,00	
GASTO DE ARRIENDO	\$ 600,00	
GASTO PUBLICIDAD	\$ 424,00	
CONSUMO DE SUMINISTROS OFICINA	\$ 300,00	
GASTO APORTE PATRONAL EMPLEADO	<u>\$ 425,48</u>	
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES		<u>\$ 8.823,47</u>
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 6.993,41
UTILIDAD DEL EJERCICIO		<u>\$ 6.993,41</u>
PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES (15%)		\$ 1.049,01
IMPUESTO A LA RENTA (22%)		<u>\$ 1.538,55</u>
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		<u>\$ 4.405,85</u>

f) Gerente

f) Contador

UPRAMA
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES **\$ 3.364,55**

CAJA	\$	2.989,95
MERCADERÍA	\$	-
SUMINISTRO OFICINA	\$	25,00
ANTICIPO RETENCIÓN EN LA FUENTE ARRIENDO PAGADO POR ADELANTADO	\$	249,60
	\$	100,00

PROPIEDAD DE PLANTA Y EQUIPO **\$ 3.672,10**

MUEBLES Y ENSERES	\$	270,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. M Y ENSERES	\$	25,00
		\$ 245,00

EQUIPOS DE COMPUTO	\$	400,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. E. COMPT.	\$	99,00
		\$ 301,00

MAQUINARIAS	\$	2.967,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. MAQUINARIA	\$	246,70
		\$ 2.720,30

HERRAMIENTAS DE PROD. (-) DEPRECIACIÓN ACUM. HERRAMIENTAS	\$	442,00
	\$	36,20
		\$ 405,80

OTROS ACTIVOS **\$ 412,37**

GASTOS DE INVESTIGACIÓN	\$	195,47
(-) AMORTIZACIÓN GASTO INVEST.	\$	39,10
		\$ 156,37

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$	100,00
(-) AMORTIZACIÓN GASTO CONST.	\$	20,00
		\$ 80,00

GASTOS DE INSTALACIÓN	\$	220,00
(-) AMORTIZACIÓN GASTO INVEST.	\$	44,00
		\$ 176,00

TOTAL DE ACTIVOS **\$ 7.449,02**

PASIVOS **\$ 2.057,56**

IESS POR PAGAR	\$	457,00
IVA POR PAGAR	\$	40,46
RETENCIÓN FUENTE POR PAGAR	\$	3,38

PARTICIPACIÓN TRABAJADORES PAGAR	\$ 458,61
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	\$ 672,63
PROVISIONES PATRONALES POR PAGAR	\$ 425,48

PATRIMONIO

CAPITAL	\$ 985,61
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 4.405,85

TOTAL DE PATRIMONIO \$ 5.391,46

TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO \$ 7.449,02

f) Gerente

f) Contador

4.8.11. Análisis del punto de equilibrio (ventas y/o producción) o análisis de los estados financieros

$$PE = Pvpq = cf + cvq$$

Bebidas de soya

$$Pvp = \$ 0.50$$

$$Cv = 0.22$$

$$Cf = 50 + 318$$

$$0.50q = 368 + 0.22q$$

$$q = \frac{368}{0.28}$$

$$Q = 1315 \text{ Unds.} \times 0.50 = \$ \mathbf{657.5}$$

Mayonesa de soya

$$Pvp = \$ 1$$

$$Cv = 0.32$$

$$Cf = 50 + 318$$

$$1q = 368 + 0.32q$$

$$q = \frac{368}{0.68}$$

$$Q = 541 \text{ Und} \times 1 = \$ \mathbf{541}$$

MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Flujo	\$ 419,20	\$ 723,20	\$ 405,20	\$ 723,20	\$ 723,20	\$ 723,20	\$ 723,20	\$ 723,20	\$ 723,20	\$ 723,20	\$ 723,20	\$ 405,20
	1,0453	1,09265209	1,14214923	1,19388859	1,24797174	1,30450486	1,36359893	1,42536997	1,48993922	1,55743347	1,62798521	1,70173294

Tasa pasiva BCE

4,53%

Inversión inicial 4.769,47

VAN = -4769,47 \$ 401,03 \$ 661,88 \$ 354,77 \$ 605,75 \$ 579,50 \$ 554,39 \$ 530,36 \$ 507,38 \$ 485,39 \$ 464,35 \$ 444,23 \$ 238,11

VAN = **VAN = \$ 1.057,67**

El proyecto es rentable porque el Van es positivo

TIR

Cuadro 38: TIR

Inv. Inic.	-4769,47
1	419,2
2	723,2
3	405,2
4	723,2
5	723,2
6	723,2
7	723,2
8	723,2
9	723,2
10	723,2
11	723,2
12	405,2
TIR	8%

Periodo de Recuperación

La inversión es de \$ 4.769,47, por lo que la recuperación de la inversión inicial está establecida en el mes de septiembre del 2013, porque en ese mes se tendrá en caja la cantidad de \$ 5.263,60. El periodo de recuperación será de siete meses.

4.9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.9.1. Conclusiones

- ✓ El estudio de factibilidad da como resultado que el proceso de producción y comercialización de bebida y mayonesa de soya es viable.
- ✓ Existen proyectos relacionados con la soya realizados por la Espol, pero ninguno ofrece la producción y comercialización de bebidas de sabores y mayonesa de soya.
- ✓ Varias Instituciones educativas públicas y particulares forman parte de la lista de centros educativos que han cumplido con la reforma educativa establecida por el Ministerio de Educación.
- ✓ La producción y comercialización de bebida y mayonesa de soya, permitirán a la Institución cumplir con el desarrollo de los descriptores 12 y 13 establecidos en la reforma educativa.
- ✓ Los docentes y estudiantes de la Institución consumen bebidas gaseosas y aderezos poco nutricionales para la salud.
- ✓ Los miembros de la Institución están dispuestos a realizar un apoyo económico para que se lleve a cabo la producción y comercialización de la bebida y mayonesa de soya.
- ✓ Según los resultados de la encuesta realizada, los padres y representantes legales de los y las estudiantes les gustaría adquirir y consumir el producto porque es natural, sano y nutritivo.
- ✓ Con la comercialización de bebidas y mayonesa de soya, el establecimiento educativo tendrá ingresos adicionales que le permitirán la adquisición de materiales didácticos para los y las estudiantes.

4.9.2. Recomendaciones

- ✓ La Institución debe implementar procesos de producción y comercialización de bebida y mayonesa de soya, empezando de manera artesanal.
- ✓ La Institución debe sumarse a la lista de centros educativos que han cumplido con la reforma educativa.
- ✓ La Institución tiene que producir y comercializar bebida y mayonesa de soya para cumplir con la reforma educativa establecida por el Ministerio de Educación.
- ✓ Seleccionar proveedores que ofrezcan materia prima de calidad
- ✓ Capacitar a las personas que van a realizar producción y comercialización de las bebidas y la mayonesa de soya.
- ✓ Ofrecer bebidas y mayonesa de soya naturales para mejorar la alimentación de los y las estudiantes, docentes, padres y representantes legales de la comunidad educativa.
- ✓ La Unidad Educativa debe abrir una cuenta de ahorros para que las personas que deseen apoyar el proyecto depositen sus contribuciones.
- ✓ Reinvertir parte de las ganancias en la adquisición de la maquinaria para aumentar la producción.

ANEXOS

Logotipo de la Empresa

El logotipo que distinguirá a la empresa de las demás será el siguiente:

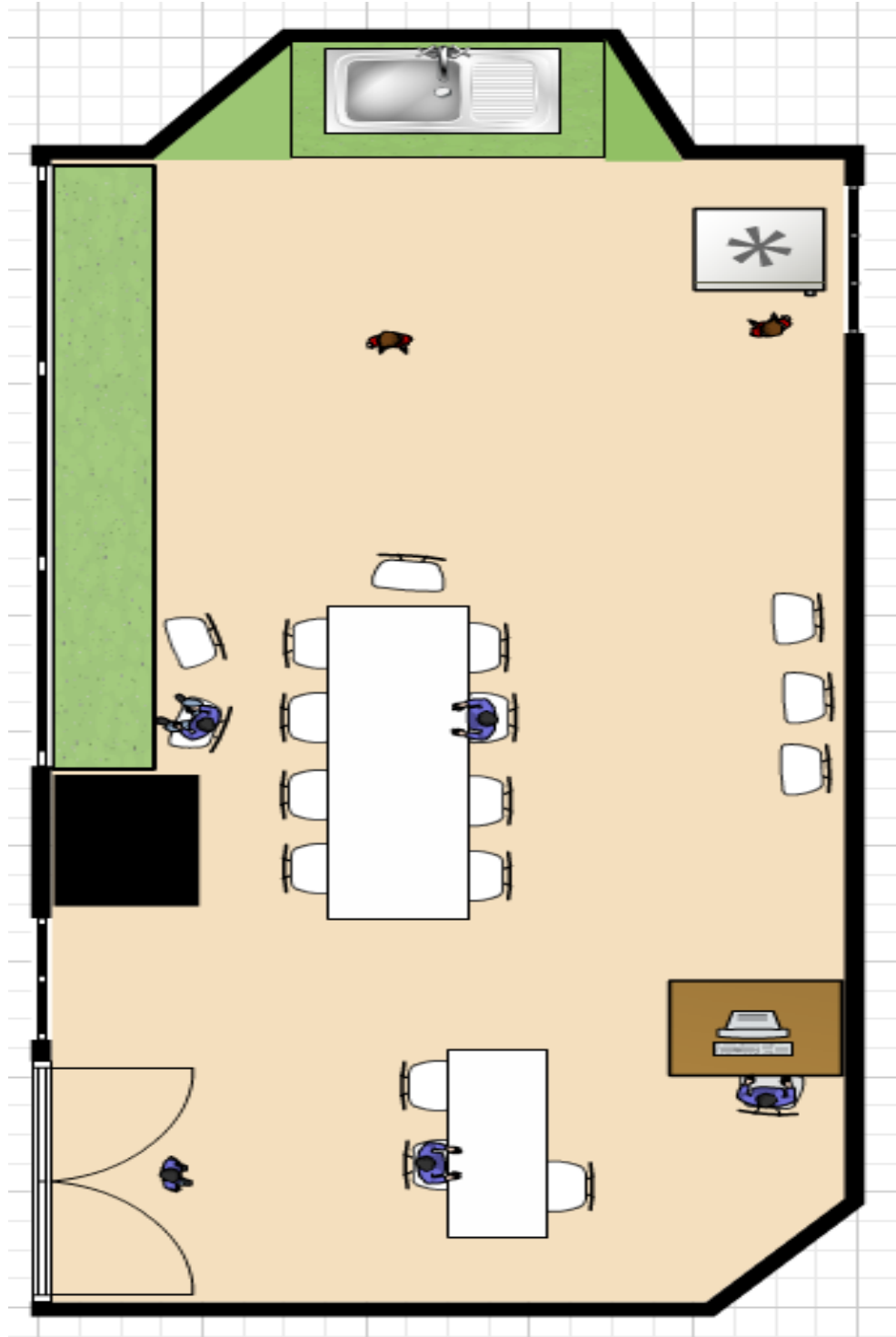
Imagen 23: Logotipo de la Empresa



Imagen 24: Planos de la ubicación de la Institución Educativa



Imagen 25: Diagrama de la Planta



Modelo de la Encuesta

ENCUESTA

Instructivo

- a. Este cuestionario tiene por objeto obtener las opiniones de los miembros de la Unidad Educativa “Santa Mariana de Jesús”, sobre la implementación de la producción y comercialización de bebidas y mayonesa de soya en la Institución.
- b. Por favor, conteste las preguntas marcando con una X una de las opciones que mejor reflejen su opinión.
- c. Se le agradece la colaboración para el desarrollo de esta encuesta

1. Género

Masculino ____

Femenino ____

2. ¿Su edad está comprendida, entre?

Menor a 18 años _____

Entre 19 y 30 años _____

Entre 31 y 45 años _____

Entre 46 y 60 años _____

Mayor a 60 años _____

3. ¿Conoce usted la importancia de consumir productos de soya?

Si ____ No__

4. ¿Qué producto de soya ha consumido usted?

Bebida de soya _____

Leche de soya _____

Mayonesa de soya _____

Ninguno _____

5. ¿Ha consumido usted bebida de soya con sabores?

Si ____ No__

6. ¿Ha consumido mayonesa de soya?

Si ____ No__

7. ¿Cuál de los siguientes sabores de la bebida de soya le gustaría consumir?

Maracuyá _____

Banano _____

Frutilla _____

Mango _____

8. ¿Qué tipo de envase de presentación para la bebida y mayonesa de soya le gustaría?

Bebida		Mayonesa	
Plástico oscuro	_____	Plástico oscuro	_____
Plástico transparente	_____	Plástico transparente	_____
Vidrio	_____	Vidrio	_____
Cartón	_____	Sachet	_____

9. ¿Cuál sería el tamaño ideal de la bebida y mayonesa de soya?

Bebida		Mayonesa	
Pequeño (250 ml)	_____	Pequeño (250 gr)	_____
Mediano (500 ml)	_____	Mediano (500 gr)	_____
Grande (1000 ml)	_____	Grande (1000 gr)	_____

10. ¿A qué precio le gustaría obtener la bebida de soya?

Bebida		Mayonesa	
\$ 1,00	_____	\$ 0,80	_____
\$ 0,80	_____	\$ 1,00	_____
\$ 0,75	_____	\$ 1,50	_____

11. ¿En qué horario le gustaría consumir la bebida y mayonesa de soya?

Bebida		Mayonesa	
Mañana	_____	Mañana	_____
Tarde	_____	Tarde	_____
Noche	_____	Noche	_____

12. La bebida y mayonesa de soya se la debería vender:

Dentro de la Institución	_____
Supermercados	_____
Ambos	_____

Se agradece su participación en el desarrollo de esta encuesta

Ficha de observación aplicada en el momento que se estaban realizando la experimentación del producto.

FICHA TÉCNICA DE OBSERVACIÓN				
TEMA: Elaboración de la bebida de soya y mayonesa, comprobación del tiempo de duración de la bebida y mayonesa de soya		FECHA: Viernes 01 de junio del 2012		TIEMPO: 7 horas
Laboratorio de Proyectos				
a.- El tiempo de duración de la pasta de soya esta entre media hora y cuarenta minutos, una vez transcurrido este tiempo, la pasta de la soya se corta y ya no se la podrá utilizar				
b.- Para la pasteurización del producto se necesita que comience a hervir la bebida de soya y alcance 100 grados centígrados.				
c.- El sobrante de la pasta tiene altos grados de proteínas, por esta razón se lo utilizó para experimentarlo como abono para las plantas, además puede ser utilizado como complemento alimenticio para los pollos.				
d.- experimentación para obtener harina de soya a partir del gabazo de la pasta de soya				
		FICHA No. 01		
		OBSERVADOR: Prof. Christian Rodas C.		

Diseño de los Envases a Utilizarse

El envase a utilizar para ofrecer la bebida de soya es de plástico con tapa rosca, con un contenido de 250 ml. Este envase se utiliza para los cuatro sabores de bebida de soya. Además tiene una etiqueta plegable de colores.

Imagen 26: Diseño de los envases de la bebida de soya



El envase a utilizar para ofrecer la mayonesa de soya es de plástico con tapa rosca, con un contenido de 160 gramos. Este envase se utiliza para los cuatro sabores de bebida de soya. Además tiene una etiqueta plegable de colores.

Imagen 27: Diseño de los envases de la mayonesa de soya



Fotografías del proceso de experimentación de la elaboración de la bebida y mayonesa de soya

Imagen 28: Experimentación de los productos



Estudiantes realizando cálculos para establecer el peso ideal de los elementos que se van a aplicar para la elaboración de los productos.

Imagen 29: Experimentación de los productos



Estudiante realizando la mezcla de los elementos en el mortero.

Imagen 30: Experimentación de los productos



Estudiantes en el proceso de molido y licuado de la soya.

Imagen 31: Experimentación de los productos



Estudiantes en el proceso de cocción de la bebida de soya.

Imagen 32: Experimentación de los productos



Estudiantes agregando a la bebida de soya, la medida exacta de los elementos a través de una pipeta.

Imagen 33: Experimentación de los productos



Estudiantes agregando a la bebida de soya, la medida exacta de los elementos a través de una pipeta.

Imagen 34: Experimentación de los productos



Estudiantes realizando el peso de la materia prima a agregarse en el proceso de elaboración de los productos.

Imagen 35: Experimentación de los productos



Estudiantes con la Hna. Ángela Chamba Gallardo, Rectora de la Institución realizando la pasteurización del producto.

Imagen 36: Proceso de selección y pelado de los granos de soya



Estudiantes realizando el proceso de pelado y selección de los granos de soya.

Imagen 37: Limpieza e higiene de las Instalaciones



Estudiantes realizando la limpieza de las instalaciones de la unidad de producción.

Imagen 38: Proceso de producción



Estudiantes realizando el proceso artesanal de la bebida y mayonesa de soya.

Presupuestos Adicionales

DEPRECIACIONES

ANUAL %

10%	0,1	VALOR NOMINAL	270	VALOR RESIDUAL	20	VIDA ÚTIL	3
33%	0,33	VALOR NOMINAL	400	VALOR RESIDUAL	100	VIDA ÚTIL	3
10%	0,1	VALOR NOMINAL	2967	VALOR RESIDUAL	500	VIDA ÚTIL	3
10%	0,1	VALOR NOMINAL	442	VALOR RESIDUAL	80	VIDA ÚTIL	3

AMORTIZACIÓN

5 AÑOS AL 20 %

20%	0,2	VALOR	195,47	VALOR ANUAL	39,094	VALOR MENSUAL	3,2578
20%	0,2	VALOR	100	VALOR ANUAL	20	VALOR MENSUAL	1,6667
20%	0,2	VALOR	220	VALOR ANUAL	44	VALOR MENSUAL	3,6667
							8,591

DEPRECIACIÓN ANUAL

25
99
246,7
36,2

DEPRECIACIÓN MENSUAL

2,08
8,25
20,56
3,02
33,91

Rendimiento por cada uno de los productos

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO PRODUCCIÓN	PRECIO DISTRIB.	GANANCIA POR UNID.	VENTA UNID.	VENTA DIARIA	GANANCIA DIARIA
Bebida de soya Maracuyá	\$ 0,22	\$ 0,50	\$ 0,28	40	\$ 20	\$ 11,20
Bebida de soya Frutilla	\$ 0,22	\$ 0,50	\$ 0,28	40	\$ 20	\$ 11,20
Bebida de soya mango	\$ 0,22	\$ 0,50	\$ 0,28	40	\$ 20	\$ 11,20
Bebida de soya banano	\$ 0,22	\$ 0,50	\$ 0,28	40	\$ 20	\$ 11,20
Mayonesa de soya	\$ 0,32	\$ 1	\$ 0,68	40	\$ 40	\$ 27,20
				200	\$ 120	\$ 72

Servicios básicos

Empresa eléctrica \$ 40 mensuales * 12 = \$ 480 anual

Interagua \$ 20 mensuales * 12 = \$ 240 anual

\$ 60 **720**

CNT \$ 10 mensuales * 12 = \$ 120 anual

Net-life \$ 21 mensuales * 12 = \$ 252 anual

\$ 31 mensuales \$ **372**

Gastos de Transporte

Semanalmente \$ 10

Mensualmente \$ 40

Anual **\$ 720**

Gastos de Arriendo

Mensualmente \$ 100

Gastos de Publicidad

Mensualmente \$ 10

Suministros de oficina

Facturas para imprimir \$ 5

Tinta \$ 20

\$ 25 * 12 = \$ **300** anual

Aporte Patronal

Operario 318 * 11.15 % = \$ 35,457

\$ 35,457 * 12 = **\$ 425,48**

Remuneración Anual

Cargo	Nombre	Sueldo Mensual	Enero a Diciembre	Décimo cuarto	Décimo tercero	Total anual
Operario	NN	\$ 318	\$ 3.816	\$ 318	\$ 318	\$ 4.452
TOTAL						\$ 4.452

Compra Semanal

Lunes a sábado

5 días * \$ 53,88 = \$ **269.4**

Compra Mensual

4 semanas * \$ 269.40 = \$ **1.077,76**

Compra Anual

12 meses * \$ 1.077,76 = \$ **12.933,12**

VENTAS

Venta Semanal

Lunes a viernes

5 días * \$ 120 = \$ **600**

Venta Mensual

4 semanas * \$ 600 = \$ **2.400**

Venta Anual

12 meses * \$ 2.400 = \$ **28.800**

BIBLIOGRAFIA

ACHIG, L. (1989) Metodología de la Investigación Científica, EDIBOSCO, Quito - Ecuador

Acuerdo Ministerial No. 539, 2006

ALLES, M. (2009) Desarrollo del Talento Humano: Basado en Competencias, Ediciones Granica, Buenos Aires - Argentina

ALMEIDA, L. (2012) Seminario para la titulación de Ingeniero Comercial, Módulo III “Responsabilidad Social Empresarial”, ULVRG, Guayaquil - Ecuador

BACA, G. (2011) Evaluación de Proyectos, Mc Graw-Hill, México - México

BARROSO, F. (2009) Responsabilidad social empresarial y sugerencias para su aplicación en instituciones educativas, Editorial Universidad Simón Bolívar, México - México

BRAVO, M. (2010) Contabilidad General, Editora NUEVO DÍA Quito – Ecuador

CHAIN, N. (2011) Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, 2011, Pearson Educación, Santiago de Chile

CHANDLER, A. (1972) Estrategia y estructura, Edition and Organization, París - Francia

CÓDIGO DE LA SALUD

CUESTA, A. (2010) Gestión del talento humano y del conocimiento, Ecoe Ediciones, Bogotá - Colombia

DAVID, F. (2013) Conceptos de Administración Estratégica, Pearson, México - México

FERNÁNDEZ, R. (2010) Responsabilidad Social Corporativa: Una Nueva Cultura Empresarial, Editorial Ecu, Madrid - España

GARCÍA, R. (2009) Administración Científica, El Cid Editor, Buenos Aires Argentina

HELLRIEGEL, D. (2009) Administración: Un Enfoque Basado en Competencias, Editorial Learning, México - México

KOONTZ, H. (1998) Administración, Mc. Graw Hill, México - México

KOTLER – ARMSTRONG, (2004) Marketing, Pearson Educación, Madrid – España

KOTLER, P. (2010) Dirección de la Mercadotecnia, Prentice Hall, México - México

LEIVA, F. (1986) Nociones de la Metodología de la Investigación Científica

Ley Orgánica de Educación e Interculturalidad del Ecuador (2011)

PEI.-2012-2015.- Unidad Educativa “Santa Mariana de Jesús” Guayas

PETRELLA, C. (2009) El Secreto de los Proyectos Exitosos, El Cid Editor, Buenos Aires - Argentina

Reglamento de la Ley Orgánica de Educación e Interculturalidad del Ecuador (2011)

SCHNARCH, A. (2010) Marketing para Emprendedores, Ecoe Ediciones, Bogotá - Colombia

Sitios web visitados

http://asbdc.ualr.edu/espanol/empezar_un_negocio/guia11.asp

<http://infocampo.com.ar/nota/campo/38110/aumenta-la-molienda-de-soja-en-estados-unidos>

<http://www.acsoja.org.ar/contenido.asp?cid=640>

http://www.aps.org.py/index.php?option=com_content&view=article&id=56:consumo-de-productos-a-base-de-soja-crece-20-&catid=1:noticias

http://www.ceeim.es/plan_9_1.asp?area=&ta=&pub=

<http://www.ecuadorencifras.com/sistagroalim/pdf/Soya.pdf>

<http://www.emagister.com/curso-creacion-empresas-emprendedores/plan-financiero>

<http://www.guia.ceei.es/interior.asp?MP=8&MS=8>

http://www.itacyl.es/opencms_wf/opencms/system/modules/es.jcyl.ita.extranet/elements/galleries/galeria_downloads/publicacion_soja.pdf

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis83.pdf>

<http://www.mercosoja2011.com.ar/site/wp-content/imagenes/PACHECO-Luiz-Carlos.pdf>

http://www.uky.edu/Ag/AgEcon/pubs/ext_other/feasibility_study.pdf